

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA AGROINDUSTRIAL DESTINADA A LA TRANSFORMACIÓN
DE MATERIAS PRIMAS (PAPA) EN EL MUNICIPIO DE UNE
CUNDINAMARCA.**

**ESPINO GUTIERREZ PAOLA ANDREA- 110211213
SOLORZANO VILLALBA ANA MILENA- 110211203**

Asesor:

DOCENTE: GUSTAVO GRACIA

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y
CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Marzo 30 del 2016**

TABLA DE CONTENIDO

LISTAS DE TABLAS	
LISTAS DE GRAFICAS	
LISTA DE ANEXOS	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
JUSTIFICACIÓN.....	9
1. TITULO.....	11
2. OBJETIVOS.....	11
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	11
2.2 OBJETIVO ESPECIFICOS.....	11
3. MARCOS DE REFERENCIA.....	12
3.1 MARCO TEORICO.....	12
3.2 MARCO CONCEPTUAL.....	15
4. DISEÑO METODOLOGICO PRELIMINAR TIPO DE INVESTIGACION.....	18
4.1 TIPO Y MÉTODO INVESTIGATIVO.....	18
CAPITULO Nº1 ANALISIS DEL PRODUCTO.....	19
5. ANALISIS DEL PRODUCTO.....	19
5.1 ANALISIS DOFA DEL PRODUCTO.....	24
CAPITULO Nº2 ESTUDIO DE MERCADO.....	27
6. ESTUDIO DE MERCADO.....	27
6.1 POBLACIÓN OBJETIVO.....	27
6.1.1 Población Objetivo o universo.....	27
6.1.2 Tamaño del mercado.....	28
6.1.3 Mercado Objetivo.....	28
6.2 LA DEMANDA.....	28
6.3 TABULACIÓN, PRESENTACIÓN Y ANALISIS DE	
RESULTADOS.....	30
6.4 ESTIMACION DE LA DEMANDA.....	36
6.5 PROYECCION DE LA DEMANDA.....	36
6.6 OFERTA.....	37
6.6.1 Competidores.....	37

6.6.2 Proveedores.....	40
6.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.....	41
CAPITULO Nº 3 ESTUDIO TECNICO	42
7. ESTUDIO TECNICO	42
7.1 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	42
7.2 TAMAÑO DEL PROYECTO	43
7.2.1 Factores que condicionan el tamaño del proyecto	43
7.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS A OFRECER	46
7.4 DESCRIPCIÓN DE INSUMOS	48
7.4.1 Características del mercado de la papa congelada	49
7.5 MAQUINARIA	51
7.5.1 Requerimientos de la maquinaria, tecnología y manual	52
7.5.1.1 Caracterización de las máquinas y procesos a realizar	52
7.6 EQUIPOS DE OFICINA	55
7.7 LOCALIZACIÓN	56
7.7.1 Ámbito Territorial	56
7.7.2 Alternativas de Localización	57
7.8 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	58
CAPITULO Nº4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO, JURIDICO LEGAL	59
8. ESTUDIO ADMINISTRATIVO, JURIDICO LEGAL	59
8.1 MODELO ADMINISTRATIVO	59
8.1.1 LOGO	59
7.1.2 Misión	60
7.1.3 Visión	60
7.1.4 Objetivos de la Organización	60
8.2 RECURSOS HUMANOS	61
8.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	62
8.3.1 Descripción de Departamentos	63
8.4 MANUAL DE FUNCIONES	64

8.4.1 Descripción y Perfil de cargos	65
8.5 ESTRATEGIAS DE RECLUTAMIENTO	69
8.5.1 Capacitación del Personal	70
8.6 ASPECTOS INSTITUCIONALES, LEGALES Y JURIDICOS	72
8.6.1 Políticas sectoriales del Gobierno	72
8.6.1.1 Apoyo a las Mipymes	72
8.7 CONSTITUCIÓN Y FORMALIZACIÓN	73
CAPITULO Nº5 ESTUDIO FINANCIERO	76
9. ESTUDIO FINANCIERO	76
9.1 SUPUESTOS FINANCIEROS	76
9.2 PROYECCIONES	77
9.3 INVERSIÓN	82
9.4 PROYECCIONES FINANCIERAS	84
9.5 AMORTIZACIÓN DEL CREDITO	88
9.6 EVALUACIÓN FINANCIERA	91
9.7 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	91
10. GLOSARIO.....	92
11. CONCLUSIONES	94
12. APORTES	95
13. RECOMENDACIONES.....	96
BIBLIOGRAFIA.....	97

LISTAS DE TABLAS

TABLA N° 1 Tipo y método Investigativo	18
TABLA N° 2 Análisis del producto	20
TABLA N° 3 Análisis DOFA	24
TABLA N° 4 Tamaño de la muestra	28
TABLA N° 5 Proyecciones de la demanda	36
TABLA N° 6 Competidores	38
TABLA N° 7 Oferta Proyectada	40
TABLA N° 8 Capacidad de Producción.....	45
TABLA N° 9 Productos a Ofrecer.....	48
TABLA N° 10 Descripción de Insumos.....	48
TABLA N° 11 Requerimientos de la Maquinaria	52
TABLA N° 12 Servicios Públicos	77
TABLA N° 13 Costos de Producción.....	78
TABLA N° 14 Mano de Obra Directa	78
TABLA N° 15 Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	79
TABLA N° 16 Resumen de Costos de Producción	79
TABLA N° 17 Gastos de Administración	80
TABLA N° 18 Gastos de Ventas	80
TABLA N° 19 Proyección de Ingresos	81
TABLA N° 20 Inversión Fija	82
TABLA N° 21 Inversión Circulante	82
TABLA N° 22 Inversión Diferida.....	82
TABLA N° 23 Resumen Inversión Inicial.....	83
TABLA N° 24 Flujo de Caja.....	84
TABLA N° 25 Estados de Resultados	85
TABLA N° 26 Balance General	86
TABLA N° 27 Amortización del Crédito.....	88
TABLA N° 28 Evaluación Financiera	91
TABLA N° 29 Punto de Equilibrio.....	91

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica N° 1 Sistema de Distribución Corto	41
Gráfica N° 2 Sistema de Distribución	42
Gráfica N° 3 Maquinaria	50
Gráfica N° 4 Imágenes Localización	55
Gráfica N° 5 Distribución de la Planta	57
Gráfica N° 6 Logo	58
Gráfica N° 7 Estructura Organizacional Patata Express	61

LISTAS DE ANEXOS

ANEXO A CUESTIONARIO.....	98
ANEXO B ACTO CONSTITUTIVO PATATA EXPRESS.....	100
ANEXO C CAMARA DE COMERCIO	114

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Colombia el sector agropecuario ha sido el más productivo generando un gran desarrollo en el país, de este dependen muchas familias, empresarios, comerciantes, entre otros.

No obstante el trabajo realizado por los agricultores no es reconocido, ni se le ha dado la importancia que debería tener este campo, en donde los cultivadores tienen que solucionar con sus propios recursos las circunstancias que se les presente para realizar sus actividades y lograr obtener un producto de excelente calidad para ofrecer en el mercado. Históricamente la actividad agropecuaria constituye el sector más estratégico al interior de la economía Cundinamarquesa, a veces por su significado cuantitativo y en otras ocasiones por sus repercusiones cualitativas en la sociedad¹, viendo la necesidad que tienen los agricultores y según el Ministerio de Agricultura Nacional la región Cundinamarquesa ha sido por excelencia uno de los departamentos con mayor producción, por ello se ha determinado realizar un proyecto de factibilidad para el sector agropecuario en el municipio de Une Cundinamarca, ubicado en la parte Sur del Departamento, en las estribaciones de la Cordillera Oriental, su cabecera está localizada a los 4° 24' de latitud norte, y 74° 02' de longitud al oeste de Greenwich. Su altura sobre el nivel del mar es de 2.376 metros, y posee una temperatura media de 16°C², tiene una población de 8.014 habitantes según el censo realizado en el 2005 (DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística). Este municipio se caracteriza por realizar actividades agropecuarias, los cultivos más representativos de este municipio son la papa, mazorca, zanahoria entre otros.

