

**REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
MINI- SUPERMERCADO CON PRODUCTOS SIN EMPAQUE**

ELIANA KATHERINE BELLO BAQUERO

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE INGENIERÍAS
PROGRAMA INGENIERÍA INDUSTRIAL
BOGOTÁ D.C.
2017**

**REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
MINI- SUPERMERCADO CON PRODUCTOS SIN EMPAQUE**

ELIANA KATHERINE BELLO BAQUERO

**Proyecto integral de Grado para optar al título de:
INGENIERO INDUSTRIAL**

**Orientador
ALDO ULISSE DOLMEN PUPPATO
Ingeniero Industrial**

**Director
RENE ALEJANDRO APONTE ESCOBAR
Economista**

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE INGENIERÍAS
PROGRAMA INGENIERÍA INDUSTRIAL
BOGOTÁ D.C.
2017**

Nota de aceptación:

ING. ALDO U. DOLMEN PUPPATO

ING. RICARDO G. LÓPEZ MARTÍNEZ

ECN. LUIS GONZALEZ RESTREPO

Bogotá D.C., Marzo de 2017

DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD DE AMÉRICA

Presidente de la Universidad y rector del claustro

Dr. Jaime Posada Díaz

Vicerrector de Desarrollo y recursos humanos

Dr. Luis Jaime Posada García-Peña

Vicerrectoría académica y de posgrados

Ing. Ana Josefa Herrera Vargas

Secretario general

Dr. Juan Carlos Posada García- Peña

Decano general de la facultad de ingenierías

Ing. Julio Cesar Fuentes Arismendi

Director del programa de Ingeniería Industrial

Ing. Jorge Emilio Gutiérrez Cancino

Las directivas de la Universidad de América, los jurados calificadores y el cuerpo docente no son responsables por los criterios e ideas expuestas en el presente documento. Estos corresponden únicamente al autor.

DEDICATORIA

Principalmente quiero dedicarle este proyecto y triunfo a Dios, que me dio la suficiente fortaleza, sabiduría y paciencia durante todo el curso de mi historia en esta maravillosa universidad. A mi madre Carlota que durante todo este camino me apoyó y luchó sin importar las circunstancias y problemas que se presentaban, brindándome amor, serenidad e impulsándome a lograrlo cada día más, es por ella que estoy aquí parada con mi título profesional y es por ella por quien seguiré triunfando cada día más.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por brindarme esta gran oportunidad en mi vida, por sus bendiciones y su lealtad.

A mi familia, mis padres, mis hermanos y mis sobrinos quienes creyeron en mí y fueron incondicionales, que siempre estuvieron apoyándome, ayudándome, estuvieron pendientes de mí, sus palabras me ayudaron a creer cada día más en mí, en mi carrera, en mi futuro, pero sobre todo por estar unidos siempre, ya que eso hace la fuerza de la familia y sin la unión no me habría sido fácil.

A mi novio Alejandro por todas sus enseñanzas, consejos y apoyo que me brindo en todo este tiempo.

Mi orientador Aldo Ulisse Dolmen Puppato y a mi director Rene Aponte Escobar por el esfuerzo, tiempo, guía y sabiduría durante todo este proceso, entablado en mí un gran conocimiento.

La universidad de América, por tener sus puertas abiertas desde el primer día que la elegí para mi futuro, por brindarme una formación académica profesional y ética personal, siempre aportando lo suficiente tanto en herramientas como en conocimiento, así mismo a los docentes que en cada semestre me aportaron su conocimiento de la mejor manera para así ser parte de mí y lograr todas mis metas.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	26
1. DIAGNÓSTICO	27
1.1 GENERALIDADES EN EL ENTORNO NACIONAL	27
1.1.1 Producto Interno Bruto (PIB)	27
1.1.2 Índice de Precios al Consumidor (IPC)	28
1.1.3 Empleo	33
1.1.4 La Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH)	33
1.1.5 Exportaciones	38
1.1.6 Importaciones	41
1.1.7 Salarios	44
1.2 GENERALIDADES DEL SECTOR SERVICIOS	44
1.2.1 Producto Interno Bruto (PIB)	44
1.2.2 Índice de Precios al Consumidor (IPC)	45
1.2.3 Empleo	47
1.3 SECTOR COMERCIAL	48
1.4 SECTOR SUPERMERCADO E HIPERMERCADOS	50
1.5 DEMANDA MERCADO OBJETIVO	55
1.5.1 Tipos de mercado	57
1.5.1.2 Mercado de competencia imperfecta	58
1.5.2 Competencia directa	58
1.5.3 Competencia indirecta	58
1.6 OFERTA	59
1.6.1 Costos	59
1.6.2 Tecnología	59
1.6.3 Mano de obra	59
1.7 ANÁLISIS PESTAL	60
1.7.1 Factor político	60
1.7.2 Factor económico	60
1.7.3 Factor social	61
1.7.4 Factor tecnológico	64
1.7.5 Factor ambiental	64
1.7.6 Factor legal	64
1.8 FUERZAS DE PORTER	65
1.8.1 Nivel de rivalidad entre competidores existentes	65
1.8.2 Poder de negociación de los clientes	65
1.8.3 Poder de negociación de proveedores	65
1.8.4 Poder de productos sustitutos	65
1.8.5 Ingresos de nuevos competidores	65
1.9 MATRIZ DOFA	65

2. ESTUDIO DE MERCADOS	67
2.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR	67
2.1.1 Producto interno bruto (PIB)	67
2.1.2 Índice de precio al consumidor (IPC)	67
2.1.3 Entorno mundial	68
2.1.4 Entorno en Colombia	68
2.1.5 Entorno en Bogotá	69
2.1.6 Barreras de entrada	69
2.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	72
2.2.1 Segmentación geográfica	72
2.2.2 Segmentación demográfica	74
2.2.3 Segmentación psicográfica	75
2.2.4 Segmentación conductual	75
2.2.5 Descripción de la población objetivo	75
2.3 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	76
2.3.1 Plan de muestreo	76
2.3.2 Tipo de investigación	76
2.3.3 Tamaño de muestra	76
2.3.4 Encuesta	77
2.3.5 Resultado encuesta	80
2.3.6 Demanda	87
2.3.7 Pronóstico de la Demanda	87
2.3.8 Oferta	89
2.3.9 Análisis de la competencia	93
2.3.10 Matriz de perfil competitivo	93
2.4 PLAN DE MERCADEO	94
2.4.1 Análisis de las 4P	94
2.4.2 Producto	95
3. ESTUDIO TÉCNICO	97
3.1 DESCRIPCIÓN DE SERVICIO	97
3.2 IDENTIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS	97
3.3 FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS	97
3.4 MÉTODO DE TRABAJO	100
3.4.1 Análisis de operaciones	100
3.4.2 Diagrama de flujo	101
3.5 SELECCIÓN DE PROVEEDORES	107
3.5.1 Matriz de posibles proveedores	107
3.5.2 Evaluación de proveedores	107
3.6 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	110
3.6.1 Macro localización	110
3.6.2 Micro localización	110
3.7 DISTRIBUCIÓN DE ESPACIO	114
3.7.1 Diseño del local de comercialización	114
3.7.2 Diseño de la oficina	114

3.7.3	Aplicación de los principios básicos de la distribución del espacio	114
3.7.4	Puestos de trabajo	115
3.7.5	Maquinaria requerida	115
3.8	CONTROL DE CALIDAD	122
3.8.1	Análisis modal de sus fallas y sus efectos (AMFE)	122
3.9	SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	127
3.9.1	Panorama de riesgos	127
3.9.2	Clasificación de los factores de riesgo	127
3.9.3	Uso de elementos de protección	128
3.9.4	Señalización industrial	129
3.10	COSTOS TÉCNICOS	133
4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	134
4.1	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	134
4.1.1	Misión	134
4.1.2	Visión	134
4.1.3	Valores	134
4.1.4	Política organizacional	135
4.1.5	Objetivos	137
4.1.6	Estrategias organizacionales	137
4.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	137
4.2.1	Organigrama	138
4.2.2	Funciones generales del cargo	138
4.2.3	Manual de funciones.	139
4.3	ESTUDIO DE SALARIOS	142
4.3.1	Sistema de asignación por puntos	142
4.3.2	Puntuación según el número de cargos	142
4.3.3	Selección y ponderación de los factores	142
4.3.4	Asignación de puntos	143
4.3.5	Definición de puntuación por grado	144
4.3.6	Resultados puntuación por cargo	145
4.3.7	Salario promedio	146
4.3.8	Nuevos salarios	147
4.4	NÓMINA	147
4.4.1	Prestaciones sociales	148
4.4.2	Seguridad social	148
4.4.3	Aportes parafiscales	149
4.4.4	Pago de nómina	149
4.5	RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO	152
5.	ESTUDIO LEGAL	153
5.1	CONSULTAS PRINCIPALES	153
5.1.1	Tipo de empresas	153
5.1.2	Tipo de sociedad	153
5.1.3	Consulta del nombre	154

5.1.4 Consulta de clasificación industrial internacional uniforme CIU	154
5.2 PROCESO DE FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA	155
5.2.1 Original del documento de identidad	155
5.2.2 Formulario de registro único tributario RUT	155
5.2.3 Formulario de registro único empresarial y social RUES	155
5.2.4 Formulario de registro con otras entidades	155
5.2.5 Registro de matrícula mercantil	156
5.2.6 Razón social	156
5.2.7 Tipo de sociedad	156
5.2.8 Objeto social	156
5.3 CLASIFICACIÓN SEGÚN EL CÓDIGO CIU	156
5.4 MINUTA DE CONSTITUCIÓN	156
5.5 ESTATUTO TRIBUTARIO	157
5.6 OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	157
5.6.1 Impuesto sobre la renta	158
5.6.2 Retención de la fuente	158
5.6.3 Impuesto sobre el valor agregado (IVA)	158
5.6.4 Impuesto de industria y comercio	158
5.7 REQUISITOS DE FUNCIONAMIENTO	158
5.7.1 Registro mercantil	158
5.7.2 Certificado del uso de suelos	158
5.7.3 Certificado se Sayco & Acinpro	159
5.7.4 Concepto sanitario	159
5.7.5 Certificado de seguridad	159
5.7.6 Control de pesas y medidas	159
5.7.7 Lista de precios	159
5.8 NORMATIVIDAD	159
5.9 COSTOS DE CONSTITUCIÓN	161
6. ESTUDIO AMBIENTAL	162
6.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	162
6.2 EVALUACIÓN DE ASPECTOS AMBIENTALES	162
6.2.1 Identificación de aspectos ambientales	162
6.2.2 Matriz de impacto ambiental	162
6.3 POLÍTICA AMBIENTAL	166
6.4 LEGISLACIÓN AMBIENTAL	166
7. ESTUDIO FINANCIERO	168
7.1 ÍNDICE DE PROYECCIÓN	168
7.2 INVERSIÓN INICIAL	168
7.2.1 Activos fijos	168
7.2.2 Depreciación de los activos fijos	169
7.2.3 Cargos diferidos	170
7.2.4 Capital de trabajo	170
7.2.5 Financiación del proyecto	171

7.3 COSTOS DEL SERVICIO	171
7.3.1 Materia prima	172
7.3.2 Mano de obra	173
7.3.3 Costos indirectos	184
7.6 FLUJO NETO DE CAJA	190
7.7 EVALUACIÓN DE INDICADORES FINANCIEROS	191
7.7.1 Tasa interna de oportunidad (TIO)	191
7.7.2 Valor presente neto (VPN)	192
7.7.3 Tasa interna de retorno	193
7.7.4 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	193
8. CONCLUSIONES	195
9. RECOMENDACIONES	196
BIBLIOGRAFÍA	197
ANEXOS	205

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Variación % anual del PIB	28
Tabla 2. Índices de precios al consumidor año recorrido 2016	29
Tabla 3. IPC. Variación mensual, según grupo de gasto Junio (2015-2016)	29
Tabla 4. IPC. Variación semestral, según grupo de gasto Junio (2015-2016)	31
Tabla 5. IPC. Variación mensual Junio (2015-2016)	32
Tabla 6. IPC. Variación semestral, según ciudades Junio (2015-2016)	33
Tabla 7. Tasa de desempleo	34
Tabla 8. Distribución porcentual de la población ocupada según rama de actividad	35
Tabla 9. Variación porcentual de la población ocupada según rama de actividad Abril – junio (2015 – 2016)	36
Tabla 10. Tasa global de participación, ocupación, desempleo y subempleo 23 ciudades y áreas metropolitanas Trimestre abril - junio 2016	37
Tabla 11. (Continuación)	38
Tabla 12. Valor mensual de las exportaciones. Junio 2014-2016	39
Tabla 13. Valor CIF de las importaciones. Mayo 2013-2016	42
Tabla 14. Variación PIB III trimestre por grandes ramas económicas (%)	45
Tabla 15. IPC – Otros bienes y servicios 2016	46
Tabla 16. Participación de los sectores a nivel nacional	47
Tabla 17. Comercio, reparación, restaurantes y hoteles Variación del valor agregado 2016 – Primer trimestre	48
Tabla 18. Participación del producto Interno Bruto (PIB) por sector de Bogotá	49
Tabla 19. Ventas reales en Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas	50
Tabla 20. Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas en Grandes Almacenes e Hipermercados minoristas. Total nacional 2010 – 2014 (I trimestre)	51
Tabla 21. Personal ocupado por los Grandes Almacenes e Hipermercados	53
Tabla 22. Variación anual de las ventas reales. Total nacional I trimestre 2014	54
Tabla 23. Participación de la inflación por los grupos	60
Tabla 24. Número de habitantes en Bogotá por localidades	62
Tabla 25. Variación anual % del IPC	68
Tabla 26. Cantidad de viviendas estratos 3, 4 y 5	73
Tabla 27. Resultado pregunta 1	80
Tabla 28. Resultados pregunta 2	80
Tabla 29. Resultados pregunta 3	81
Tabla 30. Resultados pregunta 4	82
Tabla 31. Resultados pregunta 5	82
Tabla 32. Resultados pregunta 6	83
Tabla 33. Resultados pregunta 7	84
Tabla 34. Resultados pregunta 8	84
Tabla 35. Resultado pregunta 9	85

Tabla 36. Resultado pregunta 10	86
Tabla 37. Respuesta pregunta 11	86
Tabla 38. Estimación de la demanda	87
Tabla 39. Demanda insatisfecha	88
Tabla 40. Pronóstico de ingresos operacionales	91
Tabla 41. Pronósticos de número de almacenes a 5 años	92
Tabla 42. Matriz de perfil competitivo	94
Tabla 43. Localidades y su composición económica	110
Tabla 44. Resultados por localidad	112
Tabla 45. Maquinaria y equipo para el almacén	118
Tabla 46. Equipo de oficina	120
Tabla 47. Costos técnicos de inversión	133
Tabla 48. Costos técnicos de gasto	133
Tabla 49. Especificación de la puntuación	142
Tabla 50. Salario promedio por cargo	146
Tabla 51. Salarios trabajadores	147
Tabla 52. Porcentaje de prestaciones	148
Tabla 53. Porcentajes seguridad social	149
Tabla 54. Porcentaje de aportes parafiscales	149
Tabla 55. Total devengado	150
Tabla 56. Aportes del empleador	150
Tabla 57. Prestaciones sociales anuales en cifras pesos	151
Tabla 58. Costo total	152
Tabla 59. Resumen en pesos	152
Tabla 60. Costo de constitución	161
Tabla 61. Clasificación y puntuación	165
Tabla 62. Evaluación de los impactos	165
Tabla 63. IPC del 2017 – 2021	168
Tabla 64. Activos fijos en pesos	169
Tabla 65. Depreciación de equipos para el área de ventas	169
Tabla 66. Depreciación de equipos para el área administrativa	170
Tabla 67. Depreciación de los activos fijos proyección 2017-2021	170
Tabla 68. Cargos diferidos	170
Tabla 69. Amortización cargos diferidos en pesos	170
Tabla 70. Capital de trabajo	171
Tabla 71. Inversión inicial	171
Tabla 72. Financiación	171
Tabla 73. Proyección sueldos mano de obra en pesos	174
Tabla 74. Total devengado 2017 en pesos	174
Tabla 75. Total devengado 2018 en pesos	175
Tabla 76. Total devengado 2019 en pesos	175
Tabla 77. Total devengado 2020 en pesos	176
Tabla 78. Total devengado 2021 en pesos	176
Tabla 79. Parafiscales 2017 en pesos	177
Tabla 80. Parafiscales 2018 en pesos	177

Tabla 81. Parafiscales 2019 en pesos	178
Tabla 82. Parafiscales 2020 en pesos	178
Tabla 83. Parafiscales 2021 en pesos	179
Tabla 84. Prestaciones sociales 2017 en pesos	179
Tabla 85. Prestaciones sociales 2018 en pesos	180
Tabla 86. Prestaciones sociales 2019 en pesos	180
Tabla 87. Prestaciones sociales 2020 en pesos	181
Tabla 88. Prestaciones sociales 2021 en pesos	181
Tabla 89. Costo total mano de obra 2017 en pesos	182
Tabla 90. Resumen en pesos	182
Tabla 91. Costo total mano de obra 2018 en pesos	182
Tabla 92. Resumen en pesos	182
Tabla 93. Costo total mano de obra 2019 en pesos	183
Tabla 94. Resumen en pesos	183
Tabla 95. Costo total mano de obra 2020 en pesos	183
Tabla 96. Resumen en pesos	183
Tabla 97. Costo total mano de obra 2021 en pesos	184
Tabla 98. Resumen en pesos	184
Tabla 99. Consumo energía	184
Tabla 100. Proyección costo energía en pesos	185
Tabla 101. Consumo de agua	185
Tabla 102. Proyección costo agua en pesos	185
Tabla 103. Proyección arriendo en pesos	185
Tabla 104. Total costos indirectos en ventas en pesos	186
Tabla 105. Total costos indirectos de administración en pesos	186
Tabla 106. Costo productos por subgrupo en pesos	187
Tabla 107. Presupuesto de ventas en pesos	187
Tabla 108. Costo de ventas en pesos	189
Tabla 109. Gastos administración en pesos	189
Tabla 110. Gastos nómina de ventas en pesos	189
Tabla 111. Estado de pérdidas y ganancias en pesos	189
Tabla 112. Flujo de caja neto en pesos	190
Tabla 113. Tasa de oportunidad (TIO)	192
Tabla 114. Tasa interna de retorno	193

LISTA DE GRÁFICOS

	pág.
Gráfico 1. Variación % anual del PIB	28
Gráfico 2. Índices de precios al consumidor 2016	29
Gráfico 3. Tasa de desempleo. Junio (2007 – 2016)	34
Gráfico 4. Distribución porcentual de la población ocupada según rama de actividad	35
Gráfico 5. Variación porcentual de la población ocupada según rama de actividad Abril – junio (2015 – 2016)	36
Gráfico 6. Valor mensual de las exportaciones. Junio 2014-2016	40
Gráfico 7. Valor CIF de las importaciones. Mayo 2013-2016	43
Gráfico 8. Variación PIB III trimestre por grandes ramas económicas (%)	45
Gráfico 9. IPC Interanual - Otros bienes y servicios 2016	46
Gráfico 10. Participación de los sectores a nivel nacional	47
Gráfico 11. Comercio, reparación, restaurantes y hoteles Variación del valor agregado 2016 – Primer trimestre	48
Gráfico 12. Participación del producto Interno Bruto (PIB) por sector de Bogotá	49
Gráfico 13. Ventas reales en Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas Total nacional 2010 – 2014 (I trimestre)	51
Gráfico 14. Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas en Grandes Almacenes e Hipermercados minoristas. Total nacional 2010 – 2014 (I trimestre)	52
Gráfico 15. Personal ocupado por los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas Total nacional 2010 – 2014 (I trimestre)	53
Gráfico 16. Variación anual de las ventas reales Total nacional I trimestre 2014	55
Gráfico 17. Participación de la inflación por los grupos	61
Gráfico 18. Número de habitantes en Bogotá por localidades	63
Gráfico 19. Variación anual % del IPC	68
Gráfico 20. Cantidad de viviendas estratos 3,4 y 5	73
Gráfico 21. Resultados pregunta 1	80
Gráfico 22. Resultados pregunta 2	81
Gráfico 23. Resultados pregunta 3	81
Gráfico 24. Resultados pregunta 4	82
Gráfico 25. Resultados pregunta 5	83
Gráfico 26. Resultados pregunta 6	83
Gráfico 27. Resultados pregunta 7	84
Gráfico 28. Resultado pregunta 8	85
Gráfico 29. Resultado pregunta 9	85
Gráfico 30. Respuesta pregunta 10	86
Gráfico 31. Respuesta pregunta 11	86
Gráfico 32. Estimación de la demanda	87
Gráfico 33. Demanda insatisfecha	89
Gráfico 34. Pronóstico de ingresos operacionales	91

Gráfico 35. Pronósticos de los almacenes a 5 años	93
Gráfico 36. Salarios trabajadores	147
Gráfico 37. Inversión inicial	171
Gráfico 38. Flujo de caja	191

LISTA DE ILUSTRACIONES

	pág.
Ilustración 1. Mapa Colombia	72
Ilustración 2. Localidades estrato 3,4 y 5	74
Ilustración 3. Logo de la empresa	95
Ilustración 4. Empaques	96
Ilustración 5. Localidad de Usaquén	113
Ilustración 6. Consulta de disponibilidad del nombre	154

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Variación de las exportaciones. Enero-junio 2016/2015	41
Cuadro 2. Variación del valor CIF de las importaciones. Mayo 2016/2015	44
Cuadro 3. Modelos	56
Cuadro 4. Modelos precios bajos	57
Cuadro 5. Matriz DOFA	66
Cuadro 6. Segmentación demográfica	74
Cuadro 7. Segmentación psicográfica	75
Cuadro 8. Segmentación conductual	75
Cuadro 9. Demanda en cantidades para el año base 2016	89
Cuadro 10. Ficha técnica del arroz	98
Cuadro 11. Matriz posibles proveedores	107
Cuadro 12. Factores de evaluación de proveedores	108
Cuadro 13. Peso de los factores	108
Cuadro 14. Calificación del proveedor	109
Cuadro 15. Matriz de evaluación de proveedores	109
Cuadro 16. Factores de ponderación	111
Cuadro 17. Puntuación de los factores	112
Cuadro 18. Localización del almacén	114
Cuadro 19. Calificación de Gravedad	122
Cuadro 20. Calificación de frecuencia	124
Cuadro 21. Calificación de detección	124
Cuadro 22. Matriz AMFE	125
Cuadro 23. Elementos de seguridad y salud ocupacional	129
Cuadro 24. Señalización según norma NTC 1461	130
Cuadro 25. Señales de prohibición	130
Cuadro 26. Señales educativas e informativas	131
Cuadro 27. Señales de información concernientes a condiciones Seguras	132
Cuadro 28. Señales contra incendios	132
Cuadro 29. Formato manual de funciones	141
Cuadro 30. Selección y ponderación de factores	143
Cuadro 31. Asignación de puntos	144
Cuadro 32. Definición de puntuación por grado	144
Cuadro 33. Puntuación por cargo	145
Cuadro 34. Normatividad	160
Cuadro 35. Identificación de aspectos ambientales	162
Cuadro 36. Matriz de impacto ambiental	163
Cuadro 37. Calificación de los criterios	165
Cuadro 38. Normatividad ambiental	167
Cuadro 39. Cantidad y precios del subgrupo granos en pesos	172
Cuadro 40. Cantidad y precios del subgrupo especias en pesos	173
Cuadro 41. Cantidad y precios del subgrupo especias en pesos	173

LISTA DE DIAGRAMAS

	pág.
Diagrama 1. Flujo general de los procesos	102
Diagrama 2. Flujo de compras de los productos	103
Diagrama 3. Flujo de recepción de los productos	104
Diagrama 4. Flujo de selección de proveedores	106
Diagrama 5. Estructura organizacional	138

LISTA DE FÓRMULAS

	pág.
Fórmula 1. Tamaño de la muestra para población finita	76
Fórmula 2. Proyección de los posibles niveles de venta	88
Fórmula 3. Proyección de los posibles niveles de venta	91
Fórmula 4. Proyección del número de almacenes	92
Fórmula 5. Ecuación regresión lineal	146
Fórmula 6. Formula depreciación	169
Fórmula 7. Valor presente neto	192
Fórmula 8. Periodo de recuperación de la inversión	193

LISTA DE PLANOS

	pág.
Plano 1. Distribución del mini-supermercado sin empaque	116
Plano 2. Distribución del área administrativa	117

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. fichas técnicas de los productos	204
Anexo B. Manual de funciones para cargos de empleados	261
Anexo C. Tarifas de honorarios 2016	269
Anexo D. Minuta de constitución	271
Anexo E. Formulario de registro único tributario (RUT)	280
Anexo F. Formulario de registro único empresarial y social (RUES)	282

RESUMEN

Este proyecto se desarrolló con el fin de realizar un estudio de factibilidad para la creación de un mini-supermercado sin empaque en la ciudad de Bogotá, en el cual los clientes deben llevar su propio empaque, en el desarrollo de este se generó un análisis previo en el sector comercial al por menor, se realizó la investigación de la población objetivo y se determinó la demanda real, la oferta y los competidores directos e indirectos de este. Se determinó el proceso para la atención al cliente, las capacidades de abastecimiento y la mano de obra necesaria para cumplir con los objetivos eficazmente, especificando cargos, responsabilidades y salarios de estos.

Se especificó la normatividad que rige en el país para así garantizar el cumplimiento de las leyes y un análisis en la normatividad ambiental logrando un aporte positivo tanto a la comunidad como al medio ambiente. Se finalizó con la información detallada de los procesos de financiación y rentabilidad económica de la empresa.

El estudio se elaboró en la ciudad de Bogotá, el transcurso del presente año, donde la autora realizó los estudios requeridos para conocer la factibilidad del proyecto comprobando que si se debe invertir ya que los valores son rentables y de crecimiento, con una tasa interna de oportunidad (TIO) de 26%, un valor presente neto (VPN) de \$84.494.154 y una tasa interna de retorno (TIR) del 45.75%.

Palabras claves:

- ✓ Factibilidad
- ✓ Mini-supermercado
- ✓ Empaque
- ✓ Rentabilidad

INTRODUCCIÓN

El estudio de factibilidad para la creación de un mini-supermercado con productos sin empaque donde el cliente debe dirigirse con sus recipientes o bolsas de papel al realizar las compras; este realiza con el fin de crear empresa y generar empleo en la ciudad de Bogotá aportando a la economía y al sector aplicado.

La propuesta del mini-supermercado sin empaque quiere hacer un impacto ambiental y cultural en los habitantes para que estos tengan la opción de adquirir un servicio diferente, con características que se acomodan a las preferencias y productos de alta calidad.

Se realiza la investigación de este servicio en países como Alemania y Francia donde se ha generado un incentivo en la reducción de empaques primarios logrando una disminución en los residuos sólidos. Se determina un tipo de investigación con metodología exploratoria ya que no se encuentran estudios previos para este tipo de mini-supermercado en el entorno nacional, actualmente en el municipio de Chía se encuentra un mini-supermercado con una iniciativa similar pero se reservan los derechos y no brindan información sobre este negocio.

El sector comercial se puede guiar de este estudio ya que actualmente las legislaciones están enfocadas a la reducción de desechos plásticos y deben buscar innovaciones en el servicio con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes y al mismo tiempo cumplir las metas de servicio.

El desarrollo de este estudio se realiza con el fin de analizar la factibilidad económica rentable o no rentable para el montaje del proyecto, con base a un diagnóstico en la ciudad de Bogotá se conoce la situación actual, general y específica del sector; realizando un estudio de mercados para conocer la respuesta de la demanda, proveedores y competencia; a partir de un estudio técnico hallar la mejor forma de funcionamiento y operatividad del proyecto; un estudio administrativo y legal para determinar los aspectos organizativos, legales y fiscales.

Seguidamente se realiza un estudio ambiental para identificar los impactos positivos o negativos que se generan en la implementación del proyecto.

Finalmente el estudio financiero determina la factibilidad económica del proyecto, con base a los datos y resultados obtenidos en todo el proceso anterior.

1. DIAGNÓSTICO

En el desarrollo de este capítulo se mostrará la situación del sector de grandes superficies posicionado en el sector terciario o de servicios que incluye prestación de servicios y no bienes tangibles, los factores que afectan directa e indirectamente al sector y sus participantes. Se tomará una investigación en fuentes primarias y secundarias para analizar el mismo, con el fin de determinar la factibilidad de la creación de un mini-supermercado con productos sin empaque.

1.1 GENERALIDADES EN EL ENTORNO NACIONAL

De acuerdo con la Encuesta Anual de Comercio (EAC) del mes de mayo de 2016 las ventas fueron de 211,9 billones de pesos, 8.338 empresas, el valor agregado de 29,6, sueldos y salarios causados de 8,2, remuneración de 12,4 y personal total de 563.289.

1.1.1 Producto Interno Bruto (PIB). El Producto Interno Bruto es una recopilación de información del total de bienes y servicios producidos en un país. Especifica la producción generada en el país sin importar que los responsables sean personas o empresas nacionales o extranjeras. Excluye la producción generada en el exterior por residentes nacionales.

El DANE realiza un boletín técnico trimestral con el fin de informar los cambios a corto plazo del Producto Interno Bruto (PIB).

En el primer trimestre de 2016 respecto al mismo periodo de 2015, el Producto Interno Bruto creció 2,5%, explicado principalmente por el comportamiento de las siguientes ramas de actividad: industria manufacturera; construcción y establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas¹.

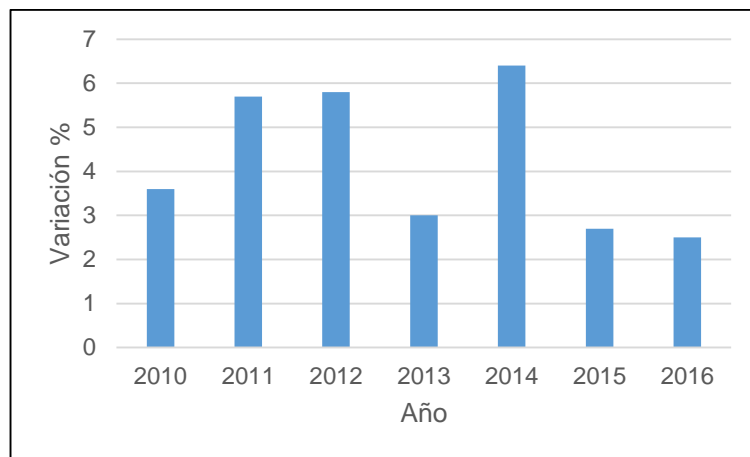
¹ Producto Interno Bruto (PIB) [En línea]. Disponible en: <<http://www.dane.gov.co/index.php/cuentas-economicas/cuentas-trimestrales>> [Consultado el 8 de agosto de 2016].

Tabla 1. Variación % anual del PIB

Año	Variación %
2010	3,6
2011	5,7
2012	5,8
2013	3,0
2014	6,4
2015	2,7
2016	2,5

Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_ltrim16_oferta_demanda.pdf> [Consultado el 8 de agosto de 2016].

Gráfico 1. Variación % anual del PIB



Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_ltrim16_oferta_de_manda.pdf> [Consultado el 8 de agosto de 2016].

1.1.2 Índice de Precios al Consumidor (IPC). El índice de precios al consumidor (IPC) mide la variación de precios en la canasta de bienes y servicios representativos del consumo de los hogares del país. Los resultados son analizados por grupos, subgrupos y clases de gastos, gastos básicos y niveles de ingreso².

La variación porcentual de los dos periodos de tiempo representa la inflación generada, el cálculo del IPC se hace mensualmente por el Departamento

² Índice de Precios al Consumidor (IPC) [En línea]. Disponible en: <<http://www.dane.gov.co/index.php/indices-de-precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc>> [Consultado el 8 de agosto de 2016].

Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

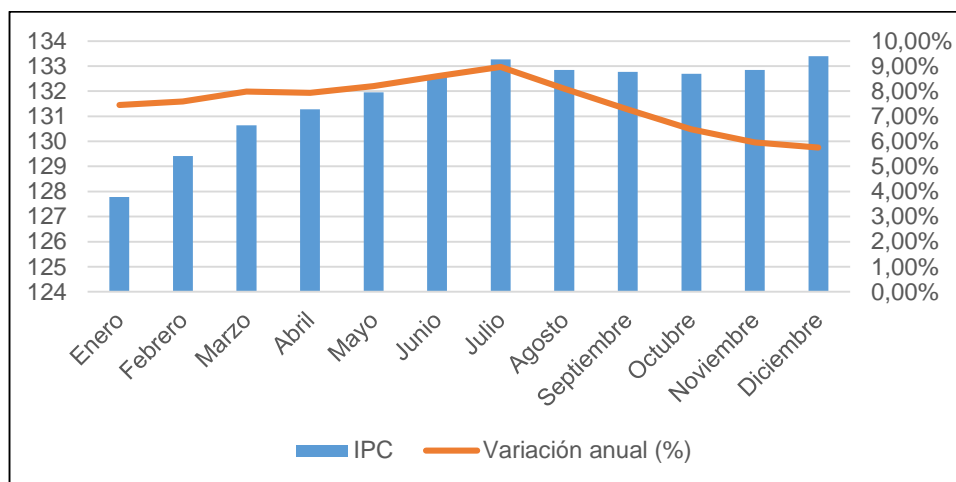
En 2016, la variación anual del grupo de alimentos fue de 7,22%, mientras que el año anterior fue de 10,85%³.

Tabla 2. Índices de precios al consumidor año recorrido 2016

Mes	IPC	Variación anual (%)
Enero	127,77754	7,45
Febrero	129,41261	7,59
Marzo	130,63385	7,98
Abril	131,28192	7,93
Mayo	131,95119	8,20
Junio	132,58412	8,60
Julio	133,27352	8,97
Agosto	132,84716	8,10
Septiembre	132,77698	7,27
Octubre	132,69744	6,48
Noviembre	132,84598	5,96
Diciembre	133,39977	5,75

Fuente: Índice de precios al consumidor [En línea]. Disponible en: <<https://goo.gl/TdfwwV> /> [Consultado el 8 de agosto de 2016].

Gráfico 2. Índices de precios al consumidor 2016



Fuente: Índice de precios al consumidor [En línea]. Disponible en: <<http://obiee.banrep.gov.co/analytics/saw.dll?Go&NQUser=publico&NQPassword=publico&Path=/shared/>> [Consultado el 8 de agosto de 2016].

Tabla 3. IPC. Variación mensual, según grupo de gasto Junio (2015-

³ Índice de Precios al Consumidor (IPC) [En línea]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_jun16.pdf> [Consultado el 8 de agosto de 2016].

2016)

Grupo de gasto	Peso %	Variación % 2015	Variación % 2016
Diversión	3.10	1.28	3.17
Salud	2.43	0.21	0.66
Alimentos	28.21	-0.21	0.50
Total	100.00	0.10	0.48
Otros gastos	6.35	0.34	0.47
Transporte	15.19	0.71	0.41
Vivienda	30.10	-0.07	0.40
Vestuario	5.16	0.25	0.38
Comunicaciones	3.72	0.35	0.04
Educación	5.73	0.02	0.04

Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_jul16.pdf> [Consultado el 26 de enero de 2017].

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,48%), se ubicaron en los grupos de: alimentos; vivienda; diversión y transporte, los cuales aportaron 0,41 puntos porcentuales a la variación total⁴.

⁴ Índice de Precios al Consumidor (IPC) [En línea]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_jun16.pdf> [Consultado el 26 de Enero de 2017].

Tabla 4. IPC. Variación semestral, según grupo de gasto Junio (2015-2016)

Grupo de gasto	Peso %	2015		2016	
		Variación %	Contribución puntos porcentuales	Variación %	Contribución puntos porcentuales
Alimentos	28.21	5.11	1.44	8.36	2.45
Salud	2.43	3.70	0.10	6.03	0.16
Educación	5.73	4.45	0.28	5.76	0.36
Otros gastos	6.35	3.32	0.20	5.15	0.32
Total	100.00	3.33	3.33	5.10	5.10
Diversión	3.10	3.51	0.10	4.71	0.13
Vivienda	30.10	2.25	0.70	3.31	1.02
Transporte	15.19	2.19	0.32	3.21	0.46
Vestuario	5.16	1.13	0.05	2.68	0.12
Comunicaciones	3.72	3.67	0.13	2.62	0.09

Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_jun16.pdf> [Consultado el 26 de enero de 2017].

Los mayores aportes a la variación en lo corrido del año, se ubicaron en los grupos de: alimentos; vivienda; transporte y educación, los cuales en conjunto contribuyeron con 4,29 puntos porcentuales a la variación total⁵.

Las ciudades que registraron variaciones por encima del promedio mensual (0,48%) fueron: Ibagué (1,05%); Cúcuta (0,93%); Florencia (0,65%); Armenia (0,64%); Medellín (0,62%); Cali (0,61%); Bogotá D.C. (0,55%) y Sincelejo (0,49%).

⁵ Índice de Precios al Consumidor (IPC) [En línea]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_jun16.pdf> [Consultado el 26 de Enero de 2017].

Tabla 5. IPC. Variación mensual Junio (2015-2016)

Ciudades	Variación %		Diferencia puntos %
	2015	2016	
Ibagué	0.23	1.05	0.82
Cúcuta	-0.08	0.93	1.01
Florencia	0.34	0.65	0.31
Armenia	0.23	0.64	0.41
Medellín	0.30	0.62	0.32
Cali	0.40	0.61	0.21
Bogotá D.C.	0.00	0.55	0.55
Sincelejo	0.05	0.49	0.44
Nacional	0.10	0.48	0.38
Bucaramanga	0.06	0.46	0.40
Montería	-0.08	0.42	0.50
Riohacha	0.49	0.39	-0.10
Manizales	0.31	0.39	0.08
San Andrés	0.25	0.37	0.12
Valledupar	-0.22	0.35	0.57
Popayán	-0.21	0.29	0.50
Santa Marta	-0.12	0.27	0.39
Pereira	-0.04	0.23	0.27
Villavicencio	0.08	0.12	0.04
Tunja	0.13	0.08	-0.05
Cartagena	-0.09	0.01	0.10
Pasto	0.01	-0.01	-0.02
Barranquilla	0.07	-0.09	-0.16
Neiva	0.46	-0.47	-0.93
Quibdó	0.03	-1.01	-1.04

Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <[https:// www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_jun16.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_jun16.pdf)> [Consultado el 26 de enero de 2017].

Las ciudades que registraron variaciones en el año 2016 por encima del promedio (5,10%) fueron: Cúcuta (6,83%); Florencia (5,51%); Cali (5,39%); Bogotá D.C. (5,32%); Bucaramanga (5,22%) y Tunja (5,15%)⁶.

⁶ Índice de Precios al Consumidor (IPC) [En línea]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_jun16.pdf> [Consultado el 26 de Enero de 2017].

Tabla 6. IPC. Variación semestral, según ciudades
Junio (2015-2016)

Ciudades	Variación %		Diferencia puntos %
	2015	2016	
Cúcuta	2.48	6.83	4.35
Florencia	3.28	5.51	2.23
Cali	2.84	5.39	2.55
Bogotá D.C.	3.31	5.32	2.01
Bucaramanga	3.03	5.22	2.19
Tunja	3.01	5.15	2.14
Nacional	3.33	5.10	1.77
Sincelejo	4.03	5.10	1.07
Montería	3.58	5.07	1.49
Manizales	4.34	5.01	0.67
Armenia	3.30	4.92	1.62
Valledupar	3.44	4.86	1.42
Ibagué	3.04	4.84	1.80
Pasto	2.90	4.83	1.93
Medellín	3.44	4.74	1.30
Villavicencio	2.70	4.70	2.00
Riohacha	2.84	4.63	1.79
Popayán	2.97	4.60	1.63
Santa Marta	3.20	4.49	1.29
Barranquilla	4.35	4.48	0.13
Cartagena	4.02	4.48	0.46
San Andrés	3.20	4.37	1.17
Pereira	3.39	4.29	0.90
Neiva	3.23	4.18	0.95
Quibdó	3.32	2.89	-0.43

Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_jun16.pdf>.[Consultado el 26 de enero de 2017].

1.1.3 Empleo. Ocupación u oficio, son tareas designadas a un número de personas contratadas y a cambio recibe una remuneración económica. Se puede hacer el proceso de contratación con diferentes tipos de contratos y especificaciones diferentes dependiendo la necesidad del puesto.

1.1.4 La Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH). Tiene como objetivo dar a conocer la información sobre tamaño y estructura de la fuerza de trabajo (empleo, desempleo e inactividad) de la población del país. También describe las características sociodemográficas de la población colombiana, permitiendo

caracterizar a la población según el sexo, edad, el parentesco, nivel educativo, la afiliación al sistema de seguridad social en salud entre otros⁷.

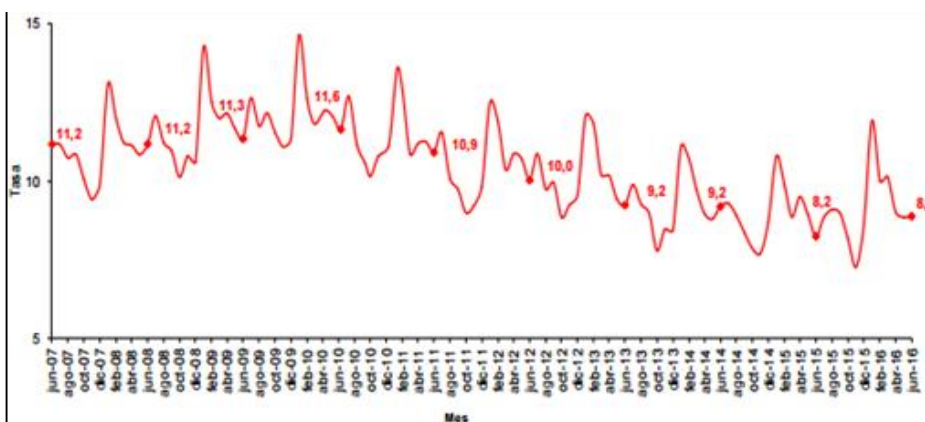
En el mes de junio de 2016, la tasa de desempleo fue 8,9%, en el mismo periodo del año anterior fue de 8,2%, la tasa de participación fue de 64,6% y una tasa de ocupación de 58,8%

Tabla 7. Tasa de desempleo

Tasa de desempleo	
jun-07	11,2
jun-08	11,2
jun-09	11,3
jun-10	11,6
jun-11	10,9
jun-12	10
jun-13	9,2
jun-14	9,2
jun-15	8,2
jun-16	8,9

Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_jun_16.pdf> [Consultado el 9 de agosto de 2016].

Gráfico 3. Tasa de desempleo. Junio (2007 – 2016)



Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_jun_16.pdf> [Consultado el 9 de agosto de 2016].

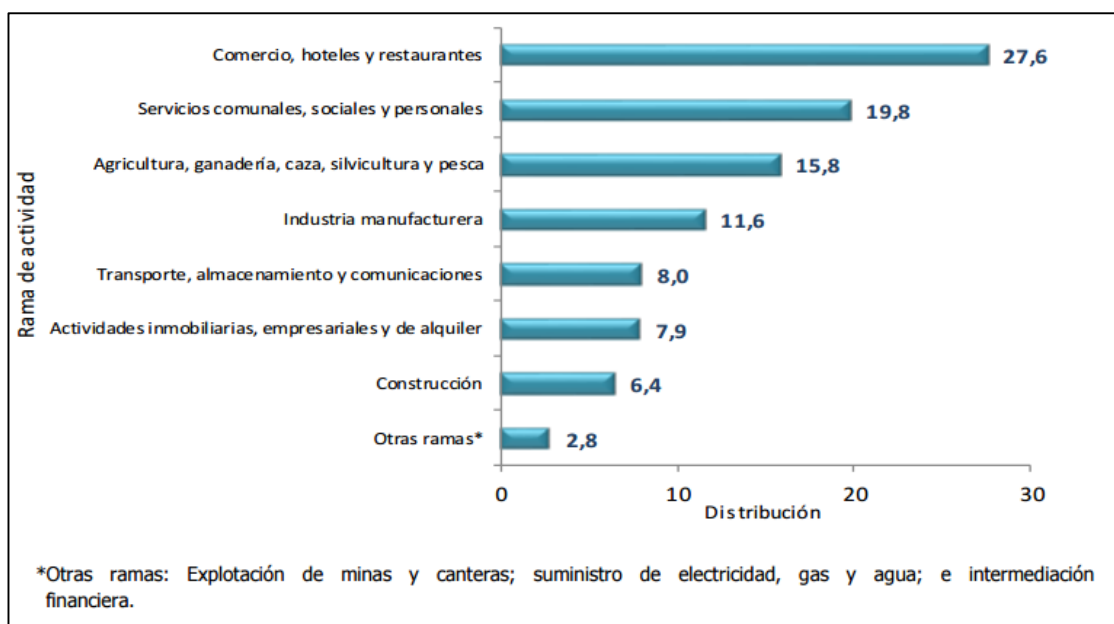
⁷ La Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH). [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_jun_16.pdf> [Consultado el 9 de agosto de 2016].

Tabla 8. Distribución porcentual de la población ocupada según rama de actividad

Población	Porcentaje
Comercio, hoteles y restaurantes	27,6
Servicios comunales, sociales y personales	19,8
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	15,8
Industria manufacturera	11,6
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	8
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	7,9
Construcción	6,4
Otras ramas	2,8

Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_jun_16.pdf> [Consultado el 9 de agosto de 2016].

Gráfico 4. Distribución porcentual de la población ocupada según rama de actividad



Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_jun_16.pdf> [Consultado el 9 de agosto de 2016].

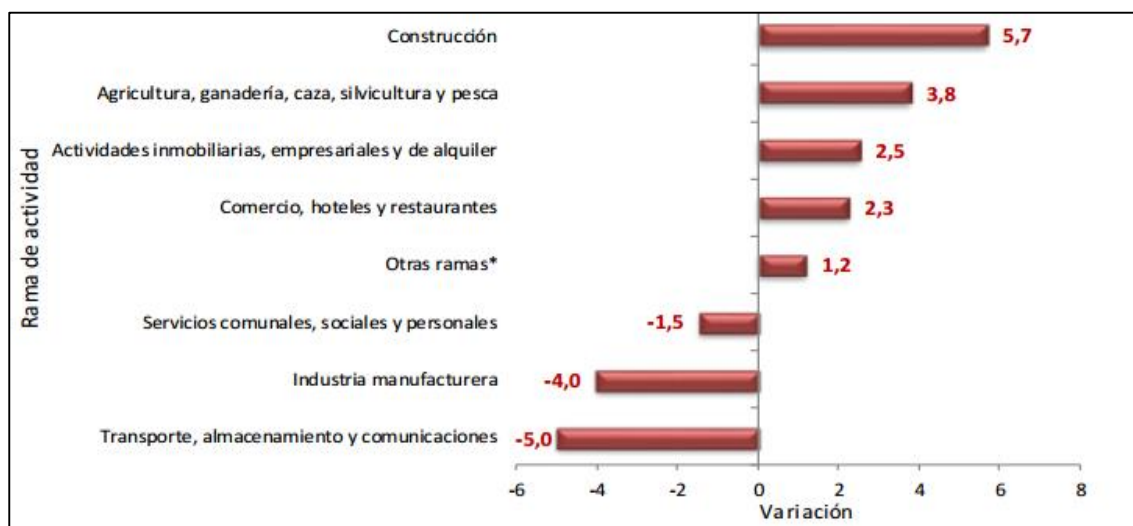
El total de número de personas ocupadas fue de 22,1 millones. Las ramas de actividad económica que concentraron el mayor número de ocupados fueron: comercio, hoteles y restaurantes; servicios comunales, sociales y personales; y agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca. Estas tres ramas captaron el 63,2% de la población ocupada.

Tabla 9. Variación porcentual de la población ocupada según rama de actividad Abril – junio (2015 – 2016)

Población	Porcentaje
Construcción	5,7
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3,8
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	2,5
Comercio, hoteles y restaurantes	2,3
Otras ramas	1,2
Servicios comunales, sociales y personales	-1,5
Industria manufacturera	-4
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	-5

Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_jun_16.pdf> [Consultado el 9 de agosto de 2016].

Gráfico 5. Variación porcentual de la población ocupada según rama de actividad Abril – junio (2015 – 2016)



Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_jun_16.pdf> [Consultado el 9 de agosto de 2016].

La rama con más variación en este periodo fue construcción con un 5,7%, continuando con agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca con un 3,8% y actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler con un 2,5%.

✓ **Indicadores de mercado laboral.** Las ciudades que registraron mayor tasa de desempleo fueron:

Quibdó: tasa de desempleo 17,8%; tasa global de participación 61,7%; tasa de ocupación 50,7% y tasa de subempleo objetivo 3,6%.

Cúcuta AM: tasa de desempleo 14,9%; tasa global de participación 64,1%; tasa de ocupación 54,6% y tasa de subempleo objetivo 13,0%.

Armenia: tasa de desempleo 14,6%; tasa global de participación 64,5%; tasa de ocupación 55,1% y tasa de subempleo objetivo 13,6%.

Las ciudades que presentaron las menores tasas de desempleo fueron:

Cartagena: tasa de desempleo 8,2%; tasa global de participación 58,4%; tasa de ocupación 53,6% y tasa de subempleo objetivo 3,8%.

Barranquilla AM: tasa de desempleo 8,5%; tasa global de participación 64,9%; tasa de ocupación 59,4% y tasa de subempleo objetivo 12,1%.

Bogotá DC: tasa de desempleo 8,5%; tasa global de participación 70,1%; tasa de ocupación 64,2% y tasa de subempleo objetivo 10,2%.

Tabla 10. Tasa global de participación, ocupación, desempleo y subempleo 23 ciudades y áreas metropolitanas Trimestre abril - junio 2016

Dominio	TGP	TO	TS (subj)	TS (obj)	TD	Variación TD
Quibdó	61.7	50.7	22.8	3.6	17.8	+
Cúcuta AM	64.1	54.6	27.0	13.0	14.9	+
Armenia	64.5	55.1	30.8	13.6	14.6	-
Popayán	60.1	52.2	24.6	13.9	13.1	+
Riohacha	65.7	57.1	38.6	10.9	13.1	+
Florencia	62.7	54.8	28.2	18.7	12.7	-
Villavicencio	65.8	57.5	18.2	8.2	12.6	+
Ibagué	66.1	58.1	33.0	11.9	12.1	-
Valledupar	58.2	51.7	15.9	8.0	11.2	+
Cali AM	67.7	60.5	33.0	13.4	10.7	-
Neiva	68.1	60.9	39.4	14.9	10.6	+
Santa Marta	56.3	50.5	23.7	12.8	10.3	+
Pereira AM	64.9	58.3	22.0	9.9	10.3	-
Tunja	63.4	56.9	24.0	7.3	10.3	-
Sincelejo	65.6	59.0	32.5	13.2	10.0	+
Montería	65.6	59.0	27.4	9.1	9.9	+

Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_jun_16.pdf>. [Consultado el 9 de agosto de 2016].

Tabla 11. (Continuación)

Dominio	TGP	TO	TS (subj)	TS (obj)	TD	Variación TD
Medellín AM	64.8	58.5	26.2	10.2	9.7	-
Manizales AM	60.0	54.2	18.8	5.3	9.7	-
Total 23 ciudades y AM	66.5	60.0	27.2	10.7	9.7	-
Total 13 ciudades y AM	67.0	60.7	27.1	10.6	9.5	-
Pasto	69.7	63.6	38.2	16.7	8.9	-
Bucaramanga AM	67.5	61.6	23.9	9.8	8.7	+
Bogotá D.C.	70.1	64.2	27.5	10.2	8.5	-
Barranquilla AM	64.9	59.4	28.5	12.1	8.5	+
Cartagena	58.4	53.6	13.9	3.8	8.2	-
San Andrés	71.6	66.7	5.7	3.8	6.9	+

Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_jun_16.pdf>. [Consultado el 9 de agosto de 2016].

1.1.5 Exportaciones. Es la actividad comercial de enviar un bien o un servicio a partes fuera del territorio nacional con fines comerciales, se puede realizar por cualquiera de las vías de transporte habituales, como marítimo terrestre o aérea. La exportación directa es donde la empresa directamente se encarga del proceso de la exportación, tiene la responsabilidad de conocer el mercado internacional y dirigir de la mejor manera las negociaciones. Las empresas se apoyan en personas especializadas en ventas, de agentes comerciales y de empresas distribuidoras y subsidiarias comerciales.

La exportación indirecta se realiza por medio de intermediarios que se especializan en los procesos de exportaciones. La empresa de exportación queda dependiendo de la empresa que hace las negociaciones y contratos en los diferentes países.

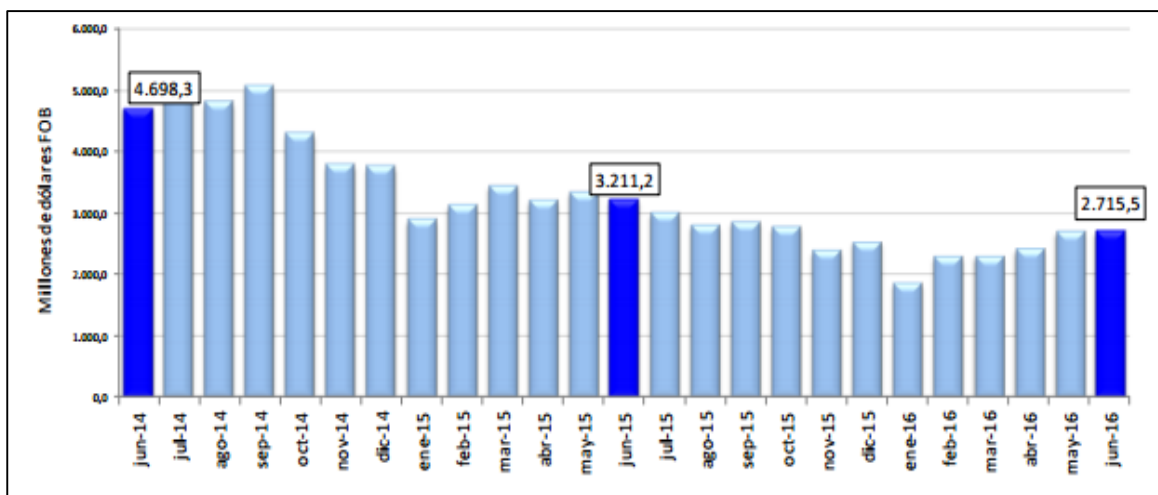
1.1.5.1 Estadísticas de exportación. Estas miden la salida legal de bienes hacia otro país o zona franca colombiana. Las exportaciones se consideran registradas cuando la aduana ha realizado el cierre de la declaración de exportación, y para la consolidación de las estadísticas se tiene en cuenta la fecha de la declaración y no la fecha de embarque de la misma.

Tabla 12. Valor mensual de las exportaciones. Junio 2014-2016

Mes	Millones de dólares
jun-14	4698,3
jul-14	5048,9
ago-14	4813,1
sep-14	5069,3
oct-14	4301,9
nov-14	3794,7
dic-14	3768,1
ene-15	2902,8
feb-15	3133,1
mar-15	3457,4
abr-15	3214,4
may-15	3355,7
jun-15	3211,2
jul-15	3001,9
ago-15	2808,5
sep-15	2870,3
oct-15	2785,8
nov-15	2396,2
dic-15	2543,0
ene-16	1840,4
feb-16	2297,4
mar-16	2301,3
abr-16	2418,6
may-16	2683,5
jun-16	2715,5

Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_jun16.pdf> [Consultado el 26 de enero de 2017].

Gráfico 6. Valor mensual de las exportaciones. Junio 2014-2016



Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_jun16.pdf> [Consultado el 9 de agosto de 2016].

