89657 - RUTA GELATO

PROYECTO	
Nombre :	RUTA GELATO
Institucion :	Centro de comercio y servicios (SENA - Tolima)
Subsector :	Elaboración de productos lácteos
Ciudad :	Ibagué(Tolima)
Recursos solicitados al fondo (SMLV):	76
Fecha de Creación :	25/09/2023 9:29:30 p. m.
Sumario :	Es una empresa para la elaboración y venta de helado tipo gelato, el cual es un tipo de helado mas natural, cuyos porcentajes de grasa y dulce son mas bajos, lo cual estimula y mejora el sabor, dejando una experiencia agradable al paladar y saludable al cuerpo sin la necesidad de sentir culpas y con la satisfacción de haber comido algo saludable y rico al mismo tiempo.

I. ¿Quién es el Protagonista?

1. Describa el perfil de su cliente, junto a su localización. Justifique las razones de su elección:

Cliente	Perfil	Localización	Justificación
Adultos mayores de 65 años	El perfil de este mercado objetivo son adultos mayores de 65 años ocupa un 24.67% de la población total de la ciudad, es decir, esta población equivale a 134.503 personas, las cuales representan poco más de la cuarta parte de la población total ibaguereña, esta cifra agrupa ambos géneros y no distingue estrato social, solo segmenta a esa población por la edad. Esta población es más propensa a sufrir problemas de salud por el exceso de azúcar o grasas que terminan transformándose en enfermedades como la diabetes o relacionado con problemas cardiovasculares, de igual forma el organismo a esta edad suele ser intolerante a la lactosa, pues se ha demostrado que alrededor del 60% de los Colombianos, sufren de intolerancia a la lactosa.	Su localización es en la ciudad de Ibagué, es de 545.210 personas, de las cuales 134.503 se encuentran en el rango de edad que encaja a este consumidor (65 años en adelante). Para Ibagué este índice se ha ubicado por encima del promedio nacional, y de acuerdo con las proyecciones poblacionales la brecha entre el promedio nacional y el resultado para la ciudad será cada vez más amplia, para el año 2020 en Ibagué por cada 100 niños hubo 86 adultos mayores, lo que indica una brecha de 28,6pp al respecto del valor nacional.	Justificacion del cliente: Esta población suele ser la más vulnerada a la hora de producir alimentos ya que no se tienen en cuenta los parámetros alimenticios que estos consumidores deben seguir. Hoy día resulta casi imposible ir a la tienda y no toparse con empaquetados de diferentes colores marcados con los sellos de exceso en azúcares y grasas saturadas. En Ruta Gelato ofrecemos un producto de calidad que se acopla a las necesidades alimenticias de todas las personas, desde gelatos veganos endulzados con stevia para aquellos con enfermedades relacionadas al azúcar o con intolerancia a la lactosa; o en su preparación normal, la cuál tiene un proceso diferente al del helado que afecta no solo el sabor sino también las cantidades de leche, azúcar y grasa
Deportistas o personas que tienen hábitos saludables	El perfil del cliente deportista, la encuesta de Percepción Ciudadana Ibagué 2019 resalta que el 85% de la población encuestada participa en alguna actividad deportiva o recreativa. Para el año 2020, el número de personas que realizan actividades físicas con frecuencia equivale a 55.218 personas, cantidad que subió en comparación a las cifras arrojadas en el 2019 (11.186). Un dato más reciente brindado por el DANE para el mes de diciembre del 2022 en la Encuesta de Pulso Social (EPS) muestra que el 27.3% de la población encuestada realiza actividad física, esta actividad es la segunda más popular según la encuesta del DANE, antecedida por la actividad de hablar en familia o amigos. Los resultados que se obtuvieron de la Encuesta de Percepción Ciudadana Ibagué 2022, nacen de la pregunta: ¿Considera que durante el último año su estado de salud física ha sido? a la cual, la población encuestada respondió que el 66% concuerda con la idea de que su salud ha sido buena	La localización de este segmento de clientes es en Ibagué y equivale a 545.210 personas de las cuales 55.218 practican algún deporte o actividad. Del resultado mencionado anteriormente podemos destacar varias cosas, por ejemplo, los porcentajes por estratos equivalentes a esta respuesta, superan el 50%; el estrato 1 contempla de 56%; el estrato 2 el 65%; estrato 3 68%; estrato 4 73%; estrato 5 82%; estrato 6 90%. Algo que resulta sorprendente en esta respuesta, es que las edades que más la apoyaron estuvieron entre los 18 y los 35 años. En primer lugar se encuentra el rango de edad entre los 26 y los 35 años los cuales ocupan un porcentaje de 76% y en segundo lugar las edades de los 18 a los 25 años el cual es equivalente al 73%. Teniendo así una población ibaguereña que hace deporte y se preocupa por su salud.	Justificación del cliente: Ruta Gelato ofrece una propuesta ante la preparación de un gelato ArteSano, el cual cumple las expectativas de sabor sin abusar de las cantidades excesivas de azúcar, leche y grasa que tienen los helados convencionales, ya que hay un tendencia al consumo de alimentos saludables. El mercado objetivo es el 11% de esta población que disfrutara del delicioso sabor de un helado sin importar si la persona se encuentra en el proceso de hacer una dieta; o si tiene problemas de salud relacionados con el azúcar o las grasas; o si la personas es intolerante a la lactosa incluso si sólo desea cambiar sus hábitos alimenticios por costumbres más sanas o veganas. Ruta Gelato ofrece la solución a todas las personas que por gusto personal o por necesidad nutricional, no desean consumir alimentos con excesos en azúcares y grasas, los cuales son muy populares en las tiendas y en los sitios de convergencia.
Familias	El perfil de este segmento de clientes, son familias conformadas por 2 personas en adelante de ambos sexos, entre los dos años	La localización de las familias es en la ciudad de ibagué, que tiene una población total de 545.210 habitantes, y un total de	Justificación del cliente: Se establece una población objetivo del 8% del total de hogares en Ibagué, esta población se

	hasta los 90 años, de estratos socioeconómicos 3,4,5 y 6 de la ciudad de Ibagué. Según El Tiempo una familia de cuatro personas es vulnerable si sus ingresos mensuales están entre 1’327.000 y 2’616.000 pesos (entre 332.000 y 654.000 pesos por persona) esto sería siendo los hogares de estrato 1 y 2 , mientras que un hogar de cuatro personas es de clase media si sus ingresos mensuales están entre 2’616.000 y 14’080.000 pesos (entre 654.000 y 3.520.000 pesos por persona) que serian los hogares de estrato 3. Y un hogar de cuatro personas es de clase alta si sus ingresos mensuales superan los 14'080.000 pesos (más de 3.520.000 pesos por persona) que serían el estrato 5 y 6.	114.330 hogares, sin embargo nuestra población objetivo es de 10.128 y esta población objetivo se divide entre los estratos 3,4,5 y 6. Los resultados recolectados por el anuario estadístico de Ibagué nos indican el número de hogares por estrato socioeconómico de vivienda urbana. No se tiene en cuenta los estratos 0, 1 y 2, para los estratos restantes los resultados son los siguientes: Estrato 3: 9.913 familias Estrato 4: 203 familias Estrato 5: 9 familias Estrato 6: 3 familias. Según el estudio expuesto en el informe final de la caracterización de residuos sólidos para el municipio de Ibagué (Tolima), se realiza un estudio detallado de cuantos barrios hay por cada estrato, y estos fueron los resultados. Estrato 3: Hay en total 116 barrios Estrato 4: Hay en total 71 barrios Estrato 5: Hay en total 23 barrios Estrato 6: Hay en total	caracteriza porque podría estar interesada en nuestro producto, es un producto que se puede compartir en familia, es la excusa perfecta para salir de casa y poder disfrutar de un dia en familia comiendo helado, de igual forma para las familias que tienen niños es una forma para que ellos se diviertan y salgan de la rutina disfrutando de un delicioso helado, ya que a la mayoría de los niños les encanta el helado y en especial nuestro producto es un helado que tiene unos porcentajes de grasa y azúcar que son muy bajos, así que los niños lo pueden disfrutar sin que sus padres están preocupados por su salud y no solo niños, aplica para cualquier persona.

¿Su proyecto tiene perfiles diferentes de clientes y consumidores? **NO**

2. ¿Cuáles son las necesidades que usted espera satisfacer de sus potenciales clientes / consumidores?

Cliente:

Para el procedimiento de segmentación del mercado se utilizaron herramientas de ideación y validación temprana como: lean canvas, jobs to be done,tarjeta persona y estudio de mercado, el resultado de dicha segmentación cuenta con un esquema periódico de seguimiento mediante una encuesta que se realiza a los clientes después de realizada la compra, para evaluar sus resultados de forma semestral, con el fin de garantizar el éxito del plan de mercado, el cual arrojó 3 segmentos de clientes.

Las necesidades que la emprendedora espera satisfacer de sus clientes potenciales y consumidores son:

Cliente 1: Familias

Necesidad o problemática: Los problemas de salud en el consumo de helados, generan diferentes tipos de enfermedades. Según el ministerio de salud entre 3 y 4 casos anuales por cada 100.000 niños menores de 15 años son detectados con diabetes tipo 2 y de igual forma Según la Encuesta Nacional de Situación Nutricional (ENSIN), 1 de cada 4 niños colombianos entre 5 y 12 años tiene exceso de peso, mientras que alrededor del 18 % de los adolescentes tiene riesgo de sobrepeso y obesidad. Actualmente las familias están optando por ingerir comida saludable, principalmente las familias que tienen niños velan para que ellos consuman la menor cantidad de azúcar, ya que desde muy pequeños están expuestos a enfermedades como la diabetes tipo II o la obesidad, Por este motivo las familias buscan lugares que ofrezcan una comida más saludable, que puedan pasar un momento en familia sin preocuparse por los más chicos o también por ellos mismos.

Causas: Las principales causas son que muchos helados comerciales contienen altos niveles de azúcares añadidos para mejorar su sabor, lo que puede llevar a un aumento en la ingesta calórica y contribuir al desarrollo de enfermedades como la diabetes tipo 2 y la obesidad. Los helados no saludables pueden contener altos niveles de grasas saturadas y grasas trans, que pueden aumentar los niveles de colesterol en sangre y aumentar el riesgo de enfermedades cardiovasculares.

Consecuencias: Se identifica como consecuencia que el consumo regular de helados no saludables puede contribuir al aumento de peso debido a su alto contenido de calorías, azúcares y grasas, mayor riesgo de enfermedades crónicas, desequilibrios nutricionales y problemas de salud digestiva entre otros ya que estos contienen ingredientes artificiales y aditivos que pueden ser difíciles de digerir.

Oportunidad de satisfacción: Ruta gelato tiene la solución para aquellas familias que se preocupan por consumir alimentos sin tanta azúcar y grasa, la salud de los niños no se verá afectada ya que los helados no contienen una alta cantidad de azúcares y al mismo tiempo es una golosina que los hace felices y de igual forma puede satisfacer a aquellas familias que buscan tener tiempo de calidad entre ellos, compartir de un delicioso helado y esta actividad se puede convertir en una tradición, salir los fines de semana con toda la familia a compartir y degustar un helado que aporta nutrientes y simultáneamente es rico.

Las familias buscan hoy en día postres saludables y al mismo tiempo un momento placentero con la familia, un momento para compartir juntos y es algo que Ruta Gelato ofrece, un Gelato saludable y un momento en familia único.

Cliente 2: Deportistas

Necesidad o problemática: La problemática identificada es que el consumo excesivo de helados no saludables puede contribuir al aumento de peso y al aumento de la grasa corporal, lo que puede tener un impacto negativo en la composición corporal del deportista y afectar su velocidad, agilidad y resistencia. Muchas personas corren con el sueño de mantenerse en forma y querer seguir viviendo una vida alimenticia “normal”, este tipo de persona muchas veces se ve sujeta al exceso de azúcar que hay en los productos de consumo común.

Causas: Entre otras causas se encuentran que los helados suelen ser fácilmente accesibles y convenientes, lo que puede llevar a los deportistas a consumirlos como una opción rápida para satisfacer sus antojos o para refrescarse después de una actividad física, después de un entrenamiento intenso o una competencia, los deportistas pueden sentir la necesidad de recompensarse a sí mismos con alimentos como los helados, sin considerar su valor nutricional.

Si agregamos la idea de que hoy día existen ciertas etiquetas que han ayudado a cambiar, o por lo menos a tener en cuenta, el consumo de azúcares y grasas que se ingiere, esto se ve marcado con una etiqueta pequeña de color negro que indica el exceso nocivo de azucares, grasas y calorías. Esto se vuelve un poco más complejo cuando hablamos de querer comer helado porque le añadimos el problema que tiene su elaboración, la cual normalmente posee unos niveles altos de grasa láctea que oscilan entre el 60% al 80% dependiendo de los productos usados en su elaboración. Incluso si es una paleta de agua, los porcentajes, en este caso de azúcar, siguen siendo bastante elevados llegando a ocupar entre el 20% al 30%.

Aunque ciertas páginas, como lo es Eurofitness, recomienden el consumo de helado por su aporte energético y de calcio al cuerpo, es importante aclarar que los porcentajes del helado tradicional se enfocan más en la crema que en la leche cómo tal, y que el consumo de azúcar no se justifica en ninguna medida para acompañar el proceso del gimnasio, de igual forma el cuerpo humano puede obtener glucosa gracias a otros alimentos.

Consecuencias: Como consecuencias se encuentran el mayor riesgo de lesiones por una mala alimentación que incluya helados no saludables que pueden aumentar el riesgo de lesiones musculares y óseas debido a la falta de nutrientes clave necesarios para mantener la salud del tejido conectivo y promover la recuperación adecuada, pueden provocar un aumento de la fatiga, una recuperación más lenta y una disminución del rendimiento deportivo debido a la falta de nutrientes esenciales y al exceso de calorías vacías.

Oportunidad de satisfacción: Las personas deportistas, los que practican un deporte o los que llevan una vida saludable y cuidan de su aspecto físico y de su salud están optando por comidas más beneficiosas, que no contienen tanto azúcar y tanta grasa, es por eso que ruta gelato tiene la solución, para las personas que quieren cuidar de su salud y su imagen física esta la opcion light, que son los Gelatos endulzados con Stevia y para las personas que no quieren consumir un elevado porcentaje de grasas existe la opción vegana, que no contiene ninguna tipo de grasa animal, es a base de agua, y estas son una gran opción para estas personas que además se quieren comer algo dulce y saludable al mismo tiempo.

Ruta Gelato tiene la solución para aquellos que desean aprovechar las ventajas del helado sin caer en los problemas de obesidad, gracias al consumo de gelato. Aunque el helado y el gelato comparten 3 ingredientes claves en su preparación (lácteos, azúcar y aire), el gelato tiene una preparación mucho más sana y libre de grasas saturadas y azúcares de la que tiene el helado convencional. El helado convencional se bate rápidamente, lo que refleja un producto con un gran volumen que termina en un alto contenido de grasa debido a la presencia de la crema en su preparación. Es importante añadir que el gelato se sirve a una temperatura mayor de la que se sirve un helado convencional, esto logra hacer que se aprecien más los sabores, en comparación al helado común, ya que no está tan frío y la lengua no se adormece por ello. Por último hay que replantear la razón por la que se sugiere el consumo de helado, y es que el aporte del calcio es mucho mayor en el gelato, ya que este se prepara con con leche no con crema lo cual ayuda al aporte anteriormente mencionado, aún así, Ruta gelato cuenta con una línea para las personas que sufren de intolerancia a la lactosa, pues se ofertan una línea de tipo vegana.

Cliente 3: Adultos de 65 años en adelante

Necesidad o problemática: Los adultos mayores pueden ser más susceptibles a los efectos negativos del consumo de alimentos poco saludables debido a cambios en el metabolismo, la función digestiva y el sistema inmunológico asociados con el envejecimiento. Tienen necesidades nutricionales específicas, incluida una mayor necesidad de proteínas, calcio, vitamina D y otros nutrientes clave para mantener la salud ósea, muscular y cognitiva. El consumo de helado tradicional no saludable puede no satisfacer estas necesidades y llevar a deficiencias nutricionales.

Un problema muy común es la intolerancia a la lactosa o las enfermedades causadas por el exceso de azúcar y grasa en el cuerpo. En la actualidad una de las principales causas de fallecimiento en las personas entre 30 y 70 años es la diabetes, además de que esta enfermedad favorece la aparición de infartos del corazón, trombosis cerebral, amputaciones de las extremidades inferiores y deterioro de la función del riñón, hasta el punto de que las personas necesitan diálisis para continuar viviendo.

Causas: La principal causa es que el helado tradicional suele ser apreciado por su sabor y textura, lo que puede llevar a los adultos mayores a consumirlo como una forma de disfrute y placer ocasional.

Un gran porcentaje de este grupo de segmentación es que suelen estar vinculadas a problemas de salud desarrollados a lo largo de su vida.

Consecuencias: Debido a estas enfermedades las personas de este grupo no pueden consumir postres o helados, ya que estos contienen un porcentaje alto de azúcar y de grasa, y además en Ibagué no hay muchos establecimientos comerciales que ofrecen postres más saludables.

Oportunidad de satisfacción: Ruta Gelato puede satisfacer esta necesidad, ya que nuestros Gelatos son mas saludable, tienen un porcentaje de azúcar entre el 4% y el 14% y existe una línea de Gelato que no contiene sacarosa, son gelatos endulzados con Stevia, el cual es un endulzante natural que no tiene efectos dañinos en la salud de los consumidores.

Para las personas mayores que tienen algún padecimiento como diabetes, higado graso, colon irritable, y que no pueden consumir comida ricas en grasas, azúcares, ultra procesadas, etc, porque cualquiera de estas comidas puede llegar a generar malestar o afectar su salud gravemente, ruta gelato tiene dos opciones para que este segmento de personas tengan la oportunidad de seguir consumiendo postres apetitosos , sin preocuparse por su salud, ya que las opciones que ofrece ruta gelato es sin grasas y sin azúcares añadidos, sin dejar de lado el sabor y la calidad del Gelato.

Necesidades como oportunidades de mercado

Necesidades funcionales: El helado de Ruta Gelato proporciona nutrientes importantes como proteínas, calcio, vitaminas y minerales, lo que contribuye a una alimentación equilibrada y a la salud en general.

Necesidades sociales: Compartir helado saludable con amigos o familiares puede ser una experiencia placentera y socialmente gratificante, promoviendo el sentido de comunidad y conexión interpersonal.

Necesidades Emocionales: El consumo de helado saludable puede brindar una sensación de recompensa y placer, ayudando a mejorar el estado de ánimo y a reducir el estrés después de un día difícil o como un tratamiento ocasional

Necesidades fisiológicas: Los helados, especialmente aquellos hechos con frutas frescas o lácteos, contienen una cantidad significativa de agua, lo que puede contribuir a la hidratación del cuerpo.

Tendencias en consumo

De acuerdo a la Cámara de alimentos de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), el consumo del helado ha experimentado un crecimiento del 90%, ya que hace 5 años el consumo era de 1.8 litros, mientras que en el 2022 fue de 3.4 litros.

Según la Cámara de alimentos de Cali, el mercado de los snacks saludables en Colombia ha crecido un 14% desde 2015 a la fecha, y actualmente está valorado en 2 mil 500 millones de dólares. Dentro de este mercado, los lácteos saludables representan el 32% de su valor, incluyendo los helados de yogurt.

Por otro lado, de acuerdo a Euromonitor, en Colombia se venden alrededor de 100 mil toneladas de helado al año, lo que genera una facturación anual de aproximadamente 490 millones de dólares.

Alrededor de este crecimiento del mercado del helado han surgido diferentes tendencias que han moldeado esta industria, no solo en Colombia, sino en todo el mundo. Entre las más comunes está:

Helados artesanales y gourmet: los consumidores están cada vez más interesados en helados de alta calidad, hechos a mano y con ingredientes naturales y frescos. Las heladerías artesanales y gourmet ofrecen una experiencia única y personalizada que los consumidores están dispuestos a pagar.

Sabores y combinaciones innovadoras: los heladeros están experimentando con sabores y combinaciones cada vez más innovadoras, como helados salados, sabores exóticos, mezclas inusuales de ingredientes, y helados con toppings creativos y elaborados.

Helados veganos y sin lactosa: existe una demanda creciente de opciones de helado que sean veganas, sin lactosa o bajas en grasa. Las marcas que ofrecen estas opciones están atrayendo a un segmento de consumidores que antes no se veían representados en el mercado del helado.

Helados con beneficios para la salud: cada vez más, los consumidores buscan alimentos que ofrezcan beneficios para la salud. En respuesta a esta tendencia, algunas marcas están creando helados que contienen ingredientes saludables como frutas, verduras, superalimentos, probióticos y proteínas.

II. ¿Existe Oportunidad en el Mercado?

3. Describa la tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra su negocio

A continuación, se describe la tendencia de crecimiento del mercado en el cual se encuentra el negocio, el cual corresponde a sector del helado y se hace una análisis frente a la articulación del emprendimiento y su actividad económica con los Planes de desarrollo del Municipio, el Departamento y la política de competitividad Regional, especificando cómo contribuirá con dichos planes:

Análisis del sector de helados a nivel mundial

El mercado mundial de los helados alcanzó los 70.6 mil millones de dólares en 2022, y según el informe del grupo IMARC, titulado "Mercado de helados: tendencias, participación, tamaño, crecimiento, oportunidad y pronóstico de la industria mundial 2023-2028", nos proyecta un CAGR de 5.14% para el periodo 2023-2028, lo cual es bastante alentador para el mercado de los helados el cual llegaría a los 94.3 mil millones de dólares para el 2028. Hay muchos factores que nos ayudan a llegar a las cifras anteriormente mencionadas, entre ellos se encuentra la creciente demanda de helados orgánicos entre los consumidores y la introducción de nuevos sabores con beneficios para la salud.

El tamaño del mercado de helados se estima en 111,62 mil millones de dólares en 2024 y se espera que alcance los 135,60 mil millones de dólares en 2029, creciendo a una tasa compuesta anual del 3,97% durante el período previsto (2024-2029).

La industria mundial del helado observó un crecimiento del 2,83% en 2022 en comparación con 2021. El crecimiento se atribuyó al creciente número de consumidores golosos a nivel mundial. En 2022, se observó que el kiwi (pueblo de Nueva Zelanda) promedio consumió 28,4 litros de helado. Estados Unidos, Australia y Finlandia tuvieron un consumo per cápita de 20,8 L, 18,0 L y 14,2 L en 2022, respectivamente.

Análisis del sector de Helados a nivel Nacional

El sector de helados en Colombia ha experimentado un fuerte crecimiento en los últimos años, con un aumento del consumo del 90% desde 2015. En ese año, el consumo promedio por persona era de 1.8 litros al año, aumentando a 3.4 litros per cápita en 2022.

Tanto las heladerías como la industria de helados empacados han mostrado un crecimiento constante, con un incremento del 17.4% entre 2012 y 2017. Se proyecta que las heladerías seguirán creciendo a un ritmo del 6.3% hasta 2022, alcanzando un valor de mercado significativo.

El mercado de alimentos saludables en Colombia, valuado en 2.500 millones de dólares, está en expansión, con los lácteos saludables representando el 32% de este mercado. Se venden aproximadamente 100 mil toneladas de helado al año en Colombia, generando una facturación anual de 490 millones de dólares, lo que contribuye positivamente al PIB.

El aumento en la demanda de alternativas veganas y sin lácteos se debe en parte al 60% de los adultos colombianos que tienen malabsorción a la lactosa. Los consumidores veganos representan aproximadamente el 5% de la población total y esta tendencia está en crecimiento.

En resumen, el auge del consumo de helado en Colombia se atribuye al crecimiento de la clase media, el impulso del mercado de alimentos saludables y la demanda creciente de productos veganos y sin lácteos.

Análisis del sector de Helados a nivel Departamental

1,7% creció la economía tolimense si se compara 2021 frente a 2019, el sector manufacturero obtuvo unos ingresos de: $2,1 billones 8,7%.

En precios corrientes, el Tolima generó 25,2 billones de pesos, lo que representa que tiene una participación en el PIB de Colombia de 2,1%.

En el sector departamental, el aporte al PIB en 2022 fue del 8.6%, colocándose en el cuarto lugar después de los sectores de Agricultura, ganadería y pesca, Comercio hoteles y reparaciones, y Administración pública y defensa, según el documento Perfiles Económicos del Departamento de Tolima.

Durante el periodo de 2022 registrado en el informe, se concluyó que la industria manufacturera del Tolima registró niveles de producción y ventas similares a los observados un año atrás (2021), correspondiendo a variaciones de -0,4 % y 0,4 % respectivamente.
Se asoció este comportamiento a una mayor programación en la producción para suplir la demanda de la temporada de fin de año, tanto para la confección textil, como en la elaboración de bebidas y productos alimenticios.

Además, se destaca la alineación con las directrices establecidas en el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) 2024-2027, cuya misión es impulsar el desarrollo económico y la generación de empleo en la región.

Articulación con el Plan Nacional de Desarrollo (PNC)

Ruta Gelato se alinea con el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2022-2026, especialmente en el capítulo dedicado al "Derecho a la Alimentación". Este plan destaca la importancia de la calidad e inocuidad de los alimentos en Colombia, abordando preocupaciones sobre enfermedades transmitidas por alimentos (ETA) y su relación con la salud pública. El gobierno busca promover la producción local de alimentos para garantizar una alimentación suficiente y saludable, promoviendo la soberanía alimentaria y apoyando a las pequeñas empresas a través de la Economía Popular (EP). Ruta Gelato contribuye a este objetivo ofreciendo productos saludables, aprovechando la creciente conciencia sobre la salud alimentaria después de la pandemia. Además, la empresa se beneficia de impuestos sobre alimentos con excesos en azúcares, sodio y grasas, promoviendo un consumo más consciente y saludable. Esta iniciativa también está alineada con el impulso del gobierno hacia las microempresas dentro de la Economía Popular.

Articulación con el Plan de Desarrollo Departamental

Ruta Gelato se alinea con el plan de desarrollo departamental al enfocarse en la innovación y el emprendimiento, apoyando y fortaleciendo a los emprendedores y microempresarios para generar más empleos. Fundada en 2018, Ruta Gelato ha podido crecer gracias al respaldo de Mercacentro y las ventas a domicilio, llegando a vender entre 300 y 500 helados diariamente, dependiendo del flujo de clientes en el supermercado. El sector comercio, especialmente desde la

ciudad de Ibagué, contribuye significativamente al PIB nacional y está experimentando un crecimiento reactivo, impulsando la reactivación económica tanto a nivel departamental como nacional.

Articulación con el Plan de Desarrollo Municipal

El Plan de Desarrollo para la ciudad de Ibagué en el período 2024-2027 se titula "Ibagué para Todos". Este plan tiene como objetivo garantizar un futuro próspero y sostenible para todos los habitantes de la ciudad. Abarca todas las necesidades identificadas y prioriza proyectos destinados a abordar más de 2,500 problemas identificados por más de 2,800 líderes de diversos sectores, tanto urbanos como rurales de Ibagué. También se observó un aumento en la creación de microempresas, dado que de las 51.272 empresas, 50.083 eran microempresas (96.70%). Esto ha llevado a una mayor atención por parte del gobierno municipal, el cual organiza ferias empresariales para promover la difusión y el desarrollo de estas microempresas.

Barreras de entrada: Según el análisis de las barreras de entrada y tendencias del mercado, Ruta Gelato encuentra un mercado favorable con pocas barreras de entrada debido al crecimiento del sector y el aumento en el consumo del mercado potencial. Dentro de las barreras de entrada que se puede presentar:

Barreras políticas: Una importante barrera política para Ruta Gelato es el aumento en los precios de la materia prima, especialmente de la leche y los productos lácteos, que son fundamentales en la elaboración del gelato. Este aumento afecta directamente los costos de producción y podría resultar en un incremento en el precio final del gelato, lo cual puede incomodar a los clientes y afectar las ventas de la empresa. Según datos del Dane, el precio de la leche ha aumentado un 32,12% a nivel nacional, con un incremento del 18,52% solo en el transcurso de 2022. Para mitigar esta barrera, Ruta Gelato implementará una estrategia que incluye mantener contacto directo y una buena relación con los proveedores, así como comprar los productos al por mayor para reducir los costos de producción.

Barreras sociales: Una de las principales barreras sociales que enfrenta Ruta Gelato es la percepción negativa que muchas personas tienen sobre el helado, asociándolo con altos niveles de azúcar y grasas. Esto lleva a que algunas personas tengan poco interés en consumir helado, incluyendo Gelato. Para abordar esta barrera, Ruta Gelato implementa estrategias de concientización a través de redes sociales y en el punto de venta, educando a los consumidores sobre las propiedades y beneficios del Gelato en comparación con los helados convencionales.

Además, el aumento en los canales de distribución y la creciente popularidad del helado como un postre conveniente y accesible están contribuyendo al crecimiento del mercado de helados en Colombia.

Oferta y la demanda: En Ibagué, la tendencia actual de consumo se inclina hacia alimentos saludables y artesanales, con pocos conservantes, azúcares y grasas. Aunque existen alrededor de 11 locales que ofrecen postres saludables o productos libres de azúcares y grasas, hay pocos establecimientos de postres o helados que prioricen la salud del consumidor en la ciudad.

La demanda de postres saludables es notable, ya que los consumidores buscan opciones que cuiden su salud si comprometer el sabor. Esta tendencia refleja un cambio en los hábitos alimenticios, donde las personas buscan alternativa más beneficiosas para su bienestar general.

Tamaño del mercado y tendencias de crecimiento

El mercado de helados en Colombia ha mostrado un crecimiento constante según datos de Euromonitor. Entre 2010 y 2015, el mercado creció a una tasa promedio del 4,2%, llegando a USD 459,4 millones en 2015. Se proyecta que para 2020 alcance los USD 535,1 millones, con un crecimiento anual promedio del 3,1% entre 2016 y 2020.

En 2023, el mercado de helados en Colombia alcanzó aproximadamente USD 302,47 millones. Se espera que este mercado siga creciendo a una tasa anual compuesta del 4,3% entre 2024 y 2032, alcanzando un valor de USD 441,82 millones en 2032.

Ruta Gelato tiene la oportunidad de satisfacer un amplio tamaño de mercado en Ibagué. Esto incluye a las más de 114.330 familias en la ciudad, así como a los 55.210 practicantes de deporte o actividad física y a las 134.503 personas mayores de 65 años en adelante.

Los consumidores colombianos prefieren helados gourmet de alta calidad, lo que ha impulsado el aumento de la cuota de mercado. Las empresas del sector están innovando con nuevos sabores e ingredientes para atraer a más consumidores, mientras que los clientes están dispuestos a pagar más por helados premium y artesanales con ingredientes naturales y de calidad.

4. Realice un análisis de la competencia, alrededor de los criterios* más relevantes para su negocio:

Nombre	Localización	Productos y Servicios (Atributos)	Precios	Logistica de Distribución	Otro, ¿Cuál?
Gelato Nostro	Su ubicación geográfica es en la ciudad de Ibagué, específicamente en la Cra. 9 #111-72 (Surtiplaza), local 5, es un supermercado el cuál está situado en el salado, en medio de dos avenidas bastante transitadas, sin embargo el flujo de gente no es tan concurrido a excepción de los fines de semana en los cuales hay bastante circulación de personas.	Productos y servicios: Es una heladería artesanal con venta de café, tiene solo 1 punto físico en el cual se puede consumir el producto, se encuentra en plataformas virtuales de domicilio. Sus productos son los siguientes: Canasta doble Copa de fruta Copa brownie Canasta triple Vaso o cono doble Medio litro de helado Litro de helado Malteada Waffles Brownie con helado: Banana split Crepes Mateada Artesanal Paleta cremosa Tentación de chocolate Fresas, cookies y M&M Fresas chocoball Peach melba Copa Mickey	Los Precios de los productos son los siguientes: Canasta doble: $7.500 Copa de fruta: $10.000 Copa brownie: $8.500 Canasta triple: $9.500 Vaso o cono doble: $7.000 Medio litro de helado: $20.000 Litro de helado: $30.000 Malteada: $9.000 Waffles: $12.000 Brownie con helado: $7.000 Banana split: $9.500 Crepes: $12.000 Mateada especial: $10.500 Paleta cremosa: $4.000 Tentación de chocolate: $8.500 Fresas, cookies y M&M:$10.000 Fresas chocoball: $10.000 Peach melba: $7.500 Copa Mickey: $8.000 Nostro Gelato vende productos que son elaborados con materias primas de buena calidad, es por esto que sus precios corresponden a la calidad del producto	Logística de distribución: Su punto de fabricación se encuentra en el mismo local, es un lugar cerrado que se encuentra ubicado en el supermercado surtiplaza, en este lugar se hacen las actividades de producción y comercializaci ón, de igual forma es un local espacioso y con una muy buena iluminación	Desventajas: Mal manejo de redes y abandono total de la página web. Pese a encontrarse en un supermercado, no está en una zona comercial de la ciudad. Aún con la gran variedad de sabores que tienen, no ofrecen un "gelato" tipo vegano Ventajas: Es la única Gelatería que se encuentra en el norte de la ciudad. La elaboración de su helado es tipo "Gelato" artesanal, lo cual incrementa el sabor y el valor nutricional. Cuentan con una gran variedad de sabores con 60 tipos. Segmento de clientes: estrato 2 en adelante, incluidas familias, niños desde los 5 años y adultos entre los 20 y 60 años. El grupo etario estan en edad entre los 7 a los 75 años ya que tiene una variedad de sabores que son más llamativos para las personas adultas. Genero: Hombres y mujeres Hábitos y preferencias de consumo: sabores bastante llamativos como el Gelato de cerveza.