En el municipio, durante los últimos años se ha visto afectado por la pérdida económica que trae consigo las heladas, los veranos que en esta zona son inminentes y que atrasan el desarrollo de cultivo de papa, a su

¹ Fuente especificada no válida.

² Fuente especificada no válida.

vez la gran cantidad de productos que entran a la central lo que hace que la venta del producto sea a bajo costo o la mayoría de veces no sea comprado y por lo tanto los agricultores deciden no sacar sus productos lo que genera grandes pérdidas y deudas, dando a saber que no se cuenta con el apoyo del gobierno tanto departamental como municipal, a esto añadiendo la falta de vías para transportar el producto lo que acarrea más costos y pérdidas para los productores, a su vez al transportar el producto de la papa sin transformación alguna, es comprada por intermediarios los cuales se encargan de revender el producto sin ningún valor agregado, por las causas mencionadas anteriormente se observó una idea de mercado que cubra las necesidades de la población Unense, creando una empresa que se dedique a la transformación de este producto y que mitigue algunos problemas, lo cual busca hacer de la papa un producto que se venda en diferentes presentaciones como lo es la papa en puré, papa en rodajas precocidas listas para sopa, papa para rellenar, entre otras; lo cual disminuirá los fletes que produciría el transporte de la materia prima de los productores y el tiempo al vender los productos, y el producto final ya sería vendido con un valor agregado.

Por lo anterior, la pregunta a indagar en la investigación es la siguiente:

¿ COMO CONSTRUIR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA AGROINDUSTRIAL DEDICADA A LA TRANSFORMACIÓN DE MATERIA PRIMA COMO LA PAPA, CON EL FIN DE OBTENER LA SUFICIENTE INFORMACION PARA PODER TOMAR LAS RESPECTIVAS DECISIONES DEL ALCANCE DEL PROYECTO Y SU POSIBLE PUESTA EN MARCHA?

JUSTIFICACIÓN

Con el constante desarrollo de las industrias, la globalización y el crecimiento exponencial de las diferentes microempresas también llamadas PYMES surge la necesidad de suplir las exigencias que existen en el mercado, que cada día van surgiendo nuevas empresas, teniendo como fin la innovación de nuevos productos, estándares de calidad, fijación de precios y nuevas presentaciones que impacten al consumidor de forma positiva.

Identificando las diferentes oportunidades que existen en el mercado, tomando como referencia el sector de Una Cundinamarca se pudo concluir que existe gran producción de la materia prima conocida con el nombre técnico **Solanum tuberosum** o también llamado popularmente **(PAPA)**, siendo un producto de primera necesidad y que hace parte de la canasta familiar, que es utilizada por las amas de casa, restaurantes, establecimientos de comidas rápidas, entre otros y hace parte del menú preferido de todos los colombianos, el cual se puede transformar y realizar diferentes tipos de recetas. Surge la idea de suplir este nicho de mercado con el fin de crear una empresa la cual pueda industrializar el proceso de la materia prima en un producto manufacturado.

De acuerdo al análisis previamente realizado se toma como base las diferentes organizaciones que realizan este proceso con el fin de determinar el impacto económico, social y financiero de estas industrias y el nicho mercado para poder determinar la creación de empresa y los diferentes factores claves que van a generar un valor agregado al consumidor. Se implementa las diferentes herramientas, metodologías de la administración de empresas de acuerdo al enfoque del proyecto, se realiza el plan de negocios, el cual permite un análisis global enmarcando la definición y desarrollo de los siguientes estudios (Estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico y financiero, estudio administrativo),

con el fin de obtener la suficiente información para poder tomar las respectivas decisiones del alcance del proyecto y su posible puesta en marcha.

Teniendo en cuenta los conocimientos adquiridos en el área de administración, el desarrollo como profesionales, el emprendimiento y la creación de nuevas técnicas y de valor, por medio de innovación, calidad, buen servicio y la implementación de nuevas tecnologías **TICS** para un crecimiento global.

1. TITULO

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA AGROINDUSTRIAL DESTINADA A LA TRANSFORMACIÓN DE MATERIAS PRIMAS (PAPA) EN EL MUNICIPIO DE UNE CUNDINAMARCA.

AREA: Emprendimiento y Desarrollo Empresarial

Línea: Emprendimiento y Desarrollo Empresarial.

2. OBJETIVOS

2.1. GENERAL

Desarrollar un estudio de factibilidad para la Creación de una empresa agroindustrial implementando las herramientas y metodologías de la administración de empresas viable para la transformación de la papa.

2.2. ESPECÍFICOS:

- Utilizar la herramienta matriz DOFA como fuente de información en la investigación.
- Realizar un estudio de mercado, identificando la población objetivo, competidores y posibles proveedores.
- Ejecutar un estudio técnico, para el sistema de distribución, comercialización, maquinarias y lo referente a la creación de la empresa.
- Efectuar los estudios administrativos, jurídico legal y financiero del proyecto.

3. MARCOS DE REFERENCIA

3.1 MARCO TEORICO

En el libro Agroindustrias Para El Desarrollo editado por Carlos da Silva, Doyle Waker, Andrew Shepherd, Chakib Jenane, y Sergio Miranda da Cruz³. Dicen que la creación de agroindustrias competitivas es crucial para generar oportunidades de empleo e ingresos. Contribuye además, a mejorar la calidad de los productos agrícolas y su demanda. Las agroindustrias tienen el potencial de generar empleo para la población rural, no sólo a nivel agrícola, sino también en actividades fuera de la explotación como manipulación, envasado, procesamiento, transporte y comercialización de productos alimentarios y agrícolas. Existen señales claras de que las agroindustrias están teniendo un impacto global significativo en el desarrollo económico y la reducción de la pobreza, tanto en las comunidades urbanas como rurales.

Los autores desarrollan una propuesta conceptual y operativa que forma parte del marco conceptual de la línea y el Grupo de Investigación sobre Redes Agro empresariales y Territorio (RAET). Inscrito en COLCIENCIAS La hipótesis central que mueve este análisis, menciona que “La competitividad agroindustrial del país para las condiciones que el mercado global requiere, está en función de la capacidad que se tenga de incentivar, diseñar y poner en marcha 9 modelos agro empresariales en una perspectiva territorial⁴”.

Por otro lado Colombia cuenta con el apoyo de entidades públicas para el apoyo del desarrollo de este sector el cual se encuentra MINAGRICULTURA el cual es el responsable de formular, coordinar y evaluar las políticas que promueven el desarrollo competitivo, equitativo y sostenible de los procesos agroindustriales desarrollo rural, con criterios de descentralización, agroindustriales y desarrollo rural, con criterios de descentralización, concertación y participación que contribuyan a mejorar el nivel y la calidad de vida de la población Colombiana.

³ (Da Silva, 2013)

⁴ (Da Silva, 2013)

El programa de TRANSFORMACION PRODUCTIVA busca desarrollar sectores de clase mundial mediante la formulación y ejecución de planes de negocio sectoriales para favorecer el crecimiento económico y el fortalecimiento de aparato productivo nacional a través de alianzas públicas y privadas. Y PROCOLOMBIA entidad encargada de la promoción de inversión, exportación y turismo en Colombia y con la participación de empresas internacionales que están haciendo provecho de los recursos Colombianos en las cuales se encuentran importantes empresas extranjeras han escogido a Colombia como su destino, de inversión como son las siguientes DOLEFOOD de Estados Unidos multinacional especializada en el sector hortofrutícola invirtió en una planta de producción y distribución de frutas y hortalizas en Colombia estará ubicada en el sector de Cundinamarca, DANONE empresa Francesa entro al mercado Colombiano en una alianza con Alquilería abriendo una planta de producción en Cajica, Cundinamarca, MONDELEZ empresa estadounidense adquirió a Kraft Foods que realizo una inversión en la ampliación de su planta de manufactura y confitería en Cali y por último se encuentra OLMUE empresa chilena la empresa frutícola construyo una planta de procesamiento de fruta en el Valle del Cauca.