En junio 2016 las ventas externas del país disminuyeron 15,4% con relación al mismo mes de 2015, al pasar de US\$3.211,2 millones FOB a US\$2.715,5 millones FOB; este resultado se explicó por la reducción de 20,3% en las ventas externas del grupo combustibles y productos de las industrias extractivas, y de 21,5% en el grupo de manufacturas.

En el mes de referencia, las exportaciones de combustibles y productos de las industrias extractivas participaron con 53,2% del valor FOB total de las exportaciones, manufacturas con 23,1%, productos agropecuarios, alimentos y bebidas con 20,8%, y “otros sectores” con 2,8%⁸.

⁸ Exportaciones. [En línea]. Disponible en: <<http://www.dane.gov.co/index.php/comercioexternior/exportaciones>> [Consultado el 9 de agosto de 2016].

Cuadro 1. Variación de las exportaciones. Enero-junio 2016/2015

Grupos de productos (OMC)	Junio					Enero - junio				
	2015	2016	Variación	Contribución	Participación	2015	2016	Variación	Contribución	Participación
	(Millones de dolares FOB)		(%)	a la variación	2016	(Millones de dolares FOB)		(%)	a la variación	2016
Total	3.211,2	2.715,5	-15,4		100,0	19.274,6	14.324,0	-25,7		100,0
Agropecuarios, alimentos y bebidas ¹	481,2	564,9	17,4	2,6	20,8	3.548,0	3.520,0	-0,8	-0,1	24,6
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	1.813,1	1.445,7	-20,3	-11,4	53,2	10.998,8	6.723,6	-38,9	-22,2	46,9
Manufacturas ³	799,7	627,6	-21,5	-5,4	23,1	4.203,7	3.551,4	-15,5	-3,4	24,8
Otros sectores ⁴	117,1	77,3	-34,0	-1,2	2,8	524,1	529,1	0,9	0,0	3,7

Fuente: DIAN. Cálculos: DANE - COMEX

^a Cifra preliminar

¹ Incluye las secciones de la Clasificación Uniforme del Comercio Internacional (CUCI) correspondientes a: productos alimenticios y animales vivos, bebidas y tabacos, materiales crudos no comestibles y aceites grasas y ceras, excluidos los capítulos de abonos en bruto y menas y desechos de metales.

² Incluye la sección de combustibles y lubricantes minerales y productos conexos de la CUCI y los capítulos correspondientes a abonos en bruto, menas y desechos de metales y metales no ferrosos.

³ Incluye las secciones de la CUCI correspondientes a productos químicos, artículos manufacturados clasificados según el material, maquinaria y equipo de transporte y artículos manufacturados diversos, excluidos el capítulo de metales no ferrosos y el grupo de armas y municiones.

⁴ Incluye la sección de la CUCI correspondiente a mercancías y operaciones no clasificadas en otro rubro y el grupo de armas y municiones.

Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_jun16.pdf> [Consultado el 9 de agosto de 2016].

1.1.6 Importaciones. Es la actividad comercial de adquirir un bien o un servicio de parte fuera del territorio nacional con fines comerciales, se puede realizar por cualquiera de las vías de transporte habituales, como marítimo terrestre o aérea.

1.1.6.1 Estadísticas de importación. Miden el ingreso legal de mercancías originarias de otro país o de una Zona Franca colombiana hacia el territorio aduanero nacional. Las recomendaciones internacionales emitidas por Naciones Unidas y por la Comunidad Andina (CAN), establecen entre otros, los bienes que deben incluirse o excluirse de las estadísticas de comercio exterior de bienes.

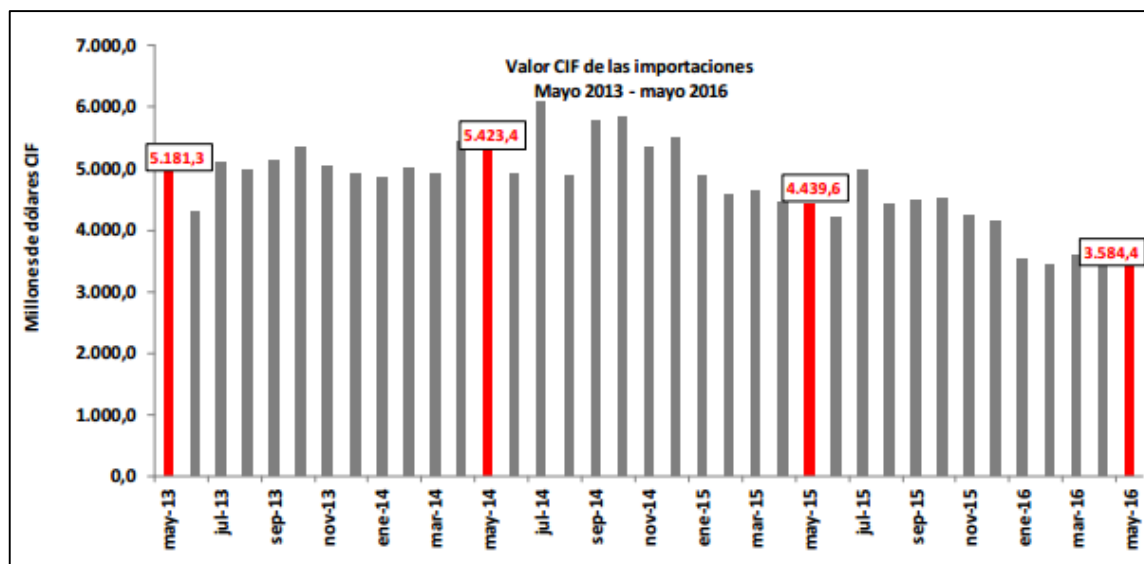
En Colombia el Comité Interinstitucional en el cual participan el DANE, la DIAN, el Banco de la República y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y como entidades invitadas el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, y Analdex, discuten y hacen los acuerdos metodológicos con respecto a las estadísticas de comercio exterior.

Tabla 13. Valor CIF de las importaciones. Mayo 2013-2016

Mes	Millones de dólares
may-13	5181,3
jun-13	4311,1
jul-13	5111,8
ago-13	4974,9
sep-13	5147,7
oct-13	5348,2
nov-13	5033,1
dic-13	4935,2
ene-14	4844,1
feb-14	5003,5
mar-14	4911,9
abr-14	5454,8
may-14	5423,4
jun-14	4923,5
jul-14	6084,2
ago-14	4901,9
sep-14	5791,3
oct-14	5847,1
nov-14	5354,3
dic-14	5488,8
ene-15	4885,1
feb-15	4587,1
mar-15	4641,2
abr-15	4461,2
may-15	4439,6
jun-15	4221,2
jul-15	4967,8
ago-15	4438,3
sep-15	4498,4
oct-15	4515,4
nov-15	4243,0
dic-15	4159,4
ene-16	3519,6
feb-16	3464,2
mar-16	3592,3
abr-16	3701,2
may-16	3584,4

Fuente: DANE [En línea]. Disponible en:<http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/importaciones/bol_impo_may16.pdf> [Consultado el 27 de enero de 2017].

Gráfico 7. Valor CIF de las importaciones. Mayo 2013-2016



Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/importaciones/bol_impo_may16.pdf> [Consultado el 9 de agosto de 2016].

De acuerdo con la DIAN, en mayo de 2016 las importaciones disminuyeron -19,3% con relación al mismo mes de 2015, al pasar de US\$4.439,6 millones CIF en 2015 a US\$3.584,4 millones CIF en 2016.

La disminución de las importaciones colombianas en este mes obedeció principalmente a la caída de 18,2% en el grupo de manufacturas y de 28,9% en el grupo de combustibles y productos de las industrias extractivas.

En el mes de referencia, las importaciones de manufacturas participaron con 75,7% del valor CIF total de las importaciones, productos agropecuarios, alimentos y bebidas con 14,1%, combustibles y productos de las industrias extractivas con 9,9%, y “otros sectores” con 0,3%⁹.

⁹ Importaciones. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/importaciones/bol_impo_may16.pdf> [Consultado el 9 de agosto de 2016].

Cuadro 2. Variación del valor CIF de las importaciones. Mayo 2016/2015

Grupos de productos (OMC)	Mayo ^p					Enero - mayo ^p				
	2015	2016	Variación	Contribución	Participación	2015	2016	Variación (%)	Contribución	Participación
	Millones de dólares CIF		(%)	a la variación	2016	Millones de dólares CIF		(%)	a la variación	2016
Total	4.439,6	3.584,4	-19,3			23.014,1	17.861,3	-22,4		
Agropecuarios, alimentos y bebidas ¹	586,1	504,6	-13,9	-1,8	14,1	2.700,5	2.599,6	-3,7	-0,4	14,6
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	499,0	354,7	-28,9	-3,3	9,9	2.447,1	1.886,5	-22,9	-2,4	10,6
Manufacturas ³	3.317,7	2.714,1	-18,2	-13,6	75,7	17.808,6	13.339,6	-25,1	-19,4	74,7
Otros sectores ⁴	36,7	11,0	-70,1	-0,6	0,3	58,0	35,7	-38,5	-0,1	0,2

Fuente: DIAN. Cálculos: DANE - COMEX

^p Cifra preliminar

¹ Incluye las secciones de la Clasificación Uniforme del Comercio Internacional (CUCI) correspondientes a: productos alimenticios y animales vivos, bebidas y tabacos, materiales crudos no comestibles y aceites grasas y ceras, excluidos los capítulos de abonos en bruto y menas y desechos de metales.

² Incluye la sección de combustibles y lubricantes minerales y productos conexos de la CUCI y los capítulos correspondientes a abonos en bruto, menas y desechos de metales y metales no ferrosos.

³ Incluye las secciones de la CUCI correspondientes a productos químicos, artículos manufacturados clasificados según el material, maquinaria y equipo de transporte y artículos manufacturados diversos, excluidos el capítulo de metales no ferrosos y el grupo de armas y municiones.

⁴ Incluye la sección de la CUCI correspondiente a mercancías y operaciones no clasificadas en otro rubro y el grupo de armas y municiones

Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/importaciones/bol_impo_may16.pdf> [Consultado el 9 de agosto de 2016].

1.1.7 Salarios. El salario mínimo es la mínima remuneración a que tiene derecho todo trabajador, con el cual ha de suplir sus necesidades básicas y las de su familia, el cual ha sido fijado en \$689.455 para el 2016.¹⁰

1.2 GENERALIDADES DEL SECTOR SERVICIOS

El sector terciario o de servicio incluye todas las actividades donde la mercancía no sufre ninguna transformación, pero son indispensables para la sociedad y la economía general. Algunos son el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno.

El tercer sector se considera no productivo, puesto que no produce bienes tangibles pero, sin embargo, contribuye a la formación del ingreso nacional y del producto nacional¹¹.

1.2.1 Producto Interno Bruto (PIB). El sector servicios tuvo 2 puntos de crecimiento debido a los resultados del sector financiero e inmobiliario.

¹⁰ Salarios. [En línea]. Disponible en: <<http://www.gerencie.com/salario-minimo.html>> [Consultado el 9 de agosto de 2016].

¹¹ Sectores económicos. [En línea]. Disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayuda-detareas/economia/sectores_economicos> [Consultado el 10 de agosto de 2016].

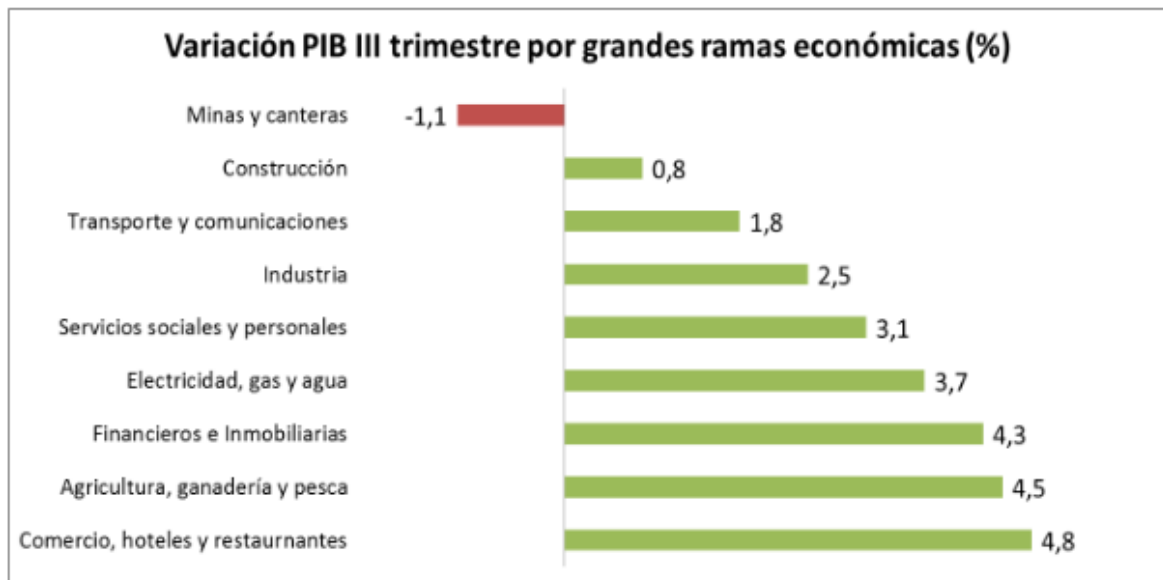
En la rama de comercio, hoteles y restaurantes tuvieron una variación del 4,8%,

Tabla 14. Variación PIB III trimestre por grandes ramas económicas (%)

Descripción	%
Minas y carreteras	-1,1
Construcción	0,8
Transporte y comunicaciones	1,8
industria	2,5
Servicios sociales y personales	3,1
Electricidad, gas y agua	3,7
Financieros e inmobiliarios	4,3
Agricultura, ganadería y pesca	4,5
Comercio, hoteles y restaurantes	4,8

Fuente: DANE, Cálculos Dinero [En línea]. Disponible en: <<http://www.dinero.com/economia/articulo/crecimiento-del-pib-colombia-tercer-trimestre-2015/217064>> [Consultado el 10 de agosto de 2016].

Gráfico 8. Variación PIB III trimestre por grandes ramas económicas (%)



Fuente: DANE, Cálculos Dinero [En línea]. Disponible en: <<http://www.dinero.com/economia/articulo/crecimiento-del-pib-colombia-tercer-trimestre-2015/217064>> [Consultado el 10 de agosto de 2016].

1.2.2 Índice de Precios al Consumidor (IPC). La tasa de variación anual del sector servicios en julio de 2016 ha sido un 8,8%, la variación mensual ha sido de

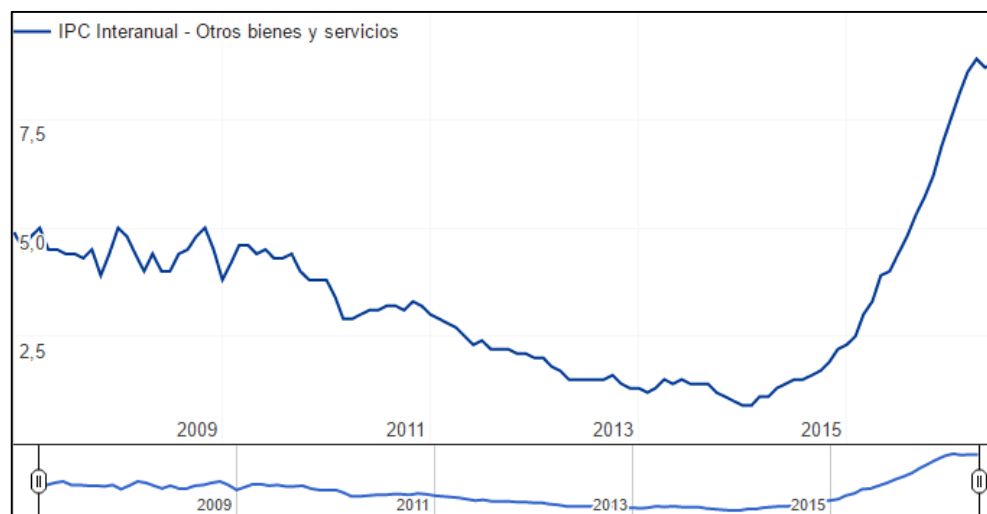
0,4%, lo que influye en la inflación acumulada en 2016 con un 5,4%. En Bogotá se presentó una variación mensual de 0.19% en 2015 y de 0,49% en 2016 y una diferencia de 0,31% y una variación anual de 3,50% en 2015 y de 3,84% en 2016 y una diferencia de 2,34%.

Tabla 15. IPC – Otros bienes y servicios 2016

	Interanual	Acum. desde Enero	Mensual
Julio 2016	8,8%	5,4%	0,4%
Junio 2016	8,8%	5,1%	0,5%
Mayo 2016	8,7%	4,6%	0,6%
Abril 2016	8,9%	4,0%	0,8%
Marzo 2016	8,6%	3,2%	1,1%
Febrero 2016	8,1%	2,2%	1,2%
Enero 2016	7,5%	1,0%	1,0%
Diciembre 2015	6,9%	6,7%	0,7%
Noviembre 2015	6,2%	6,0%	0,6%
Octubre 2015	5,7%	5,3%	0,5%
Septiembre 2015	5,3%	4,8%	0,6%
Agosto 2015	4,8%	4,2%	0,5%
Julio 2015	4,4%	3,7%	0,4%

Fuente: Datos macro. [En línea]. Disponible en: <<http://www.datosmacro.com/ipcpaises/colombia?sector=Otros+bienes+y+servicios&sc=IPC-O>> [Con sultado el 10 de agosto de 2016].

Gráfico 9. IPC Interanual - Otros bienes y servicios 2016



Fuente: Datos macro. [En línea]. Disponible en: <<http://www.datosmacro.com/ipcpaises/colombia?sector=Otros+bienes+y+servicios&sc=IPC-O>> [Consultado el 10 de agosto de 2016].

1.2.3 Empleo. El sector servicios es el que posee la mayor cantidad de trabajadores a nivel nacional con un total de 5,8 millones de personas para febrero y marzo de 2015. Su participación en abril de 2015 creció 3 puntos porcentuales y se ubicó en el 27%. Aunque, el crecimiento de sus contrataciones disminuyeron y pasaron de 2,1% en 2014 a 1,2% en 2015.

Tabla 16. Participación de los sectores a nivel nacional

Sectores	2005	2009	2014	2015
Agricultura, pesca, ganadería, caza y silvicultura	21	19	17	16
Industria manufacturera	14	15	12	13
Comercio, hoteles y restaurantes	24	25	26	27
Servicios comunales, sociales y personales	22	20	20	19

Fuente: Dinero. [En línea]. Disponible en: <<http://www.dinero.com/economia/articulo/cuales-sectores-generaron-mas-empleo-abril-2015/209196>> [Consultado el 10 de agosto de 2016].

Gráfico 10. Participación de los sectores a nivel nacional



Fuente: Dinero. [En línea]. Disponible en: <<http://www.dinero.com/economia/articulo/cuales-sectores-generaron-mas-empleo-abril2015/209196>> [Consultado el 10 de agosto de 2016].

1.3 SECTOR COMERCIAL

El sector comercial hace parte de la actividad Comercio al Por Mayor y Menor en Colombia, de acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) sección G Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.

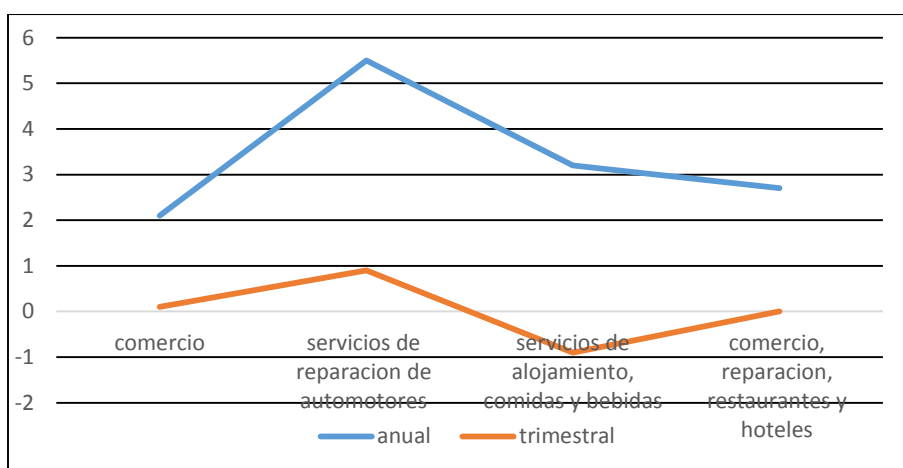
La actividad económica comercio, reparación, restaurantes y hoteles, tuvo una variación porcentual del 2,7 respecto al mismo periodo de 2015 con un crecimiento en comercio de un 2,1% como se muestra en la Tabla.

Tabla 17. Comercio, reparación, restaurantes y hoteles Variación del valor agregado 2016 – Primer trimestre

Productos	Variación porcentual (%)	
	Anual	Trimestral
Comercio	2,1	0,1
Servicios de reparación de automotores	5,5	0,9
Servicios de alojamiento, comidas y bebidas	3,2	-0,9
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	2,7	0,0

Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/almacenes/bol_gah_ltrim14.pdf> [Consultado el 11 de agosto de 2016]

Gráfico 11. Comercio, reparación, restaurantes y hoteles Variación del valor agregado 2016 – Primer trimestre



Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/almacenes/bol_gah_ltrim14.pdf> [Consultado el 11 de agosto de 2016]

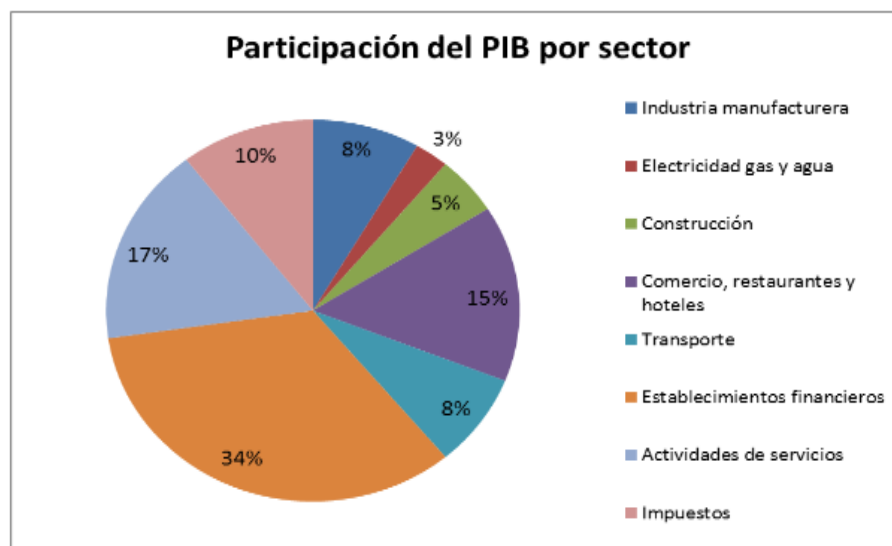
La participación del PIB por sectores nos muestra que los establecimientos financieros tuvieron una participación del 34%, las actividades de servicios del 17% y comercio, restaurante y hoteles fue de un 15%.

Tabla 18. Participación del producto Interno Bruto (PIB) por sector de Bogotá

Sectores	%
Industria manufacturera	8%
Electricidad, gas y agua	3%
Construcción	5%
Comercio, hoteles y restaurantes	15%
Transporte	8%
establecimientos financieros	34%
Actividades de servicios	17%
Impuestos	10%

Fuente: DANE, Cálculos Dinero. [En línea]. Disponible en: <http://www.dinero.gov.co/files/calculos/boletines/almacenes/bol_gah_ltrim14.pdf> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

Gráfico 12. Participación del producto Interno Bruto (PIB) por sector de Bogotá



Fuente: DANE, Cálculos Dinero. [En línea]. Disponible en: <http://www.dinero.gov.co/files/calculos/boletines/almacenes/bol_gah_ltrim14.pdf> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

1.4 SECTOR SUPERMERCADO E HIPERMERCADOS

El comercio minorista presento una variación mensual en las ventas de 1,8%. En los últimos doce meses tuvieron una variación de 2,2 %. En mayo de 2015 la variación fue de 1,8 %. En el mismo periodo precedente fue de 5,7 % y la variación anual fue de -0,5 %.

El personal ocupado presento una variación mensual de 2,7%. Entre junio de 2015 y mayo de 2016, presentó una variación de 3,4 %. Y la variación anual fue de 3,0 %. En el mismo mes de 2015 la variación se ubicó en 4,8 %.

Las ciudades que registraron crecimiento fueron Cali 4,5 % y Medellín 3,5 %, mientras que Bucaramanga y Bogotá presentaron variaciones de -8,0 % y -1,4% respectivamente¹².

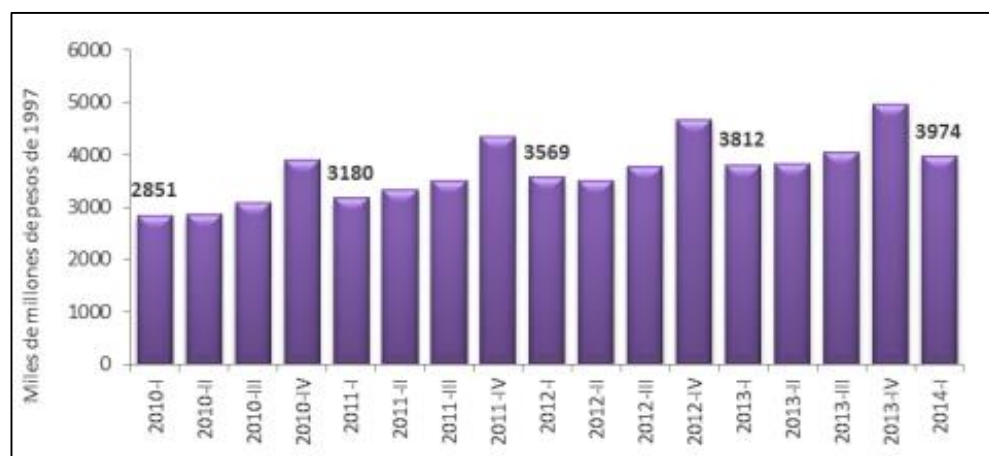
Tabla 19. Ventas reales en Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas

Periodo	Miles de millones
2010-I	2851
2010-II	2863
2010-III	3090
2010-IV	3912
2011-I	3180
2011-II	3337
2011-III	3511
2011-IV	4341
2012-I	3569
2012-II	3513
2012-III	3784
2012-IV	4659
2013-I	3812
2013-II	3841
2013-III	4055
2013-IV	4962
2014-I	3974

Fuente: DANE. [En línea]. Disponible en: <<https://goo.gl/Y7aVfP>> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

¹² Portafolio. [En línea]. Disponible en: <<http://www.portafolio.co/economia/variacion-de-comercio-para-mayo-de-2016-498862>> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

Gráfico 13. Ventas reales en Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas Total nacional 2010 – 2014 (I trimestre)



Fuente: DANE. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/almacenes/bol_gah_ltrim14.pdf> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

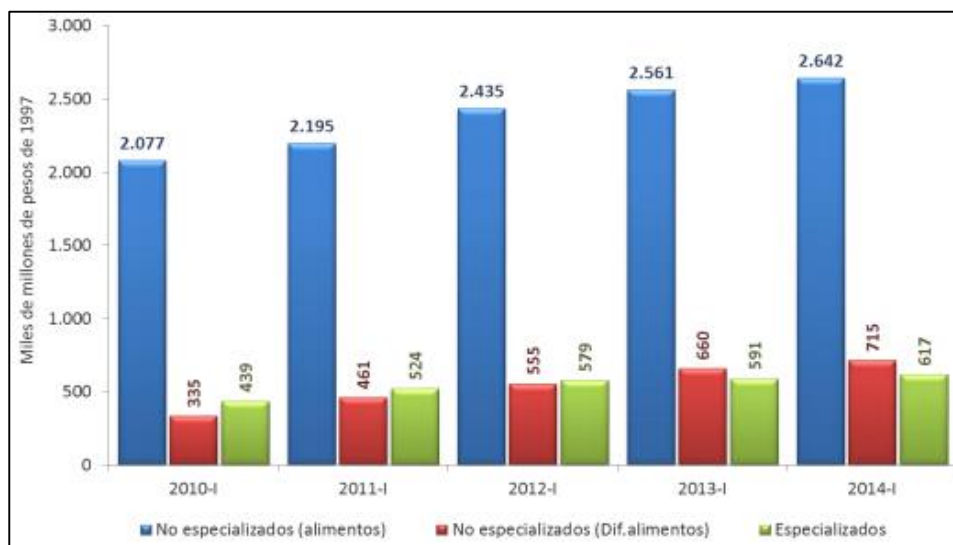
En el primer trimestre del 2014 las ventas aumentaron en un 4,3% con respecto al trimestre del año 2013.

Tabla 20. Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas en Grandes Almacenes e Hipermercados minoristas. Total nacional 2010 – 2014 (I trimestre)

Descripción	2010-I	2011-I	2012-I	2013-I	2014-I
No especializados (alimentos)	2077	2195	2435	2561	2642
No especializados (Dif alimentos)	335	461	555	660	715
Especializados	439	524	579	591	617

Fuente: DANE. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/almacenes/bol_gah_ltrim14.pdf> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

Gráfico 14. Variación anual de las ventas reales de alimentos y bebidas no alcohólicas en Grandes Almacenes e Hipermercados minoristas. Total nacional 2010 – 2014 (I trimestre)



Fuente: DANE. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/almacenes/bol_gah_ltrim14.pdf> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

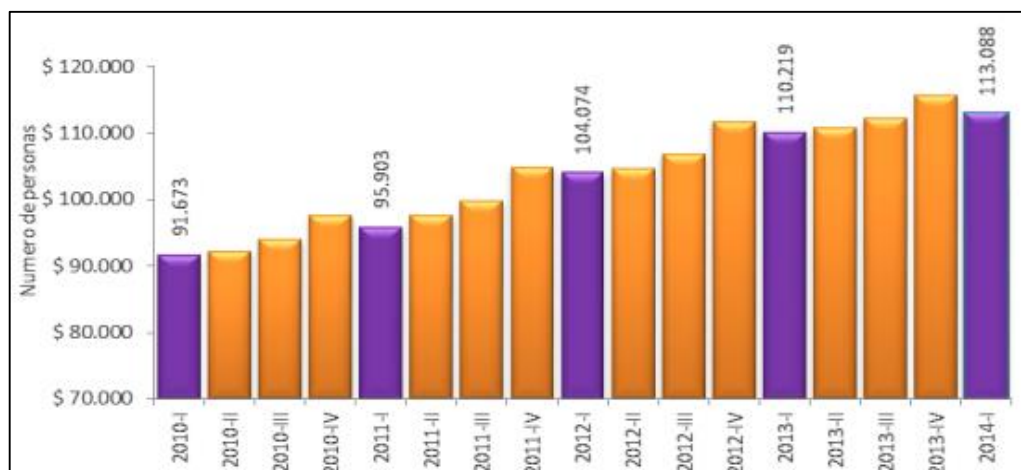
En el primer trimestre del 2014 las ventas reales por tipo de almacén especializado, no especializado presentaron un aumento de 6,5% respecto con el trimestre del año 2013

Tabla 21. Personal ocupado por los Grandes Almacenes e Hipermercados

Periodo	miles de millones
2010-I	91.673
2010-II	92.298
2010-III	94.048
2010-IV	97.670
2011-I	95.903
2011-II	97.689
2011-III	99.878
2011-IV	104.917
2012-I	104.074
2012-II	104.657
2012-III	106.992
2012-IV	111.811
2013-I	110.219
2013-II	110.796
2013-III	112.249
2013-IV	115.801
2014-I	113.088

Fuente: DANE. [En línea]. Disponible en: <<https://goo.gl/0jZbGZ>> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

Gráfico 15. Personal ocupado por los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas Total nacional 2010 – 2014 (I trimestre)



Fuente: DANE. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/almacenes/bol_gah_ltrim14.pdf> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

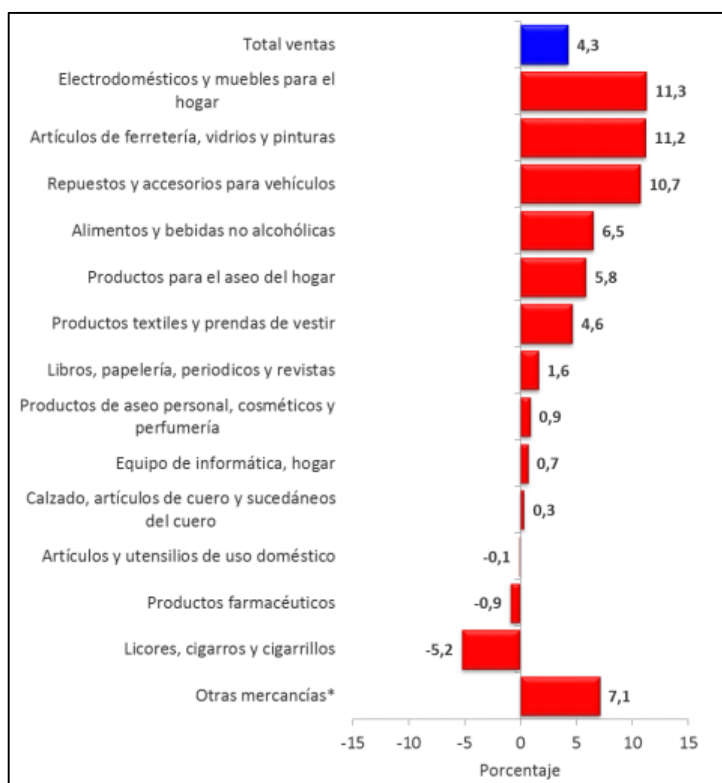
En el primer trimestre del año 2014 se alcanzó un total de 113.088 personas ocupadas, lo que significó un aumento de 2,6% frente al primer trimestre de 2013.

Tabla 22. Variación anual de las ventas reales. Total nacional I trimestre 2014

Descripción	Porcentaje
Total ventas	4,3
Electrodoméstico y muebles para el hogar	11,3
Artículos de ferretería, vidrios y pinturas	11,2
Repuestos y accesorios para vehículos	10,7
Alimentos y bebidas no alcohólicas	6,5
productos para el aseo del hogar	5,8
Productos textiles y prendas de vestir	4,6
Libros, papelería, periódicos y revistas	1,6
Productos de aseo personal, cosméticos y perfumería	0,9
Equipo de informática, hogar	0,7
Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero	0,3
Artículos y utensilios de uso domestico	-0,1
Productos farmacéuticos	0,9
Licores, cigarros y cigarrillos	-5,2
Otras mercancías	7,1

Fuente: DANE. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/almacenes/bol_gah_ltrim14.pdf> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

Gráfico 16. Variación anual de las ventas reales Total nacional I trimestre 2014



Fuente: DANE. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/almacenes/bol_gah_ltrim14.pdf> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

Los grupos de mercancías que presentaron las mayores variaciones positivas fueron: electrodomésticos y muebles para el hogar; artículos de ferretería, vidrios y pinturas; repuestos y accesorios para vehículos; y alimentos y bebidas no alcohólicas.

1.5 DEMANDA MERCADO OBJETIVO

El sector comercial se divide en dos tipos: comercio mayorista y comercio minorista. El comercio mayorista se caracteriza por vender a otros mayoristas o minoristas pero no al consumidor final. En el comercio minorista el comprador es el consumidor final y a esto se le denomina como Retail.

Retail se basa en la venta de varios productos a diferentes compradores, tiene entre los grandes actores del sector están los supermercados.

Existen diferentes características del retail:

- ✓ **Localización:** se caracteriza por la proximidad que existe al cliente, un lugar transitado.
- ✓ **Variedad y surtido:** se caracteriza en mantener la mejor localización y tener una variedad de productos, manteniendo la debida organización y funcionamiento.

Se puede clasificar en dos grupos.

Cuadro 3. Modelos

TIENDAS ESPECIALIZADAS	
Súper especializada de un solo segmento / nicho	Aquí la variedad es reducida, ya que se comercializa un solo tipo de producto orientado a un solo segmento o nicho, los cuales son muy específicos del mercado, pero con un amplio surtido de marcas, artículos, modelos, medidas, colores, estilos y precios.
especializada en varios segmentos o nichos	La variedad no es tan reducida; posee un amplio surtido dirigido a varios nichos del mercado
Negocios que comercializan únicamente una gran categoría	Generalmente son formatos de gran tamaño que ocupan posiciones de liderazgo y que se dirigen a varios segmentos del mercado, limitado la variedad solo a los productos que les interesan, con un amplio surtido de marcas, modelos y precios
TIENDAS DEPARTAMENTALES	
Con líneas casi ilimitadas	Negocios de gran espacio físico, con amplia variedad de categorías y surtidos; algunos con departamentos muy grandes y otros no tanto
Con líneas limitadas	tiendas con variedad limitada de categorías especializadas

Fuente: Ruben Roberto Rico, Evaristo Doria. Retail Marketing 2005. [Consultado el 11 de agosto de 2016].

- ✓ **Precio:** se caracteriza por tener precios asequibles a todo tipo de cliente, por lo general, se manejan grandes volúmenes. Se puede conocer diferentes modelos.

Cuadro 4. Modelos precios bajos

FORMATOS BASADOS EN PRECIOS BAJOS	
Tiendas de descuento	El atractivo principal de este formato es ofrecer precios más bajos que los tradicionales. Posee una selección reducida de productos y marcas, con gran presencia de productos y marcas, con gran presencias de marcas propias y además ofrecen pocos servicios
Supercentros	Formato que integra a las tiendas de descuento y a los supermercados con gran espacio (varían entre los 10,000 y los 18,000 metros cuadrados), para que los consumidores adquieran todo en uno solo.
hipermercados	Son tiendas enormes con superficies que varían entre los 19 y 24 mil metros cuadrados, en las cuales el concepto es "comprar todo en el mismo lugar", mediante autoservicio, y con precios más bajos que los negocios tradicionales. Con el fin de ampliar su atractivo.
Negocios de segunda selección	Generalmente, las mismas fábricas o proveedores comercializan productos de saldos de últimas temporadas, y otro, de según calidad y discontinuados. Dichos productos están disponibles a muy bajo precio y, por sobre todo, muy inferior a los tradicionales y a los negocios de descuento.
Negocios de ventas a un solo precio	son negocios en los cuales los productos cambian casi continuamente, porque el comercio compra oportunidades de todo tipo (saldos, excedentes, ofertas, artesanías, etc.) y cualquiera de ellos tiene el mismo precio para casi toda la mercadería

Fuente: Ruben Roberto Rico, Evaristo Doria. Retail Marketing. 2005. [Consultado el 11 de agosto de 2016].

- ✓ **Calidad:** se caracteriza por tener armonía y cuidado en detalles para que los clientes empiecen a dar valor y se cree una fidelización por la calidad de los productos.
- ✓ **Servicio:** se caracteriza por tomar en cuenta el valor agregado que produce el servicio. Mejorar la calidad en la atención de clientes, inculcar valores en la empresa y la adecuada capacitación al personal.
- ✓ **Conveniencia:** se centra en las características comunes. Se especifican como las tres conveniencias fundamentales; la conveniencia del lugar, que se encuentre próximo a los clientes; el tiempo que permanece abierto, un buen horario factible para todos los clientes (empleados) y por último, la emergencia, hay que pensar en las emergencias de último momento de los clientes.

1.5.1 Tipos de mercado. El mercado es el lugar físico donde se realiza el intercambio de los productos o servicios, es donde se concentra la oferta y demanda con reglas establecidas previamente.

El mercado se divide en dos tipos de competencias, la competencia perfecta y la competencia imperfecta.

1.5.1.1 Mercado de competencia perfecta. Es aquel donde los productos y servicios tienen las mismas características y el precio se estipula a partir de la oferta y demanda.

Los clientes y los vendedores son conocedores de las condiciones con las que se maneja dicho mercado. Este tipo de mercado lo consideran el ideal.

1.5.1.2 Mercado de competencia imperfecta. Es el más conocido y se subdivide en los siguientes:

- ✓ **Mercado monopolista.** Es aquel en el cual solo existe un único productor y se tiene dominio total sobre el producto o servicio específico. Se debe asegurar que no tenga sustituto. El productor tiene dominio en el precio.
- ✓ **Mercado de competencia monopolística.** Es aquel que se presenta a menudo y el cliente percibe fácilmente, los productos tienen características similares y se encuentran a diferentes precios, ningún productor tiene control sobre el precio de venta en el mercado y empiezan a competir en calidad, empaque y publicidad.
- ✓ **Oligopolio.** Es aquel que se encuentra conformado por un pequeño número de productores, los cuales estipulan el precio e imponen las decisiones con respecto al producto o servicio.
- ✓ **Monopsonio.** Es aquel que la demanda recae en un único comprador, por lo tanto este tiene el poder de negociación tanto en precio y cantidades a las cuales el productor debe adecuar.

Los supermercados manejan una competencia monopolística ya que expone los productos de diferentes marcas en góndolas y el cliente decide por sus gustos (diseño, tamaño, cantidad, calidad, entre otras).

1.5.2 Competencia directa. Son las empresas que ofrecen un mismo producto o servicio y buscan llegar al mismo nicho de mercado. Compiten por precio, calidad, servicio.

Los supermercados e hipermercados tienen como competencia directa a: Surtifruver, Éxito, Carulla, Supertiendas Olímpica, Alkosto, Carrefour, Makro, La 14, Cafam, Colsubsidio, SAO, D1 y Justo & Bueno

1.5.3 Competencia indirecta. Son las empresas que ofrecen productos o servicios sustitutos a los que ya existen en este mercado con el fin de satisfacer todas las necesidades de los clientes.

1.6 OFERTA

Se refiere a la cantidad de bienes productos o servicios se ofrece en el mercado con determinadas condiciones. El precio es una de las condiciones fundamentales que determina el nivel de oferta de un determinado bien en un mercado.¹³

1.6.1 Costos. Es un valor en el que se incurre de forma directa o indirecta al adquirir un producto o servicio. Los costos son necesarios para la producción de bienes o para obtenerlos.

Los supermercados incurren en los siguientes costos:

- ✓ **Costos de suministro diversos:** son las compras necesarias de los utensilios necesarios para brindar el servicio de la mejor manera.
- ✓ **Costo de Mano de Obra por el servicio:** son los salarios y prestaciones correspondientes a los trabajadores que ofrecen el servicio.
- ✓ **Costos indirectos:** estos son los que se generan directamente de la prestación del servicio como arriendo, servicios públicos, mantenimiento.

1.6.2 Tecnología. Procedimientos o instrumentos que intervienen en la fabricación de determinado producto o en la prestación de un servicio.

En los supermercados se utilizan instrumentos como montacargas, cajas registradores, lector código de barras, datafono, circuito cerrado de seguridad, software.

1.6.3 Mano de obra. Es el personal que trabaja directamente en la elaboración de un producto o en la prestación de un servicio.

Los supermercados cuentan con puestos como los siguientes:

¹³ Banco de la Republica Cultural. [En línea]. Disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta_y_demanda> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

- ✓ Cajero (a).
- ✓ Operarios de descargue y surtido.
- ✓ Encargado de almacén.
- ✓ Personal de seguridad.
- ✓ Administrador del almacén.

1.7 ANÁLISIS PESTAL

Se analizan los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales para describir el entorno y comportamiento del sector.

1.7.1 Factor político. Bogotá cuenta con programas de la Alcaldía Mayor como Basura Cero es un programa cuyo objetivo es lograr que los residuos sólidos no sean enterrados o incinerados, sino aprovechados y devueltos al ciclo productivo en un 100%.¹⁴

1.7.2 Factor económico. De acuerdo al informe del Departamento Nacional de Estadística (DANE), en el año 2015 la inflación fue de 6,77%; con una variación de 0,62% con respecto al 2014 lo que generó la inflación más alta desde el 2010.

El grupo que más registró un aumento fue el de alimentos con una participación en el cambio de 49% y una ponderación de 28,21.

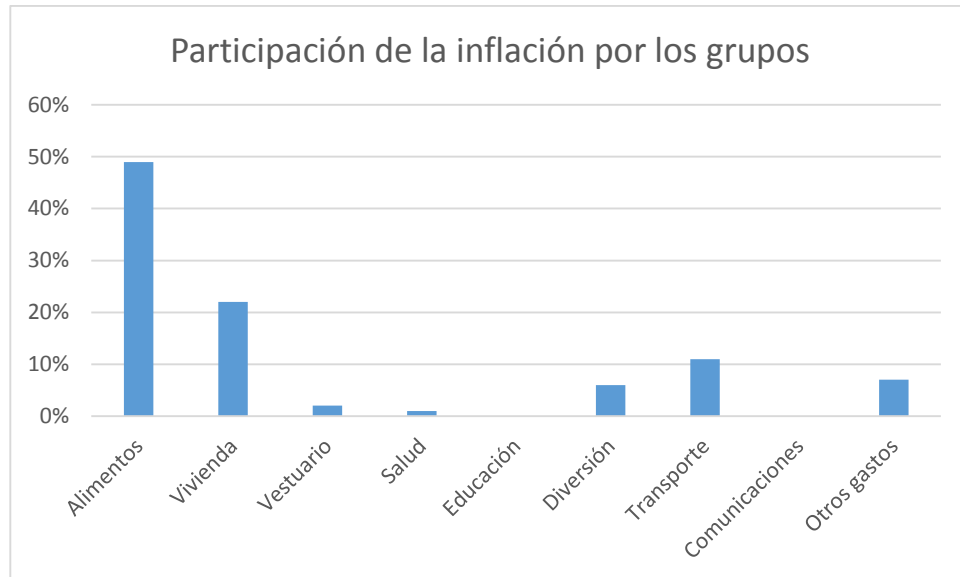
Tabla 23. Participación de la inflación por los grupos

2015 diciembre	Participación en el cambio	Ponderación (%)
Alimentos	49%	28,11
Vivienda	22%	30,1
Vestuario	2%	5,16
Salud	1%	2,43
Educación	0%	5,73
Diversión	6%	3,1
Transporte	11%	15,19
Comunicaciones	0%	3,72
Otros gastos	7%	6,35
Total	100%	100

Fuente: DANE, construcción Dinero. [En línea]. Disponible en: <<https://goo.gl/cXnvbU>> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

¹⁴ Bogotá Basura Cero. [En línea]. Disponible en: <<http://www.bogota.gov.co/ciudad/bogota-basura-cero>> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

Gráfico 17. Participación de la inflación por los grupos



Fuente: DANE, construcción Dinero. [En línea]. Disponible en:<<http://www.dinero.com/economia/articulo/la-inflacion-alta-ultimos-anos/217685>> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

1.7.3 Factor social. Bogotá actualmente tiene una población de 7.898.783 habitantes, en el año 2015 se obtuvo una inversión en el sector Comercio, Industria y Turismo de 19.099 millones de pesos con respecto a la vigencia 2010.

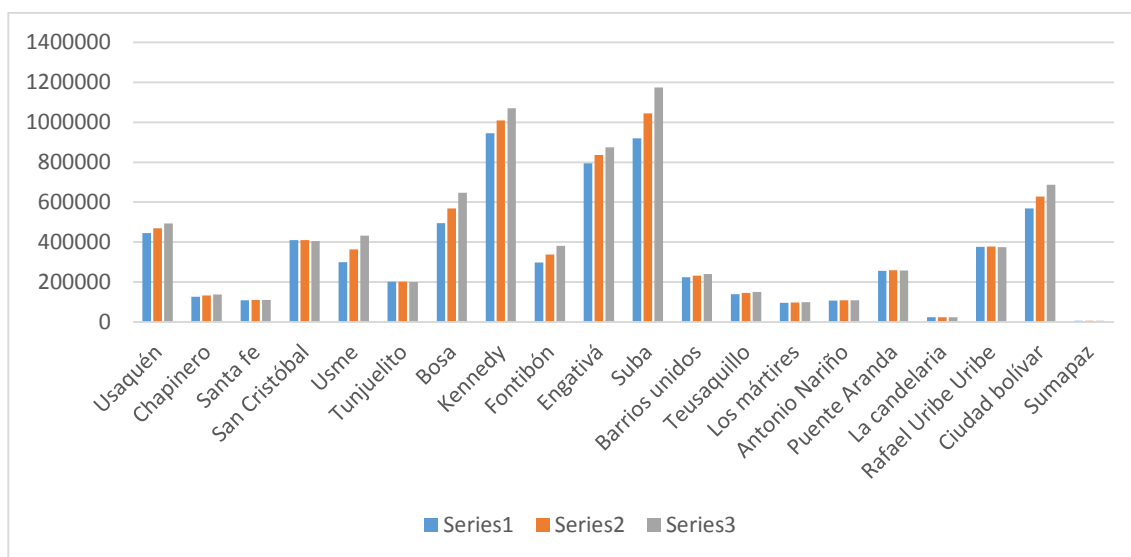
Las proyecciones del número de habitantes por localidades para los años 2005, 2010 y 2015.

Tabla 24. Número de habitantes en Bogotá por localidades

Localidad	2005	2010	2015
Usaquén	444.924	469.635	494.066
Chapinero	126.274	132.271	137.870
Santa fe	109.463	110.049	110.053
San Cristóbal	409.653	410.148	406.025
Usme	299.621	363.707	432.724
Tunjuelito	202.342	202.010	200.048
Bosa	495.283	569.093	646.833
Kennedy	944.777	1.009.527	1.069.469
Fontibón	297.933	338.198	380.453
Engativá	793.944	836.124	874.755
Suba	918.580	1.044.006	1.174.736
Barrios unidos	224.216	232.802	240.960
Teusaquillo	138.993	145.157	151.092
Los mártires	95.866	97.611	98.758
Antonio Nariño	106.648	108.150	108.941
Puente Aranda	257.090	258.751	258.414
La candelaria	23.985	24.117	24.096
Rafael Uribe Uribe	376.711	377.836	375.107
Ciudad bolívar	567.861	628.366	687.923
Sumapaz	5.952	6.224	6.460
Total	6.840.116	7.363.782	7.878.783

Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:HiLyRvMeCvQJ:https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/ecvb/4.xls+&cd=1&hl=es419&ct=clnk&gl=co> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

Gráfico 18. Número de habitantes en Bogotá por localidades



Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:HiLyRvMeCvQJ:https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/ecvb/4.xls+&cd=1&hl=es419&ct=clnk&gl=co> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

Actualmente se conoce un estimado de que las tiendas de barrio tienen el 53 por ciento del mercado y las grandes superficies el 47 por ciento.

Según el informe Consumer Insights, de la consultora británica Kantar Worldpanel del 2014, las cadenas de retail que dominaron frente a los demás fueron Éxito, Olímpica y Cencosud con las marcas Jumbo y Metro.

El estudio arroja la información de que el 50% de la población está en los niveles socioeconómicos 1 y 2, y las cadenas tienen una penetración del 67%, el 18% compra en almacenes, un 24% en minimercados y un 20% en tiendas de barrio.

En los niveles socioeconómicos de nivel medio las cadenas de retail tuvieron una mayor penetración con el 81%, tienen un promedio de visita a los almacenes cada 15 días.

En los niveles socioeconómicos de nivel alto los almacenes Éxito tuvieron un 79% y una frecuencia de visita cada 19 días.

En el primer Congreso Nacional de reciclaje organizado por la ANDI, Bogotá dio a conocer que el 55% del valor total del material reciclado en Colombia lo asumen los recicladores de oficio y solo un 47% del consumo de papel y cartón se recicla.

1.7.4 Factor tecnológico. La tecnología en el sector de servicios evoluciona continuamente y con esto se busca mejorar la calidad ofrecida a los clientes, como realizar compras por medio de los teléfonos celulares. Las empresas se deben estar actualizando todo el tiempo para ir implementando estas nuevas opciones de mercado y continuar vigente en el mismo.

1.7.5 Factor ambiental. En Colombia se celebra el Día Mundial del Reciclaje el 17 de Mayo, el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible inicio una campaña educativa para crear la cultura del reciclaje y busca que todas las entidades tanto privadas como públicas contribuyan en las actividades diarias a mitigar los impactos ambientales que generan los residuos sólidos.

1.7.6 Factor legal. En Colombia existen diferentes leyes normas y decretos con el fin de la regulación de las actividades en la sociedad, respetar los derechos y reprender los malos actos.

- ✓ **Ley 1259 del 19 de diciembre de 2008.** Crear e implementar el Comparendo Ambiental como instrumento de cultura ciudadana, sobre el adecuado manejo de residuos sólidos y escombros, previendo la afectación del medio ambiente y la salud pública, mediante sanciones pedagógicas y económicas a todas aquellas personas naturales o jurídicas que infrinjan la normatividad existente en materia de residuos sólidos; así como propiciar el fomento de estímulos a las buenas prácticas ambientalistas¹⁵.
- ✓ **Ley 1466 del 30 junio 2011.** Adición al inciso 2° del artículo 1° de la Ley 1259 del 19 de diciembre de 2008¹⁶.
- ✓ **Resolución 668 de 28 de abril 2016.** Regula el uso de las bolsas plásticas en Colombia. Establecer a cargo de los distribuidores de bolsas plásticas a que se refiere esta norma, la obligación de formular, implementar y mantener actualizado un Programa de Uso Racional de Bolsas Plásticas, distribuidas en los puntos de pago en todo el territorio nacional¹⁷.
- ✓ **Decreto 400 de 2007.** La alcaldía obliga a todas las entidades públicas a separar las basuras desde la fuente¹⁸.

¹⁵ Ministerio de Ambiente. [En línea]. Disponible en: <http://www.minambiente.gov.co/images/normativa/leyes/2008/ley_1259_2008.pdf> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

¹⁶ Ministerio de Ambiente. [En línea]. Disponible en: <<http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley146630062011.pdf>> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

¹⁷ Justicia Ambiental. [En línea]. Disponible en: <<https://justiciaambientalcolombia.org/2016/05/03/resolucion-bolsas/>> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

¹⁸ Alcaldía Bogotá. [En línea]. Disponible en: <<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38899>> [Consultado el 11 de agosto de 2016].

1.8 FUERZAS DE PORTER

Las cinco fuerzas de Michael Porter dan conocer por medio de conceptos cómo se pueden maximizar las utilidades, enfrentar y superar a la competencia de una empresa. Estas cinco fuerzas son la rivalidad entre competidores, poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores, poder de productos sustitutos y por último amenaza a nuevos competidores.

1.8.1 Nivel de rivalidad entre competidores existentes. La rivalidad entre las empresas de este sector es muy alta ya que existe gran cantidad de supermercados, hipermercados y “tiendas de barrio”. Este sector no se diferencia por productos ya que la mayoría maneja las mismas referencias y su estrategia se basa en publicidad y servicio al cliente.

1.8.2 Poder de negociación de los clientes. En el sector es difícil fidelizar un cliente ya que existen diferentes establecimientos que le ofrecen servicios similares. Algunos almacenes adoptan estrategias para mitigar esto, como lo son tarjetas puntos con las que pueden ganar premios o se le pueden generar descuentos.

1.8.3 Poder de negociación de proveedores. El proveedor pierde poder ya que existen mucha oferta de productos poco diferenciados y con precios similares. Las estrategias que se aplican son las buenas negociaciones para obtener la mejor calidad a un mismo precio.

1.8.4 Poder de productos sustitutos. En el sector de los supermercados se encuentran diferentes sustitutos ya que la venta de estos productos es semejante. Los almacenes bajan o igualan sus precios manteniendo una excelente calidad para así mantener los clientes. Esto fortalece el poder de negociación de los clientes.