					Estrategias comerciales: No hace mucha publicidad a través de sus redes sociales, se pueden hacer pedidos por whatsapp.
Mcdonald 's	Su ubicación es en la ciudad de Ibagué: CC La Estación Cra. 8 con Av. 60 Local 2-45. Carrera 5 60 113,Centro comercial Multicentro. 16, Cra. 3 Sur #42. Los puntos de venta de Mcdonald's están en los centros comerciales más conocidos de la ciudad, sus puntos de ventas son reconocidos por los emblematicos colores que usan para respresentarlos, que son el blanco, amarillo y rojo, la parte de los postres siempre esta a un costado de el establecimiento. Es una empresa que tiene un estimado de 36,889 puntos de venta en 120 países, donde a ampliado su portafolio e incluido sus deliciosos helados.	Estos son los productos que oferta Mcdonald's: Conos Chocolate mixto Vainilla Oreo Chocoramo Cono relleno Nucita Mc Coloso Arequipe Frutos rojos Sundae Chocolate Arequipe Mora Fresa Mc flurry Oreo M&M Nucita Chocorramo McDonald's continúa fusionando los sabores colombianos, ya que en el pasado ha ofrecido con enorme acogida McFlurry Oblea, McColoso de Bocadillo y McFlurry de Merengón, entre otros.	Estos son los precios de cada producto: Conos $4.000 Chocolate mixto Vainilla $5.000 Oreo Chocoramo Cono relleno: $5.500 Nucita Mc Coloso: $6.000 Arequipe Frutos rojos Sundae $6.500 Chocolate Arequipe $7.500 Mora Fresa Mcflurry: $9.500 Oreo M&M Nucita Chocoramo Estrategia de precios:Mcdonald 's tiene una variedad de productos, el precio de sus productos a estado al alza debido al aumento en el costo de la materia prima.	Logística de distribución: McDonald 's no tiene un punto de fabricación para los postres ya que ellos manejan helados de máquina que su base es una mezcla de ingredientes en polvo, lo que hace que sea más sencillo su proceso de fabricación ya que no necesitan puntos de fabricación o almacenamiento para sus productos. Planificación de la Demanda: La inteligencia artificial y el machine learning también desempeñan un papel importante. McDonald’s utiliza estas tecnologías para definir promociones basadas en los productos más vendidos y las temporadas de alta y baja demanda. Transporte Eficiente: Su flota de vehículos especializados, equipados con sistemas de almacenamiento refrigerado, mantiene la frescura de los productos durante el transporte.	VENTAJAS Es una empresa internacional, con presencia en diferentes países y con reconocimiento . Lleva tiempo en el mercado con estrategias de comercio bastante fuertes y elaboradas No generan costes de producción para sus postres DESVENTAJAS No ofrece una línea saludable para aquellas personas que tienen alguna condición de salud Segmentación de clientes: adultos jóvenes entre las edades de 18 a 50 años y para personas de cualquier estrato socioeconómico. Grupo etario entre los 3 años hasta los 60 años, tiene una segmentación un poco más limitada, ya que no ofrece opciones saludables Va dirigido al género, femenino y masculino Hábitos y preferencias del consumo La mayoría de los consumidores compran conos y Mcflurrys, son los productos más vendidos de McDonald’s y prefieren el

					sabor de vainilla. Estrategias de comerciales: tiene presencia en las redes sociales para llamar a más posibles consumidores, adicionalmente tienen promociones.
Pomarosa	Está ubicada en la ciudad de Ibagué, en la zona comercial: Calle 60 12 - 224 Av. Ambalá Con Calle 60, centro comercial la estación. Carrera 5 60 113,Centro comercial multicentro Todos sus puntos de venta están situados en centros comerciales, sin embargo en ninguno de ellos están ubicados en un local, la infraestructura de Pomarrosa es con islas, con una decoración que va de acuerdo con su nombre, están pintados de color rosado, esto hace que los consumidores ya reconozcan el lugar sin necesidad de ver el nombre; adicional en cada punto de venta tienen 5 mesas con sus respectivas 4 sillas.	Los productos que se comercializan son: Conos Yogurt griego Yogurt natural Yogurt de temporada Frutas Cereales Dulces Frutos secos Salsas Pomarrosa Yogurt griego Yogurt natural Yogurt de temporada Frutas Cereales Dulces Frutos secos Salsas waffle Yogurt griego Yogurt natural Yogurt de temporada Frutas Cereales Dulces Frutos secos Salsas	Los precios que se manejan en el mercado son: Conos: $4.700 Yogurt griego Yogurt natural Yogurt de temporada $2.500 extra por cada topping Frutas Cereales Dulces Frutos secos Salsas Pomarrosa: Regular $8.400 - Grande $14.600 Yogurt griego Yogurt natural Yogurt de temporada Frutas Cereales Dulces Frutos secos Salsas waffle: $14.600 Yogurt griego Yogurt natural Yogurt de temporada Frutas Cereales Dulces Frutos secos Salsas Sus productos son de muy buena calidad y sus precios van relacionados con la calidad, aunque su precio es un poco alto a lo que se encuentra en el mercado, sin embargo compensan con la calidad y variedad de productos. Manejan unos precios, con productos que van desde los 4.700 pesos hasta 14.600 pesos.	Logística de distribución: Pomarrosa no tiene un punto de fabricación ya que ellos manejan helados de yogurt de máquina, por lo que su preparación es en cada punto de venta, y no tienen servicio a domicilio por ninguna aplicación como Rappi, Uber eats, etc.	VENTAJAS Tienen una infraestructura y una decoración muy propia de ellos. Tiene productos que saludables, ya que manejan el yogurt griego. Tienen una variedad de toppings bastante extenso, opciones saludables, como frutas, granola, frutos secos y otras no tanto. DESVENTAJAS No generan mucho contenido para sus redes sociales No cuentan con infraestructura fija como un local, esto hace que no tengan una educación sanitaria en sus puntos de venta. Segmento de clientes: Para las personas que desean cuidar de su salud,su imagen corporal y cuidar de su alimentación. El grupo etario va desde los 10 hasta los 80 años, son productos que van dirigidos a personas adultas que quieran cuidar su salud o su estética. Hábitos y preferencias de

					consumo prefieren el helado de yogurt griego que el natural o el combinado, también prefieren la sección de los toppings. Estrategias comerciales: No hacen mucha publicidad en redes sociales, realiza promociones o lanza productos de temporada.
Popsy	Su ubicación geográfica es en la ciudad de Ibagué Tolima. Centro Comercial Aqcua, local 134 Centro Comercial Multicentro, local 255 Centro Comercial La Estación, local 106 Cra. 5 #64-65 Todos los puntos de venta están situados en centros comerciales, por lo tanto en todos sus puntos de venta tienen mesas y sillas para la comodidad de los consumidores, de igual forma estos centros comerciales donde están ubicados son los más concurridos de la ciudad de Ibagué, en conclusión Popsy tiene la ventaja de estar en ubicaciones más estratégicas por todo lo anteriormente expuesto.	Productos y servicios: Heladería de tipo gourmet, posee puntos físicos en los cuales se puede consumir el producto o también se puede pedir para llevar. Se encuentra en plataformas virtuales de domicilio. Sus productos son los siguientes: Cono sencillo Cono especial Cono doble Cono doble especial Vaso sencillo Vaso sencillo especial Vaso doble Vaso doble especial Malteada 16 onz Granizado 16 onz Copa de brownie Copa de la casa Copas infantiles Litros ½ litro 4 Pack 60 gr Balde 4 litros Combo familiar	Los precios de los productos son los siguientes: Cono sencillo: $6.400 Cono especial: $7.900 Cono doble: $8.500 Cono doble especial: $9.900 Vaso sencillo: $5.900 Vaso sencillo especial: $6.500 Vaso doble: $8.500 Vaso doble especial: $9.900 Malteada 16 onz: $15.900 Granizado 16 onz: $13.900 Copa de brownie: $13.200 Copa de la casa: $10.500 Copas infantiles : $12.500 Litros: $35.900 ½ litro: $19.900 4 Pack 60 gr: $15.800 Balde 4 litros: $69.900 Combo familiar: $79.900 Estrategia de precios: Popsy es una empresa que ya es reconocida a nivel nacional, tiene bastante tiempo en el mercado, es por esto que sus productos	Logística de distribución: Su punto de fábrica se encuentra en Bogotá, esta entidad distribuye helado en tiendas y supermercados. popsy cuenta con un local de fabricación bastante grande, ya que la demanda de sus helados es bastante amplia, dado que es una empresa con renombre nacional y la cual ha hecho presencia desde 1981. Popsy creó su propia plataforma de domicilios, permitiendo a los clientes realizar pedidos a través de WhatsApp, call center y en línea. La compañía ha redoblado esfuerzos para atender el canal de supermercados, ampliando su alcance y distribución.	VENTAJAS: Cuenta con instalaciones para la recreación de niños. Existe a nivel nacional y está presente en los 3 grandes centros comerciales de Ibagué. Cuenta con 2 páginas, una de contacto con la empresa y otra para los domicilios. DESVENTAJAS: no brindan mucha información acerca de sus productos. No posee las mismas características de sabor ni nutrientes de un helado tipo "gelato". No cuenta con una línea de productos tipo veganos. Segmento de clientes: estrato 3 en adelante, va dirigido a niños y tiene opciones saludables. Grupo etario: edad de 2 75 años, su menú puede adaptarse a cualquier edad. Hábitos y preferencias del consumo: prefieren

			son de una calidad alta y sus precios van de acuerdo al estatus de su marca.		comer helado en cono, prefieren sabores que no tienen incremento en el precio final, cuando hay niños prefieren comprar una copa del menú infantil.
Tutto Gelato	Su ubicación geográfica es en la ciudad de Ibagué Tolima. Tienen siete sedes en la ciudad, que están ubicadas en las siguientes direcciones: Cra. 5 # 37 -104 Hotel Eco Star, Cll 50 # 7-96 local 2 Centro Comercial Multicentro, local 254 Centro Comercial La Estación, local 247 La Terraza del Vergel, local 8 Centro Comercial Combeima Cra. 3 #12-54 De acuerdo con esta localización, el cliente tiene un fácil acceso y puede consumir el helado de una forma cómoda, dentro del establecimiento.	Es una pizzería de corte italiano que también venden helados tipo Gelato, ofrece servicio de restaurante; se puede llevar o consumir en el lugar. Se encuentra en plataformas virtuales de domicilio. En todas sus sedes ofrecen los siguientes productos: Cono o vaso de dos sabores Cono o vaso de tres sabores Medio litro de helado Litro de helado Brownie con helado Postre tiramisú Banana Split Malteada Sus helados contienen un porcentaje alto de azúcares, sin embargo tienen una línea saludable que tienen un porcentaje más bajo de azúcar. Tienen una variedad limitada de sabores, en los puntos de venta que están situados en los centros comerciales se exhiben 8 sabores de helado, y en otros puntos de venta exhiben solo 6	Precios desde 6.000 COP hasta 39.000 COP En todas sus sedes ofrecen los siguientes productos con sus respectivos precios Cono o vaso de dos sabores:$5.900 Cono o vaso de tres sabores: $8.300 Medio litro de helado: $16.600 Litro de helado: $32.300 Brownie con helado: $9.500 Postre tiramisú: $10.300 Banana Split: $10.800 Malteada: $9.800 Tutto Gelato tiene precios que son accesibles a las personas que son de estrato 2 en adelante, son precios que van dirigidos a un amplio nicho de mercado ya que es un producto de buena calidad y a un precio muy módico	Logistica de distribucion:Su punto de fabricación está en el segundo piso del local situado en "Cra. 5 #37 - 104 cuenta con 10 mesas y en cada mesa hay 4 sillas, es decir que el local tiene una capacidad para más o menos 40 personas Hotel Eco Star, Cll 50 # 7-96 local 2: Este punto de venta no cuenta con mesas propias, ya que está situado en una plazoleta de comidas, tiene a disposición 30 mesas. Centro Comercial Multicentro, local 254: está ubicado la plazoleta de comidas que está en el segundo piso del centro comercial, la plazoleta cuenta con aproximadamente 70 mesas. Centro Comercial La Estación, local 247: Este punto de venta se encuentra situado en la plazoleta de comidas de la estación La Terraza del Vergel, local 8:está situado en el mall del vergel, que cuenta con	Desventajas: No tiene manejo constante de redes sociales. Se ha limitado a cierto nicho de mercado y no se interesa en ampliar. No llega a abarcar toda la ciudad, dejando de lado un gran nicho de mercado aprovechable. Ventajas: La fortaleza de la competencia, es una empresa consolidada con alrededor de 24 años de haber sido creada. Posee puntos de venta físicos en lugares estratégicos de la ciudad. Fue la primera heladería en introducir al mercado ibaguereño el helado tipo "Gelato". Segmento de clientes: para personas de estratos 2, 3, 4, 5 y 6, el grupo etario son de edad entre los 4 años a los 72 años, el Género va dirigido a hombres y mujeres. Hábitos y preferencias del consumo: prefiere comer el Gelato en vaso, por comodidad, de igual forma prefieren los sabores que son a base de

				aproximadame nte 15 mesas. Centro Comercial Combeima Cra. 3 #12-54	leche. Estrategias comerciales: No hace publicidad por las redes sociales y solo oferta su producto por rappi.

III. ¿Cual es mi Solución?

1 - Solución

5. Describa la alternativa o solución que usted propone para satisfacer las necesidades señaladas en la pregunta 2:

Concepto del negocio:

La alternativa o solución que se propone para satisfacer las necesidades son las siguientes:

Descripción de la empresa y concepto de Negocio

Ruta Gelato es una empresa Tolimense, con su punto de atención en la ciudad de Ibagué, una heladería artesanal en la cual su desarrollo está enfocado en la fabricación y comercialización de gelato artesanal, que logra una exquisita armonía al integrar experiencia y disciplina con técnicas y tecnologías italianas, usando materias primas de la región. El modelo de negocios de Ruta Gelato nace en el 2018 como respuesta a un mercado insatisfecho en la ciudad que demanda opciones diferentes, algo saludable, premium y hecho a mano, y estas características las contiene de manera genuina el gelato artesanal, adicionalmente Ruta Gelato cuenta con dos líneas que son saludables, una de ellas es la línea vegana, que consiste en Gelatos a base de agua, libres de cualquier grasa animal, y la segunda es la línea light que son gelatos que son hechos sin sacarosa, el endulzante que se usa para su elaboración es la Stevia.

El modelo de negocios está en constante innovación y creación de nuevos sabores a partir de ingredientes de la región, como el cacao, las frutas como la gulupa, el maracuyá, la mora, el mango, etc. son helados elaborados con ingredientes naturales es por eso que la alta calidad de nuestros productos nos hace competitivos en el mercado saludable del país.

Contamos con un punto de venta físico ubicado en Mercacentro 10, donde también se encuentra nuestra fábrica de producción de gelato. Este punto estratégico nos permite ofrecer nuestros deliciosos productos directamente desde el lugar donde son elaborados, garantizando frescura y calidad para nuestros clientes.

Descripción de los Productos a ofrecer:

Ruta Gelato maneja diferentes tipos de productos, los cuales se describen a continuación:

Gelato: Se ofrecen Helados tipo gelato, los cuales están disponibles en presentaciones de 100 y 150 gramos en cono o en vaso como sea el gusto del consumidor.

Vida útil: El gelato cuenta con una vida útil de aproximadamente un mes contados a partir de la fecha de elaboración, se deben almacenar en un congelador a una temperatura máxima de -20 grados centígrados y debe estar alejado de olores fuertes.

Actualmente contamos con 56 sabores, en este total están incluidos la línea vegana y la línea light.

Parfait:

La copa parfait es una combinación entre la fruta y el helado de yogurt griego, cuenta con tres capas, la primera es una capa de granola, despues fruta picada (Banano, fresas, arándanos y uchuvas) y una capa de helado de yogurt griego, y así sucesivamente hasta completar las tres capas.

Es una opción saludable, ya que el gelato de yogurt griego contiene una cantidad mínima de azúcar y de grasa, y su otro ingrediente son las frutas las cuales contienen muchas vitaminas y nutrientes, es un producto que va dirigido a esas personas que quieren llevar una vida más saludable.

Brownie con helado:

El brownie con helado, es un brownie caliente con una porción de helado de 150 gramos del sabor que el consumidor prefiera, va decorado con salsa de chocolate y chispas de galleta.

Malteada:

La malteada es un licuado de helado con el sabor que el cliente desee, se usa 250 gramos de Gelato y 80 mililitros de leche, se usan estas cantidades para que la malteada no quede tan líquida.

Frappe nevado:

El frappe nevado es un granizado de café, con una porción de 100 gramos de Gelato, este granizado se elabora con hielo, café ionizado, azúcar y un poco de leche. Esta es una opción para las personas que son amantes del café y al mismo tiempo del Helado, es una bebida refrescante y deliciosa.

Presentaciones:

Gelato: La presentación de 150 gramos en vaso, la presentación de 100 gramos en vaso, La presentación de 150 gramos en cono. Y la presentación de 100 gramos en cono.

Parfait: Presentación de 14 onzas

Brownie con helado**:** La presentación es una porción de 150 gramos de helado y el brownie de 75 gramos.

Malteada: Esta presentación es de 14 onzas,

Frappe:La presentación de este producto viene en un vaso de 14 onzas

Características Físicas:

Gelato: El gelato normal tiene los siguientes ingredientes.

Crema de leche
Leche liquida entera
Pulpa de fruta
Azúcares
Estabilizantes (Carragenina y Goma arabe)
Saborizante

Existe una gran variedad de sabores, hay sabores que son elaborados con pulpa de fruta, como lo son el de maracuyá, frutos rojos, mandarina, limón, etc, a estos sabores se les proporciona en fruta un 13% y a los sabores que se necesita un saborizante, como lo son el chocolate, frutos del bosque, chicle, avellana, cookie and cream, etc, se les proporciona solo un 8% del saborizante que requiera cada sabor.

Gelato con stevia: El gelato que es endulzado con stevia tiene los siguientes ingredientes con sus respectivas proporciones.

Crema de leche
Leche liquida entera
Pulpa de frutas
Harinas de cereales con Stevia
Estabilizantes (Carragenina y Goma arabe)
Saborizante

Al igual que el Gelato tradicional existe una gran variedad de sabores, hay sabores que son elaborados con pulpa de fruta, como lo son el de maracuyá, frutos rojos, mandarina, limón, etc, a estos sabores se les proporciona en fruta un 15% y a los sabores que se necesita un saborizante, como lo son el chocolate, frutos del bosque, chicle, avellana, cookie and cream, etc, se les proporciona solo un 6% del saborizante que requiera cada sabor.

Sorbete o Gelato vegano: El gelato vegano es característico por no contener en sus ingredientes ningún producto derivado de los animales, es decir es un Gelato a base de agua, estos son los ingredientes que posee este tipo de Gelato.

Agua
Estabilizantes
Azúcar
Dextrosa
Polidextrosa
Ácido cítrico

Para este tipo de Gelato solo se puede elaborar cuando es un sabor frutal, de esta misma forma el porcentaje de pulpa de fruta es del 3%.

Empaque y embalaje

Ruta Gelato es una empresa que solo se enfoca en la comercialización del Gelato en punto físico, por lo tanto su empaque primario para la presentación en vaso y cono es la siguiente:

Presentación de 100 gramos en vaso: Vaso de cartón blanco de 8 onzas
Presentación de 150 gramos en vaso: Vaso de cartón blanco de 4 onzas
Presentación de 100 gramos en cono: Cono infantil cerrado de galleta
Presentación de 150 gramos en cono: Cono infantil abierto de galleta

El empaque primario varía de tamaño dependiendo de la cantidad de Gelato, para la presentación de 100 gramos se usa un empaque primario más pequeño en vaso y en cono, y para la presentación de 150 gramos en empaque primario es un poco más grande.

Calidad

El gelato es un producto de alta calidad ya que los ingredientes con los que se compone el producto son marca premiun comerciales en Colombia, en el caso de los carbohidratos los proveedores son de marcas premium de sacarosa en el país, en lo que respecta a saborizantes se manejan tres proveedores premium de saborizantes italianos, que son de carácter importado de Italia, la maquinaria complet es importada ya que comparada con la local su proceso es más óptimo que la maquinaria local y garantía la calidad final del producto, es su exhibición, como es su preparación y almacenamiento.

Imagen gráfica en el producto

La imagen gráfica de Ruta Gelato evoca una sensación de frescura y refrigerio, lo que es esencial para el producto. Sus diversos colores transmiten frescura y su diversidad de sabores permite a los clientes personalizar sus helados de acuerdo a sus gustos individuales, brindando una experiencia única.

La imagen gráfica transmite una sensación de alegría y felicidad, representa la identidad de marca del local que incluye el nombre, el logotipo y cualquier lema o mensaje que defina la marca.

Algunos de sus productos Tiene una imagen más clásica, por ser productos que van dirigidos más a los adultos o personas de la tercera edad, por lo tanto tiene una decoración más sobria y minimalista.

Condiciones de entrega

El área geográfica de ubicación de la heladería Ruta Gelato es en el mercacentro 10 del Poblado.

El horario de atención al cliente es el siguiente: Ruta Gelato tiene sus puertas abiertas los siete días de la semana, entre semana se da inicio a la jornada desde las 12:30 pm y se cierra a las 8:30 pm y los fines de semana se da inicio un poco más temprano, desde las 10:30 am hasta las 9 de la noche

La comunicación con el cliente se realiza a través de: Los clientes para Ruta Gelato son una parte muy importante para la empresa, es por esto que nos comunicamos con ellos de forma presencial o por medio virtual, sea por mensajes de texto, por correo o por medio de las redes sociales.

Métodos de pago: En Ruta Gelato pueden pagar por nuestros productos con efectivo o por transferencia, las aplicaciones por las cuales se reciben las transferencias son Nequi y Daviplata.

Fortalezas frente a la competencia

Ruta Gelato es una empresa legalmente constituida hace 5 años,cuenta con una gran variedad de sabores, teniendo un total de 56 sabores exquisitos y saludables. Es de igual forma, una empresa que goza de una clientela muy frecuente gracias, no solo al sabor sin igual de sus productos sino también al lugar en donde se encuentra ubicada (Mercacentro 10), siendo así un sector de mucha concurrencia lo cuál la beneficia en comparación de otras empresas pequeñas de la ciudad que no gozan de este privilegio, a esto agregarle la población ibaguereña que habita cerca al establecimiento de Mercacentro 10 cómo lo son el sector de la samaria y el poblado; podemos incluir el sector de la arboleda puesto que somos la única empresa cerca al sector que cuenta con el delicioso sabor refrescante y saludable del helado tipo gelato.

La entidad cuenta con un slogan que cita "Helado ArteSano", lo cuál amplía nuestra oportunidad de compra para todo tipo de clientes, tanto aquel que consume un gelato por su sabor, cómo aquel que lo hace por cuidar de su salud o mantener su figura, puesto que el Gelato no posee las mismas cantidades dañinas en azúcares y grasas como lo tiene el helado tradicional. De igual manera Ruta Gelato cuenta con una línea vegana y una línea de helados endulzados con stevia para aquellas personas que se preocupan por lo que consumen, ya sea por que afectan a su salud, o por que simplemente desean cuidarla.

Ruta Gelato es la solución a la tentación de comer algo sabroso y cremoso sin caer en el conflicto de estar consumiendo un producto saturado en ingredientes dañinos, o que tenga algún componente que haga contraindicación a algún malestar o enfermedad que se padezca. Para el claro ejemplo de los problemas relacionados al azúcar, se ofrece una línea endulzada con stevia, para aquellos que sean intolerantes a la lactosa o que quieren llevar una vida libre de producto oriundos de animales se ofrece la línea vegana, e incluso el Gelato tradicional no posee niveles elevados de azúcares o grasas que puedan llegar a dañar de forma excesiva a la salud.

Debilidades frente a la competencia

A pesar de ser una empresa bien situada en un sector de la ciudad, se tiene el conflicto de la limitación por lo mismo. En comparación de otras empresas productoras de helado y gelato; Ruta Gelato está alejada de la zona comercial de la ciudad, no se encuentra cerca a ninguno de los 3 grandes centros comerciales (Acqua, La Estación y Multicentro), esto hace que la capacidad, no solo de venta sino también de clientela, se vea limitada debido a la lejanía que tiene con otros sectores de la ciudad. No obstante es importante recalcar que esta debilidad se pone a colación debido a los comentarios de algunos clientes que mencionan la lejanía como un punto limitante al consumo cotidiano del producto.

Ruta Gelato es una empresa que ha logrado posicionarse en el mercado con una venta de 200 a 300 helados por día, dependiendo de la temporada. Esto se ha logrado gracias al inigualable sabor y la población circundante de los sectores aledaños a Mercacentro 10, todo esto se ha logrado sin la mediación de una herramienta digital.

La segunda debilidad que posee Ruta Gelato en comparación a otras empresas es precisamente el auge publicitario que estas tienen y Ruta Gelato no posee. Entidades como Mcdonalds, Popsy, Pomarrosa y Baskin Robbins cuentan con 2 beneficios muy importantes; por un lado tienen la ventaja de la publicidad la cuál se ve avalada por su presencia a nivel nacional, y por el otro lado tienen la ventaja de estar situadas en los 3 grandes centros comerciales de la ciudad, es decir que están ubicadas cerca a la avenida 60 lo cuál resulta en una gran ventaja teniendo en cuenta la expansión constante de la ciudad hacía el sur-este, dejando así como sector central a la zona comercial.

Por último es importante mencionar la relación entre la publicidad y la trayectoria que tiene Ruta Gelato en comparación de otra entidad cómo lo es Tutto. Esta empresa tiene una particularidad y es que no hacen publicidad, se sirven de su trayectoria para seguir posicionándose en el mercado del gelato de la ciudad, a esto añadirle la relación que tienen con la pizza, lo cuál amplía su clientela ya que no la limita a un solo tipo de producto.

Tendencias de consumo

Las tendencias de consumo de helado saludable están experimentando un crecimiento significativo.
Helados no lácteos bajos en azúcar
Los postres helados de origen vegetal y veganos están yendo más allá de los sabores básicos para ofrecer opciones gratificantes, y expandiéndose a nuevas áreas con sabores exóticos y acompañamientos, como nueces y frutas
El mercado de helados está en constante evolución, con nuevos productos, sabores e ingredientes que se introducen regularmente. Las empresas están innovando constantemente para satisfacer las cambiantes preferencias de los consumidores y mantenerse por delante de la competencia.

Componente Innovador:

Concepto del negocio:
El componente innovador o factor diferencial del concepto de negocio de Ruta Gelato es una empresa que revoluciona la forma de consumir helado, brindando al cliente una experiencia sin igual, ya que cuenta con una receta de preparación tipo italiana la cuál busca obtener un producto enfocado en lo cremoso y no en lo cristalizado; y lo más sorprendete, con porcentajes mucho más bajos en azúcares y grasas añadidas. La propuesta de valor de la empresa es la unión entre lo sano y lo delicioso, somos el punto medio entre aquellos que desean mejorar su salud, o mantenerse en forma, pero quieren seguir disfrutando de los sabores tradicionales y de las experiencias que trae el compartir entre familiares o amigos un delicioso Gelato. De igual forma hay que recordar que la empresa cuenta con una gran variedad de sabores llegando a sumar 53 sabores, los cuales varían entre tipo Vegano, tradicional gelato o endulzado con stevia; estos se adornan en diferentes vasquetas para poder ser mostradas a los clientes, junto a un nombre llamativo y una ficha que especifica si son veganos o endulzados con stevia.
Ruta Gelato es la empresa que logra quitarle el sentimiento de culpa a aquellos que consumen y gustan del helado aún con todas las contraindicaciones que este les pueda imponer, entregando así a los ibaguereños la maravillosa experiencia de deleitarse con el placentero sabor de un Gelato.
Según el Manual de Oslo, el proyecto presenta innovación en el concepto de negocio, producto y servicio, de acuerdo a esto, Ruta Gelato, busca innovar en el concepto del negocio de la competencia de la zona, al generar un diferencial en los siguientes aspectos:
Para definir el modelo de negocio Ruta Gelato ha realizado la identificación del mercado objetivo y la definición de la propuesta de valor, teniendo muy claro que es lo que el cliente considera valioso, las implicaciones en el precio y en la disposición a pagar por el producto.
La Innovación en el modelo de negocio se identifica en la forma en la que la organización crea valor y lo facilita a sus clientes. Ocurre cuando se altera de forma sustancial el conjunto de elementos o su interrelación que intervienen en la generación de valor para los clientes y en la consiguiente obtención de un beneficio.

En los elementos en que la empresa Ruta Gelato realizará un proceso de innovación en su modelos de negocio están relacionados con:

El componente innovador o factor diferencial del concepto de negocio de Ruta Gelato es una empresa que revoluciona la forma de consumir helado, brindando al cliente una experiencia sin igual, ya que cuenta con una receta de preparación tipo italiana la cuál busca obtener un producto enfocado en lo cremoso y no en lo cristalizado; y lo más sorprendete, con porcentajes mucho más bajos en azúcares y grasas añadidas. La propuesta de valor de la empresa es la unión entre lo sano y lo delicioso, somos el punto medio entre aquellos que desean mejorar su salud, o mantenerse en forma, pero quieren seguir disfrutando de los sabores tradicionales y de las experiencias que trae el compartir entre familiares o amigos un delicioso Gelato. De igual forma hay que recordar que la empresa cuenta con una gran variedad de sabores llegando a sumar 53 sabores, los cuales varían entre tipo Vegano, tradicional gelato o endulzado con stevia; estos se adornan en diferentes vasquetas para poder ser mostradas a los clientes, junto a un nombre llamativo y una ficha que especifica si son veganos o endulzados con stevia.
Ruta Gelato es la empresa que logra quitarle el sentimiento de culpa a aquellos que consumen y gustan del helado aún con todas las contraindicaciones que este les pueda imponer, entregando así a los ibaguereños la maravillosa experiencia de deleitarse con el placentero sabor de un Gelato.
Según el Manual de Oslo, el proyecto presenta innovación en el concepto de negocio, producto y servicio, de acuerdo a esto, Ruta Gelato, busca innovar en el concepto del negocio de la competencia de la zona, al generar un diferencial en los siguientes aspectos:
Para definir el modelo de negocio Ruta Gelato ha realizado la identificación del mercado objetivo y la definición de la propuesta de valor, teniendo muy claro que es lo que el cliente considera valioso, las implicaciones en el precio y en la

disposición a pagar por el producto.
La Innovación en el modelo de negocio se identifica en la forma en la que la organización crea valor y lo facilita a sus clientes. Ocurre cuando se altera de forma sustancial el conjunto de elementos o su interrelación que intervienen en la generación de valor para los clientes y en la consiguiente obtención de un beneficio.