Según PROCOLOMBIA En 2012 y al reportar un 6,5% fue el segundo país en la región con mayor participación del sector agropecuario en el Producto interno Bruto PIB.

El PIB agropecuario creció 5% entre 2010 y 2012. *DANE*

- Tercer país latinoamericano con mayores tasas de precipitación anuales y el décimo a nivel mundial .*FAO, 2011*
- Cuarto país en América Latina con disponibilidad de tierras para producción agrícola. *FAO, 2011*

El país ofrece ventajas para ser aprovechado como plataforma exportadora, al tener 12 tratados de libre comercio vigentes y acuerdos de alcance parcial.

Por otro lado el Punto Franco de Colombia denominada AGROCOMMODITIES dice que la agroindustria Colombiana. El sector

agroindustrial ha evolucionado rápidamente a los largo de los años, por tal motivo se ha identificado dos tipos de agroindustrias: la agroindustria tradicional y la moderna. La primera se caracteriza por tener una alta participación de las materias primas de origen agropecuario y por el empleo de una tecnología relativamente simple.

La agroindustria moderna incorpora a sus actividades una alta transformación de las materias primas por lo cual llegan a una etapa intermedia del desarrollo industrial; la adopción de tecnologías de punta genera más valor agregado a dicho sector.

Por todo lo anterior, los gobiernos empezaron a incluir en sus planes de desarrollo, la planificación del sector agroindustrial, creando leyes que protegen y benefician a esta industria ya que tiene una gran participación en la economía colombiana, impulsando una producción agroindustrial ágil, barata y competitiva, promoviendo así el desarrollo empresarial en Colombia.

Actualmente en Colombia se está avanzando en la producción de cadenas agroalimentarias como: cadena agroindustrial del azúcar y confitería, cadena del café e instantáneos, cadena agroindustrial de la leche y derivados, cadena agroindustrial de carne y subproductos, cadena agroindustrial de oleaginosas y aceites, cadena de cereales, avicultura y porcicultura, cadena de trigo y molinera, cadena del arroz y píldoras, cadena agroindustrial del maíz y avicultura, cadena de vino y frutas (uva), cadena de hortalizas (tomate fresco, y procesado), cadena agroindustrial de la papa, cadena agroindustrial del plátano, cadena de la piscicultura (cachama, tilapia y trucha), cadena de cacao y elaborados, cadena de chocolates y confitería, cadena agroindustrial de la panela, cadena de bebidas Las cuales han presentado un desarrollo continuo lo que ha incidido en el alcohólicas (jugos,) cadena textil, cadena de cueros, cadena forestal (maderas), cadena tabacalera, cadena agroindustrial del caucho⁵.

⁵ (Procolombia , 2015)

Las Cuales han presentado un desarrollo continuo lo que ha iniciado en el aumento de las exportaciones en general, la agroindustria depende de la forma AGROCOMMODITIES dice que la agroindustria Colombiana. El sector agroindustrial ha evolucionado rápidamente a los largo de los años, por tal motivo se ha identificado dos tipos de agroindustrias: la agroindustria tradicional y la moderna. La primera se caracteriza por tener una alta participación de las materias primas de origen agropecuario y por el empleo de una tecnología relativamente simple. La agroindustria moderna incorpora a sus actividades una alta transformación de las materias primas por lo cual llegan a una etapa intermedia del desarrollo industrial; la adopción de tecnologías de punta genera más valor agregado a dicho sector.

Por todo lo anterior, los gobiernos empezaron a incluir en sus planes de desarrollo, la planificación del sector agroindustrial, creando leyes que protegen y benefician a esta industria ya que tiene una gran participación en la economía colombiana, impulsando una producción agroindustrial ágil, barata y competitiva, promoviendo así el desarrollo empresarial en Colombia.

3.2 MARCO CONCEPTUAL

Un estudio de factibilidad de un proyecto consiste en descubrir cuáles son los objetivos de empresa, y determinar si el proyecto es útil para cumplir los objetivos. En la búsqueda de los objetivos se debe contemplar el uso de los recursos disponibles o aquellos que la empresa pueda proporcionar nunca se debe definirse con recursos que la empresa no sea capaz de poseer⁶. Donde se debe tener en cuenta que una empresa es una organización dedicada a la venta de bienes y servicios con fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Teniendo en cuenta que existen diferentes sectores de empresas pero cuyo objetivo para este proyecto es la creación de una **empresa agroindustrial**, se refiere a la actividad comprende la producción, industrialización y comercialización de productos agropecuarios agregándole un valor agregado.

Sin embargo un concepto más amplio y concreto definido por el libro **AGROINDUSTRIAS PARA EL DESARROLLO** se define así como el subconjunto del sector manufacturo que procesa materias primas y productos intermediarios, agrícolas, forestales y pesqueros. A su vez la agroindustria forma parte del concepto más amplio del agro negocio, que incluye los proveedores de insumos para los sectores de alimentos y de productos no alimentarios procedentes de la agroindustria. La característica clave que define al sector agroindustrial es la naturaleza perecedera de las materias primas que emplea, la oferta y calidad de las cuales pueden variar significativamente con el tiempo. Otra clasificación útil de la agroindustria es la distinción entre industrias proveedoras de materias primas e industrias consumidoras de materias primas.⁷

Donde la principal **materia prima** ósea los recursos naturales que se utiliza a las industria en su proceso productivo para ser transformados en un producto de consumo que satisfaga las necesidades del usuario.

⁶ <http://eduardoumma.galeon.com/cvitae1770694.html>

⁷Libro agroindustrias para el desarrollo

Donde principalmente la **papa** es el producto de origen agrícola de mayor consumo per cápita aparente en el país unos 62 kg/año, especialmente de la población de estratos socio económicos menos favorecidos, por tratarse de una de las fuentes de carbohidratos de fácil acceso y bajo precio, se cultiva durante todo el año en cerca de 133.865 hectáreas calculadas para el año 2012, dispersas en unos 250 municipios de la zona fría andina.⁸

⁸ <http://www.fedepapa.com>

4. DISEÑO METODOLOGICO PRELIMINAR TIPO DE INVESTIGACIÓN

4.1. TIPO Y MÉTODO INVESTIGATIVO

En desarrollo del proyecto se utiliza un tipo de investigación cuantitativa ya que primero se hace un análisis de un problema y por medio de este método investigativo se utilizó variables con el fin de definirlo, limitarlo y obtener datos estadísticos para resolver el problema.

En este estudio de factibilidad actúan:

Tabla N°1 Tipo y método investigativo

Tipo de Investigación:	El tipo de investigación cuantitativa.
Método de Investigación:	Estudio de factibilidad, que pretende un análisis global enmarcando la definición y desarrollo de estudios (estudios de mercados, técnico, económico, financiero, administrativo). Investigaciones, como explicativa, descriptiva experimental y no experimental, entre otras) con el fin de obtener la suficiente información para determinar el alcance y puesta en marcha del proyecto.
Fuentes de información:	Primarias: Encuestas a los supermercados, restaurantes y establecimientos de comida Rápidas, con el fin de determinar los futuros compradores. Secundarias: Como fuentes secundarias se acudirá a textos, instituciones públicas como la alcaldía municipal, DANE y a personas idóneas en el tema.
Proceso de investigación utilizada	La investigación se basará en los siguientes puntos: <ul style="list-style-type: none">➤ Análisis del producto➤ Estudio de mercado➤ Estudio técnico➤ Estudio Administrativo➤ Estudio Económico- financiero.

Fuente: Gestores del proyecto

CAPITULO Nº 1 ANALISIS DEL PRODUCTO

5. ANALISIS DEL PRODUCTO

La herramienta administrativa utilizada en este estudio tiene como fin identificar las amenazas, debilidades y oportunidades, este elemento nos brinda información relevante requerida para la toma de decisiones, que no es más que la realidad y después de tener esta herramienta sabemos qué hacer y cómo actuar.