1.8.5 Ingresos de nuevos competidores. Los competidores nuevos deben tener un buen capital inicial para invertir en infraestructura y en las diferentes necesidades iniciales. Una amenaza que las grandes superficies no toman en cuenta son las “tiendas de barrio” ya que esta puede ser la iniciación de una cadena de supermercados que pueda llegar a crecer y extenderse por diferentes lugares de la ciudad y/o país.

1.9 MATRIZ DOFA

Con base al diagnóstico, el análisis PESTAL del sector y las cinco fuerzas de Porter, se definió la matriz DOFA del sector.

Cuadro 5. Matriz DOFA

	Debilidades	Fortaleza
	Desconocimiento del sector por parte de los clientes. Poca cultura en el país para este tipo de negocio. Pocas fuentes de financiación. Cultura administrativa (formato de negocio)	Poca competencia del sector específico. Precios más bajos que de las marcas reconocidas. Amigabilidad con el medio ambiente.
Oportunidades	Estrategia (DO)	Estrategia (FO)
Participación de organizaciones sin ánimo de lucro. Nuevos formatos de negocios. Franquicias. Publicidad en redes sociales. Sistemas de distribución.	A través de las franquicias generar conocimiento del supermercado. Cambiar los paradigmas de los supermercados tradicionales a través de la publicidad en redes sociales y los sistemas de distribución.	Posicionamiento de marca. Nuevas formas de publicidad.
Amenazas	Estrategia (DA)	Estrategia (FA)
Dumpin. Mercado oligopolio. Tasa de cambio. Sustitutos.	Generar producción nacional. Patrocinio sin ánimo de lucro.	Medidas anti dumpin. Alianzas estratégicas.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

Se analiza los siguientes aspectos para identificar a que sector pertenece el servicio escogido y las barreras de entrada que se deben tener en cuenta por medio de un análisis PESTAL, en el sector textil, para conocer la competencia a la cual la empresa se va a enfrentar, la demanda de este tipo de productos en el mercado, después se realiza una segmentación del mercado donde se conoce la diferencia de un producto industrial y uno de consumo teniendo en cuenta los factores: geográficos, demográficos, psicográficos y conductual, primero identificando una ciudad, luego una localidad y un nicho, para conocer la población que se puede tener en cuenta para definir una investigación de mercados por medio de un diseño de cuestionario, y una vez desarrollada la encuesta realizar las pruebas de hipótesis para entender las respuestas suministradas y determinar la acogida del producto en dicha población de muestra, y por último mostrar el tema de pronósticos por medio de las estrategias del marketing mix: producto, plaza, precio, promoción y percepción; y las características que se deben tener en cuenta para posicionar un producto en el mercado y las decisiones que se deben tomar para posicionar la empresa en el mercado.

2.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR

Se realizará una descripción detallada de los impactos que tiene el sector en los indicadores más importantes de Colombia para así obtener una detallada investigación de mercados.

2.1.1 Producto interno bruto (PIB). El año 2014 la facturación de los supermercados creció debido al buen nivel de consumo de los hogares y la apertura de comercio. Las ventas de las 53 primeras cadenas de supermercados del país superaron por primera vez los 30 billones de pesos, al sumar 31,3 billones, con un incremento de 10,2 por ciento respecto del 2013, cuando totalizaron 28,4 billones de pesos¹⁹.

2.1.2 Índice de precio al consumidor (IPC). Según el boletín de información del DANE en el mes de julio de 2016 los mayores aportes fueron de 0,52%. El grupo alimentos de ubicó por encima del promedio nacional con un 1,11%.

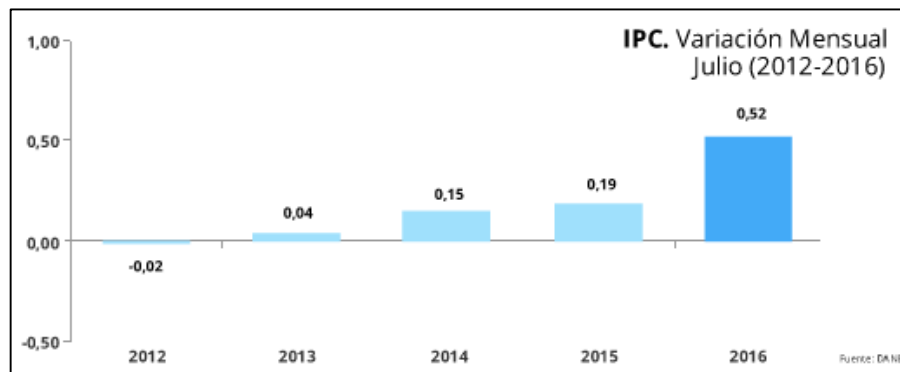
¹⁹ El Tiempo [En línea]. Disponible en: <<http://www.eltiempo.com/economia/sectores/supermercados-se/16152358>> [Consultado el 15 de agosto de 2016].

Tabla 25. Variación anual % del IPC

Año	Variación Julio
2012	-0,02
2013	0,04
2014	0,15
2015	0,19
2016	0,52

Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <<http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc>> [Consultado el 23 de agosto de 2016].

Gráfico 19. Variación anual % del IPC



Fuente: DANE [En línea]. Disponible en: <<http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc>> [Consultado el 23 de agosto de 2016].

2.1.3 Entorno mundial. En diferentes países se encuentran diferentes supermercados con la iniciativa en la reducción de la contaminación del medio ambiente, disminuyendo o eliminando los empaques plásticos. Algunos son:

En Berlín, Alemania se creó en el 2012 “Original Unverpackt”

En Paris, Francia se creó en el 2015 “Biocoop”

En Dinamarca se abrirá en septiembre del 2016 “LOS market”

2.1.4 Entorno en Colombia. Los supermercados del país implementan diferentes estrategias con el fin de disminuir la contaminación ambiental. Carrefour eligió el camino de estimular la venta de bolsas con fibras naturales reutilizables, la mayor cadena en ventas del país que es Almacenes Éxito al igual que Cafam y Colsubsidio

optaron por cambiar sus bolsas tradicionales por las denominadas oxobiodegradables²⁰.

2.1.5 Entorno en Bogotá. Los supermercados más relacionados con la venta a granel y en pro al medio ambiente esta Granel Gourmet.

2.1.6 Barreras de entrada. Se deben tener en cuenta los limitantes de entrada al sector ya que estos pueden traer inconvenientes en el momento de la introducción de la empresa en el mercado, al realizar el posicionamiento de marca y lograr una fidelización del servicio.

2.1.6.1 Política. Se deben analizar las políticas comerciales, políticas de creación y establecimiento de las empresas, los pasos para la creación son los siguientes:

Consultar que el nombre escogido no esté inscrito en la cámara de comercio.

Prepare, redacte y suscriba los estatutos de la compañía. Éstos son realizados entre los socios y el tipo de sociedad.

En la Cámara de Comercio. El PRE-RUT es necesario para presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal y la de su suplente.

Inscripción en el Registro en la Cámara de Comercio y es necesario cancelar el impuesto de registro, el cual tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.

Es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se proceda a abrir una cuenta bancaria. Sin la certificación de apertura de la cuenta, la DIAN no procederá a registrar el RUT como definitivo.

Con el certificado bancario se debe tramitar en la DIAN el RUT definitivo.

Llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.

En la DIAN, se debe solicitar una resolución de facturación, en principio manual. Sin facturas es posible contratar, pero no se pueden cobrar los servicios.

Toda compañía debe solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio; éstos serán el Libro de actas y el Libro de accionistas. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.

²⁰ Portafolio [En línea]. Disponible en: <<http://www.portafolio.co/economia/finanzas/supermercados-pais-compiten-estrategia-proteccion-ambiental-empaques-279410>> [Consultado el 23 de agosto de 2016].

Se debe registrar a la empresa en el sistema de Seguridad Social, para poder contratar empleados²¹.

Los requerimientos para la creación un supermercado son:

Dirigirse al Departamento Administrativo de Planeación Distrital y verificar, en los planos, sí la dirección de donde se pretende instalar el establecimiento comercial se permite.

Inscribirse en la Cámara de Comercio para obtener el Registro Mercantil. Se debe comprobar que el nombre del establecimiento no aparece registrado por otra persona.

Inscribirse ante la Dirección Distrital de Impuestos.

Certificado de Seguridad. Lo expide el Cuerpo de Bomberos de Bogotá. Para solicitarlo se necesita la inscripción ante la Dirección Distrital de Impuestos (DDI). Posteriormente los bomberos practicarán la visita a su establecimiento.

A continuación se debe dirigir al Silo de su localidad y solicite la licencia de sanidad, Para ello, necesita llevar una carta especificando las características de su negocio.

Sí en el establecimiento van a ejecutar música (grupos en vivo o reproducciones fonográficas) se debe dirigir a la Sociedad de Autores y Compositores (Sayco) a pagar los derechos de autor.

Por último y por medio de una carta, se debe comunicar al director del Departamento Administrativo de Planeación Distrital (DAPD), que en la dirección correspondiente se va a abrir un local comercial que se dedicará a la actividad de prestación de un servicio y tendrá el horario correspondiente²².

2.1.6.2 Económica. Este factor es importante ya que no se tiene una competencia directa en el sector, pero los competidores indirectos y sustitutos tienen mucha fuerza y posicionamiento en el sector.

Se debe analizar el capital de inversión que se requiere para la puesta en marcha del proyecto, los costos de constitución de la empresa, infraestructura, dispensadores, mostradores, transporte, tecnologías informáticas y capital base para suplir el periodo antes de que la empresa logre el punto de equilibrio.

²¹ 10 pasos para crear una empresa en Colombia [en línea] Disponible en línea <<http://mprende.co/legal/10-pasos-para-crear-una-empresa-en-colombia>> [Consultado el 25 de agosto de 2016].

²² El Tiempo [En línea]. Disponible en: <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-364884>> [Consultado el 25 de agosto de 2016].

Inicialmente el supermercado sería un monopolio, ya que este sería el primero en implementar el sistema de que el cliente reutilice el envase, el precio es algo que se debe tener en cuenta ya que en el sector hay marcas posicionadas y otras que compiten por precio lo que nos genera una gran barrera de entrada.

2.1.6.3 Social. El bajo nivel de cultura que tienen en el país con respecto a reutilizar y reciclar, en Bogotá se producen 2,3 millones de toneladas de basura al año, de los cuáles apenas se recicla 92.826 toneladas que equivalen al 3,97% de los residuos al año. Se reconoce que en Bogotá existe una ineficiente participación de los ciudadanos para separar en la fuente, una tarea indispensable para que sea posible recuperar mayores cantidades de residuos²³.

La fidelización y reconocimiento de marca que han creado los demás supermercados que existen en el sector, como estrategias de marketing y publicidad.

2.1.6.4 Tecnológico. Las principales barreras que encontramos en este aspecto el adquirir los dispensadores de alimentos adecuados y cumpliendo con las debidas normatividades que se requieran.

El software y programas indispensables para brindarles a los clientes y consumidores finales el mejor servicio, se debe permanecer pendiente de las nuevas tendencias como la del e-commerce, la realidad aumentada, interface de gestos y demás; herramientas que profundizan experiencias y enriquece la experiencia de la compra.

2.1.6.5 Ambiental. Regirse a las políticas de reciclaje en disminuir desechos, empezar con la concientización y buenas prácticas en la empresa, implantar los procesos para los residuos. Análisis de puestos de trabajo donde se verifique el estricto cumplimiento de la normatividad de seguridad y salud en el trabajo.

La implementación de empaques que los clientes puedan reutilizar sin afectar el producto ni sus características y con esto lograr disminuir los desechos del empaque primario de algunos productos.

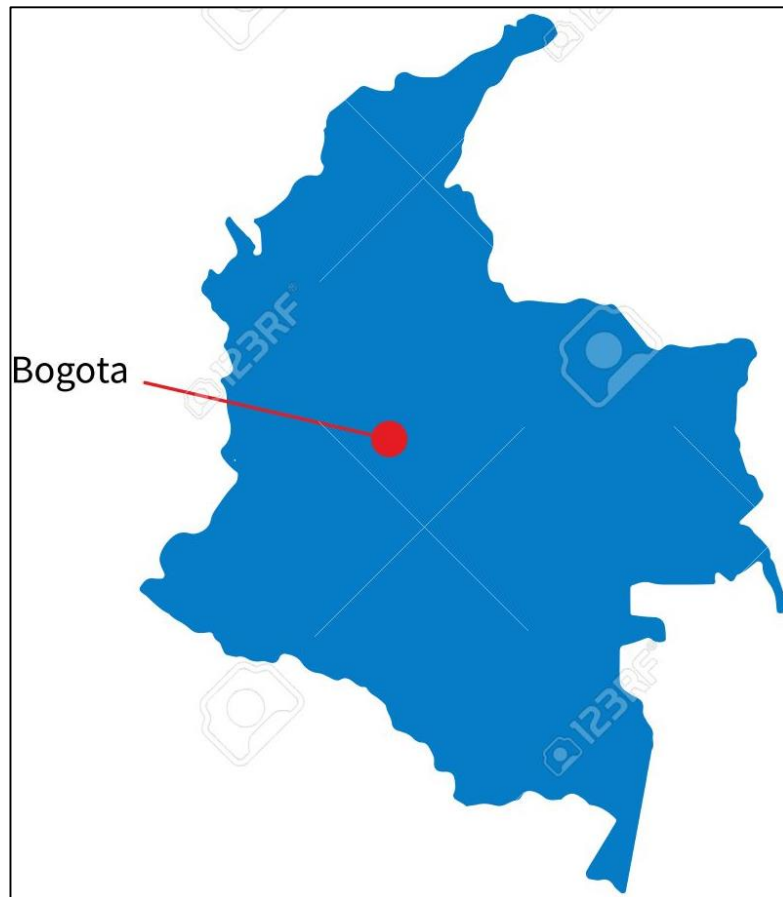
²³ [En línea]. Disponible en: <<http://www.bogotacomovamos.org/blog/es-la-hora-de-reciclar/>> [Consultado el 25 de agosto de 2016].

2.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Se elabora el proceso de segmentar un mercado en grupos de clientes potenciales con necesidades o características similares, con el fin de determinar el mercado objetivo en el cual la empresa quiere llegar y así encontrar oportunidades en nichos de mercado. La segmentación ayuda a identificar los competidores, productos a ofrecer, los lugares geográficamente estratégicos para la empresa y los distribuidores.

2.2.1 Segmentación geográfica. Inicialmente saldrá al mercado en Colombia, donde se seleccionará la ciudad donde se realizará la macro segmentación y después la zona donde se realizará la micro segmentación y si es necesario identificar el nicho del producto.

Ilustración 1. Mapa Colombia



Fuente: mapa Colombia Bogotá.<<https://www.google.com.co/search?q=mapa+colombia+departamentos&sa=X&>> consultado el 27 de agosto de 2016.

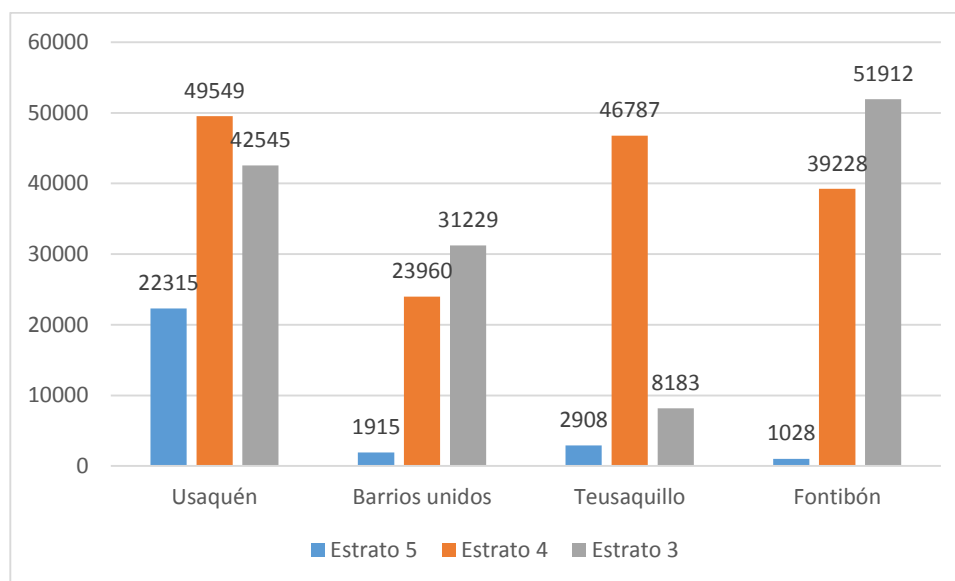
En el micro segmento, está dirigido a la ciudad de Bogotá para los estratos 3, 4 y 5 en las localidades Usaquéen, Barrios Unidos, Teusaquillo y Fontibón los cuales son las localidades donde se genera la mayor concentración de viviendas con estos estratos, según los censos de la alcaldía de Bogotá.

Tabla 26. Cantidad de viviendas estratos 3, 4 y 5

Cantidad vivienda	Localidad	Estrato 5	Estrato 4	Estrato 3
114409	Usaquén	22315	49549	42545
57104	Barrios unidos	1915	23960	31229
57878	Teusaquillo	2908	46787	8183
92168	Fontibón	1028	39228	51912
321559	Total	28166	159524	133869

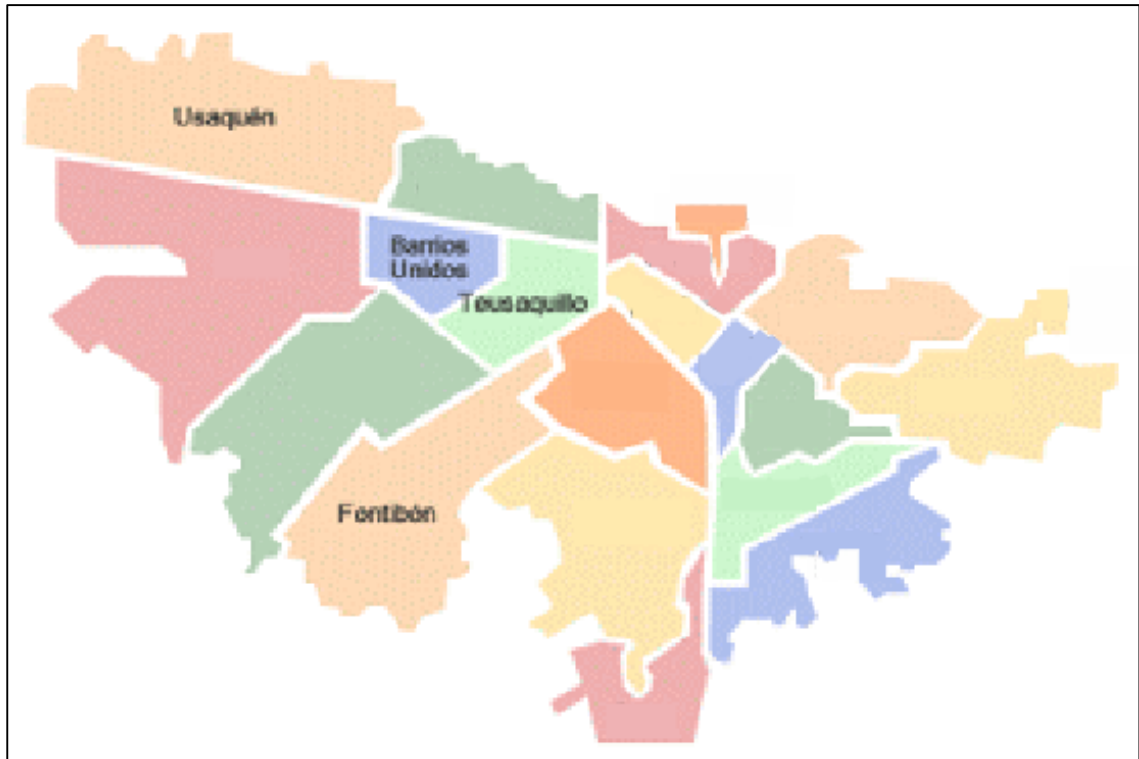
Fuente: Secretaria Nacional de planeación. Población vivienda y hogares por estrato socioeconómico. <<http://www.sdp.gov.co/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/ProyeccionPoblacion>> [Consultado el 27 de agosto de 2016].

Gráfico 20. Cantidad de viviendas estratos 3,4 y 5



Fuente: Secretaria Nacional de planeación. Población vivienda y hogares por estrato socioeconómico. <<http://www.sdp.gov.co/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/ProyeccionPoblacion>> Consultado el 27 de agosto de 2016.

Ilustración 2. Localidades estrato 3,4 y 5



Fuente: Secretaria Nacional de planeación. Población vivienda y hogares por estratosocioeconómico. <<https://www.google.com.co/search?q=localidades+usaquen+barrios+unidos+teusaquillo+y+fontibon&espv=>>> Consulta del 27 de agosto de 2016.

2.2.2 Segmentación demográfica. Es el estudio que se realiza para determinar la población objetivo teniendo en cuenta características relevantes para el servicio que se va a ofrecer, creando un perfil del consumidor, estas características son ingresos, edad, genero, clase social, educación, ocupación, origen étnico y estrato.

Cuadro 6. Segmentación demográfica

Factores demográficos	
Ingresos	Ingresos mayores a 800.000
Edad	18 años en adelante
Genero	Masculino, Femenino
Clase social	Media alta, media
Educación	Universitaria, técnico
Ocupación	Profesional
Origen étnico	Cualquiera
Estrato	3, 4 y 5

2.2.3 Segmentación psicográfica. Este factor determina la perspectiva psicológica del consumidor para así conocer los gustos y preferencias en el momento de realizar las compras, identificar los factores que el consumidor espera y con los que se sentirá a gusto.

Se realizará con personas que estén interesadas a colaborar con el medio ambiente, que tengan intereses en realizar sus compras medidas y se responsabilicen a reutilizar los empaques de sus productos.

Cuadro 7. Segmentación psicográfica

Factores psicográficos	
Personalidad	Sociable, creativo, autónomas
Estilo de vida	Alimentación sana, deportistas, cualquier definición política, con responsabilidad social con el medio ambiente
Valores comportamiento	Sentido de pertenencia, responsabilidad, interés por las cosas nuevas

2.2.4 Segmentación conductual. Se busca el beneficio, tasa de uso y el valor agregado que genera la ventaja competitiva en el mercado, identificando las necesidades y la toma la decisión del consumidor.

Cuadro 8. Segmentación conductual

Factores conductuales	
Valor agregado	Es un mini-supermercado donde la gente va a tener que llevar su empaque generando una reducción de desperdicios especialmente plásticos que tienen un tiempo de descomposición largo. Los clientes disminuirán sus costos ya que no van a pagar por el empaque ya que ellos lo llevarían.
Necesidades	Suple con las necesidades que tienen los consumidores a la hora de dirigirse a un mini-supermercado.
Tasa de uso	Se puede adquirir los productos en las cantidades necesarias y en un horario de 7:00 am a 9:00 pm

2.2.5 Descripción de la población objetivo. Jóvenes y adultos mayores a 18 años que sean técnicos o profesionales, solteros o casados con o sin hijos, con ingresos iguales o superiores a 800.000 pesos mensuales de estrato 3, 4 y 5 en la ciudad de Bogotá en las localidades de Usaquén, Barrios Unidos, Teusaquillo y Fontibón lo que corresponde a la clase social media y media alta, con personalidad sociable, creativas, autónomas, con sentido de pertenencia, responsabilidad e interés por las cosas nuevas. Que tenga responsabilidad social por el medio ambiente.

2.3 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Recopilación y análisis de información para la toma de decisiones de los factores para la adquisición de los productos, canal de distribución y tiempo de utilización.

2.3.1 Plan de muestreo. Se determinó como un muestreo probabilístico ya que el objetivo es poder generalizar los resultados aplicados sobre una muestra de sujetos al conjunto de la población. En este tipo de muestreo, todos los individuos de la población pueden formar parte de la muestra, tienen probabilidad positiva de formar parte de la muestra. Por lo tanto es el tipo de muestreo que deberemos utilizar en nuestras investigaciones, por ser el riguroso y científico.

Por esto, las encuestas probabilísticas tienen por objeto estudiar los métodos para seleccionar y observar una parte que se considera representativa de la población, denominada muestra, con el fin de hacer inferencias sobre el total. El propósito de la encuesta no es describir de manera particular a los individuos que formaron parte de la muestra, sino obtener un perfil estadístico de la población. Para esto se apoyan en un conjunto de supuestos probabilísticos sobre el comportamiento de las variables poblacionales, en otras palabras, sobre la distribución de probabilidades que tienen éstas en la población, lo que permite establecer ecuaciones de tipo probabilístico que describen el comportamiento de las variables en la población.

2.3.2 Tipo de investigación. Se escogió la metodología exploratoria ya que no existen investigaciones previas sobre el mini-supermercado sin envases. Ya que el conocimiento del tema es impreciso e impide sacar conclusiones sobre qué aspectos son relevantes y cuáles no, se requiere en primer término explorar e indagar, para lo que se utiliza dicha metodología, se realizará por medios y técnicas de recolección de datos en diferentes ciencias, y en este caso se utilizarán las entrevistas y cuestionarios.

La meta es la recolección de datos, predicción y la identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Se recogerán los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, se expondrá y resumirá la información de manera cuidadosa y luego se analizará los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

2.3.3 Tamaño de muestra. Se realiza para identificar el tamaño apropiado de la población a base de la información en la segmentación para especificar el mercado objetivo, se determinó el tamaño mediante el sistema de muestreo probabilístico aleatorio, pues se eligió este sistema ya que la característica principal es que todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos. Para determinar dicha muestra se realizó mediante la siguiente fórmula:

Fórmula 1. Tamaño de la muestra para población finita

$$n = \frac{k^2 * N * p * q}{e^2(N - 1) + k^2 * p * q}$$

Fuente: Martinez, Ciro. (2012). Estadística y muestreo. 13 a ed. Ecoe Ediciones

Donde:

n= Tamaño de la muestra

p= Probabilidad de éxito, se estima el 50%

q= Probabilidad de fracaso, se estima el 50%

k= Nivel de confianza 90%, para Z= 1,65

e= Margen de error con un 5%

N= Tamaño de la población 321.559

Aplicando la fórmula anterior, se obtiene lo siguiente:

$$n = \frac{(1.65)^2 * (321559) * (0.5) * (0.5)}{0.05^2(321559 - 1) + (1.65)^2 * (0.5) * (0.5)}$$
$$n = 272$$

2.3.4 Encuesta. Método por el cual se obtienen los datos necesarios para la investigación y así establecer de la mejor manera las unidades de muestreo, tamaño de mercado, características relevantes de compra, extensión geográfica, entre otros factores relevantes en la decisión de los consumidores.

CUESTIONARIO

¿A dónde acude usted cuando compra productos comestibles y productos para el aseo?

- ✓ Almacenes de cadena
- ✓ Supermercado de barrio
- ✓ Tiendas

¿Con qué frecuencia realiza estas compras?

- ✓ Quincenal
- ✓ Mensual
- ✓ Semanal
- ✓ Diaria

Seleccione el factor fundamental o de mayor importancia, que usted considere en el momento de escoger el lugar donde realiza sus compras

- ✓ Precio
- ✓ Calidad de los productos
- ✓ Variedad
- ✓ Cercanía
- ✓ Comodidad
- ✓ Servicio

Al comprar los productos que consume en su hogar, compra:

- ✓ Lo necesario
- ✓ Un poco más de lo necesario

¿Tiene usted hábitos de disminución de desperdicios y reciclaje de materiales?

- ✓ Si
- ✓ No

De los siguientes grupos de productos. ¿Cuáles compra usualmente?

- ✓ Líquidos (aceites y vinagres)
- ✓ Granos
- ✓ Especias

SI LA RESPUESTA ES GRANOS PASE A LA SIGUIENTE PREGUNTA DE LO CONTRARIO PASA A LA PREGUNTA 9

¿Estaría de acuerdo con llevar sus propios empaques o envases a la hora de hacer mercado?

- ✓ Si
- ✓ No

¿Es importante la marca y procedencia de los productos que consume a diario?

- ✓ Si
- ✓ No

¿Para usted es de gran importancia conocer la información nutricional de cada producto?

- ✓ Si
- ✓ No

¿Le gustaría asistir a un “mini supermercado sin envases” para bienes de consumo básico cerca al lugar donde vive?

- ✓ Si
- ✓ No

Si conociera un Mini supermercado sin envases con productos de consumo diario con el objetivo de reducir la contaminación del medio ambiente, ¿Qué decisión tomaría teniendo en cuenta la siguiente escala?

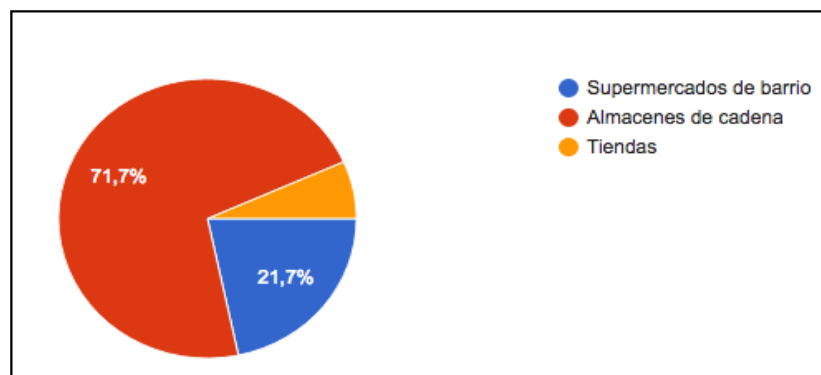
- ✓ No asistiría
- ✓ Me es indiferente
- ✓ Si asistiría

2.3.5 Resultado encuesta. La información necesaria para la investigación se obtuvo directamente de los integrantes de los hogares, utilizando el método de entrevista por medio de internet.

Tabla 27. Resultado pregunta 1

Respuesta	Cantidad	Porcentaje (%)
Almacenes de cadena	195	71,7
Supermercado de barrio	60	21,7
Tiendas	17	6,6
Total	272	100

Gráfico 21. Resultados pregunta 1

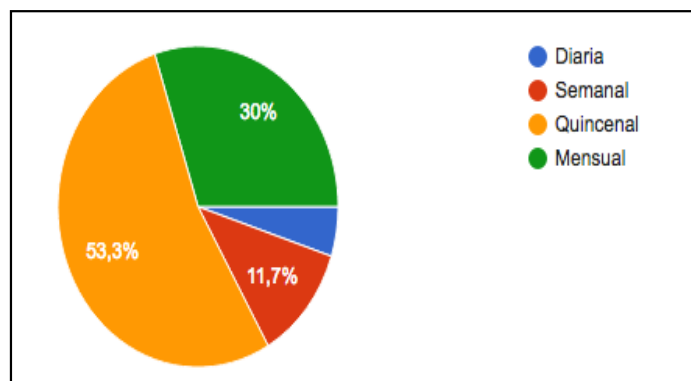


De acuerdo con los datos obtenidos anteriormente se presenta como lugar de preferencia los almacenes de cadena con un 71,7 % siendo este el valor más alto, a la hora de realizar sus compras de productos comestibles y productos para el aseo.

Tabla 28. Resultados pregunta 2

Respuesta	Cantidad	Porcentaje (%)
Quincenal	145	53,3
Mensual	81	30
Semanal	32	11,7
Diaria	14	5
Total	272	100

Gráfico 22. Resultados pregunta 2

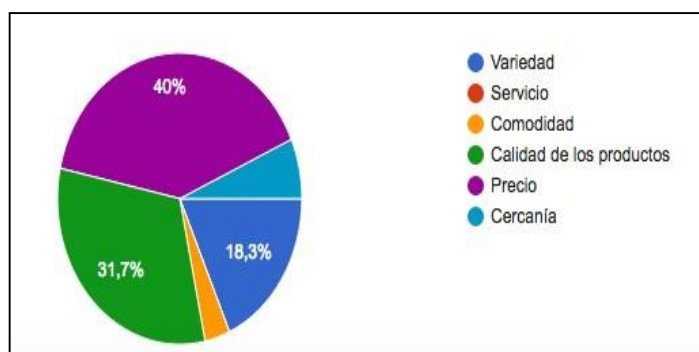


De acuerdo con los datos obtenidos anteriormente se evidencia con un 53,3% que las personas realizan sus compras de manera quincenal, siendo el más representativo.

Tabla 29. Resultados pregunta 3

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Precio	109	40
Calidad de los productos	86	31,7
Variedad	50	18,3
Cercanía	18	6,7
Comodidad	9	3,3
Servicio	0	0
Total	272	100

Gráfico 23. Resultados pregunta 3

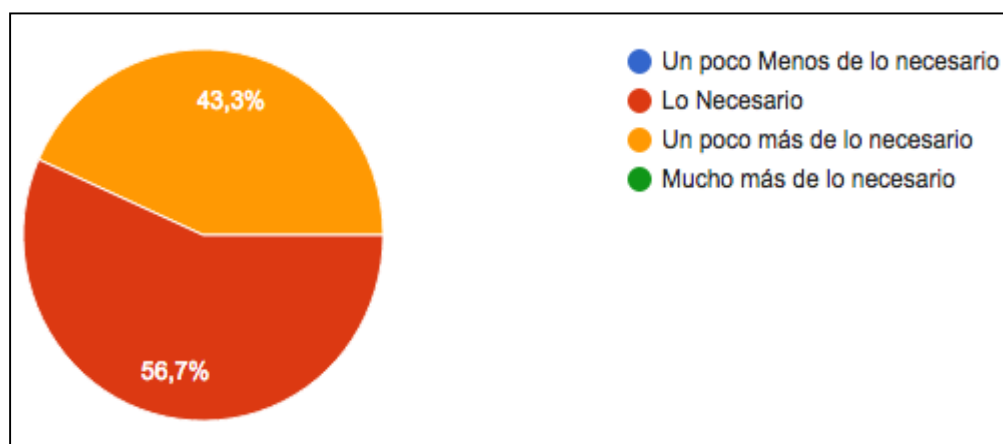


De acuerdo con los datos obtenidos anteriormente se evidencia que las personas consideran como factor fundamental el nivel de los precios con un 40% en el momento de elegir el lugar para realizar sus compras, siendo este el de mayor importancia.

Tabla 30. Resultados pregunta 4

Respuesta	Cantidad	Porcentaje (%)
Lo necesario	155	56,7
Un poco más de lo necesario	117	43,3
Total	272	100

Gráfico 24. Resultados pregunta 4

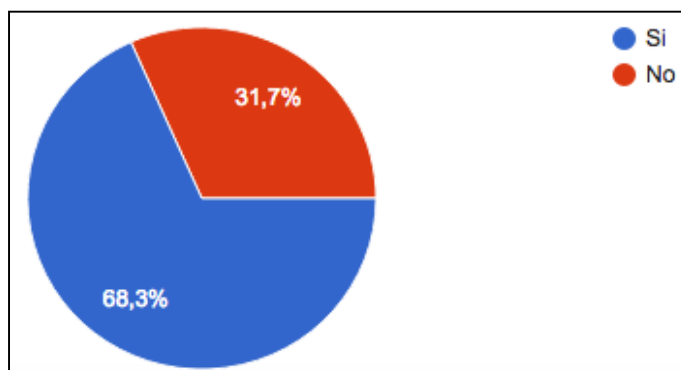


De acuerdo con los datos obtenidos anteriormente se identifica que para las personas es de gran importancia comprar lo necesario con una aceptación del 56,7%, siendo la variable más importante al momento de realizar las compras de los productos que consumen. Con ello se evidencia que la idea del Mini-supermercado en donde se encuentran máquinas dispensadoras de los productos, los clientes puedan ingresar y comprar sus alimentos en la cantidad necesaria.

Tabla 31. Resultados pregunta 5

Respuesta	Cantidad	Porcentaje (%)
Si	186	68,3
No	86	31,7
Total	272	100

Gráfico 25. Resultados pregunta 5

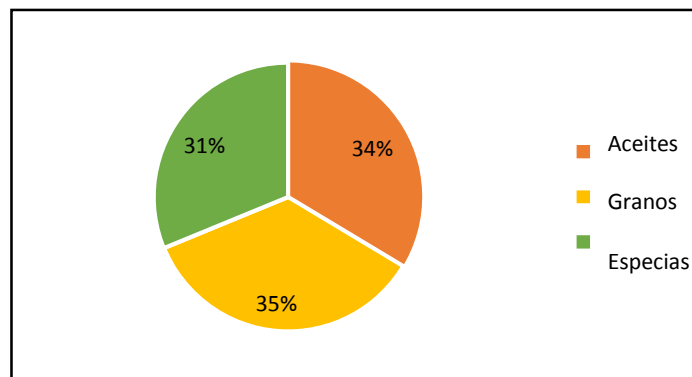


De acuerdo con los datos obtenidos anteriormente se evidencia que para las personas es de gran importancia tener hábitos de disminución de desperdicios y reciclaje de materiales con una aceptación del 68,3%. De tal forma que el Mini-supermercado no solo permite que cada consumidor compre la cantidad que necesita sino que a su vez se reduzcan los desperdicios plásticos existentes en los productos empacados, con el fin de cada cliente lleve sus propios empaques o envases al momento de obtener los productos que desea consumir.

Tabla 32. Resultados pregunta 6

Respuesta	Cantidad	Porcentaje (%)
Líquidos	91	33,6%
Granos	96	35,2%
Especias	85	31,2%
Total	272	100,0%

Gráfico 26. Resultados pregunta 6

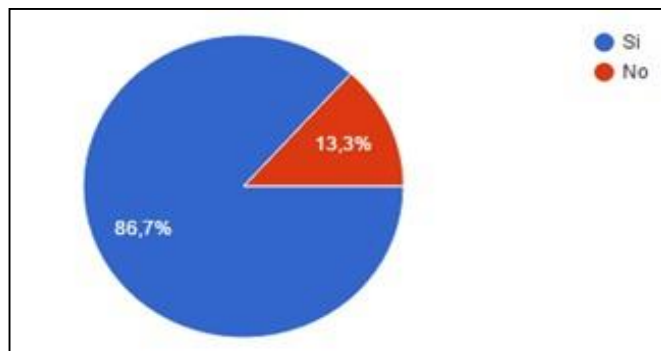


De acuerdo con datos obtenidos anteriormente se evidencia que los granos es el grupo que las personas más adquieren con una aceptación del 35,2%, siendo la variable más importante al momento de realizar las compras de los productos que consumen.

Tabla 33. Resultados pregunta 7

Respuesta	Cantidad	Porcentaje (%)
Si	236	86,7
No	36	13,3
Total	272	100

Gráfico 27. Resultados pregunta 7

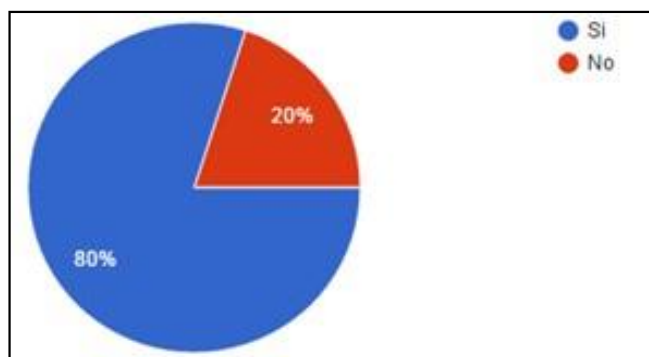


De acuerdo con los datos anteriores se presenta una aceptación del 86,7% de llevar sus propios empaques o envases a la hora de hacer mercado; teniendo en cuenta estos datos la decisión acertada es la creación del mini-supermercado sin envases que ofrezca empaques y envases para quienes quieren comprarlos junto a su mercado, pueden ser bolsas de tela, envases de vidrio o cajas de cartón.

Tabla 34. Resultados pregunta 8

Respuesta	Cantidad	Porcentaje (%)
Si	218	80
No	54	20
Total	272	100

Gráfico 28. Resultado pregunta 8

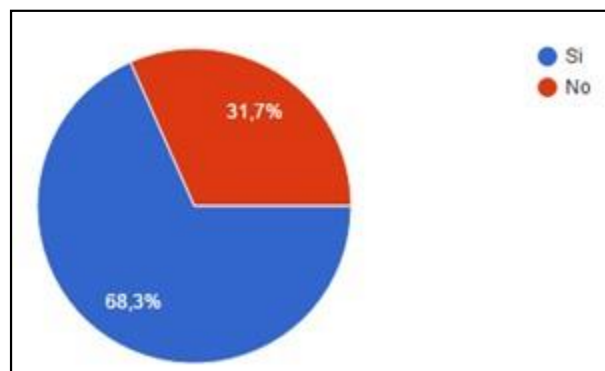


De acuerdo con los datos se observa un nivel de importancia respecto a la marca y procedencia de los productos que consume a diario del 80%. Por esta razón al lado de cada dispensador de cada uno de los productos se tendrá la marca y procedencia del producto de forma visible y clara.

Tabla 35. Resultado pregunta 9

Respuesta	Cantidad	Porcentaje (%)
Si	186	68,3
No	86	31,7
Total	272	100

Gráfico 29. Resultado pregunta 9

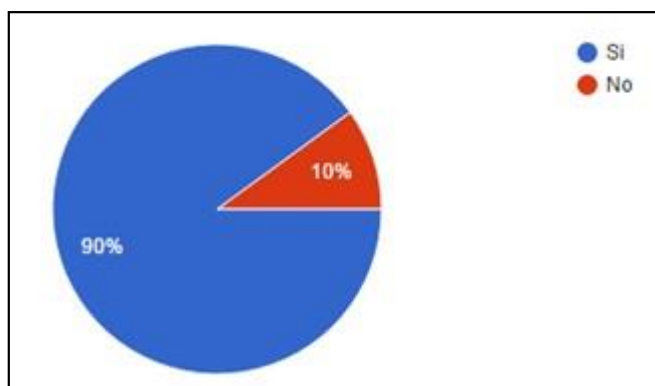


De acuerdo con los datos se observa un nivel de importancia respecto a conocer la información nutricional de cada producto del 68,3%, el mini-supermercado contará con información correspondiente a cada uno de los productos para que puedan conocer información nutricional y fechas de caducidad.

Tabla 36. Resultado pregunta 10

Respuesta	Cantidad	Porcentaje (%)
Si	245	90
No	27	10
Total	272	100

Gráfico 30. Respuesta pregunta 10

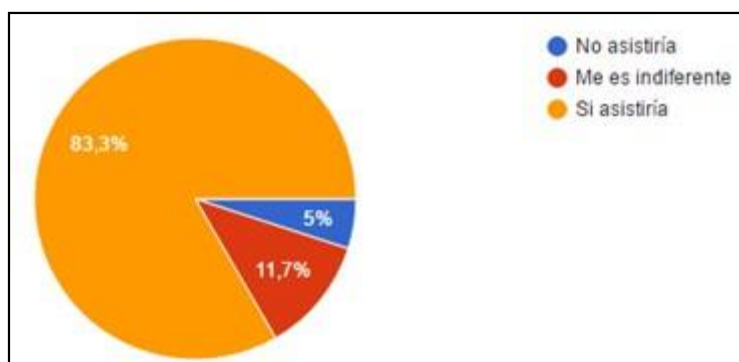


De acuerdo con los datos se observa que solo el 90% de las personas asistirían a un mini-supermercado sin envases aún estando cerca al lugar donde vive.

Tabla 37. Respuesta pregunta 11

Respuesta	Cantidad	Porcentaje (%)
No asistiría	14	5
Me es indiferente	32	11,7
Sí asistiría	226	83,3
Total	272	100

Gráfico 31. Respuesta pregunta 11



De acuerdo con los datos anteriores se presenta una asistencia del 83,3% del total de las personas a un mini-supermercado sin envases, sin importar la ubicación de este. Teniendo en cuenta estos datos la decisión acertada es la creación del mini-supermercado sin envases en un lugar cerca a varios sectores de estrato 3, 4 y 5, por comodidad y cercanía, con el fin de llegar a la mayor cantidad de hogares y personas.

2.3.6 Demanda. Este análisis se elabora a partir de las preferencias de los clientes y de los datos históricos del consumo en los supermercados.

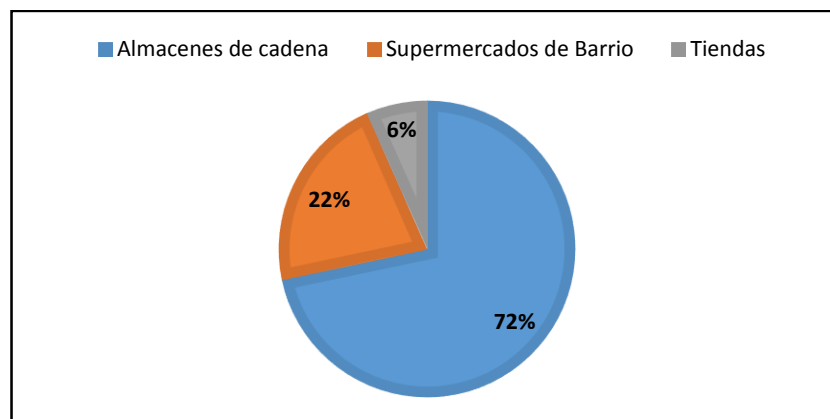
2.3.7 Pronóstico de la Demanda. Para pronosticar a 5 Años la demanda, se realiza un pronóstico con base a la tendencia y comportamiento en los últimos años de los supermercados en Bogotá.

A continuación, se presenta la estimación de la demanda potencial de la zona por establecimientos de venta al detal, teniendo en cuenta los resultados de la encuesta en la Pregunta 1, donde se encuentra el porcentaje de hogares que utilizan los diferentes establecimientos como centro de abastecimiento de víveres y demás artículos para el hogar.

Tabla 38. Estimación de la demanda

Tipo	Estimación de la demanda		
	Personas encuestadas	Porcentaje	N° de hogares
Almacenes de cadena	195	71,7%	230558
Supermercados de Barrio	58	21,7%	69778
Tiendas	19	6,6%	21223
Total	272	100%	321559

Gráfico 32. Estimación de la demanda



En los últimos doce meses hasta febrero de 2015, las ventas del comercio minorista en los Grandes Almacenes fueron del \$3,1 billones, en Bogotá es el 3.3% en pesos \$1.02 billones²⁴. La demanda potencial de la zona para almacenes de cadena está estimada en \$1.023.000.000 al año y al mes \$85.250.000, este dato permite realizar una proyección aproximada de los posibles niveles de venta que puede obtener el nuevo Mini-supermercado, conociendo el crecimiento del sector el cual es 8% la demanda para los próximos 5 años es:

Fórmula 2. Proyección de los posibles niveles de venta

$$Dp = (C0 * Ca) + C0$$

Fuente: McDaniel Carl, Gates Roger. (2005). Investigación de mercados. 6 a ed.

Donde:

Dp= Demanda potencial

C0= Consumo año 0

Ca= Crecimiento anual

Aplicando la fórmula anterior, se obtiene lo siguiente:

$$Dp = (102300000 * 0.08) + 102300000$$

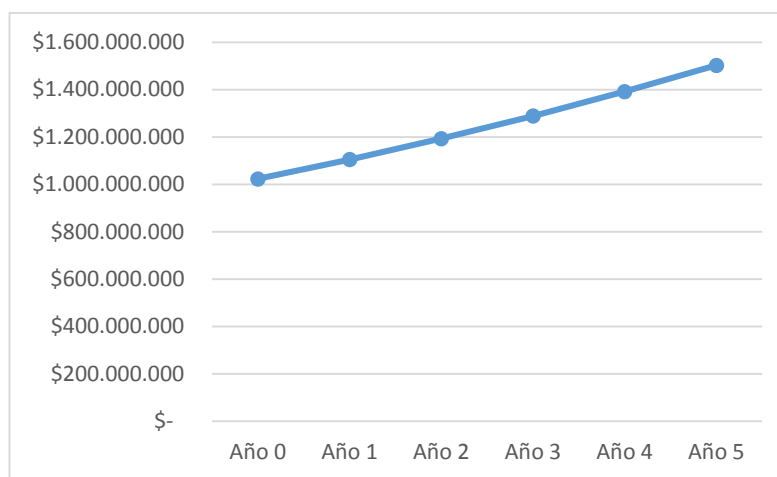
$$Dp = 110484000$$

Tabla 39. Demanda insatisfecha

Tipo	Demanda	Crecimiento anual (%)	Consumo año 1	Consumo año 2	consumo año 3	consumo año 4	consumo año 5
almacenes de cadena	1023000000	0,08	1104840000	1193227200	1288685376	1391780206	1503122622

²⁴ DANE [En línea]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=74471&name=OEE-MAB-COMERCIO_AL_POR_MENOR_febrero_2015.pdf&prefijo=file> [Consultado el 28 de enero de 2017].

Gráfico 33. Demanda insatisfecha



Cuadro 9. Demanda en cantidades para el año base 2016

	Líquidos	Granos	Espicias
Demanda anual	1134	1188	1134

2.3.8 Oferta. Para determinar la oferta se debe conocer los datos históricos de los supermercados a partir de las ventas realizadas.

2.3.8.1 Clasificación de la oferta. A continuación, se hace una clasificación de la oferta, en relación con el número de oferentes donde se reconocen tres tipos:

Oferta competitiva o de mercado libre

Oferta oligopólica

Oferta monopólica

Se puede clasificar el mini supermercado sin envases dentro de la Oferta competitiva o de mercado libre ya que es en la que los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.

2.3.8.2 Pronóstico de la oferta. Al tratarse de un servicio, lo que se entraría a pronosticar es el número de establecimientos a abrir, basados en el crecimiento del sector en el país que es del 8% se tomará como referencia el crecimiento de las ventas de las cadenas de supermercados y el número de establecimientos nuevos de los principales competidores del futuro mini-supermercado sin envases para realizar dicho pronóstico.

La facturación de las cadenas de supermercados del país creció a un ritmo de dos dígitos, entre otras razones, por el buen nivel de consumo de los hogares colombianos y la apertura de un mayor número de comercios de estas características. La devaluación, que en lo corrido del 2016 marca cerca del 45%, puede afectar el consumo y hay un escenario de menor crecimiento del producto interno bruto (PIB), lo que favorecerá las ventas de grandes y pequeñas industrias a través de las grandes superficies²⁵.

Koba Colombia, que opera las Tiendas D1, tuvo ingresos operacionales por 591.764 millones de pesos, con un aumento de 101% frente al año antepasado, cuando alcanzó 294.844 millones de pesos.

A Tiendas D1 le siguió en crecimiento Megatiendas, cuya facturación subió el 46%, a unos 259.000 millones en el 2015.

Olímpica, tras superar en el 2015 a Jumbo antes Carrefour Colombia y ahora propiedad de la chilena Cencosud se mantuvo en el 2° puesto del escalafón.

La cadena Olímpica tuvo un crecimiento de 11% en la facturación, hasta 4,2 billones de pesos.

Por su parte, la chilena Cencosud, con las marcas Jumbo y Metro, creció por debajo del sector de supermercados, con el 2%, al facturar el año pasado 3,6 billones de pesos, manteniéndose en el tercer lugar de la tabla de ventas.

Teniendo en cuenta que Tiendas D1, según las encuestas aplicadas, es el competidor más importante, se tomó el valor de sus ingresos operacionales actuales para pronosticar las del mini supermercado sin envases. Manejando como referencia ese crecimiento del 101% que obtuvo D1 en dos años.

²⁵ El tiempo [En línea]. Disponible en: <<http://www.eltiempo.com/economia/sectores/supermercados-se/16152358>> [Consultado el 27 de agosto de 2016].

Fórmula 3. Proyección de los posibles niveles de venta

$$I_t = (I_o * C_a) + C_0$$

Fuente: McDaniel Carl, Gates Roger. (2005). Investigación de mercados. 6 a ed.

Donde:

I_t = Ingresos operacionales total

C_0 = Ingresos operacionales referencia

C_a = Crecimiento anual (101%)

Aplicando la fórmula anterior, se obtiene lo siguiente:

$$I_t = (591754 * (101\%)) + 591754$$
$$I_t = 1.189.446$$

Tabla 40. Pronóstico de ingresos operacionales

Año	2016	2018	2020
Ingresos operacionales (millones de pesos)	\$591.764	\$1.189.446	\$2.390.786

Gráfico 34. Pronóstico de ingresos operacionales



Por otra parte, el grupo Éxito posee unos 500 almacenes, Cencosud solo gestiona 100 Jumbo y Metro. Las Tiendas D1, el mayor competidor del proyecto en desarrollo, posee 300 almacenes sin prever que crezca de manera significativa a

corto plazo²⁶.

Así las cosas se tomaron las 300 tiendas con las que cuenta D1 actualmente y se pronosticó a 5 años, conociendo el crecimiento del sector el cual es 8%

Fórmula 4. Proyección del número de almacenes

$$At = (Ar * Ca) + Ar$$

Fuente: McDaniel Carl, Gates Roger. (2005). Investigación de mercados. 6 a ed.

Donde:

At= Almacenes totales

Ar= Almacén de referencia

Ca= Crecimiento anual (8%)

Aplicando la fórmula anterior, se obtiene lo siguiente:

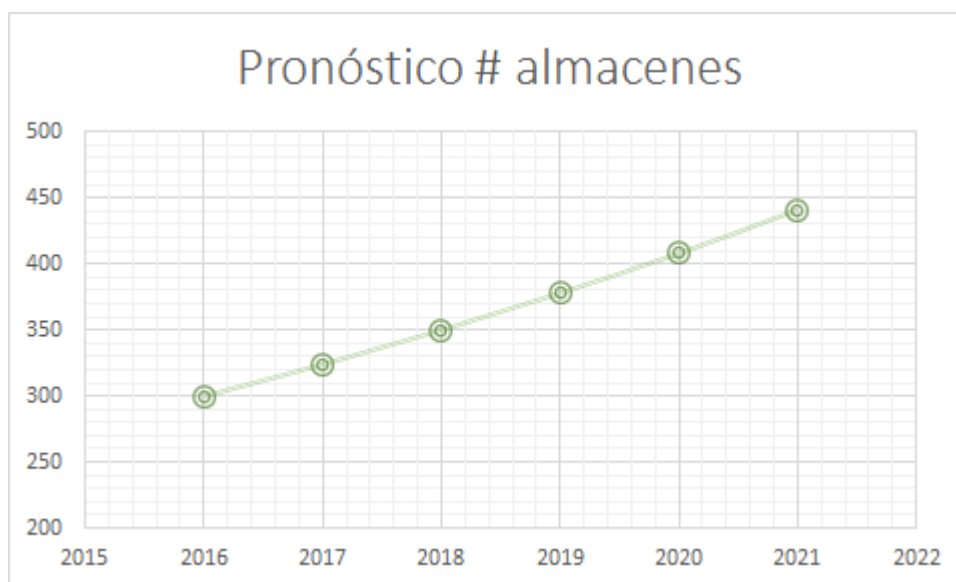
$$At = (300 * 0.08) + 300$$
$$At = 324$$

Tabla 41. Pronósticos de número de almacenes a 5 años

Año	2016	2017	2018	2019	2020	2021
# almacenes	300	324	350	378	408	441

²⁶ Los datos [En línea]. Disponible en:<www.losdatos.com/> [Consultado el 27 de agosto de 2016].

Gráfico 35. Pronósticos de los almacenes a 5 años



2.3.9 Análisis de la competencia. Según los resultados de las encuestas aplicadas previamente, el competidor más importante en este momento para el proyecto en desarrollo es Tiendas D1, dado que obtuvo un 35% de los resultados en la pregunta 11. ¿A qué supermercado frecuenta para realizar sus compras?, dejando atrás a el Exito, Jumbo del grupo cencosud y supertiendas Olímpica.