En los elementos en que la empresa Ruta Gelato realizará un proceso de innovación en su modelos de negocio están relacionados con:

Innovación del modelo de negocio: Para la innovación del modelo de negocio en primer lugar, es el uso de maquinaria italiana importada ya que es fundamental para nuestra operación. Esta maquinaria especializada nos permite producir gelato de alta calidad de manera auténtica y fiel a la tradición italiana. Sin esta maquinaria, nuestro producto final no sería el mismo y perderíamos la esencia y la calidad que nos distinguen.

Además, todos nuestros gelatos se preparan siguiendo una receta italiana auténtica. Esta autenticidad en la preparación garantiza sabores y texturas genuinas que atraen a los amantes del gelato en busca de una experiencia verdaderamente italiana.

Otro aspecto fundamental es la salud. Nuestros gelatos son mucho más saludables en comparación con los helados convencionales, ya que contienen menos grasa y azúcar. Esto nos permite ofrecer a nuestros clientes una opción deliciosa e indulgente sin comprometer su bienestar.

También nos destacamos por utilizar materia prima de primera calidad en nuestros productos. Seleccionamos cuidadosamente ingredientes frescos y de alta calidad para garantizar un sabor excepcional en cada gelato que servimos.

Finalmente, nos enorgullecemos de ofrecer nuestros productos a precios muy asequibles. Queremos que todos puedan disfrutar de la auténtica experiencia del gelato italiano sin que el costo sea una barrera.

Objetivos de la propuesta de valor: Los objetivos para la propuesta de valor son los siguientes.
Diferenciación en el Mercado: Destacar en el mercado de helados ofreciendo gelatos auténticos italianos, más saludables y de alta calidad, diferenciándose de los helados convencionales.
Crear Conciencia y Atracción: Generar conciencia entre los consumidores sobre los beneficios de nuestros gelatos, cómo ser más saludables y auténticos, para atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes.
Establecer Valor Perceptible: Demostrar claramente el valor percibido de nuestros productos mediante el uso de maquinaria italiana, ingredientes de primera calidad y precios asequibles, convirtiéndonos en una opción atractiva para los consumidores.
Satisfacer Necesidades Específicas: Cumplir con las necesidades específicas de los clientes que buscan alternativas más saludables y auténticas en sus opciones de helado.
Fomentar la lealtad del cliente: Generar lealtad entre nuestros clientes al ofrecer una experiencia auténtica y de alta calidad que los haga volver por más.
Crecimiento y Sostenibilidad: Impulsar el crecimiento del negocio y asegurar su sostenibilidad a largo plazo al diferenciarnos en el mercado y mantener estándares de calidad consistentes.

Producto o servicio:
El componente innovador o factor diferencial del producto de acuerdo con el manual de oslo indica que es la introducción de un bien o servicio que es nuevo y está totalmente mejorado respecto a sus características o usos previsto.Esto implica cambios en técnicas, materiales o programas informáticos para reducir costos, mejorar la calidad o producir/distribuir productos nuevos o mejorados.
De acuerdo a lo anterior, la diferenciación y ventaja competitiva del proyecto de emprendimiento se fundamenta en los siguientes aspectos:

El producto base de la empresa Ruta Gelato es precisamente aquel que lleva en su nombre, "gelato". Cómo se mencionó anteriormente, este es un tipo de helado cuya receta es italiana, por ende requiere de cierta maquinaria que hace que la preparación del mismo sea diferente, dando como resultado un gelato que contiene menos aire, azúcar y grasa en comparación al helado tradicional.
La innovación en nuestros productos yace de nuestro eslogan de ver al Gelato como un helado ArteSano; el arte de alimentarse correctamente deleitando el paladar sin dañar el correcto funcionamiento del cuerpo. La intolerancia a la lactosa será un excusa del pasado para no consumir helado, debido a que contamos con una línea pensada específicamente en aquellos que por problemas de salud o por decisión personal no pueden hacerlo, siendo esta precisamente nuestra línea vegana el cuál, como su nombre lo indica, no contiene ningún ingrediente que provenga de un animal, siendo un ejemplo claro la leche. Por otro lado es muy común escuchar que hoy día se padezca de alguna enfermedad relacionada con el azúcar pues la mayoría de alimentos, primordialmente empaquetados, tienen un desorden excesivo en los porcentajes añadidos al mismo, de igual forma hay un grupo poblacional que no padece de alguna enfermedad relacionada con el azúcar pero desean cuidarse de ello, es allí cuando aparece como solución nuestra línea endulzada con stevia.
Por último tenemos nuestra línea tradicional, la cuál aún sin ser vegana o endulzada con stevia, no contiene los mismos porcentajes excesivos y por ende dañinos que traen consigo los helados tradicionales.

Innovación y diferenciación de Gelato: Es un tipo de helado, con una cremosidad y una textura mucho más densa, pero al mismo tiempo es mucho más saludable que otros helados, ya que su preparación es con receta italiana, por lo tanto no contiene un porcentaje elevado de azúcar y de grasa, haciendo este postre un poco más saludable.
Innovación y diferenciación del Parfait: La diferenciación del parfait radica en su enfoque en ingredientes frescos y saludables. Utilizamos frutas seleccionadas cuidadosamente para garantizar su calidad y sabor, lo que se refleja en cada bocado. Además, el parfait es una opción baja en calorías y grasa, lo que lo convierte en una alternativa saludable para quienes buscan disfrutar de un postre sin comprometer su bienestar.
Innovación y diferenciación del brownie de helado: Lo que hace que nuestro brownie con helado sea innovador es que el brownie se caracteriza por su esponjosidad y una irresistible cobertura de chocolate que lo convierte en un placer para el paladar, de igual forma la posibilidad de acompañarlo con gelato, ofreciendo una variedad de sabores para que cada cliente elija su combinación perfecta. El gelato, conocido por su textura cremosa y auténtico sabor italiano, complementa a la perfección la riqueza del brownie, creando una experiencia indulgente y satisfactoria.
Innovación y diferenciación de la malteada: Las malteadas de Ruta Gelato se destacan por su diferenciación e innovación en el mundo de las bebidas dulces. El secreto está en utilizar nuestro gelato italiano, que aporta una cremosidad incomparable y una textura exquisita a cada sorbo.
Lo que hace que nuestras malteadas sean únicas es la posibilidad de elegir entre todos los sabores de gelato que ofrecemos. Desde clásicos como vainilla y chocolate hasta opciones más audaces como Amarena Cherry, Arazá o Arándanos, cada cliente puede personalizar su malteada según sus gustos y preferencias.
Innovación y diferenciación del frappe nevado: El frappé se destaca por su diferenciación e innovación en el mundo de las bebidas frías con café. Es mucho más que un simple granizado; es una experiencia cremosa y deliciosa que combina lo mejor del café con la deliciosa combinación del gelato.

Barreras de Imitación:

Dado el enfoque único y diferenciado de Ruta Gelato en la producción de gelato italiano, así como el desarrollo de líneas especiales como la vegana y la light endulzada con stevia, existen varias barreras de imitación que podrían ayudar a mantener su posición en el mercado y dificultar que los competidores nuevos igualen su oferta. Aquí hay algunas barreras de imitación que podrían aplicarse:

Conocimiento Especializado y Experiencia: Ruta Gelato ha desarrollado una receta única y utiliza maquinaria italiana especializada en la producción de gelato. La experiencia y el conocimiento especializado necesarios para replicar este proceso pueden ser una barrera significativa para los competidores nuevos que buscan entrar en el mercado.

Tecnología Exclusiva: La maquinaria italiana utilizada puede ser difícil de obtener para los competidores nuevos. Además, la empresa puede haber desarrollado técnicas específicas de fabricación que no son fácilmente replicables sin acceso a esta tecnología.

Diferenciación de Producto: La oferta única de gelato italiano, así como las líneas especiales vegana y light endulzada con stevia, brindan a Ruta Gelato una diferenciación significativa en el mercado. Los competidores nuevos enfrentarían el desafío de desarrollar productos igualmente únicos y atractivos para los consumidores.

Marca y Reputación: Ruta Gelato ha consolidado una fuerte presencia de marca y una reputación destacada como proveedor de gelato de alta calidad. Esta posición privilegiada puede representar un desafío para nuevos competidores que ingresan al mercado sin el mismo historial ni reconocimiento de marca. Con cinco años de experiencia en el mercado, hemos desarrollado y perfeccionado estrategias únicas que son difíciles de replicar para empresas nuevas. Durante este tiempo, hemos establecido relaciones sólidas con clientes y hemos refinado nuestras operaciones para ofrecer productos excepcionales y un servicio de excelencia que nos diferencia en la industria.

Lealtad del Cliente: Ruta Gelato ha cultivado una sólida base de clientes leales gracias a la calidad y singularidad de nuestros productos. Esta lealtad representa una barrera significativa para los competidores nuevos que buscan atraer a estos clientes hacia otras marcas. Nuestros clientes recurrentes visitan y adquieren gelato al menos 8 veces al mes, lo que demuestra el fuerte apego a nuestra marca y la satisfacción con nuestra oferta. Esta fidelidad no solo refleja la calidad de nuestros productos, sino también el nivel de conexión que hemos establecido con nuestros clientes a lo largo del tiempo

En conclusión, las barreras de imitación que rodean la receta única, la tecnología exclusiva, la diferenciación del producto, la marca y la lealtad del cliente pueden ayudar a Ruta Gelato a mantener su posición en el mercado y dificultar que los competidores nuevos igualen su oferta distintiva y diferenciada.

Proceso:
El Componente innovador o factor diferencial del proceso se fundamentan principalmente en los siguientes aspectos:

Se considera innovación de procesos todo cambio significativo introducido en la forma de ejecutar una tarea determinada. Innovar no solo es crear cosas totalmente nuevas, sino que la innovación también puede ser modificar algo lo suficiente como para crear un proceso totalmente distinto al que se seguía anteriormente.

En las máquinas se destaca un proceso innovador y diferenciador de mercado:

Ruta Gelato es una empresa que busca entregar un producto de calidad, por ello todas nuestras maquinarias son importadas de diferentes partes del mundo, desde la máquina de preparación italiana, hasta los congeladores.

Una de las máquinas más importantes para la elaboración del gelato es:

La máquina Procesadora: La finalidad de esta máquina es compactar todos los ingredientes, hasta el punto de generar una mezcla suave, viscosa y ligera.
Producción: 24 litros por hora
Cilindro refrigerante: 2 litros
Tolva: 7 litros
Material: acero inoxidable
Peso: 94 kg
Potencia: 115/60 hz
Ciclo de autolavado
Otra de las máquinas importantes es el:

Ultracongelador: Esta máquina es de vital importancia para la realización del producto, ya que este se encarga de congelar el producto que sale de la máquina procesadora con el fin de que el helado tome una contextura más dura.
Material: acero inoxidable
Capacidad: 10 bandejas
Temperatura: mínimo -20°
Voltaje: 220 V / 60 Hz
Potencia eléctrica: 0,85 Kw
Puerta con muelle de retorno y cierre magnético desmontable
Sistema de bloqueo del ventilador cuando la puerta está abierta
Frente: 70 Cm
Profundidad: 75 Cm
Alto: 90 Cm
Peso: 125 Kg
Y por ultimo esta la maquina de almacenamiento, y es:

Congelador vertical: El congelador vertical será indispensable para el almacenamiento del producto, ya que el ultra congelador busca solidificar el helado de una forma rápida, pero el congelador vertical permite almacenar el helado, manteniendo su temperatura y consistencia sólida.
Capacidad: 1.200 litros en 5 bandejas
Modo de enfriamiento: ventilado
Descongelación: automática
Material: acero inoxidable

Innovación y diferenciación en el proceso de producción
El Gelato italiano es muy diferente a la de un Helado tradicional o un Gelato soft americano, y el contenido del Gelato italiano contiene un 80% de sólidos, el soft gelato solo posee un 20%, lo que no le permite almacenar durante un tiempo sino que a diferencia del Gelato Italiano tiene que salir a exhibición y venta al instante. La innovación se da en la forma de desarrollar el producto, ya que como el Gelato italiano si se puede almacenar, le permite desarrollar toda una gastronomía congelada alrededor del Gelato, es decir, además de ser una golosina en realidad es un alimento, ya que se puede elaborar el gelato de cualquier sabor, sea aguacate, cerveza, cualquier fruta de la región, tubérculos, tiene una elaboración tan versátil, lo que permite estar en constante innovación.

Proceso de elaboración del Gelato

Medición y pesaje de insumos: Se debe medir estricta y rigurosamente la cantidad de cada uno de los ingredientes a usar, según la cantidad de Gelato que se va a producir. Los ingredientes con menor porcentaje, estabilizantes, emulsionantes, proteínas y aromas, deben ser pesados escrupulosamente en una balanza de precisión.
Introducción y mezcla de ingredientes: Aquí se procede a la introducción inicialmente de líquidos, posteriormente se mezcla con el estabilizante-emulsionante neutro y la polidextrosa.
Pasteurización de la mezcla y reposo: Una vez todos los ingredientes hayan sido integrados, se procede a realizar un tratamiento térmico suave para disminuir la población de microorganismos; este proceso de estabilización a través del manejo de temperaturas en la máquina procesadora.
Homogeneización de la mezcla: Una vez reposada la mezcla, se dispone a realizar el batimiento de la misma para la incorporación de aire, y conseguir la consistencia cremosa deseada.
Mantecación de la mezcla: En esta etapa del proceso, se disponen a realizar el agitamiento de la mezcla en frío entre -2° y -4°,para obtener el cambio de estado líquido a estado sólido en la máquina procesadora, obteniendo la consistencia cremosa y propiedades del producto final a unos -7°c.
Maduración y ultracongelación: El producto pasa a endurecimiento para que no pierda sus propiedades, este proceso se da al mismo tiempo de su maduración, donde los ingredientes y los colores absorben bien sus ingredientes en el ultracongelador a una temperatura de -40° c
Verificación de control de calidad: Una vez finalizado el proceso se realiza una revisión de las unidades producidas para verificar su estado.

Congelación y almacenamiento: Se organizan las vasquetas para facilitar su almacenamiento en el congelador vertical, para bajar la temperatura entre -18ºC y -20°.

6. ¿Cómo validó la aceptación en el mercado de su proyecto (metodología y resultados)?

Para la validación y aceptación del mercado del proyecto se utilizó la siguiente metodología y las siguientes herramientas:

Lean Canvas

Tarjeta persona

Encuesta a clientes.

Estudio de mercado

Problemática

Se puede evidenciar que en la ciudad de Ibagué hay una fuerte demanda de postres fríos o helados que sean deliciosos y saludables y esta demanda no se ha podido abastecer, debido a que no hay una oferta de postres o helados que tengan las características anteriormente mencionadas.

De igual forma aproximadamente un 55% de la población de la ciudad de Ibagué sufre de problemas de intolerancia a la lactosa o de alguna enfermedad como lo son la diabetes, problemas cardiacos, hígado graso, etc, que son patologías en las cuales se recomienda mucho llevar una dieta balanceada, sin exceso de azúcares o de grasas, sin embargo existen personas que teniendo estas patologías desean disfrutar de un helado, pero se cohíben de esto ya que puede afectar su estado de salud.

El 10% de la población de Ibagué practica un deporte y un 25% cuida de su alimentación para mantenerse saludables y que su apariencia física sea óptima. Por lo tanto estas personas cuidan los alimentos que ingieren y son muy conscientes de los porcentajes de azúcares y de grasas que los alimentos que consumen contienen, no obstante buscan alternativas saludables de sus postres favoritos.

Lean canvas

Para validar la aceptación en el mercado de mi proyecto se utiliza la herramienta lean canvas, que es una herramienta que nos ayuda a visualizar proyectos que están iniciando. Para evaluar a Ruta Gelato primero se establecieron tres problemáticas que anteriormente están nombradas, después de plantear esto se desarrollo de la siguiente forma:

Solución: El producto propuesto es Gelato italiano, el gelato italiano es un helado elaborado de manera artesanal, es un producto que tiene mucha versatilidad a la hora de elaborarlo y tiene mil variedades de sabores, de igual manera es una opción saludable porque no posee una cantidad elevada de grasas y azúcares y en ruta gelato elaboramos dos líneas de Gelato, está la línea vegana que es un gelato que no contiene grasa derivada de los animales, que fue contemplada para aquellas personas que no pueden consumir una alta cantidad de grasa o para las personas que sufren de intolerancia a la lactosa, y la segunda opción es la linea light que es un gelato sin carga de sacarosa, sin azúcar refinada, es elaborado con stevia, que es un endulzante natural recomendado para personas diabéticas o personas que de igual forma quieran cuidar de su salud.

Propuesta de valor única: El Gelato artesanal que comercializa ruta gelato, puede ayudar a aquellas personas que quieren cuidar de su salud, cuidar que los alimentos que ingieren no perjudiquen su salud y su imagen física, de igual forma Ruta Gelato también ofrece una línea de Gelatos veganos, para aquellas personas que sufren de intolerancia a la lactosa o que la grasa derivada de animales les genera malestar, y también existe una línea de Gelato ligeros, que son dirigidos para aquellas personas que sufren de diabetes y no pueden consumir azúcar, esta línea de gelatos está endulzada con stevia lo que no les provoca daño a su salud.

Ventaja injusta: Lo que diferencia el producto que ofrece ruta Gelato con la competencia es primero la forma en cómo se elabora el Gelato, tiene una elaboración diferente a la de un helado tradicional, la elaboración del gelato es totalmente con maquinaria italiana de alta calidad, segundo es la variedad inmensa de sabores que se elaboran,tenemos más de 56 sabores incluidos sabores veganos y sabores sin azúcar que son endulzados con stevia, por último la base del helado y el gelato es una mezcla de cremas, leche y azúcar, el helado contiene mucha más crema que el gelato por lo que aporta más grasa que el gelato, entre un 14 y 25% mientras que el gelato solo tiene de un 4 a un 9%. El helado se bate de manera rápida por lo que incorpora más aire en la mezcla haciendo más esponjosa su textura y por tanto llena de gases al comensal, en un helado industrial entre el 110 y 120% del contenido es aire, mientras que el gelato es denso su contenido de aire es menor al 30%.

Métricas claves: El número de nuestros clientes es una manera sencilla para verificar si Ruta Gelato está progresando, es decir si hay más número de consumidores pues Ruta Gelato está progresando. Y el número de ventas de los productos que ofrece la empresa, esto también es un indicador del progreso de la empresa, entre más productos se vendan es más beneficioso para el crecimiento de la empresa. El número de empleos generados.

Canales: Ruta Gelato en primera instancia usará las redes sociales para dar a conocer los productos que se manejan y para educar a los posibles consumidores, haciendo publicidad por medio de redes sociales, como instagram, facebook y

Tik Tok de cómo es elaborado el producto y todos los beneficios que trae, que ya no se debe satanizar más un producto como el Gelato y ser visto como una golosina que solo hace daño a la salud. En segunda instancia se usará la página web de ruta gelato, para que puedan acceder a más información de la empresa y del producto que ofrece y de igual forma para que pueda comprar los productos de forma virtual

Tarjeta persona y jobs to be done

Se utilizó la herramienta metodológica de tarjeta persona dirigida a tres personas diferentes, las tres personas son consumidoras de Gelato, de la ciudad de Ibagué que les gusta su textura y su sabor, además de la calidad. Las tres personas tienen perfiles totalmente diferentes, sus trabajos son diferentes y sus gustos igual, además de que sus edades son bastante distantes el uno del otro, sin embargo las tres personas manifestaron tener intolerancia a la lactosa y una de ellas tiene principios de diabetes y está cuidando de su salud.

Esta metodología se utilizó para la validación temprana y la perfilación de los clientes, donde se identificó información importante como sus problemáticas o alegrías esperadas y como el emprendimiento contribuye a resolver estas, las cuales se hacen por medio de la oferta de productos como el gelato, parfait, brownie de helado, malteadas y frappe de nevado, donde se destacan la alta calidad de las materias primas y su beneficio para la salud, permitiendo generar beneficios adicionales o alegrías que los clientes desean, asi como el aumento de la rentabilidad.

Se puede evidenciar entonces que Ruta Gelato trabaja con un amplio segmento de consumidores, personas jóvenes de edades entre los 12-30 años, personas adultas de 40-64 años y los adultos mayores, se tiende a creer que solo las personas mayores poseen enfermedades, pero después de ver los diferentes perfiles de los consumidores se concluye que actualmente las personas jovenes tambien tienen enfermedades ligadas al consumo de grasas, azúcares y leche; También se evidencia que aunque sean perfiles diferentes, las tres personas tienen en común que no les importa el precio del producto, sino la calidad, manifiestan que prefieren un producto de buena calidad, porque confían en que se elabora con materias primas de alta calidad y que no está perjudicando su salud.

Estudio de mercado

En el estudio de mercado de Ruta Gelato se elaboró una encuesta para saber si la población de Ibagué conocía el producto, si le gustaba y si era aceptado en el mercado, se hicieron 105 encuestas de las cuales el resultado de validación fue el siguiente:

¿Cuál es su ocupación?: El 29% de las personas son empleadas, el 27% son estudiantes, el 24,3% trabajan independiente, el 8,1% es pensionado, y por último el 5,4% es ama de casa y el otro 5,4% está desempleado.

¿Cual es su estrato socioeconómico?: El 59,5% respondió que es de estrato medio que hace referencia a el estrato 3, el 18,9% es de estrato medio bajo que hace referencia a un estrato 2, el 16,2% respondió que es de estrato medio alto que significa que es de estrato 4 y por último el 5,4% respondió que es de estrato bajo o estrato 1.

¿Es usted consumidor de postres fríos o helados?: Un 91,9% de las personas respondió que sí es consumidora de postres fríos o helados y solo el 8,1% no consume estos productos.

¿Mantiene hábitos saludables y cuida de su alimentación?: El 54,1% responde que sí mantiene hábitos saludables y cuida de su alimentación y el 45,9% lo hace regularmente.

¿Sufre usted de alguna enfermedad como la diabetes, intolerancia a la lactosa, hígado graso o problemas cardíacos?: El 45,5% sufre de diabetes, el 27,3 sufre de intolerancia a la lactosa y el otro 27,3 sufre de hígado graso.

¿Con qué frecuencia consume este tipo de postres o helados?: El 35,1% los consume semanalmente, el 29,7% lo consume muy rara vez, el 27% los consume entre dos y tres veces por semana y el 8,1% los consume muy rara vez.

¿Cuánto dinero destina usted para el consumo de estos postres?: El 54,1% destina entre $11.000 y $20.000, el 32,4% destina menos del 10,8% destina entre $21.000 y $30.000.

¿Cuáles son los negocios de postres fríos o helados de su preferencia actualmente?: el 38% voto por Tutto Gelato, el 33% voto por Popsy, un 15% voto por Pomarosa, el 10% voto por Heladeria La mejor y un 4% voto por Mc'Donalds

¿Se encuentra usted satisfecho con la oferta actual de negocios de postres fríos o helados?: El 57,1% si se encuentra satisfecho con la oferta de helados, el 34,3% no sabe y el 8,6% no se encuentra satisfecho.

Cuando desea consumir postres fríos o helados, usted prefiere: El 70,3% prefiere dirigirse hasta el establecimiento, el 27% prefiere dirigirse al establecimiento o solicitar servicio a domicilio y el 2,7 % prefiere solicitar servicio a domicilio.

A la hora de consumir este tipo de postres, usted evalúa: El 52,8% evalúa calidad, el 22,2% evalúa cantidad, el 16,7% evalúa precio y el 8,3% evalúa variedad.

Si llegara a la ciudad de Ibagué una opción diferente, artesanal, saludable y variada de Helados, ¿Estaría usted dispuesto a probarlo?: El 94,4% si estaría dispuesto a probarlo y el 5,6% no sabe.

Para dar conclusión a el estudio de mercado que implementó Ruta Gelato se puede observar que es una empresa que ofrece un producto que tendrá muy buena aceptación en el mercado, ya que la segmentación a la que va dirigida el

producto está dispuesta a probarlo y el producto cumple con características que según la encuesta pueden ser satisfactorias, como que cuida la salud de los consumidores, podemos observar que en la encuesta el 100% de los participantes padecen una enfermedad como diabetes, intolerancia a la lactosa o hígado graso, lo que hace que no puedan consumir muchos productos lácteos o postres frios, pero el producto que se está ofreciendo satisface esa necesidad, ya que es un producto saludable, con un porcentaje de grasas y azúcares mínimo.

De igual manera en el estudio de mercado se tuvieron en cuenta fuentes de información secundaria donde se resaltan los aspectos más relevantes:

Consumo per cápita: Colombia tiene un consumo per cápita de 3.1 litros de helado al año por persona.

7. Describa el avance logrado a la fecha para la puesta en marcha de su proyecto, en los aspectos: técnico - productivo, comercial y legal.

Técnico - productivo:
Para la puesta en marcha de la empresa Ruta Gelato, se tiene el siguiente avance a la fecha:

Técnico - Productivo

Se describe el avance logrado a la fecha para la puesta en marcha del proyecto, en el aspecto técnico- productivo:

La empresa Ruta Gelato tiene una trayectoria de 5 años en el mercado de Ibagué con la elaboración y comercialización de Gelato donde su enfoque se ha orientado en diferenciarse de la competencia a través de productos artesanales que garantizan la calidad, sabor, el perfil sensorial y experiencia sensorial con los clientes. Durante este recorrido, la empresa ha tenido un proceso de validación de mercado bastante relevante que ha llevado a que la compañía aumente sus ingresos.

Referente a los avances técnicos de la empresa Ruta Gelato cuenta con:

Avances técnicos en Formación y experiencia de la emprendedora y su equipo de trabajo

Avances técnicos en Inversiones de maquinaria y equipo

Avances técnicos en establecimiento de la política de compras

Avances técnico en producción y capacidad instalada

Avance en el crecimiento de ventas

Avance en técnicas de producción

Avances técnicos en Formación y experiencia de la emprendedora

La emprendedora Catalina Bermudez Cardenas tiene una experiencia previa en el aspecto técnico del emprendimiento de 6 años, tiene su formación en Profesional en negocios internacionales, desde los 18 años trabaja en su empresa Ruta Gelato que está ubicado en Mercacentro 10 via el poblado de la ciudad de Ibague, a desarrollado técnicas para la fabricación de un Gelato, de igual forma desarrolló sus conocimientos en la parte administrativa, ya que es una empresa familiar, aprendió de finanzas y de contabilidad de una empresa, y al mismo tiempo cursaba su carrera donde adquiere más conocimiento que ayudaron a que la empresa fuera más rentable.
Catalina Bermudez Cardenas se destaca no solo por sus habilidades técnicas, sino también por sus competencias blandas bien desarrolladas. Es una persona organizada, una gran colaboradora en el trabajo en equipo, siendo capaz de liderar y comunicarse de manera asertiva.

Personal empleado: Ruta gelato emplea a 6 personas, dos de ellas están en el área de fabricación del producto, tres personas se encargan de la atención al cliente y ventas, se dividen de la siguiente manera, una persona atiende de lunes a viernes, y las otras dos personas trabajan los fines de semana y festivos, se necesitan dos personas ya que los fines de semana hay más flujo de clientes, y por ultimo esta el contador de la empresa, que se cerciora que todo lo legal y las finanzas de la empresa estén en orden.
El personal del área de servicio al cliente debe tener un tecnólogo o técnico relacionado al servicio al cliente o el área de ventas y una experiencia mínima de un año en esta área.
Para el área administrativa se requiere un nivel educativo más amplio, una carrera universitaria en el área de la administración o a fines y una experiencia de dos años dirigiendo o administrando una empresa.
Y el contador debe tener una educación superior en carreras de contaduría o a fines, y una experiencia en el cargo de dos años, donde ya haya trabajado con empresas.

Avances técnicos en en Inversiones en maquinaria y equipo

Con recursos propios la emprendedora ha realizado diferentes inversiones en maquinaria, equipo, herramientas, muebles y enseres a nivel productivo como son, nevera, vasquetas de aceros, 4 juegos de sillas y mesas 4 puestos, meson de acero inoxidables, todo esto avalado por $9.440.000.

Avances técnicos en establecimiento de la política de compras

Con respecto a la política de compras, actualmente en la empresa matriz no hay una línea de crédito para la compra de las materias primas, no se usa la línea de crédito para poder mantener el negocio ya que de alguna manera pagando en efectivo se mantienen óptimas las finanzas de Ruta Gelato. Por otro lado las compras de las materias primas o los insumos se hacen cuando los inventarios sean menores o iguales al 30% ya que eso nos garantiza que siempre haya un seguimiento en los inventarios y que no se presenten errores en la cadena de suministro, por lo general los insumos y materias primas duran tres semanas, sin necesidad de re compras, aunque en ocasiones particulares cuando los proveedores hacen descuentos se aumenta la cuenta de provisión sólo con la esperanza de obtener mejores rendimientos en la compra de los insumos.

Alianza Estratégica con proveedores

La emprendedora ha establecido una sólida alianza estratégica con sus proveedores clave para garantizar la calidad de la materia prima.
Así mismo, la emprendedora cuenta con una amplia base de datos de proveedores de materias primas, insumos, empaques, publicidad y equipos para garantizar el correcto funcionamiento de la empresa.
Gracias a esta alianza estratégica, la emprendedora puede ofrecer productos de calidad, que se destacan por su sabor, dulzura y equilibrio. Esta colaboración a largo plazo con los proveedores es fundamental para el éxito continuo del negocio.

Localización y Selección de Proveedores

Criterios de Selección: Seleccionamos proveedores basados en rigurosos criterios, incluyendo calidad de productos/servicios, experiencia, reputación, cumplimiento normativo y precios competitivos. Además, evaluamos las políticas y valores de la empresa proveedora. Priorizamos aquellos proveedores que ofrezcan productos de excelente calidad con entregas directas al punto de venta.

Evaluación Continua: Realizamos revisiones periódicas de los proveedores para garantizar que sigan cumpliendo con los estándares de calidad y servicio establecidos. Mantenemos un diálogo abierto y colaborativo para abordar cualquier problema o mejora necesaria.

Plazos de Pago

Condiciones de Pago: Establecemos plazos de pago flexibles de acuerdo con las condiciones comerciales acordadas, considerando el volumen de compra y la relación a largo plazo. Buscamos términos que beneficien tanto a nuestra empresa como a nuestros proveedores.

Descuentos por Pago Anticipado: Activamente buscamos oportunidades para obtener descuentos por pagos anticipados cuando sea beneficioso para ambas partes, fortaleciendo así nuestras relaciones comerciales.

Especificaciones de la Compra

Requisitos Técnicos: Especificamos claramente los requisitos técnicos y de calidad de los productos o servicios a adquirir, garantizando la coherencia con nuestros estándares.

Normativas y Regulaciones: Todas nuestras compras se llevan a cabo en estricto cumplimiento de las normativas y regulaciones aplicables en la industria y el país, asegurando integridad y legalidad en nuestras transacciones.

Aprobación de Compras: Las compras significativas o estratégicas requieren la aprobación de niveles superiores de la empresa, asegurando una toma de decisiones informada y alineada con los objetivos organizativos.

Plazo de Entrega

Acuerdo de Plazos: Establecemos plazos de entrega claros y realistas durante las negociaciones con los proveedores. La transparencia en este aspecto es fundamental para una relación de confianza. Los plazos que se manejan con los proveedores son de cuatro días hábiles.

Monitoreo de Entregas: Implementamos un sistema de monitoreo proactivo para asegurar que los proveedores cumplan con los plazos acordados. Cualquier desviación se aborda de manera rápida y eficiente.

Protocolo de Recepción: Establecemos un protocolo riguroso de recepción para verificar la conformidad de los productos o servicios entregados en relación con las especificaciones de la compra, garantizando la calidad y consistencia.

Selección de proveedores

Proveedor de conos: Para seleccionar nuestro proveedor de conos, establecimos criterios claros de calidad. Buscábamos conos resistentes pero no demasiado duros, con una textura crujiente al morder. Durante el proceso de selección, evaluamos estos requisitos y encontramos a DANNES, nuestra empresa proveedora exclusiva de conos y galletas. Con respecto a los plazos de pago, acordamos realizar un pago inicial del 30% antes del envío y el saldo restante después de verificar la calidad del producto. Además, los plazos de entrega se establecieron en un máximo de dos días para garantizar la puntualidad en la recepción de los productos.