A continuación se detallan los productos a ofrecer los cuales son innovadores en Colombia, características y componentes del producto estos son:

Tabla Nº 2 Analisis del producto

PRODUCTO	USOS	USUARIOS	PRESENTACION	COMPOSICION	CARACTERISTICAS FISICAS
Puré congelado	Adiciones para platos a la carta por ejemplo churrasco, lomo de cerdo entre otros. En platos ejecutivo	Restaurantes Supermercados Amas de casa	Bolsa de 500 Gramos	Elaborado con: Papa parda pastusa Goma Xantana Preservantes Ácido Ascórbico Sal	Producto precocido a base de papa con goma xantana logrando una apariencia de patata recién elaborado agradable para el cliente sin perder sus proteínas y conservantes.
Cubos deshidratados	Especialmente para la preparación de sopas, caldos, guisos	Restaurantes Supermercados Salsamentarías Amas de casa	Bolsa de 500 Gramos	Elaborado con: Papa parda pastusa Preservantes Ácido Ascórbico Sal	Producto precocido a base de papa cortado en cubos logrando minimizar tiempo en la elaboración del plato


Papas enteras horneadas y congeladas	Como acompañamiento en los diferentes platos sean a la carta, ejecutivos	Restaurantes Supermercados Salsamentarías Amas de casa	Bolsa de 500 Gramos	Ingredientes Papa Superior Preservantes Ácido Ascórbico Aceite Sal	Producto elaborado con papa superior la cual brinda un sabor agradable, seca cuya preparación es fácil para el cliente final buscando que solo las caliente y las consuma
Papas en forma serpentina	Producto adicional en los platos de comidas rápidas, como pasabocas, platos de casa, ejecutivos y a la carta	Restaurantes Supermercados Salsamentarías Amas de casa	Bolsa de 500 Gramos	Ingredientes Papa R 12 Preservantes Ácido Ascórbico Aceite Sal	Producto precocido a base de papa con formas innovadoras como la serpentina para su consumo. Se utiliza la papa R 12 ya que presenta características aptas para la elaboración del producto

Papas fritas de corte recto	Producto adicional en los platos de comidas rápidas, como pasabocas, platos de casa, ejecutivos y a la carta	Restaurantes Supermercados Salsamentarías Amas de casa	Bolsa de 500 Gramos	Ingredientes Papa R 12 Preservantes Ácido Ascórbico Aceite Sal	Producto precocido a base de papa con formas innovadoras como la serpentina para su consumo. Se utiliza la papa R 12 ya que presenta características aptas para la elaboración del producto

5.1. ANÁLISIS DOFA DEL PRODUCTO

Análisis DOFA del producto: Por medio del uso de esta herramienta de análisis se pretende examinar e identificar las características particulares del producto y el entorno en el cual este compite. A continuación se describen las siguientes Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que se identificaron del producto y de la empresa.

Tabla N°3 Análisis DOFA

<p>ANALISIS DOFA</p> <p>PATATA EXPRESS</p> 	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> •Gran variedad de productos transformados utilizando como materia prima la papa. •Variedad en el portafolio de productos innovadores dentro en el mercado Colombiano. •Productos de excelente calidad ya que cumplen con las características nutricionales del tubérculo. •Empaque llamativo y conserva el producto. •Producto 100% Colombiano altamente natural. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> •Las personas no confían en el producto ya que por ser congelado opinan que es perjudicial para la salud. •Posicionamiento de la competencia en el mercado
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • No existen empresas agroindustriales en el sector de UNE Cundinamarca que realicen esta misma actividad de la transformación de la papa. •Vías de acceso a la capital en excelente estado. •Creación de gran variedad de productos. •El consumo de papa está fuertemente arraigado en la población colombiana. •La materia prima de UNE Cundinamarca (papa) es de excelente calidad ya que 	<p>ESTRATEGIA FORTALEZAS, OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de la empresa agroindustrial dedicada a la transformación de la materia prima (papa) ofreciendo una amplia gama de productos llamativos para la población colombiana de excelente calidad de la materia prima que produce el municipio de UNE manteniendo las características nutricionales del producto. • Diseñar acciones de 	<p>ESTRATEGIA DEBILIDADES, OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear valor agregado a la materia prima (papa) transformándola en un producto innovador dándolo a conocer, por medio de publicidad, degustaciones en los sitios de comercialización o distribución, sitio

<p>cumplen con las características necesarias para la fabricación del producto</p>	<p>posicionamiento y crecimiento de la empresa aprovechando las vías de acceso a la capital Bogotá la cual tiene objetivo dar a conocer el portafolio de productos a ofrecer.</p>	<p>web, redes sociales teniendo una interacción con el cliente para conocer su criterio negativo y positivo en cuanto al servicio, calidad, producto y realizar sus respectivas estrategias y acciones.</p>
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> •Se cuenta con más de 70 industrias dedicadas a la actividad de procesamiento de la papa. •En Colombia la papa se usa principalmente fresca por las amas de casa pero sin embargo ha aumentado el consumo de papa industrial •Empresas industrializadas ya tienen posicionamiento internacional • Existen empresas internacionales que están abarcando el mercado colombiano con excelente tecnología 	<p>ESTRATEGIA FORTALEZA, AMENAZA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear un portafolio de productos innovadores, de excelente calidad y a un precio asequible logrando la diferenciación con las demás industrias que realicen la misma actividad económica. • Manufacturar un producto 100% natural utilizando la última tecnología de punta y a un futuro llegar a posicionarse internacionalmente realizando constantemente investigación 	<p>ESTRATEGIA AMENAZA, DEBILIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un producto confiable para el consumidor y no exista duda al adquirir el producto y totalmente nacionalizado.

Fuente: Gestores del proyecto

CAPITULO N°2 ESTUDIO DE MERCADO

6. ESTUDIO DE MERCADO

Este capítulo se enfoca en examinar la viabilidad del proyecto, en este estudio determinaremos los clientes, competidores y al mercado en sí mismo, a su vez nos ayuda a desarrollar un plan de negocios, lanzar el producto con un valor agregado e innovador y lograr la expansión en el mercado al cual se quiere incursionar.

6.1. POBLACIÓN OBJETIVO:

Se toma como referente y se segmenta el municipio de Une, Caqueza, Chipaque y Fusagasugá ya que se tiene conocimiento en esos territorios y hay un gran mercado para este tipo de productos, principalmente encontramos un gran número de restaurantes los cuales son indispensables para la cadena de distribución ocupando un **20%** en compras ya que todos los alimentos que ofrecen estos establecimientos no son parte primordial de su menú, en segundo lugar encontramos las comidas rápidas son la mayor fuente de comercialización en un **35%** de nuestros ingresos siendo un producto preferencial como acompañante en la variedad de comidas y por último el **45%** encontramos al segmento de salsamentarías y supermercados, los cuales van hacer nuestros principales clientes en distribución, formando el **100%** de nuestros ingresos, no tomamos como referencia al consumidor final ya que por medio de esta cadena de distribución nos damos a conocer a dicho mercado.

6.1.1. Población Objetivo o universo:

El mercado está conformado por 526⁹ establecimientos, dado así porque se está incluyendo restaurantes, establecimientos de comidas rápidas, las salsamentarías y supermercados.

⁹ Cámara de Comercio. Registros Mercantiles 2013.

6.1.2. Tamaño del mercado:

Para el tamaño del mercado se toma como referencia los 526 establecimientos de los municipios¹⁰, generando las encuestas a jefes o propietarios.

6.1.3. Mercado Objetivo

El mercado objetivo estará basado en las encuestas realizadas en Cundinamarca principalmente en los municipios de Une, Caqueza, Chipaque y Fusagasugá, ya que poseen una concentración de restaurantes, comidas rápidas, salsamentarías y supermercados.

6.2. LA DEMANDA

Necesidad de cuantificar las muestras para poder determinar la demanda y la oferta del mercado.

Con el tamaño de la muestra se pretende determinar la muestra (población) a la cual se le desea realizar las encuestas, con el fin de estimar un parámetro determinado con el nivel de confianza deseado y reducir los costes del estudio.