Una descripción de tiendas D1 destacando los factores que merecen reconocimiento para ser escogido por la mayoría de los encuestados: KOBACOL Colombia S.A.S. (Tiendas D1) cuenta con 300 tiendas, vende alrededor de 500 productos de consumo diario, incluido un número importante de marcas propias, cubre actualmente Antioquia, Cundinamarca, Eje Cafetero, Bogotá, Risaralda, Caldas, Quindío y Valle del Cauca.

Ofrece productos nacionales e importados a precios muy bajos y alta calidad, para poder operar con bajos precios, aplica una política de reducción de costos en ítems tales como logística, personal, transporte, publicidad, decoración, empaque y exhibición. Los ahorros generados se trasladan al precio final sin afectar la calidad. No hace publicidad ni promociones, sus precios son bajos siempre.

Ofrece a sus clientes el beneficio de devolución incondicional cuando los productos no cubren sus expectativas.

2.3.10 Matriz de perfil competitivo. La matriz de perfil competitivo identifica a los principales competidores del futuro supermercado sin envases, teniendo en cuenta los resultados de las encuestas realizadas: ÉXITO (33,3%), JUMBO (15%), D1 (35%); así como sus fortalezas y debilidades particulares, en relación con una

muestra de la posición estratégica. Los factores de una MPC incluyen cuestiones internas y externas y las calificaciones se refieren a las fortalezas y a las debilidades. Siendo su Calificación (Cal.), de la siguiente forma:

1: Debilidad mayor

2: Debilidad menor

3: Fortaleza menor

4: Fortaleza mayor

Si peso es la importancia que le da el cliente al factor, el total de los pesos individuales debe sumar 1 y el promedio (Prom.), es la multiplicación del peso por la calificación.

Tabla 42. Matriz de perfil competitivo

Factores claves del éxito	Peso	ÉXITO		JUMBO		D1	
		Cal.	Prom.	Cal.	Prom.	Cal.	Prom.
Publicidad	0,20	4	0,8	3	0,6	1	0,2
Compromiso con el MA	0,30	3	0,9	3	0,9	4	1,2
Infraestructura	0,10	4	0,4	4	0,4	3	0,3
Competitividad en precios	0,10	2	0,2	3	0,3	4	0,4
Servicio al cliente	0,10	4	0,4	4	0,4	2	0,2
Preferencia de los clientes	0,20	4	0,8	2	0,4	3	0,6
Total	1,00	-	3,5	-	3,0	-	2,9

La matriz de perfil competitivo refleja que los tres competidores escogidos están por encima del promedio el cual es 2,5; lo que significa que los supermercados, cuentan con más fortalezas que debilidades; sin embargo, a diferencia de los resultados de las encuestas aplicadas, el futuro supermercado sin envases entraría a competir de manera significativa con el EXITO y JUMBO, quienes superan a D1 por tener mayor publicidad e infraestructura, los cuales son factores claves del éxito en el proyecto.

2.4 PLAN DE MERCADEO

Es la herramienta que utilizan las empresas para impulsar los productos o servicios y así llegar al mercado objetivo. El plan de mercadeo debe describir publicidad y mercadeo como anuncios y campañas de correo electrónico.

2.4.1 Análisis de las 4P. Para que el supermercado que haga conocer y logre un posicionamiento en el sector es necesario utilizar la estrategia de Marketing que utiliza los cuatro factores de Producto, Precio, Promoción y Plaza por los cuales el cliente percibe el valor y lo que quiere comprar.

2.4.2 Producto. En este caso es un servicio de venta de productos alimenticios y de aseo.

2.4.2.1 Marca. Identifica el producto o servicio en el mercado frente a los competidores. El nombre de la marca es BioPurchases ya que el servicio que ofrece son compras responsables con el medio ambiente.

2.4.2.2 Logo. Es el símbolo que representa la marca. Los colores verde y café son por representación al medio ambiente, naturaleza, frescura que se ofrece en el supermercado. Las iniciales del nombre con el fin de generar un reconocimiento de marca en los clientes y consumidores.

Ilustración 3. Logo de la empresa



2.4.2.3 Lema. Resume y muestra la idea del supermercado en el sector. El lema de la empresa será Pensando siempre en el medio ambiente, se representa el fin con respecto a la reducción de desechos.

2.4.2.4 Empaque. Es la parte fundamental ya que protege y conserva los productos en las mejores condiciones para la disposición del consumidor. En el supermercado se espera que los consumidores lo reutilicen y serán frascos de vidrio con cierre hermético y bolsas de papel.

Ilustración 4. Empaques



2.4.2.5 Precio. La empresa realizará estrategia de Penetración la cual consiste en fijar los precios por debajo de los del mercado actual, con esto se atraerá números de consumidores y una cuota de manejo. Se realizará por medio de volúmenes altos y reducción de costos como el empaque primario de los productos.

2.4.2.6 Promoción. Es la herramienta la cual se va a utilizar para hacer conocer la empresa, la diferenciación y así persuadir a los potenciales clientes, se realizará por los siguientes medios:

- ✓ **Redes sociales.** Este medio de comunicación y publicidad ha tomado fuerza en los últimos años al punto de llegar a ser uno de los más importantes, se pretende hacerlo por medio de las redes más utilizadas que son Facebook, twitter e instagram, logrando captar la mayor cantidad de clientes potenciales.
- ✓ **Página web.** La creación de la página web donde se muestren los productos y la forma del servicio que se va a ofrecer y los factores importantes como historia, misión, visión y medios de contacto.

2.4.2.7 Plaza. Es el medio o canal de distribución adecuado para la prestación del servicio. La empresa comercializará con el canal de marketing directo ya que no se utilizarán intermediarios para el cliente o consumidor.

- ✓ **Distribución de los productos.** Se prestará el servicio sin restricción de cantidad de compra.

3. ESTUDIO TÉCNICO

En este estudio se determinan las opciones más viables para el funcionamiento interno y externo del proyecto. Se determina los factores como maquinaria que se requiere, equipo, mano de obra y localización. Se analizan los posibles proveedores de los productos y las herramientas necesarias para el desarrollo del Mini-Supermercado.

3.1 DESCRIPCIÓN DE SERVICIO

El servicio a prestar es un Mini-Supermercado sin empaque cubriendo las necesidades alimenticias primarias de los consumidores, el servicio va dirigido a jóvenes y adultos mayores a 18 años que sean técnicos o profesionales, solteros o casados con o sin hijos, con ingresos iguales o superiores a 800.000 mil pesos mensuales de estrato 3, 4 y 5 en la ciudad de Bogotá en las localidades de Usaquén, Barrios Unidos, Teusaquillo y Fontibón lo que corresponde a la clase social media y media alta, con personalidad sociable, creativas, autónomas, con sentido de pertenencia, responsabilidad e interés por las cosas nuevas. Que tenga responsabilidad social por el medio ambiente.

Se diferencia en motivar a los consumidores a reducir los niveles de contaminación con plástico o empaques primarios y buscando con base a esto se observe una disminución en la tasa representativa del precio de los productos.

La comercialización se realizará directamente al consumidor final en un establecimiento seleccionado con las características óptimas para así brindar la mejor calidad en el servicio.

3.2 IDENTIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS

Los productos que se van a comercializar en el Mini-Supermercado son especias, granos y aceites, estos tienen como característica la conservación natural por la poca humedad que tienen.


3.3 FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS

Los productos que se van a comercializar en el Mini-Supermercado sin empaque, deben manejar una ficha técnica de cada una de sus propiedades y componentes, la cual debe contener la información de fabricación, usos, modo de uso y recomendaciones. Se pueden observar en el Anexo A.

Se debe describir los costos de los productos que se van a comercializar, con el fin de conocer el precio de venta final.



En el siguiente Cuadro 10 se dará a conocer la ficha técnica del arroz ya que se considera como básico para la alimentación del colombiano. En promedio, un colombiano consume 35 kilos al año, en todas las formas de preparación, lo que representa 1,4 millones de toneladas de grano blanco²⁷.

Cuadro 10. Ficha técnica del arroz

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Arroz
	Número de referencia	R-0005
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Características del producto		Beneficios
Carbohidratos	81,60 g	Es una fuente energética, es libre de colesterol, es bajo en sodio por lo que beneficia la presión arterial, es rico en fibra ayuda a prevención del cáncer, cuida la piel, es diurético y digestivo, estimula los neurotransmisores previniendo el Alzheimer y cuida la salud cardiovascular.
Hierro	0,80 mg	
Proteínas	6,67 g	
Calcio	14 mg	
Fibra	1,40 g	
Potasio	109 mg	
Yodo	14 mg	
Zinc	1,50 mg	
Magnesio	31 Mg	
Sodio	3,90 mg	
Vitamina B1	0,05 mg	
Vitamina B2	0,04 mg	
Vitamina B3	4,847 mg	
Vitamina B5	0,63 ug	
Vitamina B6	0,20 mg	

²⁷ Grano de arroz [En línea]. Disponible en: <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13122895>> [Consultado el 31 de octubre de 2016].

Cuadro 10. (Continuación)

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Arroz
	Número de referencia	R-0005
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Características del producto		
Vitamina B6	0,20 mg	
Vitamina B7	3 ug	
Vitamina B9	20 ug	
Vitamina E	0,08 mg	
Vitamina K	1 ug	
Fosforo	150 mg	
Calorías	364 kcal	
Grasa	0,90 g	
Azúcar	0,16 g	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano.		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

3.4 MÉTODO DE TRABAJO

Es una técnica para el estudio del trabajo, basado en el registro y examen crítico a la metodología utilizada en este. Se determina aspectos técnicos y estructurales para el desarrollo del servicio en busca de la obtención de la satisfacción del cliente con excelente calidad del producto y del servicio. La descripción básica de los requerimientos son maquinaria y equipo, materiales e insumos, distribución del espacio y capacidades.

3.4.1 Análisis de operaciones. Procedimiento para analizar los elementos productivos y no productivos de las operaciones buscando el mejoramiento continuo.

✓ **Finalidad de la operación.**

Gerente	Estar pendiente y ser responsable del almacén.
Directores de área	Estar pendientes de las áreas a cargo, que se cumplan todas las funciones requeridas.
Responsable de abastecimiento	Abastecer los dispensadores y pasar informes de faltantes a los directores de área.
Cajera	Registrar y recibir el valor por los productos a los clientes.

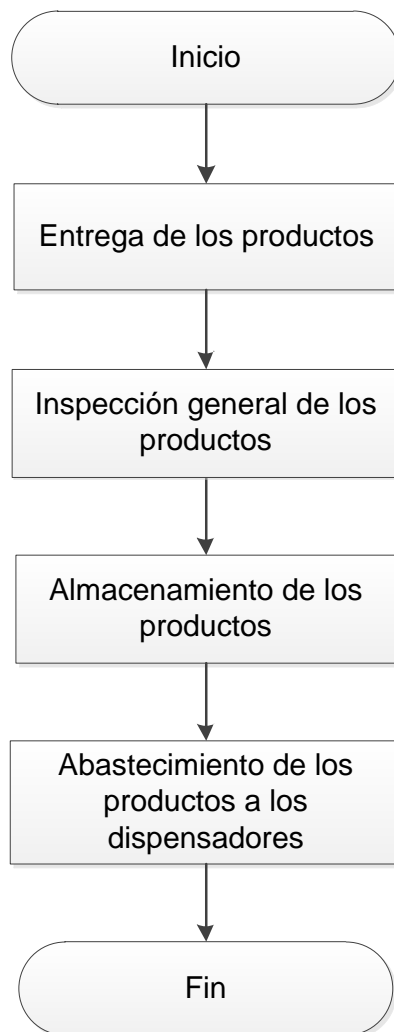
- ✓ **Diseño del servicio.** El servicio se prestará de forma autónoma, el cliente se puede dirigir a la zona donde se encuentran los empaques o reutilizar los que ellos ya tengan, los cuales pueden ser bolsas de papel o envases de vidrio. De ahí se puede dirigir a tomar los productos que desee de los dispensadores y por último se podrá dirigir a la caja para el respectivo registro y cancelación de la compra.
- ✓ **Tolerancias de los productos.** Los proveedores deben garantizar la calidad y se les pedirá una tolerancia del 5%
- ✓ **Material de los dispensadores.** En donde va a exhibir los productos va a ser un dispensador de inyección de policarbonato transparente, cada uno con una capacidad de 45 kilos.
- ✓ **Preparación y herramental.** Los trabajadores deben manejar las herramientas proporcionadas como máquinas registradoras y básculas con el fin de reducir los tiempos de atención en la caja.

- ✓ **Condiciones de trabajo.** El almacén se adaptará a las necesidades pertinentes como iluminación, control de temperatura, ventilación adecuada y promoción del orden, limpieza y cuidado del mismo.
- ✓ **Manejo de los productos.** Se debe asegurar que los productos se desplacen debidamente, sin sufrir ningún daño y se abastecerá en el lugar correspondiente.
- ✓ **Principio de la economía de movimiento.** Se utilizará la subdivisión “arreglo del área de trabajo”, se destinará las herramientas necesarias para cada operación, las herramientas estarán al alcance de los trabajadores y se proporcionara asientos cómodos al operario para que pueda alternar las posiciones de sentado y de pie.

3.4.2 Diagrama de flujo. Representa gráficamente el proceso de recepción materia prima y la selección de proveedores, describe las actividades y su relación entre las demás.

A partir de los procedimientos y actividades que se siguen en el mini supermercado sin empaque se construirá un diagrama de flujo. En el siguiente diagrama se describe el proceso general de los productos.

Diagrama 1. Flujo general de los procesos

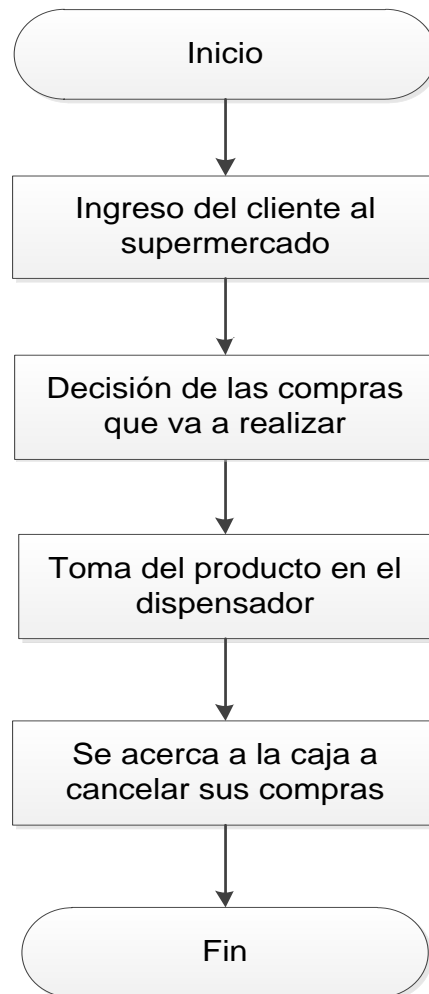


- ✓ **Entrega de los productos.** En este proceso se realiza la recepción de los productos por parte de los proveedores para así realizar al abastecimiento en los diferentes dispensadores.
- ✓ **Inspección general de los productos.** En este proceso se realiza la verificación de los productos, que se encuentren con las características de calidad solicitadas y con esto garantizar el producto.
- ✓ **Almacenamiento de los productos.** En este proceso se realiza el debido almacenamiento de cada producto, con las especificaciones correctas para mantener la calidad de los mismos.

- ✓ **Abastecimiento de los productos a los dispensadores.** En este proceso de abastecimiento se realiza en los diferentes dispensadores siempre que se vea necesario. Siguiendo procedimientos y tiempos adecuados según la efectividad de las ventas.

3.4.2.1 Descripción general del proceso de compra de los productos por parte de los clientes. En este diagrama se describe las actividades que conforman la parte del proceso de compra de los productos por parte de los clientes.

Diagrama 2. Flujo de compras de los productos

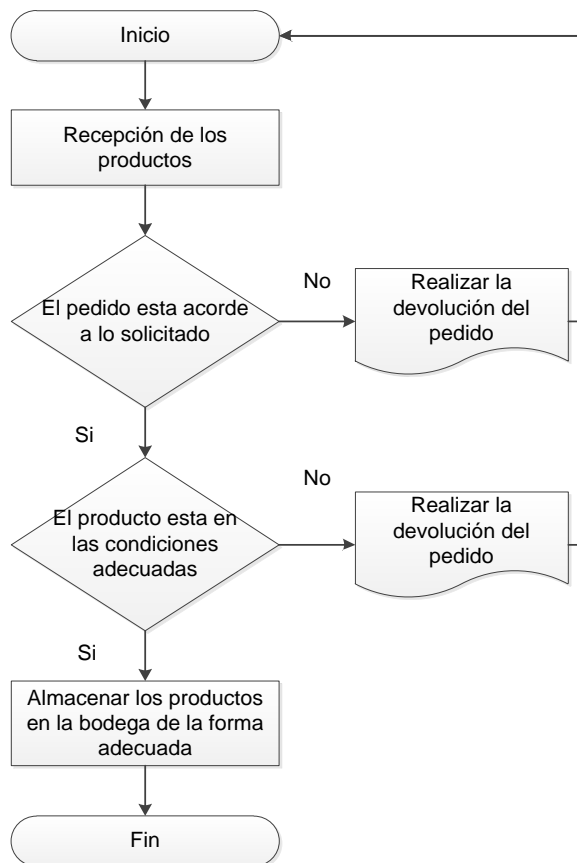


- ✓ **Ingreso del cliente al supermercado.** Se les da la bienvenida a los clientes y de ahí en adelante ellos son autónomos en las decisiones de selección y compra de los productos.

- ✓ **Decisión de las compras que va a realizar.** Este proceso es de acuerdo a las necesidades de los clientes, localizan dentro del almacén cuales son los productos que van a comprar.
- ✓ **Toma del producto en el dispensador.** Ya que los clientes son los que llevan el empaque, ellos mismos pueden tomar las cantidades de los productos que deseen comprar directamente en el dispensador.
- ✓ **Se acerca a la caja a cancelar sus compras.** En este paso los clientes se acercan a la caja registradora donde los productos serán pesados y se realizará el cobro correspondiente.

3.1.1.1. Descripción general la recepción de los productos. En este diagrama se da a conocer la descripción de la recepción de los productos, ya que se tiene variedad de estos y se deben tener en las condiciones adecuadas para garantizar la calidad y frescura de los mismos.

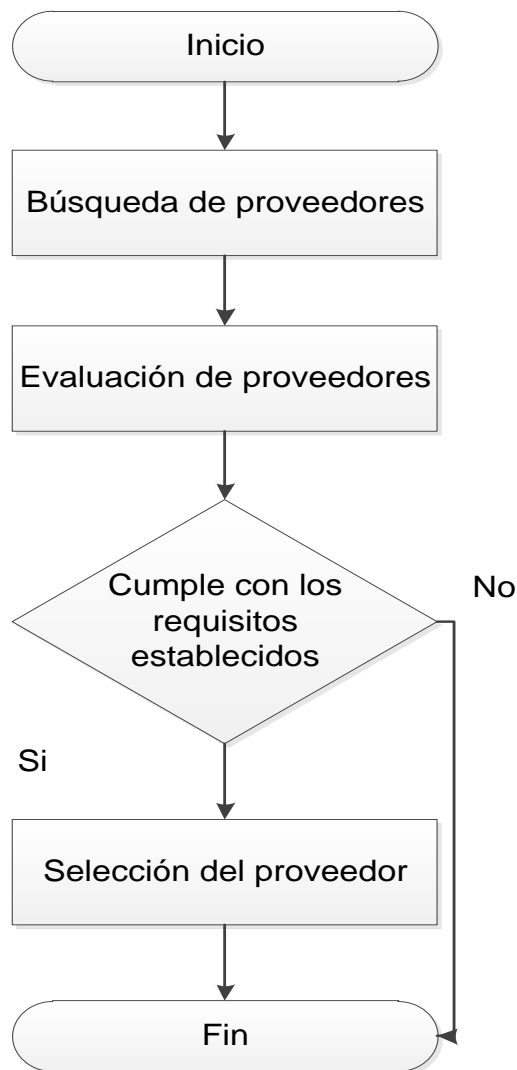
Diagrama 3. Flujo de recepción de los productos



- ✓ **Recepción de los productos.** En este proceso se realiza la entrega de los productos por parte del proveedor para así realizar al abastecimiento en los diferentes dispensadores.
- ✓ **El pedido está acorde a lo solicitado.** La persona que está encargada de la recepción de los productos debe estar muy atenta para que los productos que llegue correspondan a los pedidos previamente hechos.
- ✓ **Realizar la devolución del pedido.** En caso de que el pedido no corresponda se realizará la debida devolución, con el debido cruce de facturas y remisiones de pedido para verificar la razón de esta.
- ✓ **El producto está en las condiciones adecuadas.** La persona encargada debe verificar que el pedido este acorde a las características físicas y de calidad, las fechas de fabricación y que los empaques garanticen el buen estado de los productos para el debido almacenamiento.
- ✓ **Realizar la devolución del pedido.** Si el trabajador nota algo inconforme está en la obligación de notificarlo y realizar el debido proceso de devolución ya que se debe garantizar la calidad de los productos y su apropiada conservación.
- ✓ **Almacenar los productos en la bodega de la forma adecuada.** Después de recibir los productos en las óptimas condiciones se trasladarán a la bodega para realizar el almacenamiento correspondiente de cada uno de estos. Se debe garantizar la correcta rotación y cumplimiento de las normas de almacenamiento.

3.4.2.2 Descripción general para la selección de proveedores. La selección de los proveedores se debe realizar con los debidos filtros para garantizar la calidad y los mejores tiempos de entrega, desde aquí depende la satisfacción de los clientes, el diagrama describe las actividades que se realizarán en el abastecimiento de los productos de parte de los proveedores.

Diagrama 4. Flujo de selección de proveedores



- ✓ **Búsqueda de proveedores.** Se debe realizar una búsqueda detallada de los posibles proveedores según la necesidad y características de los productos que se requieran. Se debe tener claras las características que se buscan algunas son certificaciones de calidad, tiempos de entregas y flexibilidad en los precios. Se debe seleccionar mínimo 3 proveedores con el fin de tener la oferta más adecuada.
- ✓ **Evaluación de proveedores.** Después de la identificación de los posibles proveedores se aplica una evaluación a los mismos donde se califican acorde los factores previamente requeridos.

- ✓ **Cumple con los requisitos establecidos.** Después de la evaluación los más adecuados serán citados para la solicitud de documentación para corroborar información y vincularlos directamente a la empresa. Se requieren documentos específicos como fotocopia de Cámara de Comercio, RUT, certificación bancaria, cedula del representante legal, certificado de calidad y portafolio de tarifas de cada uno de los productos.
- ✓ **Selección del proveedor.** Luego de rectificar la documentación y confirmar su validez se realiza la vinculación con el proveedor para iniciar con los procesos de aprovisionamiento de los productos requeridos por la empresa.

3.5 SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Son asociados comerciales que permiten aumentar la eficiencia en la prestación del servicio con el cumplimiento en los tiempos de entregas, buenos acuerdos de pago, cumplimiento con las remisiones y calidad. Son parte importante a la hora de adquirir los productos que se necesitan para el abastecimiento de la misma.

3.5.1 Matriz de posibles proveedores. Se describen los posibles proveedores de los productos y sus características principales. Los proveedores serán evaluados a partir de diferentes ítems dando como resultado la selección la mejor oferta para la empresa.

Cuadro 11. Matriz posibles proveedores

Matriz de proveedores		
Proveedor	Dirección oficina	Teléfono
GRANOS		
CORABASTOS	Av. Carrera 80 # 2-51	4537188
CIMA Trading SAS	Calle 145 # 17-51	7510338
COOPROAGRO LTDA	Calle 17 # 135-25	4180146
ESPECIAS		
Condimentos El Rey	Carrera 68G # 43c-30 Sur	7700500
Productos Jacobsen	Carrera 65B # 12-41	7025385
Sabha GOURMET	Calle 60A # 3A-44	
LÍQUIDOS		
Factores & Mercadeo	Carrera 116 # 14B 95	4173500
INDES LTDA - Grumman	Calle 65A # 93-28	2230612

3.5.2 Evaluación de proveedores. Con base a la matriz de proveedores presentada anteriormente, se realiza la evaluación para la selección de cada uno que hará parte de la empresa en el proceso de abastecimiento de los productos a comercializar. Se debe seleccionar el proveedor principal y el suplente en caso de que el principal no pueda cumplir con el requerimiento, de esta manera se previene

un desabastecimiento en el mini-supermercado sin empaque.

Se van a tener en cuenta los siguientes factores para la evaluación.

Cuadro 12. Factores de evaluación de proveedores

Factor	Descripción
Calidad	Los proveedores deben contar con certificado de calidad en el proceso y manejo de los productos, con el fin de poder comercializar los mejores productos con las mejores
Costo de venta	Se deberá llegar a un acuerdo con el proveedor ya que los productos deben ser de la mejor calidad y a un costo moderado, pues como la empresa está iniciando es importante optimizar los
Tiempo de entrega	Se tendrá en cuenta el tiempo de entrega, ya que se requiere que no excedan el mes de generada la orden, se debe garantizar una adecuada rotación de producto y no se debe permitir el

En el siguiente Cuadro 13 se describirá el intervalo de peso que será asignado a cada factor, según el grado de importancia que se requiere.

Cuadro 13. Peso de los factores

Nivel	Peso
Nivel de importancia siendo 1 el menor valor y 10 el mayor valor	1
	2
	3
	4
	5
	6
	7
	8
	9
	10

Descripción del intervalo de calificación para la evaluación del proveedor según el factor, con el fin de definir el nivel de importancia del mismo.

Cuadro 14. Calificación del proveedor

Nivel	Calificación
Bajo	1
Bajo medio	2
Medio	3
Medio alto	4
Alto	5

A continuación se presenta la matriz de evaluación para la selección de los proveedores que realizarán las actividades de abastecimiento al mini-supermercado sin empaque según el subgrupo.

Cuadro 15. Matriz de evaluación de proveedores

Factores y peso asignado							
Proveedor	Calidad 10		Costo de venta 10		Tiempos de entrega 9		Total
	calificació	puntaj	calificació	puntaj	calificació	puntaj	
Granos							
CORABASTOS	5	50	5	50	4	36	136
CIMA Trading SAS	4	40	3	30	4	36	106
COOPROAGRO LTDA	4	40	4	40	3	27	107
Espicias							
Condimentos El Rey	5	50	4	40	5	45	135
Productos Jacobsen	3	30	4	40	3	27	97
Sabha GOURMET	4	40	3	30	4	36	106
Líquidos							
Factores & Mercadeo	4	40	5	50	4	36	126
INDES LTDA -	3	30	3	30	3	27	87

De acuerdo a la matriz de evaluación de proveedores los puntajes fueron: para el subgrupo granos “CORABASTOS” con una puntuación de 136 lo que significa que va a ser el proveedor principal y el suplente será “COOPROAGRO LTDA” que obtuvo la segunda mejor calificación de 107 puntos; en el subgrupo especias “Condimentos El Rey” con una puntuación de 135 lo que significa que va a ser el proveedor principal y el suplente será “Sabha GOURMET” que obtuvo la segunda mejor calificación de 106 puntos y por último en el subgrupo líquidos “Factores & Mercadeo” con una puntuación de 126 lo que significa que va a ser el proveedor principal y el suplente será “INDES LTDA - Grumman” que obtuvo la segunda mejor calificación de 84 puntos.

3.6 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Se determinará el lugar donde se pretende hacer la apertura del mini-supermercado identificando las características adecuadas analizando desde lo macro a lo micro.

3.6.1 Macro localización. Consiste en decidir la zona general en donde se instalará el mini-supermercado. Anteriormente en el estudio de mercado se determinó que se ubicará en la ciudad de Bogotá.

Bogotá, D.C. es la ciudad capital de la República de Colombia y se constituye en el principal centro geográfico, político, industrial, económico y cultural del país. A una altura de 2.630 metros sobre el nivel del mar, y con un área de 1587 Kms², es sede del Gobierno y la más extensa de las ciudades de Colombia. Aquí se concentra el 17% de la población total de la nación (6.4 millones de habitantes), con la característica de poseer los más altos índices educativos.²⁸

3.6.2 Micro localización. Establecimiento del punto geográfico donde estará ubicado el mini-supermercado sin empaque y la oficina. Se realizará un análisis de las localidades seleccionadas en el estudio de mercados, que cumple con las características ideales para el desarrollo del mismo.

Tabla 43. Localidades y su composición económica

Localidad	Industria (%)	Comercio (%)	Servicio (%)
Usaquén	23	29,2	5
Barrios unidos	11,5	45	33,3
Teusaquillo	14	33	16
Fontibón	8	38	10

Fuente: Perfil económico. <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2880/6223_perfil_economico_usaquen.pdf?sequence=1>[Consultado el 27 de septiembre de 2016].

En las localidades a analizar es donde se encuentra más concentración de viviendas con estratos 3, 4 y 5. Se realizará la evaluación por método cuantitativo con el establecimiento de criterios.

3.6.2.1 Criterios de evacuación. Son los factores por los cuales se realizará la evaluación de las localidades seleccionadas y con esto definir cuál es el punto geográfico más adecuado para el establecimiento.

²⁸ U Distrital [En línea]. Disponible en: <<https://www.udistrital.edu.co/universidad/colombia/bogota/caracteristicas/>> [Consultado el 27 de septiembre de 2016].

- ✓ **Condición y tamaño de las instalaciones.** Se debe determinar el lugar donde se ubicará el mini-supermercado y si cumple con las características debidas para este.
- ✓ **Servicios.** Costos y disponibilidad de los servicios públicos y privados para poder prestar el servicio debidamente.
- ✓ **Restricciones gubernamentales.** Normas, leyes y políticas que afecten en la prestación del servicio.
- ✓ **Movilidad.** Estudio de rutas, vías de acceso para así garantizar el adecuado aprovisionamiento de los productos a comercializar.
- ✓ **Seguridad.** Los niveles de seguridad del sector y del lugar en específico donde quedará situado el mini-supermercado, garantizando la seguridad del establecimiento, de los empleados y de los consumidores.
- ✓ **Arrendamiento.** Costos apropiados para el arrendamiento del local, ya que se está dando un inicio a la empresa se debe tener los costos controlados ya que no se cuenta con un capital alto.
- ✓ **Disponibilidad al mercado.** Se busca el punto geográfico estratégico y con esto garantizar la cercanía y disponibilidad a los clientes, pensando en la eficiencia a la respuesta del servicio.

Cuadro 16. Factores de ponderación

Factor	Peso (%)
Condición y tamaño de las instalaciones	20
Servicios	15
Restricción gubernamentales	10
Movilidad	10
Seguridad	10
Arrendamiento	15
Disponibilidad al mercado	20
Total	100

Cuadro 17. Puntuación de los factores

Puntuación	Descripción
1	Excelente
2	Bueno
3	Regular
4	Malo
5	Deficiente

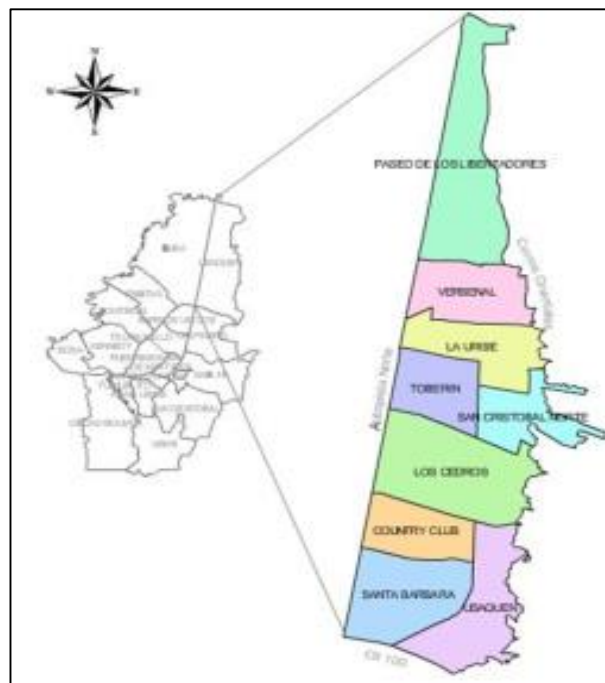
Tabla 44. Resultados por localidad

Factor	Peso (%)	Localidad							
		Usaquén		Teusaquillo		Fontibón		Barrios Unidos	
		Puntaje	Ponderado	Puntaje	Ponderado	Puntaje	Ponderado	Puntaje	Ponderado
Condición y tamaño de las instalaciones	0,2	4	0,8	2	0,4	3	0,6	4	0,8
Servicios	0,15	4	0,6	2	0,3	3	0,45	3	0,45
Restricciones gubernamentales	0,1	3	0,3	3	0,3	5	0,5	4	0,4
Movilidad	0,1	5	0,5	4	0,4	5	0,5	4	0,4
Seguridad	0,1	5	0,5	4	0,4	3	0,3	2	0,2
Arrendamiento	0,15	3	0,45	2	0,3	4	0,6	3	0,45
Proximidad disponibilidad	0,2	5	1	4	0,8	5	1	3	0,6
Total	1	29	4,15	21	2,9	28	3,95	23	3,3

3.6.2.2 Descripción de la localidad para el almacén. La localidad que se seleccionó es la localidad de Usaquén, representa el 8% del área total de la ciudad. Usaquén es la cuarta localidad en extensión total (6.531 ha.). Posee 2.720 hectáreas de suelo rural y 290 hectáreas de suelo de expansión. En Usaquén predomina la clase media y alta: el 24.8% de los predios son de estrato 6, el 32,3% de estrato 4 y el 21.1% de estrato 3.

La localidad Usaquén tiene 441 mil habitantes (6,4% del total de la ciudad), lo que la ubica como la séptima localidad en población y la quinta localidad con menor densidad, 68 personas por hectárea, por encima del promedio de la ciudad (42 p/ha). El promedio de personas por hogar 3.2, es el quinto más bajo entre las localidades e inferior al de la ciudad, 3.5. El Índice de Condiciones de Vida, 93.8, es el tercero más alto de Bogotá, 89.4²⁹.

Ilustración 5. Localidad de Usaquén



Fuente: localidad de Usaquén [En línea]. Disponible en: <<https://usaquen1.files.wordpress.com/2010/11/mapa-usaquen1.jpg>> [Consultado el 5 de octubre de 2016].

El almacén se localizará en la ciudad de Bogotá en la localidad de Usaquén por ser una zona comercial, obtuvo una ponderación de 4.15 en la calificación por medio de

²⁹ Biblioteca digital [En línea]. Disponible en: <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2880/6223_perfil_economico_usaquen.pdf?sequence=1/> [Consultado el 01 de octubre de 2016].

critérios de selección y la actividad empresarial de la localidad se concentra en el sector servicios (80%)

Cuadro 18. Localización del almacén

Fotos	
	
Barrio	Santa Bárbara, Usaquén
Valor Arriendo	22'000.000 mensuales
Estrato	5
Área	290 m2
Tipo de almacén	Comercial

Fuente: arriendo de locales en Usaquén [En línea]. Disponible en: <http://www.icasas.com.co/arriendo/locales-comerciales-bogota-d.c.-usaquen-santa-barbara/local-alquiler-santa-barbara-central_215161> [Consultado el 5 de octubre de 2016].

3.7 DISTRIBUCIÓN DE ESPACIO

Método por el cual se realiza el diseño del mini-supermercado y su distribución con el fin de optimizar el espacio, reducir movimientos y desplazamientos.

3.7.1 Diseño del local de comercialización. Diseño del Mini- supermercado sin envases el cual contará con el área de dispensadores de granos, especias y cereales, dispensadores de líquidos, así como los diferentes empaques que desee adquirir para sus productos.

3.7.2 Diseño de la oficina. Diseño de la oficina donde se realizará la parte administrativa.

3.7.3 Aplicación de los principios básicos de la distribución del espacio. Se realiza con el fin de aumentar la eficiencia en la distribución del espacio. Se aplicará el principio en el orden de los espacios en la bodega, de las oficinas y el almacén.

Todo se organizará para que los trabajadores puedan tener acceso a las herramientas fácilmente.

3.7.3.1 Principio de la satisfacción y la seguridad. Optimizar los costos de instalación para reducir el esfuerzo físico y mental en los trabajadores, logrando jornadas laborales más productivas.

3.7.3.2 Principio de la integración de conjunto. Contar con la mano de obra necesaria y herramientas para el desarrollo de las actividades, manteniendo la armonía y brindando selección, entretenimiento y compensación de los trabajadores.

3.7.3.3 Principios de la circulación. La circulación de los inventarios se manejará con el método PEPS y la bodega se organizará de modo que los productos con mayor rotación queden más exequibles para el debido abastecimiento.

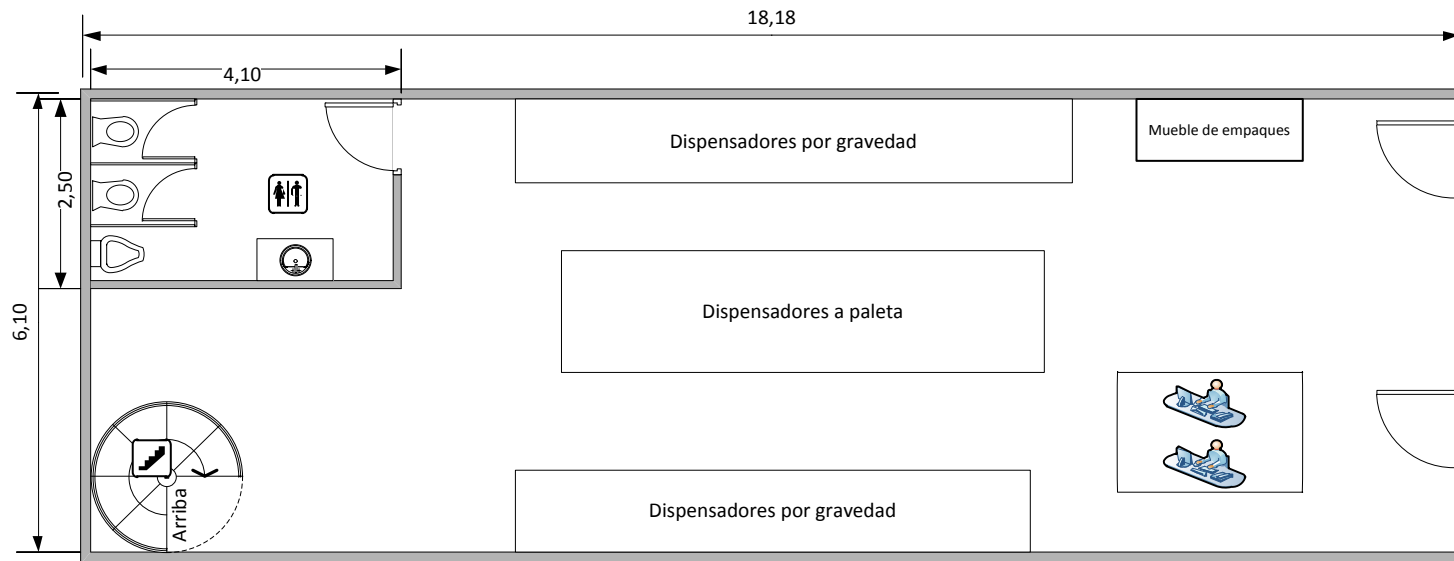
3.7.3.4 Principio de la flexibilidad. Las condiciones de los dispensadores deben permitir que estos sean ajustables o reordenables a un bajo costo y sin inconvenientes.

En el Plano 1., se muestra la distribución del mini-supermercado, teniendo en cuenta el local escogido anteriormente basado en dichos principios.

3.7.4 Puestos de trabajo. Es el lugar donde el trabajador desempeñará su tarea, algunas actividades requieren de que este todo el tiempo en el mismo lugar o que se deba dirigir a varios lugares.

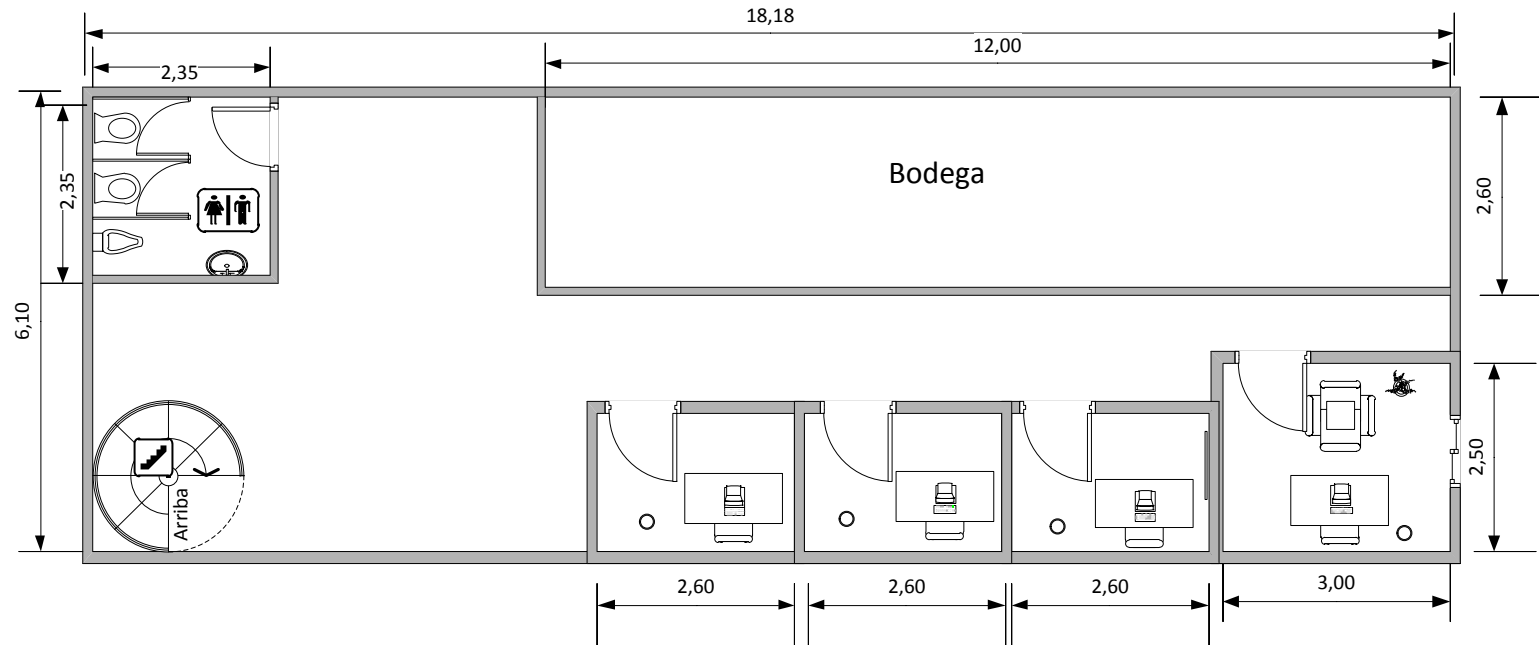
3.7.5 Maquinaria requerida. Son las herramientas con las que se van a realizar las actividades. El mini-supermercado requiere de diferentes tecnologías, maquinaria y equipo para la atención debida al cliente.

Plano 1. Distribución del mini-supermercado sin empaque



Programa de Ingeniería Industrial Trabajo de grado	Elaboró y aprobó: Eliana Katherine Bello Baquero	Escala: 1:100
-------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------	-------------------------

Plano 2. Distribución del área administrativa



Programa de Ingeniería
Industrial
Trabajo de grado

Elaboró y aprobó:
Eliana Katherine Bello Baquero

Escala:
1:100

Tabla 45. Maquinaria y equipo para el almacén

Maquinaria	Descripción	Figura	Precio (COP)	Cantidad	total
Dispensador	Dispensador en polipropileno mide 8" X 17"		377.795	25	9.444.875
	Dispensador en polipropileno mide 6" X 18"		417.725	20	8.354.500
Estibas	Estibas Plásticas		65.000	16	1.040.000
Bascula	Balanza/bascula Bernalo De 30kl División De 10/5gr		100.000	2	200.000

Tabla 45. (Continuación)

Maquinaria	Descripción	Figura	Precio (COP)	Cantidad	total
Caja registradora	Sistema Pos Caja Registradora Punto De Venta Inventarios		299.000	2	598.000
Banda de caja registradora			5.370.462	1	5.370.462
Silla	Silla Cajero - Butaca Industrial Piel Integral Giratoria T4		200.000	2	400.000
Carrito de compras	Canasta de hierro con ruedas 70 cm x84 cm X 44 cm		50.000	10	500.000

Tabla 46. Equipo de oficina






Equipo	Descripción	Figura	Precio (COP)	Cantidad	total
Escritorio	Escritorio Nápoles madera aglomerada 74 x 120 x 50		249.000	3	747.000
sillas	Silla Ejecutiva Con Brazos Malla Azul ASENTI		100.000	3	300.000
sillas	Silla Interlocutora Isoceles Sin Brazos Paño Azul		50.000	6	300.000
Biblioteca	Biblioteca Sin Puertas 162X60X25 cm Latte Moduart		119.000	3	357.000

Tabla 46. (Continuación)

Equipo	Descripción	Figura	Precio (COP)	Cantidad	total
Locker	Locker Metálico Vertical 6 Puestos 200x63x30 cm		389.000	1	389.000
Computador	Todo En Uno Hp 20-r124la - 4gb/1tb/19.5 /win10		1.500.000	3	4.500.000
Impresora	Imp Canon E461 Multifu Wifi Sistema Recarga		203.000	1	203.000
Teléfono	Teléfono Inalámbrico At&t Set 3 Teléfonos Dect6.0 Oficina		219.000	1	219.000

3.8 CONTROL DE CALIDAD

A los proveedores se les exige unos niveles de calidad pero en el momento de recibir los productos se debe revisar que estos cumplan las características determinadas para así garantizar la mejor calidad de los productos. Esta se realizará por medio de la matriz AMFE

3.8.1 Análisis modal de sus fallas y sus efectos (AMFE). Es una de las herramientas más utilizadas en la planificación de la seguridad en la atención, el AMFE evalúa las deficiencias que puede ocasionar un mal funcionamiento del servicio.

El AMFE valora fallas potenciales en el diseño y la prestación de servicios, previniendo su aparición, cuantificando los efectos de posibles fallas.

El AMFE nos permite priorizar las acciones encaminadas a minimizarlas o eliminarlas mediante una metodología simple y sistemática que aborda problemas, preocupaciones, desafíos, errores y fallas con el fin de buscar respuestas para su mejora.

Se deberá tomar acciones frente a las actividades de mayor a menor Número de Prioridad de Riesgo (NPR) que se halla multiplicando la gravedad, la frecuencia y la detección.

Cuadro 19. Calificación de Gravedad

Gravedad	G	Descripción
Evento catastrófico	10	El fallo puede causar muerte o lesiones
Efectos para el cliente		El defecto afecta a la seguridad y puede ser utilizado sin ser advertido por el cliente.
Evento Importante	7	El fallo incide de manera importante en el cliente
Efectos para el cliente		Un porcentaje mayor del producto está afectado, y es inservible para su uso. El cliente llama para quejarse en cuanto detecta el problema. El defecto no involucra funciones de seguridad ni el incumplimiento de la reglamentación.
Evento Moderado	4	El fallo incide de manera importante en el cliente
Efectos para el cliente		Un porcentaje menor del producto está afectado. Todos los clientes percibirán el defecto aunque podrán continuar utilizando el producto con normalidad, aunque ligeramente insatisfechos.

Cuadro 19. (Continuación)

Gravedad	G	Descripción
Evento Menor	1	El cliente no percibirá el fallo.
Efectos para el cliente		Un porcentaje muy bajo del producto deberá ser modificado en el mismo puesto de trabajo. El defecto no afecta el desempeño del producto pero algún cliente astuto percibiría el defecto.

Cuadro 20. Calificación de frecuencia

Frecuencia	F	Descripción
Frecuente	10	Probable aparición de forma inmediata o en un corto periodo de tiempo (puede suceder varias veces en un año)
Ocasional	7	Es probable que ocurra (varias veces en 1 o 2 años)
Infrecuente	4	Aparición posible (puede suceder en alguna ocasión en 2 a 5 años)
Remoto	1	Aparición improbable (puede ocurrir alguna vez en un periodo superior a 5 años)

Cuadro 21. Calificación de detección

Detección	D	Descripción
Certidumbre	10	No existe ninguna técnica de control disponible o conocida y/o no está prevista ninguna. Si el defecto se produce no será detectado y acabará en manos del cliente con toda certeza.
Baja	7	Los controles actuales son claramente ineficaces para detectar una parte significativa de los defectos. Se detectarían bastantes, pero muchos otros acabarían siendo enviados al cliente.
Moderada	4	Los controles tienen una efectividad moderadamente alta o alta. El programa de controles puede detectar el defecto, aunque no es detectable a simple vista.
Alta	1	Los controles actuales tienen una gran probabilidad de detectar este fallo antes de que llegue al cliente. El defecto es una característica fácilmente detectable porque se observa sin manipular demasiado el producto.

Cuadro 22. Matriz AMFE

Elemento	Componente del servicio	Modo de fallo	Efecto del fallo	Causas del fallo	Método de detección o controles actuales	G	F	D	NPR	Acción recomendada
Mini-supermercado sin envases	Atención al cliente en caja y en puntos de información	Personal con funciones no determinadas	Demora en la compra	Poca organización de la dirección	Quejas /Comentarios/Test de calificación al servicio	7	4	7	196	Asegurarse que todo el personal tenga claro el manual de funciones
		Falta de capacitación del personal	Clientes insatisfechos sobre la información brindada	Poco compromiso de parte de la gerencia	Quejas /Comentarios/Test de calificación al servicio	7	4	4	112	Capacitar a todo el personal sobre la forma de venta e información de cada producto
		Información incompleta o inexistente en cada producto	Pocos productos comprados y por lo tanto pérdidas económicas y desperdicios	Falta de inspección diaria de las etiquetas y avisos	Quejas /Comentarios/Test de calificación al servicio	10	4	1	40	Realizar una inspección diaria de las etiquitas y avisos de todo el Mini-supermercado

Cuadro 22. (Continuación)

Elemento	Componente del servicio	Modo de fallo	Efecto del fallo	Causas del fallo	Método de detección o controles actuales	G	F	D	NPR	Acción recomendada
Mini-supermercado sin envases	Productos en mal estado o agotados	Falta de inspección sobre las fechas de vencimiento	Desperdicios de productos	Falta de procesos de inspección	Quejas /Comentarios/Test de calificación al servicio	10	1	1	10	Realizar un formato con fechas de vencimiento de los productos del más perecedero al menos perecedero
		Pedidos incumplidos	Agotamiento de productos , por lo tanto menos ventas	Poca variedad de proveedores	Quejas y comentarios sobre la variedad de productos	4	1	4	16	Contar con mínimo dos proveedores de cada producto
		Inventarios mal contados	Poca variedad de productos en el súper mercado	Ineficiencia el personal o información poco clara	Quejas y comentarios sobre la variedad de productos	4	1	4	16	Encargar a una persona que tome el control de los inventarios
		Olvido de realización de pedidos	Insatisfacción de cliente a la hora de comprar	Poco compromiso de parte de la administración	Quejas y comentarios sobre la variedad de productos	7	1	4	28	Realizar actividades de administración para reforzar el compromiso.

3.9 SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Se debe garantizar la seguridad y salud a los trabajadores, las causas y efectos que pueda ocurrir tanto de riesgos de desastres naturales o emergencia laborales.

3.9.1 Panorama de riesgos. Reconocimiento de los factores de riesgo a que están expuestos los distintos grupos de trabajadores en una empresa, determinando en éste los efectos que pueden ocasionar a la salud de los trabajadores y la estructura organizacional y productiva de la empresa³⁰.

Objetivos

- ✓ Establecer algunas condiciones laborales del proyecto en desarrollo, brindando información necesaria que permita tomar acciones pertinentes en materia de prevención y control.
- ✓ Identificar puntos de riesgos donde exista un mayor riesgo de ocurrencia de los accidentes de trabajo y/o la generación de enfermedades profesionales.
- ✓ Priorizar y promover los programas de prevención de acuerdo a la evaluación y detección de los riesgos y las consecuencias y/o efectos más probables.
- ✓ Plantear recomendaciones de carácter general y específico, orientando la implementación del Programa de Salud Ocupacional, con el fin de prevenir y controlar los factores de riesgo.

3.9.2 Clasificación de los factores de riesgo. Los riesgos ocupacionales se clasifican de acuerdo a los efectos que puedan ocasionar sobre la salud de los trabajadores. Para este caso se analizarán únicamente los riesgos involucrados con el proyecto posteriormente teniendo en cuenta las áreas de la empresa.

Esta clasificación está definida en los riesgos que puedan ocasionar una enfermedad profesional o de origen higiénico y aquellos que puedan ocasionar accidentes de trabajo o de origen de seguridad, para lo cual se utilizó la clasificación de factores de riesgo establecidos según la guía técnica colombiana GTC 45

3.9.2.1 Condiciones de higiene ambiental. Previene, controla y mejora las condiciones ambientales necesarias en la empresa y todo su entorno.

- ✓ **Factores de riesgo físico.** Son todos aquellos factores ambientales de naturaleza física que pueden provocar efectos adversos a la salud según sea la intensidad o el tiempo de exposición.

³⁰ Riesgo ocupacional [En línea]. Disponible en: <<http://saludocupacional.univalle.edu.o/panoramafactriesgocup.htm>> [Consultado el 01 de octubre de 2016].

- ✓ **Factores de riesgo químico.** Están representados por toda sustancia orgánica e inorgánica, natural o sintética que durante la fabricación, manejo, transporte, almacenamiento o uso, pueda ser susceptible de ser inhalada, entrar en contacto con la piel o ser ingerida, con efectos irritantes, corrosivos, asfixiantes o tóxicos y en cantidades o tiempos de exposición que tengan probabilidades de lesionar la salud de las personas.

3.9.2.2 Condiciones Psicolaborales. Se refiere a aquellos aspectos intrínsecos y organizativos del trabajo y a las relaciones humanas, que al interactuar con factores humanos endógenos (edad, patrimonio genético, antecedentes psicológicos) y exógenos (vida familiar, cultura), tienen la capacidad potencial de producir cambios en el comportamiento (agresividad, ansiedad, insatisfacción) o trastornos físicos o psicosomáticos (fatiga, dolor de cabeza, espasmos musculares, alteraciones en ciclos de sueño, propensión a la úlcera gástrica, la hipertensión, la cardiopatía, envejecimiento acelerado).






3.9.2.3 Condiciones ergonómicas. Factores de riesgo por carga física. Se refiere a todos los aspectos de la organización del trabajo, de la estación o puesto de trabajo y su diseño, que pueden alterar la relación del individuo con el objeto del trabajo produciendo problemas en la salud, en el correcto desarrollo de las actividades e incluso en la producción.

3.9.2.4 Condiciones de seguridad. Actitudes, técnicas y controles propuestos para disminuir los accidentes de trabajo y minimizar las consecuencias del mismo.

- ✓ **Factores de riesgo físico-químico.** Están representados principalmente por todos aquellos objetos, sustancias químicas, materiales combustibles y fuentes de calor que bajo circunstancias de inflamabilidad o combustibilidad, pueden desencadenar incendios y explosiones con consecuencias como lesiones personales, muertes, daños materiales y pérdidas.
- ✓ **Factores de riesgo eléctrico.** Se refiere a los sistemas eléctricos de las máquinas y los equipos, instalaciones o materiales de estos, que al entrar en contacto con las personas pueden provocar lesiones o daños a la propiedad.
- ✓ **Factores de riesgo locativo.** Condiciones de la zona geográfica, las instalaciones o áreas de trabajo, que bajo circunstancias no adecuadas pueden ocasionar accidentes de trabajo o pérdidas para la empresa.