Proveedor de lácteos: Nuestro criterio de selección para los lácteos se centró en la calidad excepcional de la leche, fundamental para nuestra receta italiana que requiere características específicas como cremosidad, sabor y aroma. Tras evaluar diversos proveedores, seleccionamos a la empresa ALPINA que cumple con estos requisitos, asegurando así la excelencia de nuestros productos. En cuanto a los plazos de pago, realizamos el pago en efectivo al momento de la entrega, una vez verificada la calidad de los lácteos. Además, establecimos plazos de entrega de 24 horas después de realizado el pedido para garantizar la frescura y disponibilidad constante de nuestros ingredientes lácteos.

Proveedor de bases y salsas: Para seleccionar a nuestro proveedor de bases y salsas, realizamos una búsqueda exhaustiva debido a la importancia crítica de este producto en la elaboración del gelato. Nos propusimos encontrar un proveedor con amplia experiencia en el mercado y excelentes recomendaciones, cuyos productos fueran reconocidos por su calidad superior. Finalmente, elegimos a la empresa PreGel, líder en el sector heladero y conocida por ofrecer productos italianos de alta calidad. El plazo de entrega de los productos es de una semana después de realizado el pedido, y el método de pago acordado sigue el mismo esquema que con nuestros proveedores de conos, con un 30% de abono antes del envío y el resto al confirmar que todo está en buen estado. Esta relación comercial nos permite garantizar la calidad y frescura de nuestras bases y salsas, fundamentales para ofrecer un gelato excepcional a nuestros clientes.

Proveedor de vasos y envases: Al seleccionar a nuestro proveedor de vasos y envases, tuvimos en cuenta un criterio específico: los vasos debían ser completamente blancos para que pudiéramos imprimir nuestro logo en ellos de manera destacada. Optamos por un proveedor que pudiera garantizar la calidad y la uniformidad del color en los vasos. El plazo de entrega de los productos es de 24 horas después de realizado el pedido, asegurando así una rápida disponibilidad de nuestros envases. Respecto al pago, se realiza de manera inmediata una vez que los productos llegan y se ha completado la inspección correspondiente para verificar su calidad. Esta relación con nuestro proveedor nos permite mantener nuestros estándares de presentación y calidad en cada Gelato que ofrecemos a nuestros clientes.

Avances en producción y capacidad instalada

Ruta Gelato tiene temporadas altas, usualmente son a mitad de año y a final de año, sin embargo existen temporadas alta que son debido a las olas de calor que se presentan en la ciudad, debido a esto la empresa debe estar en constant producción, por lo que cada semana se fabrican en promedio 50 a 70 kilos de Gelato, sin embargo la empresa podrí producir para abastecer otros puntos de venta, solo que con el punto de venta actual no es necesario, el producto tiene un fecha de caducidad de un mes, y tampoco posee un almacenamiento amplio para las vasquetas que se producirían de más para esto se realiza un seguimiento y control mediante las estadísticas de consumo.

Estadísticas de cuanto es el consumo

En Ruta Gelato se utiliza solo el 55% de la capacidad instalada ya que es acorde con las ventas que genera la empresa, n se puede producir más ya que se podría generar pérdidas tanto como financieras como en el producto, sin embargo ha unas temporadas en el año donde sí se debe fabricar un porcentaje más elevado de Gelato, ya que la demanda es much más elevada. Para las temporadas normales se fabrican por semana 70 kilos de Gelato, y el tiempo estimado que se tom para la fabricación de esta cantidad de Gelato es de 1 día en promedio.

Estadísticas de cuanto es el consumo en temporadas altas

Actualmente Ruta Gelato al año tiene 3 temporadas altas, en el 2023 la primera temporada alta fue entre enero y febrero durante esta temporada se aumentó la producción un 20%, por lo cual se fabrican aproximadamente 84 kilos, la segund temporada alta fue entre junio y julio, durante esta temporada la demanda subió bastante por lo que la producción aument un 38%, durante esta temporada de fabricaron 95 kilos de Gelato, y la ultima temporada alta fue durante los meses d noviembre y diciembre, y durante esta temporada la producción aumentó un 25% por lo que se fabricaron 87 kilos d Gelato.

Seguimiento y control: El seguimiento y control de la capacidad instalada en Ruta Gelato es fundamental para ajustar l producción a las demandas fluctuantes del mercado. La empresa opera a un nivel de capacidad del 55% en condicione normales, lo cual está alineado con las ventas generadas. Esto garantiza un equilibrio entre la oferta y la demanda, durant las temporadas altas, que incluyen períodos previsibles como mitad y final de año, así como oleadas de calor inesperadas Ruta Gelato realiza ajustes en su capacidad de producción.
Es esencial monitorear de cerca estas estadísticas de consumo para adaptar la capacidad de producción de manera efectiva La empresa optimiza sus recursos durante las temporadas bajas y se prepara para aumentar la producción durante la

temporadas de alta demanda, asegurando así la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. El seguimiento constante d estas métricas permite a Ruta Gelato gestionar de manera proactiva su capacidad instalada y mantener un equilibrio óptim entre oferta y demanda en todo momento.
Avance en el crecimiento de ventas.

El Margen de ventas del emprendimiento de Ruta Gelato comenzó en abril del 2018 y durante ese periodo contable a abril del 2019 el margen de las ventas fueron de 60 millones de pesos, luego en mayo del 2019 a febrero del 2020, Ruta Gelato facturó 105 millones de pesos, sin embargo durante la época de la pandemia fue el punto de inflexión para Ruta Gelato, dado que después de esta gran depresión, empieza a crecer, crecen sus ventas y su reconocimiento. Desde agosto del 2022 a la fecha las ventas de Ruta Gelato están alrededor de 25 a 28 millones de pesos por mes.

Avance en técnicas de producción

Ruta Gelato usa la técnica para elaborar helado italiano, es una técnica diferente ya que el Gelato primero necesita ser mezclado a una temperatura muy elevada para eliminar cualquier bacteria a microorganismo que pueda haber, después de esto entra a un proceso llamado mantecación en el cual la mixtura se comienza a mezclar rápidamente y la temperatura va bajando poco a poco hasta que la mixtura empieza a tener una textura más esponjosa y espesa, cuando este proceso finaliza se debe verter el Gelato en una basqueta y entrar a ultracongelación, que es un proceso que dura entre una o una hora y media, para ya después entrar a almacenamiento a una temperatura entre los -18° y -20°.

Establecimiento de los procesos productivos
La empresa cuenta con los procesos productivos documentados para la elaboración de los productos, con el fin de ofrecer siempre la misma calidad y fidelizar el cliente. Se cuenta con diagramas de flujo, tiempos y movimientos, maquinaria que interviene en cada actividad, responsables e identificación de puntos de control de calidad.

Identificación de normatividad

La emprendedora posee un profundo conocimiento de la normatividad relacionada con la manipulación de alimentos y l preparación de Gelato. Actualmente, cuenta con todas las licencias y permisos necesarios para operar legalmente s negocio. Esto incluye el permiso de la Secretaría de Salud Municipal, el permiso de uso de suelos otorgado por la autoridades locales, así como un carnet vigente de manipulación de alimentos.

Comercial:
Comercialmente se tiene una experiencia de 5 años en producción y venta del gelato, la empresa Ruta Gelato inició desde e 2018.

Los avances comerciales y de mercado de la empresa RUTA GELATO están enfocados en:

Avances comerciales en Elementos de publicidad y promoción:

Ruta Gelato utiliza estrategias de mercadeo por medio de las redes sociales, por facebook e instagram, en estas plataforma se suben fotos del Gelato, de su proceso, y de igual forma se explica por medio de flyers que el gelato es una opció saludable para aquellas personas que desean una golosina o algo dulce.

Ruta Gelato actualmente cuenta con una página en facebook que tiene 83 seguidores y una cuenta en instagram con 63 seguidores, de igual forma cuenta con un sitio web diseñado a través de la plataforma Vix.com. En este sitio proporcionamos información detallada sobre nuestra empresa, incluyendo nuestra misión, visión y objetivos. Tambié ofrecemos una explicación completa de las técnicas que empleamos en la elaboración de nuestros gelatos, resaltando todo sus beneficios saludables. En nuestro sitio web, los visitantes pueden explorar los diversos sabores y presentaciones d gelato que ofrecemos. Estamos trabajando activamente para implementar la funcionalidad de pedidos en línea y servicio d entrega a domicilio en un futuro cercano. Esta mejora permitirá a nuestros clientes realizar pedidos de manera convenient desde la comodidad de sus hogares, ampliando así nuestra accesibilidad y servicio al cliente a través de nuestra plataform web.

Avances comerciales en Clientes:

Los principales clientes que maneja Ruta Gelato son personas entre los 2 años hasta la edad adulta, es una segmentación d mercado bastante amplia, de igual forma personas con algún padecimiento con diabetes o intolerancia a la lactosa, personas que cuidan su imagen corporal o que practican algún deporte y tienen una dieta libre de grasas y azúcares.

El producto que más se vende en Ruta Gelato son, El gelato en cono, este producto se vende más que el gelato en vaso, y que tiene galleta y es al mismo precio, de igual forma se venden productos como el parfait, que es una copa con fruta helado y granola, el brownie con helado, las malteadas y el frappe nevado.

Promedio de ventas por segmentos: El promedio de ventas por segmentos en Ruta Gelato es altamente variable debidc factores estacionales y eventos como el clima, vacaciones, festividades y fiestas locales. Según el historial de ventas, observan patrones claros entre temporadas bajas y altas. Durante los meses de febrero, abril, mayo, agosto, septiembre noviembre, que son considerados temporadas bajas, las ventas se distribuyeron de la siguiente manera: un 49% provino familias, un 36% de deportistas o personas preocupadas por su salud, y un 11% de adultos mayores. Por otro lado, durar las temporadas altas en enero, marzo, junio, julio, octubre y diciembre, se registró un aumento significativo en las venta con un 67% proveniente de familias, un 45% de deportistas, y un 23% de adultos mayores.
Estos datos reflejan cómo las ventas de Ruta Gelato fluctúan según el perfil de los clientes y las condiciones estacionales.

Producto mínimo viable (líneas de producto ya validadas)
Ruta Gelato, una empresa que ingresó al mercado en 2018, comenzó ofreciendo gelato sencillo en vasos y conos, así como opción doble en ambas presentaciones. Estos productos tuvieron una excelente aceptación inicial. En 2019, se lanzar productos adicionales como malteadas, frappes y brownie con helado. Aunque al principio estos nuevos productos tuvier una aceptación gradual debido a la falta de promoción, con el tiempo ganaron popularidad y fueron mejorando su aceptaci y finalmente, en 2021 se introdujo el parfait, un producto que tuvo una excelente acogida, especialmente entre las person mayores, debido a su carácter saludable y fresco. Esta diversificación de productos ha sido fundamental para ampliar la ofer de Ruta Gelato y captar diferentes segmentos de clientes en el mercado.

Avances comerciales en Ventas

Estrategia de marketing mix

Producto

Variedad de sabores: Ofrecemos una amplia variedad de sabores para satisfacer las diferentes preferencias de los cliente Tenemos una línea saludable y una vegana, de igual forma implementamos sabores de temporada para crear curiosidad los clientes. De igual forma implementaremos una experiencia de degustación que destaca la experiencia sensorial que ofre todo nuestro menú de sabores, para que así los clientes puedan degustar la calidad y la diversidad de cada Gelato.

Productos exclusivos: Tenemos sabores exclusivos y limitados que son de la región como el arazá, macambo, copoaz jabuticaba, esto hace que se genere interés y novedad entre los clientes. Se organizan eventos especiales para lanzamiento de nuevos sabores exclusivos, y por las redes sociales las personas que no asistan pueden ver el evento des donde estén y esto es para generar más interés y cobertura.

Precio

Estrategia de paquetes y combos: Se crearán combos atractivos en los que se incluirán diferentes productos que ofrece empresa, a un precio especial para así fomentar las compras múltiples.

Programa de lealtad: Se implementará una tarjeta de fidelización en donde el cliente tendrá que acumular todos los sell mediante la compra de un Gelato y cuando termine se le recompensará con un Gelato totalmente gratis**.**

Plaza (Distribución)

Plataforma de pedidos en línea: Se emplea una plataforma de pedidos en línea para facilitar la entrega del domicilio.

Servicio móvil de Gelato en eventos: Se aplicará la posibilidad de vender los productos en eventos como fiestas matrimonios, eventos locales, para así llegar a más personas. Todo esto mediante un carrito especial para almacenar helad que se decora para que sea más llamativo y que este se convierta en un punto focal en estos eventos.

Paquetes Especiales para Eventos: Se ofrecerán paquetes especiales para eventos que incluyen personalización d sabores, opciones de presentación creativas y servicios de catering. Se publicitan estos paquetes a través de redes sociales.

Presencia en Ferias y Mercados Locales: Participó activamente en ferias locales y mercados de agricultores. Donde s montará un puesto atractivo que destaque el Gelato y se ofrecerán muestras para atraer a nuevos clientes.

Promoción

Marketing digital: Se organizan desafíos en redes sociales donde los clientes puedan proponer nuevos sabores o comparti sus combinaciones favoritas, con premio para los participantes.

Colaboraciones con influencers: Se considera trabajar con influencers locales para crear contenido atractivo y auténtico sobre los productos.

Legal:
Se describe el avance logrado a la fecha para la puesta en marcha del proyecto, en el aspecto legal:

Los avances legales de la empresa corresponden a la creación de unidad productiva, operando como persona natural registro único tributario.

A nivel de permisos y licencias RUTA GELATO cuenta con:

Permiso sanitario y certificado de manipulacion alimentos
Ruta gelato cuenta con estos permisos al dia, y a cada empleado se le garantiza una tarjeta de manipulación de alimentos incluso los empleados que no están en la línea de fabricación, ya que en atención al cliente también es necesario contar co el carnet de manipulación de alimentos.

Uso de suelo
Para el producto que Ruta Gelato desarrolla no se usa maquinaria de alto impacto, por lo que puede operar en cualquie huso horario y en cualquier zona, sea comercial o residencial, la maquinaria que se usa no emite ruidos ensordecedores tampoco movimientos que generan incomodidad a las viviendas o comercios aledaños. Esta solicitud se encuentra e trámite.

Cámara de comercio
Ruta Gelato está registrado en la cámara de comercio como persona natural, su razón social o nombre es RUTA GELATC está situado en el municipio de Ibagué en el departamento del Tolima, es un establecimiento de comercio y su estado e registro mercantil está activo desde el año 2018.

Registro de marca
Ya existe el registro de marca para Ruta Gelato, este proceso se culminó en el año en curso, se realizó para que la imagen receta de los productos que comercializa la empresa estén protegidos.

CIIU
Ruta Gelato pertenece al sector de productos lácteos el cual se identifica con el código CIIU 1040.
Sección C: Industrias manufactureras, las cuales son todas aquellas actividades donde se realiza una transformació química y física de los materiales
División 10: Elaboración de productos alimenticios.
Grupo 1040: La elaboración de helados, sorbetes y postres a base de leche
Producto: Alimento ultracongelado, lácteo solidificado producido por el congelamiento de una mezcla pasteurizada p agitación para incorporar aire.

Competencias blandas, Conocimiento del negocio, Barrera de imitación, Factores comerciales, Diferenciación, Factores financieros, Factores Técnicos, Factores normativos, Socio-económico, Capacidad de implementación, Tendencia del mercado, Mercado y tendencias de crecimiento, fortaleza de la competencia, Nivel de exigencia de la demanda, canales de distribución, venta directa, Comisiones comerciales, logística de la cadena de distribución, Condiciones de manejo, entrega y devolución de producto, mercado objetivo, persona jurídica, actividad económica, cliente, Consumidor, Gustos, Preferencias, Hábitos de consumo, empaque, etiqueta, imagen gráfica, condiciones de entrega, Recibo a satisfacción, posventa, Gestión de quejas y reclamos,
Comunicación posventa, Manejo de devoluciones, Medición de satisfacción del cliente, políticas de garantías, Competencia, grupo etario, nivel educativo, genero, profesión o actividad económica, Ubicación geográfica, Hábitos y preferencias de consumo, estrategia de promoción, modelo de negocio, experiencia comercial, marketing mix, venta de producto, promoción comercial, política de compras adquisiciones, Selección de proveedores, Localización, Plazo de entrega, Especificaciones de compra, Necesidades, imagen corporativa, logo, manual de imagen gráfica, registro de marca, posicionamiento de marca, Identificación de riesgo, plan de mitigación, alianza, impacto, medio ambiente, productividad, perfil del cliente consumidor, riesgos
técnicos, productos sustitutos, estrategia de precios y descuentos, oferta y demanda, costo – beneficio, comercialización, modelos organizativos, innovación, competitividad, rentabilidad, ingresos, política de compras adquisiciones, Perfil de cliente, Mercado objetivo, Grupos poblacionales, Características, Motivos de compra, Necesidad, Problemática: causas consecuencias, Ideación, Validación, Investigación de mercados, PIB, Consumo per cápita, Porcentaje de crecimiento, problemáticas sectoriales, Tendencias, Productos sustitutos y complementarios. Precio: definir precio y descripción de los productos y servicios que incluye. Logística y distribución: Canales de distribución, incluir pequeña descripción. Oferta de productos de la empresa, Producto o servicio en función del cliente, Propuesta de valor, Concepto de Negocio, Métodos de validación, Lean Canvas, Jobs to be done, Investigación de mercado, Motivaciones de compra, Propuesta de valor, experiencia previa en el aspecto comercial del emprendimiento, Competencias blandas, Competencias duras, Ficha Técnica, Cartas de intención de compra, Clientes, Grado de aceptación, Estrategia de comunicación, Estrategia de promoción, Estrategia de distribución, Estrategia de aprovisionamiento, Estrategia de precio, la empresa obtendrá ingresos, Sector, Bioseguridad, Sistema de Gestión y seguridad en el trabajo, Normatividad técnica sectorial, Política de privacidad, Registro de marca, Propiedad intelectual, Derechos de autor, Condiciones técnicas, Actividad, personas responsables, Elementos utilizados, duración de proceso, Capacidad instalada, Capacidad utilizada, Habilidades blandas: Liderazgo, responsabilidad.

2 - Ficha técnica

8. Elabore la ficha técnica para cada uno de los productos(Bienes o servicios) que componen su portafolio :

Nombre especifico	Nombre comercial	Unidad de medida	Descripción	Condiciones especiales	Composición	Otros
Gelato	Helado tipo gelato	100 gramos en vaso de 4 onzas 150 gramos, en vaso de 8 onzas o en cono	Es más cremoso y su sabor es más concentrado, su elaboración es con maquinarias italiana. Es un tipo de helado que tiene un porcentaje de grasa entre 4% y 9%, y un porcentaje de azúcar entre 4% y 12%. Tiene dos líneas la vegana y Linea ligth.	El producto debe ser almacenado a una temperatura de -20 grados centígrados, en un espacio donde no entre luz artificial o solar, si esto no se tiene en cuenta se puede incurrir a la pérdida total del producto.	Crema de leche Leche liquida entera Pulpa de fruta Azúcares Estabilizantes (Carragenina y Goma arabe) Saborizante	Características organolépticas El aroma y color depende del sabor Es un producto aceptado fácilmente ya que es un postre saludable Para producir una unidad de 100 gr de gelato se gastan 20 minutos Vida útil 1 mes en refrigeración adecuada
Parfait	Copa de cereal	vaso de 13 onzas y es por capas, granola, frutas Y gelato de yogurt griego	El Parfait se caracteriza por ser un postre saludable, sin grasas y sin azúcares, viene acompañado de frutas como el banano, los arándanos, las fresas y las uchuvas, de igual forma lleva Gelato de yogurt griego y granola.	Se debe comer lo más pronto posible o dejarlo en refrigeración, ya que lleva frutas y estas se pueden oxidar y el Gelato se puede derretir.	50 gramos de granola 3 fresas 1 banano 6 arándanos 3 uchuvas 150 gramos de Gelato de yogurt griego	Características organolépticas Tiene un aroma a yogurt con frutas Es blanco por el helado de yogurt y rojo por las fresas, amarillo por las uchuvas y el banano Tiene un toque dulce y frutal Vida útil de 2 horas, ya que la fruta se puede oxidar
Malteada	Malteada	vaso plástico de 13 onzas	La malteada se caracteriza por ser un batido de helado espeso y dulce, es como un helado que está derretido	La malteada se debe tomar espesa, es decir debe de ingerirse inmediatamente y si no es así almacenarlo en una temperatura de -10°.	La malteada se elabora con 250 gramos de Gelato y 100 gramos de leche.	Características organolépticas El aroma y sabor depende del sabor que se escoja Es soluble en agua o en leche Producto elaborado con materias primas de alta calidad 8 minutos para su preparación Vida útil de 24 horas si se refrigera
Frappe	Frappe Nevado	vaso plástico de 13 onzas	El frappe nevado se caracteriza por tener un sabor concentrado de café, pero al mismo tiempo un poco dulce, además de esto dentro del frappe va una porción de Gelato del sabor de preferencia del cliente.	El producto es un producto frío, por lo tanto debe ingerirse de inmediato o ser almacenado a una temperatura de -10°.	El frappe nevado contiene: 10 gramos de café ionizado 10 gramos de azúcar 20 mililitros de leche 100 gramos de Gelato 1 barquillo	Características organolépticas Tiene un aroma a café El color es café claro Es soluble Tiene un sabor fuerte a café y es un poco dulce Es aceptado a las personas El tiempo estimado de producción 5 minutos Vida útil de 12 horas
Brownie con helado	Brownie con helado	Plato de icopor, con una bolita de Gelato con el sabor que el cliente desee.	El brownie con helado se caracteriza por que el brownie esté caliente y hacer contraste con el Gelato, también es un postre dulce y muy delicioso.	Debido a que contiene Gelato se debe comer inmediatamente o almacenar a una temperatura de -10°.	El brownie con helado contiene: Brownie de 60 gramos 100 gramos de Gelato Galleta triturada Salsa de chocolate Barquillo.	Características organolépticas Tiene aroma a chocolate Color café debido al chocolate y la salsa de chocolate Sabe a chocolate Tiempo de producción de 5 minutos Vida útil de 24 horas si se refrigera

IV. ¿Cómo desarrollo mi solución?

1 - Ingreso y condiciones comerciales

9. ¿Cómo obtendrá ingresos? Describa la estrategia de generación de ingresos para su proyecto

La empresa obtendrá ingresos, mediante el desarrollo de las siguientes estrategias, teniendo en cuenta el estudio de mercado el resultado es un alto grado de aceptación, lo cual nos permite generar proyecciones de ventas.

La estrategia de comercialización se basa en el marketing mix de las cuatro P's "producto, plaza, promoción y precio", El análisis del marketing mix permitió generar protocolos para vender los productos a partir del análisis de la plaza. Los protocolos para establecer precios tuvieron en cuenta estudios de factores internos como: los costos, el trabajo, el capital, la calidad y la asociatividad, además del estudio de factores externos como: la competencia, las regulaciones que impone el Estado, las tendencias generales del mercado y el modo en que se modifican los gustos de los clientes. Los protocolos para utilizar canales de distribución se detallan en el modelo de distribución y cadena de valor y los protocolos para realizar promoción comercial se detallan en la estrategia de comunicación. A continuación se profundiza en cada una ellas:

Línea de productos:

GELATO: El gelato es un tipo de helado italiano que se caracteriza por tener menos grasa, menos aire y más sabor que el helado tradicional.

Productos sustitutos del gelato: Helado Tradicional, Los helados convencionales, como los de crema, también son una alternativa al gelato. Postres congelados bajos en calorías, Algunos postres congelados, como las paletas heladas o los

helados bajos en calorías, podrían considerarse como sustitutos del gelato, especialmente para quienes buscan opciones más saludables.

PARFAIT: Es un postre helado de origen francés, cuya principal característica es su textura y cremosidad, lleva una variedad de frutas y granola, es una opción saludable.
Producto sustitutos del Parfait: Açaí Bowl, Un açaí bowl es un tazón hecho con puré de açaí congelado como base, y se complementa con granola, frutas frescas como bayas, plátano y coco rallado. Es una alternativa popular y saludable al parfait. Chía Pudding, El chía pudding es una alternativa sin lácteos al parfait, hecho con semillas de chía remojadas en leche vegetal o agua, y se sirve con frutas frescas y otros toppings como nueces o coco rallado.

BROWNIE CON HELADO: El brownie con helado es uno de los postres más deliciosos y populares en todo el mundo. Esta dulce combinación de un bizcocho de chocolate jugoso y esponjoso con la cremosidad y frescura del helado es simplemente irresistible.
Productos sustitutos del brownie con helado: Tarta de Chocolate con Helado, Una alternativa similar al brownie, pero con una base de tarta de chocolate. Galletas con Helado, Otra opción popular es servir helado entre dos galletas suaves o cookies. Crepe con Helado, Un crepe fresco relleno de helado es una opción ligera y deliciosa que puede sustituir al brownie.

MALTEADAS: Es una bebida deliciosa y cremosa que combina nuestro gelato de alta calidad con ingredientes frescos y sabrosos. Utilizamos nuestro gelato italiano como base para la malteada. El gelato es más cremoso y denso que el helado tradicional, lo que le da a la malteada una textura suave e indulgente.
Productos sustitutos de las malteadas: Batidos de Helado, Similar a las malteadas, los batidos de helado utilizan helado tradicional en lugar de gelato. Smoothies de Frutas, Los smoothies son bebidas a base de frutas frescas, generalmente mezcladas con yogur o jugo.

FRAPPE NEVADO: Es una bebida de café fría elaborada y servida de forma especial, se realizan mezclando café con hielo picado, y suele ir acompañado de leche y azúcar.
Productos sustitutos del frappe nevado: Café Helado, Una opción similar al frappé de café es simplemente café helado, que es café fuerte enfriado con hielo. Smoothie de Café, Los smoothies de café son una alternativa refrescante al frappé de café. Se elaboran con café frío, hielo y a veces se añaden plátanos u otras frutas para darle un sabor suave y cremoso. Batido de Proteínas con Café, Para quienes buscan una opción más nutritiva, un batido de proteínas con café puede ser una alternativa excelente.

Estrategias de penetración al mercado

Estrategias de publicidad y mercadeo: la empresa realizará estrategias publicitarias como son: Publicidad en redes sociales y volantes/flyers.
Impacto: dar a conocer la empresa en el mercado, consecución de clientes y consumidores, aumento en el nivel de ventas y generación de ingresos operacionales.

Estrategias de ventas

Estrategias de tipo promocional: membresía de 2 helados dobles cada domingo, Tarjeta fidelización y juegos de mesa.

Impacto: dar a conocer la empresa en el mercado, consecución de clientes y consumidores, aumento en el nivel de ventas y generación de ingresos operacionales.

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN: $1’000.000

Estrategias de tipo promocional, para lograr crear un hábito de consumo, se requiere brindar algo más al cliente, es decir, si lo que se desea es vender, debemos brindar la oportunidad de ganar algo mientras se compra. Es allí donde entra el concurso CLIENTE FIEL RUTA GELATO, el cual busca devolverle al cliente un poco de lo que invierte:

Membresía de 2 helados dobles cada domingo durante todo 1 mes. Esta estrategía arrancaría el primer mes y buscaría un ganador para el mes siguiente, es decir, de los 12 meses del año, el primer mes no se da una membresía, dando así un total de 11 membresías. Dicho concurso se hará vía redes sociales e irá variando la temática, para el primer mes, la temática será de historias en instagram, para poder participar de una membresía, los consumidores deberán tomarse una foto en el establecimiento, etiquetar la pagina de Ruta Gelato y seguirla en redes sociales (facebook e instagram), al final del mes con la ayuda de una aplicación se escogerá un cliente al azar. En las temporadas de eventos (mes de la madre, halloween, día del niño) se harán concursos con publicaciones, siguiendo el mismo proceso, el consumidor toma una foto relacionada con la temporada en la que se encuentra, etiqueta a la página de Ruta Gelato y sigue a la empresa en sus redes sociales (facebook e instagram) y la sube como una publicación, ya que en este caso, el ganador no será al azar, sino aquel que haya obtenido más likes y cumpla con el requisito de seguir la pagina oficial tanto en facebook como

instagram. Para aquellos meses en los que no exista una temporada específica, la idea es crear una actividad que los clientes puedan seguir, puede ser un baile, o una foto divertida, o una pequeña historia dónde cuente su experiencia, la metodología sería la misma que se mencionó anteriormente, se hace una publicación con la actividad propuesta por la empresa, se etiqueta y sigue la página de RUTA GELATO y al final, la publicación con más likes (me gusta) será la ganadora.

Para esta estrategia de promoción se destinan 600.000 pesos colombianos, ya que al ganador se le obsequian dos gelatos dobles cada fin de semana durante un mes que serían 54.400 y son 11 meses, lo que en total nos daría un monto de 598.400 que aproximado sería $600.000.

IMPACTO ESPERADO: Con esta estrategía se busca visibilizar a RUTA GELATO entre los ibaguereños e impulsar el consumo de los productos que ofrece la empresa, logrando así impulsar las ventas y tener un nuevo punto de comercialización en la ciudad, para esto es importante realizar un esquema de seguimiento continuo.

Otra estrategia de promoción a emplear sería la de TARJETAS DE FIDELIZACIÓN, las cuales existirán durante la temporada fuerte la cual sucede durante las vacaciones escolares (diciembre, enero, junio, julio, semana de receso en octubre) el fin de estas tarjetas es premiar la fidelidad del cliente para con la empresa dando un helado sencillo completamente gratis al completar la compra de 10 productos (sin distinciones entre sencillos o dobles o cualquier otro producto) los cuales se irán marcando con un sello único de la empresa en la tarjeta que se entrega al cliente a la hora de comprar.

Para esta estrategia se destinan 400.000 pesos colombianos, ya que los consumidores no llenarían tan rápido las tarjetas de fidelización, es por eso que se decidió solo usar $400.000.
IMPACTO ESPERADO: Con esta estrategía se busca que el cliente sienta una satisfacción a la hora de comprar, ya que está siendo partícipe de un concurso cuya victoria recae sobre el mismo, impulsando así el consumo del cliente, para esto se seguirá un esquema de seguimiento continuo.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN = $600.000

En esta estrategía de comunicación, nos serviremos de múltiples medios de comunicación para poder difundir la existencia del nuevo punto de venta en la ciudad, interactuando con los consumidores desde las redes sociales (facebook e instagram), para esta estrategia se destinarán $400.000. Utilizando la publicidad que se puede postear en ellas, también se usará la distribución de publicidad tradicional (volantes/flyers) en lugares concurridos tales como ciclovía (solo domingos), centros comerciales, y lugares aledaños al punto físico, para esta estrategia se destinarán $200.000. Hay que tener en cuenta que esta estrategía de comunicación ayudará a dar auge a las estrategias de distribución previamente mencionadas. En conclusión, se usarán las redes sociales para viralizar publicaciones semanales en donde se hablará de los sabores expuestos en vitrina, los concursos de cliente fiel y ciertas experiencias de los consumidores (videos generales del lugar mientras hay clientes jugando o niños coloreando, SIN ENFOCAR ROSTROS) y se usará el método de volanteo para visibilizar la existencia del nuevo punto de comercialización; y en la empresa matriz se colgaran ciertos avisos para alertar a nuestro clientes actuales.

IMPACTO ESPERADO: Con esta estrategía se busca que tanto clientes nuevos como antiguos, se familiaricen con la existencia de un nuevo punto físico, también se busca viralizar las actividades que se pueden realizar en el establecimiento comercial y los concursos que promueve la empresa para aquellos clientes fieles.

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN = $700.000

La distribución a realizar en este caso se hará bajo un canal directo, es decir, enfocada desde el productor hacia el consumidor sin la necesidad de un intermediario. El presupuesto destinado para esta estrategia tiene como fin adecuar el punto físico en donde se venderán los productos de Ruta Gelato, para lograr que los clientes tengan una experiencia de disfrute que vaya más allá del consumo del producto. Esto quiere decir, que los gastos se verán enfocados en la adecuación de muebles, en la compra de juegos de mesa para los adultos (dominó, cartas, parques, jenga, ajedrez) y en la creación de una pequeña sección en dónde los niños puedan dibujar, pintar o colorear, según su imaginación les permita.

IMPACTO ESPERADO: La idea es lograr que el punto de venta sea algo más que un negocio común, es decir, se busca que el punto físico logre dar un impacto positivo en el cliente, reforzando la idea de que comer helado es algo más que compartir un alimento; es compartir un momento entre familia, amigos o pareja. Llegando a persuadir a los clientes de consumir nuestro producto, no solamente por la exquisitez del mismo, sino por la experiencia entretenida que brinda el punto físico.