Tabla N°4 Tamaño de la muestra

POBLACION	UNE	CAQUEZA	CHIPAQUE	FUSAGASUGA	TOTAL
Restaurantes	20	50	42	130	242
comidas rápidas	6	12	18	80	116
Establecimientos	10	17	21	120	168
TOTAL	36	79	81	330	

Fuente: Cámara de comercio. Registros mercantiles. 2013

La fórmula que orienta el cálculo del tamaño de la muestra de manera para datos globales es la siguiente:

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

N: es el tamaño de la población o universo (Número total posibles encuestados)

e: es el error muestral deseado.

¹⁰ Cámara de Comercio. Registros Mercantiles 2013.

K: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%.

Valor de k	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2,24	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	97,5%	99%

Fuente: Gestores del proyecto

Los valores K más utilizados y sus niveles de confianza son:

p: es la proporción de los individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

q: Es la porción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$. 0.5

n: es el tamaño de la muestra (Numero de encuestas que se van a realizar).

La suma de los municipios a ser encuestados son cuatro (4), entre los que se encuentran: Une, Caqueza, Chipaque y Fusagasugá los cuales están comprendidos por los restaurantes, establecimientos de comidas rápidas y supermercados, identificando el mercado objetivo nos da un tamaño del universo, es decir, $36+79+81+330=526$ (Universo); de este número, la porción del mercado será el 100%, es decir, 526 establecimientos (Población) a ser encuestada:

$$526 * 100\% = 526$$

N: 526

e: 0,5%- 0,005

k 1,15

p: 0,5

q: 0,5

n: 89 encuestas

Con la anterior ecuación se muestra de manera específica el número de encuestas que se deben realizar para determinar la población a la cual se ofrece el producto, objeto de este proyecto.

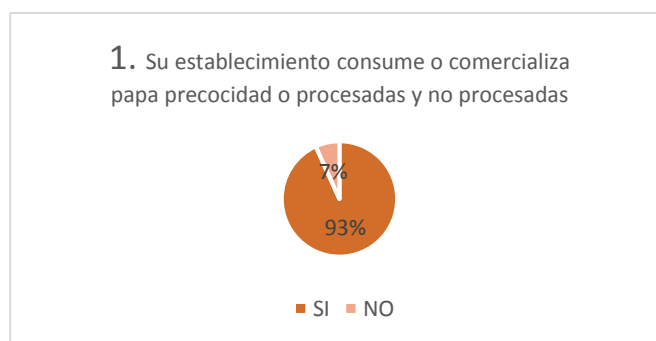
6.3. TABULACIÓN, PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

El presente estudio se llevó a cabo de acuerdo a los objetivos planteados. Después de ejecutar las encuestas y recolectar la información en los municipios del oriente de Cundinamarca como lo fueron Caqueza, Chipaque, Une, y en el municipio de Fusagasugá; se observó que el 93% de los establecimientos encuestados consumen o comercializan el producto en diferentes presentaciones y que el 7% no siente interés de innovar, mientras que la mayoría de los establecimientos que lo consumen y lo vende han obteniendo buenos resultados. Los establecimientos objeto de investigación fueron los Supermercados, Restaurantes y Establecimientos de comidas Rápidas.

Fueron 89 encuestas realizadas de las cuales se obtuvo la siguiente información:

SI	NO
83	6
93%	7%

Fuente: Gestores proyecto

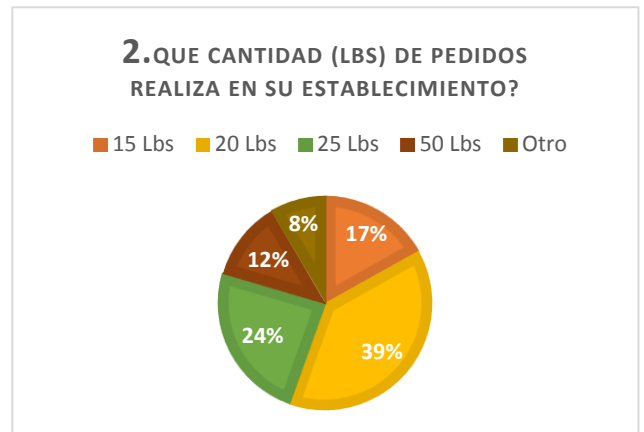


Fuente: Gestores del proyecto

La grafica muestra que el 93% de los establecimientos consumen o comercializan productos procesados como la papa, cuyo fin es facilitar las actividades de la población y su consumo es alto, allí se observó que la población consume en gran cantidad del producto y los establecimientos obtienen buenos resultados, mientras que el 7% de los establecimientos no consume por riesgo a perdidas y por miedo a innovar.

15 Lbs	20 Lbs	25 Lbs	50 Lbs	Otro
14	32	20	10	7
17%	39%	24%	12%	8%

Fuente: Gestores del proyecto



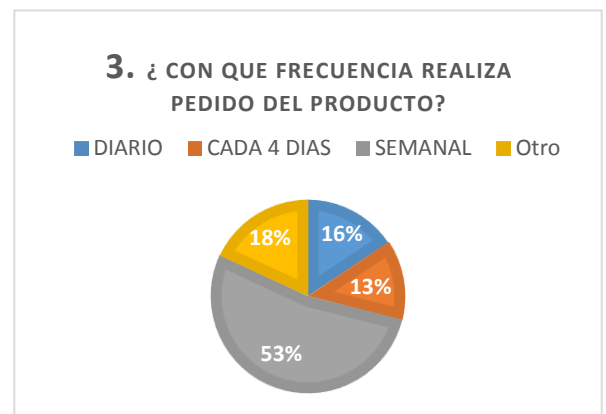
Fuentes: Gestores del proyecto

La pregunta N°2 la cual hace referencia a la cantidad de pedidos que realiza su establecimiento se puede observar que el 39% pide la presentación de 20 Libras, seguida de 24% que solicita 25 Libras, de lo anterior se observó que las entidades piden menores cantidades debido a que las entregas de los productos se hacen semanalmente, esto da como consecuencia a la alta demanda que tiene el producto en su presentación (papa Francesa) la cual es apetecida por la población que busca minimizar tiempos e inversión en lo que se refiere a la canasta

Familiar.

DIARIO	CADA 4 DIAS	SEMANAL	Otro
13	11	44	15
16%	13%	53%	18%

Fuente: Gestores del proyecto

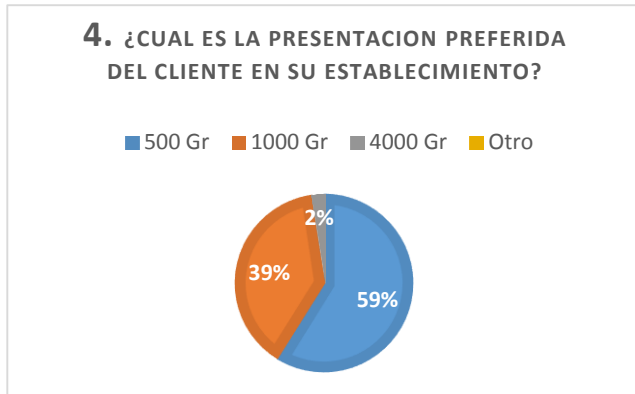


Fuentes: Gestores del proyecto

En la pregunta N° 3 se observó que el 53% de las entidades realizan su pedido semanalmente, frente a un 18% que prefiere realizarlo de otra manera ya sea mensualmente o cada cuarenta (40 días), por tanto lo que se pretende con un pedido semanalmente, es ofrecer al cliente un producto fresco de buena calidad y que principalmente satisfaga las necesidades de consumo de las personas.