3.9.3 Uso de elementos de protección. Con el fin de mantener la seguridad y la salud de los trabajadores se deben utilizar los elementos de protección personal descritos en el Cuadro 23.

Cuadro 23. Elementos de seguridad y salud ocupacional

Ítem	Ilustración	Valor	Cantidad	Valor total
Gorro o cofia		15.000	1	15.000
Botiquín		45.000	2	90.000
Camilla		249.900	2	499.800
Señalización industrial		87.500	1	87.500
Extintor		26.900	3	80.700
Total				773.000

3.9.4 Señalización industrial. Para garantizar la seguridad de la planta se debe cumplir con la señalización descrita en la norma NTC 1461 la cual establece estándares de ubicación, forma, color y tamaño, en el Cuadro 24, se establece lo mencionado anteriormente.

Cuadro 24. Señalización según norma NTC 1461



Color	Forma geométrica	Significado	Descripción	Indicación
Rojo		Pare, prohibición o prevención del fuego	Banda circular de color rojo con una barra cruzada a 45°	Prohibición de acciones específicas Señales de pare Paradas de emergencia Señales de Prohibición Equipos contra incendio
Amarillo		Precaución riesgo de peligro	Triángulo de relleno de color amarillo	Indicaciones de peligro(fuego, explosión, radiación, intoxicación)
Azul		Acción de mando	Circunferencia rellena de color azul	Obligación a vestir equipo de protección personal
Verde		Condición de seguridad	Cuadrado o rectángulo relleno de color verde	Salidas de emergencia, estaciones de primeros auxilios y rescate

La señalización permite las precauciones, prohibiciones, acciones de mando y condiciones de seguridad que se deben tener en consideración dentro de las instalaciones de la organización.

3.9.4.1 Señales de Prohibición. Para prohibir o no autorizar realizar o hacer una actividad determinada por el símbolo del aviso.


Su función es evitar que se presenten situaciones de riesgo

Cuadro 25. Señales de prohibición

Tipo	Pictograma	Descripción	Ubicación			
Prohibición		Prohibido fumar.	Se encontrará en el local, en el área de almacenamiento y oficinas		Prohibido consumir alimentos en esta área	Se encontrará en el local, en el área de almacenamiento y oficinas
		Acceso restringido solo personal autorizado	Se encontrará en el área almacenamientos y oficinas			

3.9.4.2 Señalización educativa e informativa. Establecen políticas de seguridad, higiene y condiciones de trabajo.

Cuadro 26. Señales educativas e informativas

Tipo	Pictograma	Descripción
informativa		Lávese las manos
		Mantenga esta área despejada
		Baños





3.9.4.3 Señal de Prevención. Indican las precauciones que deben tener en los lugares a los que se accede.

Se subdividen en señales de peligro, precaución y cuidado

- ✓ **Peligro.** Indican situaciones de riesgo con alta probabilidad de mortalidad.
- ✓ **Precaución.** Indican situaciones donde se presentan algunas posibilidades de riesgo que pueden generar lesiones serias o muerte.
- ✓ **Cuidado.** Indican situaciones de riesgo que pueden producir daños menores o moderados.




3.9.4.4 Señales de información Concernientes a Condiciones Seguras. Indican los lugares de seguridad: elementos para enfrentar emergencias, vías de evacuación, primeros auxilios, puertas de salida.

Cuadro 27. Señales de información concernientes a condiciones Seguras

Tipo	Pictograma	Descripción	Ubicación
Condición de seguridad		Indicación de escaleras	Se encontrará en el área de oficinas
		Indicación de camilla	Se encontrará en el área administrativa
		Indicación de botiquín	Se encontrará en el área oficinas
		Salida de emergencia	Se encontrará en el área de oficinas

3.9.4.5 Señales contra incendios. Muestran la ubicación de elementos para el control de incendios, uso correcto y manejo de los extintores.

Cuadro 28. Señales contra incendios

Tipo	Pictograma	Descripción	Ubicación
Señalización contra incendios		Extintor	Se encontrara en el área administrativa, en el local y zona de almacenaje
		Ruta de escape	Se encontrara en el área administrativa, en el local y zona de almacenaje
		Gabinete contra incendios	Se encontrara en el área administrativa, en el local y zona de almacenaje

3.10 COSTOS TÉCNICOS

Determinación de los costos asociados en el estudio técnico, teniendo en cuenta maquinaria, equipo de oficina y demás costos.

Tabla 47. Costos técnicos de inversión

Descripción	Total
Arriendo	22.000.000
Dispensador 1	9.444.875
Dispensador 2	8.354.500
estibas	1.040.000
Bascula	200.000
Caja registradora	598.000
Banda de caja registradora	5.370.462
Silla	540.000
Carrito de compras	950.000
Escritorio	747.000
Sillas	540.000
Sillas	419.400
Biblioteca	357.000
Locker	389.000
Computador	4.500.000
Impresora	203.000
Teléfono	219.000
Total	55.872.237

Tabla 48. Costos técnicos de gasto

Descripción	Total
AZ	17.500
Carpetas	24.000
Resma	32.700
Esferos	12.000
Cocedora	108.000
Perforadora	97.000
Resaltador	23.500
Elementos de seguridad y salud ocupacional	843.000
Total	1.157.700

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Se determinarán las estrategias y panoramas de planeación. Se establecen los objetivos de la organización, los principios, valores hacia donde se planea llegar. Se debe realizar una planificación del recurso humano, selección, capacitación y estudio de salarios.

4.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Es el proceso por el cual la empresa desarrolla los objetivos y las acciones concretas para llegar a alcanzar un estado deseado. Esta la realiza la parte administrativa y así genera el plan con la debida orientación de la empresa.

4.1.1 Misión. Somos BIOPURCHASES, un mini-supermercado encargado en la distribución de productos como granos, especias y líquidos, creado para satisfacer las necesidades de los clientes y brindarles una nueva forma de comprar, centrando los esfuerzos en crear conciencia en los clientes al eliminar el empaque primario.

4.1.2 Visión. Seremos un supermercado reconocido por sus valores organizacionales, liderazgo e innovación en el servicio y los productos, incentivando a la reducción de empaques primarios con el fin de superar las expectativas de los clientes y al tiempo cumpliendo con los propósitos medio ambientales; por esta razón BIOPURCHASES se esfuerza en la prestación del servicio y la excelencia en todos sus productos y a la vez ofreciendo soluciones a las necesidades de sus clientes.

4.1.3 Valores. Son los aspectos que identifican la cultura de la organización y la de sus trabajadores, como interpretan el entorno y las expectativas de sus clientes y propietarios.

- ✓ **Ética.** Obrar con moral de manera personal y profesional, cumpliendo las normas aplicadas en el desarrollo de las labores.
- ✓ **Servicio.** Actividad y consecuencia de servir a la gente, es indispensable a la hora de desempeñar la labor.
- ✓ **Responsabilidad.** Cumplimiento de las actividades que se le asignan de la mejor manera y dedicación.
- ✓ **Respeto.** Se debe lograr mantener una armonía en el grupo y así desempeñar las labores, ser respetado y respetuoso.
- ✓ **Honestidad.** Es la sinceridad y transparencia que debe tener el equipo de trabajo en la realización de las labores.

- ✓ **Compromiso.** Desempeñarse de la mejor manera, uniendo los objetivos personales con los organizacionales y así dar todo lo mejor para el cumplimiento de los mismos.

4.1.4 Política organizacional. Son las directrices que se dan a conocer a los trabajadores, esta debe ser entendida y acatada por todos. Da a conocer las normas y responsabilidades de cada área de la organización, estas son la política de calidad, política de selección, política de bienestar y desarrollo, política de proveedores, política de vacaciones y política de dotación.

4.1.4.1 Política de calidad. La empresa se comprometerá a comercializar productos de alto nivel de calidad sin conservantes, que el cliente se sienta satisfecho con los productos que encuentre en el establecimiento.

- ✓ Satisfacción de los requerimientos de los clientes.
- ✓ Buscar la inclusión de nuevos productos que satisfagan las necesidades de los clientes.
- ✓ Garantizar la calidad de los productos y del servicio.
- ✓ Garantizar el cumplimiento de los requerimientos para la efectividad en la prestación del servicio.
- ✓ Seguir los lineamientos y estrategias organizacionales.

4.1.4.2 Política de selección. Implementación de la estandarización en los procesos de Reclutamiento, Selección y Contratación para conseguir una mejora en los controles administrativos.

- ✓ Realizar la solicitud de la vacante en el departamento de gestión humana.
- ✓ Realizar el proceso de selección para la vacante con los trabajadores internos bajo algunas características.
- ✓ Presentar cinco candidatos al jefe directo del área solicitante.
- ✓ Confirmación de los requerimientos en la vacante.
- ✓ Los candidatos que no cumplan con las características y requerimientos solicitados serán notificados.
- ✓ Los candidatos seleccionados se vincularán directamente a la empresa, con los beneficios propios de ésta y se proseguirá a la firma del contrato.

4.1.4.3 Política de desarrollo humano. Establecer lineamientos generales que contribuyan al bienestar colectivo e individual de los trabajadores.

- ✓ Comprometerse a desarrollar una buena etapa de inducción y entrenamiento.
- ✓ Capacitar contantemente a los trabajadores y comprometerse con el bienestar así logrando un mejor desempeño en sus labores.
- ✓ Patrocinar estudios y formaciones en los trabajadores en las áreas fines a la razón social de la empresa.
- ✓ La empresa se responsabiliza por el 40% del valor del programa sin superar hasta cuatro SMMLV para estudios en las áreas fines a la razón social de la empresa como: técnicos, tecnólogos, pregrado y posgrado.
- ✓ Los trabajadores que apliquen para el apoyo de estudios deberá cumplir con un periodo de permanencia laboral una vez finalizados el programa el cual es el doble de tiempo de la totalidad del periodo de estudio.
- ✓ Los trabajadores que reciban apoyo económico deberán devolver el valor en su totalidad.

4.1.4.4 Política de proveedores. Lineamientos establecidos para la relación comercial de la empresa con los proveedores.

- ✓ El pago a proveedores se realizará entre los 5 primeros días de cada mes.
- ✓ Se reevaluara la relación comercial anualmente con los proveedores elegidos con el fin de garantizar la existencia de materias primas e insumos.

4.1.4.5 Política de vacaciones. Lineamientos establecidos sobre el manejo del proceso de vacaciones para los trabajadores cumpliendo la legislación.

- ✓ Se vacaciones se otorgaran de acuerdo a la legislación colombiana la cual es un periodo de 15 días de descanso remunerado el cual se dará al cumplir el año y con la debida organización que corresponda.
- ✓ Las vacaciones no podrán ser acumuladas por más de un periodo seguido.

4.1.4.6 Política de dotación. Lineamientos específicos sobre cuando y como se debe entregar las debidas dotaciones a los trabajadores. Se entregará un valor de \$250.000 a cada trabajador para uso de ropa en el almacén.

- ✓ Se deben entregar las dotaciones a los trabajadores tal y como lo estipula la ley la cual tienen como remuneración hasta dos SMMLV.
- ✓ La dotación se entregará cada 4 meses en fechas estipuladas.
- ✓ Se entregaran los elementos de protección al jefe de área el cual deberá distribuir a sus colaboradores.
- ✓ Los empleados deben utilizar los elementos de protección siempre.

4.1.5 Objetivos. Satisfacer las necesidades del cliente interno, externo y el consumidor final por medio de la innovación, constancia, desarrollo profesional de los trabajadores, cumpliendo los niveles de calidad.

4.1.6 Estrategias organizacionales. Se establecerán las decisiones de la empresa, con el fin de alcanzar los objetivos a largo plazo, de esto se debe dar una implementación y estricto cumplimiento.

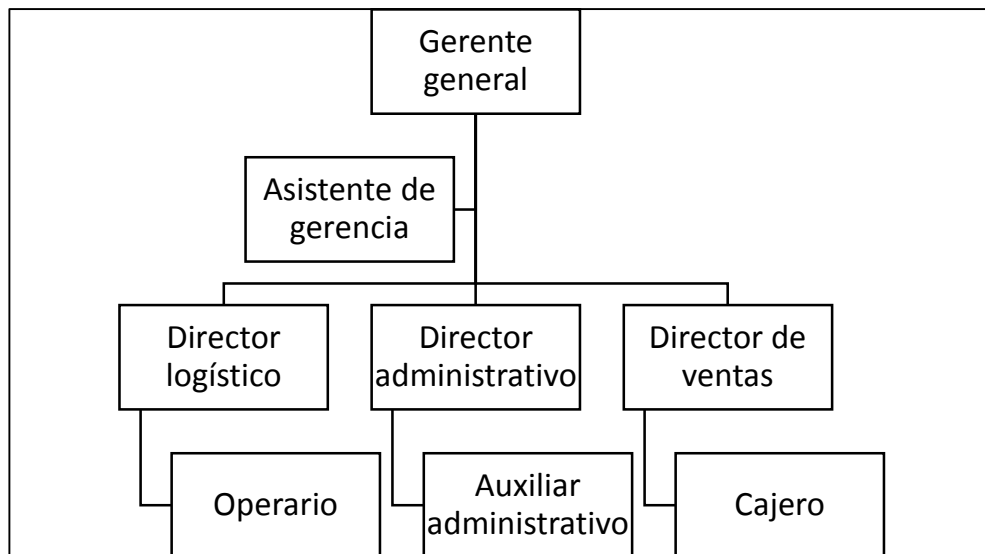
- ✓ Se deben realizar encuestas de satisfacción a todos los clientes.
- ✓ Garantizar que las cantidades necesarias estén disponibles en el tiempo requerido y mantenga la calidad.
- ✓ Realizar actividades de aprovisionamiento y servicio al cliente.
- ✓ Brindar los mejores productos tanto en calidad como en sabor.
- ✓ Apoyar a los trabajadores en estudios y formación educativa con el fin de otorgar valor tanto a las personas como a la empresa.
- ✓ Brindar incentivos a los trabadores por la excelencia en el cumplimiento de la labor.
- ✓ Realizar evaluaciones constantes a los trabajadores con el fin de mantener el mejor servicio y retroalimentar siempre.
- ✓ Mantener las relaciones comerciales con los proveedores con las cuales esté se comprometa a entregar la mejor calidad en los productos y en el debido tiempo y la empresa se debe comprometer a realizar los pagos en las fechas establecidas.
- ✓ Mantener los informes mensuales actualizados y ponerlos a disposición de los accionistas resumiendo los movimientos y verificando utilidades.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Es el marco en el que se va a desenvolver el mini-supermercado sin empaque, especificando, agrupando, coordinando y controlando las tareas que se van a realizar con el fin de cumplir los objetivos organizacionales y personales.

4.2.1 Organigrama. Está compuesto por tres niveles jerárquicos en el primero se encuentra el gerente general el cual es el responsable de la ejecución, supervisión y cumplimiento de los objetivos organizacionales, en el segundo nivel se encuentran los directores de área los cuales se encargan de la ejecución, supervisión y cumplimiento de las actividades correspondientes a estas y por último en el tercer nivel se encuentra el nivel operativo donde están los cargos de operarios y cajeros.

Diagrama 5. Estructura organizacional



4.2.2 Funciones generales del cargo. Se establecerá una descripción general de las actividades y responsabilidades que tiene cada cargo representado en el organigrama.

- ✓ **Gerente.** Es la cabeza de la empresa, es el encargado del total funcionamiento del mini-supermercado, debe desarrollar la planeación estratégica, establecer metas y objetivos. Debe estar al tanto de todos los movimientos que se realizan en la empresa, proveedores, materias primas y contratación.
- ✓ **Asistente de gerencia.** Se encargara de ser el puente de comunicación entre las áreas a el gerente, realizará actividades de redacción de documentos, verificación de pagos y facturación.
- ✓ **Director logístico.** Es el encargado de la administración de los materiales para la parte de abastecimiento de los productos, debe evaluar las estrategias de ventas logísticas.

- ✓ **Director administrativo.** Es el encargado de la parte de las oficinas, es el responsable del recurso humano de las capacitaciones que se requieran y de la parte financiera, salarios y presupuestos.
- ✓ **Director de ventas.** Es el encargado del debido cumplimiento en las metas de ventas, en idear estrategias de marketing, promociones y demás con el fin de satisfacer a los clientes.
- ✓ **Operario.** Es el encargado del abastecimiento de los dispensadores, de avisar a los directores con anterioridad del agotamiento de algún producto y debe realizar las actividades de almacenamiento de los mismos.
- ✓ **Auxiliar administrativo.** Es el encargado de brindar el apoyo necesario al área de dirección administrativa, apoyar actividades como reclutamiento, selección, capacitación y desvinculación de los trabajadores según corresponda.
- ✓ **Cajero.** Es el encargado de facturar las compras de los clientes, es el responsable del dinero que ingresa a la compañía y de la imagen corporativa con la atención al cliente.

4.2.3 Manual de funciones. Este contiene las normas y tareas que desarrolla cada funcionario, especifica criterios laborales, conocimientos, experiencia, nivel educativo y perfiles laborales que se requieren en el puesto de trabajo y así garantizar la efectividad de la función. Se describirán los diferentes manuales en el Anexo B.

4.2.3.1 Proceso de selección. Selección de los candidatos más adecuados para desempeñar las labores de una manera eficiente en el puesto de trabajo.

- ✓ **Necesidad de la vacante.** Ya sea por apertura del almacén, sustitución o por expansión.
- ✓ **Anuncio de la convocatoria.** El reclutamiento se realizara en primera medida interno con el fin de darle oportunidad a las personas a un crecimiento, en dado caso que el reclutamiento sea externo se publicara en portales de empleo en internet especificando detalladamente las funciones y las características necesarias para el perfil del aspirante.
- ✓ **Recolección y selección de hojas de vida.** Se determinara la recepción de las cartas de presentación y curriculum de los aspirantes en un determinado tiempo, seguidamente se analizaran y seleccionara los candidatos que cumplan con los requisitos.

- ✓ **Entrevistas en el área de recursos humanos.** Los aspirantes preseleccionados se citaran y se efectuaran las pruebas psicológicas y de aptitud.
- ✓ **Entrevista con el jefe inmediato.** Los aspirantes serán citados para entrevista con el jefe directo del área el cual realiza el último filtro para la vinculación directa con la compañía.
- ✓ **Vinculación a la compañía.** Selección del candidato, realización de exámenes médicos y firma el contrato laboral.

Cuadro 29. Formato manual de funciones

	BIOPURCHASES		Código: MF - 001
	Manual de funciones		Hoja: 1-1
			Fecha: 25/10/2016
Cargo	Gerente general		
Área	Administrativo		
Objetivos	Realizar la administración de recursos humanos y materiales. Dirigir y evaluar las estrategias de ventas y logísticas.		
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollar y dirigir la gestión estratégica. ✓ Determinar los objetivos generales, específicos y metas de la empresa. ✓ Controlar las diferentes decisiones de los directores de áreas. ✓ Liderar las decisiones, supervisar y controlar. ✓ Controlar las actividades, verificando la eficiencia de las mismas. ✓ Controlar las pérdidas y ganancias del mini-supermercado. ✓ Dirigir la contratación, despidos y entrenamiento de los trabajadores. ✓ Supervisar las promociones de ventas y la mercadería. ✓ Manejar de los problemas de los empleados, los directores de áreas, las quejas de los clientes. ✓ Ser el representante de la empresa. 			
Educación	Profesional con título universitario con carreras afines como ingeniería industrial, administración de empresas, ingeniero comercial. Con estudios complementarios en contabilidad, finanzas, recursos humanos y proyectos.		
Experiencia	Mínimo 3 años de experiencia.		
Formación	Segunda lengua con alto nivel y gestión de proyectos.		
Habilidades	Debe dominar procesos, técnicas y herramientas propias para la planeación, control, dirección de las estrategias, liderazgo, organización y conocimientos básicos en las actividades de los subordinados.		
Relaciones	Externa e interna		
Esfuerzos	Mental: alto	Visual: medio alto	Físico: bajo
Condiciones de trabajo	Lugar: Oficina administrativa, temperatura ambiente, higiene en condiciones normales e iluminación adecuada.		Riesgo: posturas ergonómicas y complicaciones psicosocial.
Elaborado por: Eliana K. Bello	Revisado por:	Aprobado por:	Modificado por:
Fecha elaboración: 25/10/2016	Fecha revisión:	Fecha aprobación:	Fecha de modificación:

4.3 ESTUDIO DE SALARIOS

Determinación de la remuneración salarial para cada uno de los cargos de la compañía especificando el valor y relevancia con respecto a los manuales de funciones y el organigrama.

4.3.1 Sistema de asignación por puntos. Sistema de asignación salarial que tiene en cuenta el análisis ocupacional, consistencia en el trabajo de campo o recopilación de datos de fuentes primarias con base en las actividades establecidas en el manual de funciones.

4.3.2 Puntuación según el número de cargos. Establecimientos de puntos por la totalidad de los cargos.

Tabla 49. Especificación de la puntuación

Cargos	Factores	Puntos
1 – 10	1 – 7	800
11 – 20	8 – 10	1000
21 - 40	11 – 13	2000
41 - o mas	13 o mas	3000

Partiendo de los 8 cargos del organigrama se asignara un máximo de 7 factores los cuales deben sumar en su totalidad 800 puntos.

4.3.3 Selección y ponderación de los factores. Determinación de los factores con mayor relevancia en el desarrollo de actividades y procesos con el cual se especificara un porcentaje.

Cuadro 30. Selección y ponderación de factores

Factor	Descripción	Grado	Definición
Nivel de escolaridad (30%)	Nivel de estudio que debe poseer el postulante para ocupar el cargo	1	Bachiller
		2	Técnico
		3	Tecnológico
		4	Profesional
Experiencia (20%)	Conocimiento y aptitudes adquiridas por ejecución de la labor en un periodo de tiempo	1	Ninguna
		2	1 a 6 meses
		3	6 meses a 1 año
		4	Más de un año
Destreza y habilidad (15%)	Capacidades específicas con las que debe contar el postulante	1	Baja
		2	Media
		3	Media alta
		4	Alta
Esfuerzo físico (10%)	Cantidad de energía y fuerza que debe poseer el empleado para realizar la labor	1	Baja
		2	Media
		3	Media alta
		4	Alta
Esfuerzo mental (10%)	Intensidad mental que se debe usar para efectuar las actividades del cargo	1	Baja
		2	Media
		3	Media alta
		4	Alta
Esfuerzo visual (10%)	Intensidad visual que se debe usar para efectuar las actividades del cargo	1	Baja
		2	Media
		3	Media alta
		4	Alta
Ambiente de trabajo (5%)	Exposición y riesgos a los que se enfrenta los empleados	1	Baja
		2	Media
		3	Media alta
		4	Alta

4.3.4 Asignación de puntos. Asignación de la calificación a cada uno de los factores el cual debe sumar máximo 800 puntos.

Cuadro 31. Asignación de puntos

Factor	Porcentaje	1	2	3	4	Ra
Nivel de escolaridad	30	30	120	210	300	90
experiencia	20	20	80	140	200	60
Destreza y habilidad	15	15	60	105	150	45
Esfuerzo físico	10	10	40	70	100	30
Esfuerzo mental	10	10	40	70	100	30
Esfuerzo visual	10	10	40	70	100	30
Ambiente de trabajo	5	5	20	35	50	15

4.3.5 Definición de puntuación por grado. Asignación del número de puntos según el grado y definición.

Cuadro 32. Definición de puntuación por grado

Grado	Definición	Puntos
Nivel de escolaridad	Bachiller	30
	Técnico	45
	Tecnológico	60
	Profesional	75
Experiencia	Ninguna	20
	1 a 6 meses	33
	6 meses a 1 año	46
	Más de un año	59
Destreza y habilidad	Baja	15
	Media	25
	Media alta	35
	Alta	45
Esfuerzo físico	Baja	10
	Media	17
	Media alta	24
	Alta	31
Esfuerzo mental	Baja	10
	Media	17
	Media alta	24
	Alta	31
Esfuerzo visual	Baja	10
	Media	17
	Media alta	24
	Alta	31
Ambiente de trabajo	Baja	5
	Media	10
	Media alta	15
	alta	20

4.3.6 Resultados puntuación por cargo. Asignación de puntos por cada uno de los cargos teniendo en cuenta las funciones y procedimientos del cargo.

Cuadro 33. Puntuación por cargo

Cargo	Nivel de escolaridad	Experiencia	Destreza y habilidad	Esfuerzo físico	Esfuerzo mental	Esfuerzo visual	Ambiente de trabajo	Total
Gerente general	75	59	45	10	31	24	17	261
Asistente de gerencia	45	46	17	17	24	24	17	190
Director de abastecimiento	75	46	45	17	31	24	17	255
Director administrativo	75	46	35	10	17	24	17	224
Director de ventas	75	46	35	10	24	24	17	231
Operario	30	20	35	31	10	24	24	174
Auxiliar administrativo	45	20	25	10	24	24	17	165
Cajero	30	20	35	17	17	24	24	167

4.3.7 Salario promedio. En base a la prestación de servicios el salario promedio por cargo, los egresados establecieron una escala mínima de remuneración la cual no es obligatoria pero se tomó como base³¹. Se puede observar en el Anexo C

Tabla 50. Salario promedio por cargo

Cargo	Salario
Gerente general	3.693.000
Secretaria	874.000
Director de abastecimiento	2.225.000
Director administrativo	2.225.000
Director de ventas	2.225.000
Operario	850.000
Auxiliar administrativo	874.000
Cajero	850.000

Con base en los manuales de funciones, el sistema de asignación de puntos y el promedio de compensación monetaria se realizará una regresión aritmética la cual establecerá el valor salarial.

Fórmula 5. Ecuación regresión lineal

$$Y = A + B(X)$$

Fuente: Stewart, James. (2008) Calculo de una sola variable 6 a ed.

$$A = -3377090.16 \quad B = 24494.7338$$

³¹ Escala mínimos remuneración 2016. [En línea]. Disponible en: <<http://www.enlaceprofesional.com.co/escala-minimos-remuneracion>> [Consultado el 25 de octubre de 2016].

4.3.8 Nuevos salarios. Especificación de los nuevos salarios a pagar con base a la regresión aritmética.

Tabla 51. Salarios trabajadores

Cargo	Puntos (x)	Salario (y)	Nuevos salarios
Gerente general	261	3693000	3.016.035
Asistente de gerencia	190	874000	1.276.909
Director logístico	255	2225000	2.869.067
Director administrativo	224	2225000	2.109.730
Director de ventas	231	2225000	2.281.193
Operario	174	850000	884.994
Auxiliar administrativo	165	874000	664.541
Cajero	167	850000	713.530
Total	1667	13816000	13.816.000

Gráfico 36. Salarios trabajadores



4.4 NÓMINA

Documento contable que reciben los trabajadores. Es el recibo de salario que la empresa otorga al trabajador especificando la cantidad económica como sueldo, prestaciones sociales, seguro social y aportes parafiscales que el empleado recibe a cambio de su trabajo.

El pago correspondiente a la nómina se realizara de manera mensual.

4.4.1 Prestaciones sociales. Beneficios legales que no son consideradas salario y el empleador debe pagar al trabajador por sus labores desempeñadas.

- ✓ **Prima de servicios.** La empresa pagará un salario mínimo mensual legal vigente SMMLV por cada año laborado, o si es inferior a un año se realizara el pago proporcional al tiempo en que ha estado prestando el servicio. Se pagará en dos contados en el mes de junio y en el mes de diciembre.
- ✓ **Cesantías.** La empresa pagará un salario mínimo mensual legal vigente SMLMV al trabajador por medio de una entidad competente, se realizara el pago proporcional al tiempo en que ha estado prestando el servicio.
- ✓ **Intereses a las cesantías.** A diferencia de las cesantías, los intereses a las cesantías si se le cancelan al trabajador, el pago corresponde al 1% de las cesantías pagadas mensualmente y se realizara al inicio del año.
- ✓ **Auxilio de transporte.** La empresa lo pagará a los empleados que devenguen hasta dos SMLMV con el fin de subsidiar el costo de la movilización de la casa al lugar del trabajo. La suma de \$77.700 valor fijado para el año 2016.
- ✓ **Vacaciones.** Son las vacaciones remuneradas al que tiene derecho todo trabajador por sus labores desempeñadas durante un año, las cuales corresponderán a 15 días hábiles.

Tabla 52. Porcentaje de prestaciones

Ítems	Porcentaje (%)
Prima de servicios	8,33
Cesantías	8,33
Intereses a las cesantías	12
Vacaciones	4,17
Total	32,83

Fuente: porcentaje de prestaciones <<http://www.gerencie.com/porcentajes-prestaciones-sociales.html>> Consultado el 26 de octubre de 2016.

4.4.2 Seguridad social. En la ley 100 de 1993 se especifica las normas, entidades y procedimientos los cuales se garantiza la calidad de vida de las personas. Este se compone de salud, pensión y riesgos laborales. Se realizan los pagos junto al empleador en cuanto a salud y pensión, mientras que en riesgos laborales se encarga la empresa.

- ✓ **Salud.** La empresa realizará el aporte mensual a la Entidad Promotora de Salud (EPS) que el trabajador escoja por preferencia, garantizando así la salud mental y física del trabajador y su núcleo familiar.
- ✓ **Pensión.** La empresa realizará el aporte mensual al Sistema General de Pensiones que el trabajador escoja por preferencia, garantizando pagos en la vejez, la invalidez y la muerte.
- ✓ **Riesgos profesionales.** La empresa realizará el aporte mensual al Sistema General de Riesgos Laborales (ARL) según el nivel de ingreso y la clasificación del riesgo. Se garantizará la protección y prevención de las enfermedades laborales.

Tabla 53. Porcentajes seguridad social

Ítems	Empleador (%)	Empleado (%)
Salud	8,5	4
Pensión	12	4
Riesgos profesionales	0,522	0
total	21,022	8

Fuente: porcentaje de prestaciones <<http://www.gerencie.com/porcentajes-prestaciones-sociales.html>> Consultado el 26 de octubre de 2016.

4.4.3 Aportes parafiscales. La legislación colombiana establece la obligación del pago para el empleador por tener vinculaciones laborales, los pagos se realizan a la caja de compensación familiar, el SENA y el ICBF.

Los porcentajes de los aportes parafiscales a pagar son:

Tabla 54. Porcentaje de aportes parafiscales

Ítems	Porcentajes (%)
caja de compensación familiar	4
SENA	2
ICBF	3

4.4.4 Pago de nómina. La empresa liquidará la nómina mensualmente teniendo en cuenta el salario estipulado para el cargo, los porcentajes correspondientes a seguridad social y a los aportes parafiscales.

Tabla 55. Total devengado

Cargo	Sueldo	Salud 4%	Pensión 4%	Total de aportes	Total devengado	# trabajadores	Total año
Gerente general	3.016.035	120.641	120.641	241.283	2.774.753	1	33.297.030
Secretaria	1.276.909	51.076	51.076	102.153	1.174.757	1	14.097.078
Director logístico	2.869.067	114.763	114.763	229.525	2.639.542	1	31.674.499
Director administrativo	2.109.730	84.389	84.389	168.778	1.940.952	1	23.291.422
Director de ventas	2.281.193	91.248	91.248	182.495	2.098.698	1	25.184.375
Operario	884.994	35.400	35.400	70.799	814.194	2	19.540.657
Auxiliar administrativo	664.541	26.582	26.582	53.163	611.378	1	7.336.532
Cajero	713.530	28.541	28.541	57.082	656.448	2	15.754.751
Total	13.816.000	552.640	552.640	1.105.280	12.710.720	10	170.176.344

Tabla 56. Aportes del empleador

Cargo	sueldo	Salud 8,5%	ARL 0,522%	Caja de compensa ción 4%	Pensión 12%	SENA 2%	ICBF 3%	Total aportes empleador	# trabaja dores	Total año
Gerente general	3.016.035	256.363	15.744	120.641	361.924	60.321	90.481	905.474	1	10.865.690
Secretaria	1.276.909	108.537	6.665	51.076	153.229	25.538	38.307	383.354	1	4.600.244
Director logístico	2.869.067	243.871	14.977	114.763	344.288	57.381	86.072	861.351	1	10.336.215
Director administrativo	2.109.730	179.327	11.013	84.389	253.168	42.195	63.292	633.383	1	7.600.598
Director de ventas	2.281.193	193.901	11.908	91.248	273.743	45.624	68.436	684.860	1	8.218.318
Operario	884.994	75.224	4.620	35.400	106.199	17.700	26.550	265.693	2	6.376.626
Auxiliar administrativo	664.541	56.486	3.469	26.582	79.745	13.291	19.936	199.508	1	2.394.102
Cajero	713.530	60.650	3.725	28.541	85.624	14.271	21.406	214.216	2	5.141.186
Total	13.816.000	1.174.360	72.120	552.640	1.657.920	276.320	414.480	4.147.840	10	55.532.980

Tabla 57. Prestaciones sociales anuales en cifras pesos

Cargo	sueldo	Auxilio de transporte	Cesantías 8,33%	intereses cesantías 1%	Prima 8,33%	Vacaciones 4,17%	Total de prestaciones	# trabajadores	total año
Gerente general	36.192.424	0	3.016.035	361.924	3.016.035	1.508.018	7.902.013	1	7.902.013
Secretaria	15.322.911	11.188.800	1.276.909	153.229	1.276.909	638.455	14.534.302	1	14.534.302
Director logístico	34.428.804	0	2.869.067	344.288	2.869.067	1.434.533	7.516.955	1	7.516.955
Director administrativo	25.316.763	0	2.109.730	253.168	2.109.730	1.054.865	5.527.493	1	5.527.493
Director de ventas	27.374.320	0	2.281.193	273.743	2.281.193	1.140.597	5.976.727	1	5.976.727
Operario Auxiliar administrativo	10.619.922	11.188.800	884.994	106.199	884.994	442.497	13.507.483	2	27.014.966
Cajero	7.974.491	11.188.800	664.541	79.745	664.541	332.270	12.929.897	1	12.929.897
	8.562.365	11.188.800	713.530	85.624	713.530	356.765	13.058.250	2	26.116.499
Total	165.792.000	44.755.200	13.816.000	1.657.920	13.816.000	6.908.000	80.953.120	10	107.518.853

4.5 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Se muestra a continuación el resumen de los costos y gastos que se presentaron en el desarrollo del estudio administrativo del proyecto.

Tabla 58. Costo total

Cargo	Total anual				
	Sueldo	Aportes parafiscales	Aportes devengado	Aportes PS	Total Aportes
Gerente general	36.192.424	10.865.690	33.297.030	7.902.013	88.257.157
Secretaria	15.322.911	4.600.244	14.097.078	14.534.302	48.554.536
Director logístico	34.428.804	10.336.215	31.674.499	7.516.955	83.956.474
Director administrativo	25.316.763	7.600.598	23.291.422	5.527.493	61.736.276
Director de ventas	27.374.320	8.218.318	25.184.375	5.976.727	66.753.740
Operario	10.619.922	6.376.626	19.540.657	27.014.966	63.552.172
Auxiliar administrativo	7.974.491	2.394.102	7.336.532	12.929.897	30.635.022
Cajero	8.562.365	5.141.186	15.754.751	26.116.499	55.574.801
Total	165.792.000	55.532.980	170.176.344	107.518.853	499.020.177

Tabla 59. Resumen en pesos

Total de administración	229.182.991
Total de mano directa ventas	147.508.645 122.328.541
Total	499.020.177

5. ESTUDIO LEGAL

Se visualizará las principales normatividades que se rigen en el país y específicamente en la ciudad de Bogotá con respecto a los supermercados y el manejo de los alimentos. Se dan a conocer las obligaciones con respecto a las especificaciones de la constitución de la empresa, tipo de sociedad y sector de desempeño.

5.1 CONSULTAS PRINCIPALES

Se debe realizar una serie de consultas para la especificación de la creación de la empresa.

5.1.1 Tipo de empresas. Los tipos de empresas se dividen en criterios como el sector de la actividad de la empresa, el tamaño, la propiedad de capital, el ámbito de actividad, destino de beneficios y forma jurídica.

5.1.2 Tipo de sociedad. Una sociedad es un contrato entre dos o más personas con un fin de un negocio para beneficio de ambas partes. A partir del contrato se origina una persona jurídica que es diferente a la de los socios que integran a la sociedad.

5.1.2.1 Sociedad por acciones simplificada. Creada en la legislación colombiana por la ley 1258 de 2008, es una sociedad de capitales, de naturaleza comercial que puede constituirse mediante contrato o acto unilateral y que constará en documento privado. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado.

Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

Una vez inscrita en el registro mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Para efectos tributarios, se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Las acciones y demás valores que emita la S.A.S no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa³².

³² Sociedad por acciones simplificada [En línea]. Disponible en: <<http://www.ccc.org.co/como-crear-su-empresa/seleccione-el-tipo-de-sociedad-a-constituir/sociedad-por-acciones-simplificada>> [Consultado el 13 de octubre de 2016].

5.1.3 Consulta del nombre. Se debe verificar la disponibilidad del nombre. Se debe verificar que no se encuentre registrado en la cámara de comercio el cual se puede realizar por medio del sitio web www.ccb.org.co y en la página web www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas. Así se podrá corroborar que el nombre BioPurchases está disponible.

Ilustración 6. Consulta de disponibilidad del nombre

The screenshot shows the RUES website interface. At the top, there is a navigation bar with the RUES logo and the text 'Registro Unico Empresarial y Social Cámaras de Comercio'. Below this, there is a menu with options like 'Inicio', 'Consultas', 'Veedurias', and 'Servicios Virtuales'. The main content area features a search form titled 'Realice aquí su consulta empresarial o social'. The form includes tabs for different search criteria: 'Razón Social Nombre', 'Razón Social Palabra Clave', 'Número de Identificación', 'Matrícula Mercantil', and 'Registro Nacional de Turismo'. The 'Razón Social Nombre' tab is selected. Below the tabs, there is a text box with instructions: 'Los resultados de la consulta por nombre siempre se mostrarán en orden alfabético, y retorna todos aquellos comerciantes cuya razón social o sigla inicie con las palabras ingresadas. Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia y Condiciones de Uso'. A search input field contains the text 'BIOPURCHASES' and a 'Consultar' button. Below the form, a yellow warning banner reads: 'Advertencia: La consulta por Nombre no ha retornado resultados'. At the bottom, there is a footer with logos for RM, RUP, ESAL, and RNT, and the text 'CONFECAMARAS - Gerencia Registro Único Empresarial y Social Carrera 13 No 26A - 47 of 502, Bogotá, Colombia'.

5.1.4 Consulta de clasificación industrial internacional uniforme CIIU. Con el propósito de clasificar las actividades económicas de los empresarios del país de la manera más precisa, las cámaras de comercio del país, a partir del año 2000, se rigen por la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de todas las actividades económicas.

El Código CIIU fue elaborado por la Organización de Naciones Unidas y la revisión 4 es una adaptación para Colombia hecha y revisada por el DANE³³.

³³ Código CIIU [En línea]. Disponible en: http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/acerca_CIIU/01.html [Consultado el 13 de octubre de 2016].

5.2 PROCESO DE FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La formalización de la empresa la puede hacer una persona natural que debe asumir todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial a la que se va a dedicar. Se debe tener y diligenciar una serie de documentos.

5.2.1 Original del documento de identidad. Al cumplir la mayoría de edad, es decir 18 años, el único documento de identificación válido en el país es la cédula de ciudadanía. Desde el 31 de julio de 2010 el único documento de identidad válido es la cédula amarilla con hologramas³⁴.

5.2.2 Formulario de registro único tributario RUT. Es administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta y no contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio; los responsables del Régimen Común y los pertenecientes al régimen simplificado; los agentes retenedores; los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros, y los demás sujetos de obligaciones administradas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, respecto de los cuales esta requiera su inscripción³⁵. Se puede observar en el Anexo E

5.2.3 Formulario de registro único empresarial y social RUES. Es administrado por las Cámaras de Comercio atendiendo a criterios de eficiencia, economía y buena fe, para brindar al Estado, a la sociedad en general, a los empresarios, a los contratistas, a las entidades de economía solidaria y a las entidades sin ánimo de lucro una herramienta confiable de información unificada tanto en el orden nacional como en el internacional³⁶. Se puede observar en el Anexo F

5.2.4 Formulario de registro con otras entidades. Con este formulario, la Cámara de Comercio envía la información a la Secretaría de Hacienda Distrital de Bogotá con el propósito de llevar a cabo la inscripción en el Registro de Información Tributaria (RIT) siempre y cuando las actividades que va a realizar se lleven a cabo en Bogotá y estén gravadas con el Impuesto de Industria y Comercio (ICA)³⁷.

³⁴ Cedula de ciudadanía [En línea]. Disponible en: <<http://www.registraduria.gov.co/-Cedula-de-ciudadania-.html>> [Consultado el 13 de octubre de 2016]

³⁵ Registro único tributario [En línea]. Disponible en: <http://www.dian.gov.co/contenidos/servicios/rut_preguntasfrecuentes.html> [Consultado el 13 de octubre de 2016]

³⁶ Registro único empresarial y social [En línea]. Disponible en: <http://www.rues.org.co/RUES_Web/Home/About> [Consultado el 13 de octubre de 2016]

³⁷ Registro con otras entidades [En línea]. Disponible en: <http://www.empresario.com.co/recursos/instructivos/CCB/pasos_crear/persona_jur_p06.html> [Consultado el 13 de octubre de 2016]

5.2.5 Registro de matrícula mercantil. Registro que certifica la existencia y la constitución de las empresas y de los negocios. Es uno de los requisitos exigidos para el funcionamiento de todo establecimiento comercial y de toda empresa³⁸.

5.2.6 Razón social. Se trata de un nombre oficial y legal que aparece en la documentación con la que se desea constituir a la persona jurídica en cuestión. En este caso se decidió BioPurchases.

5.2.7 Tipo de sociedad. Se eligió para el proyecto el tipo de sociedad SAS sociedad por acciones simplificada ya que permite desde 1 accionista hasta un número ilimitado, sin importar si son personas naturales o jurídicas, su capital se divide en acciones de libre comercialización con las excepciones presentes en los estatutos y reglas los cuales son fijados por los socios. Los accionistas responden solamente por el monto de sus aportes.

5.2.8 Objeto social. La comercialización y venta de productos alimenticios.

5.3 CLASIFICACIÓN SEGÚN EL CÓDIGO CIU

La clasificación que le corresponde al mini-supermercado es 4711 “Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco”.

- ✓ Los establecimientos no especializados de comercio al por menor de productos cuyo surtido está compuesto principalmente de alimentos (víveres en general), bebidas o tabaco. No obstante, expenden otras mercancías para consumo de los hogares tales como vestuario, electrodomésticos, muebles, artículos de ferretería, cosméticos, entre otros. Suelen realizar este tipo de actividad los denominados supermercados, cooperativas de consumidores, comisariatos y otros establecimientos similares. También se incluyen las tiendas, los graneros, entre otros, que se encuentran en los pueblos o en barrios tradicionales.
- ✓ El expendio de comidas preparadas en restaurantes, cafeterías y por autoservicio. Se incluye en las clases 5611, «Expendio a la mesa de comidas preparadas»; 5612, «Expendio por autoservicio de comidas preparadas»; 5613, «Expendio de comidas preparadas en cafeterías», y 5619, «Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.», según corresponda³⁹.

5.4 MINUTA DE CONSTITUCIÓN

³⁸ Matrícula mercantil [En línea]. Disponible en: <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-482174I>> [Consultado el 13 de octubre de 2016]

³⁹ Código CIU [En línea]. Disponible en: <http://www.dian.gov.co/descargas/normatividad/2012/Resoluciones/CIU_Rev4ac.pdf> [Consultado el 13 de octubre de 2016]

Es el documento que se realiza al iniciar la empresa y en el cual se hace constar el tipo de organización y los socios fundadores de la misma. Es el primer documento que se realiza ante los registros públicos se requiere que previamente se haya establecido el estatuto o reglamentación de la futura organización. Se puede observar en el Anexo D.

5.5 ESTATUTO TRIBUTARIO

Se encuentran las normas que regulan los impuestos administrados por la DIAN⁴⁰. Son las normas con las que se va a regir la empresa, debe contener:

- ✓ Nombre de la entidad que se constituye.
- ✓ Domicilio de la entidad.
- ✓ Objeto social.
- ✓ Patrimonio.
- ✓ Órganos de administración.
- ✓ La vigencia o duración precisa de la entidad.
- ✓ Clase de socios.
- ✓ Derechos y deberes de los asociados.
- ✓ Causales de disolución y procedimiento de liquidación.

5.6 OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

La Sociedad por Acciones Simplificada es gravada y por lo tanto tributará a la tarifa correspondiente de renta, pertenecen al régimen ordinario y en algunos casos al especial, será responsable del IVA y sujeto pasivo del ICA, según su actividad económica, responsable del timbre, agente retenedor y sujeto del GMF como todas las demás sociedades, sin perjuicio de que los accionistas paguen el impuesto que les corresponda sobre sus acciones y dividendos o certificados de inversión y utilidades, cuando estas resulten gravadas de conformidad con las normas vigentes⁴¹.

⁴⁰ Estatutos tributarios [En línea]. Disponible en: <<http://www.dian.gov.co/contenidos/servicios/publicaciones.html>> [Consultado el 13 de octubre de 2016]

⁴¹ Obligaciones tributarias [En línea]. Disponible en: <<http://www.unilibre.edu.co/CriterioLibre/images/revistas/10/CriterioLibre10art06.pdf>> [Consultado el 13 de octubre de 2016]

5.6.1 Impuesto sobre la renta. Es un gravamen integrado por los impuestos de renta y los complementarios de ganancias ocasionales y de remesas.

El impuesto sobre la renta grava todos los ingresos que obtenga un contribuyente en el año, que sean susceptibles de producir incremento neto del patrimonio en el momento de su percepción, siempre que no hayan sido expresamente exceptuados, y considerando los costos y gastos en que se incurre para producirlos⁴².

5.6.2 Retención de la fuente. No es un impuesto, sino un mecanismo de recaudo anticipado del impuesto, es decir, no se tiene que esperar a que transcurra el periodo del impuesto, sino que el recaudo se hace en el momento en que ocurre el hecho generador del mismo. Así se asegura que el Estado tenga un flujo constante de recursos⁴³.

5.6.3 Impuesto sobre el valor agregado (IVA). Es un impuesto a la venta de bienes de consumo⁴⁴.

5.6.4 Impuesto de industria y comercio. El impuesto de Industria y Comercio se genera por el ejercicio o realización directa o indirecta de cualquier actividad industrial, comercial o de servicios en jurisdicción del Distrito Capital de Bogotá, ya sea que se cumplan de forma permanente u ocasional, en inmueble determinado, con establecimiento de comercio o sin ellos⁴⁵.

5.7 REQUISITOS DE FUNCIONAMIENTO

Para que el mini-supermercado pueda abrir legalmente al mercado, debe cumplir con unos requisitos.

5.7.1 Registro mercantil. Es el instrumento legal que tiene como objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos, libros y documentos del comerciante. El registro mercantil es tramitado en la Cámara de Comercio.

5.7.2 Certificado del uso de suelos. Se debe confirmar la utilización del suelo, esto se realiza en la oficina de planeación municipal. Se debe tener en cuenta que en determinados sectores de una ciudad no se pueden desarrollar ciertas actividades.

⁴² Impuesto sobre la renta [En línea]. Disponible en: <<http://www.dian.gov.co/DIAN/12SobreD.nsf/pages/Impuestosinternos?OpenDocument>> [Consultado el 13 de octubre de 2016]

⁴³ Impuesto sobre la renta [En línea]. Disponible en: <<http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/11810/100000220.pdf?sequence=1>> [Consultado el 13 de octubre de 2016]

⁴⁴ Impuesto sobre el valor agregado [En línea]. Disponible en: <<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/iva>> [Consultado el 13 de octubre de 2016]

⁴⁵ Impuesto de industria y comercio [En línea]. Disponible en: <<http://www.shd.gov.co/shd/industria-y-comercio>> [Consultado el 13 de octubre de 2016]

5.7.3 Certificado se Sayco & Acinpro. Los establecimientos de comercio que hayan uso de música o difusión de cualquier obra protegida por derechos de autor, debe pagar los respectivos derechos.

Si el establecimiento de comercio no hace utilización de este tipo de obras, debe de todas formas adquirir el certificado de no usuario de música y demás obras sometidas a derechos de autor.

5.7.4 Concepto sanitario. El mini-supermercado como tiene por objeto social el expendido de alimentos, debe disponer del concepto sanitario.

Todos los empleados que manipulen alimentos, deben tener su certificado de manipulación de alimentos, el concepto sanitario comprende aspectos como la seguridad de las instalaciones y el nivel de sanidad del establecimiento.

Si no se cuenta con este concepto, el establecimiento puede ser objeto de cierre, o las mercancías pueden ser decomisadas, en caso de presentar riesgo para los consumidores.

5.7.5 Certificado de seguridad. Lo expide el departamento de bomberos y tiene como fin que el establecimiento cumpla con las normas de seguridad y que cuente con las herramientas necesarias que permitan atender una emergencia dentro del establecimiento.

5.7.6 Control de pesas y medidas. Para así garantizar la transparencia a la hora de vender los productos, deben de estar debidamente calibradas. Vender productos con medidas y pesos diferentes a los reales es sancionable.

5.7.7 Lista de precios. Se deben dar a conocer a los clientes y consumidores los precios de los productos, en un lugar visible como el contenedor del producto.

5.8 NORMATIVIDAD

Se deben establecer los aspectos legales y normativos que se deben tener en cuenta para la prestación del servicio.

Cuadro 34. Normatividad

Normatividad	Descripción
Decreto 3075 de 1997	La salud es un bien de interés público. En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos
Decreto 1299 de 2008	El presente decreto reglamenta el Departamento de Gestión Ambiental de las empresas a nivel industrial, de conformidad con el artículo 8° de la Ley 1124 de 2007.
Ley 1335 de 2009	El objeto de la presente ley es contribuir a garantizar los derechos a la salud de los habitantes del territorio nacional, especialmente la de los menores de 18 años de edad y la población no fumadora, regulando el consumo, venta, publicidad y promoción de los cigarrillos, tabaco y sus derivados, así como la creación de programas de salud y educación tendientes a contribuir a la disminución de su consumo, abandono de la dependencia del tabaco del fumador y se establecen las sanciones correspondientes a quienes contravengan las disposiciones de esta ley.
Resolución 765 de 2010	La presente resolución tiene por objeto regular el proceso de capacitación para manipulación de alimentos dirigida a Las personas Naturales y Jurídicas - establecimientos donde se, almacenen, distribuyen, transporten, expendan y manipulen alimentos que no estén considerados en el numeral anterior y que deberán obtener constancia de asistencia al curso de educación sanitaria en manejo adecuado de alimentos, mínimo una vez al año, el cual no podrá ser inferior a seis (6) horas.
NTS USNA 002	Esta norma establece los principios generales para realizar el servicio a los clientes de acuerdo con estándares establecidos.
NTS USNA 003	Esta norma proporciona los requisitos para proveer la materia prima y verificar el cumplimiento de estándares en el manejo de la misma, de acuerdo con procedimientos establecidos.
NTS USNA 004	Esta norma proporciona los requisitos para establecer planes de trabajo y manejar el presupuesto del área cumpliendo variables definidas en la empresa.
NTS USNA 006	Esta norma establece los requisitos relacionados con la infraestructura básica que deben tener los establecimientos de la industria gastronómica para asegurar la calidad de sus espacios.
NTS USNA 008	Esta norma establece los requisitos de servicio y planta que permiten categorizar por tenedores los establecimientos de la industria gastronómica.
Guía técnica GTS USNA 009	La presente guía tiene por objeto facilitar la aplicación de las disposiciones mínimas de seguridad y salud en los lugares de trabajo.

5.9 COSTOS DE CONSTITUCIÓN

Se definen los costos en que se deben incurrir para la constitución de la empresa BioPurchases S.A.S con base a un simulador de pagos.

Tabla 60. Costo de constitución

Ítem	Valor
Elaboración documentó privado	0
Matricula mercantil	641.000
Impuesto de registro	471.100
Radicación RUE	4.500
Compra de libros	11.200
Registro de libros	25.000
Certificación de existencia y representante legal	3.500
RUT	0
ICA	0
Registro de marca	55.000
Uso de suelos	46.200
Permiso bomberos	41.100
Total	1.298.600

Fuente: costos de constitución [En línea]. Disponible en: <<http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Tarifas-de-los-registros-publicos-2016>> [Consultado el 14 de octubre de 2016].

6. ESTUDIO AMBIENTAL

Se debe establecer los pasos y formas adecuadas en la utilización de los recursos naturales, teniendo en cuenta la protección de los mismos. Se debe buscar la minimización, reducción y prevención de los problemas medio ambientales, creando el desarrollo sostenible.

6.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

BioPurchases S.A.S es una empresa dedicada a la comercialización y venta de productos alimenticios que tiene como objetivo reducir la contaminación y costos de los productos al implementar el método de ofrecer los productos sin empaque en la ciudad de Bogotá.

6.2 EVALUACIÓN DE ASPECTOS AMBIENTALES

Se debe aplicar herramientas que contribuyan al desarrollo sostenible y equilibrado de la gestión ambiental, se realizará la evaluación de impacto ambiental como instrumento determinante a las alteraciones para realizar la gestión posteriormente.

6.2.1 Identificación de aspectos ambientales. Identificación de posible generación de desechos para la efectiva prestación del servicio o en las demás actividades ejecutadas en el mini-supermercado y que generen incidencia al medio ambiente.

Cuadro 35. Identificación de aspectos ambientales

Factor	Área	Aspecto ambiental
Papelería	Administrativa	Residuos sólidos
Material orgánico	Abastecimiento	Residuos sólidos orgánicos, si se genera algún derrame de productos.
Plástico	Abastecimiento	Residuos sólidos por empaque del proveedor.
Agua	Administración y servicio	Consumo de recurso hídrico.
Luz	Administración y servicio	Consumo de energía.

6.2.2 Matriz de impacto ambiental. Herramienta que permite identificar los elementos de una actividad o producto (bien y/o servicio) que realiza la entidad u organismo distrital en diferentes escenarios, relacionadas a la interacción con el ambiente, permitiendo valorar el daño que potencialmente se deriva de dicha actividad o producto y la identificación apropiada del control operacional⁴⁶.

⁴⁶ Matriz de impacto ambiental [En línea]. Disponible en: <http://ambientebogota.gov.co/documents/10157/2426046/INSTRUCTIVO_MATRIZ_EIA.pdf> [Citado el 14 de octubre de 2016].

Cuadro 36. Matriz de impacto ambiental

	Aspecto ambiental	Impacto ambiental	Naturaleza		Efecto			Temporalidad		Magnitud		Reversibilidad		Mitigable	
			+	-	largo plazo	Mdn. Plazo	corto plazo	temporal	permanente	local	regional	reversible	no reversible	mitigable	no mitigable
Energía	Consumo de energía	Agotamiento del recurso		x		x			x		x		x	x	
Agua	Consumo de agua	Agotamiento del recurso		x		x			x		x		x	x	
Suelo	Generación de residuos sólidos	Contaminación del suelo y afectación a la comunidad		x		x		x		x		x		x	
	Generación de residuos orgánicos	Contaminación del suelo y afectación a la comunidad		x				x	x		x		x	x	
Aire	Generación de gases	Contaminación del aire y afectación a la comunidad	x					x		x			x	x	

Cuadro 36. (Continuación)

	Aspecto ambiental	Impacto ambiental	Naturaleza		Efecto			Temporalidad		Magnitud		Reversibilidad		Mitigable	
			+	-	largo plazo	Mdn. Plazo	corto plazo	temporal	permanente	local	regional	reversible	no reversible	mitigable	no mitigable
Social	Generación de empleo	Ayuda a las personas en la parte económica y de su entorno y crea cultura	x				x		x	x					
Económico		Impulsa la economía al crear empresas, que cuiden el medio ambiente	x				x		x	x					

- ✓ **Evaluación de los impactos ambientales.** A partir de los impactos negativos obtenidos en la matriz se debe realizar una evaluación de estos y calificarlos según los criterios adecuados.