Canales de distribución

Ya que Ruta gelato para su cadena de distribucion va a usar un canal directo, es decir sin la necesidad de un intermediario como restaurantes, tiendas minoristas, supermercados, etc; su logística de distribución es mucho más sencilla, se

identifican canales clave como: la logística de los canales de distribución, política de garantía, devolución del producto y condiciones de manejo:

Logística de los canales de distribución
Distribución directa desde la planta de producción hasta el punto de venta. Esto implica determinar los destinos de entrega, la secuencia de entrega y los horarios de distribución. De igual forma mantener un inventario adecuado de gelato en la planta de producción para satisfacer la demanda de los clientes. Realizar un seguimiento continuo a los niveles de existencias y gestionar los pedidos de reposición según sea necesario o según lo acordado. Se usará un vehículo de transporte adecuado para entregar el gelato directamente al punto de venta.
Se realizará análisis periódicos de los procesos de distribución directa para identificar oportunidades de mejora y optimización.

Politica de garantia

La Calidad de productos, helados hechos con ingredientes de excelente calidad y siguiendo los estándares de higiene y seguridad alimentaria. Personal capacitado para brindar un servicio amable.

Política de devolución del producto

Cometer un error en el pedido corregir con la reposición del pedido. Las reclamaciones por errores en el pedido deben presentarse inmediatamente después de recibir el pedido.

Condiciones de manejo: El gelato se sirve mejor a -12°C, mientras que el helado se conserva en congeladores a -18°C.

ESTRATEGIA DE PRECIOS

La empresa manejo el siguiente protocolo para establecer precio:

Los precios que maneja actualmente Ruta Gelato están directamente relacionados con el costo de producción, sin embargo también se usan diferentes estrategias, como por ejemplo el Gelato de 100 gramos cuesta $6.000 y el gelato de 150 gramos cuesta $7.800, la diferencia entre estos dos precios es mínima y los clientes van a preferir pagar esa diferencia por un sabor adicional, obteniendo así es precio que deseamos, sin que el cliente perciba que es algo costoso.

Proyección de ventas y justificación:

RUTA GELATO, realizó su proyección de ventas teniendo en cuenta la validación de mercado por más de 6 años en el mercado y teniendo en cuenta la demanda de bienes que tiene la empresa.

Es así, que se determinaron para el primer año ventas por 10 meses teniendo en cuenta un periodo preoperativo o improductivo de 2 meses.

Para determinar las ventas se realizó un ejercicio de estacionalidad, identificando los meses de mayor demanda y ventas.

ESTRATEGIA DE SERVICIO

Garantía

Ruta Gelato es una empresa que se preocupa por sus clientes, es por esto mismo que existe una política de garantía de ventas, si el cliente expresa que el producto que adquirió esta defectuoso, por ejemplo si el cono está partido o en mal estado, o que se presenten averías en el gelato por prácticas de manipulación indebidas.

Horarios de Atención

Ruta Gelato tiene sus puertas abiertas los siete días de la semana, entre semana se da inicio a la jornada desde las 12:30 pm y se cierra a las 8:30 pm y los fines de semana se da inicio un poco más temprano, desde las 10:30 am hasta las 9 de la noche.

Gestión de quejas y reclamos

Ruta Gelato siempre está dispuesto a mejorar y seguir creciendo, es por esto que siempre es bien recibido las quejas, opiniones o reclamos de los clientes, porque así mismo la empresa puede saber en qué está fallando y solucionar ese problema, los clientes que estén inconformes con el servicio o el producto pueden acercarse a un punto físico de la empresa y hablar con la persona que esté a cargo en ese momento o puede dejar una reseña en nuestras redes sociales, como instagram o facebook. Estos serán respondidos por la gerente en un término de 10 días.

Manejo de devoluciones

Ruta Gelato es una empresa que ofrece productos que se venden en un punto físico, es decir que si algún producto no cumple con las expectativas del cliente y con las características que la empresa ofrece, el cliente tiene dos opciones, la primera es que se le devuelve la totalidad del dinero con el que adquirió el producto o la segunda es que puede adquirir otro producto pero sin ningún costo adicional.

Medicion de la satisfaccion del cliente

Para el seguimiento y mejoramiento continuo, dentro de las políticas de Ruta Gelato se evaluará la satisfacción de cliente de dos maneras mediante encuesta física antes de la salida de las instalaciones la cual evaluará los diferentes aspectos del producto y se recibirán las sugerencias, adicional a esto se monitoreara por medio de las diferentes plataformas digitales las calificaciones y comentarios que dejan los clientes después de la visita lo que permitirá tomar decisiones de mejora frente al producto ofrecido.

Comunicación postventas

Para Ruta Gelato es muy importante tener una comunicación cercana con sus clientes, es por eso que para crear lazos más fuertes con ellos implementa las encuestas de satisfacción tras cada compra, esto se hace a través de la factura, que es una factura sistema POS, en la cual se le hace una pequeña encuesta de selección múltiple para que el consumidor la llene rápidamente y la devuelva. Con esto podremos saber qué opinan nuestros clientes de los productos, su calidad y si tienen quejas por la atención etc

Se remitirá información por canales autorizados por los clientes, de promociones especiales y eventos especiales.

Monitoreo de productos sustitutos

Para el monitoreo de productos sustitutos Ruta Gelato realizará un sondeo de investigación de la competencia para así poder saber que productos nuevos hay, cuales son las nuevas tendencias, que productos innovadores tienen; y este sondeo se llevará a cabo cada 6 meses, ya que es un tiempo que no es tan prolongado, sin embargo es un tiempo donde la competencia puede sacar productos nuevos al mercado.

Estrategia de aprovisionamiento

Optimizar la logística de aprovisionamiento para minimizar costos de transporte y reducir el tiempo de entrega.

La Identificación de proveedores locales que puedan suministrar ingredientes clave para la producción de helados. Mantener un stock de seguridad de ingredientes clave para prevenir casos inesperados.

Trabajar con proveedores locales, esto puede apoyar la economía local y reducir los costos de transporte.

Con respecto a los procesos de compra con Fondo Emprender se realizará un contrato de suministros, se solicitará al proveedor la factura, cuenta bancaria y RUT. Para la solicitud de avances se anexará tres cotizaciones, Rut del proveedor elegido y contrato de suministro.

Localización de proveedores: Ibagué Tolima.

Plazos de pago: Contra entrega

Especificaciones de la compra: Garantía de producto fresco y según aplique con cadena de frío.

Plazo de entrega: Entre 1 y 5 días.

De igual forma, para el aprovisionamiento de cada una de las materias primas, se tendrá en cuenta el decreto 3075 de 1997 BUENAS PRÁCTICAS DE MANIPULACIÓN.

Protocolo para la venta del producto

Saludar cordialmente a los clientes al acercarse a la gelateria y darle la bienvenida a nuestro establecimiento.

Ofrecer muestras gratuitas de Gelato a los clientes para que prueben diferentes sabores y encuentren sus favoritos.

Proporcionar información detallada sobre los sabores disponibles, incluyendo ingredientes principales y características especiales (como opciones veganas o endulzadas con Stevia).

Informar a los clientes sobre los tamaños disponibles de porción de gelato y ayudarles a seleccionar la cantidad adecuada según sus preferencias y necesidades.

Explicar las opciones de servicio disponibles, como servir el gelato en conos, tarrinas o copas, y ofrecer toppings y complementos adicionales si es necesario.

Confirmar el pedido del cliente, incluyendo el tamaño de la porción y los sabores seleccionados, para garantizar la precisión de la solicitud.

Proceder al proceso de pago de manera rápida y eficiente, ofreciendo opciones de pago convenientes, como efectivo o pago móvil.

Agradecer a los clientes por su compra y desearles una experiencia agradable con su gelato. Despedirlos cordialmente y animarlos a que regresen pronto.

Este protocolo de la venta del producto garantiza un servicio al cliente de alta calidad y una experiencia satisfactoria para los clientes durante el proceso de venta de gelato en la gelateria. Se puede adaptar según las necesidades específicas del negocio y las preferencias de los clientes.

Protocolo para establecer precios

Realizar un análisis detallado de los costos asociados con la producción del gelato, incluyendo ingredientes, mano de obra, alquiler de local, costos de operación y cualquier otro gasto relacionado

Determinar el margen de ganancia deseado para el gelato, teniendo en cuenta los costos y la competitividad del mercado.

Realizar una investigación de mercado para conocer los precios que otras gelaterias y establecimientos similares están cobrando por productos comparables. Esto proporcionará una referencia para establecer precios competitivos.

Evaluar el valor percibido del gelato por parte de los clientes, considerando factores como la calidad, la presentación, la variedad de sabores y la experiencia general de compra en la gelatería.

Considerar la posibilidad de segmentar los precios del gelato según factores como el tamaño de la porción, la calidad de los ingredientes o la exclusividad de ciertos sabores, para adaptarse a diferentes segmentos de clientes.

Basándose en los análisis anteriores, establecer estrategias de precios claras y coherentes para cada producto de gelato y tamaño de porción. Esto puede incluir precios individuales para conos, tarrinas, copas, así como precios especiales para combos o promociones.

Revisar regularmente los precios del gelato para asegurarse de que sigan siendo competitivos y rentables en el mercado. Realizar ajustes según sea necesario para reflejar cambios en los costos, demanda del mercado o estrategias de marketing.

Este protocolo garantiza que los precios del gelato sean justos, competitivos y rentables para el negocio, al tiempo que se satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes. Una vez se realicen estas actividades se procederá a aplicar la fórmula de precios, la cual es el costo dividido entre 1 menos el porcentaje de ganancia.

Protocolo para canales de distribución

Listado del pedido según orden del cliente
Preparación del pedido y llevado a la mesa o entregado para el domicilio si fue solicitado para consumo en casa.
Consumo del producto

Protocolo para promoción comercial

Para la promoción de los productos se tienen identificadas las siguientes estrategias:

Análisis del Mercado y Público Objetivo y se diseñaron estrategias de promoción efectivas que resuenen con el público objetivo, utilizando una combinación de publicidad en línea y fuera de línea, marketing en redes sociales, eventos locales, colaboraciones con empresas afines, entre otros.

Se desarrollaron materiales promocionales atractivos y llamativos, como contenido para redes sociales, volantes y flyers, tarjetas de fidelización, membresías y juegos de mesa.

Este protocolo proporciona un marco integral para la promoción comercial del gelato, ayudando a aumentar la conciencia de la marca, impulsar las ventas y construir relaciones sólidas con los clientes.

10. Describa las condiciones comerciales que aplican para el portafolio de sus productos:

Cliente	Volúmenes y Frecuencia	Características Compra	Sitio de Compra	Forma de Pago	Precio	Requisitos Post-Venta	Garantías	Margen de Comercialización

Adultos mayores de 65 años	Los volúmenes de compra oscilan entre: Gelato un sabor en cono o vaso: 95 Gelato dos sabores en cono o vaso:190 Malteada:9 Brownie con helado: 2 Frappe:13 Parfait:17	Gelato con receta italiana Producto fresco Sabores de alta calidad y de la región Producto saludable Una oferta amplia de sabores El empaque para el Gelato de 100 gramos y 150 gramos es en vaso de cartón blanco de 4 onzas y 8 onzas respectivamente	Ruta Gelato se compromete a entregar el producto en los puntos de venta, en mercacentro 10 vía el poblado y el nuevo punto de venta.	El pago del producto se genera de forma inmediata con el cliente, puede ser en efectivo, por transferencia nequi o daviplata.	$ 6,800.00	Se efectuará cambio del producto en caso que se presenten averías del alimento por manipulación indebida.	Aplicación BPM (Buenas prácticas de manufactura). Inocuidad de los alimentos. Almacenar el producto en un ambiente oscuro y temperatura oscile entre los -18 y -20 grados centígrados. Lejos de olores fuertes y de vibraciones fuertes Vida util 30 dias	No aplica
Deportistas o personas que tienen hábitos saludables	Los volúmenes de compra oscilan entre: Gelato un sabor en cono o vaso: 100 Semanalmente Gelato dos sabores en cono o vaso:260 Semanalmente Malteada:10 Semanalmente Brownie con helado: 5 Semanalmente Frappe:6 Semanalmente Parfait:19 Semanalmente	Gelato con receta italiana Producto fresco Sabores de alta calidad y de la región Producto saludable Una oferta amplia de sabores El empaque para el Gelato de 100 gramos y 150 gramos es en vaso de cartón blanco de 4 onzas y 8 onzas respectivamente	Ruta Gelato se compromete a entregar el producto en los puntos de venta, en mercacentro 10 vía el poblado y el nuevo punto de venta.	El pago del producto se genera de forma inmediata con el cliente, puede ser en efectivo, por transferencia nequi o daviplata.	$ 6,800.00	Se efectuará cambio del producto en caso que se presenten averías del alimento por manipulación indebida	Aplicación BPM (Buenas prácticas de manufactura) Inocuidad de los alimentos Almacenar el producto en un ambiente oscuro y temperatura oscile entre los -18 y -20 grados centígrados. Lejos de olores fuertes y de vibraciones fuertes Vida util 30 dias	No aplica
Familias	Los volúmenes de compra oscilan entre: Gelato un sabor en cono o vaso: 170 Semanalmente Gelato dos sabores en cono o vaso:216 Semanalmente Malteada:15 Semanalmente Brownie con helado: 10 Semanalmente Frappe:20 Semanalmente Parfait:21 Semanalmente	Gelato con receta italiana Producto fresco Sabores de alta calidad y de la región Producto saludable Una oferta amplia de sabores El empaque para el Gelato de 100 gramos y 150 gramos es en vaso de cartón blanco de 4 onzas y 8 onzas respectivamente	Ruta Gelato se compromete a entregar el producto en el punto de venta, en mercacentro 10 vía el poblado y el nuevo punto de comercializaci ón	El pago del producto se genera de forma inmediata con el cliente, puede ser en efectivo, por transferencia nequi o daviplata	$ 6,800.00	Se efectuará cambio del producto en caso que se presenten averías del alimento por manipulación indebida.	Aplicación BPM (Buenas prácticas de manufactura) Inocuidad de los alimentos Almacenar el producto en un ambiente oscuro y temperatura oscile entre los -18 y -20 grados centígrados. Lejos de olores fuertes y de vibraciones fuertes Vida útil 30 dias	No aplica

2 - Proyección

11. Realice la proyección de cantidades y precios de venta (mensual). Justifique los resultados y señala la forma de pago:

Listado de productos

Nombre de Producto	Unidad de medida	Forma de pago	Justificacion	Iva
Gelato	100 gramos en vaso de 4 onzas 150 gramos, en vaso de 8 onzas o en cono	Contado	De acuerdo al comportamiento del mercado	0

Parfait	vaso de 13 onzas y es por capas, granola, frutas Y gelato de yogurt griego	Contado	De acuerdo al comportamiento del mercado	0
Malteada	vaso plástico de 13 onzas	Contado	De acuerdo al comportamiento del mercado	0
Frappe	vaso plástico de 13 onzas	Contado	De acuerdo al comportamiento del mercado	0
Brownie con helado	Plato de icopor, con una bolita de Gelato con el sabor que el cliente desee.	Contado	De acuerdo al comportamiento del mercado	0

Ingresos por ventas

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gelato	$ 27,000,000	$ 36,300,000	$ 47,190,000	$ 63,888,000	$ 72,037,000
Parfait	$ 33,600,000	$ 42,240,000	$ 65,340,000	$ 87,846,000	$ 105,414,000
Malteada	$ 18,000,000	$ 39,600,000	$ 50,820,000	$ 71,874,000	$ 96,629,500
Frappe	$ 5,250,000	$ 19,635,000	$ 25,410,000	$ 34,937,500	$ 46,119,000
Brownie con helado	$ 9,500,000	$ 17,765,000	$ 28,737,500	$ 37,935,000	$ 48,681,500
Total	**$ 93,350,000**	**$ 155,540,000**	**$ 217,497,500**	**$ 296,480,500**	**$ 368,881,000**
Iva	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Total mas Iva	**$ 93,350,000**	**$ 155,540,000**	**$ 217,497,500**	**$ 296,480,500**	**$ 368,881,000**

3 - Normatividad y condiciones técnicas

12. Describa la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido anteriormente: Identificación de la norma, procesos, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad.

Normatividad empresarial (constitución empresa):

Normatividad empresarial (constitución empresa):

La razón social de la empresa sería RUTA GELATO se constituirá como Persona Jurídica bajo la forma de Sociedad por Acciones Simplificadas y como Representante Legal estará Catalina Bermudez Cardenas, emprendedora proponente del proyecto. Esta figura jurídica favorece el desarrollo del proyecto, en virtud de los múltiples beneficios para su constitución y en general para su funcionamiento. Aspectos que deberán tenerse en cuenta:

Nombre del establecimiento de Comercio: La empresa se llamará RUTA GELATO el código CIIU asociado será 1040 con la actividad de elaboración de productos lácteos .

Uso de suelos: El proyecto se ejecuta en Ibagué, municipio de Tolima, Departamento del Tolima .

El predio en el cual se ejecuta el proyecto está previsto que se ubicará en la comuna 1, en el extremo occidental de la ciudad, se pensó en este lugar ya que es un lugar muy concurrido, y donde se puede abarcar un porcentaje grande de la segmentación que se estudió anteriormente.

Pasos para el proceso de Registro Mercantil Inscripción en el Registro Único Tributario (RUT), Asignación de Número de Identificación Tributaria (NIT):

En el Rut aparecen todas las responsabilidades del contribuyente. Este procedimiento se puede realizar directamente en la Cámara de Comercio.

Elaboración de Documento de Constitución (Personas Jurídicas): Se deberá elaborar los estatutos para figura jurídica de Sociedades por Acciones Simplificadas Solicitud autorización para la numeración de Facturación.

Firma Digital: Mecanismo electrónico dispuesto por la Dian para la presentación virtual de las declaraciones con certificación y firma digital.

Registro de Libros Oficiales: Se debe registrar el Libro de Socios y de Actas. Este procedimiento se realiza ante Cámara de Comercio para los libros que aplique.

El registro del libro de actas y socios se realiza ante la Cámara de Comercio.

Registro de empleados en una A.R.L. (Administradora de Riesgos Laborales): Diligenciar el formulario de registro.

Registro de empleados en una EPS (Empresa Promotora de Servicios de Salud): Diligenciar el formulario de registro.

Registro de empleados en el fondo de pensiones: Diligenciar el formulario de registro.

Abrir una cuenta bancaria: Se debe contar con certificado de Cámara de Comercio, cédula del Representante Legal y de la persona autorizada para manejarla. Se realiza ante el banco seleccionado.

Costo Impuesto de Registro Es importante resaltar que la nueva ley de emprendimiento 2029 de 2020, fija tarifas entres el 0.1% y el 0.3%.

Dentro de los gastos administrativos de la empresa, se presupuestan en $580.000 para el proceso de registro de la matrícula mercantil, no incluidos en el plan de inversión ya que es rubro no financiable. Ante la Cámara de Comercio de Ibagué el proceso de legalización de la empresa (proceso descrito anteriormente) puede tener una duración de 10 a 15 días.

Requisitos Establecimiento de Comercio

Matricula Mercantil Uso de Suelos: De acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial y la reglamentación específica del municipio, se cuenta con el certificado de Uso de suelo emitido por la Oficina de Planeación.

Concepto técnico de seguridad humana y protección contra incendios: Este es expedido por el Cuerpo Oficial de Bomberos y busca asegurar el cumplimiento de los temas de seguridad humana y sistemas de protección contra incendios.

Inscripción en el RUT. Los comerciantes deben estar inscritos en el RUT (Registro Único Tributario). Dentro de las leyes y normatividad que regulan la actividad empresarial en Colombia y sobre las cuales se regirá la actividad de la empresa, están:

Ley 2060 de 2020: Por medio de la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia. Regula aspectos como tarifas del impuesto de registro, establecimiento del seguro MiPymes, acceso al financiamiento, fomento de redes ángeles inversionistas, líneas de crédito generadas por Innpulsa, entre otros aspectos relacionados con el emprendimiento y el empresarismo en Colombia.

Ley 1429 de 2010: Ley de formalización y generación de primer empleo. La presente ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse. Los beneficios directos de esta ley corresponden a pagos descuentos progresivos en los pagos de caja de compensación, aportes a Sena y a ICBF, pago de impuesto de renta y costo de la matrícula mercantil.

Ley 1673 del 2013: Por la cual se promueve el acceso al crédito y se dictan normas sobre garantías mobiliarias. Las normas contenidas en la presente ley tienen como propósito incrementar el acceso al crédito mediante la ampliación de bienes, derechos o acciones que pueden ser objeto de garantía mobiliaria simplificando la constitución, oponibilidad, prelación y ejecución de las mismas.

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

Ley 1780 de 2016: La presente Ley tiene por objeto impulsar la generación de empleo para los jóvenes entre 18 y 28 años de edad, sentando las bases institucionales para el diseño y ejecución de políticas de empleo, emprendimiento y la creación de nuevas empresas jóvenes, junto con la promoción de mecanismos que impacten positivamente en la vinculación laboral con enfoque diferencial para este grupo poblacional en Colombia.

Decreto 410 de 1971: Decreto por el cual se expide el Código de Comercio, a través del cual se rigen todas las personas que ejercen el comercio. Como obligaciones de los comerciantes en la norma se estipula:

Habeas Data Esta ley se basa en la protección de datos personales por medio de la implementación de un manual de políticas que enseña al empresario el uso adecuado de estos datos. Únicamente aplica para las personas naturales que maneje la compañía. Esta norma aplica para todas las empresas y es regulada por la Superintendencia de Industria y Comercio.

DECRETO 1072 DE 2015 La empresa RUTA GELATO; realizará el manual de seguridad industrial de acuerdo al decreto 1072 de 2015, el cual manifiesta que a partir de 1 de junio de 2017 las empresas deben cumplir con este requisito. En las proyecciones financieras en el año 1 en gastos administrativos se realiza el cálculo por valor de $1.100.000 pesos y en los años posteriores se realiza el cálculo de la actualización.

Normatividad tributaria:

Normatividad tributaria:

La empresa se constituirá como Persona Jurídica, RESPONSABLE DEL IVA (Régimen común) ante Cámara de Comercio, por ende, deberá cumplir obligaciones del régimen común. Obligaciones de personas jurídicas (Régimen Común) Los responsables del régimen común tienen una serie de responsabilidades y obligaciones, estas son:

Inscribirse en el RUT previamente al inicio de la actividad económica: Proceso que deberá llevarse a cabo ante la DIAN agendando cita a través de la línea nacional gratuita o a través de internet. El mismo día del trámite se le asigna el NIT de la empresa.

Solicitar autorización de la numeración de facturación ante la DIAN: Trámite que se realiza ante la DIAN sin costo alguno y se tramita el mismo día de la cita.

Expedir factura digital o documento equivalente, con todos los requisitos de Ley: Se emitirá factura de venta con todos los requisitos y respectiva resolución de facturación emitida por parte de la DIAN. Expedir el documento equivalente a la factura cuando el responsable del régimen común adquiera bienes y/o servicios a comerciantes o personas naturales inscritas en el régimen simplificado.

Presentar la declaración bimestral (según periodicidad indicada) del impuesto sobre las ventas, aun cuando no hubiere percibido ingresos gravados en el período, y mientras no informe el cese de actividades.

Presentar la declaración de renta y complementarios. Actuar como agente de retención cuando cumpla los requisitos de Ley. Informar el cese de actividades, o en su defecto seguir declarando el IVA bimestralmente. Los comerciantes y demás, deben llevar libros de contabilidad registrados ante la Cámara de Comercio (Libro de actas y de socios).

Llevar un registro auxiliar de ventas y compras; y una cuenta mayor y de balance.

Obligación de exigir el RUT. Para contratar cualquier obra, servicio o compra de bienes o servicios, así sea por caja menor, se debe exigir al proveedor que informe por escrito el RUT (Régimen simplificado), o expedir la factura legal (Régimen común).

Obligaciones tributarias Las obligaciones formales son seis básicamente: Inscribirse y actualizar la información contenida en el Registro Único Tributario – RUT Informar la actividad económica desarrollada y la dirección en el RUT, y actualizar la información de los datos cada vez que se produzcan cambios y sea necesario registrarlos en el RUT. Esto tiene por objeto permitir la identificación, ubicación y clasificación del contribuyente.

Presentar declaración de renta. Certificar las retenciones en la fuente hechas por concepto del impuesto sobre la renta. Informar y atender los requerimientos de la Administración de Impuestos. Exigir por la compra de bienes y servicios, las facturas o documentos equivalentes, que soportan las operaciones realizadas, sin perjuicio de expedir el documento soporte de las operaciones cuando se realicen con personas no obligadas a expedir facturas.

Las obligaciones sustanciales hacen referencia a cumplir con el deber de liquidar y pagar el impuesto que les corresponda, o de efectuar las retenciones en caso de ser agentes de retención. RUTA GELATO, tiene la obligación de liquidar y presentar los siguientes impuestos:

Impuesto de Renta: Impuesto del orden Nacional que se debe liquidar anual. La Dian establece cada año un calendario tributario para presentar la declaración y realizar los pagos, con fechas que dependen de los dos últimos dígitos de su Número de Identificación Tributaria, sin el digito de verificación, y del tipo de contribuyente que debe declarar. Estas tablas, para Personas Naturales y Sucesiones Ilíquidas, y la de Personas Jurídicas y demás Contribuyentes, aparecen publicadas en la página Web de la entidad: www.dian.gov.co.

El impuesto sobre la renta es un tributo directo de carácter nacional, que grava los ingresos ordinarios y extraordinarios obtenidos en el año o período gravable, que sean susceptibles de producir un incremento neto en el patrimonio del contribuyente.

Retención en la Fuente: la empresa está obligada igualmente a practicar retención sobre aquellas compras cuyos topes superen las respectivas tablas de retención aplicando las tarifas según corresponda. Para esta liquidación y la liquidación de todos los impuestos a los que haya lugar, se contará con la asesoría por parte del contador de la empresa quien será vinculado a través de la modalidad de prestación de servicios.

Impuesto de Industria y Comercio: Impuesto del orden municipal cuya base gravable corresponde a los ingresos brutos generados en el periodo determinado. El Impuesto de Industria y Comercio debe presentarse de forma anual ante la Alcaldía Municipal. De acuerdo a lo consultado, según las actividades del proyecto, se tienen las siguientes tarifas: Código CIIU 1040 , tarifa de 3,5 x 1.000 Contribución Parafiscal:

Impuesto a las Ventas IVA: Corresponde a un impuesto del orden nacional que según la reforma tributaria se deberá declarar de manera bimestral, no están obligados a presentarla los contribuyentes que pertenezcan al régimen simplificado, así como los del régimen común durante aquellos períodos en que no hayan efectuado operaciones sometidas a IVA, ni operaciones que den lugar a impuestos descontables, ajustes o deducciones. La producción y comercialización de helados ofertados por la empresa RUTA GELATO, se encuentran gravados a una tarifa del 19%. Para las proyecciones de venta se tuvieron en cuenta precios de venta antes de IVA con el fin de estimar la viabilidad financiera del proyecto teniendo como base los precios una vez descontado el IVA ya que este rubro corresponde a una obligación que deberá ser declarada ante la DIAN.

Ley 1819 de 29 de diciembre 2016: Por medio de la cual se adopta una Reforma Tributaria estructural, se fortalecen los mecanismos para la lucha contra la evasión y la elusión fiscal, y se dictan otras disposiciones.

Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos):

La normatividad técnica del proyecto RUTA GELATO es la siguiente:

Bomberos:
El Concepto Técnico de Bomberos es la apreciación técnica emitida por el Cuerpo Oficial de Bomberos, a través de la cual se revisan las condiciones de seguridad humana, riesgos de incendio, materiales peligrosos y sistemas de protección contra incendios que se presentan en un inmueble en el cual funciona o funcionará un establecimiento comercial.

Certificado de Uso de suelos:
Para la operación de la empresa, se debe tener el Certificado de Uso de suelos ante la Oficina de Planeación Municipal con el fin de verificar el uso permitidos del predio, de conformidad con las normas urbanísticas del plan de ordenamiento territorial y los instrumentos que lo desarrollen. La empresa ya cuenta con el uso del suelo de acuerdo al inmueble seleccionado por la
emprendedora.

Concepto Sanitario:
Visita de un inspector de la Secretaria de Salud Municipal, con el fin de verificar la seguridad de las instalaciones y el nivel de sanidad del establecimiento y trabajadores en cuanto a la manipulación de los alimentos. Esto se hace con el propósito de adquirir la licencia sanitaria para el funcionamiento de la empresa.
Para la visita se requiere del manual de saneamiento básico, carnet de manipulación de alimentos de los empleados, formatos diligenciados de higiene y desinfección de las materias primas, maquinarias, equipos y utensilios, certificaciones de fumigación, formato de manejo de basuras y formato de lavado de tanques para conservar el agua potable. Frente al manual de
saneamiento este se realizará una vez la empresa se encuentre en marcha.

Implementación de seguridad Industrial:
La empresa implementará medidas de prevención de incendios, como la instalación de extintores y sistemas de ventilación adecuados. Así mismo se capacitará a los empleados sobre cómo actuar en caso de incendio y realizar simulacros periódicos. Así mismo, contar con los elementos de protección requerida por la norma para cada empleado contar con señalizadores, botiquín y camilla.

Sistema de seguridad en el Trabajo SST:
dentro de sus políticas administrativas contará con el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en elTrabajo (SG-SST), la cual empieza a regir a partir de junio de 2017, donde el Ministerio del Trabajo podrá verificar en cualquier momento el cumplimiento de las normas vigentes en riesgos laborales a los empleadores o contratantes y la implementación del Sistema de Gestión de
la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) en sus diferentes fases.

Sistema de gestión en seguridad y salud ocupacional.

Esta norma específica los requisitos para un sistema de gestión en seguridad y salud ocupacional (S y SO) para hacer posible que una organización controle sus riesgos y mejore su desempeño en este sentido. No establece criterios de desempeño de s y so determinados, ni incluye especificaciones detalladas para el diseño de un sistema de gestión. Se implementa el siguiente plan de seguridad industrial:

Según la normatividad vigente el Decreto 1072 de 2015, mediante la resolución 1111 de estándares mínimos, se busca implementar en la empresa RUTA GELATO el diseño y valoración de programas e implementación del SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO SG-SST.

Es una norma que compila las disposiciones de naturaleza reglamentaria relativas al Sector Trabajo, es importante precisar que en este Decreto no se encuentran compiladas leyes, resoluciones o circulares.

El Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo debe ser implementado por todos los empleadores públicos y privados, los contratantes de personal bajo modalidad de contrato civil, comercial o administrativo, las organizaciones de economía solidaria y del sector cooperativo, las empresas de servicios temporales y tener cobertura sobre los trabajadores dependientes, contratistas, trabajadores cooperados y los trabajadores en misión.

En primera medida el artículo 2.2.4.6.4 del Decreto 1072 de 2015 establece que el SG-SST debe ser liderado e implementado por el empleador o contratante, con la participación de los trabajadores y/o contratistas.

Así mismo el 2.2.4.6.8 del Decreto 1072 de 2015 establece las obligaciones de los empleadores, entre ellas la protección de la seguridad y la salud de los trabajadores acorde con lo establecido en la normatividad vigente. Es importante resaltar que el numeral 2, del mismo artículo, menciona que se deben asignar, documentar, y comunicar las responsabilidades específicas en SST a todos los niveles de la organización incluida la alta dirección y el numeral 10 establece que debe garantizarse la disponibilidad de personal responsable de la SST.

Por último se debe tener en cuenta que el artículo 2.2.4.6.10 del Decreto 1072 de 2015, establece responsabilidades de los trabajadores, frente a la seguridad y salud en el trabajo.

Todos los empleadores públicos y privados, los contratantes de personal bajo cualquier modalidad de contrato civil, comercial o administrativo, organizaciones de economía solidaria y del sector cooperativo, así como las empresas servicios temporales, deberán sustituir el Programa de Salud Ocupacional por el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) a más tardar el 31 de enero de 2017 y el decreto 052 del 12 de enero 2017 donde amplió el plazo al 1 de junio del 2017, Y en este momento la resolución 1111 e implementación por fases.