500 Gr	1000 Gr	4000 Gr	Otro
50	33	2	0
59%	39%	2%	0%

Fuente: Gestores del proyecto

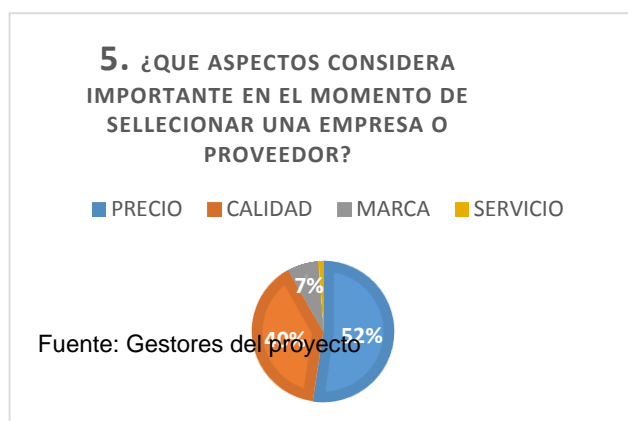


Fuente: Gestores del proyecto

De la pregunta N° 4 se dedujo que el 59% de la población prefiere una presentación en paquete de 500 Gramos, ya que el tamaño de este comparado con los demás es el más accesible, económico además puede ser consumido diario o semanal y no se está exento a que el producto corra el riesgo de deterioro y daño, ya que por ser productos congelados después de abiertos deben consumidos en poco tiempo.

PRECIO	CALIDAD	MARCA	SERVICIO
45	34	6	1
52%	40%	7%	1%

Fuente: Gestores del proyecto

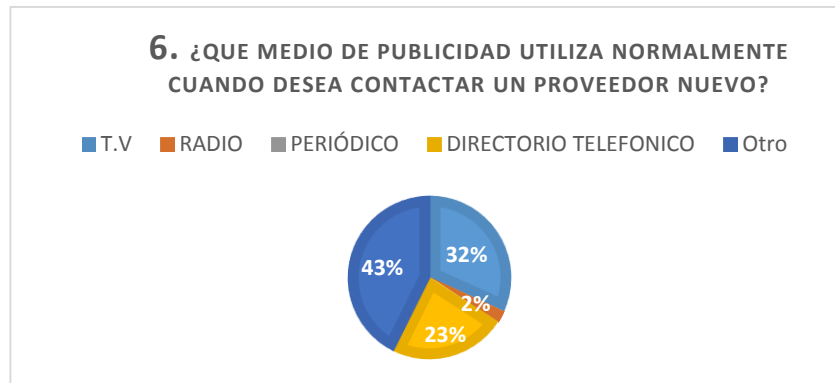


Fuente: Gestores del Proyecto

En cuanto a la pregunta N°5 los aspectos a tener en cuenta al momento de seleccionar una empresa o proveedor los consumidores tienen en cuenta el precio con un porcentaje del 53% y la calidad con un porcentaje del 40%, ya que si el precio es bajo frente a otros y la calidad es excelente, los consumidores prefieren el producto, es allí en donde se puede obtener una ventaja frente a los competidores, logrando fidelizar a los clientes y a su vez se le da un reconocimiento a la marca.

T.V	RADIO	PERIÓDICO	DIRECTORIO TELEFONICO	Otro	Cual
26	2	0	19	35	
32%	2%	0%	23%	43%	

Fuente: Gestores del proyecto



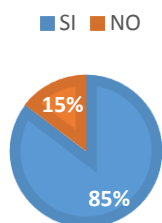
Fuente: Gestores del proyecto

A la hora de dar a conocer una marca nueva y de ofrecer un producto es importante identificar como llegarle al cliente, en la pregunta N° 6 la cual hace referencia al medio de publicidad utilizado para contactar un proveedor nuevo se observó que el 43% de los establecimientos hacen contacto con los proveedores mediante el voz a voz, es decir las empresas encargadas de dar a conocer el producto se dirigen a los establecimientos a ofrecer sus promociones y ventas, y que a diferencia de los medios de comunicación masivos que se conocen comúnmente los consumidores optan por las diferentes ofertas del mercado, referencias y las demandas que presenta el sector, de ahí la importancia de crear la empresa en esta provincia y de dar a conocer el producto.

Fuente: Gestores del Proyecto.

7. Si se crea una empresa que produzca productos transformados, congelados de una papa sin perder valor nutritivo y sin ningún químico en el municipio de Une, estaría interesado en comprarle	
SI	NO
76	13
85%	15%

7. SI SE CREA UNA EMPRESA QUE PRODUZCA PRODUCTOS TRANSFORMADOS, CONGELADOS DE UNA PAPA SIN PERDER VALOR NUTRITIVO Y SIN NINGUN QUIMICO EN EL MUNICIPIO DE UNE, ESTARIA INTERESADO EN COMPRARLE?



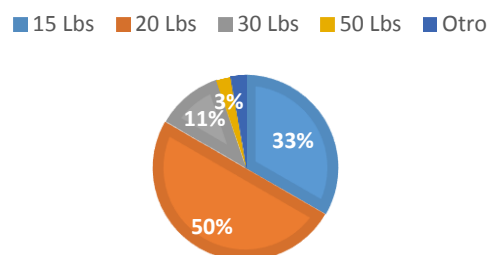
Fuentes: Gestores del Proyecto.

La pregunta N° 7 que hace alusión a la creación de la empresa objeto de estudio la cual produzca productos transformados, congelados de la papa sin perder valor nutritivo y sin ningún químico en el municipio de Une; los encuestados en un 85% están de acuerdo en comprar los productos nuevos en el mercado ya que al conocer la idea de negocio, la innovación y las nuevas presentaciones, a ofrecer, la población dedujo que facilitaría las labores en el hogar y además por ser un producto de la región y por conocer la calidad de la papa cultivada, brindaría al mercado un fruto favorable.

15 Lbs	20 Lbs	30 Lbs	50 Lbs	Otro
26	39	9	2	2
33%	50%	11%	3%	3%

Fuente: Gestores del Proyecto

8. ¿QUE CANTIDAD CONSUMIRIA INICIALMENTE POR PEDIDO?



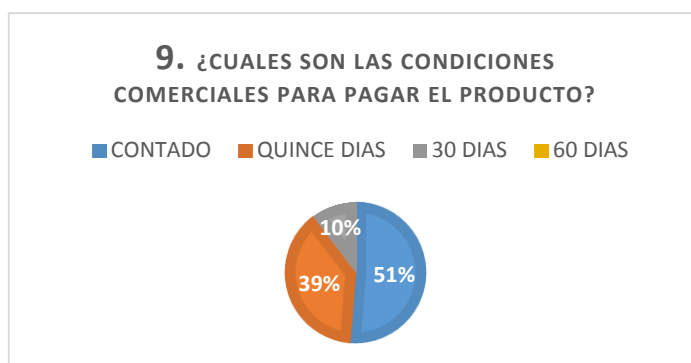
Fuente: Gestores del Proyecto

La pregunta N°8 hace referencia a la cantidad que consumiría la población encuestada inicialmente, para este interrogante se utilizaron diferentes opciones en Libras que se tendrán en cuenta para la producción del producto; se observó que el 50% de los encuestados adquiriría el producto en cantidad de 20 libras; puesto que lo harían por

conocer el producto y ver que auge tiene en el mercado, además por ser adquirido por primera vez es un riesgo en cuanto al gusto a las necesidades que suplirá.

CONTADO	QUINCE DIAS	30 DIAS	60 DIAS
40	30	8	0
51%	39%	10%	0%

Fuente: Gestores del Proyecto

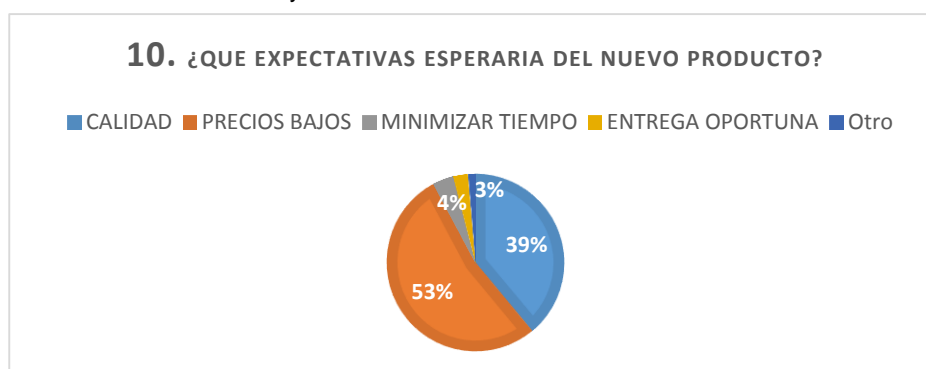


Fuente: Gestores del Proyecto

En la pregunta N°9 se observó que las condiciones comerciales para pagar el producto son de contado con un 51% de preferencia, ya que por ser un producto adquirido por primera vez es un riesgo al que se enfrentan los consumidores porque no se sabe si satisfaga los gustos del consumidor final, por eso prefieren pedir una cantidad mínima y cancelarla de contado.