Cuadro 37. Calificación de los criterios

Criterio	Abreviatura	Descripción	Puntuación		
Efecto	E	Evidencia de impacto en el tiempo	Largo plazo 1	Mediano plazo 2	Corto plazo 3
Temporalidad	T	Permanencia del impacto en el tiempo	Temporal 1	Permanente 3	
Magnitud	MG	Extensión del impacto	Local 1	Regional 3	
Reversibilidad	R	Nivel de recuperación	Reversible 1	No reversible 3	
Mitigable	M	Disminución de impacto	Mitigable 1	No mitigable 3	

La clasificación y puntuación correspondiente al impacto

Tabla 61. Clasificación y puntuación

Clasificación	Puntuación
Alto	12 – 15
Medio	8 – 11
Bajo	5 – 7

Tabla 62. Evaluación de los impactos

Aspecto ambiental	Impacto ambiental	Criterios de evaluación					Puntuación total	Clasificación
		E	T	MG	R	M		
Consumo de energía	Agotamiento del recurso	2	3	3	3	1	12	Alto
Consumo de agua	Agotamiento del recurso	2	3	3	3	1	12	Alto
Generación de residuos sólidos	Contaminación del suelo y afectación a la comunidad	2	1	1	1	1	6	Bajo
Generación de residuos orgánicos	Contaminación del suelo y afectación a la comunidad	3	1	1	1	1	7	Bajo
Reciclaje	Disminución de residuos	1	3	1	1	1	7	Bajo

La evaluación de los impactos ambientales del mini-supermercados sin empaque arroja que los impactos de nivel alto son el consumo de energía y el consumo de

agua, mientras que los de bajo nivel son la generación de residuos sólidos, la generación de residuos orgánicos y el reciclaje.

6.3 POLÍTICA AMBIENTAL

La política ambiental debe tener integrada en el sistema de gestión ya que en la actualidad los consumidores e inversionistas son más exigentes con los productos y servicios para que estos cumplan características amigables con el medio ambiente. En la política ambiental se busca la mayor conservación de la naturaleza y aun así conseguir el desarrollo sostenible.

A continuación se muestra la política ambiental del mini-supermercado sin empaques:

Ya que lo que se ofrece es un servicio la gestión ambiental va enfocada en la prestación de este y la eliminación de los empaques plásticos en los productos y así seguir con el compromiso ambiental y sostenible de la empresa, esta se basa en los siguientes principios:

- ✓ Una relación acorde entre la sostenibilidad económica y la protección ambiental.
- ✓ Promover la cultura ambiental a los proveedores, empleados y clientes con el fin de que la cultura sea acogida en todas partes.
- ✓ Capacitar de forma constante y continua a los trabajadores logrando una mejor realización de sus labores e inculcando la importancia del cuidado del medio ambiente.
- ✓ Implementar tecnologías limpias y las buenas prácticas ambientales.
- ✓ Cada día asegurarse del debido cumplimiento de la legislación medioambiental vigente.

6.4 LEGISLACIÓN AMBIENTAL

Se debe conocer las normas jurídicas establecidas por el gobierno colombiano y las diferentes entidades que se encargan en la protección del medio ambiente y su debido cumplimiento de estas.

A continuación se describen las diferentes normas ambientales que se deben tener en cuenta para el buen funcionamiento del mini-supermercado.

Cuadro 38. Normatividad ambiental

Normatividad	Descripción
Ley 1259 de 2008	La finalidad de la presente ley es crear e implementar el Comparendo Ambiental como instrumento de cultura ciudadana, sobre el adecuado manejo de residuos sólidos y escombros, previendo la afectación del medio ambiente y la salud pública, mediante sanciones pedagógicas y económicas a todas aquellas personas naturales o jurídicas que infrinjan la normatividad existente en materia de residuos sólidos; así como propiciar el fomento de estímulos a las buenas prácticas ambientalistas.
Ley 232 de 1995	Normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales
Ley 23 de 1973	Prevenir y controlar la contaminación del medio ambiente, y buscar el mejoramiento, conservación y restauración de los recursos naturales renovables, para defender la salud y el bienestar de todos los habitantes del territorio nacional.
RESOLUCIÓN 604 DE 1993	Las disposiciones sanitarias de la presente resolución se aplicarán a toda persona natural o jurídica dedicada a la preparación y expendio de alimentos para consumo humano en las vías públicas de todo el territorio nacional, quienes se sujetarán a lo dispuesto en la presente resolución y a las disposiciones que la modifiquen o sustituyan, a las cuales deben también sujetarse los locales donde se preparan, los expendios y los medios de transporte utilizados.
Decreto 2333 de 1982	Reglamenta las condiciones sanitarias de las fábricas, depósitos y expendios en alimentos; de los alimentos; del transporte y distribución de los mismos; se dictan otras disposiciones.
Decreto 1753 de 1994	Reglamenta las licencias ambientales
Decreto 2811 de 1974	Regula el manejo de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente.

7. ESTUDIO FINANCIERO

Este estudio se realiza con el fin de determinar la viabilidad del proyecto de inversión BIOPURCHASES S.A.S empresa de servicios dedicada a la comercialización de granos, especias, cereales y aceites, con el fin de cubrir la necesidad de los clientes.

Se obtendrá la información para la inversión, costos, gastos, depreciación, amortizaciones, ingresos, punto de equilibrio y valor presente neto. El alcance del proyecto está definido para un periodo de cinco años.

7.1 ÍNDICE DE PROYECCIÓN

Las proyecciones de los siguientes años para los costos, gastos, costos de los productos y precios de venta se realizan a base del Índice de Precios al Consumidor (IPC),

Tabla 63. IPC del 2017 – 2021

Año	IPC (%)
2017	3,90
2018	3,10
2019	3,60
2020	3,40
2021	3,00

Fuente: proyecciones económicas <file:///D:/Downloads/Tabla%20Cifras%20de%20Variables%20Macroecon%C3%B3micas%20Proyectadas%20para%202017%20(1).pdf> Consultado el 03 de noviembre de 2016.

7.2 INVERSIÓN INICIAL

Es la cantidad de dinero que se debe invertir para poner en marcha el proyecto del mini-supermercado BIOPURCHASES S.A.S, se debe tener en cuenta los activos fijos, el capital de trabajo y los cargos diferidos.

7.2.1 Activos fijos. Es un bien tangible o intangible, que se puede convertirse en efectivo a corto plazo y se utilizan para realizar la actividad de la empresa.

Tabla 64. Activos fijos en pesos

Descripción	Valor (\$)
Maquinaria para el almacén	23.967.837
Equipo para el almacén	1.853.000
Equipo área administrativa	4.922.000
Muebles y enseres área administrativa	2.767.100
Equipo para bodega	1.040.000
Total	33.706.937

7.2.2 Depreciación de los activos fijos. La vida útil de los activos es el tiempo en que la propiedad, planta y equipo contribuye a los ingresos. Con el método de depreciación se analiza el desgaste que sufren estos.

Para el cálculo de la depreciación se utilizará el método de línea recta.

Fórmula 6. Formula depreciación

$$Depreciación = \frac{Valor\ del\ activo}{Vida\ util\ del\ activo}$$

Fuente: Horngren, Charles T (2007).Contabilidad de costos un enfoque gerencial

En las Tablas 57 y 58, se muestra la depreciación de los activos fijos.

Tabla 65. Depreciación de equipos para el área de ventas

Descripción	Total (\$)	Vida útil	Depreciación año (\$)
Dispensador pala	9.444.875	10	944.488
Dispensador suspendido	8.354.500	10	835.450
Bascula	200.000	5	40.000
Caja registradora	598.000	10	59.800
Banda de caja registradora	5.370.462	10	537.046
Silla	400.000	10	40.000
Carrito de compras	500.000	10	50.000
estibas	1.040.000	10	104.000
Total	25.907.837		2.610.784

Tabla 66. Depreciación de equipos para el área administrativa

Descripción	Total	Vida útil	Depreciación año (\$)
Escritorio	747.000	10	74.700
Sillas ejecutivas	300.000	10	30.000
Sillas interlocutoras	300.000	10	30.000
Biblioteca	357.000	10	35.700
Locker	389.000	10	38.900
Computador	4.500.000	5	900.000
Impresora	203.000	5	40.600
Teléfono	219.000	5	43.800
Total	7.015.000		1.193.700

Tabla 67. Depreciación de los activos fijos proyección 2017-2021

Depreciación	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Almacén	2.610.784	2.610.784	2.610.784	2.610.784	2.610.784	2.610.784
Administrativa	1.193.700	1.193.700	1.193.700	1.193.700	1.193.700	1.193.700
Total	3.804.484	3.804.484	3.804.484	3.804.484	3.804.484	3.804.484

7.2.3 Cargos diferidos. Son los costos a los que se debe incurrir para el inicio del proyecto como constitución, adecuaciones, instalaciones y lo que se vea pertinente en la etapa inicial para la apertura y funcionamiento del mini-supermercado.

Tabla 68. Cargos diferidos

Concepto	Valor (\$)
Constitución	1.298.600
Adecuación	3.500.000
Total	4.798.600

Los costos diferidos se deben amortizar para establecer la cantidad anual que se debe tener para la recuperación de la inversión inicial.

Tabla 69. Amortización cargos diferidos en pesos

Valor de los cargos diferidos	2017	2018	2019	2020	2021
4.798.600	959.720	959.720	959.720	959.720	959.720

7.2.4 Capital de trabajo. El recurso con el que la empresa debe contar para desarrollar el objeto social, son activos corrientes. Se tendrá en cuenta el valor de los inventarios para el primer mes.

Tabla 70. Capital de trabajo

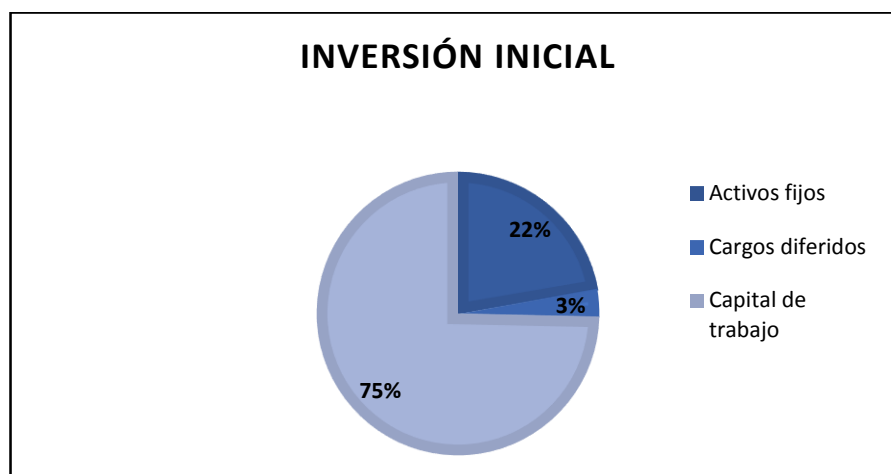
Concepto	Valor (\$)
Inventario primer mes	118.432.643

La inversión inicial se determina con la suma del valor total de los activos fijos, los cargos diferidos y el capital de trabajo.

Tabla 71. Inversión inicial

Concepto	Valor (\$)
Activos fijos	35.392.937
Cargos diferidos	4.798.600
Capital de trabajo	118.432.643
Total	158.624.180

Gráfico 37. Inversión inicial



7.2.5 Financiación del proyecto. La inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto, esta se obtendrá por medio de los aportes sociales.

Tabla 72. Financiación

Concepto	Valor (\$)	Porcentaje
Aporte socios	158.624.180	100%

7.3 COSTOS DEL SERVICIO

Los costos del servicio son valores en que se incurre para prestar el servicio, se debe mantener un orden y conseguir los recursos necesarios para el abastecimiento del almacén, los pagos a los proveedores y el uso de factores externos.

7.3.1 Materia prima. Son los productos que se van a comercializar en el mini-supermercado sin empaque. Están subdivididos en tres grupos: Granos, especias y líquidos.

Cuadro 39. Cantidad y precios del subgrupo granos en pesos

Descripción	Kilos	Precio (\$)	Precio por kg	Precio de venta
Arroz	50	170.000	3.400	4.590
Arveja Seca	50	140.000	2.800	3.780
Avena molida	50	493.750	9.875	13.331
Avena en hojuelas	50	481.250	9.625	12.994
Azúcar blanco	50	152.000	3.040	4.104
Azúcar morena	50	152.000	3.040	4.104
Café en grano	5	96.000	19.200	25.920
Café molido	5	96.000	19.200	25.920
Cebada perlada	13	40.000	3.200	4.320
Fécula de maíz	5	107.895	21.579	29.132
Frijol negro	50	310.000	6.200	8.370
Frijol rojo	50	440.000	8.800	11.880
Frijol blanco	50	332.000	6.640	8.964
Frijol blanco cabeza negra	50	332.000	6.640	8.964
Garbanzo	50	375.000	7.500	10.125
Harina de maíz	13	29.000	2.320	3.132
Harina de trigo	50	115.000	2.300	3.105
Lenteja	50	290.000	5.800	7.830
Linaza pepa	5	146.000	29.200	39.420
Linaza en polvo	5	145.438	29.088	39.269
Maíz pira	50	60.000	1.200	1.620
Pasta	13	60.000	4.800	6.480
Pasta sopa	13	60.000	4.800	6.384
Total	775	4.623.333	210.247	283.737

Cuadro 40. Cantidad y precios del subgrupo especias en pesos

Descripción	Kilos	Precio	Precio por kg	Precio de venta
Ajo	5	54.000	10.800	14.580
Ajo Molido	5	54.000	10.800	14.580
Bicarbonato de sodio	5	80.000	16.000	21.600
Canela astillas	5	818.182	163.636	220.909
Canela polvo	5	533.333	106.667	144.000
Clavo	5	800.000	160.000	216.000
Coco rallado	5	82.500	16.500	22.275
Comino	5	333.333	66.667	90.000
Cúrcuma	5	333.333	66.667	90.000
Laurel	5	551.667	110.333	148.950
Orégano	5	575.000	115.000	155.250
Paprika	5	481.250	96.250	129.938
Perejil seco	5	3.050.000	610.000	823.500
Pimienta	5	625.000	125.000	168.750
Sal refinada	50	35.000	700	945
Sal marina	50	45.000	900	1.215
Tomillo	5	143.750	28.750	38.813
Total		8.595.349	1.704.670	2.301.305

Cuadro 41. Cantidad y precios del subgrupo especias en pesos

Descripción	Galón	Precio	Precio por l	Precio de venta
Aceite Oliva	6	100.000	16.667	22.500
Aceite Vegetal	6	100.000	16.667	22.500
Miel	6	125.400	20.900	28.215
Vinagre balsámico	6	98.400	16.400	22.140
Vinagre blanco	6	11.529	1.921	2.593
Vinagre de manzana	6	20.400	3.400	4.590
Total		455.729	75.955	102.539

7.3.2 Mano de obra. Son los costos que se generan por los trabajadores que ofrecen el servicio se incluye sueldos, prestaciones sociales, seguridad social y parafiscales.

Tabla 73. Proyección sueldos mano de obra en pesos

Cargo	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Gerente general	3.016.035	3.109.532	3.230.804	3.347.113	3.460.915	3.564.742
Secretaria	1.276.909	1.326.709	1.378.450	1.428.075	1.476.629	1.520.928
Director logístico	2.869.067	2.980.961	3.097.218	3.208.718	3.317.814	3.417.349
Director administrativo	2.109.730	2.192.010	2.277.498	2.359.488	2.439.711	2.512.902
Director de ventas	2.281.193	2.370.160	2.462.596	2.551.250	2.637.992	2.717.132
Operario	884.994	919.508	955.369	989.762	1.023.414	1.054.117
Auxiliar administrativo	664.541	690.458	717.386	743.212	768.481	791.535
Cajero	713.530	741.358	770.271	798.001	825.133	849.887
Total	13.816.000	14.330.696	14.889.593	15.425.618	15.950.089	16.428.592

Tabla 74. Total devengado 2017 en pesos

Cargo	Sueldo	Salud 4%	Pensión 4%	Total de aportes	Total devengado	# trabajadores	Total año (\$)
Gerente general	3.109.532	124.381	124.381	248.763	2.860.770	1	34.329.238
Secretaria	1.326.709	53.068	53.068	106.137	1.220.572	1	14.646.864
Director logístico	2.980.961	119.238	119.238	238.477	2.742.484	1	32.909.805
Director administrativo	2.192.010	87.680	87.680	175.361	2.016.649	1	24.199.787
Director de ventas	2.370.160	94.806	94.806	189.613	2.180.547	1	26.166.565
Operario	919.508	36.780	36.780	73.561	845.948	2	20.302.743
Auxiliar administrativo	690.458	27.618	27.618	55.237	635.221	1	7.622.657
Cajero	741.358	29.654	29.654	59.309	682.049	2	16.369.186
Total	14.330.696	573.228	573.228	1.146.456	13.184.240	10	176.546.845

Tabla 75. Total devengado 2018 en pesos

Cargo	sueldo	Salud 4%	Pensión 4%	total de aportes	total devengado	# trabajadores	total año
Gerente general	3.230.804	129.232	129.232	258.464	2.972.340	1	35.668.079
Secretaria	1.378.450	55.138	55.138	110.276	1.268.174	1	15.218.092
Director logístico	3.097.218	123.889	123.889	247.777	2.849.441	1	34.193.287
Director administrativo	2.277.498	91.100	91.100	182.200	2.095.298	1	25.143.579
Director de ventas	2.462.596	98.504	98.504	197.008	2.265.588	1	27.187.061
Operario	955.369	38.215	38.215	76.430	878.940	2	21.094.550
Auxiliar administrativo	717.386	28.695	28.695	57.391	659.995	1	7.919.940
Cajero	770.271	30.811	30.811	61.622	708.649	2	17.007.585
Total	14.889.593	595.584	595.584	1.191.167	13.698.425	10	183.432.172

Tabla 76. Total devengado 2019 en pesos

Cargo	sueldo	Salud 4%	Pensión 4%	total de aportes	total devengado	# trabajadores	total año
Gerente general	3.347.113	133.885	133.885	267.769	3.079.344	1	36.952.130
Secretaria	1.428.075	57.123	57.123	114.246	1.313.829	1	15.765.943
Director logístico	3.208.718	128.349	128.349	256.697	2.952.020	1	35.424.245
Director administrativo	2.359.488	94.380	94.380	188.759	2.170.729	1	26.048.748
Director de ventas	2.551.250	102.050	102.050	204.100	2.347.150	1	28.165.795
Operario	989.762	39.590	39.590	79.181	910.581	2	21.853.953
Auxiliar administrativo	743.212	29.728	29.728	59.457	683.755	1	8.205.058
Cajero	798.001	31.920	31.920	63.840	734.161	2	17.619.858
Total	15.425.618	617.025	617.025	1.234.049	14.191.569	10	190.035.730

Tabla 77. Total devengado 2020 en pesos

Cargo	sueldo	Salud 4%	Pensión 4%	total de aportes	total devengado	# trabajadores	total año
Gerente general	3.460.915	138.437	138.437	276.873	3.184.042	1	38.208.502
Secretaria	1.476.629	59.065	59.065	118.130	1.358.499	1	16.301.985
Director logístico	3.317.814	132.713	132.713	265.425	3.052.389	1	36.628.670
Director administrativo	2.439.711	97.588	97.588	195.177	2.244.534	1	26.934.405
Director de ventas	2.637.992	105.520	105.520	211.039	2.426.953	1	29.123.433
Operario	1.023.414	40.937	40.937	81.873	941.541	2	22.596.988
Auxiliar administrativo	768.481	30.739	30.739	61.478	707.002	1	8.484.030
Cajero	825.133	33.005	33.005	66.011	759.122	2	18.218.933
Total	15.950.089	638.004	638.004	1.276.007	14.674.082	10	196.496.945

Tabla 78. Total devengado 2021 en pesos

Cargo	Sueldo	Salud 4%	Pensión 4%	total de aportes	total devengado	# trabajadores	total año
Gerente general	3.564.742	142.590	142.590	285.179	3.279.563	1	39.354.757
Secretaria	1.520.928	60.837	60.837	121.674	1.399.254	1	16.791.045
Director logístico	3.417.349	136.694	136.694	273.388	3.143.961	1	37.727.530
Director administrativo	2.512.902	100.516	100.516	201.032	2.311.870	1	27.742.437
Director de ventas	2.717.132	108.685	108.685	217.371	2.499.761	1	29.997.135
Operario	1.054.117	42.165	42.165	84.329	969.787	2	23.274.897
Auxiliar administrativo	791.535	31.661	31.661	63.323	728.213	1	8.738.551
Cajero	849.887	33.995	33.995	67.991	781.896	2	18.765.501
Total	16.428.592	657.144	657.144	1.314.287	15.114.305	10	202.391.854

Tabla 79. Parafiscales 2017 en pesos

Cargo	Sueldo	Salud 8,5%	ARL 0,522%	Caja de compensación 4%	Pensión 12%	SENA 2%	ICBF 3%	Total aportes empleador	# trabajadores	Total año
Gerente general	3.109.532	264.310	16.232	124.381	373.144	62.191	93.286	933.544	1	11.202.526
Secretaria	1.326.709	112.770	6.925	53.068	159.205	26.534	39.801	398.304	1	4.779.654
Director logístico	2.980.961	253.382	15.561	119.238	357.715	59.619	89.429	894.944	1	10.739.328
Director administrativo	2.192.010	186.321	11.442	87.680	263.041	43.840	65.760	658.085	1	7.897.022
Director de ventas	2.370.160	201.464	12.372	94.806	284.419	47.403	71.105	711.569	1	8.538.833
Operario	919.508	78.158	4.800	36.780	110.341	18.390	27.585	276.055	2	6.625.315
Auxiliar administrativo	690.458	58.689	3.604	27.618	82.855	13.809	20.714	207.289	1	2.487.472
Cajero	741.358	63.015	3.870	29.654	88.963	14.827	22.241	222.571	2	5.341.693
Total	14.330.696	1.218.109	74.806	573.228	1.719.683	286.614	429.921	4.302.361	10	57.611.841

Tabla 80. Parafiscales 2018 en pesos

Cargo	Sueldo	Salud 8,5%	ARL 0,522%	Caja de compensación 4%	Pensión 12%	SENA 2%	ICBF 3%	Total aportes empleador	# trabajadores	Total año
Gerente general	3.230.804	274.618	16.865	129.232	387.697	64.616	96.924	969.952	1	11.639.425
Secretaria	1.378.450	117.168	7.196	55.138	165.414	27.569	41.354	413.838	1	4.966.060
Director logístico	3.097.218	263.264	16.167	123.889	371.666	61.944	92.917	929.847	1	11.158.162
Director administrativo	2.277.498	193.587	11.889	91.100	273.300	45.550	68.325	683.750	1	8.205.006
Director de ventas	2.462.596	209.321	12.855	98.504	295.512	49.252	73.878	739.321	1	8.871.847
Operario	955.369	81.206	4.987	38.215	114.644	19.107	28.661	286.821	2	6.883.702
Auxiliar administrativo	717.386	60.978	3.745	28.695	86.086	14.348	21.522	215.374	1	2.584.483
Cajero	770.271	65.473	4.021	30.811	92.433	15.405	23.108	231.251	2	5.550.019
Total	14.889.593	1.265.615	77.724	595.584	1.786.751	297.792	446.688	4.470.154	10	59.858.703

Tabla 81. Parafiscales 2019 en pesos

Cargo	Sueldo	Salud 8,5%	ARL 0,522%	Caja de compensación 4%	Pensión 12%	SENA 2%	ICBF 3%	Total aportes empleador	# trabajadores	Total año
Gerente general	3.347.113	284.505	17.472	133.885	401.654	66.942	100.413	1.004.870	1	12.058.444
Secretaria	1.428.075	121.386	7.455	57.123	171.369	28.561	42.842	428.737	1	5.144.839
Director logístico	3.208.718	272.741	16.750	128.349	385.046	64.174	96.262	963.321	1	11.559.855
Director administrativo	2.359.488	200.556	12.317	94.380	283.139	47.190	70.785	708.365	1	8.500.386
Director de ventas	2.551.250	216.856	13.318	102.050	306.150	51.025	76.537	765.936	1	9.191.234
Operario	989.762	84.130	5.167	39.590	118.771	19.795	29.693	297.146	2	7.131.515
Auxiliar administrativo	743.212	63.173	3.880	29.728	89.185	14.864	22.296	223.127	1	2.677.524
Cajero	798.001	67.830	4.166	31.920	95.760	15.960	23.940	239.576	2	5.749.819
Total	15.425.618	1.311.178	80.522	617.025	1.851.074	308.512	462.769	4.631.079	10	62.013.616

Tabla 82. Parafiscales 2020 en pesos

Cargo	Sueldo	Salud 8,5%	ARL 0,522%	Caja de compensación 4%	Pensión 12%	SENA 2%	ICBF 3%	Total aportes empleador	# trabajadores	Total año
Gerente general	3.460.915	294.178	18.066	138.437	415.310	69.218	103.827	1.039.036	1	12.468.431
Secretaria	1.476.629	125.513	7.708	59.065	177.195	29.533	44.299	443.314	1	5.319.763
Director logístico	3.317.814	282.014	17.319	132.713	398.138	66.356	99.534	996.074	1	11.952.890
Director administrativo	2.439.711	207.375	12.735	97.588	292.765	48.794	73.191	732.450	1	8.789.399
Director de ventas	2.637.992	224.229	13.770	105.520	316.559	52.760	79.140	791.978	1	9.503.736
Operario	1.023.414	86.990	5.342	40.937	122.810	20.468	30.702	307.249	2	7.373.987
Auxiliar administrativo	768.481	65.321	4.011	30.739	92.218	15.370	23.054	230.713	1	2.768.560
Cajero	825.133	70.136	4.307	33.005	99.016	16.503	24.754	247.721	2	5.945.313
Total	15.950.089	1.355.758	83.259	638.004	1.914.011	319.002	478.503	4.788.536	10	64.122.079

Tabla 83. Parafiscales 2021 en pesos

Cargo	Sueldo	Salud 8,5%	ARL 0,522%	Caja de compensación 4%	Pensión 12%	SENA 2%	ICBF 3%	Total aportes empleador	# trabajadores	Total año
Gerente general	3.564.742	303.003	18.608	142.590	427.769	71.295	106.942	1.070.207	1	12.842.484
Secretaria	1.520.928	129.279	7.939	60.837	182.511	30.419	45.628	456.613	1	5.479.356
Director logístico	3.417.349	290.475	17.839	136.694	410.082	68.347	102.520	1.025.956	1	12.311.477
Director administrativo	2.512.902	213.597	13.117	100.516	301.548	50.258	75.387	754.423	1	9.053.081
Director de ventas	2.717.132	230.956	14.183	108.685	326.056	54.343	81.514	815.737	1	9.788.848
Operario	1.054.117	89.600	5.502	42.165	126.494	21.082	31.624	316.467	2	7.595.206
Auxiliar administrativo	791.535	67.281	4.132	31.661	94.984	15.831	23.746	237.635	1	2.851.617
Cajero	849.887	72.240	4.436	33.995	101.986	16.998	25.497	255.153	2	6.123.672
Total	16.428.592	1.396.430	85.757	657.144	1.971.431	328.572	492.858	4.932.192	10	66.045.742

Tabla 84. Prestaciones sociales 2017 en pesos

Cargo	sueldo	Auxilio de transporte	Cesantías 8,33%	intereses cesantías 1%	Prima 8,33%	Vacaciones 4,17%	Total de prestaciones	# trabajadores	total año
Gerente general	37.314.390	0	3.109.532	373.144	3.109.532	1.554.766	8.146.975	1	8.146.975
Secretaria	15.920.505	968.764	1.326.709	159.205	1.326.709	663.354	4.444.740	1	4.444.740
Director logístico	35.771.527	0	2.980.961	357.715	2.980.961	1.490.480	7.810.117	1	7.810.117
Director administrativo	26.304.116	0	2.192.010	263.041	2.192.010	1.096.005	5.743.065	1	5.743.065
Director de ventas	28.441.919	0	2.370.160	284.419	2.370.160	1.185.080	6.209.819	1	6.209.819
Operario	11.034.099	968.764	919.508	110.341	919.508	459.754	3.377.875	2	6.755.751
Auxiliar administrativo	8.285.496	968.764	690.458	82.855	690.458	345.229	2.777.764	1	2.777.764
Cajero	8.896.297	968.764	741.358	88.963	741.358	370.679	2.911.122	2	5.822.244
Total	171.968.349	3.875.054	14.330.696	1.719.683	14.330.696	7.165.348	41.421.477	10	47.710.474

Tabla 85. Prestaciones sociales 2018 en pesos

Cargo	sueldo	Auxilio de transporte	Cesantías 8,33%	intereses cesantías 1%	Prima 8,33%	Vacaciones 4,17%	Total de prestaciones	# trabajadores	total año
Gerente general	38.769.651	0	3.230.804	387.697	3.230.804	1.615.402	8.464.707	1	8.464.707
Secretaria	16.541.404	998.795	1.378.450	165.414	1.378.450	689.225	4.610.335	1	4.610.335
Director logístico	37.166.616	0	3.097.218	371.666	3.097.218	1.548.609	8.114.711	1	8.114.711
Director administrativo	27.329.977	0	2.277.498	273.300	2.277.498	1.138.749	5.967.045	1	5.967.045
Director de ventas	29.551.154	0	2.462.596	295.512	2.462.596	1.231.298	6.452.002	1	6.452.002
Operario	11.464.429	998.795	955.369	114.644	955.369	477.685	3.501.862	2	7.003.725
Auxiliar administrativo	8.608.631	998.795	717.386	86.086	717.386	358.693	2.878.346	1	2.878.346
Cajero	9.243.252	998.795	770.271	92.433	770.271	385.136	3.016.905	2	6.033.811
Total	178.675.114	3.995.181	14.889.593	1.786.751	14.889.593	7.444.796	43.005.914	10	49.524.682

Tabla 86. Prestaciones sociales 2019 en pesos

Cargo	sueldo	Auxilio de transporte	Cesantías 8,33%	intereses cesantías 1%	Prima 8,33%	Vacaciones 4,17%	Total de prestaciones	# trabajadores	total año
Gerente general	40.165.358	0	3.347.113	401.654	3.347.113	1.673.557	8.769.437	1	8.769.437
Secretaria	17.136.895	1.034.752	1.428.075	171.369	1.428.075	714.037	4.776.307	1	4.776.307
Director logístico	38.504.615	0	3.208.718	385.046	3.208.718	1.604.359	8.406.841	1	8.406.841
Director administrativo	28.313.856	0	2.359.488	283.139	2.359.488	1.179.744	6.181.859	1	6.181.859
Director de ventas	30.614.995	0	2.551.250	306.150	2.551.250	1.275.625	6.684.274	1	6.684.274
Operario	11.877.149	1.034.752	989.762	118.771	989.762	494.881	3.627.929	2	7.255.859
Auxiliar administrativo	8.918.541	1.034.752	743.212	89.185	743.212	371.606	2.981.967	1	2.981.967
Cajero	9.576.010	1.034.752	798.001	95.760	798.001	399.000	3.125.514	2	6.251.028
Total	185.107.418	4.139.008	15.425.618	1.851.074	15.425.618	7.712.809	44.554.127	10	51.307.571

Tabla 87. Prestaciones sociales 2020 en pesos

Cargo	sueldo	Auxilio de transporte	Cesantías 8,33%	intereses cesantías 1%	Prima 8,33%	Vacaciones 4,17%	Total de prestaciones	# trabajadores	total año
Gerente general	41.530.980	0	3.460.915	415.310	3.460.915	1.730.458	9.067.597	1	9.067.597
Secretaria	17.719.549	1.069.933	1.476.629	177.195	1.476.629	738.315	4.938.702	1	4.938.702
Director logístico	39.813.772	0	3.317.814	398.138	3.317.814	1.658.907	8.692.673	1	8.692.673
Director administrativo	29.276.527	0	2.439.711	292.765	2.439.711	1.219.855	6.392.042	1	6.392.042
Director de ventas	31.655.905	0	2.637.992	316.559	2.637.992	1.318.996	6.911.539	1	6.911.539
Operario	12.280.972	1.069.933	1.023.414	122.810	1.023.414	511.707	3.751.279	2	7.502.558
Auxiliar administrativo	9.221.772	1.069.933	768.481	92.218	768.481	384.240	3.083.354	1	3.083.354
Cajero	9.901.594	1.069.933	825.133	99.016	825.133	412.566	3.231.781	2	6.463.563
Total	191.401.071	4.279.734	15.950.089	1.914.011	15.950.089	7.975.045	46.068.968	10	53.052.028

Tabla 88. Prestaciones sociales 2021 en pesos

Cargo	sueldo	Auxilio de transporte	Cesantías 8,33%	intereses cesantías 1%	Prima 8,33%	Vacaciones 4,17%	Total de prestaciones	# trabajadores	total año
Gerente general	42.776.910	0	3.564.742	427.769	3.564.742	1.782.371	9.339.625	1	9.339.625
Secretaria	18.251.136	1.102.031	1.520.928	182.511	1.520.928	760.464	5.086.863	1	5.086.863
Director logístico	41.008.185	0	3.417.349	410.082	3.417.349	1.708.674	8.953.454	1	8.953.454
Director administrativo	30.154.823	0	2.512.902	301.548	2.512.902	1.256.451	6.583.803	1	6.583.803
Director de ventas	32.605.582	0	2.717.132	326.056	2.717.132	1.358.566	7.118.885	1	7.118.885
Operario	12.649.401	1.102.031	1.054.117	126.494	1.054.117	527.058	3.863.817	2	7.727.635
Auxiliar administrativo	9.498.425	1.102.031	791.535	94.984	791.535	395.768	3.175.854	1	3.175.854
Cajero	10.198.642	1.102.031	849.887	101.986	849.887	424.943	3.328.735	2	6.657.470
Total	197.143.103	4.408.126	16.428.592	1.971.431	16.428.592	8.214.296	47.451.037	10	54.643.589

El costo total de la mano de obra se calculó a través de la suma de las obligaciones laborales.

Tabla 89. Costo total mano de obra 2017 en pesos

Cargo	Total anual				
	Sueldo	Aportes parafiscales	Aportes devengado	Aportes PS	Total Aportes
Gerente general	36.192.424	10.865.690	33.297.030	7.902.013	88.257.157
Secretaria	15.322.911	4.600.244	14.097.078	14.534.302	48.554.536
Director logístico	34.428.804	10.336.215	31.674.499	7.516.955	83.956.474
Director administrativo	25.316.763	7.600.598	23.291.422	5.527.493	61.736.276
Director de ventas	27.374.320	8.218.318	25.184.375	5.976.727	66.753.740
Operario	10.619.922	6.376.626	19.540.657	27.014.966	63.552.172
Auxiliar administrativo	7.974.491	2.394.102	7.336.532	12.929.897	30.635.022
Cajero	8.562.365	5.141.186	15.754.751	26.116.499	55.574.801
Total	165.792.000	55.532.980	170.176.344	107.518.853	499.020.177

Tabla 90. Resumen en pesos

Total de administración	229.182.991
Total de mano directa	147.508.645
ventas	122.328.541
Total	499.020.177

Tabla 91. Costo total mano de obra 2018 en pesos

Cargo	Total anual				
	Sueldo	Aportes parafiscales	Aportes devengado	Aportes PS	Total Aportes
Gerente general	37.314.390	11.202.526	34.329.238	8.146.975	90.993.129
Secretaria	15.920.505	4.779.654	14.646.864	4.444.740	39.791.763
Director logístico	35.771.527	10.739.328	32.909.805	7.810.117	87.230.776
Director administrativo	26.304.116	7.897.022	24.199.787	5.743.065	64.143.991
Director de ventas	28.441.919	8.538.833	26.166.565	6.209.819	69.357.136
Operario	11.034.099	6.625.315	20.302.743	6.755.751	44.717.907
Auxiliar administrativo	8.285.496	2.487.472	7.622.657	2.777.764	21.173.388
Cajero	8.896.297	5.341.693	16.369.186	5.822.244	36.429.419
Total	171.968.349	57.611.841	176.546.845	47.710.474	453.837.509

Tabla 92. Resumen en pesos

Total de administración	216.102.271
Total de mano directa	131.948.683
ventas	105.786.555
Total	453.837.509

Tabla 93. Costo total mano de obra 2019 en pesos

Cargo	Total anual				
	Sueldo	Aportes parafiscales	Aportes devengado	Aportes PS	Total Aportes
Gerente general	40.165.358	12.058.444	36.952.130	8.769.437	97.945.368
Secretaria	17.136.895	5.144.839	15.765.943	4.776.307	42.823.984
Director logístico	38.504.615	11.559.855	35.424.245	8.406.841	93.895.556
Director administrativo	28.313.856	8.500.386	26.048.748	6.181.859	69.044.848
Director de ventas	30.614.995	9.191.234	28.165.795	6.684.274	74.656.298
Operario	11.877.149	7.131.515	21.853.953	7.255.859	48.118.476
Auxiliar administrativo	8.918.541	2.677.524	8.205.058	2.981.967	22.783.090
Cajero	9.576.010	5.749.819	17.619.858	6.251.028	39.196.714
Total	185.107.418	62.013.616	190.035.730	51.307.571	488.464.336

Tabla 94. Resumen en pesos

Total de administración	232.597.291
Total de mano directa	142.014.032
ventas	113.853.013
Total	488.464.336

Tabla 95. Costo total mano de obra 2020 en pesos

Cargo	Total anual				
	Sueldo	Aportes parafiscales	Aportes devengado	Aportes PS	Total Aportes
Gerente general	41.530.980	12.468.431	38.208.502	9.067.597	101.275.511
Secretaria	17.719.549	5.319.763	16.301.985	4.938.702	44.280.000
Director logístico	39.813.772	11.952.890	36.628.670	8.692.673	97.088.005
Director administrativo	29.276.527	8.789.399	26.934.405	6.392.042	71.392.373
Director de ventas	31.655.905	9.503.736	29.123.433	6.911.539	77.194.612
Operario	12.280.972	7.373.987	22.596.988	7.502.558	49.754.504
Auxiliar administrativo	9.221.772	2.768.560	8.484.030	3.083.354	23.557.715
Cajero	9.901.594	5.945.313	18.218.933	6.463.563	40.529.403
Total	191.401.071	64.122.079	196.496.945	53.052.028	505.072.123

Tabla 96. Resumen en pesos

Total de administración	240.505.599
Total de mano directa	146.842.509
ventas	117.724.015
Total	505.072.123

Tabla 97. Costo total mano de obra 2021 en pesos

Cargo	Total anual				
	Sueldo	Aportes parafiscales	Aportes devengado	Aportes PS	Total Aportes
Gerente general	42.776.910	12.842.484	39.354.757	9.339.625	104.313.776
Secretaria	18.251.136	5.479.356	16.791.045	5.086.863	45.608.400
Director logístico	41.008.185	12.311.477	37.727.530	8.953.454	100.000.645
Director administrativo	30.154.823	9.053.081	27.742.437	6.583.803	73.534.144
Director de ventas	32.605.582	9.788.848	29.997.135	7.118.885	79.510.451
Operario	12.649.401	7.595.206	23.274.897	7.727.635	51.247.139
Auxiliar administrativo	9.498.425	2.851.617	8.738.551	3.175.854	24.264.447
Cajero	10.198.642	6.123.672	18.765.501	6.657.470	41.745.285
Total	197.143.103	66.045.742	202.391.854	54.643.589	520.224.287

Tabla 98. Resumen en pesos

Total de administración	247.720.767
Total de mano directa	151.247.785
ventas	121.255.735
Total	520.224.287

7.3.3 Costos indirectos. Son costos que interviene en la prestación del servicio como depreciación, servicios públicos y arrendamiento.

7.3.3.1 Servicios públicos. Se realizará un estimado de los costos en los servicios públicos teniendo en cuenta las características de localización.

✓ **Energía.** Se estima un consumo de energía a partir de la cantidad de KW de cada máquina y equipo que se requieran para el servicio.

Tabla 99. Consumo energía

Maquina o equipo	Unidades	Consumo	Horas laborales	Costo KWh	Costo total diario	Costo anual
Caja registradora	2	0,035	12	454	381	1.670.357
Bascula	2	0,035	12	454	381	1.670.357
Computador	3	0,07	8	454	763	2.227.142
Impresora	1	0,017	8	454	62	180.292
Teléfono	1	0,025	8	454	91	265.136
Total	9	0,18	48	2270	1678	6.013.284

Tabla 100. Proyección costo energía en pesos

Proyección	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Caja registradora	1.670.357	1.735.501	1.789.301	1.853.716	1.916.742	1.974.245
Bascula	1.670.357	1.735.501	1.789.301	1.853.716	1.916.742	1.974.245
Computador	2.227.142	2.314.001	2.385.735	2.471.621	2.555.657	2.632.326
Impresora	180.292	187.324	193.131	200.084	206.886	213.093
Teléfono	265.136	275.476	284.016	294.241	304.245	313.372
Total	6.013.284	6.247.803	6.441.484	6.673.378	6.900.273	7.107.281

- ✓ **Costo de agua.** Se estima un consumo de agua a partir del aproximado por personas de 3 litros y la demanda es de 200 personas, es decir un total de 600 litros y un estimado del uso del servicio de limpieza y lavado del almacén de 2000 litros, para un total de 2200 litros, es decir, 2200 m3.

Tabla 101. Consumo de agua

Concepto	Consumo m3	Costo m3	Valor diario	Valor anual
Agua	2,200	3.886	8.549	3.120.458
Cargo fijo agua	-		763	278.495
Alcantarillado	-		389	141.985
Aseo	-		5.090	1.857.850
Total				5.398.788

Tabla 102. Proyección costo agua en pesos

Proyección	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Agua	3.120.458	3.242.156	3.342.663	3.462.999	3.580.741	3.688.163
Cargo fijo agua	278.495	289.356	298.326	309.066	319.574	329.162
Alcantarillado	141.985	147.522	152.096	157.571	162.928	167.816
Aseo	1.857.850	1.930.306	1.990.146	2.061.791	2.131.892	2.195.849
total	5.398.788	5.609.341	5.783.230	5.991.427	6.195.135	1.1.1

7.3.3.2 Costo de arrendamiento. Es el costo que se va a generar por el uso del local donde se atenderá el mini-supermercado sin empaque.

Tabla 103. Proyección arriendo en pesos

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Arriendo	264.000.000	264.000.000	264.000.000	264.000.000	264.000.000	264.000.000

Tabla 104. Total costos indirectos en ventas en pesos

Total de costos indirectos de ventas						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Servicios Públicos	11.412.072	11.857.143	12.224.715	12.664.804	13.095.408	13.488.270
Arriendo	132.000.000	132.000.000	132.000.000	132.000.000	132.000.000	132.000.000
Depreciación	2.610.784	2.610.784	2.610.784	2.610.784	2.610.784	2.610.784
Total	146.022.856	146.467.927	146.835.498	147.275.588	147.706.192	148.099.054

Tabla 105. Total costos indirectos de administración en pesos

Total de costos indirectos de administración						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Arriendo	132.000.000	132.000.000	132.000.000	132.000.000	132.000.000	132.000.000
Insumos de oficina	314.700	326.973	337.109	349.245	361.120	371.953
Depreciación	1.193.700	1.193.700	1.193.700	1.193.700	1.193.700	1.193.700
Total	1.508.400	1.520.673	1.530.809	1.542.945	1.554.820	1.565.653

7.4 INGRESOS ANUALES

Se calcula con el promedio de cada subgrupo de productos, se toma el costo de los productos y la demanda de los mismos.

Tabla 106. Costo productos por subgrupo en pesos

Descripción	2017	2018	2019	2020	2021
Costo granos	210.247	218.447	225.218	233.326	241.259
Costo especia	1.704.670	1.771.152	1.826.058	1.891.796	1.956.117
Costo líquidos	75.955	78.917	81.364	84.293	87.159
Demanda Grano	1.188	1.219	1.261	1.311	1.358
Demanda especias	1.053	1.081	1.118	1.162	1.204
Demanda líquidos	1.134	1.164	1.204	1.252	1.297
Costo Granos	249.874.789	266.370.023	283.964.828	305.955.065	327.746.408
Costo especia	1.795.745.888	1.914.290.257	2.040.736.786	2.198.771.443	2.355.376.740
Costo líquidos	86.167.921	91.856.210	97.923.680	105.506.890	113.021.513
Costo total	2.131.788.598	2.272.516.490	2.422.625.294	2.610.233.397	2.796.144.661

Tabla 107. Presupuesto de ventas en pesos

Descripción	2017	2018	2019	2020	2021
Granos	283.737	294.803	303.942	314.884	325.590
Especias	2.301.305	2.391.055	2.465.178	2.553.925	2.640.758
Aceites	102.539	106.538	109.841	113.795	117.664
Demanda Grano	1.132	1.161	1.201	1.249	1.294
Demanda Especias	1.003	1.029	1.064	1.107	1.147
Demanda Líquidos	1.080	1.109	1.146	1.192	1.235
Ventas Granos	321.158.924	342.359.909	364.974.151	393.237.749	421.245.714
Ventas Especias	2.308.816.142	2.461.230.331	2.623.804.439	2.826.991.855	3.028.341.523
Ventas Líquidos	110.787.327	118.100.841	125.901.874	135.651.716	145.313.373
Total de presupuesto de ventas	2.740.762.393	2.921.691.081	3.114.680.464	3.355.881.319	3.594.900.610

7.5 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es un informe financiero que refleja la rentabilidad de la empresa durante un período determinado, es decir, las ganancias y/o pérdidas que la empresa obtuvo o espera tener⁴⁷.

El estado de Pérdidas y ganancias se compone de las ventas, costo de ventas, utilidad bruta, gastos de administración, gastos de ventas, utilidad operacional, impuesto de la renta 25% y por último de la utilidad neta.

Los costos de ventas a su vez se componen de la sumatoria entre: Mano de obra directa, Materia prima y Costos indirectos de ventas. Se puede observar en la Tabla 100.

Los gastos de administración se componen de la sumatoria entre: Gastos de nómina y Otros gastos. Se puede observar en la Tabla 101.

⁴⁷ Estado de resultados de pérdidas y ganancias. [En línea]. Disponible en: <<http://blog.conduce tuempresa.com/2012/02/que-es-un-estado-de-ganancias-y.html>> [Consultado 17/02/2017]

Tabla 108. Costo de ventas en pesos

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Mano de obra directa	147.508.645	131.948.683	137.079.182	142.014.032	146.842.509	151.247.785
Materia prima	2.131.788.598	2.272.516.490	2.422.625.294	2.610.233.397	2.796.144.661	2.986.590.073
Costos indirectos de ventas	146.022.856	146.467.927	146.835.498	147.275.588	147.706.192	148.099.054
costo de ventas	2.425.320.099	2.550.933.100	2.706.539.974	2.899.523.017	3.090.693.361	3.285.936.912

Tabla 109. Gastos administración en pesos

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Gastos de nómina	229.182.991	216.102.271	224.514.759	232.597.291	240.505.599	247.720.767
Otros gastos	1.508.400	1.520.673	1.530.809	1.542.945	1.554.820	1.565.653
Gastos administración	230.691.391	217.622.944	226.045.569	234.140.236	242.060.418	249.286.420

Tabla 110. Gastos nómina de ventas en pesos

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Nómina de ventas	122.328.541	105.786.555	109.896.730	113.853.013	117.724.015	121.255.735

Tabla 111. Estado de pérdidas y ganancias en pesos

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	2.740.762.393	2.921.691.081	3.114.680.464	3.355.881.319	3.594.900.610	3.839.749.291
Costo de ventas	2.425.320.099	2.550.933.100	2.706.539.974	2.899.523.017	3.090.693.361	3.285.936.912
Utilidad bruta	315.442.294	370.757.981	408.140.490	456.358.302	504.207.249	553.812.379
Gastos de administración	230.691.391	217.622.944	226.045.569	234.140.236	242.060.418	249.286.420
Gastos de ventas	122.328.541	105.786.555	109.896.730	113.853.013	117.724.015	121.255.735
Utilidad operacional	- 37.577.638	47.348.482	72.198.191	108.365.053	144.422.816	183.270.224
Imporenta 25%	-	-	-	6.772.816	18.052.852	34.363.167
Utilidad neta	- 37.577.638	47.348.482	72.198.191	101.592.237	126.369.964	148.907.057

7.6 FLUJO NETO DE CAJA

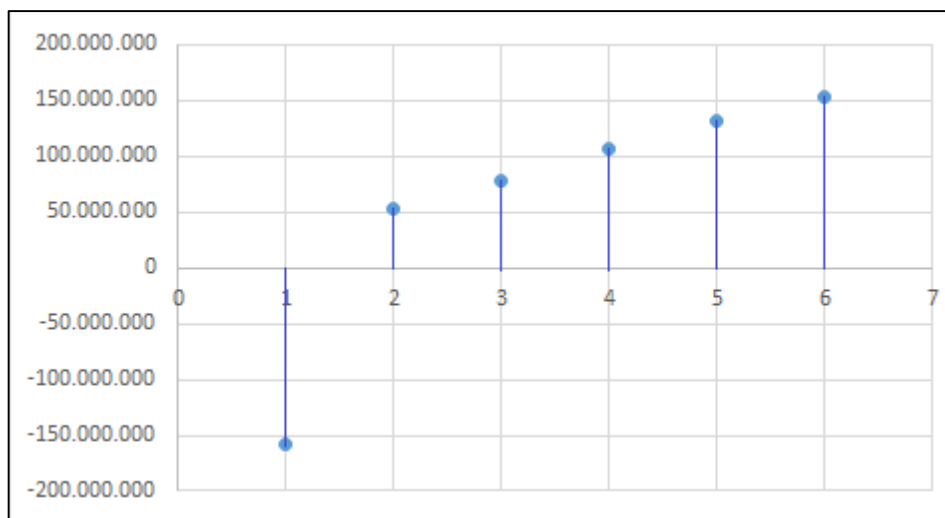
Es un informe financiero que da a conocer los flujos de ingresos y egresos de efectivo que tiene la empresa en un periodo de tiempo establecido. Este flujo es de gran importancia ya que sirve para calcular el VPN y la TIR.⁴⁸

Tabla 112. Flujo de caja neto en pesos

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Utilidad neta		47.348.482	72.198.191	101.592.237	126.369.964	148.907.057
Depreciaciones		3.804.484	3.804.484	3.804.484	3.804.484	3.804.484
Diferidos		959.720	959.720	959.720	959.720	-
Inversiones	158.624.180	-	-	-	-	-
Flujo neto de caja	-158.624.180	52.112.686	76.962.394	106.356.441	131.134.167	152.711.541

⁴⁸ Flujo de caja. [En línea]. Disponible en: <http://www.javeriana.edu.co/decisiones/libro_on_line/capitulo6flujos.pdf>[Consultado 08/10/2016]

Gráfico 38. Flujo de caja



7.7 EVALUACIÓN DE INDICADORES FINANCIEROS

La evaluación de los indicadores permite determinar la rentabilidad del proyecto, estos son herramientas que se utilizan para medir la capacidad de endeudamiento y la futura estabilidad de la empresa.

7.7.1 Tasa interna de oportunidad (TIO). Es la tasa de interés que el inversionista está dispuesto a ganar en el momento en el que invierte en un proyecto. La siguiente se calcula en base a dos indicadores financieros (DTF y la tasa de inflación) y un porcentaje que el inversionista vea conveniente.

Cuadro 42. Valor de DTF

Periodo Desde	Hasta	Porcentaje
26/09/2016	02/10/2016	7,13%
03/10/2016	09/10/2016	7,24%
10/10/2016	16/10/2016	7,07%
17/10/2016	23/10/2016	6,93%
24/10/2016	30/10/2016	6,99%
31/10/2016	06/11/2016	7,36%
07/11/2016	13/11/2016	6,93%
14/11/2016	20/11/2016	7,06%
21/11/2016	27/11/2016	7,05%
28/11/2016	04/12/2016	7,00%

Por medio del promedio ponderado simple se determina que el porcentaje sé que va a tomar es de 7.08%.

La tasa de inflación acumulada que se presentó en el año 2016 es de 5.8%⁴⁹.

La tasa esperada por el inversionista es del 13%.

Tabla 113. Tasa de oportunidad (TIO)

Descripción	Porcentaje
DTF	7,08%
Tasa inflación	5,80%
Tasa esperada por el inversionista	13%
Total	25,88%

El valor de la tasa de oportunidad que se va a tomar es del 26% ya que se aproxima la cifra al número mayor.

Esta tasa indica que el inversionista está dispuesto a invertir en el proyecto donde el riesgo es mínimo y el mercado tiene una oportunidad del 26% lo cual es alta.

7.7.2 Valor presente neto (VPN). Es el método con el que se evaluará el proyecto a largo plazo, este permite determinar si la inversión cumple con el objetivo financiero de maximizar la inversión.

Fórmula 7. Valor presente neto

$$VPN = -A + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

Fuente: Baca, Guillermo (2005). Ingeniera Económica. 8 a ed.

Donde,

A = inversión inicial

FNE = Flujo neto efectivo

i = Tasa de interés (TIO)

⁴⁹ Tasa de inflación. [En línea]. Disponible en: <<http://www.datosmacro.com/ipc-paises/colombia>> [Consultado 08/10/2016]

$$\text{VPN} = -158.624.180 + \frac{52.112.686}{(1 + 0.26)^1} + \frac{76.962.394}{(1 + 0.26)^2} + \frac{106.356.441}{(1 + 0.26)^3} + \frac{131.134.167}{(1 + 0.26)^4} + \frac{152.711.541}{(1 + 0.26)^5}$$

$$\text{VPN} = -158.624.180 + 41.359.274 + 48.477.195 + 53.168.225 + 52.027.587 + 48.086.053$$

$$\text{VPN} = 84.494.154$$

El resultado del VPN nos quiere decir que el proyecto presenta una rentabilidad de \$84.494.154 lo que aumentara el valor de la inversión.

7.7.3 Tasa interna de retorno. Es la tasa que mide la rentabilidad del proyecto y entre mayor sea el porcentaje mejor será la opción de negocio.

Tabla 114. Tasa interna de retorno

Indicador financiero	Porcentaje
TIR	45.75%

El resultado de la TIR nos indica que el inversionista debe invertir en el proyecto del mini-supermercado, al ser esta tasa mayor que la tasa del TIO permite saber que el proyecto generará rentabilidad.

7.7.4 Periodo de recuperación de la inversión (PRI). Es el método con el que se evaluará el tiempo de recuperación de la inversión al valor presente.

Fórmula 8. Periodo de recuperación de la inversión

$$\text{PRI} = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Fuente: Baca, Guillermo (2005). Ingeniera Económica. 8 a ed.

Donde,

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión

b = Inversión inicial

c = Flujo de efectivo acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión

d = Flujo de efectivo del año en que se recupera la inversión

$$\text{PRI} = 1 + \frac{(158.624.180 - 52.112.686)}{152.711.541}$$

$$\text{PRI} = 1.7$$

El resultado del PRI para este proyecto es de 1 año y 7 meses es decir, en este tiempo se recupera la inversión en su totalidad.