Aplica a cualquier tipo de empresa ya sea pública o privada, los contratantes de personal bajo la modalidad de contrato civil, comercial o administrativo, las organizaciones de economía solidaria, sector cooperativo y las empresas de servicios temporales. Debe tener cobertura sobre los trabajadores dependientes, contratistas, trabajadores cooperados y trabajadores en misión de conformidad al artículo 2.2.4.6.1 del Decreto 1072 de 2015.

El incumplimiento de los Sistemas de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo, las normas en salud ocupacional y aquellas obligaciones propias del empleador, previstas en el Sistema General de Riesgos Laborales, acarreará multa de hasta quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes, graduales de acuerdo a la gravedad de la infracción (Art 13 - Ley 1562 de 2012)

En caso de reincidencia en tales conductas o por incumplimiento de los correctivos que deban adoptarse, formulados por la Entidad Administradora de Riesgos Laborales o el Ministerio de Trabajo debidamente demostrados, se podrá ordenar la suspensión de actividades hasta por un término de ciento veinte (120) días o cierre definitivo de la empresa (Art 13 - Ley 1562 de 2012).

Normas tecnicas sectoriales

La Norma Técnica Colombiana (NTC) 1239 establece los requisitos que deben cumplir los helados y las mezclas para helados en Colombia. A continuación, te proporciono información relevante sobre esta norma:

DECRETO NUMERO 3249 DE 2006

Se reglamenta la fabricación, comercialización, envase, rotulado o etiquetado, régimen de registro sanitario, de control de calidad, de vigilancia sanitaria y control sanitario de los suplementos dietarios.

Norma técnica NTS- USNA Sectorial Colombiana 002 "Servicio De Alimentos Y Bebidas De Acuerdo Con Estándares Técnicos¨: Esta norma establece los estándares técnicos para servir alimentos y bebidas.

Norma sectorial NTS- USNA Sectorial Colombiana 007: requisitos para la recepción de las materias primas, requisitos sanitarios para los manipuladores de alimentos, requisitos para la manipulación de alimentos, requisitos para la limpieza e higiene de instalaciones, equipos, menaje, lencería y utensilios.

LEY 9 DE 1979

Todo establecimiento debe cumplir con las condiciones sanitarias. Esta ley estipula que las personas naturales o jurídicas que ejercen actividades en torno a los alimentos como su fabricación, procesamiento, distribución y comercialización, deben también cumplir con los requisitos sanitarios establecidos en la Resolución 2674 de 2013. Esta norma alude específicamente en el capítulo VIII a las condiciones sanitarias que deben cumplir los restaurantes y establecimientos gastronómicos (Congreso de Colombia, 1979).
De igual forma, la empresa dará cumplimiento con los permisos de licencia sanitaria otorgados por la Secretaría de Salud y las normas técnicas sectoriales.
Se tuvo en cuenta las siguientes consideraciones:
Disposición de residuos sólidos
Los residuos sólidos que se generen deben ser ubicados de tal manera que no representen riesgo de contaminación de alimentos, ambientes o superficies de potencial contacto con este. Los residuos sólidos serán almacenados en bolsas plásticas y canecas las cuales estarán ubicadas fuera del área de producción.
Los residuos sólidos deben ser removidos frecuentemente de las áreas de producción. La empresa se ubicará en una zona comercial donde el servicio del carro de basuras es diario, razón por la cual estos residuos se botarán todos los días y no generarán acumulación.
El establecimiento debe estar dotado de un sistema de recolección y almacenamiento de residuos sólidos. En la infraestructura del proyecto se contempló un punto ecológico el cual tiene canecas para la clasificación de las basuras.

Iluminación y ventilación
Sistemas de ventilación directa o indirecta, para prevenir la condensación de vapor, polvo y facilitar la remoción del calor.
Adecuada y suficiente iluminación natural o artificial.

De igual forma, la empresa dará cumplimiento con los permisos de licencia sanitaria otorgados por la Secretaría de Salud y las normas técnicas sectoriales.

Decreto 4444 de 2005.
"Por el cual se reglamenta el régimen de permiso sanitario para la fabricación y venta de alimentos elaborados por microempresarios" (Ministerio de la Protección Social, 2005, p. 1).

Decreto 1879 de 2008
Matrícula mercantil vigente. El establecimiento de comercio debe matricularse a más tardar dentro del mes siguiente a la fecha en la que inició actividades. La solicitud de la matrícula se debe hacer en la cámara de comercio que corresponda según la ubicación del establecimiento, formulario Registro Único Empresarial- RUES para la matrícula de los establecimientos de comercio, sucursales o agencias, el cual se puede adquirir en las sedes de la Cámara (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008)

Resolución 765 de 2010.
Busca regular el proceso de capacitación para manipulación de alimentos dirigido a las personas naturales y jurídicas (Secretaría Distrital de Salud, 2010)

Resolución 719 de 2015.
Establece los requisitos sanitarios que debe cumplir las personas naturales y jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas (Ministerio de Salud y Protección Social, 2015).

Normatividad laboral:

Normatividad laboral:

Decreto Ley 2663 de 1950: Por el cual se adopta el Código Sustantivo del Trabajo. Norma las relaciones que deben darse entre empleadores y trabajadores en Colombia, cualquier empresa que trabaje desde la formalidad, debe dar cumplimiento a lo consignado en el Código. La empresa RUTA GELATO se acoge al Decreto 1828 de 2013 Que adicionalmente, a partir del 1 de enero de 2014, la Ley 1607 de 2012 exonera del pago de las cotizaciones al Sistema General de Seguridad Social en Salud a las sociedades y personas jurídicas y asimiladas contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta y complementarios y sujetos pasivos del impuesto sobre la renta para la equidad – CREE, y a las personas naturales empleadoras de al menos dos (2) trabajadores, por sus empleados que devenguen, individualmente considerados, menos de diez (10) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Contratación: La contratación del personal se realizará así: - Contrato a término fijo por nómina: el cual tiene fecha de terminación establecida. El empleado goza de todas las prestaciones sociales establecidas por la ley y tiene beneficios adicionales como la opción de vinculación a cooperativas empresariales y ayudas especiales de acuerdo con cada empresa; con posibilidad de optar por créditos y préstamos entre otros.

Las personas contratadas bajo esta modalidad será el Gerente, el vendedor.

Para el Contador la empresa maneja un contrato civil por prestación de servicios profesionales -honorarios, de este tipo de contrato se celebra de manera bilateral entre una empresa y una persona natural o jurídica, especializada en alguna labor específica. La remuneración se acuerda entre las partes y no genera relación laboral ni obliga a la organización a pagar prestaciones sociales. La duración es igualmente en común acuerdo dependiendo del trabajo a realizar.

Inducción: La persona encargada de realizar el proceso de inducción será la Representante legal de la empresa. Esta inducción será general y específica.

El Código Sustantivo del Trabajo, plantea derechos para el trabajador tales como:

Salario: El cuál debe ser acorde al perfil y las funciones a desempeñar por parte del empleado, no puede ser inferior a un salario mínimo mensual legal vigente SMMLV ($1.300.000). Auxilio de Transporte: Es auxilio de transporte es una figura creada por la ley 15 de 1959, y reglamentado por el decreto 1258 de 1959, con el objetivo de subsidiar el costo de movilización de los empleados desde su casa al lugar de trabajo, el cual para el 2024 fue fijado en $162.000 y que se paga a los trabajadores que devengan hasta dos salarios mínimos mensuales.

Prestaciones Sociales: Las prestaciones sociales son beneficios legales que el empleador paga a sus trabajadores adicionalmente al salario ordinario: Cesantías: 8.33% mes Vacaciones: 4.17% mes Intereses a la Cesantías: 12% anual sobre las cesantías Prima de Servicios: 8.33% (junio y diciembre).

Dotaciones: es una prestación social a cargo del empleador qué se debe suministrar a los trabajadores que devenguen hasta dos salarios mínimos mensuales legales vigentes. Cada dotación debe constar de camibuso, pantalón y gorra. La

dotación se debe entregar al trabajador a más tardar en las siguientes fechas: 30 de abril, 31 de agosto y 20 de diciembre. Ley 100 de 1993: Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones. Porcentajes Seguridad Social para Independientes:

Salud: 12.50%

Pensión: 16%

ARL: Entre el 0.556% y 6% dependiendo del nivel de riesgo del empleo Porcentajes Seguridad Social para dependientes y empleadores:

Salud: 8.50% para empleadores y 4% para empleado

Pensión: 12% para empleadores y 4% para empleado

ARL: Entre el 0.556% y 6% dependiendo del nivel de riesgo y lo asumen 100% el empleador.

Aportes Parafiscales En Colombia hay tres pagos o aportes parafiscales que los empleadores deben realizar por sus trabajadores, que son:

Aporte a las cajas de compensación o subsidio familiar:

4% Aportes al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar:

3% Aportes al Servicio Nacional de Aprendizaje Sena:

2% Salario base para calcular los Aportes Parafiscales

Nomina electrónica: La Dirección de Impuestos y Adunas Nacionales DIAN, expidió la Resolución 000013 de febrero 11 de 2021, mediante la cual implementa y desarrolla dentro del sistema de facturación electrónica, la funcionalidad del documento soporte de pago correspondiente a la Nómina Electrónica. De esta forma, RUTA GELATO establecerán el uso de la nómina electrónica.

El salario base sobre el cual se calculan los aportes parafiscales es la totalidad de los valores recibidos como remuneración por el trabajador, como sueldo básico, comisiones, horas extras y recargos nocturnos. Se exceptúa el auxilio de transporte y aquellos pagos que por expreso acuerdo entre las partes se consideran como no constitutivos de salario Decreto 1072 de 2015:

Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo. Decreto 171 del 2016: Decreto único reglamentario del sector trabajo, sobre la transición para la implementación del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo.

Decreto 1443 del 2014: Por el cual se dictan disposiciones para la implementación del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST). Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo Las ARL brindan asesoría, capacitación y están realizando campañas de asistencia técnica en las diferentes fases de implementación del Sistema, no obstante, dentro del plan de inversión se contempla un gasto por $1.100.000 asociado a la implementación del sistema, pues se deberá contar con un tecnólogo o profesional en el área de salud ocupacional que valide la elaboración e implementación.

Relación de Cargos y Funciones para el proyecto Para el desarrollo del presente proyecto se requieren los cargos que se mencionan a continuación, para el primer año de ejecución se estima la generación de cuatro empleos directos:

Cargo: Gerente General

Funciones: planificar, dirigir y gestionar que todas las funciones se realicen de manera óptima dentro de una empresa Organizar las actividades y recursos del emprendimiento

Establecer las metas a corto y largo plazo

Estudiar los diferentes asuntos financieros, administrativos, y de marketing.

Formación: Administración de empresas o cualquier area relacionada a la misma

Formación complementaria en: habilidades gerenciales

Experiencia: Profesional en negocios internacionales

Experiencia con medianas empresas de una duración no menor a 1 año y medio.

Salario : $1.800.000

Cargo: Vendedor

Funciones: Vender, Fidelizar clientes, Captar nuevos clientes, Ofrecer servicio post venta.

Formación: Bachillerato, con algún curso en servicio al cliente.

Experiencia: 1 año trabajando en servicio al cliente

Salario: $1.300.000

Cargo: Contador

Funciones: Manejo de libros contables, Pago de impuestos, nómina y servicios. Información requerida por la ley, Elaboración de los estados financieros, Manejo de la información en el software contable, Elaborar informes con destino a la gerencia.

Formación: Contadora pública titulada

Experiencia: dos años de trabajo como contadora

Honorarios: $800.000

Normatividad ambiental:

La normatividad ambiental del proyecto productos RUTA GELATO es la siguiente:

LEY 9 de 1979. LEY DE SANEAMIENTO BÁSICO Código Sanitario Nacional por cuanto dicta medidas sobre las condiciones sanitarias básicas para la protección en el medio ambiente, suministro de agua, saneamiento de edificaciones, alimentos, droga, medicamentos, cosméticos, vigilancia y control epidemiológico, prevención y control de desastres, derechos de los habitantes respecto a la salud.

De igual manera se identifican los impactos ambientales con la implementación del proyecto:

Para los residuos sólidos el establecimiento implementará la clasificación de residuos, en donde el color azul es para los residuos inorgánicos, el color gris se utiliza para los residuos no reciclables y el color blanco se usa para depositar los residuos aprovechables. Esto es para facilitar la recolección de los residuos y darles su debido tratamiento.

De igual forma se cuidará el uso de agua, se revisará periódicamente el consumo del agua, para así marcar una serie de pautas para ahorrar agua.

Normatividad *"Gestión Ambiental-Residuos Sólidos NTC 24",* con el propósito de contar con buenas prácticas en la gestión ambiental, manejo y separación de residuos sólidos a través de un plan de manejo de residuos sólidos.

Aspectos ambientales a implementar:

Seguir las normas técnicas en cuanto a cadenas de frio, almacenamiento y manipulación para minimizar agentes
Eliminación de desperdicios
Reciclar los envases.
Reutilizar los desperdicios orgánicos utilizándolos como abono para las plantas
Usar los contenedores de almacenaje de basura reutilizables con tapas herméticas, cambiando las bolsas de basura de plástico.
Código de colores para la separación de residuos

RUTA GELATO implementará el nuevo código de colores para disposición de residuos finales que se empezó aplicar desde el 1/01/2021. La separación de residuos en la fuente se hará en recipientes de color blanco, negro y verde. Corresponde a una estrategia de economía circular que busca priorizar el Gobierno Nacional con el objetivo de reciclar y reintegrar al ciclo productivo todos los residuos que se generan diariamente.
Con este nuevo código de colores se espera incrementar el índice de separación en la fuente y que esto se refleje en el cumplimiento de las metas ambientales del país, no solo en materia de gestión integral de residuos sólidos sino además en metas como la reducción del 51 % de las emisiones de carbono al 2030.
Decreto 1076 de 2015: Decreto único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible
Decreto 1077 de 2015: Decreto único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible

Plan de manejo ambiental

Es importante igualmente tener en cuenta los desechos generados por las actividades, de acuerdo a lo anterior, se plantea un plan de manejo ambiental como se describe a continuación:
Actividad: Consumo de agua para el aseo general del establecimiento, baños y cocina.
Impacto ambiental: Excesivo uso del recurso hídrico.
Acciones para mitigar el impacto ambiental: Se cuenta con sanitarios ahorradores de agua, con señalización en lugares estratégicos de buenas prácticas, hacer uso adecuado del agua en el aseo de todas las áreas del establecimiento, mantener cerradas llaves mientras no se utilicen y la identificación y reparación de fugas.
Actividad: Generación y manejo adecuado de residuos sólidos.
Impacto ambiental: Contaminación al medio ambiente
Acciones para mitigar el impacto ambiental: Los desechos generados serán separados y clasificados. Se tendrá recipientes recolectores de basura debidamente identificados en lugares públicos y visibles para que los clientes y colaboradores puedan realizar la debida separación de los mismos y fomentar prácticas de reducción de residuos, como la promoción de envases reutilizables
Actividad: Consumo de energía
Impacto ambiental: Calentamiento global
Acciones para mitigar el impacto ambiental: Apagarán los bombillos y demás electrodomésticos que no estén en funcionamiento, desconectarlos mientras no se tengan en uso, avisos incentivando al cuidado y ahorro de energía. Mantener elementos, equipos, maquinaria etc., reparados y en óptimo funcionamiento tanto con acciones preventivas como correctivas.

Normatividad "Gestión Ambiental-Residuos Sólidos NTC 24", con el propósito de contar con buenas prácticas en la gestión ambiental, manejo y separación de residuos sólidos a través de un plan de manejo de residuos sólidos.
Igualmente la empresa implantará las siguientes actividades:
Luces tipo Led
Separación de residuos sólidos
Uso de productos de aseo amigables con el ambiente
Se desconectarán los equipos que no está en uso

Registro de marca – Propiedad intelectual:
Registro de marca – propiedad intelectual

El registro de una marca da al titular de la misma el derecho exclusivo de utilizarla para identificar productos o servicios.

Trámite: Presentar una solicitud formal de registro de marca indicando cuál es la marca, para qué productos o servicios y pagar la tasa oficial establecida. Tras su publicación en la Gaceta Oficial, se dan 30 días hábiles para que se presenten las oposiciones a ese registro. Paso seguido, se verifica que la marca que se pretende registrar no tenga ningún impedimento de registro. Esto es una consulta de antecedentes marcarios para establecer si existen o no marcas semejantes o idénticas registradas o en trámite. Este proceso no se realiza antes de 6 meses.

Costos: El registro de una marca tiene en Colombia un costo aproximado de $1.222.500, teniendo en cuenta que se dará inicio a este proceso, este rubro será financiado con las ventas que genere la empresa.

Pasos para el proceso: Es importante conocer que es una marca, cuáles son los beneficios de proteger la marca, quien puede ser titular de una marca, aspectos a tener en cuenta previos a la solicitud del registro de marca como por ejemplo la elección de la marca, clasificación de los productos y/o servicios, realizar búsqueda de antecedentes marcarios, efectuar el pago de la tasa oficial, diligenciamiento del formulario correspondiente.

Alistamiento de documentos que se deben presentar: Formulario diligenciado de solicitud del registro de marca, recibo de pago y en caso de ser microempresario y se desee obtener descuento por esta razón, se deberá diligenciar el respectivo formulario igualmente.

Consultar antecedentes marcarios: Antes de hacer una solicitud, es necesario realizar una consulta de antecedentes marcarios para saber si existen marcas semejantes o idénticas registradas.

Presentar la solicitud: Se podrá realizar dicho trámite de manera virtual o en físico.

Seguimiento al trámite: El trámite de una solicitud debe cumplir con unos requisitos formales de presentación, plazos para los distintos trámites.

Imagen Corporativa

La imagen que da Ruta Gelato ante los ojos de los consumidores es de una empresa que se preocupa por la salud de los consumidores y de igual forma que disfruten del producto, también tiene muy en cuenta la materia prima con la que se

elabora el producto, en este caso el gelato, que se elaboran con productos de alta calidad y con frutas y materias primas de la región para que de igual forma se active el crecimiento de los campesinos, ya que no se usan intermediarios, es directamente con el campesino.

El logo de Ruta Gelato consiste en un cono de helado donde arriba del cono se ubican tres bolas de helado en colores verde, rojo y rosado, son colores fuertes porque con ellos se quiere llamar la atención del cliente, usualmente se usan los colores pasteles en las heladerías, sin embargo ruta Gelato no quiso usar estos colores para su logo porque los colores un poco más oscuros dan fuerza y los notan más. Dentro del cono de ubica un círculo de fondo blanco y dentro de este círculo está el nombre "ruta Gelato" y hay tres circulos mas debajo, que tienen los colores amarillo, azul y rojo, que representan los colores de la bandera de Colombia, esto es para dar a entender que somos una empresa 100% Colombiana, en conclusion Ruta Gelato creo un logo en donde la paleta de colores genera una armonia, ya que se usan los colores fuertes, pero de igual forma usa mucho el color blanco para que el logo no se vea tan cargado.

Posicionamiento de marca

Actualmente Ruta Gelato es una empresa que se encuentra en crecimiento, es por eso que se van a implementar diferentes estrategias que gran que la empresa se posicione y sea reconocida en la ciudad de Ibagué, lo primero que se realizará será más publicidad por la redes sociales como facebook, instagram y Tik tok, se realizaran videos, fotos y otros elementos que nos ayuden a llegar a más personas, también se vana a implementar estrategias de fidelización y habrán concursos que llamen la atención de las personas, de igual forma se adecuará un espacio para los más pequeños de las familias para que se diviertan jugando y pintando, con estas estrategias podemos posicionar a Ruta Gelato como una empresa que se preocupa por sus consumidores y que los valora.

13. Describa las condiciones técnicas más importantes que se requieren para la operación del negocio.

Condiciones técnicas para la operación del negocio

La empresa requiere a nivel técnico maquinaria necesaria para desarrollar su actividad económica:

Para la comercialización del establecimiento comercial es necesario contar con los siguientes equipos y maquinaria: con congelador de exhibición de 12 basquetas de 4 kilos cada una, y con un armario congelador para el almacenamiento c Gelato, de igual forma se necesita de un licuadora institucional, una nevera para almacenar los productos que necesit refrigeración y una malteadora.

Para el almacenamiento y conservación del gelato se necesita que esté bajo una refrigeración entre los -18° c y los -20° c, un lugar oscuro y en el cuál no tenga riesgos de contaminación cruzada con otros alimentos, es decir que el almacenamier sea específicamente para el gelato.

De igual manera se requiere de un espacio locativo con las siguientes condiciones:

Para la adecuación del local se necesitan que las paredes sean blancas o de un color pastel y que la pintura sea lavable, y que asi sera mas facil de asear, también se necesita que se adecue un toma con un voltaje de 150 voltios para la exhibidor ya que esta necesita más energía para su funcionamiento.

Localización y accesos: Superficies de fácil limpieza que no generen polvo, estancamiento de aguas o fuentes d contaminación.

Diseño y construcción: Edificación que proteja el ambiente de producción de polvo, lluvia y otros contaminantes, así com el ingreso y refugio de plagas y animales domésticos. Se plantea el área de producción y procesamiento, pintada con pintur de fácil limpieza. Ambientes de tamaño adecuado para la instalación, operación y mantenimiento de equipos.

Abastecimiento de agua

Utilización de agua potable.

El sistema de conducción o tuberías deben garantizar la protección de la potabilización del agua.

Disposición de residuos líquidos

Disposición de sistemas sanitarios adecuados para la recolección, el tratamiento y la disposición de aguas residuales aprobadas por la autoridad competente. El manejo de residuos líquidos dentro del establecimiento debe realizarse d manera que impida la contaminación del alimento o superficies de potencial contacto con este.

Disposición de residuos sólidos

Los residuos sólidos que se generen deben ser ubicados de tal manera que no representen riesgo de contaminación d alimentos, ambientes o superficies de potencial contacto con este. Los residuos sólidos serán almacenados en bolsa plásticas y canecas las cuales estarán ubicadas fuera del área de producción. Los residuos sólidos deben ser removido frecuentemente de las áreas de producción. En la parte externa del inmueble existe un cuarto de basuras el cual es utilizad por los establecimientos de alimentos que se ubican alrededor, por lo cual la empresa sacará la basura diaria y hará uso de cuarto de basuras. El establecimiento debe estar dotado de un sistema de recolección y almacenamiento de residuos sólidos

Permiso sanitario: El permiso sanitario se otorga cuando primeramente los vendedores tienen la tarjeta de manipulación de alimentos, segundo, que el establecimiento esté limpio y no presente humedades y esté libre de cualquier plaga y por último que se haga un buen control de los desechos o residuos. El establecimiento de comercio debe estar con las normas de sanidad, que las paredes están pintadas con pintura epoxica para una mejor limpieza, superficies pavimentadas de fácil limpieza que no generen polvo, estancamiento de aguas o fuentes de contaminación., que el ambiente sea del tamaño adecuado para la instalación y operación, que haya un abastecimiento de agua, un sistema de conducción o tuberías que garanticen la protección de la potabilización del agua.

4 - Requerimientos

14. Defina los requerimientos en: Infraestructura - adecuaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres, y demás activos

14.1. ¿Para el funcionamiento del negocio, es necesario un lugar físico de operación? (SI / NO, justificación) **SI**
SI, se requiere un lugar físico para el funcionamiento del negocio descrito a continuación:

El estudio de localización de la empresa se orientó analizando variables determinantes en donde se podría ubicar una empresa, identificando diferentes variables.
Macrolocalización: La macrolocalización del proyecto será en el departamento del Tolima.
Microlocalización: El proyecto será desarrollado en el municipio Ibagué, donde se ubicaran las oficinas de la empresa.

Localización

La empresa se establece en el municipio de Ibagué comuna 1 Barrio la pola, El local del proyecto, presenta la siguiente distribución:

1 Área de venta o comercialización
2 Área de juegos para los niños
3 Área de almacenamiento
4 Área de lavado
5 Área de plazoleta para que los clientes se sienten
6 Área de aseo

Con relación a la justificación es necesario contar con un espacio donde el cliente cómodamente pueda consumir el producto y compartir con su familia o amigos.

Para la ejecución del proyecto se requiere la siguiente infraestructura.

Una locación que cuente con servicios como agua y luz. Para el servicio de agua se requiere almacenamiento de agua que pueda cubrir un día para la elaboración de productos e higienización . El servicio de luz debe contar con acometidas de 150v.

Maquinaria y equipos:

Se requiere de los siguientes equipos para la ejecución del proyecto.

Congelador de exhibición de 12 basquetas de 4 kilos cada una, malteadora, Licuadora institucional, Licuadora institucional, Nevera y un Armario congelador

Muebles y enseres:

Mesones en acero inoxidable 1mts X 50 cm, Lava platero, Sillas y mesas (juego 4 puestos), Meson en acero inoxidable.

14.2. Identifique los requerimientos de inversión

1. Infraestructura - Adecuaciones

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Adecuaciones	Adecuaciones locativas	Aporte Emprendedores	1	$ 1,610,000.00
Total:				**$ 1,610,000.00**

2. Maquinaria y Equipo

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Congelador de exhibicion	Congelador de exhibición de 12 basquetas de 4kg cada una	Fondo Emprender	1	$ 25,000,000.00
Malteadora	Malteadora 500 lts	Fondo Emprender	1	$ 1,200,000.00
Gramera	Gramera	Fondo Emprender	1	$ 1,800,000.00
Licuadora industrial	Licuadora industrial	Fondo Emprender	1	$ 2,000,000.00
Basqueta de acero	Basqueta de acero	Aporte Emprendedores	36	$ 120,000.00
Nevera	Nevera	Aporte Emprendedores	1	$ 2,300,000.00
Armario congelador	Armario congelador capacidad 50 basquetas	Fondo Emprender	1	$ 10,000,000.00
Total:				**$ 46,620,000.00**

3. Equipo de Comunicación y Computación

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Caja registradora	Caja registradora	Fondo Emprender	1	$ 1,025,890.00
Total:				**$ 1,025,890.00**

4. Muebles y Enseres y Otros

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Mesones en acero inoxidable	Mesones en acero inoxidable 1,5mts	Fondo Emprender	2	$ 900,000.00
Lava Platero	Lava Platero	Fondo Emprender	1	$ 600,000.00
Sillas y mesas(4 puestos)	Sillas y mesas(4 puestos)	Aporte Emprendedores	4	$ 480,000.00
Meson en acero inoxidable	Mesón en acero inoxidable	Aporte Emprendedores	1	$ 870,000.00
Total:				**$ 5,190,000.00**

5. Otros (incluído herrramientas)

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
No hay registros para mostrar				

6. Gastos Preoperativos

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Matricula mercantil	Registro mercantil	Aporte Emprendedores	1	$ 580,000.00
Arrendamiento	Arrendamiento local por 8 meses	Fondo Emprender	8	$ 1,500,000.00
Nomina empleados	Nomina 1 vendedor por 7 meses	Fondo Emprender	7	$ 1,966,790.00
Nomina gerente	Nomina gerente por 7 meses	Fondo Emprender	7	$ 2,660,940.00
Honorarios contador	Honorarios contador por 10 meses	Fondo Emprender	10	$ 800,000.00
Dotaciones	Dotaciones para 3 personas	Fondo Emprender	1	$ 1,980,000.00
Seguro todo riesgo	Seguro todo riesgo	Fondo Emprender	1	$ 1,200,000.00
Publicidad y mercadeo	Estrategias de promocion	Fondo Emprender	1	$ 1,000,000.00
Total:				**$ 57,154,110.00**

5 - Producción

14.3. Detalle las condiciones técnicas de infraestructura: áreas requeridas y distribución de espacios. (Anexar mapa y /o plano)

El proyecto para la comercialización de RUTA GELATO, estará ubicado en la comuna 1 de la ciudad de Ibagué, en el barrio La pola, que está en el occidente de la ciudad. El lugar donde se desarrollará el proyecto RUTA GELATO, tiene una extensión de metros cuadrados.

La infraestructura del proyecto, presenta la siguiente distribución:

ÁREA DE VENTA O COMERCIALIZACIÓN: Para esta área se han destinado de 15 metros cuadrados en un espacio de 60 metros cuadrados.
ÁREA DE JUEGOS PARA LOS NIÑOS: Para esta área se han destinado 7 metros cuadrados.
ÁREA DE ALMACENAMIENTO: Para esta área se han destinado 6 metros cuadrados.
ÁREA DE LAVADO: Para el área de lavado se requieren de 4 metros cuadrados, para ubicar el lavaplatos y una de las mesas de acero inoxidable.
ÁREA DE PLAZOLETA PARA QUE LOS CLIENTES SE SIENTEN: Esta área es la más amplia, se destinarán 20 metros cuadrados, en este espacio se ubicarán las mesas y las sillas para que los clientes puedan consumir a gusto los productos.
ÁREA DE ASEO: Para esta área solo se designan 4 metros cuadrados

Los servicios públicos están de la siguiente forma:Los servicios que se necesitan son los de agua y energía.

14.4. ¿Para la adquisición de algún activo, se tiene contemplado realizar importación? (SI / NO, justificación) **NO**

No aplica

14.4.1. Detalle los activos, países proveedores y tiempos estimados:

No se tiene contemplado realizar trámites de importación para desarrollar el proyecto RUTA GELATO.

14.4.2. En caso de presentarse incremento en el valor del activo por factores como: tasa de cambio, reformas tributarias, etc. ¿Cómo financiará éste mayor valor?
Actualmente se está realizando la actividad económica, lo que le permite contar con flujo de caja, además se cuenta con recursos ahorrados de la emprendedora.

15. ¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?

1. Brownie con helado - Plato de icopor, con una bolita de Gelato con el sabor que el cliente desee.

Proceso de elaboracion del Brownie con Helado

Unidades a producir: 1.000

Duracion del proceso: 32 minutos

Actividad 1: Higienización

Tiempo estimado de realización (Minutos): 2

Cargos que participan en la actividad: Vendedor

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo): No intervienen equipos, intervienen implementos de limpieza y desinfección

Actividad 2: Selección y medición de ingredientes

Tiempo estimado de realización: 3 minutos

Cargos que participan en la actividad: Vendedor

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Equipos y máquinas que se utilizan: No intervienen equipos, solo implementos de cocina como cucharas para servir el gelato

Actividad 3: Pedido

El cliente se acerca donde se encuentra la nevera exhibidora y la caja registradora para pedir un brownie con helado, le hace su pedido al vendedor y le especifica qué sabor de gelato escogió para acompañar el brownie y que decoracion desea, si desea más salsa de chocolate o mas galleta triturada. La persona que recibe el pedido es el vendedor. Tiempo estimado 3 minutos

Actividad 4: Preparación del helado

Tiempo estimado de realización: 3 minutos

Cargos que participan en la actividad: Vendedor

Número de personas que intervienen por cargo: No intervienen equipos, en la preparación solo es ubicar la bola de Gelato arriba del brownie y decorarlo con salsa de chocolate, trocitos de galleta y un barquillo.

Actividad 5: Alistamiento, preparación y despacho

Tiempo estimado de realización: 3 minutos

Cargos que participan en la actividad: Gerente

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Los elementos que intervienen son cucharas y espátulas para servir el helado.

Actividad 6: Entrega del pedido al cliente

Tiempo estimado de realización: 3 minutos

Cargos que participan en la actividad: Vendedor

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Entrega: El producto es llevado a la mesa en donde se encuentra el consumidor con las especificaciones que el hizo, ó si el cliente desea el producto empacado y listo para llevar también el vendedor es el encargado de empacar el producto y entregárselo al cliente.

Pago: El método de pago queda a disposición del cliente, este se efectúa apenas el producto sea entregado a el cliente.

Actividad 7 : Medición de la satisfacción

Tiempo estimado de realización: 5 minutos

Por medio de la encuesta física se le realizará a cada cliente cuál fue su opinión acerca del producto que consumió y qué recomendación nos puede sugerir para brindar un mejor servicio o si el producto necesita mejoras o así está bien.

Actividad 8: Consumo

Tiempo estimado de consumo del producto por el cliente: 10 minutos, elementos utilizados mobiliario mesas y sillas

ESTRATEGIA DE SERVICIO POSTVENTA:

Se detalla algunas acciones que forman parte del servicio posventa:

Atención al cliente:

Se responde las inquietudes del cliente por medio del correo, teléfono o redes sociales.