CALIDAD	PRECIOS BAJOS	MINIMIZAR TIEMPO	ENTREGA OPORTUNA	Otro
30	41	3	2	1
39%	53%	4%	3%	1%

Fuente: Gestores de Proyecto



Fuente: Gestores del proyecto

Es primordial conocer lo que la gente espera de la empresa que se va a crear, por ello la pregunta N° 10 la cual hace referencia a las expectativas que se esperan del nuevo producto, se observó que el 53% de los establecimientos optan por precios bajos y el 39% calidad en los

productos a ofrecer; la información obtenida en cuanto a precios será tomada en cuenta en el estudio financiero para determinar el precio de venta.

Por último la encuesta realizada arrojó resultados importantes para la puesta en marcha del proyecto a presentar, ya que se busca tener una perspectiva y opinión de la población a la cual se va a dirigir con un nuevo producto y lo que se espera de la empresa, ya que es importante para nosotros como organización saber cómo iniciar y con qué apoyo se contaría.

6.4. ESTIMACION DE LA DEMANDA

De acuerdo con la población objetivo de 526 establecimientos¹¹ ubicados en los diferentes municipios previamente establecidos se determinó una muestra de 89 negocios encuestados de los que se obtuvieron los siguientes resultados. El 93% comercializa papa procesada, el 30% iniciaría su compra con 20 libras del producto, 53% realizaría su compra semanalmente. El pedido semanalmente sería aproximadamente 1.780 paquetes teniendo en cuenta que un paquete del producto manufacturado equivale a una libra.

6.5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

La proyección fue evaluada de acuerdo a la población objetivo de 526 establecimientos¹² comerciales y un crecimiento exponencial entre el 4% y 5% de apertura de nuevos clientes.

Tabla N°5 Proyecciones de la Demanda

AÑO	ESTABLECIMIENTOS	CONSUMO POR PAQUETES
1	526	42086
2	552	44160
3	579	46320
4	607	48560
5	637	50960

Fuentes: Gestores de Proyecto

¹¹ Cámara de Comercio. Registros Mercantiles 2013.

¹² Cámara de Comercio. Registros Mercantiles 2013.

6.6. OFERTA

6.6.1 Competidores

El uso de productos procesados en los últimos años ha alcanzado niveles altos en cuanto a compra y consumo de las personas, debido a cambios de hábitos de consumo, influido por varios factores como la concentración de la población en las grandes ciudades y a ello se añade la falta de tiempo para preparar los alimentos y hace que personas los consuman fuera de casa lo cual conlleva a la creación de empresas agroindustriales que elaboren productos procesados y de fácil preparación. En Colombia la papa por ser un alimento principal en la alimentación diaria, la población prefiere consumir el producto en estado fresco, sin embargo en los últimos cuarenta años se ha incrementado su utilización para el procesamiento industrial principalmente para chips. Donde actualmente en Colombia se encuentran 70 empresas industriales dedicadas a la actividad de procesamiento de papa, con diferente capacidad, y niveles de desarrollo tecnológico y variada presencia en los mercados que en total procesan alrededor de 212 mil toneladas de papa al año (cerca del 8% de la producción nacional se destina al procesamiento industrial. En el siguiente cuadro se ilustran empresas procesadoras y comercializadoras de papa en Colombia.¹³

¹³ www.DANE.gov.co

Tabla N° 6 Competidores

CIUDAD	EMPRESA	PRODUCTO	DIRECCION	TELEFONO	TAMAÑO
	Productos Zulis	Chips	CI 11A 9 82 Bosa	7767241	Pequeño
	Comestibles Otálora	Chips	*****	2703821	Pequeño
	Comestibles La Doncella	Chips	CI 40 Sur 56 81	7133686	Pequeño
	Productos Buen Sabor	Chips	K 72A 68B 46	2513585	Pequeño
	Comestibles Don Roque	Chips	K 25 22 38	2680819	Pequeño
	Comestibles Rojvi	Chips	K 37A 7 48	2019286	Pequeño
	Productos La Francesita	Chips	Av 1 de Mayo 50 49	4512263	Pequeño
	Congelagro S.A.	Francesa	K 69 21 03	7133901	Grande
	Papa Ya	Francesa	CI 34A 97 36 Fontibón	2670012	Mediano
	Nutrilistos	Francesa	Diag 2C 70 40	2907318	Mediano
	Más Papas	Francesa	CI 127B 45 42	2740549	Pequeño
	Procesadora de Alimentos HUBEHER	Francesa	K 83 52C 22	2639835	Pequeño
	Frozen – Express	Francesa	Av 18 23 42	2611561	Pequeño
	PROPACOL	Francesa	K 45 76 19	2508805	Pequeño
	Industrias FRUVER Ltda.	Deshidratada	Madrid-Cundinamarca	8246182-83	Pequeño
	ALMICOR	Almidón	CI 167 7 84	6715509	Pequeño
	EPCO	Almidón		932493873	Pequeño
MEDELLIN	Pasabocas Margarita Antioquia S.A	Chip-fran	K 53 52 634 Guame	257675	Grande
	Mc Cain Andina S.A	Chip-fran	K 43a 57 Sur 41 L 142	2882259	Grande
	Frito – Lay Colombia S.A	Chips	K 43A 61 Sur 152	2880254	Grande
	Productos Alimenticios Doraditas Ltda.	Chips	K 48 61 Sur 125 Bodega 118	3011133	Mediano
	Industria Alimenticia La Reina	Chips	K 73 42 20	2506921	Pequeño
	Papitas Chiss	Chips	k 72B 98 27	4714477	Pequeño
V IBORAL	Crujipapitas	Chips	k 30 CI 27	5432715	Pequeño
CALI	Productos Yupi S.A	Chips	Calle 70 N0. 3 N. -74	6443330	Grande
	Comestibles Cali	Chips	Cr. 25 # 53-69	4433929	Mediana
	Productos Calima	Chips	cr 13 # 50-04	4411440	Mediana
	Papas fritas la Blanca	Chips	Cra 39C # 38-29	3384409	Pequeña
	Productos La primavera	Chips	Cr. 36 # 34C '04	3341088	pequeña
	Rosquillas caleñas	Chips	Calle 13 # 13 '11	884314	pequeña
	Comestibles	Chips	Calle 69 # 7'140	4476941	Pequeña