8. CONCLUSIONES

- ✓ El sector de comercio al por mayor y al por menor, es uno de los que más aporta en la economía de Bogotá, haciéndolo atractivo aunque con altas barreras de entrada.
- ✓ De acuerdo con la encuesta realizada en la ciudad de Bogotá se concluye que el 71% de la población de estratos 3, 4 y 5 tiene preferencia por los almacenes de cadena a la hora de realizar las compras y al 83% de la misma le gustaría realizar las compras en un mini-supermercado sin empaque.
- ✓ Los productos que se van a comercializar son de fácil acceso, diversos y de buena calidad; Bogotá al ser la capital tiene gran distribución y abastecimiento de los mismos, dándole una ventaja al mini-supermercado sin empaques.
- ✓ El mini-supermercado sin empaque “BIOPURCHASES S.A.S.” está constituido por un solo socio el cual se encargará de la gerencia de todos los proyectos de ventas y demás estrategias organizacionales, apoyándose de los directores de venta, logístico y administrativo para así poder cumplir los objetivos de la empresa.
- ✓ El factor diferenciador de la empresa BIOPURCHASES S.A.S. es que busca crear conciencia con el medio ambiente, al eliminar el empaque primario de los productos y que los consumidores y/o clientes sean los que lo lleven y lo reutilicen, con el fin de disminuir la contaminación que esto genera.
- ✓ Por medio del estudio financiero y los indicadores que se analizan se puede verificar los resultados optimistas, la TIO del 26%, un VPN de \$ 84.494.154 y una TIR del 45.75%. estos resultados afirman la rentabilidad del proyecto en el futuro.

9. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda mantener en constante implementación de productos para así llegar a satisfacer todas las necesidades del cliente.
- ✓ Se puede crear alianzas con los proveedores que garanticen el 100% en calidad para así mantener la satisfacción del cliente y los estándares de la empresa; en precios y en capacidad de respuesta.
- ✓ Establecer estrategias de marketing digital y publicidad para darse a conocer a nivel nacional e internacional, innovando el servicio y buscando la facilidad de los clientes.
- ✓ Mantener en buen estado la maquinaria y equipo (Dispensadores), ya que es la parte fundamental de la empresa y cada día ir buscando un mejoramiento continuo para verlo reflejado en las ventas y utilidades del mini-supermercado.
- ✓ Empezar a crear la cultura organizacional y ambiental con los trabajadores y así mismo incentivar el sentido de pertenencia con la empresa, viéndose reflejado en un bajo nivel de rotación del personal y un alto nivel de eficiencia de parte de los mismos.

BIBLIOGRAFÍA

Aspectos tributarios de la sociedad por acciones simplificada S.A.S. [En línea]. [Consultado 30/09/2016]. Disponible en: <<http://www.gerencie.com/aspectos-tributarios-de-la-sociedad-por-acciones-simplificada-s-a-s.html>>

Alimentos para curar. Beneficios del coco rallado. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://alimentosparacurar.com/n/6890/3-beneficios-impensados-del-coco-rallado.html>>

Baca, Guillermo (2005). Ingeniera Económica. 8 a ed.

Boletín de salud. Beneficios del café. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://espanol.mercola.com/boletin-de-salud/beneficios-del-cafe.aspx>>

Botanica. Beneficios del azúcar morena. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <http://www.botanical-online.com/azucar_tipos_moreno.htm>

Cámara de Comercio Bogotá. [En línea]. [Consultado 19/04/2016]. Disponible en: <<http://camara.ccb.org.co/contenido/categoria.aspx?catID=94>>

CCB. Descripción actividades económicas (código CIIU). [En línea]. [Consultado 29/09/2016]. Disponible en: <http://linea.ccb.org.co/descripcion_ciiu/>

CCB. Descripción actividades económicas (código CIIU). [En línea]. [Consultado 29/09/2016]. Disponible en: <http://linea.ccb.org.co/descripcion_ciiu/>

Come con salud. Beneficios de la sal marina. [Consultado 26/0/2016]. Disponible en: <<http://comeconsalud.com/alimentacion-nutricion/sal-marina-beneficios-propiedades-saludables/>>

Consultas. Beneficios del laurel. [Consultado 26/0/2016]. Disponible en: <<http://www.webconsultas.com/belleza-ybienestar/plantas-medicinales/beneficios-y-propiedades-del-laurel-8103>>

Creación de empresas. Viabilidad de un proyecto. [Consultado 26/0/2016]. Disponible en: <<http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/produccion-y-operaciones>>

Culturizando. Beneficios de la linaza. [Consultado 26/0/2016]. Disponible en: <<http://culturizando.com/10-beneficios-de-la-linaza/>>

DANE. Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas. [En línea]. [Consultado 27/09/2016]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU_Rev4ac.pdf>

DANE. Encuesta anual de servicios. [En línea]. [Consultado 13/08/2016]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eas/bp_EAS_2013.pdf>

Departamento nacional de planeación. Seguridad social. [Consultado 16/10/2016]. Disponible en: <<https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-social/subdireccion-de-empleo-y-seguridad-social/Paginas/Seguridad-Social-Integral.aspx>>

Ecoosfera. Beneficios miel. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://ecoosfera.com/2014/03/10-beneficios-de-la-miel-que-no-creerias-que-son-reales/>>

Ecoosfera. Beneficios frijoles negros. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://ecoosfera.com/2015/07/los-10-beneficios-de-los-frijoles-negros-infografico/>>

Ejercicio en casa. Beneficios del arroz. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://ejerciciosencasa.es/beneficios-del-arroz-y-sus-propiedades/>>

En forma 180. Beneficios de los aceites vegetales. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://enforma.salud180.com/nutricion-y-ejercicio/5-beneficios-de-los-aceites-vegetales>>

En forma. Beneficios de los frijoles. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://enforma.salud180.com/nutricion-y-ejercicio/5-beneficios-nutricionales-de-los-frijoles>>

Esquire. Beneficios del azúcar. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://esquire.es/actualizacion/3041/10-beneficios-del-azucar-que-no-conocias>>

Farmacia. Beneficios de la paprika. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://www.blogdefarmacia.com/beneficios-de-la-paprika-para-la-salud/>>

Fatsecret. Tabla nutricional aceite vegetal. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://www.fatsecret.com.mx/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/aceite-vegetal>>

Fatsecret. Tabla nutricional ajo molido. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://www.fatsecret.cl/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/ajo-en-polvo>>

Fatsecret. Tabla nutricional arvejas secas. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://www.fatsecret.cl/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/arvejas-verdes-cocidas>>

Fatsecret. Tabla nutricional bicarbonato. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://www.fatsecret.com.mx/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/bicarbonato-de-sodio>>

Fatsecret. Tabla nutricional café. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://www.fatsecret.es/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/hacendado/caf%C3%A9-molido-natural/100ml>>

Fatsecret. Tabla nutricional cebada perlada. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <[http://www.fatsecret.es/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/cebada-perlada-\(cocida\)](http://www.fatsecret.es/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/cebada-perlada-(cocida))>

Fatsecret. Tabla nutricional clavo de olor molido. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://www.fatsecret.com.mx/Diary.aspx?pa=fjrd&rid=5573960>>

Fatsecret. Tabla nutricional coco. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://www.fatsecret.com.mx/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/coco?portionid=35336&portionamount=1,000>>

Fatsecret. Tabla nutricional comino. [En línea]. [Consultado 28/07/2016]. Disponible en: <<http://www.fatsecret.com.mx/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/comino>>

Fatsecret. Tabla nutricional cúrcuma. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://www.fatsecret.cl/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/c%C3%BArcuma>>

Fatsecret. Tabla nutricional frijol blanco. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <[http://www.fatsecret.com.mx/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/frijoles-blancos-\(semillas-maduras-enlatados\)](http://www.fatsecret.com.mx/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/frijoles-blancos-(semillas-maduras-enlatados))>

Fatsecret. Tabla nutricional frijol negro. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://www.fatsecret.com.mx/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/frijoles-negros>>

Fatsecret. Tabla nutricional lentejas. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://www.fatsecret.cl/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/lentejas-cocidas>>

Fatsecret. Tabla nutricional miel. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://www.fatsecret.com.mx/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/miel>>

Fatsecret. Tabla nutricional orégano. [En línea]. [Consultado 28/07/2016]. Disponible en: <<http://www.fatsecret.cl/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/or%C3%A9gano>>

Fatsecret. Tabla nutricional paprika. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://www.fatsecret.com.mx/Diary.aspx?pa=fjrd&rid=33890&portionid=56621&portionamount=10,000>>

Fatsecret. Tabla nutricional sal marina. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://www.fatsecret.cl/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/sal-marina>>

Fatsecret. Tabla nutricional pasta espaguetis. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://www.fatsecret.com.mx/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/gen%C3%A9rico/espaguetis>>

Fatsecret. Tabla nutricional vinagre balsámico. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://www.fatsecret.es/Diary.aspx?pa=fjrd&rid=3491882>>

Fatsecret. Tabla nutricional vinagre de manzana. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://www.fatsecret.cl/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/traverso/vinagre-de-manzana/1-cucharada>>

Gerencia. Auxilio de transporte. [Consultado 16/10/2016]. Disponible en: <<http://www.gerencia.com/auxilio-de-transporte.html>>

Gerencia. Intereses sobre las cesantías. [Consultado 16/10/2016]. Disponible en: <<http://www.gerencia.com/requisitos-que-un-establecimiento-de-comercio-debe-cumplir-para-poder-abrir-al-publico.html>>

Gerencia. Nomina. [Consultado 16/10/2016]. Disponible en: <<http://www.gerencia.com/nomina.html>>

Gerencia. Prestaciones sociales. [Consultado 16/10/2016]. Disponible en: <<http://www.gerencia.com/porcentajes-prestaciones-sociales.html>>

Gerencia. Requisito de establecimiento de comercio. [Consultado 16/10/2016]. Disponible en: <<http://www.gerencia.com/requisitos-que-un-establecimiento-de-comercio-debe-cumplir-para-poder-abrir-al-publico.html>>

Gestion MYMES. Manuales de gestión. [Consultado 13/10/2016]. Disponible en: <http://www.oiss.org/atprlja/IMG/pdf/Manual_Gestion_PRL_-_PYMES.pdf>

Gestiopolis. Control de calidad. [Consultado 16/10/2016]. Disponible en: <<http://www.gestiopolis.com/sistemas-de-inspeccion-para-el-control-de-la-calidad/>>

Gestiopolis. Política organizacional. [Consultado 16/10/2016]. Disponible en: <<http://www.gestiopolis.com/politica-organizacional-concepto-y-esquema-en-la-empresa/>>

GuideWhat. Beneficios del maíz. [Consultado 26/0/2016]. Disponible en: <<http://guidewhat.com/belleza/16-mejores-beneficios-y-usos-de-maiz-para-la-piel-el-cabello-y-la-salud.php>>

Hora buena. Beneficios de la sal. [Consultado 26/0/2016]. Disponible en: <<http://horabuena.blogspot.com.co/2012/04/sal-en-exceso-beneficios-de-la-sal.htm>>

Innatia. Propiedades del vinagre. [Consultado 26/0/2016]. Disponible en: <<http://www.innatia.com/s/c-frutas-propiedades-frutos/apropiedades-del-vinagre-balsamico-8030.html>>

Horngren, Charles T (2007). Contabilidad de costos un enfoque gerencial

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Documentación. Presentación de tesis, trabajos de grado y otros trabajos de investigación. NTC 1486. Sexta actualización. Bogotá: El instituto, 2008, p.1

-----Referencias bibliográficas, contenido, forma y estructura., NTC 5613. Bogotá: El instituto, 2008, p.1 2 246

-----Referencias documentales para fuentes de informaciones electrónicas. NTC 4490. Bogotá: El instituto, 1998, p.2

ISO 14001:2004. [En línea]. [Consultado 05/10/2016]. Disponible en: <http://www.iso.org/iso/fr/home/store/catalogue_tc/catalogue_detail.htm?csnumber=31807>

La opinión. Beneficios de la canela. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://www.laopinion.com/2014/01/07/7-beneficios-de-la-canela/>>

La salud. Beneficios del frijol rojo. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://www.lasaludes.com/frijoles-rojos-cuales-son-los-beneficios-para-la-salud/>>

Los alimentos. Propiedades del aceite de oliva. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://alimentos.org.es/aceite-oliva>>

Los alimentos. Propiedades del arroz. [En línea]. [Consultado 01/08/2016]. Disponible en: <<http://alimentos.org.es/arroz>>

Los alimentos. Propiedades de la avena. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://alimentos.org.es/avena>>

Los alimentos. Propiedades de la azúcar blanca. [En línea]. [Consultado 29/07/2016]. Disponible en: <<http://alimentos.org.es/azucar-blanco>>

Los alimentos. Propiedades de la azúcar morena. [En línea]. [Consultado 29/07/2016]. Disponible en: <<http://alimentos.org.es/azucar-moreno>>

Los alimentos. Propiedades de harina de maíz. [En línea]. [Consultado 30/07/2016]. Disponible en: <<http://alimentos.org.es/harina-maiz>>

Los alimentos. Propiedades de los garbanzos. [En línea]. [Consultado 30/07/2016]. Disponible en: <<http://alimentos.org.es/garbanzos>>

Los alimentos. Propiedades del laurel. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://alimentos.org.es/laurel>>

Los alimentos. Propiedades del maíz pira. [En línea]. [Consultado 30/07/2016]. Disponible en: <<http://alimentos.org.es/palomitas-maiz>>

McDaniel Carl, Gates Roger. (2005). Investigación de mercados. 6 a ed.

Martinez, Ciro. (2012). Estadística y muestreo. 13 a ed. Ecoe Ediciones

Mejora con salud. 10 sorprendentes beneficios del aceite de oliva extra virgen. [En línea]. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://mejorconsalud.com/10-sorprendentes-beneficios-del-aceite-oliva-extra-virgen/>>

Mejora con salud. 10 sorprendentes beneficios de ajo. [En línea]. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://mejorconsalud.com/los-8-beneficios-te-aporta-diente-ajo-diario/>>

Mejora con salud. 10 sorprendentes beneficios de la avena. [En línea]. [Consultado 30/07/2016]. Disponible en: <<http://mejorconsalud.com/11-beneficios-de-la-avena-y-una-receta-para-el-desayuno/>>

Mejora con salud. 10 sorprendentes beneficios de bicarbonato. [En línea]. [Consultado 30/07/2016]. Disponible en: <<http://mejorconsalud.com/el-bicarbonato-de-sodio-y-sus-propiedades/>>

Mejora con salud. 10 sorprendentes beneficios del comino. [En línea]. [Consultado 30/07/2016]. Disponible en: <<http://mejorconsalud.com/el-comino-y-sus-propiedades-terapeuticas/>>

Mejora con salud. 10 sorprendentes beneficios de la cúrcuma. [En línea]. [Consultado 30/07/2016]. Disponible en: <<http://mejorconsalud.com/la-curcuma-una-especia-con-propiedades-milagrosas/>>

Mejora con salud. 10 sorprendentes beneficios de las lentejas. [En línea]. [Consultado 30/07/2016]. Disponible en: <<http://mejorconsalud.com/que-propiedades-tienen-las-lentejas/>>

Mejora con salud. 10 sorprendentes beneficios del perejil. [En línea]. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://mejorconsalud.com/propiedades-medicinales-del-perejil/>>

Mejora con salud. 10 sorprendentes beneficios de la pimienta. [En línea]. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://mejorconsalud.com/pimienta-egra-fantastica-para-tu-salud/>>

Mejora con salud. 10 sorprendentes beneficios del vinagre. [En línea]. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://mejorconsalud.com/5-beneficios-del-vinagre-en-la-salud/>>

Mercola. Beneficios de orégano. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://articulos.mercola.com/sitios/articulos/archivo/2014/05/24/beneficios-del-oregano.aspx>>

Ministerio de trabajo. Vacaciones. [Consultado 16/10/2016]. Disponible en: <<http://www.mintrabajo.gov.co/preguntas-frecuentes/vacaciones.html>>

Nutrición, salud y deporte. Especies y condimentos: propiedades. [En línea]. [Consultado 30/07/2016]. Disponible en: <<https://nutricionsaludydeporte.wordpress.com/2013/08/28/especies-y-condimentos-propiedades/>>

Plantas medicinales. Beneficios del tomillo. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://www.plantas-medicinales.es/tomillo-propiedades-y-beneficios-en-la-salud-y-belleza/>>

Salud diaria. Beneficios de las arvejas. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://www.saluddiaria.com/1508/propiedades-beneficios-consumir-arvejas/>>

Stewart, James. (2008) Calculo de una sola variable 6 a ed

Súper madre. Beneficios del café. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://www.supermadre.net/beneficios-del-cafe-de-grano/>>

Tipos de empresas. Tipo de sociedades. [Consultado 16/10/2016]. Disponible en: <<http://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/13-tipos-de-sociedades/>>

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS. Características Santa Fe de Bogotá. [En línea]. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<https://www.udistrital.edu.co/universidad/colombia/bogota/caracteristicas/>>

Vanidades. Beneficios de la cebada perlada. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://www.vanidades.com/estilo-de-vida/15/02/20/cuales-son-los-beneficios-salud-comer-cebada/>>

Vitallimentos. Tabla de calorías tomillo. [En línea]. [Consultado 27/07/2016]. Disponible en: <<http://www.vitalimentos.es/cuantas-calorias/24,1146,condimentos/tomillo-fresco.html>>

VIX. Propiedades del clavo de olor. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://www.imujer.com/salud/3925/beneficios-y-propiedades-del-clavo-de-olor>>



VIX. Propiedades del vinagre. [Consultado 26/07/2016]. Disponible en: <<http://www.imujer.com/salud/4993/beneficios-del-vinagre-de-manzana-en-ayunas>>

World population. Tabla nutricional perejil (seco). [En línea]. [Consultado 28/07/2016]. Disponible en: <<http://world-population.net/food/es/2182>>


ANEXO A
FICHAS TÉCNICAS DE LOS PRODUCTOS

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto

		BIOPURCHASES	
		FICHA TÉCNICA DE	Aceite de Oliva
		Número de referencia	R-0001
		Elaborado por	Eliana Katherine Bello
		Fecha de Elaboración	01/10/2016
		Fabricante	Factores & Mercadeo
Características del producto		Beneficios	
Vitamina K	49,60 ug	Alivia los dolores musculares y articulares, previene el deterioro mental, posee propiedades anticancerígenas, regula niveles de azúcar, fortalece el sistema inmunológico, mantiene controlado el colesterol y humecta la piel.	
Vitamina E	5,10 ug		
Hierro	0,40 mg		
Calorías	899 kcal		
Grasa	99,90 g		
Uso		Modo de Uso	
Consumo humano.		Consumo diario	
Empaque		Presentación	
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.	
Recomendaciones			
Consérvese cerrado a temperatura ambiente			
Anotaciones adicionales		Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Aceite Vegetal
	Número de referencia	R-0002
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	Factores & Mercadeo
Características del producto		Beneficios
Calorías	120 kcal	Es libre de colesterol, ayudan a mantener la buena salud cardiovascular, son una buena fuente de antioxidantes y fitoesteroles.
Grasa	1306 g	
Grasa Saturada	1,716 g	
Grasa poliinsaturada	6,695 g	
Grasa Mono insaturada	6,695 g	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano.		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto

		BIOPURCHASES	
		FICHA TÉCNICA DE	Ajo
		Número de referencia	R-0003
		Elaborado por	Eliana Katherine Bello
		Fecha de Elaboración	01/10/2016
		Fabricante	Condimentos El Rey
Características del producto		Beneficios	
Calorías	9 kcal	Mejora la circulación de la sangre, es un antibiótico natural, es una desintoxicante y ayuda a mantener el hígado en la mejor forma, es descongestionante, regenera la piel, reduce los niveles de colesterol, eleva las defensas y aporta vitaminas y minerales, cuida el aparato digestivo.	
Proteína	0,47 g		
Grasa	0,02 g		
Grasa Saturada	0,004 g		
Grasa poliinsaturada	0,011 g		
Grasa Mono insaturada	0,011 g		
Colesterol	0 mg		
Carbohidrato	2,04 g		
Fibra	0,3 g		
Azúcar	0,68 g		
Sodio	1 mg		
Potasio	31 mg		
Uso			
Consumo humano.		Consumo diario	
Empaque		Presentación	
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.	
Recomendaciones			
Consérvese cerrado a temperatura ambiente			
Anotaciones adicionales		Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Ajo Molido
	Número de referencia	R-0004
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	Condimentos El Rey
Características del producto		Beneficios
Calorías	9 kcal	Mejora la circulación de la sangre, es un antibiótico natural, es una desintoxicante y ayuda a mantener el hígado en la mejor forma, es descongestionante, regenera la piel, reduce los niveles de colesterol, eleva las defensas y aporta vitaminas y minerales, cuida el aparato digestivo.
Proteína	0,47 g	
Grasa	0,02 g	
Grasa Saturada	0,004 g	
Grasa poliinsaturada	0,011 g	
Grasa Mono insaturada	0,011 g	
Colesterol	0 mg	
Carbohidrato	2,04 g	
Fibra	0,3 g	
Azúcar	0,68 g	
Sodio	1 mg	
Potasio	31 mg	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano.		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto



BIOPURCHASES

FICHA TÉCNICA DE

Arroz

Número de referencia

R-0005



Elaborado por

Eliana Katherine Bello

Fecha de Elaboración

01/10/2016

Fabricante

CORABASTOS



Características del producto



Carbohidratos	81,60 g
Hierro	0,80 mg
Proteínas	6,67 g
Calcio	14 mg
Fibra	1,40 g
Potasio	109 mg
Yodo	14 mg
Zinc	1,50 mg
Magnesio	31 Mg
Sodio	3,90 mg
Vitamina B1	0,05 mg
Vitamina B2	0,04 mg
Vitamina B3	4,847 mg
Vitamina B5	0,63 ug
Vitamina B6	0,20 mg
Vitamina B7	3 ug
Vitamina B9	20 ug
Vitamina E	0,08 mg
Vitamina K	1 ug
Fosforo	150 mg
Calorías	364 kcal
Grasa	0,90 g
Azúcar	0,16 g

Beneficios

Es una fuente energética, es libre de colesterol, es bajo en sodio por lo que beneficia la presión arterial, es rico en fibra ayuda a prevención del cáncer, cuida la piel, es diurético y digestivo, estimula los neurotransmisores previniendo el Alzheimer y cuida la salud cardiovascular.

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto

	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Arroz
	Número de referencia	R-0005
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Uso	Modo de Uso	
Consumo humano.	Consumo diario	
Empaque	Presentación	
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor	En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.	
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Arveja seca
	Número de referencia	R-0006
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Características del producto		Beneficios
Calorías	167 kcal	Ayuda en los procesos de la coagulación de la sangre y en el fortalecimiento de los huesos. Contiene fibra que evita el estreñimiento y previene el cáncer del colon, tiene antioxidante útil en la protección de la retina y enfermedades de la vista como las cataratas.
Proteína	8,55 g	
Grasa	4,04 g	
Grasa Saturada	0,754 g	
Grasa poliinsaturada	1,244 g	
Grasa Mono insaturada	1,244 g	
Colesterol	0 mg	
Carbohidrato	25,01 g	
Fibra	8,7 g	
Azúcar	9,45 g	
Sodio	406 mg	
Potasio	432 mg	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano.		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto



BIOPURCHASES

FICHA TÉCNICA DE

Avena molida

Número de referencia

R-0007



Elaborado por

Eliana Katherine Bello

Fecha de Elaboración

01/10/2016

Fabricante

CORABASTOS

Características del producto

Hierro	5,80 mg
Proteínas	11,72 g
Calcio	80 mg
Fibra	9,67 g
Potasio	355 mg
Yodo	7,70 mg
Carbohidratos	55,70 g
Sodio	8,40 mg
Vitamina A	0 ug
Vitamina B2	0,17 mg
Vitamina B9	3,37 mg
Vitamina B12	0 ug
Vitamina C	0 mg
Vitamina D	0 ug
Vitamina E	0,84 mg
Fosforo	342 mg
Calorías	353 kcal
Grasa, trazas de azúcar	7,09 g
Purinas	94mg

Beneficios

Reduce los niveles de colesterol, controla los niveles de azúcar, regula el sistema digestivo, regenera los tejidos, previene enfermedades como el cáncer, lo mantiene satisfecho, es rico en calcio, favorece la piel, mantiene el peso saludable y ayuda a eliminar el sobrepeso y es favorable para la tiroides.

Uso

Consumo humano.



Modo de Uso

Consumo diario cocinada

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Avena molida
	Número de referencia	R-0007
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Empaque	Presentación	
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor	En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.	
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto



		BIOPURCHASES	
		FICHA TÉCNICA DE	Avena en Hojuelas
		Número de referencia	R-0008
		Elaborado por	Eliana Katherine Bello
		Fecha de Elaboración	01/10/2016
		Fabricante	CORABASTOS
Características del producto		Beneficios	
Hierro	5,80 mg	Reduce los niveles de colesterol, controla los niveles de azúcar, regula el sistema digestivo, regenera los tejidos, previene enfermedades como el cáncer, lo mantiene satisfecho, es rico en calcio, favorece la piel, mantiene el peso saludable y ayuda a eliminar el sobrepeso y es favorable para la tiroides.	
Proteínas	11,72 g		
Calcio	80 mg		
Fibra	9,67 g		
Potasio	355 mg		
Yodo	7,70 mg		
Carbohidratos	55,70 g		
Sodio	8,40 mg		
Vitamina A	0 ug		
Vitamina B2	0,17 mg		
Vitamina B9	3,37 mg		
Vitamina B12	0 ug		
Vitamina C	0 mg		
Vitamina D	0 ug		
Vitamina E	0,84 mg		
Fosforo	342 mg		
Calorías	353 kcal		
Grasa, trazas de azúcar	7,09 g		
Purinas	94mg		
Uso		Modo de Uso	
Consumo humano, en la piel.		Consumo diario	

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Avena en Hojuelas
	Número de referencia	R-0008
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Empaque	Presentación	
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor	En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.	
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Azúcar blanco
	Número de referencia	R-0009
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Características del producto		Beneficios
Calorías	120 kcal	Es una fuente de energía para el cuerpo, en la edad temprana el consumo aporta a los tejidos, aporta glucógeno, nutre el sistema nervioso, permite la asimilación de la proteína, aumenta el apetito y ayuda a conciliar el sueño.
Grasa	1306 g	
Grasa Saturada	1,716 g	
Grasa poliinsaturada	6,695 g	
Grasa Mono insaturada	6,695 g	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Azúcar moreno
	Número de referencia	R-0010
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Características del producto		Beneficios
Hierro	1,90 mg	Contiene vitaminas, minerales y aminoácidos ausentes en el azúcar blanco ya que este es más refinado.
Calcio	85 mg	
Potasio	320 mg	
zinc	0,10 mg	
Magnesio	22 mg	
Sodio	40 mg	
Fosforo	24 mg	
Calorías	390 kcal	
Azúcar	97,60 g	
Vitamina B1	0,01 mg	
Vitamina B5	0,01 mg	
Vitamina B9	0,02 mg	
Uso		
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvase cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto

		BIOPURCHASES	
		FICHA TÉCNICA DE	Bicarbonato de sodio
		Número de referencia	R-0011
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello	
	Fecha de Elaboración	01/10/2016	
	Fabricante	Condimentos El Rey	
Características del producto		Beneficios	
Sodio	1259 mg	Es un neutralizador de ácidos en el organismo y también se utiliza con el fin de desinfectar y desodorizar.	
Uso		Modo de Uso	
Consumo humano		Consumo diario	
Empaque		Presentación	
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.	
Recomendaciones			
Consérvese cerrado a temperatura ambiente			
Anotaciones adicionales		Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Café en grano
	Número de referencia	R-0012
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Características del producto		Beneficios
Calorías	2 kcal	Ayuda a prevenir enfermedades como el Alzheimer, Parkinson, mejora el estado de alerta al conducir o trabajar, en algunas personas alivia los dolores de cabeza y mejora el rendimiento de los deportistas.
Proteína	0,21 g	
Colesterol	0 mg	
Carbohidrato	0,07 g	
Grasa	0,004 g	
Sodio	4 mg	
Potasio	83 mg	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto

		BIOPURCHASES	
		FICHA TÉCNICA DE	Café molido
		Número de referencia	R-0013
		Elaborado por	Eliana Katherine Bello
		Fecha de Elaboración	01/10/2016
		Fabricante	CORABASTOS
Características del producto		Beneficios	
Calorías	9 kcal	Ayuda a prevenir enfermedades como el Alzheimer, Parkinson, mejora el estado de alerta al conducir o trabajar, en algunas personas alivia los dolores de cabeza y mejora el rendimiento de los deportistas.	
Proteína	0,77 g		
Colesterol	0 mg		
Carbohidrato	1,01 g		
Grasa	0,24 g		
Fibra	0,2 g		
Uso		Modo de Uso	
Consumo humano		Consumo diario	
Empaque		Presentación	
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.	
Recomendaciones			
Consérvese cerrado a temperatura ambiente			
Anotaciones adicionales		Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto																																																		
	<p align="center">BIOPURCHASES</p>																																																	
	<table border="1"> <tr> <td>FICHA TÉCNICA DE</td> <td>Canela astilla</td> </tr> <tr> <td>Número de referencia</td> <td>R-0014</td> </tr> </table>	FICHA TÉCNICA DE	Canela astilla	Número de referencia	R-0014																																													
FICHA TÉCNICA DE	Canela astilla																																																	
Número de referencia	R-0014																																																	
	<table border="1"> <tr> <td>Elaborado por</td> <td>Eliana Katherine Bello</td> </tr> <tr> <td>Fecha de Elaboración</td> <td>01/10/2016</td> </tr> <tr> <td>Fabricante</td> <td>Condimentos El Rey</td> </tr> </table>	Elaborado por	Eliana Katherine Bello	Fecha de Elaboración	01/10/2016	Fabricante	Condimentos El Rey																																											
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello																																																
	Fecha de Elaboración	01/10/2016																																																
Fabricante	Condimentos El Rey																																																	
<table border="1"> <tr> <th colspan="2">Características del producto</th> <th>Beneficios</th> </tr> <tr> <td>Fibra</td> <td>54,30 g</td> <td rowspan="20">Alivia el síndrome premenstrual, disminuye el colesterol malo, tiene una acción antimicrobiana, regula el azúcar en la sangre, combate el cáncer, ayuda a perder peso y ayuda a prevenir el Alzheimer.</td> </tr> <tr> <td>Calcio</td> <td>1228 mg</td> </tr> <tr> <td>Proteínas</td> <td>3,89 mg</td> </tr> <tr> <td>Potasio</td> <td>500 mg</td> </tr> <tr> <td>Zinc</td> <td>1,97 mg</td> </tr> <tr> <td>Carbohidratos</td> <td>25,55 g</td> </tr> <tr> <td>Magnesio</td> <td>56 mg</td> </tr> <tr> <td>Sodio</td> <td>26 mg</td> </tr> <tr> <td>Vitamina A</td> <td>28 ug</td> </tr> <tr> <td>Vitamina B1</td> <td>0,08 mg</td> </tr> <tr> <td>Vitamina B2</td> <td>0,14 mg</td> </tr> <tr> <td>Vitamina B6</td> <td>0,31 mg</td> </tr> <tr> <td>Vitamina B9</td> <td>29 ug</td> </tr> <tr> <td>Vitamina C</td> <td>28,50 mg</td> </tr> <tr> <td>Vitamina E</td> <td>0,95 mg</td> </tr> <tr> <td>Vitamina K</td> <td>31,2 ug</td> </tr> <tr> <td>Fosforo</td> <td>61 mg</td> </tr> <tr> <td>Calorías</td> <td>255 kcal</td> </tr> <tr> <td>Grasa</td> <td>3,19 g</td> </tr> <tr> <td>Azúcar</td> <td>2,17 g</td> </tr> <tr> <th colspan="2">Uso</th> <th>Modo de Uso</th> </tr> <tr> <td colspan="2">Consumo humano</td> <td>Consumo diario</td> </tr> </table>	Características del producto		Beneficios	Fibra	54,30 g	Alivia el síndrome premenstrual, disminuye el colesterol malo, tiene una acción antimicrobiana, regula el azúcar en la sangre, combate el cáncer, ayuda a perder peso y ayuda a prevenir el Alzheimer.	Calcio	1228 mg	Proteínas	3,89 mg	Potasio	500 mg	Zinc	1,97 mg	Carbohidratos	25,55 g	Magnesio	56 mg	Sodio	26 mg	Vitamina A	28 ug	Vitamina B1	0,08 mg	Vitamina B2	0,14 mg	Vitamina B6	0,31 mg	Vitamina B9	29 ug	Vitamina C	28,50 mg	Vitamina E	0,95 mg	Vitamina K	31,2 ug	Fosforo	61 mg	Calorías	255 kcal	Grasa	3,19 g	Azúcar	2,17 g	Uso		Modo de Uso	Consumo humano		Consumo diario
Características del producto		Beneficios																																																
Fibra	54,30 g	Alivia el síndrome premenstrual, disminuye el colesterol malo, tiene una acción antimicrobiana, regula el azúcar en la sangre, combate el cáncer, ayuda a perder peso y ayuda a prevenir el Alzheimer.																																																
Calcio	1228 mg																																																	
Proteínas	3,89 mg																																																	
Potasio	500 mg																																																	
Zinc	1,97 mg																																																	
Carbohidratos	25,55 g																																																	
Magnesio	56 mg																																																	
Sodio	26 mg																																																	
Vitamina A	28 ug																																																	
Vitamina B1	0,08 mg																																																	
Vitamina B2	0,14 mg																																																	
Vitamina B6	0,31 mg																																																	
Vitamina B9	29 ug																																																	
Vitamina C	28,50 mg																																																	
Vitamina E	0,95 mg																																																	
Vitamina K	31,2 ug																																																	
Fosforo	61 mg																																																	
Calorías	255 kcal																																																	
Grasa	3,19 g																																																	
Azúcar	2,17 g																																																	
Uso		Modo de Uso																																																
Consumo humano		Consumo diario																																																

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Canela astilla
	Número de referencia	R-0014
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	Condimentos El Rey
Empaque	Presentación	
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.	En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.	
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto



BIOPURCHASES

FICHA TÉCNICA DE

Canela en polvo

Número de referencia

R-0015



Elaborado por

Eliana Katherine Bello

Fecha de Elaboración

01/10/2016

Fabricante

Condimentos El Rey

Características del producto

Fibra	54,30 g
Calcio	1228 mg
Proteínas	3,89 mg
Potasio	500 mg
Zinc	1,97 mg
Carbohidratos	25,55 g
Magnesio	56 mg
Sodio	26 mg
Vitamina A	28 ug
Vitamina B1	0,08 mg
Vitamina B2	0,14 mg
Vitamina B6	0,31 mg
Vitamina B9	29 ug
Vitamina C	28,50 mg
Vitamina E	0,95 mg
Vitamina K	31,2 ug
Fosforo	61 mg
Calorías	255 kcal
Grasa	3,19 g
Azúcar	2,17 g

Beneficios

Alivia el síndrome premenstrual, disminuye el colesterol malo, tiene una acción antimicrobiana, regula el azúcar en la sangre, combate el cáncer, ayuda a perder peso y ayuda a prevenir el Alzheimer.

Uso



Consumo humano

Modo de Uso

Consumo diario

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Canela en polvo
	Número de referencia	R-0015
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	Condimentos El Rey
Empaque	Presentación	
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.	En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.	
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto

		BIOPURCHASES	
		FICHA TÉCNICA DE	Cebada perlada
		Número de referencia	R-0016
		Elaborado por	Eliana Katherine Bello
		Fecha de Elaboración	01/10/2016
		Fabricante	CORABASTOS
Características del producto		Beneficios	
Calorías	193 kcal	Posee oligoelementos que le brindan beneficios a la salud, evita la producción hepática de colesterol LDL, es rica en fibra lo que favorece la salud intestinal, es desintoxicante, antiinflamatorio, aporta nutrientes y proceso de crecimiento, favorece la elasticidad de la piel y favorece los niveles de queratina.	
Proteína	3,55 g		
Grasa	0,69 g		
Grasa Saturada	0,146 g		
Grasa poliinsaturada	0,336 g		
Grasa Mono insaturada	0,336 g		
Colesterol	0 mg		
Carbohidrato	44,31 g		
Fibra	6 g		
Azúcar	0,44 g		
Sodio	5 mg		
Potasio	146 mg		
Uso		Modo de Uso	
Consumo humano		Consumo diario	
Empaque		Presentación	
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.	

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto

	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Cebada perlada
	Número de referencia	R-0016
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación



FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Clavo
	Número de referencia	R-0017
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	Condimentos El Rey
Características del producto		Beneficios
Calorías	21 kcal	Posee propiedades antibacterianas, anestésicas, afrodisiacas, analgésicas, antiespasmódicas y estimulantes.
Carbohidratos	1 g	
Grasa	1 g	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación



FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Coco rallado
	Número de referencia	R-0018
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	Condimentos El Rey
Características del producto		Beneficios
Calorías	283 kcal	Es rico en fibra y grasas saludables, contiene ácidos grasos saludables para los niveles de colesterol, estimula los procesos metabólicos y evita el desarrollo de la arteriosclerosis.
Proteína	2,66 g	
Grasa	26,79 g	
Grasa Saturada	23,758 g	
Grasa poliinsaturada	0,293 g	
Grasa Mono insaturada	0,293 g	
Colesterol	0 mg	
Carbohidrato	12,18 g	
Fibra	7,2 g	
Azúcar	4,98g	
Sodio	16 mg	
Potasio	285 mg	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto



		BIOPURCHASES	
		FICHA TÉCNICA DE	Comino
		Número de referencia	R-0019
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello	
	Fecha de Elaboración	01/10/2016	
	Fabricante	Condimentos El Rey	
Características del producto		Beneficios	
Calorías	8 kcal	Es antiespasmódico, disminuye la generación de gases y la fermentación de la flora intestinal. Combate la digestión lenta, es diurético y previene el cáncer de colon.	
Proteína	0,37 g		
Grasa	0,47 g		
Grasa Saturada	0,032 g		
Grasa poliinsaturada	0,069 g		
Grasa Mono insaturada	0,069 g		
Colesterol	0 mg		
Carbohidrato	0,93 g		
Fibra	0,2 g		
Azúcar	0,05 g		
Sodio	4 mg		
Potasio	38 mg		
Uso		Modo de Uso	
Consumo humano		Consumo diario	
Empaque		Presentación	
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.	
Recomendaciones			
Consérvese cerrado a temperatura ambiente			
Anotaciones adicionales		Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Cúrcuma
	Numero de referencia	R-0020
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	Condimentos El Rey
Características del producto		Beneficios
Calorías	354 kcal	Disminuye la generación de gases, reduce la acidez del estómago, tiene efectos protectores en el hígado, ayuda a eliminar las piedras biliares, tiene efecto antiinflamatorio, permiten el drenaje del hígado y el vaciado de la vesícula.
Proteína	7,83 g	
Grasa	9,88 g	
Grasa Saturada	3,12 g	
Grasa poliinsaturada	2,18 g	
Grasa Mono insaturada	2,18 g	
Colesterol	0 mg	
Carbohidrato	64,93 g	
Fibra	21,1 g	
Azúcar	3,21 g	
Sodio	38 mg	
Potasio	2525 mg	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto																																																				
	BIOPURCHASES																																																			
	<table border="1"> <tr> <td>FICHA TÉCNICA DE</td> <td>Fécula de maíz</td> </tr> <tr> <td>Número de referencia</td> <td>R-0021</td> </tr> </table>	FICHA TÉCNICA DE	Fécula de maíz	Número de referencia	R-0021																																															
FICHA TÉCNICA DE	Fécula de maíz																																																			
Número de referencia	R-0021																																																			
	<table border="1"> <tr> <td>Elaborado por</td> <td>Eliana Katherine Bello</td> </tr> <tr> <td>Fecha de Elaboración</td> <td>01/10/2016</td> </tr> <tr> <td>Fabricante</td> <td>CORABASTOS</td> </tr> </table>	Elaborado por	Eliana Katherine Bello	Fecha de Elaboración	01/10/2016	Fabricante	CORABASTOS																																													
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello																																																		
	Fecha de Elaboración	01/10/2016																																																		
Fabricante	CORABASTOS																																																			
<table border="1"> <tr> <th colspan="2">Características del producto</th> <th>Beneficios</th> </tr> <tr> <td>carbohidratos</td> <td>88 g</td> <td rowspan="17">Es un alimento alto en fibra lo que beneficia la digestión, previene la anemia, produce energía, genera un buen funcionamiento cerebral y al sistema nervioso, reduce el colesterol LDL, facilita el aumento de peso, previene la diabetes y la hipertensión, previene el cáncer y aporta muchas propiedades durante el embarazo.</td> </tr> <tr> <td>Hierro</td> <td>0,50 mg</td> </tr> <tr> <td>Proteínas</td> <td>0,41 g</td> </tr> <tr> <td>Calcio</td> <td>1 mg</td> </tr> <tr> <td>Fibra</td> <td>0,60 g</td> </tr> <tr> <td>Potasio</td> <td>7 mg</td> </tr> <tr> <td>Yodo</td> <td>2,50 mg</td> </tr> <tr> <td>Zinc</td> <td>0,30 mg</td> </tr> <tr> <td>Magnesio</td> <td>2 mg</td> </tr> <tr> <td>Sodio</td> <td>3 mg</td> </tr> <tr> <td>Vitamina B2</td> <td>0,01 mg</td> </tr> <tr> <td>Vitamina B3</td> <td>0,03 mg</td> </tr> <tr> <td>Vitamina B6</td> <td>0,01 mg</td> </tr> <tr> <td>Vitamina B9</td> <td>1 ug</td> </tr> <tr> <td>Vitamina K</td> <td>1 ug</td> </tr> <tr> <td>Fosforo</td> <td>30 mg</td> </tr> <tr> <td>Calorías</td> <td>356 kcal</td> </tr> <tr> <td>Grasa</td> <td>0,08 g</td> </tr> <tr> <th colspan="2">Uso</th> <th>Modo de Uso</th> </tr> <tr> <td colspan="2">Consumo humano</td> <td>Consumo diario</td> </tr> <tr> <th colspan="2">Empaque</th> <th>Presentación</th> </tr> <tr> <td colspan="2">Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.</td> <td>En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.</td> </tr> </table>	Características del producto		Beneficios	carbohidratos	88 g	Es un alimento alto en fibra lo que beneficia la digestión, previene la anemia, produce energía, genera un buen funcionamiento cerebral y al sistema nervioso, reduce el colesterol LDL, facilita el aumento de peso, previene la diabetes y la hipertensión, previene el cáncer y aporta muchas propiedades durante el embarazo.	Hierro	0,50 mg	Proteínas	0,41 g	Calcio	1 mg	Fibra	0,60 g	Potasio	7 mg	Yodo	2,50 mg	Zinc	0,30 mg	Magnesio	2 mg	Sodio	3 mg	Vitamina B2	0,01 mg	Vitamina B3	0,03 mg	Vitamina B6	0,01 mg	Vitamina B9	1 ug	Vitamina K	1 ug	Fosforo	30 mg	Calorías	356 kcal	Grasa	0,08 g	Uso		Modo de Uso	Consumo humano		Consumo diario	Empaque		Presentación	Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Características del producto		Beneficios																																																		
carbohidratos	88 g	Es un alimento alto en fibra lo que beneficia la digestión, previene la anemia, produce energía, genera un buen funcionamiento cerebral y al sistema nervioso, reduce el colesterol LDL, facilita el aumento de peso, previene la diabetes y la hipertensión, previene el cáncer y aporta muchas propiedades durante el embarazo.																																																		
Hierro	0,50 mg																																																			
Proteínas	0,41 g																																																			
Calcio	1 mg																																																			
Fibra	0,60 g																																																			
Potasio	7 mg																																																			
Yodo	2,50 mg																																																			
Zinc	0,30 mg																																																			
Magnesio	2 mg																																																			
Sodio	3 mg																																																			
Vitamina B2	0,01 mg																																																			
Vitamina B3	0,03 mg																																																			
Vitamina B6	0,01 mg																																																			
Vitamina B9	1 ug																																																			
Vitamina K	1 ug																																																			
Fosforo	30 mg																																																			
Calorías	356 kcal																																																			
Grasa	0,08 g																																																			
Uso		Modo de Uso																																																		
Consumo humano		Consumo diario																																																		
Empaque		Presentación																																																		
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.																																																		

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Fécula de maíz
	Número de referencia	R-0021
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto

		BIOPURCHASES	
		FICHA TÉCNICA DE	Frijol negro
		Número de referencia	R-0022
		Elaborado por	Eliana Katherine Bello
		Fecha de Elaboración	01/10/2016
		Fabricante	CORABASTOS
Características del producto		Beneficios	
Calorías	218 kcal	Previene enfermedades del corazón, mejora el sistema nervios, regula el azúcar en la sangre, desintoxica de los sulfitos, ayuda a prevenir el cáncer, disminuye el colesterol, es antiinflamatorio, ayuda con los problemas digestivos, tiene mucha fibra y es un antioxidante.	
Proteína	14,47g		
Grasa	0,7 g		
Grasa Saturada	0,18 g		
Grasa poliinsaturada	0,3 g		
Grasa Mono insaturada	0,3 g		
Colesterol	0 mg		
Carbohidrato	39,74 g		
Fibra	16,6 g		
Sodio	922 mg		
Potasio	739 mg		
Uso		Modo de Uso	
Consumo humano		Consumo diario	
Empaque		Presentación	
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.	

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Frijol negro
	Número de referencia	R-0022
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto



BIOPURCHASES

FICHA TÉCNICA DE Frijol rojo

Número de referencia R-0023



Elaborado por Eliana Katherine Bello

Fecha de Elaboración 01/10/2016

Fabricante CORABASTOS

Características del producto

Calorías	322 Kcal
Proteínas	21.8 g
Grasas	2.5 g
Carbohidratos	55.4 g
Tiamina	0.63 mg
Riboflavina	0.17 mg
Niacina	1.8 mg
Calcio	183 mg
Hierro	4.7 mg

Beneficios

Son bajos en grasa y no tienen colesterol, aportan un alto nivel de hierro, tiene una alta fuente de antioxidantes y aporta proteínas.

Uso

Consumo humano

Modo de Uso

Consumo diario

Empaque

Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.

Presentación

En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.

Recomendaciones


Consérvese cerrado a temperatura ambiente

Anotaciones adicionales

Aprobado por

Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Frijol Blanco
	Número de referencia	R-0024
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Características del producto		Beneficios
Calorías	307 lcal	Aporta un alto nivel de fibra, tienen bajo contenido de grasa u no tiene colesterol, mantiene controlados los niveles de azúcar, contiene ácido fólico que se requiere en las mujeres embarazadas.
Proteína	19,02 g	
Grasa	0,76 g	
Grasa Saturada	0,194 g	
Grasa poliinsaturada	0,322 g	
Grasa Mono insaturada	0,322g	
Colesterol	0 mg	
Carbohidrato	57,48 g	
Fibra	12,6 g	
Sodio	13 mg	
Potasio	1189mg	
Uso		
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Frijol Blanco
	Número de referencia	R-0025
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Características del producto		Beneficios
Calorías	322 kcal	Aporta un alto nivel de fibra, tienen bajo contenido de grasa u no tiene colesterol, mantiene controlados los niveles de azúcar, contiene ácido fólico que se requiere en las mujeres embarazadas.
Proteínas	21,8 g	
Grasas	2,5 g	
Carbohidratos	55,4 g	
Tiamina	0,63 mg	
Riboflavina	0,17 mg	
Niacina	1,8 mg	
Calcio	183 mg	
Hierro	4,7 mg	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Garbanzo
	Número de referencia	R-0026
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Características del producto		Beneficios
Carbohidratos	44,30 g	Contiene fibra, reduce los niveles de colesterol LDL, disminuye la presión arterial y los niveles de triglicéridos, mantienen una salud digestiva, reduce el riesgo de padecer ataques al corazón y enfermedades cerebrovasculares.
Vitamina K	264 g	
Vitamina B9	185 ug	
Magnesio	122 mg	
Zinc	3,43 mg	
Potasio	875 mg	
Fibra	15,50 g	
Hierro	6,80 mg	
Calcio	143 mg	
Calorías	341 kcal	
Grasa	5,50 g	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto



BIOPURCHASES

FICHA TÉCNICA DE

Harina de maíz

Número de referencia

R-0027



Elaborado por

Eliana Katherine Bello

Fecha de Elaboración

01/10/2016

Fabricante

CORABASTOS

Características del producto

Hierro	2,40 mg
Proteínas	8,29 g
Calcio	18 mg
Fibra	9,42 g
Potasio	120 mg
Zinc	1,60 ,g
Magnesio	47 mg
vitamina A	50 ug
Vitamina B1	0,44 mg
Vitamina B2	0,13 mg
Vitamina B3	0,82 mg
Vitamina B5	0,55 mg
Vitamina B6	0,06 mg
Vitamina B7	6,60 ug
Vitamina B9	10 ug
Vitamina K	1 ug
Fosforo	39 mg
Calorías	343 kcal
Grasa	2,82g

Beneficios

Previene trastornos digestivos por su contenido de fibra, fortalece el sistema óseo y el crecimiento, por el contenido de potasio aporta a la salud cardiaca, fortalece la función pulmonar y reduce el riesgo de cáncer en estos órganos, permite la regeneración celular y beneficia los riñones.

Uso

Consumo humano

Modo de Uso

Consumo diario

Empaque

Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.

Presentación

En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Harina de maíz
	Número de referencia	R-0027
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto



BIOPURCHASES

FICHA TÉCNICA DE

Harina de trigo

Número de referencia

R-0028



Elaborado por

Eliana Katherine Bello

Fecha de Elaboración

01/10/2016

Fabricante

CORABASTOS

Características del producto

Hierro	0 mg
Proteínas	9,86 g
Calcio	17 mg
Fibra	4,28 g
Potasio	146 mg
Yodo	10 mg
Zinc	0,78 mg
Magnesio	23 mg
Sodio	2 mg
Vitamina B1	0,11 mg
Vitamina B2	0,03 mg
Vitamina B3	2,33 mg
Vitamina B5	0,40 mg
Vitamina B6	0,10 mg
Vitamina B7	1,10 mg
Vitamina B9	16 ug
Vitamina E	0,34 mg
Vitamina K	32,70 ug
Fosforo	108 mg
Calorías	341 kcal
Grasa	1,20 g
Azúcar	0,70 g

Beneficios



Ayuda a combatir el colesterol, le genera energía al cuerpo, tiene altos niveles de fibra y ayuda a la digestión, es considerado como un alimento antioxidante, estabiliza el sistema nervioso y la agilidad mental.



Uso

Consumo humano

Modo de Uso

Consumo diario

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Harina de trigo
	Número de referencia	R-0028
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Empaque	Presentación	
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.	En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.	
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Laurel
	Numero de referencia	R-0029
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	Condimentos El Rey
Características del producto		Beneficios
Proteínas	7,61 g	Facilita la digestión, mejora y estimula el apetito, previene afecciones del aparato respiratorio, ayuda a la eliminación de toxinas lo que beneficia los problemas circulatorios o enfermedades hepáticas.
potasio	529 mg	
yodo	0 mg	
Carbohidratos	48,67 g	
Sodio	23 mg	
Vitamina A	309 ug	
Vitamina B	0,01 mg	
Vitamina B2	0,42 mg	
Vitamina B3	2 mg	
Vitamina C	46,50 mg	
Fosforo	113 mg	
Calorías	353 kcal	
Grasa	8,36 g	
Azúcar	48,67 g	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Lenteja
	Numero de referencia	R-0030
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Características del producto		Beneficios
Calorías	323 kcal	Reduce el colesterol, mantiene los niveles de azúcar en sangre estables y previene el estreñimiento, dado su contenido en fibra. Ayuda a prevenir enfermedades cardiovasculares.
Proteína	16,44 g	
Grasa	13,25 g	
Grasa Saturada	1,68g	
Grasa poliinsaturada	6,495 g	
Grasa Mono insaturada	6,495 g	
Colesterol	0 mg	
Carbohidrato	36,71 g	
Fibra	14,5 g	
Azúcar	3,29 g	
Sodio	431 mg	
Potasio	672 mg	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Linaza en pepa
	Número de referencia	R-0031
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Características del producto		Beneficios
Calorías	37 kcal	Es un buen cereal para bajar de peso, la fibra impide la acumulación de colesterol en la sangre, previene enfermedades inflamatorias, disminuye el riesgo de ataques cardiacos, hace que el músculo se recupere rapidamente, disminuye el estrés, es afrodisiaco, previene la formación de tumores, es una fuente de vitaminas, aumenta la fertilidad.
Proteína	1,28 g	
Grasa	2,95 g	
Grasa Saturada	0,256 g	
Grasa poliinsaturada	2,011 g	
Grasa Mono insaturada	2,011 g	
Colesterol	0 mg	
Carbohidrato	2,02 g	
Fibra	1,9 g	
Azúcar	0,11 g	
Sodio	2 mg	
Potasio	57 mg	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto



BIOPURCHASES

FICHA TÉCNICA DE Linaza en polvo

Número de referencia R-0032

Elaborado por Eliana Katherine Bello

Fecha de Elaboración

Fabricante CORABASTOS



Características del producto

Calorías	37 kcal
Proteína	1,28 g
Grasa	2,95 g
Grasa Saturada	0,256 g
Grasa poliinsaturada	2,011 g
Grasa Mono insaturada	2,011 g
Colesterol	0 mg
Carbohidrato	2,02 g
Fibra	1,9 g
Azúcar	0,11 g
Sodio	2 mg
Potasio	57 mg

Beneficios

Es un buen cereal para bajar de peso, la fibra impide la acumulación de colesterol en la sangre, previene enfermedades inflamatorias, disminuye el riesgo de ataques cardíacos, hace que el músculo se recupere rápidamente, disminuye el estrés, es afrodisíaco, previene la formación de tumores, es una fuente de vitaminas, aumenta la fertilidad.

Uso

Consumo humano

Modo de Uso

Consumo diario

Empaque

Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.

Presentación

En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.