Retroalimentación y seguimiento:

Los animamos a compartir sus experiencias y recibir retroalimentación constructiva que ayude a mejorar nuestros servicios.

Promociones:

Enviamos ofertas especiales, promociones o descuentos exclusivos.

Comunicación periódica:

Mantener informados sobre actualizaciones, eventos y novedades.

El gerente dedica 1 hora diaria para estas actividades.

ESTRATEGIA Y LOGÍSTICA DE PROVEEDORES

La empresa será abastecida por productores de la región. Sin embargo, en caso de desabastecimiento o necesidad de ampliar la línea de proveedores, donde se tendrán en cuenta los siguientes factores de aprovisionamiento:

Calidad: Se buscarán proveedores que ofrezcan alta calidad, con características excepcionales en sabor, aroma y cuerpo.

Origen y trazabilidad: Se priorizarán proveedores del municipio de Ibagué

Volumen de suministro: Se evaluará la capacidad del proveedor para suministrar el volumen necesario. La disponibilidad constante del producto y la capacidad de cumplir con los pedidos en tiempo y forma serán factores clave en la selección de proveedores.

Precio y condiciones comerciales: Se buscarán proveedores que ofrezcan una relación calidad-precio equilibrada y condiciones comerciales favorables. Esto incluye precios competitivos, plazos de pago flexibles y políticas de devolución justas.

Compromiso y soporte adicional: Se valorará el compromiso del proveedor con la excelencia de los productos y la disposición para brindar soporte adicional, como asesoramiento técnico, capacitación.

2. Frappe - vaso plástico de 13 onzas

Proceso de elaboracion del Frappe

Unidades a producir: 500

Duración del proceso: 30 minutos

Actividad del proceso

Actividad 1: Higienización

Tiempo estimado de realización (Minutos): 2

Cargos que participan en la actividad: Vendedor

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo): No intervienen equipos, intervienen implementos de limpieza y desinfección

Actividad 2: Selección y medición de ingredientes

Tiempo estimado de realización: 3 minutos

Cargos que participan en la actividad: Vendedor

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Equipos y máquinas que se utilizan: No intervienen equipos, solo implementos de cocina como cucharas medidoras

Actividad 3: Pedido

El cliente se acerca donde se encuentra la nevera exhibidora y la caja registradora para pedir un frappe, le hace su pedido al vendedor y le especifica qué presentación lo desea, que sabor de gelato escogió para introducirlo en su frappe y con qué dulzor desea para el frappe. Tiempo estimado 3 minutos

Actividad 4: Preparación

Tiempo estimado de realización: 3 minutos

Cargos que participan en la actividad: Vendedor

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Equipos y máquinas que se utilizan: En la preparación se mezclan los ingredientes con ayuda de la licuadora hasta que quede una mezcla homogénea, espesa y granizada

Actividad 5: Entrega del pedido y pago

Tiempo estimado de realización: 3 minutos

Cargos que participan en la actividad: Gerente

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Entrega: El producto es llevado a la mesa en donde se encuentra el consumidor con las especificaciones que el hizo, ó si el cliente desea el producto empacado y listo para llevar también el vendedor es el encargado de empacar el producto y entregárselo al cliente.

Pago: Entrega del frappe solicitado por el cliente y procede a realizar el pago por los diferentes métodos que se tienen a disposición del cliente, este se efectúa apenas el producto sea entregado a el cliente.

Actividad 5: Consumo y medicion de la satisfacción del cliente

Tiempo estimado de consumo del producto por el cliente: 15 minutos

Elementos que intervienen mobiliario, mesas y sillas

Por medio de la encuesta física se le realizará a cada cliente cuál fue su opinión acerca del producto que consumió y qué recomendación nos puede sugerir para brindar un mejor servicio o si el producto necesita mejoras o así está bien.

ESTRATEGIA DE SERVICIO POSTVENTA:

Se detalla algunas acciones que forman parte del servicio posventa:

Atención al cliente:

Se responde las inquietudes del cliente por medio del correo, teléfono o redes sociales.

Retroalimentación y seguimiento:

Los animamos a compartir sus experiencias y recibir retroalimentación constructiva que ayude a mejorar nuestros servicios.

Promociones:

Enviamos ofertas especiales, promociones o descuentos exclusivos.

Comunicación periódica:

Mantener informados sobre actualizaciones, eventos y novedades.

El gerente dedica 1 hora diaria para estas actividades.

ESTRATEGIA Y LOGÍSTICA DE PROVEEDORES

La empresa será abastecida por productores de la región. Sin embargo, en caso de desabastecimiento o necesidad de ampliar la línea de proveedores, donde se tendrán en cuenta los siguientes factores de aprovisionamiento:

Calidad: Se buscarán proveedores que ofrezcan alta calidad, con características excepcionales en sabor, aroma y cuerpo.

Origen y trazabilidad: Se priorizarán proveedores del municipio de Ibagué

Volumen de suministro: Se evaluará la capacidad del proveedor para suministrar el volumen necesario. La disponibilidad constante del producto y la capacidad de cumplir con los pedidos en tiempo y forma serán factores clave en la selección de proveedores.

Precio y condiciones comerciales: Se buscarán proveedores que ofrezcan una relación calidad-precio equilibrada y condiciones comerciales favorables. Esto incluye precios competitivos, plazos de pago flexibles y políticas de devolución justas.

Compromiso y soporte adicional: Se valorará el compromiso del proveedor con la excelencia de los productos y la disposición para brindar soporte adicional, como asesoramiento técnico, capacitación.

3. Gelato - 100 gramos en vaso de 4 onzas 150 gramos, en vaso de 8 onzas o en cono

Proceso de elaboracion del Gelato

Unidades a producir: 4.500

Duración del proceso:3 horas

Actividad del proceso

Actividad 1: Higienización

Tiempo estimado de realización (Minutos): 5

Cargos que participan en la actividad: Gerente

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo): No intervienen equipos, intervienen implementos de limpieza y desinfección

Actividad 2: Selección y pesado

Tiempo estimado de realización: 10 minutos

Cargos que participan en la actividad: Gerente

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Equipos y máquinas que se utilizan: Gramera

Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo): La gramera puede llegar a pesar productos de hasta 2000 kilos

Actividad 3: Mezcla suave

Tiempo estimado de realización: 10 minutos

Cargos que participan en la actividad: Gerente

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo): Se utiliza una artefacto que nos ayuda a mezclar un poco los ingredientes, que es un mixer de alimentos

Actividad 4: Pasteurización

Tiempo estimado de realización: 20 minutos

Cargos que participan en la actividad: Gerente

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo): En esta actividad la mezcla es llevada a una temperatura muy elevada para deshacerse de cualquier bacteria o microorganismo, la encargada de esto es la maquina procesadora, que de igual forma tiene una capacidad de producción de 50 kilos por semana.

Actividad 5: Mantecación

Tiempo estimado de realización: 20 minutos

Cargos que participan en la actividad: Gerente

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo): En este actividad el proceso que se hace es todo lo contrario, mientras la marca es llevada a una temperatura más baja paulatinamente se va mezclando de manera rápida para que vaya tomando una consistencia más espesa. Para esta actividad se usa la misma máquina que es la procesadora

Actividad 6: Ultra congelación

Tiempo estimado de realización: 90 minutos

Cargos que participan en la actividad: Gerente

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo): Se utiliza el ultracongelador que lleva la temperatura entre los -30° y -40° centígrados, tiene una capacidad de almacenamiento hasta para 30 kilos de helado o 6 basquetas.

Actividad 7: Almacenamiento

Tiempo estimado de realización: 2 minutos

Cargos que participan en la actividad: Gerente

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo): Se utiliza el congelador que lleva la temperatura entre los -18° y -20° centígrados, tiene una capacidad de almacenamiento hasta para 250 kilos de helado o 50 basquetas.

Actividad 8: Pedido

El cliente se acerca donde se encuentra la nevera exhibidora para escoger qué sabor de Gelato desea, hacer su pedido al vendedor y le especificar en qué presentación lo desea, si lo desea en cono o en vaso y en una presentación de 100 gramos o de 150 gramos. Tiempo estimado 3 minutos

Actividad 9: Entrega del pedido y pago

Tiempo estimado: 3 minutos

Cargos que participan en la actividad: Vendedor

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Pago: El método de pago queda a disposición del cliente, este se efectúa apenas el producto sea entregado a el cliente.

Entrega: El producto es llevado a la mesa en donde se encuentra el consumidor con las especificaciones que el hizo, ó si el cliente desea el producto empacado y listo para llevar también el vendedor es el encargado de empacar el producto y entregárselo al cliente.

Actividad 10. Consumo y medicion de la satisfacción

Tiempo estimado de consumo del producto por el cliente: 15 minutos

Medición de la satisfacción: Por medio de la encuesta física se le realizará a cada cliente cuál fue su opinión acerca del producto que consumió y qué recomendación nos puede sugerir para brindar un mejor servicio o si el producto necesita mejoras o así está bien.

ESTRATEGIA DE SERVICIO POSTVENTA:

Se detalla algunas acciones que forman parte del servicio posventa:

Atención al cliente:

Se responde las inquietudes del cliente por medio del correo, teléfono o redes sociales.

Retroalimentación y seguimiento:

Los animamos a compartir sus experiencias y recibir retroalimentación constructiva que ayude a mejorar nuestros servicios.

Promociones:

Enviamos ofertas especiales, promociones o descuentos exclusivos.

Comunicación periódica:

Mantener informados sobre actualizaciones, eventos y novedades.

El gerente dedica 1 hora diaria para estas actividades.

ESTRATEGIA Y LOGÍSTICA DE PROVEEDORES

La empresa será abastecida por productores de la región. Sin embargo, en caso de desabastecimiento o necesidad de ampliar la línea de proveedores, donde se tendrán en cuenta los siguientes factores de aprovisionamiento:

Calidad: Se buscarán proveedores que ofrezcan alta calidad, con características excepcionales en sabor, aroma y cuerpo.

Origen y trazabilidad: Se priorizarán proveedores del municipio de Ibagué

Volumen de suministro: Se evaluará la capacidad del proveedor para suministrar el volumen necesario. La disponibilidad constante del producto y la capacidad de cumplir con los pedidos en tiempo y forma serán factores clave en la selección de proveedores.

Precio y condiciones comerciales: Se buscarán proveedores que ofrezcan una relación calidad-precio equilibrada y condiciones comerciales favorables. Esto incluye precios competitivos, plazos de pago flexibles y políticas de devolución justas.

Compromiso y soporte adicional: Se valorará el compromiso del proveedor con la excelencia de los productos y la disposición para brindar soporte adicional, como asesoramiento técnico, capacitación.

4. Malteada - vaso plástico de 13 onzas

Proceso de elaboracion de la Malteada

Unidades a producir: 1.500

Duración del proceso: 24 minutos

Actividad del proceso

Actividad 1: Pedido

El cliente se acerca donde se encuentra la nevera exhibidora y la caja registradora para pedir una malteada, le hace su pedido al vendedor y le especifica qué presentación lo desea, que sabor de gelato escogió para la elaboración de la malteada y que decoracion desea, si lo quiere sin barquillo y mas salsa por ejemplo. Tiempo estimado 3 minutos

Actividad 2: Higienización

Tiempo estimado de realización (Minutos): 2

Cargos que participan en la actividad: Vendedor

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo): No intervienen equipos, intervienen implementos de limpieza y desinfección

Actividad 3: Selección y pesado de ingredientes

Tiempo estimado de realización: 3 minutos

Cargos que participan en la actividad: Vendedor

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Equipos y máquinas que se utilizan: Se utiliza la gramera para pesar el Gelato que se va a usar y la leche.

Actividad 4: Preparación

Tiempo estimado de realización: 3 minutos

Cargos que participan en la actividad: Vendedor

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo): Se empieza a mezclar el Gelato y la leche con ayuda de la malteadora hasta que quede una mezcla espesa y homogénea.

Actividad 5: Entrega del pedido y pago

Tiempo estimado de realización: 3 minutos

Cargos que participan en la actividad: Gerente

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Pago: El método de pago queda a disposición del cliente, este se efectúa apenas el producto sea entregado a el cliente.

Entrega: El producto es llevado a la mesa en donde se encuentra el consumidor con las especificaciones que el hizo, ó si el cliente desea el producto empacado y listo para llevar también el vendedor es el encargado de empacar el producto y entregárselo al cliente.

Actividad 6: Consumo y medicion de la satisfacción del cliente

Tiempo estimado de consumo del producto por el cliente: 10 minutos

Por medio de la encuesta física se le realizará a cada cliente cuál fue su opinión acerca del producto que consumió y qué recomendación nos puede sugerir para brindar un mejor servicio o si el producto necesita mejoras o así está bien.

ESTRATEGIA DE SERVICIO POSTVENTA:

Se detalla algunas acciones que forman parte del servicio posventa:

Atención al cliente:

Se responde las inquietudes del cliente por medio del correo, teléfono o redes sociales.

Retroalimentación y seguimiento:

Los animamos a compartir sus experiencias y recibir retroalimentación constructiva que ayude a mejorar nuestros servicios.

Promociones:

Enviamos ofertas especiales, promociones o descuentos exclusivos.

Comunicación periódica:

Mantener informados sobre actualizaciones, eventos y novedades.

El gerente dedica 1 hora diaria para estas actividades.

ESTRATEGIA Y LOGÍSTICA DE PROVEEDORES

La empresa será abastecida por productores de la región. Sin embargo, en caso de desabastecimiento o necesidad de ampliar la línea de proveedores, donde se tendrán en cuenta los siguientes factores de aprovisionamiento:

Calidad: Se buscarán proveedores que ofrezcan alta calidad, con características excepcionales en sabor, aroma y cuerpo.

Origen y trazabilidad: Se priorizarán proveedores del municipio de Ibagué

Volumen de suministro: Se evaluará la capacidad del proveedor para suministrar el volumen necesario. La disponibilidad constante del producto y la capacidad de cumplir con los pedidos en tiempo y forma serán factores clave en la selección de proveedores.

Precio y condiciones comerciales: Se buscarán proveedores que ofrezcan una relación calidad-precio equilibrada y condiciones comerciales favorables. Esto incluye precios competitivos, plazos de pago flexibles y políticas de devolución justas.

Compromiso y soporte adicional: Se valorará el compromiso del proveedor con la excelencia de los productos y la disposición para brindar soporte adicional, como asesoramiento técnico, capacitación.

5. Parfait - vaso de 13 onzas y es por capas, granola, frutas Y gelato de yogurt griego

Proceso de elaboracion del Parfait

Unidades a producir: 2.800

Duración del proceso: 27 minutos

Actividad del proceso

Actividad 1: Pedido

El cliente se acerca donde se encuentra la nevera exhibidora y la caja registradora para escoger el producto parfait, le hace su pedido al vendedor y le especifica qué presentación lo desea, si lo desea sin cierta fruta o si desea cambiar el sabor del gelato que acompaña este producto. Tiempo estimado 3 minutos

Actividad 2: Higienización

Tiempo estimado de realización (Minutos): 2

Cargos que participan en la actividad: Vendedor

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo): No intervienen equipos, intervienen implementos de limpieza y desinfección

Actividad 3: Selección y picado de ingredientes

Tiempo estimado de realización: 3 minutos

Cargos que participan en la actividad: Vendedor

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Equipos y máquinas que se utilizan: No intervienen equipos, intervienen implementos para cortar fruta, como cuchillo

Actividad 4: Preparación

Tiempo estimado de realización: 5 minutos

Cargos que participan en la actividad: Vendedor

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo): No intervienen equipos, intervienen implementos como cucharas de acero, y espatula para servir Gelato, se va preparando el parfait por capas, la primera es una capa de granola, después una capa de las frutas (Fresa, uchuvas, banano y arándanos) y por último una capa de Gelato de Yogurt griego y así hasta completar tres secciones de capas.

Actividad 5: Entrega y pago

Tiempo estimado de realización: 3 minutos

Cargos que participan en la actividad: Gerente

Número de personas que intervienen por cargo: 1

Tiempo estimado de consumo del producto por el cliente: 10 minutos

Pago: El método de pago queda a disposición del cliente, este se efectúa apenas el producto sea entregado a el cliente.

Entrega: El producto es llevado a la mesa en donde se encuentra el consumidor con las especificaciones que el hizo, ó si el cliente desea el producto empacado y listo para llevar también el vendedor es el encargado de empacar el producto y entregárselo al cliente.

Actividad 6: Consumo y medicion de satisfaccion

Tiempo estimado de consumo del producto por el cliente: 10 minutos

Por medio de la encuesta física se le realizará a cada cliente cuál fue su opinión acerca del producto que consumió y qué recomendación nos puede sugerir para brindar un mejor servicio o si el producto necesita mejoras o así está bien.

ESTRATEGIA DE SERVICIO POSTVENTA:

Se detalla algunas acciones que forman parte del servicio posventa:

Atención al cliente:

Se responde las inquietudes del cliente por medio del correo, teléfono o redes sociales.

Retroalimentación y seguimiento:

Los animamos a compartir sus experiencias y recibir retroalimentación constructiva que ayude a mejorar nuestros servicios.

Promociones:

Enviamos ofertas especiales, promociones o descuentos exclusivos.

Comunicación periódica:

Mantener informados sobre actualizaciones, eventos y novedades.

El gerente dedica 1 hora diaria para estas actividades.

ESTRATEGIA Y LOGÍSTICA DE PROVEEDORES

La empresa será abastecida por productores de la región. Sin embargo, en caso de desabastecimiento o necesidad de ampliar la línea de proveedores, donde se tendrán en cuenta los siguientes factores de aprovisionamiento:

Calidad: Se buscarán proveedores que ofrezcan alta calidad, con características excepcionales en sabor, aroma y cuerpo.

Origen y trazabilidad: Se priorizarán proveedores del municipio de Ibagué

Volumen de suministro: Se evaluará la capacidad del proveedor para suministrar el volumen necesario. La disponibilidad constante del producto y la capacidad de cumplir con los pedidos en tiempo y forma serán factores clave en la selección de proveedores.

Precio y condiciones comerciales: Se buscarán proveedores que ofrezcan una relación calidad-precio equilibrada y condiciones comerciales favorables. Esto incluye precios competitivos, plazos de pago flexibles y políticas de devolución justas.

Compromiso y soporte adicional: Se valorará el compromiso del proveedor con la excelencia de los productos y la disposición para brindar soporte adicional, como asesoramiento técnico, capacitación.

6 - Productividad y equipo de trabajo

16. ¿Cuál es la capacidad productiva de la empresa? (cantidad de bien o servicio por unidad de tiempo)

Ruta gelato tiene capacidad productiva, durante 8 horas consecutivas y con un solo trabajador en el area de produccion por semana 50 kilos de helado, al mes puede llegar a producir 200 kilos de helado, lo que nos da al año un total de producción de 2400 kilos en el año 1.

17. Equipo de trabajo

17.1. ¿Cuál es el perfil del emprendedor, el rol que tendría dentro de la empresa y su dedicación?

Nombre Emprendedor	Perfil	Rol
Catalina Bermudez cardenas	Catalina Bermúdez Cárdenas Gerente y emprendedora de la la empresa Ruta Gelato, profesional en negocios internacionales de la universidad del Tolima; formación complementaria en habilidades gerenciales y en Cocina internacional curso que desarrolló en el SENA. Se ha desempeñado como gerente y emprendedora en Ruta Gelato, con mas de 5 años en el mercado, lo que le ha permitido desarrollar habilidades duras y blandas. Las habilidades duras que se destacan en la emprendedora, le han permitido tener conocimientos contables, costos, presupuestos, estrategias comerciales y habilidades comerciales. Dentro de sus competencias blandas se destaca una comunicación efectiva expresa sus ideas de manera clara y comprensible, tiene la capacidad de comprender y compartir los sentimientos de los demás, posee una gran adaptabilidad, se ajusta a los cambios, aprende nuevas habilidades, colabora y trabaja eficientemente para alcanzar los objetivos. La emprendedora tendrá una dedicación del 100%.	Gerente

17.2. ¿Qué cargos requiere la empresa para su operación (primer año)?

Descripción	Remuneración Unitario	Otros Gastos	Valor con Prestaciones	Unidad	Tiempo Vinculación Primer Año
Gerente	$ 1,800,000.00	$ 860,940.00	$ 2,660,940.00	Mes	12
Vendedor	$ 1,300,000.00	$ 666,790.00	$ 1,966,790.00	Mes	10
Contador	$ 800,000.00	$ 00.00	$ 800,000.00	Mes	12

Descripción	Remuneración Primer Año	Valor Solicitado Fondo	Aportes Emprendedores	Ingresos por Ventas
Gerente	$ 31,931,280.00	$ 18,626,580.00	$ 00.00	$ 13,304,700.00
Vendedor	$ 19,667,900.00	$ 13,767,530.00	$ 00.00	$ 5,900,370.00
Contador	$ 9,600,000.00	$ 8,000,000.00	$ 00.00	$ 1,600,000.00
Total Solicitado:		**$ 40,394,110.00**	**$ 00.00**	**$ 20,805,070.00**

V. ¿Cuál es el Futuro de mi Negocio?

Estrategias

18. ¿Qué estrategias utilizará para lograr la meta de ventas y cuál es su presupuesto?

Estrategia de promoción (nombre): Concurso cliente fiel Ruta Gelato
Propósito: Fidelización de clientes, promover ventas y reconocimiento de marca

Actividad	Recurso Requerido	Mes de Ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo lider del proceso)
membresía de 2 helados dobles cada domingo	Recurso de producto, costo de elaboración y materia prima de los helados	mes 3 La empresa tendrá 2 meses improductivos, razón por la cual implementara las estrategias de comunicación a partir del mes 3.	$ 600,000.00	Gerente
Tarjeta fidelización	Recurso financiero, costo de la materia prima y elaboración de los helados cuando el cliente reclame su producto por fidelización	mes 3 La empresa tendrá 2 meses improductivos, razón por la cual implementara las estrategias de comunicación a partir del mes 3.	$ 400,000.00	Gerente
Costo Total:			**$ 1,000,000.00**	

Estrategia de Comunicación (nombre): Posicionamiento en el mercado
Propósito: Conocimiento de la empresa, Promoción de los productos

Actividad	Recurso Requerido	Mes de Ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo lider del proceso)
Publicidad en redes sociales	Recursos humanos La empresa realizara publicidad por medio de redes sociales, donde se subirá contenido informativo, imágenes de los productos, procesos de elaboración de los productos,	mes 3 La empresa tendrá 2 meses improductivos, razón por la cual implementara las estrategias de comunicación a partir del mes 3.	$ 400,000.00	Gerente

	con el fin de involucrar al cliente			
volantes/flyers	Recursos económicos La empresa tendrá volantes/flyers con la información de la empresa y la emprendedora Impacto: generar recordación a clientes, suministro de datos a posibles compradores	mes 3 La empresa tendrá 2 meses improductivos, razón por la cual implementara las estrategias de comunicación a partir del mes 3.	$ 200,000.00	Gerente
Costo Total:			**$ 600,000.00**	

Estrategia de Distribución (nombre): Nuevas experiencias de los clientes
Propósito: Aumento de la comercialización del producto

Actividad	Recurso Requerido	Mes de Ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo lider del proceso)
juegos de mesa	Recurso financiero se tendrán juegos como parques, ajedrez, domino, cartas y jenga.	mes 3 La empresa tendrá 2 meses improductivos, razón por la cual implementara las estrategias de comunicación a partir del mes 3.	$ 700,000.00	Gerente
Costo Total:			**$ 700,000.00**	

Período de arranque e improductivo

19. ¿Cuál es el período de arranque del proyecto (meses)?
Arranque: Este tiempo corresponde al período estimado entre la fecha de firma del acta de inicio del contrato y la aprobación del lugar de operaciones. El periodo de arranque del proyecto es de ocho (8) días, máximo quince (15) días. Para la primera visita de interventoría y acta de inicio, ya se encuentra con la documentación respectiva.

Las actividades corresponden a sacar permiso uso de suelo, firma del contrato, autenticación y aprobación del lugar.

20. ¿Cuál es el período improductivo (meses) que exige el primer ciclo de producción?
Este tiempo corresponde al período estimado entre la fecha de firma del acta de inicio del contrato y la producción del primer lote de bienes o servicios.
Se contempla un periodo improductivo de 2 meses. 2 meses para invertir y lograr que sistema productivo esté listo para iniciar producción: Adecuaciones y la realización de compra de equipos , con lo cual se pueda realizar el montaje necesario completo para iniciar las operaciones de acuerdo a la proyección de la empresa. De esta forma, se proyecta un periodo improductivo de 2 meses para el inicio de ventas.

Durante el primer mes, se proyecta realizar las adecuaciones, pago del primer desembolso de maquinaria, contratación del Gerente y Contador, compra de muebles y enseres.

Durante el segundo mes, se proyecta culminar las adecuaciones, segundo desembolso e instalación de maquinaria, pago del primer desembolso de plan de mercadeo y marketing, compra de equipos de oficina y muebles, se inicia la contratación de personal operativo, implementación del sistema de seguridad y salud en el trabajo.

VI. ¿Qué Riesgos Enfrento?

¿Qué actores externos son críticos para la ejecución del negocio? Indique el nombre y su rol en la ejecución.

Innovación a través de las Comisiones Regional de Competitividad e Innovación y su objeto será articular los mecanismos, las políticas, planes, programas y proyectos de emprendimiento de acuerdo a la necesidad de la región y que otorgan beneficios al sector. Las entidades que conforman la Red de Emprendimiento, a nivel individual y articuladamente realizan programas de emprendimiento y apoyo a los empresarios de la región, razón por la cual el emprendedor se vinculó a los siguientes programas:

Actores gubernamentales

ARTICULACIÓN CON LA GOBERNACIÓN DEL TOLIMA: Apoyo para fortalecimiento empresarial, a través de programas que buscan fortalecer el sector comercio. Así mismo participar en el fortalecimiento de la economía de la región y alianzas con otras empresas, generando un relacionamiento socio económico directo de este actor con el entorno del emprendimiento del proyecto, el cual otorga un beneficio relacionado al factor técnico y comercial del negocio mediante el cumplimiento de

los requisitos establecidos por la entidad y las acciones o esfuerzos de la emprendedora para acceder a estas, con el fin de tener beneficios que generarán: menos costos, más ingresos, más competitividad y rentabilidad de la unidad productiva.

ARTICULACIÓN CON LA CÁMARA DE COMERCIO DE IBAGUÉ: Esta entidad, ofrece la participación de diferentes eventos según el sector que permiten generar un reconocimiento en el mercado tales como Ferias, capacitaciones y demás que permitan el desarrollo empresarial.Así mismo participar en el fortalecimiento de la economía de la región y alianzas con otras empresas, generando un relacionamiento socio económico directo de este actor con el entorno del emprendimiento del proyecto, el cual otorga un beneficio relacionado al factor técnico y comercial del negocio mediante el cumplimiento de los requisitos establecidos por la entidad y las acciones o esfuerzos de la emprendedora para acceder a estas, con el fin de tener beneficios que generarán: menos costos, más ingresos, más competitividad y rentabilidad de la unidad productiva.

ARTICULACIÓN CON EL SENA: Brinda acompañamiento en la formulación y ejecución del proyecto por parte del Centro de Desarrollo Empresarial. Permite el acceso a asesorías, acompañamiento personalizado y a capital semilla. Así mismo participar en el fortalecimiento de la economía de la región y alianzas con otras empresas, generando un relacionamiento socio económico directo de este actor con el entorno del emprendimiento del proyecto, el cual otorga un beneficio relacionado al factor técnico y comercial del negocio mediante el cumplimiento de los requisitos establecidos por la entidad y las acciones o esfuerzos de la emprendedora para acceder a estas, con el fin de tener beneficios que generarán: menos costos, más ingresos, más competitividad y rentabilidad de la unidad productiva.

ARTICULACIÓN CON FONDO EMPRENDER: Analiza y evalúa la viabilidad de los proyectos para una idónea administración y asignación de recursos. Así mismo, establece el operador que se encarga de realizar el desembolso de los recursos y la interventoría de los mismos.Así mismo participar en el fortalecimiento de la economía de la región y alianzas con otras empresas, generando un relacionamiento socio económico directo de este actor con el entorno del emprendimiento del proyecto, el cual otorga un beneficio relacionado al factor técnico y comercial del negocio mediante el cumplimiento de los requisitos establecidos por la entidad y las acciones o esfuerzos de la emprendedora para acceder a estas, con el fin de tener beneficios que generarán: menos costos, más ingresos, más competitividad y rentabilidad de la unidad productiva.

ARTICULACIÓN CON LA DIAN: Asesorías al contribuyente y legalización de trámites correspondientes.Así mismo participar en el fortalecimiento de la economía de la región y alianzas con otras empresas, generando un relacionamiento socio económico directo de este actor con el entorno del emprendimiento del proyecto, el cual otorga un beneficio relacionado al factor técnico y comercial del negocio mediante el cumplimiento de los requisitos establecidos por la entidad y las acciones o esfuerzos de la emprendedora para acceder a estas, con el fin de tener beneficios que generarán: menos costos, más ingresos, más competitividad y rentabilidad de la unidad productiva.

ARTICULACIÓN CON LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO: Entidad del ecosistema del emprendimiento aliada para llevar a cabo el trámite.Así mismo participar en el fortalecimiento de la economía de la región y alianzas con otras empresas, generando un relacionamiento socio económico directo de este actor con el entorno del emprendimiento del proyecto, el cual otorga un beneficio relacionado al factor técnico y comercial del negocio mediante el cumplimiento de los requisitos establecidos por la entidad y las acciones o esfuerzos de la emprendedora para acceder a estas, con el fin de tener beneficios que generarán: menos costos, más ingresos, más competitividad y rentabilidad de la unidad productiva.

ARTICULACIÓN CON EL REGISTRO DE MARCA: Brinda asesoría para llevar a cabo el trámite y el impacto que genera en el emprendimiento es en términos de competitividad, pues el Registro de la Marca se contempla como una de las estrategias para lograr el Posicionamiento de Marca en la región. Así mismo participar en el fortalecimiento de la economía de la región y alianzas con otras empresas, generando un relacionamiento socio económico directo de este actor con el entorno del emprendimiento del proyecto, el cual otorga un beneficio relacionado al factor técnico y comercial del negocio mediante el cumplimiento de los requisitos establecidos por la entidad y las acciones o esfuerzos de la emprendedora para acceder a estas, con el fin de tener beneficios que generarán: menos costos, más ingresos, más competitividad y rentabilidad de la unidad productiva.

ARTICULACIÓN CON EL CUERPO OFICIAL DE BOMBEROS: Esta entidad apoya a la empresa en una visita anual donde se mira el cumplimiento de los elementos mínimos de seguridad industrial. Así mismo participar en el fortalecimiento de la economía de la región y alianzas con otras empresas, generando un relacionamiento socio económico directo de este actor con el entorno del emprendimiento del proyecto, el cual otorga un beneficio relacionado al factor técnico y comercial del negocio mediante el cumplimiento de los requisitos establecidos por la entidad y las acciones o esfuerzos de la

emprendedora para acceder a estas, con el fin de tener beneficios que generarán: menos costos, más ingresos, más competitividad y rentabilidad de la unidad productiva.

ARTICULACIÓN CON LA OFICINA DE PLANEACIÓN MUNICIPAL: Entidad encargada de emitir el concepto de uso de suelos para el desarrollo del proyecto y así se garantice el cumplimiento de la normatividad vigente en términos de ordenamiento territorial.Así mismo participar en el fortalecimiento de la economía de la región y alianzas con otras empresas, generando un relacionamiento socio económico directo de este actor con el entorno del emprendimiento del proyecto, el cual otorga un beneficio relacionado al factor técnico y comercial del negocio mediante el cumplimiento de los requisitos establecidos por la entidad y las acciones o esfuerzos de la emprendedora para acceder a estas, con el fin de tener beneficios que generarán: menos costos, más ingresos, más competitividad y rentabilidad de la unidad productiva.

Actores sectoriales

La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), es una agremiación sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo difundir y propi?ciar los principios políticos, económicos y sociales de un sano sistema de libre empresa. Así mismo participar en el fortalecimiento de la economía de la región y alianzas con otras empresas, generando un relacionamiento socio económico directo de este actor con el entorno del emprendimiento del proyecto, el cual otorga un beneficio relacionado al factor técnico y comercial del negocio mediante el cumplimiento de los requisitos establecidos por la entidad y las acciones o esfuerzos de la emprendedora para acceder a estas, con el fin de tener beneficios que generarán: menos costos, más ingresos, más competitividad y rentabilidad de la unidad productiva.