Recomendaciones

Consérvese cerrado a temperatura ambiente



Anotaciones adicionales


Aprobado por

Fecha de aprobación



FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Maíz pira
	Número de referencia	R-0033
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Características del producto		Beneficios
Vitamina E	11,03 mg	<p>Es rico en fibra lo que favorece el tránsito intestinal, controla el sobrepeso, ayuda a controlar la glicemia, reduce el colesterol y previene el cáncer de colon. Beneficia el sistema circulatorio, es antioxidante, previene la enfermedad de Parkinson.</p>
Fibra	10 g	
Hierro	1,10 mg	
Proteínas	6,20 g	
Calcio	10 mg	
Potasio	220 mg	
Yodo	2 mg	
Zinc	1,70 mg	
Carbohidratos	44,27 g	
Magnesio	81 mg	
Grasa	30,20 g	
Calorías	494 kcal	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación


FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Miel
	Número de referencia	R-0034
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	Factores & Mercadeo
Características del producto		Beneficios
Calorías	64 kcal	Alivia la tos, mejora la memoria, cura heridas, proporciona nutrientes, previene la disminución de leucocitos totales, mata bacteria resistente a antibióticos, puede ayudar a metabolizar el alcohol, es una fuente de energía y resuelve problemas del cuero cabelludo y la caspa.
Proteína	0,06 g	
Colesterol	0 mg	
Carbohidrato	17,3 g	
Azúcar	17,25 g	
Sodio	1 mg	
Potasio	11 mg	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación



FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Orégano
	Número de referencia	R-0035
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	Condimentos El Rey
Características del producto		Beneficios
Calorías	6 kcal	Es antioxidante ideal para el sistema inmunológico, es anti fúngico, antibacteriano, tiene propiedades antiinflamatorias, previene enfermedades de tracto respiratorio y combate el cáncer.
Proteína	0,2 g	
Grasa	0,18 g	
Grasa Saturada	0,048 g	
Grasa poliinsaturada	0,094 g	
Grasa Mono insaturada	0,094 g	
Colesterol	0 mg	
Carbohidrato	1,16 g	
Fibra	0,8 g	
Azúcar	0,07 g	
Sodio	0 mg	
Potasio	30 mg	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Paprika
	Número de referencia	R-0036
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	Condimentos El Rey
Características del producto		Beneficios
Calorías	29 kcal	Ayuda a reducir riesgos de cáncer y diabetes, ayuda a tratar la artritis, aumenta las defensas del cuerpo, ayuda a purificar la sangre, mejora la digestión, estimula la producción de endorfinas, previene infecciones por virus, ayuda a curar heridas, ayuda a bajar el colesterol malo en sangre, estimula la producción de glóbulos rojos, ayuda a cuidar la salud del corazón y previene enfermedades cardíacas, ayuda a combatir la gripe y el resfrío, favorece la salud de los músculos y los huesos ayuda a combatir los radicales libres, ayuda a quemar grasas así como acelerar el metabolismo y por ende bajar de peso y ayuda a reducir el apetito.
Proteína	1,48 g	
Grasa	1,3 g	
Grasa Saturada	0,21 g	
Grasa poliinsaturada	0,832 g	
Grasa Mono insaturada	0,832 g	
Colesterol	0 mg	
Carbohidrato	5,57 g	
Fibra	3,7 g	
Azúcar	1,03 g	
Sodio	3 mg	
Potasio	234 mg	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Pasta spaghetti
	Número de referencia	R-0037
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Características del producto		Beneficios
Calorías	220 kcal	Beneficia la digestión, aportan beneficios para rendimiento intelectual, no aumentan el peso de las personas, son fáciles de cocinar, tienen un costo accesible, disminuye la ansiedad y depresión.
Proteína	8,06 g	
Grasa	1,29 g	
Grasa Saturada	0,245 g	
Grasa poliinsaturada	0,444 g	
Grasa Mono insaturada	0,444 g	
Colesterol	0 mg	
Carbohidrato	42,95 g	
Fibra	2,5 g	
Azúcar	0,78 g	
Sodio	325 mg	
Potasio	63 mg	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Pasta para sopa
	Numero de referencia	R-0038
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	CORABASTOS
Características del producto		Beneficios
Calorías	220 kcal	Beneficia la digestión, aportan beneficios para rendimiento intelectual, no aumentan el peso de las personas, son fáciles de cocinar, tienen un costo accesible, disminuye la ansiedad y depresión.
Proteína	8,06 g	
Grasa	1,29 g	
Grasa Saturada	0,245 g	
Grasa poliinsaturada	0,444 g	
Grasa Mono insaturada	0,444 g	
Colesterol	0 mg	
Carbohidrato	42,95 g	
Fibra	2,5 g	
Azúcar	0,78 g	
Sodio	325 mg	
Potasio	63 mg	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Perejil seco
	Número de referencia	R-0039
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	Condimentos El Rey
Características del producto		Beneficios
Calcio	195 mg	Protege el hígado y los intestinos de cáncer, estimula la digestión, es anti flatulento y carminativo y es antioxidante.
Hierro	7,70 mg	
Magnesio	0,00 mg	
Fosforo	82 mg	
potasio	840 mg	
Sodio	29 mg	
Vitamina A	2,47 mg	
Vitamina B1	0,11 mg	
Vitamina B2	0,29 mg	
Vitamina B6	0,20 mg	
Vitamina C	197 mg	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Pimienta negra
	Número de referencia	R-0040
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	Condimentos El Rey
Características del producto		Beneficios
magnesio	190 mg	Tiene antioxidantes, ayuda a eliminar grasa, alivia síntomas de resfriado, la piel se nutre, es un elemento antibacteriano, ayuda a problemas de retención de líquidos, ayuda para la tos y alivia el dolor de la artritis reumatoide.
potasio	1260 mg	
Fibra	26,50 mg	
Calcio	430 mg	
Hierro	11,20 mg	
Carbohidratos	38,31 g	
Sodio	44 mg	
Fosforo	170 mg	
Calorías	280 kcal	
Colesterol	3,30 g	
Azúcar	38,30 g	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto



BIOPURCHASES

FICHA TÉCNICA DE Sal refinada

Número de referencia R-0041

Elaborado por Eliana Katherine Bello

Fecha de Elaboración 01/10/2016

Fabricante Condimentos El Rey



Características del producto

Hierro	0,20 mg
Calcio	29 mg
Zinc	1,10 mg
Fosforo	8 mg
Sodio	38850 mg

Beneficios

Mantiene el equilibrio de líquidos, regula el ritmo cardiaco, transmite los impulsos nerviosos, previene la aparición de calambres, permite la absorción de nutrientes en el intestino y regula el sueño.

Uso

Consumo humano

Modo de Uso

Consumo diario

Empaque

Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.

Presentación

En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.

Recomendaciones

Consérvese cerrado a temperatura ambiente

Anotaciones adicionales


Aprobado por



Fecha de aprobación



FT - 001/2016 Ficha técnica del producto

	BIOPURCHASES			
	FICHA TÉCNICA DE	Sal marina		
	Número de referencia	R-0042		
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello		
	Fecha de Elaboración	01/10/2016		
	Fabricante	Condimentos El Rey		
Características del producto	Beneficios			
<table border="1"> <tr> <td>Sodio</td> <td>155 mg</td> </tr> </table>	Sodio	155 mg	<p>Fortalece el sistema inmunitario, alcaliniza el cuerpo, ayuda a la pérdida de peso, calma la piel irritada y seca, disminuye la inflamación del sistema respiratorio, ayuda a disminuir los niveles de colesterol y de azúcar, mejora espasmos musculares y depresión.</p>	
Sodio	155 mg			
Uso	Modo de Uso			
Consumo humano	Consumo diario			
Empaque	Presentación			
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.	En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.			
Recomendaciones				
Consérvese cerrado a temperatura ambiente				
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación		


FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Tomillo
	Número de referencia	R-0043
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	Condimentos El Rey
Características del producto		Beneficios
Carbohidratos	24,5 g	Es antiparasitario, estimula el apetito, evita espasmos intestinales.
Proteína	5,6 g	
Grasa	1,7 g	
Colesterol	0,0 mg	
Sodio	9,00 mg	
Fibra	14,0 g	
Índice Glucémico	53	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Vinagre balsámico
	Número de referencia	R-0044
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	Factores & Mercadeo
Características del producto		Beneficios
Calorías	96 kcal	Es rico en antioxidantes, en potasio, contiene altos niveles de enzimas, regula los niveles de azúcar, es antiinflamatorio y es termogénico natural.
Proteína	0,82 g	
Carbohidratos	23 g	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación

FT - 001/2016 Ficha técnica del producto						
	BIOPURCHASES					
	FICHA TÉCNICA DE	Vinagre blanco				
	Número de referencia	R-0045				
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello				
	Fecha de Elaboración	01/10/2016				
	Fabricante	Factores & Mercadeo				
Características del producto	Beneficios					
<table border="1"> <tr> <td>Calorías</td> <td>3 kcal</td> </tr> <tr> <td>Carbohidratos</td> <td>0,01 g</td> </tr> </table>	Calorías	3 kcal	Carbohidratos	0,01 g	Es rico en ácido acético, ayuda a matar los patógenos, incluyendo bacterias, reduce el azúcar en la sangre, ayuda con la pérdida de peso y beneficia la salud cardiaca.	
Calorías	3 kcal					
Carbohidratos	0,01 g					
Uso	Modo de Uso					
Consumo humano	Consumo diario					
Empaque	Presentación					
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.	En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.					
Recomendaciones						
Consérvese cerrado a temperatura ambiente						
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación				


FT - 001/2016 Ficha técnica del producto		
	BIOPURCHASES	
	FICHA TÉCNICA DE	Vinagre de manzana
	Número de referencia	R-0046
	Elaborado por	Eliana Katherine Bello
	Fecha de Elaboración	01/10/2016
	Fabricante	Factores & Mercadeo
Características del producto		Beneficios
Calorías	1 kcal	Desintoxica el colon, promueve un balance del sistema linfático, contribuyendo a que la sangre fluya sin obstáculos, disminuye la tensión arterial, el colesterol y los niveles de triglicéridos, evita la contracción de los vasos sanguíneos, equilibra la alcalinidad derivada de hábitos alimentarios que producen, purifica el organismo de las toxinas.
Grasa	0,1 g	
Carbohidratos	0,1 g	
Sodio	19 g	
Uso		Modo de Uso
Consumo humano		Consumo diario
Empaque		Presentación
Cumplimiento con las normas técnicas colombianas establecidas a disposición del consumidor.		En dispensador, cantidad a disposición del consumidor.
Recomendaciones		
Consérvese cerrado a temperatura ambiente		
Anotaciones adicionales	Aprobado por	Fecha de aprobación


ANEXO B
MANUAL DE FUNCIONES PARA CARGOS DE EMPLEADOS

	BIOPURCHASES		Código: MF - 002
	Manual de funciones		Hoja: 1-1
			Fecha: 25/10/2016
Cargo	Secretaria		
Área	Administrativo		
Objetivos	Realizar procesos de documentación, realizar informes y mantener la comunicación más eficaz entre la gerencia y las áreas.		
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recibir y responder correos electrónicos. ✓ Atender llamadas y filtrarlas para la gerencia. ✓ Archivar y redactar documentos. ✓ Verificar pagos y cobros pendientes. ✓ Mantener actualizada la agenda. 			
Educación	Técnico o tecnólogo en Secretariado. Con estudios complementarios en manejo de herramientas ofimáticas.		
Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia.		
Formación	Segunda lengua con nivel medio.		
Habilidades	Debe dominar la comunicación, buena caligrafía, ortografía, organizada.		
Relaciones	Externa con proveedores e interna con los trabajadores		
Esfuerzos	Mental: medio alto	Visual: medio alto	Físico: medio
Condiciones de trabajo	Lugar: Oficina administrativa, temperatura ambiente, higiene en condiciones normales e iluminación adecuada.		Riesgo: posturas ergonómicas y complicaciones psicosocial.
Elaborado por: Eliana K. Bello	Revisado por:	Aprobado por:	Modificado por:
Fecha elaboración: 25/10/2016	Fecha revisión:	Fecha aprobación:	Fecha de modificación:

	BIOPURCHASES		Código: MF - 003
	Manual de funciones		Hoja: 1-1
			Fecha: 25/10/2016
Cargo	Director logístico		
Área	Logística		
Objetivos	Realizar la administración de recursos humanos y materiales. Dirigir y evaluar las estrategias de ventas y logísticas.		
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dirección y comunicación con los proveedores. ✓ Diseñar y estructurar cotizaciones y presupuestos. ✓ Diseñar y dirigir plan de abastecimiento. ✓ Dirección de personal. ✓ Garantizar la existencia de los productos para el realizar el abastecimiento. 			
Educación	Profesional con título universitario con carreras afines como ingeniería industrial, ingeniero logístico. Con estudios complementarios en herramientas ofimáticas básicas.		
Experiencia	Mínimo 2 años de experiencia.		
Formación	Segunda lengua con alto nivel y gestión de proyectos.		
Habilidades	Debe dominar cadenas de abastecimiento.		
Relaciones	Externa con proveedores e interna con los trabajadores		
Esfuerzos	Mental: alto	Visual: medio alto	Físico: bajo
Condiciones de trabajo	Lugar: Oficina administrativa, temperatura ambiente, higiene en condiciones normales e iluminación adecuada. Almacén y bodega.		Riesgo: posturas ergonómicas y complicaciones psicosocial.
Elaborado por: Eliana K. Bello	Revisado por:	Aprobado por:	Modificado por:
Fecha elaboración: 25/10/2016	Fecha revisión:	Fecha aprobación:	Fecha de modificación:

	BIOPURCHASES		Código: MF - 004
	Manual de funciones		Hoja: 1-1
			Fecha: 25/10/2016
Cargo	Director administrativo		
Área	Administrativo		
Objetivos	Realizar la administración de recursos humanos y procesos dentro del margen económico. Garantizar el bienestar de los trabajadores y sus familiares.		
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Controlar y ejecutar los presupuestos. ✓ Efectuar procesos de reclutamiento, selección y desvinculación en caso de despido, retiro voluntario o finalización del contrato. ✓ Desarrollar programas de capacitación y desarrollo. ✓ Disponer los salarios en el tiempo propuesto. ✓ Controlar el cumplimiento de las normas de seguridad y salud en el trabajo. ✓ Innovar en el servicio, buscar la mejora continua. 			
Educación	Profesional con título universitario con carreras afines como ingeniería industrial, administración de empresas y Psicología. Con estudios complementarios en recursos humanos.		
Experiencia	Mínimo 1 años de experiencia.		
Formación	Segunda lengua con nivel medio.		
Habilidades	Debe dominar la comunicación, planeación, control, dirección, análisis, razonamiento cualitativo y cuantitativo.		
Relaciones	Externa con proveedores e interna con los trabajadores		
Esfuerzos	Mental: medio	Visual: medio alto	Físico: bajo
Condiciones de trabajo	Lugar: Oficina administrativa, temperatura ambiente, higiene en condiciones normales e iluminación adecuada.		Riesgo: posturas ergonómicas y complicaciones psicosocial.
Elaborado por: Eliana K. Bello	Revisado por:	Aprobado por:	Modificado por:
Fecha elaboración: 25/10/2016	Fecha revisión:	Fecha aprobación:	Fecha de modificación:

	BIOPURCHASES		Código: MF - 005
	Manual de funciones		Hoja: 1-1
			Fecha: 25/10/2016
Cargo	Director de ventas		
Área	Administrativo		
Objetivos	Realizar procesos de Marketing, garantizar existencias y atención al cliente.		
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Garantizar el cumplimiento de objetivos de las ventas de cada uno de los productos. ✓ Dirigir y verificar planes estratégicos de los productos. ✓ Diseñar y controlar las actividades de ventas. ✓ Mantener la buena imagen de las marcas y la satisfacción del cliente. 			
Educación	Profesional con título universitario con carreras afines como ingeniería industrial, administración de empresas. Con estudios complementarios en Marketing.		
Experiencia	Mínimo 1 años de experiencia.		
Formación	Segunda lengua nivel medio y cargos del mercado.		
Habilidades	Debe tener habilidades comunicativas con los diferentes canales y formatos, experiencia en la administración de rutas y atención al cliente.		
Relaciones	Externa con proveedores y clientes e interna con los trabajadores		
Esfuerzos	Mental: medio alto	Visual: medio alto	Físico: bajo
Condiciones de trabajo	Lugar: Oficina administrativa, temperatura ambiente, higiene en condiciones normales e iluminación adecuada.		Riesgo: posturas ergonómicas y complicaciones psicosocial.
Elaborado por: Eliana K. Bello	Revisado por:	Aprobado por:	Modificado por:
Fecha elaboración: 25/10/2016	Fecha revisión:	Fecha aprobación:	Fecha de modificación:

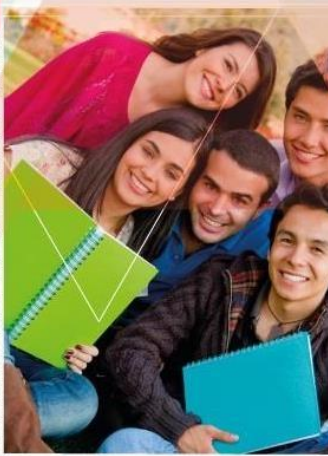
	BIOPURCHASES		Código: MF - 006
	Manual de funciones		Hoja: 1-1
			Fecha: 25/10/2016
Cargo	Operario		
Área	Operativo		
Objetivos	Cumplir con las funciones de abastecimiento y almacenamiento.		
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Abastecimiento de los dispensadores. ✓ Informar sobre del desabastecimiento en la bodega. ✓ Mantener la mejor calidad en el desarrollo del abastecimiento. ✓ Garantizar el buen estado de los productos ✓ Diligenciar formatos para el manejo de inventarios. 			
Educación	Bachiller.		
Experiencia	Ninguna		
Formación	Ningún requerimiento específico.		
Habilidades	Debe tener habilidades en comunicación, trabajo en equipo, eficiencia y motivación.		
Relaciones	Interna con los trabajadores y sus superiores		
Esfuerzos	Mental: bajo	Visual: medio alto	Físico: alto
Condiciones de trabajo	Lugar: almacén y bodega		Riesgo: posturas ergonómicas y complicaciones psicosocial.
Elaborado por: Eliana K. Bello	Revisado por:	Aprobado por:	Modificado por:
Fecha elaboración: 25/10/2016	Fecha revisión:	Fecha aprobación:	Fecha de modificación:

	BIOPURCHASES		Código: MF - 007
	Manual de funciones		Hoja: 1-1
			Fecha: 25/10/2016
Cargo	Auxiliar administrativo		
Área	Administrativo		
Objetivos	Brindar apoyo al director administrativo.		
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Garantizar el óptimo funcionamiento del supermercado. ✓ Apoyar los de reclutamiento, selección y desvinculación. ✓ Apoyar los programas de capacitación y desarrollo. ✓ Apoyar en el servicio, buscar la mejora continua. 			
Educación	Bachiller, técnico en administración.		
Experiencia	Ninguna		
Formación	Herramientas ofimáticas básicas.		
Habilidades	Debe tener habilidades en comunicación, trabajo en equipo, eficiencia y motivación.		
Relaciones	Interna con los trabajadores y sus superiores		
Esfuerzos	Mental: medio alto	Visual: medio alto	Físico: bajo
Condiciones de trabajo	Lugar: Oficina administrativa, temperatura ambiente, higiene en condiciones normales e iluminación adecuada.		Riesgo: posturas ergonómicas y complicaciones psicosocial.
Elaborado por: Eliana K. Bello	Revisado por:	Aprobado por:	Modificado por:
Fecha elaboración: 25/10/2016	Fecha revisión:	Fecha aprobación:	Fecha de modificación:

	BIOPURCHASES		Código: MF - 008
	Manual de funciones		Hoja: 1-1
			Fecha: 25/10/2016
Cargo	Cajero		
Área	Operativo		
Objetivos	Cumplir con las funciones de atención al cliente.		
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Medición y cobro reglamentado de los productos. ✓ Información sobre productos. ✓ Atención de la forma más respetuosa y eficaz al cliente. 			
Educación	Bachiller.		
Experiencia	Ninguna		
Formación	Ningún requerimiento específico.		
Habilidades	Debe tener habilidades en comunicación, trabajo en equipo, eficiencia y motivación.		
Relaciones	Interna con los trabajadores y sus superiores y externa con los clientes		
Esfuerzos	Mental: medio	Visual: medio alto	Físico: medio
Condiciones de trabajo	Lugar: almacén		Riesgo: posturas ergonómicas y complicaciones psicosocial.
Elaborado por: Eliana K. Bello	Revisado por:	Aprobado por:	Modificado por:
Fecha elaboración: 25/10/2016	Fecha revisión:	Fecha aprobación:	Fecha de modificación:

ANEXO C
TARIFAS DE HONORARIOS 2016

Categoría	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	SALARIOS MÍNIMOS LABORALES 2016	HONORARIOS 2016 (+42%)
Técnico (1)	Técnico Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	850.000	1.208.000
	Técnico Con experiencia en el área de formación (1 - 2 años)	874.000	1.241.000
	Técnico Bilingüe	1.684.000	2.392.000
	Técnico con experiencia superior a 2 años	1.080.000	1.535.000
NIVEL DE FORMACIÓN	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	Tecnólogo	Tecnólogo
Tecnólogo (2)	Tecnólogo Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	1.046.000	1.488.000
	Tecnólogo Con experiencia en el área de formación (1 - 2 años)	1.420.000	2.017.000
	Tecnólogo Bilingüe	1.793.000	2.547.000
	Tecnólogo con experiencia superior a 2 años	1.793.000	2.547.000
NIVEL DE FORMACIÓN	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	Pregrado	Pregrado
Profesional - Pregrado (3)	Profesional Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	1.808.000	2.567.000
	Profesional Sin experiencia en el área de formación (< 1 año) - Bilingüe	2.503.000	3.554.000
	Profesional Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años)	2.225.000	3.160.000
	Profesional Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años) - Bilingüe	2.902.000	4.120.000
NIVEL DE FORMACIÓN	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	Posgrado	Posgrado
Profesional - Especialista (4)	Especialista Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	2.638.000	3.746.000
	Especialista Sin experiencia en el área de formación (< 1 año) - Bilingüe	3.298.000	4.683.000
	Especialista Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años)	3.298.000	4.683.000
	Especialista Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años) - Bilingüe	3.693.000	5.244.000
NIVEL DE FORMACIÓN	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	Maestría	Maestría
Profesional- Magister (5)	Magister Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	3.430.000	4.870.000
	Magister Sin experiencia en el área de formación (< 1 año) - Bilingüe	3.958.000	5.620.000
	Magister Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años)	3.958.000	5.620.000
	Magister Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años) - Bilingüe	4.617.000	6.556.000



El salario mínimo para 2016 fue fijado en \$689.455 Decreto 2552 expedido este 30 de diciembre por el Gobierno

CRITERIOS TENIDOS EN CUENTA:
Colombia, Índice de Precios al Consumidor (IPC) (variaciones porcentuales) año 2015 de 6,77% fuente: <http://www.dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indios-de-precios-al-consumidor>
<http://www.datosmacro.com/IPC-paises/colombia>
 La diversidad de perfiles
 Contextualizamos en el tema de salarios y tendencias
 Incremento proporcional en aquellos salarios mas altos.

SE ESTABLECIERON LAS SIGUIENTES CATEGORIAS PARA HACER EFECTIVO EL INCREMENTO
 Para Técnicos, aplicara un incremento del 7% que fue el incremento del SMLV para 2016 Fuente: <http://www.datosmacro.com/IPC-paises/colombia>
 Para tecnólogos, pregrado y posgrado en todas sus categorías aplica el IPC 6,8% (2015) + 1 punto por concepto de pérdida de poder adquisitivo de la moneda

Salario mínimo para 2016 será de \$689.455

Incremento 2016 será de 7%. Con esa cifra, la remuneración mínima que estaba en 644.350 pesos, pasará a 689.455 pesos, es decir un aumento de 45.105 pesos (1.503 pesos diarios).

El subsidio de transporte subirá un 5 por ciento y quedará en 77.700 pesos (Decreto 2553 del 30 de diciembre), con lo que el mínimo y el subsidio generará una remuneración de 767.154 pesos.

En total los trabajadores ganarán en 2016, una cifra de \$767,154 pesos incluidos el salario y el subsidio de transporte.

Datos de interés:
 El Gobierno esperó hasta último momento para decretar el incremento salarial que recibirán 1,7 millones de trabajadores

Así las cosas un trabajador que ganó un salario mínimo más el subsidio de transporte y las prestaciones a que tiene derecho devengará en 2016 alrededor de 1,1 millones de pesos.

ANEXO D
MINUTA DE CONSTITUCIÓN

Fuente: ING. Mónica Suarez (2016). Organización y métodos

**PRIVADO DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES
SIMPLIFICADA S.A.S.**

“BIOPURCHASES S.A.S.”

Bogotá D.C. 24 de Octubre de 2016

La suscrita a saber, Eliana Katherine Bello Baquero, mayor de edad, con domicilio en la ciudad de Bogotá D.C., de nacionalidad Colombiana, de estado civil soltero (Soltero o casado) (con o sin) sociedad conyugal vigente, identificada con cédula de ciudadanía Número 1.000.159.066 de Bogotá D.C, celebra el presente contrato de sociedad, el cual se regirá por los siguientes estatutos:

ESTATUTOS SOCIALES

“BIOPURCHASES S.A.S.”

CAPÍTULO I

ACCIONISTA, RAZÓN SOCIAL, DOMICILIO Y DURACIÓN DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO PRIMERO. ACCIONISTA: la accionista de la sociedad y su participación es de:

Socio	Participación %
Eliana K Bello Baquero	100%

ARTÍCULO SEGUNDO. RAZÓN SOCIAL: La razón social de la compañía será “BIOPURCHASES S.A.S.”

ARTÍCULO TERCERO. DOMICILIO: La Sociedad tendrá su domicilio social en la ciudad de Bogotá D.C., República de Colombia, y se podrán establecer sucursales o agencias dentro o fuera del país.

ARTÍCULO CUARTO. DURACIÓN: La sociedad se constituye por término indefinido

CAPÍTULO II OBJETO SOCIAL

ARTÍCULO QUINTO. OBJETO SOCIAL: La sociedad tendrá como objeto principal la siguiente actividad: (ventas del comercio al por menor)

Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

En desarrollo de su objeto social la sociedad podrá:

- ✓ Celebrar y ejecutar en cualquier lugar todo acto o contrato cualesquiera operaciones comerciales o civiles que estén directamente relacionadas con su objeto social.
- ✓ Representar firmas nacionales o extranjeras, que tengan que ver con el objeto social.
- ✓ Comprar, vender, gravar, dar o tomar en arriendo bienes inmuebles.
- ✓ Dar y recibir dinero a cualquier título, con interés o sin él, con garantías o sin ellas.
- ✓ Girar, aceptar, negociar, descontar, endosar, adquirir, avalar, protestar, pagar letras de cambio, pagarés, cheques y en general, toda clase de títulos valores y demás documentos civiles y/o comerciales, o aceptarlos en pago.
- ✓ Tomar parte como sociedad accionista en otras compañías que tengan un objeto social similar o complementario al propio, mediante el aporte de dinero o bienes o la adquisición de acciones o parte de ellas, fusionarse con otras sociedades o absorberlas.
- ✓ Abrir establecimientos de comercio para desarrollar su objeto social.
- ✓ Transigir, desistir y apelar decisiones arbitrales o judiciales en las cuestiones que tenga interés frente a terceros, a los asociados mismos o a sus trabajadores.

El objeto social puede ser indeterminado, los tercetos que van a contratar con las SAS no tiene que consultar e interpretar detalladamente la lista de actividad que lo conforman.

CAPÍTULO III CAPITAL Y ACCIONES

ARTÍCULO SEXTO. CAPITAL: La sociedad tiene un capital autorizado de Doscientos millones de pesos (\$200'000.000) moneda legal colombiana, correspondiente a Eliana Katherine Bello Baquero (100%) acciones ordinarias de valor.

A la fecha de constitución de la sociedad, el capital suscrito será de Doscientos millones de pesos (\$200'000.000) moneda legal colombiana, donde el 100% corresponde a la única socia.

A la fecha del presente documento el capital pagado es de Doscientos millones de pesos (\$200'000.000) moneda legal colombiana, en una única acción con un porcentaje del 100% para la socia.

Parágrafo. Forma y Términos en que se pagará el capital.- El monto de capital suscrito se pagará, en consignación bancaria, dentro de los 24 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento.

El pago del capital se puede diferir por un plazo máximo de dos años sin que sea necesario el aporte mínimo de ningún monto. La sociedad puede acordar la forma en que se realizara el pago del capital.

En Colombia está permitida que la aportación de los socios, se realice mediante dinero, el aporte de un bien, industria (trabajo) e incluso un derecho, por lo que a manera de ejemplo, es posible que se haga la cesión de una promesa de compraventa, un pleito o un nombre comercial.

PARÁGRAFO: La responsabilidad personal de los socios queda limitada al monto de sus respectivos aportes de conformidad a lo dispuesto en el artículo 1 de la Ley 1258 de 2008.

CAPÍTULO IV ACCIONES

ARTÍCULO SÉPTIMO. CARACTERÍSTICAS. Las acciones en que se divide el capital social serán ordinarias, nominativas y de capital, las cuales confieren a su titular el derecho de emitir un voto por acción. Por decisión absoluta de la Asamblea de Accionistas podrán crearse diversas clases y distintas series de acciones; sus términos y condiciones serán los previstos en la Ley para la clase o serie de acciones que sean emitidas.

PARÁGRAFO: El registro de los accionistas de la sociedad, se hará en el Libro de Registro de Accionistas inscrito en la Cámara de Comercio de la ciudad de Domicilio, indicando sus datos personales y las características de las acciones.

ARTÍCULO OCTAVO.-NEGOCIACIÓN Y SUSCRIPCIÓN PREFERENCIAL. Las acciones ordinarias y las clases o series que se creen, serán libremente negociables, sin embargo, en su negociación o en toda nueva emisión de acciones, sea cualquiera su clase o serie, los accionistas tendrán derecho a suscribirlas preferencialmente, en una cantidad proporcional a su participación en el capital social.

El accionista que pretenda negociar libremente sus acciones, primero deberá solicitar al Gerente de la sociedad de su intención de negociarlas, para agotar el derecho de suscripción preferencial.

Éste dará traslado a los accionistas dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a que fue recibida la noticia, indicando el número, valor de acciones a negociar y la forma de pago. Una vez recibida la oferta, los accionistas dispondrán de cinco (5) días hábiles para manifestar por escrito su interés de adquirir dichas acciones. Vencido el plazo, y si no han sido adquiridas en todo o parte por los accionistas, las acciones serán libremente negociables.

CAPÍTULO V ORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO NOVENO.-ESTRUCTURA DE LA SOCIEDAD. La organización y dirección de la sociedad estarán a cargo de la Asamblea de Accionistas y del Gerente.

CAPÍTULO VI ASAMBLEA DE ACCIONISTAS

ARTÍCULO DÉCIMO.-COMPOSICIÓN, FUNCIONES Y REUNIONES: La Asamblea de Accionistas ejercerá como funciones las establecidas en el artículo 420 del Código de Comercio.

Las S.A.S permite que los accionistas celebren acuerdos sobre cualquier asunto lícito, por lo que es perfectamente posible pactar sobre, sindicación del voto, representantes de las acciones, restricciones para transferir, sucesión por causa de muerte de alguno de los socios. Es perfectamente posible incluso establecer un protocolo de familia

ARTÍCULO UNDÉCIMO. REUNIONES: La Asamblea de Accionistas podrá reunirse en el domicilio social o fuera de él, en reuniones ordinarias, extraordinarias, universales, por derecho propio, por comunicación simultánea, o de primera o

segunda convocatoria, aunque no esté presente un quórum universal, siempre y cuando se cumplan con los requisitos de convocatoria y quórum que se establecen en los Artículos Décimo Segundo y Décimo Tercero de los Estatutos.

Siempre que se haya cumplido lo estipulado respecto a la convocatoria- Las SAS permiten que los accionistas puedan reunirse por fuera del domicilio social, aunque no está presente un quórum universal.

ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO. CONVOCATORIA: Para todas las reuniones, incluyendo en las que se aprueben balances de fin de ejercicio u operaciones de transformación, fusión o escisión, la Asamblea de Accionistas será convocada por el Gerente, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles anteriores a la reunión, en la cual se deberá indicar el orden del día a tratar en la reunión.

PARÁGRAFO PRIMERO: En el aviso de primera convocatoria podrá incluirse la fecha en que habrá de realizarse la reunión de segunda convocatoria, en caso de no llevarse a cabo la primera reunión, en todo caso deberá observarse los términos de ley para su celebración.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados o al derecho de inspección, mediante comunicación escrita enviada al Gerente, antes, durante o después de la sesión correspondiente.

Es posible renunciar al derecho a ser convocados antes, durante y después de la junta.

ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO. QUÓRUM DELIBERATORIO Y DECISORIO: La Asamblea de Accionistas deliberará con uno o varios accionistas que representen cuanto menos la mitad más una de las acciones suscritas. Salvo que la Ley disponga una mayoría calificada, las decisiones se tomarán mediante el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente la mitad más una de las acciones presentes al momento de tomar la decisión.

A las S.A.S no le es aplicable la prohibición respecto a que los empleados ya administradores de la sociedad puedan representar en la junta de socios acciones diferentes a las propias

ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO. ACTAS: De las decisiones tomadas en las Asambleas de Accionistas se deberá dejar constancia de las determinaciones en actas que serán asentadas en el Libro de Actas de la sociedad.

CAPÍTULO VII GERENTE

ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO. DESIGNACIÓN: La representación legal y dirección administrativa de la sociedad estará a cargo del Gerente, quien será nombrado por la Asamblea de Accionistas. En caso de ser nombrado por la Asamblea de Accionistas, será nombrado un Suplente, quien reemplazará al Gerente en sus faltas absolutas, temporales o accidentales.

Las SAS solo se encuentran obligadas a tener revisor fiscal cuando sobrepase el límite al 31 de Diciembre del año inmediatamente anterior de activos por cinco mil salarios mínimos Y/O sus ingresos brutos durante el año inmediatamente anterior sean o excedan al equivalente a tres mil salarios mínimos.

PARÁGRAFO: La designación del Gerente y Suplente será por el término que designe la Asamblea de Accionistas, si esta no lo fija, se entenderá designado indefinidamente.

ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO.-FUNCIONES: El Gerente o Suplente además de las funciones y atribuciones legales, podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos para la ejecución del objeto social o las actividades directamente relacionadas con la existencia y funcionamiento de la sociedad, que no hayan sido atribuidas expresamente a otro órgano social.

CAPÍTULO VIII DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO. CAUSALES DE DISOLUCIÓN. La sociedad se disolverá por las siguientes causales:

1. Por voluntad de los accionistas adoptada en la Asamblea de Accionistas, por un número por un número plural de accionistas que represente por lo menos la mitad más una de las acciones presentes en la reunión.
2. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
3. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
4. Por orden de la autoridad competente.
5. Cuando ocurran pérdidas que reduzcan el patrimonio neto por debajo del cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito;

La disolución de la sociedad podrá evitarse, mediante la adopción de medidas por parte de la Asamblea de Accionistas o del Gerente, según corresponda, de acuerdo a la causal sobrevenida y a las condiciones y a los términos establecidos en la Ley.

ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO. LIQUIDACIÓN: Disuelta la sociedad, su liquidación se hará por el Gerente o por la persona que para ello nombre la Asamblea de Accionistas. La liquidación se efectuará de conformidad al procedimiento establecido para las sociedades de responsabilidad limitada y de acuerdo con las disposiciones legales vigentes.

CAPÍTULO IX CONTROVERSIAS

ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO.- ARBITRAMENTO. Las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o con sus administradores, en desarrollo del contrato social, incluida la impugnación de determinaciones de la Asamblea de Accionistas con fundamento en cualquiera de las causas legales, se someterán a la decisión de un Tribunal de Arbitramento que se conformará y funcionará de acuerdo con el reglamento que para el efecto establezca la Cámara de Comercio del domicilio social. Los árbitros deberán ser ciudadanos colombianos en ejercicio de sus derechos civiles, abogados titulados con tarjeta profesional vigente, y el laudo se emitirá en derecho.

Es recomendable que se pacten causales de exclusión de accionistas como sanción máxima como por ejemplo el no pago de los aportes, o un comportamiento que infrinja los estatutos reiteradamente.

CAPÍTULO X EL BALANCE, LA DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES Y LA RESERVA

ARTÍCULO VIGESIMO. BALANCE GENERAL: Anualmente al 31 de Diciembre de cada año, se cortarán las cuentas para hacer el inventario y el balance general correspondiente, así como el estado de pérdidas y ganancias del respectivo ejercicio. El balance, el inventario, los libros y las demás piezas justificativas de los informes, serán depositados en las oficinas de la sociedad con una antelación de cinco (5) días hábiles al señalado para la reunión de la Asamblea, con el fin de que puedan ser examinados por los accionistas.

ARTÍCULO VIGÉSIMO PRIMERO. APROBACIÓN DEL BALANCE: El balance debe ser presentado para la aprobación de la Asamblea General de Accionistas por el Representante Legal con los demás documentos a que se refiere el Artículo 446 del Código de Comercio. Dentro del término establecido en la ley, El Representante Legal remitirá a la Superintendencia, si es el caso, una copia del balance y de los anexos que lo expliquen y justifiquen, junto con el Acta en que hubieren sido discutidos y aprobados.

ARTÍCULO VIGÉSIMO SEGUNDO. RESERVA LEGAL: De las utilidades líquidas de cada ejercicio se tomará el diez por ciento (10%) para constituir e incrementar la reserva legal hasta cuando alcance un monto igual al cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

ARTÍCULO VIGÉSIMO TERCERO. RESERVAS OCASIONALES: La Asamblea General de Accionistas podrá crear o incrementar reservas ocasionales, siempre y cuando tengan un destino especial y con sujeción a las disposiciones legales.

ARTÍCULO VIGÉSIMO CUARTO. DIVIDENDOS: Hechas las reservas a que se refieren los artículos anteriores, así como las apropiaciones para el pago de impuestos, se repartirá como dividendo las utilidades líquidas obtenidas en cada ejercicio, o el saldo de las mismas si tuviere que enjugar pérdidas de ejercicios anteriores. El pago del dividendo se hará en proporción al número de acciones suscritas y se cancelará en dinero efectivo en las épocas que acuerde la Asamblea General, salvo que con el voto del ochenta por ciento (80%) de las acciones representadas en la reunión se decida cubrirlo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad.

ARTÍCULO VIGÉSIMO QUINTO. DIVIDENDOS NO RECLAMADOS OPORTUNAMENTE: La sociedad no reconocerá intereses por los dividendos que no sean reclamados oportunamente, los cuales quedarán en la caja social en depósito disponible a la orden de sus dueños.

CAPÍTULO XI DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ARTÍCULO VIGÉSIMO SEXTO. NOMBRAMIENTOS. La Asamblea de Accionistas hace los siguientes nombramientos:

REPRESENTANTE LEGAL: Eliana Katherine Bello Baquero, identificado con cedula de ciudadanía N° 1.000.159.066 de Bogotá.

Para constancia se firma en Bogotá D.C. a los veinticuatro (24) días del mes de Octubre del año dos mil dieciséis (2016).

ELIANA KATHERINE BELLO BAQUERO
C.C. 1.000.159.066 de Bogotá

ANEXO E
FORMULARIO DE REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO (RUT)

		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal				001	
Espacio reservado para la DIAN				4. Número de formulario			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT):		6. DV:		12. Administración:		14. Buzón electrónico:	
IDENTIFICACION							
24. Tipo de contribuyente:		25. Tipo de documento:		26. Número de identificación:		27. Fecha expedición:	
Lugar de expedición:		28. País:		29. Departamento:		30. Ciudad/Municipio:	
31. Primer apellido:		32. Segundo apellido:		33. Primer nombre:		34. Otros nombres:	
35. Rueda social:							
36. Nombre comercial:							
37. Sigla:							
UBICACION							
38. País:		39. Departamento:		40. Ciudad/Municipio:			
41. Dirección:							
42. Correo electrónico:		43. Apóstrofo:		44. Teléfono 1:		45. Teléfono 2:	
CLASIFICACION							
Actividad económica				Ocupación			
Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades			
46. Código:	47. Fecha inicio actividad:	48. Código:	49. Fecha inicio actividad:	50. Código:	1	2	
				51. Código:		52. Número establecimiento:	
Responsabilidades							
53. Código:							
Usuarios aduaneros				Exportadores			
54. Código:				55. Forma:		56. Tipo:	
						57. Modo:	
						58. CPC:	
Para uso exclusivo de la DIAN							
59. Anexos: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>				60. No de Folio:		61. Fecha:	
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponden exactamente a la realidad; por lo anterior, cualquier falsedad en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 15 Decreto 2788 del 21 de Agosto de 2004. Firma del suscrito:				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma del funcionario autorizado: 996. Nombre: _____ 995. Cargo: _____			

ANEXO F
FORMULARIO DE REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL (RUES)

- Diligencie a máquina o letra impresa los datos. No se admiten tachones ni arremendaduras.
 - En los términos del artículo 33 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada.
 - En los términos del artículo 36 del Código de Comercio podrá solicitar información adicional.
 - Autorizo el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos.

CÓDIGO CÁMARA DE COMERCIO <input type="text"/>		FECHA DE DILIGENCIAMIENTO DÍA <input type="text"/>		MES <input type="text"/>	AÑO <input type="text"/>
INFORMACIÓN DEL REGISTRO					
REGISTRO MERCANTIL / VENDEDORES DE JUEGOS DE SUERTE Y AZAR		REGISTRO ENTIDADES SIN ANÍMHO DE LUCRO / ECONOMÍA SOLIDARIA / VENDEDORAS CIUDADANAS / ONG'S EXTRANJERAS		REGISTRO ÚNICO DE PROPONENTES	
1	MATRÍCULA <input type="checkbox"/>	INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/>	INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/>		
	RENOVACIÓN <input type="checkbox"/>	RENOVACIÓN <input type="checkbox"/>	ACTUALIZACIÓN <input type="checkbox"/>		
	TRASLADO DE DOMICILIO <input type="checkbox"/>	TRASLADO DE DOMICILIO <input type="checkbox"/>	RENOVACIÓN <input type="checkbox"/>		
			ACTUALIZACIÓN POR TRASLADO DE DOMICILIO, INDIQUE LA CÁMARA DE COMERCIO ANTERIOR <input type="checkbox"/>		
No. DE MATRÍCULA MERCANTIL <input type="text"/>	No. DE INSCRIPCIÓN <input type="text"/>	CANCELACIÓN <input type="checkbox"/>			
AÑO QUE RENUEVA <input type="text"/>	AÑO QUE RENUEVA <input type="text"/>	No. DE INSCRIPCIÓN <input type="text"/>			
IDENTIFICACIÓN					
RAZÓN SOCIAL (SOLO SI ES PERSONA JURÍDICA) <input type="text"/>					
SIGLA <input type="text"/>					
2 Personas naturales: PRIMER APELLIDO <input type="text"/>					
SEGUNDO APELLIDO <input type="text"/>					
NOMBRES <input type="text"/>					
IDENTIFICACIÓN No. <input type="text"/>					
TIPO C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> S.I. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> País <input type="text"/>					
NIT. No. <input type="text"/>					
D.N. <input type="text"/>					
UBICACIÓN Y DATOS GENERALES					
DIRECCIÓN DEL DOMICILIO PRINCIPAL					
MUNICIPIO <input type="text"/>		DEPARTAMENTO <input type="text"/>		PAÍS <input type="text"/>	
TELEFONO 1 (Igual al reportado en el formulario de Registro Único Tributario DDM código 44) <input type="text"/>					
TELEFONO 2 <input type="text"/>		TELEFONO 3 <input type="text"/>			
CORREO ELECTRONICO <input type="text"/>					
DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL					
MUNICIPIO PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/>		DEPARTAMENTO PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/>		PAÍS <input type="text"/>	
TELEFONO 1 PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/>		TELEFONO 2 PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/>		TELEFONO 3 PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/>	
CORREO ELECTRONICO DE NOTIFICACIÓN <input type="text"/>					
De conformidad con lo establecido en el artículo 87 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, Autorizo a la Cámara de Comercio para que envíe alertas relacionadas con los registros públicos a nuestro cargo, a los correos electrónicos aquí informados. SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>					
Esta empresa está ubicada en: LOCAL <input type="checkbox"/> OFICINA <input type="checkbox"/> LOCAL Y OFICINA <input type="checkbox"/> FÁBRICA <input type="checkbox"/> VENTEDA <input type="checkbox"/> FINCA <input type="checkbox"/>					
ACTIVIDADES ECONÓMICAS					
Indique una clasificación principal y máximo tres clasificaciones secundarias, tomadas del sistema de clasificación industrial internacional armonizado (CIIU).					
4 ACTIVIDAD PRINCIPAL		ACTIVIDAD SECUNDARIA		OTRAS ACTIVIDADES	
CIIU 1 <input type="text"/>		CIIU 2 <input type="text"/>		CIIU 3 <input type="text"/>	
SHD <input type="text"/>		SHD <input type="text"/>		SHD <input type="text"/>	
CIIU 4 <input type="text"/>		CIIU 5 <input type="text"/>		CIIU 6 <input type="text"/>	
SHD <input type="text"/>		SHD <input type="text"/>		SHD <input type="text"/>	
INDIQUE EL CÓDIGO SHD SOLO SI SU ACTIVIDAD ECONÓMICA LA DESARROLLA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ, D.C.					
INFORMACIÓN FINANCIERA					
En los términos de la Ley debe tomarse del balance de apertura o con corte a 31 de diciembre del año anterior.					
5 ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO		ESTADO DE RESULTADOS	
Corriente \$ <input type="text"/>		Pasivo Corriente \$ <input type="text"/>		Ingresos Operacionales \$ <input type="text"/>	
Fijo Neto \$ <input type="text"/>		Largo Plazo \$ <input type="text"/>		Ingresos No Operacionales \$ <input type="text"/>	
Otros \$ <input type="text"/>		Pasivo Total \$ <input type="text"/>		Gtos. Operacionales \$ <input type="text"/>	
Valorizaciones \$ <input type="text"/>		Patrimonio Neto \$ <input type="text"/>		Gtos. No Operacionales \$ <input type="text"/>	
Activo Total \$ <input type="text"/>		Pasivo + Patrimonio \$ <input type="text"/>		Costo de Ventas \$ <input type="text"/>	
				Utilidad / Pérdida Operacional \$ <input type="text"/>	
				Utilidad / Pérdida Neta \$ <input type="text"/>	
MARQUE CON UNA X SI ES: IMPORTADOR <input type="checkbox"/> EXPORTADOR <input type="checkbox"/> No TRABAJADORES A NIVEL NACIONAL en virtud de lo establecido en el artículo segundo de la Ley 5429 de 2005. % DE TRABAJADORES TEMPORALES <input type="text"/>					
SI ES EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO					
APORTES LABORALES \$ <input type="text"/>		APORTES ACTIVOS \$ <input type="text"/>		APORTES LABORALES ADICIONALES \$ <input type="text"/>	
APORTES EN DINERO \$ <input type="text"/>		TOTAL APORTES \$ <input type="text"/>			
FECHA DE CONSTITUCIÓN <input type="text"/> HASTA <input type="text"/> A A A A M M D D A A A A M M D D					
SOLO PARA PERSONAS JURÍDICAS - COMPOSICIÓN DEL CAPITAL					
CAPITAL SOCIAL		1. NACIONAL		2. EXTRANJERO	
		1.1. PÚBLICO		2.1. PÚBLICO	
		1.2. PRIVADO		2.2. PRIVADO	
ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA					
ACTIVA <input type="checkbox"/>		ETAPA PROCEPTIVA <input type="checkbox"/>		EN CONCORDATO <input type="checkbox"/>	
EN LIQUIDACIÓN <input type="checkbox"/>		ACUERDOS DE REESTRUCTURACIÓN <input type="checkbox"/>		INTERVENIDA <input type="checkbox"/>	
		OTRO <input type="checkbox"/>		CUAL? <input type="text"/>	
La empresa es creada por jóvenes menores de 28 años tecnólogos, técnicos o profesionales: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>					
Si la respuesta anterior es afirmativa, indique el porcentaje (%) de su participación en el capital social de la empresa: % <input type="text"/>					

• Diligencia a máquina o letra impresa los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras.
 • En los términos del artículo 33 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada.
 • En los términos del artículo 36 del Código de Comercio podrá solicitar información adicional.
 • Autorizo el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos.

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL		MATRICULA/INSCRIPCIÓN N°		
8	TIPO DE ORGANIZACIÓN			
	SOCIEDAD COLECTIVA <input type="checkbox"/> 01	SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE <input type="checkbox"/> 02	SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES <input type="checkbox"/> 03	SOCIEDAD LIMITADA <input type="checkbox"/> 04
	SOCIEDAD ANÓNIMA <input type="checkbox"/> 05	SOCIEDAD DE ECONOMÍA MIXTA <input type="checkbox"/> 06	QUICUESAL DE SOCIEDAD EXTRANJERA <input type="checkbox"/> 07	EMPRESA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL ESTADO <input type="checkbox"/> 08
	EMPRESA UNIPERSONAL <input type="checkbox"/> 09	SOCIEDAD DE HECHO <input type="checkbox"/> 10	PERSONA NATURAL <input type="checkbox"/> 11	
	ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA SOLIDARIA ESPECÍFICA <input type="checkbox"/> 12	COOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.1	EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO <input type="checkbox"/> 12.2	INSTITUCIONES AUXILIARES DE EMPRESAS SOLIDARIAS <input type="checkbox"/> 12.3
		EMPRESA DE SERVICIOS EN FORMA DE ACOM, PÚBLICA COOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.4	FONDO DE EMPLEADOS <input type="checkbox"/> 12.5	COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO <input type="checkbox"/> 12.6
		ASOCIACIÓN MUTUAL <input type="checkbox"/> 12.7	EMPRESA SOLIDARIA DE SALUD <input type="checkbox"/> 12.8	EMPRESA COMUNITARIA <input type="checkbox"/> 12.9
		REGISTRACIÓN Y CONFEDERACIÓN <input type="checkbox"/> 12.10	VEHICULO CIUDADANO <input type="checkbox"/>	ENTIDADES EXTRANJERAS DE DERECHO PRIVADO SIN ANIMO DE LUCRO <input type="checkbox"/>
	ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO <input type="checkbox"/> 13	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA <input type="checkbox"/> 14	OTROS <input type="checkbox"/> 99	¿CUAL? _____
	CÓDIGO _____			

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA, DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN			
9	1. AGROPECUARIOS _____	2. MINEROS _____	3. MANUFACTUREROS _____
	4. SERVICIOS PÚBLICOS _____	5. CONSTRUCCIÓN Y OBRAS CIVILES _____	6. COMERCIALES _____
	7. RESTAURANTES Y HOTELES _____	8. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO _____	9. COMUNICACIONES _____
	10. FINANCIEROS, SEGUROS E INMOBILIARIOS _____	11. SERVICIOS COMUNALES Y PERSONALES _____	


ENTIDADES DE CRÉDITO CON LAS CUALES HA CELEBRADO OPERACIONES DE CRÉDITO		
NOMBRE DE LA ENTIDAD		OFICINA
NOMBRE DE LA ENTIDAD		OFICINA
REFERENCIAS DE DOS COMERCIANTES INSCRITOS		
NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO
NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO

DETALLE DE LOS BIENES RAICES QUE POSEA (En cumplimiento del artículo 32 del Código de Comercio)			
11	Matrícula inmobiliaria _____	Matrícula inmobiliaria _____	
	Dirección _____	Dirección _____	
	Barrio _____	Barrio _____	
	Municipio _____	Municipio _____	
Departamento _____	Departamento _____		
Pais _____	Pais _____		
Matrícula inmobiliaria _____	Matrícula inmobiliaria _____		
Dirección _____	Dirección _____		
Barrio _____	Barrio _____		
Municipio _____	Municipio _____		
Departamento _____	Departamento _____		
Pais _____	Pais _____		

NOTA: SI EL ESPACIO NO ES SUFICIENTE ADJUNTE LA INFORMACIÓN DE LOS OTROS BIENES EN HOJAS ANEXAS A ESTE FORMULARIO

SOLO PARA ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO	
12	Nombre de la Entidad que ejerce inspección, vigilancia y control: _____

<p>El suscrito declara bajo la gravedad del juramento que la información reportada en este formulario es confiable, veraz, completa y exacta.</p> <p>Nombre del Matriculado, Representante Legal de la Persona Jurídica o inscrito: _____</p> <p>Documento de Identificación No. _____ CI <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/></p> <p>FIRMA _____</p> <p><small>Cualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley (Artículo 36 del Código de Comercio y normas concordantes y complementarias)</small></p>	<p>PARA USO EXCLUSIVO DE LA CÁMARA DE COMERCIO</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------

 Fundación Universidad de América	FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA	Código:
	PROCESO: GESTIÓN DE BIBLIOTECA	Versión 0
	Autorización para Publicación en el Repositorio Digital Institucional – Lumieres	Julio - 2016


AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL LUMIERES


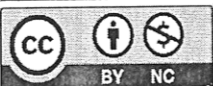

Yo **Eliana Katherine Bello Baquero** en calidad de titular de la obra **Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un mini-supermercado con productos sin empaque**, elaborada en el año **2016**, autorizo al **Sistema de Bibliotecas de la Fundación Universidad América** para que incluya una copia, indexe y divulgue en el Repositorio Digital Institucional – Lumieres, la obra mencionada con el fin de facilitar los procesos de visibilidad e impacto de la misma, conforme a los derechos patrimoniales que me corresponde y que incluyen: la reproducción, comunicación pública, distribución al público, transformación, en conformidad con la normatividad vigente sobre derechos de autor y derechos conexos (Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, entre otras).

Al respecto como Autor manifestamos conocer que:

- La autorización es de carácter no exclusiva y limitada, esto implica que la licencia tiene una vigencia, que no es perpetua y que el autor puede publicar o difundir su obra en cualquier otro medio, así como llevar a cabo cualquier tipo de acción sobre el documento.
- La autorización tendrá una vigencia de cinco años a partir del momento de la inclusión de la obra en el repositorio, prorrogable indefinidamente por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales del autor y podrá darse por terminada una vez el autor lo manifieste por escrito a la institución, con la salvedad de que la obra es difundida globalmente y cosechada por diferentes buscadores y/o repositorios en Internet, lo que no garantiza que la obra pueda ser retirada de manera inmediata de otros sistemas de información en los que se haya indexado, diferentes al Repositorio Digital Institucional – Lumieres de la Fundación Universidad América.
- La autorización de publicación comprende el formato original de la obra y todos los demás que se requiera, para su publicación en el repositorio. Igualmente, la autorización permite a la institución el cambio de soporte de la obra con fines de preservación (impreso, electrónico, digital, Internet, intranet, o cualquier otro formato conocido o por conocer).
- La autorización es gratuita y se renuncia a recibir cualquier remuneración por los usos de la obra, de acuerdo con la licencia establecida en esta autorización.
- Al firmar esta autorización, se manifiesta que la obra es original y no existe en ella ninguna violación a los derechos de autor de terceros. En caso de que el trabajo haya sido financiado por terceros, el o los autores asumen la responsabilidad del cumplimiento de los acuerdos establecidos sobre los derechos patrimoniales de la obra.
- Frente a cualquier reclamación por terceros, el o los autores serán los responsables. En ningún caso la responsabilidad será asumida por la Fundación Universidad de América.
- Con la autorización, la Universidad puede difundir la obra en índices, buscadores y otros sistemas de información que favorezcan su visibilidad.

Conforme a las condiciones anteriormente expuestas, como autor establezco las siguientes condiciones de uso de mi obra de acuerdo con la **licencia Creative Commons** que se señala a continuación:

	FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA	Código:
	PROCESO: GESTIÓN DE BIBLIOTECA	Versión 0
	Autorización para Publicación en el Repositorio Digital Institucional – Lumieres	Julio - 2016

	Atribución- no comercial- sin derivar: permite distribuir, sin fines comerciales, sin obras derivadas, con reconocimiento del autor.	<input checked="" type="checkbox"/>
	Atribución – no comercial: permite distribuir, crear obras derivadas, sin fines comerciales con reconocimiento del autor.	<input type="checkbox"/>
	Atribución – no comercial – compartir igual: permite distribuir, modificar, crear obras derivadas, sin fines económicos, siempre y cuando las obras derivadas estén licenciadas de la misma forma.	<input type="checkbox"/>

Licencias completas: http://co.creativecommons.org/?page_id=13

Siempre y cuando se haga alusión de alguna parte o nota del trabajo, se debe tener en cuenta la correspondiente citación bibliográfica para darle crédito al trabajo y a su autor.

De igual forma como autor autorizo la consulta de los medios físicos del presente trabajo de grado así:

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
La consulta física (sólo en las instalaciones de la Biblioteca) del CD-ROM y/o Impreso	x	
La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer para efectos de preservación	x	

Información Confidencial: este Trabajo de Grado contiene información privilegiada, estratégica o secreta o se ha pedido su confidencialidad por parte del tercero, sobre quien se desarrolló la investigación. En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta, tal situación con el fin de que se respete la restricción de acceso.	SI	NO
		x

Para constancia se firma el presente documento en (la ciudad), a los ____ días del mes de ____ del año ____.

EL AUTOR:

Autor 1

Nombres	Apellidos
Eliana Katherine	Bello Baquero
Documento de identificación No	Firma
1.000.159.066 de Bogotá	Eliana K. Bello B.