La Federación Nacional de Comerciantes, FENALCO, es una entidad gremial de carácter permanente, sin ánimo de lucro, encargada de fomentar el desarrollo del comercio, de orientar, representar y proteger sus intereses, dentro de un criterio de bienestar y progreso del país.Así mismo participar en el fortalecimiento de la economía de la región y alianzas con otras empresas, generando un relacionamiento socio económico directo de este actor con el entorno del emprendimiento del proyecto, el cual otorga un beneficio relacionado al factor técnico y comercial del negocio mediante el cumplimiento de los requisitos establecidos por la entidad y las acciones o esfuerzos de la emprendedora para acceder a estas, con el fin de tener beneficios que generarán: menos costos, más ingresos, más competitividad y rentabilidad de la unidad productiva.

COLOMBIA PRODUCTIVA: apoya a las empresas del país a través de convocatorias y programas que les permitió mejorar en indicadores que son importantes para aumentar la eficiencia en los procesos productivos como calidad, capital humano y productividad. Así mismo participar en el fortalecimiento de la economía de la región y alianzas con otras empresas, generando un relacionamiento socio económico directo de este actor con el entorno del emprendimiento del proyecto, el cual otorga un beneficio relacionado al factor técnico y comercial del negocio mediante el cumplimiento de los requisitos establecidos por la entidad y las acciones o esfuerzos de la emprendedora para acceder a estas, con el fin de tener beneficios que generarán: menos costos, más ingresos, más competitividad y rentabilidad de la unidad productiva.

ALIANZAS DEL EMPRENDIMIENTO

Las alianzas estratégicas que implementará ruta Gelato es con sus proveedores, ya que somos una empresa que desea expandir sus productos, junto con los productos que dan los proveedores, de esta forma se pueden generar acuerdos y estrategias con ellos para un beneficio mutuo, y de esta forma crecer e innovar. También implementará alianzas con Empresas de Eventos y Bodas ya que se puede establecer asociaciones con planificadores de eventos o empresas de organización de bodas para ofrecer servicios de catering de gelato en eventos especiales. El gelato puede ser una opción popular y elegante para eventos sociales. de igual forma se puede crear alianza con Cafeterías o Restaurantes locales para ofrecer su gelato como postre o complemento en sus menús.

Impacto ambiental

Ruta Gelato tendrá un impacto ambiental con el uso de ingredientes naturales, ya que utilizando estos ingredientes naturales y de origen local puede reducir la huella ambiental al disminuir la necesidad de transporte de larga distancia y al mismo tiempo se apoya a los agricultores locales, de igual forma se va a implementar un sistema eficiente de gestión de residuos, incluyendo el reciclaje de envases y la minimización de desperdicios de producción.

Impacto social

Ruta gelato desea tener un impacto social alto en la ciudad, generando 3 empleos directos es por esto que al momento de escoger al equipo de trabajo se le dará la oportunidad a personas que sean jóvenes entre los 18 y 24 años de edad, esto para que empiecen a adquirir experiencia y puedan crecer más en el mundo laboral, de igual forma se contrataran madres cabeza de familia, que diariamente velan por la seguridad y el beneficio de sus familias. El proyecto también generara 6 empleos indirectos.

Plan de desarrollo

El plan de desarrollo de Ruta Gelato para tener un impacto social alto en la ciudad podría incluir los siguientes elementos:

Selección y Capacitación del Equipo de Trabajo: Implementar un proceso de selección inclusivo que brinde oportunidades laborales a jóvenes entre 18 y 24 años, permitiéndoles adquirir experiencia y habilidades laborales y contratar

madres cabeza de familia, ofreciéndoles flexibilidad laboral y condiciones que les permitan conciliar su vida familiar con el trabajo.

Capacitación y Desarrollo Continuo: Proporcionar programas de capacitación y desarrollo para empleados jóvenes y madres cabeza de familia, fortaleciendo sus habilidades y ofreciéndoles oportunidades de crecimiento dentro de la empresa.

Generación de Empleo Indirecto: Identificar oportunidades para colaborar con proveedores locales y otros negocios para generar empleos indirectos en la cadena de suministro y distribución.

¿Qué factores externos pueden afectar la operación del negocio, y cuál es el plan de acción para mitigar estos riesgos?

Los factores externos e internos que pueden afectar la operación del negocio son los siguientes:

FACTORES EXTERNOS

ENTORNO COMERCIAL

Identificación Riesgo 1: Nuevos competidores
Probabilidad de ocurrencia: Medio
Impacto que generaría: Disminución de clientes
Planes de mitigación del riesgo: Implementar estrategias de fidelización de clientes y evaluar de manera periódica la satisfacción del cliente
Monitoreo permanente de productos sustitutos y diseño de estrategias diferenciadoras
Implementación de estrategias promocionales que incentiven la compra de productos
Promover posicionamiento de marca
Normatividad asociada al riesgo: Ley de Competencia (Ley 1340 de 2009): Esta ley busca promover y garantizar la libre competencia económica en Colombia. Regula los abusos de posición dominante, fusiones empresariales, acuerdos anticompetitivos y otras prácticas que puedan distorsionar el mercado.

Identificación Riesgo 2: Insatisfacción por parte de los clientes
Probabilidad de ocurrencia: Baja
Impacto que generaría: Disminución de las ventas
Planes de mitigación: Establecer pautas de compensación y satisfacción para el servicio al cliente
Implementar un proceso de servicio al cliente bien definido, para tener una excelente atención al cliente, en lo posible personalizada; esto genera confianza y valor en la relación.
Gestionar capacitaciones de servicio al cliente para el personal y medir de manera periódica el nivel de satisfacción del cliente e implementar medidas correctivas de ser requerido
Normatividad asociada al riesgo: Código de Comercio: El Código de Comercio colombiano establece normas relacionadas con los contratos comerciales y las obligaciones de las partes. Define los derechos y responsabilidades de las empresas y los clientes en el contexto de transacciones comerciales.
Superintendencia de Industria y Comercio (SIC): La SIC es la entidad encargada de supervisar y garantizar el cumplimiento de las normativas relacionadas con el comercio y las relaciones empresa-cliente. Puede imponer sanciones a empresas que infrinjan las leyes de protección al consumidor u otras regulaciones comerciales.

ENTORNO NORMATIVO

Identificación Riesgo 1: Cambios en la normatividad
Probabilidad de ocurrencia: Medio
Impacto que generaría: Afectación en la operación
Planes de mitigación: Monitorear los posibles cambios que surjan a nivel normativo y ajustar operaciones de la empresa para dar cumplimiento a las mismas.
Normatividad asociada al riesgo: Superintendencias y Entidades de Control: En Colombia existen varias superintendencias y entidades de control que supervisan el cumplimiento de las normativas aplicables a diferentes sectores. Estas entidades tienen la autoridad para imponer sanciones en caso de incumplimiento de las normas.
Normas tributarias: Las leyes tributarias en Colombia establecen los impuestos que deben pagar las empresas, así como las obligaciones y procedimientos relacionados con la declaración y pago de impuestos. Entre las normas tributarias más importantes se encuentran el Estatuto Tributario y las regulaciones emitidas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

Identificación Riesgo 2: Multas y cierre del establecimiento afectando la actividad económica
Probabilidad de ocurrencia: Bajo
Impacto que generaría: Afectación en la operación
Planes de mitigación: Mantener revisando las normatividades y estar al tanto de los cambios que nos rigen y estar renovando a tiempo cada uno de los documentos requeridos
Normatividad asociada al riesgo:Normas Sanitarias y de Salud Pública: Las empresas en Colombia están sujetas a normativas sanitarias y de salud pública para garantizar la seguridad de los productos y servicios ofrecidos. La violación de estas normativas puede resultar en multas y, en casos graves, el cierre temporal o permanente del establecimiento.
Normativas Municipales y Urbanísticas: Las regulaciones municipales y urbanísticas establecen requisitos para el funcionamiento de establecimientos comerciales en ciudades y municipios. El incumplimiento de estas normativas puede dar lugar a multas y el cierre del establecimiento por parte de las autoridades locales.

ENTORNO ECONÓMICO

Identificación Riesgo 1: Aumento desempleo, disminución capacidad de pago y consumo de los clientes
Probabilidad de ocurrencia: Alta
Impacto que generaría: Afectación en las ventas
Planes de mitigación: Implementar promociones llamativas, descuentos, estrategias que pueden ejecutarse Implementar estrategia de precios competitiva de productos y servicios
Normatividad asociada al riesgo: Regulaciones de Endeudamiento y Crédito: Las normativas relacionadas con el endeudamiento y el acceso al crédito pueden influir en la capacidad de pago de los consumidores y las empresas. Durante situaciones económicas adversas, el gobierno puede implementar políticas para regular el endeudamiento y facilitar el acceso al crédito responsable.
Medidas de Estímulo Económico: En respuesta a condiciones económicas desfavorables, el gobierno colombiano puede implementar medidas de estímulo económico, como subsidios, programas de empleo y políticas fiscales expansivas, para impulsar la demanda y apoyar a las empresas afectadas.
Normativas de Competencia y Libre Mercado: Las regulaciones relacionadas con la competencia y el libre mercado buscan mantener un entorno empresarial equitativo y promover la eficiencia económica. Durante periodos de crisis económica, estas normativas pueden aplicarse de manera más estricta para evitar prácticas anticompetitivas que afecten negativamente a las empresas y los consumidores.

Identificación Riesgo 2: Aumento en precios de equipos y herramientas por paros y bloqueos de vías
Probabilidad de ocurrencia: Medía
Impacto que generaría: Afectación en el plan de inversión del proyecto
Planes de mitigación: Provisionar recursos adicionales a los cotizados para compensar incrementos de precios en los equipos.
Normatividad asociada al riesgo: Normativas sobre Comercio Exterior y Aduanas: Las empresas que importan equipos y herramientas pueden enfrentar desafíos adicionales debido a las interrupciones en el transporte y la logística causadas por paros y bloqueos de vías. Las regulaciones aduaneras y de comercio exterior establecen procedimientos para la importación y el despacho de mercancías, y en situaciones de emergencia o crisis, pueden implementarse medidas específicas para facilitar el flujo de mercancías.
Regulaciones de Control de Precios y Abastecimiento: En situaciones de escasez o aumento de precios debido a paros y bloqueos de vías, el gobierno colombiano puede implementar regulaciones de control de precios y abastecimiento para evitar prácticas especulativas y garantizar el acceso equitativo a los productos. Estas regulaciones pueden incluir límites a los precios máximos, restricciones a la exportación o importación de ciertos bienes, y acciones para garantizar el abastecimiento adecuado en el mercado interno.
Medidas de Apoyo y Asistencia: En respuesta a eventos como paros y bloqueos de vías que afectan la cadena de suministro y los precios de los equipos y herramientas, el gobierno colombiano puede implementar medidas de apoyo y asistencia a las empresas afectadas. Estas medidas pueden incluir subsidios, líneas de crédito especiales o programas de ayuda destinados a mitigar los impactos económicos adversos.

Identificación Riesgo 3: Disponibilidad de insumos por bloqueos de vías y condiciones de orden público
Probabilidad de ocurrencia: Medía
Impacto que generaría: Afectación en la operación del proyecto
Planes de mitigación: Identificar proveedores locales con los cuales se puedan adquirir insumos y materias primas y contar con buen stock de inventario
Normatividad asociada al riesgo: Medidas de Apoyo y Asistencia: En respuesta a eventos como paros y bloqueos de vías que afectan la cadena de suministro y los precios de los equipos y herramientas, el gobierno colombiano puede implementar medidas de apoyo y asistencia a las empresas afectadas. Estas medidas pueden incluir subsidios, líneas de crédito especiales o programas de ayuda destinados a mitigar los impactos económicos adversos.

FACTORES INTERNOS

FACTOR FINANCIERO

Identificación Riesgo 1: Posibles robos que generen costos adicionales
Probabilidad de ocurrencia: Bajo
Impacto que generaría: Afectación en la rentabilidad
Planes de mitigación: Se tendrá una póliza contra todo riesgo
Controles de inventarios permanentes de infraestructura, equipos e instalaciones
Normatividad asociada al riesgo: Normativas de Seguridad: Las empresas están sujetas a normativas de seguridad que requieren la implementación de medidas para proteger sus instalaciones, equipos y activos contra robos. Esto puede incluir la instalación de sistemas de seguridad como cámaras de vigilancia, alarmas, controles de acceso y cerraduras de seguridad.
Medidas Preventivas: Además de cumplir con las normativas establecidas, las empresas pueden implementar medidas preventivas para reducir el riesgo de robos. Esto puede incluir la contratación de guardias de seguridad, el uso de sistemas de monitoreo remoto, la iluminación adecuada de las instalaciones y la sensibilización de los empleados sobre medidas de seguridad.

Identificación Riesgo 2: Bajos ingresos operacionales de la empresa
Probabilidad de ocurrencia: Medio
Impacto que generaría: Posible incumplimiento de las metas comerciales trazadas Planes de mitigación: Implementación de una estrategia de comunicación y de promoción que permita lograr el reconocimiento de marca en el mercado Se dará a conocer el producto
Establecimiento de diferentes actividades de penetración en el mercado y estrategias de ventas
Normatividad asociada al riesgo: Medidas de Fomento Empresarial: El gobierno colombiano implementa políticas y programas de fomento empresarial dirigidos a promover el desarrollo económico y mejorar los ingresos operacionales de las empresas. Estos

programas pueden incluir incentivos fiscales, líneas de crédito preferenciales y apoyo técnico para mejorar la productividad.
Normativas de Precios y Competencia: Existen normativas relacionadas con la competencia y los precios que pueden afectar la capacidad de una empresa para generar ingresos. Las empresas deben evitar prácticas anticompetitivas y cumplir con las regulaciones de precios establecidas por las autoridades competentes.

FACTOR OPERATIVO

Identificación Riesgo 1: Daños en la infraestructura y equipos de producción
Probabilidad de ocurrencia: Media
Impacto que generaría: Afectación en la calidad del servicio y operación del proyecto Planes de mitigación: Destinar presupuesto anual para realizar mantenimiento preventivo de las instalaciones y equipos de producción
Normatividad asociada al riesgo: Normativas de Seguridad Industrial: Las normativas de seguridad industrial establecen requisitos para el diseño, instalación y mantenimiento de equipos y maquinarias para prevenir accidentes y daños.
Normativas de Salud y Seguridad Ocupacional: Las empresas están obligadas a cumplir con normativas de salud y seguridad ocupacional para proteger a sus trabajadores y evitar accidentes que puedan afectar la infraestructura y los equipos. Esto incluye la implementación de medidas preventivas, capacitación del personal y el uso adecuado de equipos de protección.

Identificación Riesgo 2: Desabastecimiento de insumos para elaborar los productos
Probabilidad de ocurrencia: Baja
Impacto que generaría: Afectación en el nivel de satisfacción del cliente
Planes de mitigación: Identificar como mínimo cuatro proveedores de cada insumo, organizar base de datos y tener precios y condicior de negociación actualizadas
Normatividad asociada al riesgo: Políticas de Aprovisionamiento: Las empresas deben establecer políticas de aprovisionamiento sólic que consideren múltiples fuentes de suministro para sus insumos clave. Esto implica diversificar proveedores y mantener relacior estratégicas con ellos para garantizar un flujo constante de materias primas.
Contratos y Acuerdos: Firmar contratos y acuerdos con proveedores que establezcan condiciones claras sobre el suministro, incluyen plazos de entrega, volúmenes mínimos garantizados y cláusulas de penalización por incumplimiento. Estos contratos pueden ayudar mitigar el riesgo de desabastecimiento al garantizar compromisos contractuales.

FACTOR DE TALENTO HUMANO

Identificación Riesgo 1: Rotacion de empleados
Probabilidad de ocurrencia: Alta
Impacto que generaría: Afectación para la producción
Planes de mitigación: Contar con una base de datos de hojas de vida de posibles trabajadores Los empleados deben ser integrales y conocer las funciones de cada cargo, para esto se capacitará a cada integrante del equipo. Mantener los procesos bien definidos, aunque falte una persona todo debe fluir si están estandarizados.
Normatividad asociada al riesgo: Cumplimiento de Obligaciones Laborales: Las empresas deben asegurarse de cumplir con todas las obligaciones laborales, incluyendo el pago oportuno de salarios y prestaciones sociales, el respeto de los derechos laborales, y el seguimiento de los procedimientos establecidos para la terminación de contratos.
Legislación Laboral: La legislación laboral colombiana establece derechos y obligaciones tanto para empleadores como para empleados. Las empresas deben cumplir con los requisitos legales relacionados con la contratación, la terminación de contratos, el pago de prestaciones sociales y los derechos laborales fundamentales. Los cambios en las leyes laborales pueden impactar la relación laboral y, en algunos casos, influir en las decisiones de los empleados respecto a permanecer en una empresa.

Identificación Riesgo 2: Accidentes Laborales
Probabilidad de ocurrencia: Baja
Impacto que generaría: Incapacidad y afectación en la producción
Planes de mitigación: Afiliación a la Administradora de Riesgos Laborales, salud ocupacional, capacitaciones manejo equipos, dotaciones adecuadas para el manejo de equipos Generar espacios para realizar las pausas activas durante el turno de trabajo. Implementación del sistema de seguridad y salud en el trabajo
Normatividad asociada al riesgo: Sistema de Riesgos Laborales (SRL): La Ley 1562 de 2012 establece el Sistema de Riesgos Laborales como un conjunto de normas, entidades, políticas, principios y procedimientos orientados a prevenir, proteger y atender a los trabajadores frente a los accidentes y enfermedades laborales.
Normas de Seguridad y Salud en el Trabajo: El Decreto 1072 de 2015, en su Libro 2, establece las disposiciones sobre seguridad y salud en el trabajo, incluyendo las medidas para la prevención de accidentes laborales. Estas normas abarcan aspectos como la identificación de riesgos, la implementación de medidas de control, la capacitación de trabajadores y la promoción de una cultura de prevención.

FACTOR TÉCNICO

Identificación Riesgo 1: Daños en los equipos de la empresa
Probabilidad de ocurrencia: Media
Impacto que generaría: Retraso en la producción
Planes de mitigación: Los equipos adquiridos deberán contar con un periodo de garantía, en el caso que se presente algún daño esta será la que cubra este riesgo.
Normatividad asociada al riesgo: Normas Técnicas: Existen normas técnicas colombianas (NTC) relacionadas con la seguridad de equipos y maquinaria en diversos sectores industriales. Estas normas establecen requisitos para el diseño, la fabricación, el uso y el mantenimiento de equipos para garantizar la seguridad de los trabajadores y prevenir accidentes.

Reglamento de Seguridad Industrial: El Decreto 1072 de 2015 (Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo) regula aspectos relacionados con la seguridad industrial y la prevención de riesgos en el entorno laboral. Este decreto incluye disposiciones específicas sobre el uso seguro de equipos y maquinaria en los lugares de trabajo.

VII. Resumen Ejecutivo

Emprendedor(es):

Nombre	Email	Rol
Catalina Bermudez cardenas	cbermudezc@ut.edu.co	Emprendedor

Concepto del Negocio:

Ruta Gelato es una empresa ibaguereña creada hace 5 años como un sueño familiar mezclado con la pasión y la ilusión de crear un producto delicioso y nutritivo, es así como desde el 2018, hemos introducido al mercado de la ciudad nuestro helado tipo gelato, con el fin de continuar con la tradición de compartir momentos entre amigos, familiares y en pareja. Ruta Gelato ofrece la experiencia inolvidable de un producto ArteSano, ya que te da la oportunidad de deleitarte con la cremosidad de una gran variedad de sabores sin dejar de cuidar de tu salud.

Ruta Gelato tiene una propuesta de valor con la elaboracion un Gelato con receta italiana, el gelato es un tipo de helado más saludable, que contiene una cantidad mucho más baja de azúcares y de grasas. Un helado industrial trae en promedio entre 11 y 18 ingredientes entre los que el azúcar, el aceite de palma y los conservantes y sabores artificiales son protagonistas, el porcentaje de fruta o cacao rara vez es uno de los principales ingredientes. Si bien la base del helado y el gelato es una mezcla de cremas, leche y azúcar, el helado contiene mucha más crema que el gelato por lo que aporta más grasa que el gelato, entre un 14 y 25% mientras que el gelato solo tiene de un 4 a un 9%. El helado se bate de manera rápida por lo que incorpora más aire en la mezcla haciendo más esponjosa su textura y por tanto llena de gases al comensal, en un helado industrial entre el 110 y 120% del contenido es aire, mientras que el gelato es denso su contenido de aire es menor al 30%.
En nuestro interés por el mercado de Gelato Artesanal hemos ido desarrollando recetas que podrían satisfacer la demanda de estos nichos del mercado de un postre saludable. Para los veganos hemos desarrollado nuestros sabores frutales que son 100% libres de leche de vaca o huevos y para las personas propensas a sufrir de diabetes o hipertensión hemos desarrollado sabores donde el azúcar es sustituida por Stevia este tipo de azúcar es mucho mejor tolerada por los pacientes que padecen diabetes.

Metas

Indicador Empleos:

Meta para el primer año: N/A

Indicador Ventas:

Meta para el primer año: N/A

Indicador Mercadeo (eventos):

Meta para el primer año: N/A

Indicador Contrapartida SENA:

Meta para el primer año: N/A

Indicador Empleos Indirectos:

Meta para el primer año: N/A

VIII - Estructura financiera

Plan de Compras

Consumos por Unidad de Producto:

Brownie con helado - Plato de icopor, con una bolita de Gelato con el sabor que el cliente desee.

Materia Prima	Unidad	Cantidad	Presentacion	Margen de Desperdicio (%)
Materia Prima				
Brownie con helado	Unidad	1	unidad	0
Frappe - vaso plástico de 13 onzas				
Materia Prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Presentacion**	**Margen de Desperdicio (%)**
Materia Prima				
Frappe	Unidad	1	unidad	0
Gelato - 100 gramos en vaso de 4 onzas 150 gramos, en vaso de 8 onzas o en cono				
Materia Prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Presentacion**	**Margen de Desperdicio (%)**
Materia Prima				
Gelato	Unidad	1	unidad	0
Malteada - vaso plástico de 13 onzas				
Materia Prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Presentacion**	**Margen de Desperdicio (%)**
Materia Prima				
Malteada	Unidad	1	unidad	0
Parfait - vaso de 13 onzas y es por capas, granola, frutas Y gelato de yogurt griego				
Materia Prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Presentacion**	**Margen de Desperdicio (%)**
Materia Prima				
Parfait	Unidad	1	unidad	0

Costos de Producción

Tabla de costos de producción en pesos (incluido IVA)					
Tipo de Insumo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Materia Prima	$ 28,061,725.00	$ 46,941,245.00	$ 65,971,360.00	$ 90,288,200.00	$ 113,918,696.00
Totales	**$ 28,061,725.00**	**$ 46,941,245.00**	**$ 65,971,360.00**	**$ 90,288,200.00**	**$ 113,918,696.00**

Proyección de Compras (Unidades)					
Tipo de Insumo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Materia Prima					
Brownie con helado	$ 1,000.00	$ 1,700.00	$ 2,500.00	$ 3,000.00	$ 3,500.00
Frappe	$ 500.00	$ 1,700.00	$ 2,000.00	$ 2,500.00	$ 3,000.00
Gelato	$ 4,500.00	$ 5,500.00	$ 6,500.00	$ 8,000.00	$ 8,200.00
Malteada	$ 1,500.00	$ 3,000.00	$ 3,500.00	$ 4,500.00	$ 5,500.00
Parfait	$ 2,800.00	$ 3,200.00	$ 4,500.00	$ 5,500.00	$ 6,000.00

Proyección de Compras (Pesos)					
Tipos de Insumo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Materia Prima					
Brownie con helado	$ 3,678,000.00	$ 6,877,350.00	$ 11,125,500.00	$ 14,685,150.00	$ 18,846,100.00
Frappe	$ 254,800.00	$ 952,850.00	$ 1,233,200.00	$ 1,696,000.00	$ 2,238,300.00
Gelato	$ 5,378,625.00	$ 7,230,465.00	$ 9,400,560.00	$ 12,730,400.00	$ 14,350,246.00
Malteada	$ 8,813,100.00	$ 19,388,100.00	$ 24,883,250.00	$ 35,191,350.00	$ 47,310,450.00
Parfait	$ 9,937,200.00	$ 12,492,480.00	$ 19,328,850.00	$ 25,985,300.00	$ 31,173,600.00
Total	**$ 28,061,725.00**	**$ 46,941,245.00**	**$ 65,971,360.00**	**$ 90,288,200.00**	**$ 113,918,696.00**
IVA	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**
Total mas IVA	**$ 28,061,725.00**	**$ 46,941,245.00**	**$ 65,971,360.00**	**$ 90,288,200.00**	**$ 113,918,696.00**

Costos Administrativos

Gastos de Puesta en Marcha:

Descripción	Valor
Escrituras y Gastos Notariales	00.00
Permisos y Licencias	00.00
Registro Mercantil	580,000.00
Registros, Marcas y Patentes	00.00
Total:	**$ 580,000.00**

Gastos Anuales de Administracion:

Descripción	Valor
Cargos por servicios bancarios	300,000.00
Facturacion electronica	500,000.00
Honorario contador	1,600,000.00
Pagos por arrendamientos	6,000,000.00
Publicidad	00.00
Registro de marca	1,222,500.00
Reparaciones y mantenimiento	00.00
Seguros	00.00
Servicios Públicos	7,200,000.00
Sistema de seguridad y salud en el trabajo	1,100,000.00
Software contable	1,000,000.00
Sueldos personal adminsitracion	5,414,370.00
Suministros de Oficina	500,000.00
Suscripciones y Afiliaciones	00.00
Teléfono, Internet, Correo	00.00
Total:	**$ 24,836,870.00**

Ingresos

Fuentes de Financiación:

Recursos solicitados al fondo emprender en (smlv) 76

Aporte de los Emprendedores

Nombre	Valor	Detalle
Bien		
Basqueta de acero	$ 4,320,000.00	
Meson en acero inoxidable	$ 870,000.00	
Nevera	$ 2,300,000.00	
Sillas y mesas	$ 1,920,000.00	Sillas y mesas (4 puestos)
Dinero		
Adecuaciones	$ 1,610,000.00	Adecuaciones locativas
Matricula mercantil	$ 580,000.00	Registro mercantil
Total:	**$ 11,600,000.00**	

Recursos de Capital

	Cuantía	Plazo	Forma de Pago	Interes (Nominal/Anual)	Destinación
No hay registros para mostrar					

Proyeccion de Ingresos por Ventas

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gelato	$ 27,000,000.00	$ 36,300,000.00	$ 47,190,000.00	$ 63,888,000.00	$ 72,037,000.00
Parfait	$ 33,600,000.00	$ 42,240,000.00	$ 65,340,000.00	$ 87,846,000.00	$ 105,414,000.00
Malteada	$ 18,000,000.00	$ 39,600,000.00	$ 50,820,000.00	$ 71,874,000.00	$ 96,629,500.00
Frappe	$ 5,250,000.00	$ 19,635,000.00	$ 25,410,000.00	$ 34,937,500.00	$ 46,119,000.00
Brownie con helado	$ 9,500,000.00	$ 17,765,000.00	$ 28,737,500.00	$ 37,935,000.00	$ 48,681,500.00
Total	**$ 93,350,000.00**	**$ 155,540,000.00**	**$ 217,497,500.00**	**$ 296,480,500.00**	**$ 368,881,000.00**
Iva	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**
Total con Iva	**$ 93,350,000.00**	**$ 155,540,000.00**	**$ 217,497,500.00**	**$ 296,480,500.00**	**$ 368,881,000.00**

Egresos

Índice de Actualización monetaria 1.1

Inversiones Fijas y Diferidas

Concepto	Valor	Mes	Fuente de financiación
Infraestructura - Adecuaciones	$ 1610000,00	0	Aporte Emprendedores
Maquinaria y Equipo	$ 40000000,00	0	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	$ 6620000,00	0	Aporte Emprendedores
Muebles y Enseres y Otros	$ 2400000,00	0	Fondo Emprender
Muebles y Enseres y Otros	$ 2790000,00	0	Aporte Emprendedores
Equipo de Comunicación y Computación	$ 1025890,00	0	Fondo Emprender
Gasto Preoperativos	$ 580000,00	0	Aporte Emprendedores
Gasto Preoperativos	$ 56574110,00	0	Fondo Emprender
Total:	**$ 111,600,000.00**		

Costos de Puesta en Marcha

Descripcion	Valor
Escrituras y Gastos Notariales	$ 00.00
Permisos y Licencias	$ 00.00
Registro Mercantil	$ 580,000.00
Registros, Marcas y Patentes	$ 00.00
Total	$ 580,000.00

Costos Anualizados Administrativos

Descripcion	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cargos por servicios bancarios	$ 300,000.00	$ 330,000.00	$ 363,000.00	$ 399,300.00	$ 439,230.00
Facturacion electronica	$ 500,000.00	$ 550,000.00	$ 605,000.00	$ 665,500.00	$ 732,050.00
Honorario contador	$ 1,600,000.00	$ 1,760,000.00	$ 1,936,000.00	$ 2,129,600.00	$ 2,342,560.00
Pagos por arrendamientos	$ 6,000,000.00	$ 6,600,000.00	$ 7,260,000.00	$ 7,986,000.00	$ 8,784,600.00
Publicidad	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00
Registro de marca	$ 1,222,500.00	$ 1,344,750.00	$ 1,479,225.00	$ 1,627,147.50	$ 1,789,862.25
Reparaciones y mantenimiento	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00
Seguros	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00
Servicios Públicos	$ 7,200,000.00	$ 7,920,000.00	$ 8,712,000.00	$ 9,583,200.00	$ 10,541,520.00
Sistema de seguridad y salud en el trabajo	$ 1,100,000.00	$ 1,210,000.00	$ 1,331,000.00	$ 1,464,100.00	$ 1,610,510.00
Software contable	$ 1,000,000.00	$ 1,100,000.00	$ 1,210,000.00	$ 1,331,000.00	$ 1,464,100.00
Sueldos personal adminsitracion	$ 5,414,370.00	$ 5,955,807.00	$ 6,551,387.70	$ 7,206,526.47	$ 7,927,179.12
Suministros de Oficina	$ 500,000.00	$ 550,000.00	$ 605,000.00	$ 665,500.00	$ 732,050.00
Suscripciones y Afiliaciones	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00
Teléfono, Internet, Correo	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00
Total	$ 24,836,870.00	$ 27,320,557.00	$ 30,052,612.70	$ 33,057,873.97	$ 36,363,661.37

Gastos de Personal

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Contador	$ 9,600,000.00	$ 10,560,000.00	$ 11,616,000.00	$ 12,777,600.00	$ 14,055,360.00
Gerente	$ 21,600,000.00	$ 23,760,000.00	$ 26,136,000.00	$ 28,749,600.00	$ 31,624,560.00
Vendedor	$ 15,600,000.00	$ 17,160,000.00	$ 18,876,000.00	$ 20,763,600.00	$ 22,839,960.00
Total	$ 46,800,000.00	$ 51,480,000.00	$ 56,628,000.00	$ 62,290,800.00	$ 68,519,880.00

Capital de Trabajo

Componente	Valor	Fuente de financiación	Observación
Arrendamiento	$ 12,000,000.00	Fondo Emprender	Arriendo por 8 meses
Dotacion	$ 1,980,000.00	Fondo Emprender	Dotación para el personal
Honorarios contador	$ 8,000,000.00	Fondo Emprender	Honorarios contador por 10 meses
Matricula mercantil	$ 580,000.00	Aporte Emprendedores	Registro mercantil
Nomina gerente	$ 18,626,580.00	Fondo Emprender	Nomina gerente por 7 meses

Nomina vendedores	$ 13,767,530.00	Fondo Emprender	Nomina del vendedor por 7 meses
Publicidad y mercadeo	$ 1,000,000.00	Fondo Emprender	Estrategia de promocion
Seguro todo riesgo	$ 1,200,000.00	Fondo Emprender	Seguro todo riesgo
Total:	**$ 57,154,110.00**		