CIUDAD	EMPRESA	PRODUCTO	DIRECCION	TELEFONO	TAMAÑO
BOGOTA	Productos alimenticios Margarita	Chips	K69 N 21-03	2922208	Grande
	Comestibles Ricos Ltda.	Chips	K 21 90 15	2672324	Grande
	Savory Brands Colombia S.A	Chips	cl 35 Sur 27 07	2371100	Grande
	Productos Andru	Chips	cl 35 Sur 27 07	7206100	Mediano
	Productos Chispita Ltda.	Chips	K 52A 43 36 Sur	7133560	Mediano
	Productos Ramo	Chips	Km 20 Via Mosquera	6184864	Mediano
	Productos Clibar Ltda.	Chips	Cl 36 Sur 61 46	2305216	Pequeño
	Productos Diosa y Cia Ltda.	Chips	Diag 52B Sur 52 35	2305216	Pequeño
	Productos Merceditas Ltda.	Chips	K 40 80 63	2319662	Pequeño
	Comestibles Omamelson	Chips	K 38 79 85	3115443	Pequeño
	Productos Liliana	Chips	Trans 49 4 92	2624151	Pequeño
	Productos Andrea	Chips	Av Cl 68 37 63	3113331	Pequeño
CIUDAD	EMPRESA	PRODUCTO	DIRECCION	TELEFONO	TAMAÑO
	Colombia				
	Listo y Fresco Ltda.	Precocida	Calle 23 # 36B 37	3371920	Mediana
BUGA	La Pecosita	Chips	Calle 9 # 2-43	922275045	pequeña
B/manga	Productos Yiyi	Chips	Calle 50 # 23-32	435175	pequeña
	Productos la victoria	Chips	Cr, 21 # 48'35	337333	pequeña
	Productos la Bumanguesa	Chips	Diag. 54 #22b-10 Giron	469373	pequeña
	Pasabocas Maxiñono	Chips	Calle 4 # 13-105	6382766	pequeña
Cúcuta	Productos La Doña Jacky	Chips	Avenida 8a # 3N -24	97580099	Pequeña
IBAGUE	Alimentos La Toya Ltda.	Chips	Av 37# 4B-20	649199	Pequeña
	Industrias Alimenticias Colombia	Chips	Cr 3 #59-33	651844	Pequeña
PASTO	Comestibles Super Chips	Chips	Calle 12 # 21 -22	234817	Pequeña
	Fritsur	Chips	Cr 40 # 19-34	236792	Pequeña
IPIALES	Fábrica de comestibles Patty	Chips	Cr. 1ª# 16-91		Pequeña
PEREIRA	Prductos La niña	Chips	Cr. 16 # 69-70	963281884	Pequeña
ARMENIA	Productos Gudi	Chips	Calle 51 # 16-140	474519	Pequeña
	Papitas del Quindio	Chips	Av Bolívar # 37N-51	493689	Pequeña
TUNJA	Monifricos	Chips	Transv. 3a#59-29	431342	Pequeña
	Sanchifritos	Chips	Transv. 6# 61-55	987403818	Pequeña
DUITAMA	Productos La Libertad	Chips	Calle 19 # 19-65	602855	Pequeña
	Productos Javin	Chips	Carr. Ctral Km188 N.	604054	Pequeña

Fuente: Universidad Industrial de Santander, Biblioteca virtual.

Se puede observar que la mayoría de las empresas son procesadoras de papa chips o pasa bocas que no constituyen competencia para el producto a producir, las empresas de papa a la francesa numeradas en el cuadro anterior distribuyen sus productos en las regiones del país, pero no cuentan con la gran variedad de productos que quieren distribuir como nueva empresa.

Actualmente nuestra competencia directa en UNE Cundinamarca es la empresa Asoprune lleva en el mercado dos años, donde ofrecen productos como papa fritas y papas congeladas a la francesa, la empresa McCain empresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos congelados como papa a la francesa de diferentes tamaños, puré de papa entre otros productos¹⁴.

Cifra tomada del año 2007 en cuanto a la participación en las ventas de la industria procesadora de papa.

Tabla N°7: Oferta proyectada

EMPRESA	VENTAS	PARTICIPACIÓN
FRITO LAY COLOMBIA LTDA	215.098.061.000	63%
PRODUCTOS YUPI S.A.	75.096.391.000	22%
COMESTIBLES RICOS LTDA	28.214.940.179	8%
MC CAIN ANDINA S.A.	12.704.762.000	4%
OTRAS	12.857.408.622	4%
TOTAL DE LA INDUSTRIA	343.971.562.801	100%

Fuente: Cálculos Observatorio Agrocadenas con base en Confecamarasy supersociedades.

6.6.2 Proveedores:

Como se ha mencionado el proyecto se trata de la transformación de materia prima (Papa) en el municipio de Une, es así como los proveedores serán los pequeños y grandes papi cultores del municipio, puesto que el municipio ocupa aproximadamente el 60% de su extensión en cultivos el cual lo convierte como uno de los primeros productores de papa en la provincia, convirtiendo así en 53.850 ton/ por semestre y

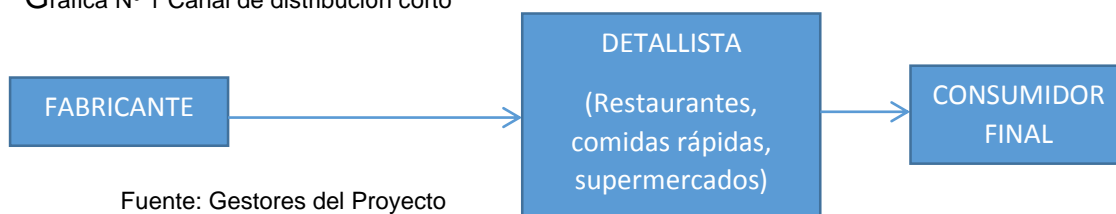
¹⁴ Alcaldía Municipal de Une, Planeación Municipal.

anualmente 107.700 ton/ año¹⁵, lo que lo convierte no solo como el más producto de la provincia sino por la variedad del producto y la calidad de este. La papa se compra directamente al agricultor en épocas de cosecha.

6.7. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Principalmente nuestro canal de distribución donde pondremos a disposición los productos va hacer indirecto ya que va a existir un intermediario entre el fabricante Patata Express y el consumidor final donde se encuentran los hogares, amas de casas, en donde se implementará un canal corto ya que va a existir un solo intermediario en donde se encuentran los restaurantes, establecimientos, supermercados y salsamentarías.

Grafica N° 1 Canal de distribución corto



En cuanto a los medios o formas de realizar las ventas utilizaremos los siguientes canales de comercialización:

- **Venta directa:** Realizaremos un proceso personalizado por cliente donde daremos a conocer la empresa y su portafolio de productos.
- **Redes sociales y marketing digital:** Implementaremos estas herramientas para impulsar la marca y posicionamiento a la empresa llegando a incursionar nuevos nichos de mercados.
- **Página web:** Diseñar un sitio web dinámico para que el cliente pueda conocer la empresa y técnicas de **SEO** para posicionamiento de marca y empresa en buscadores más importantes.

¹⁵Celeita, Acosta José Luis- Plan de Desarrollo Municipal Une Cund- 2012-215.

CAPITULO Nº 3 ESTUDIO TÉCNICO

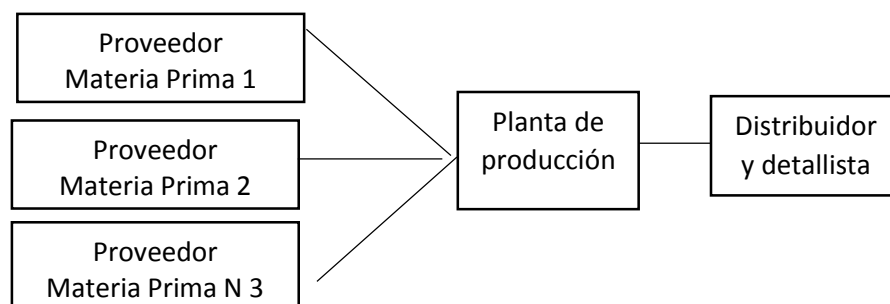
7. ESTUDIO TÉCNICO

Con el estudio técnico se pretende responder a interrogantes ¿cómo cuánto, dónde y Con qué se moverá la empresa? a su vez se reflejará el diseño de producción que la empresa está dispuesta a producir para su comercialización y distribución, la maquinaria que se requiere y la localización de esta, para la realización de este capítulo se requirieron competencias como creatividad, innovación para el desarrollo del producto para ofrecerlos en el mercado a precio competitivo y de calidad.

7.1 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

El sistema que se utilizará para distribuir y comercializar el producto será mediante puntos o bodegas, vehículos de transporte de alimentos y aquellos puntos de distribución serán en primera instancia arrendados con opción de compra en cada municipio donde se pretende dar a conocer el producto, cuyo fin será satisfacer y mitigar el tiempo y las necesidades de la población. Cada punto de venta deberá cumplir con unos requerimientos técnicos específicos para almacenamiento y temperatura del producto con el fin de brindar una alta calidad de este y lograr la satisfacción del cliente.

Grafica Nº 2 Sistema de distribución



Fuente: Gestores del proyecto

7.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

7.2.1 FACTORES QUE CONDICIONAN EL TAMAÑO DEL PROYECTO:

El tamaño del proyecto es un determinante que nos ayuda a identificar la capacidad del plan y el periodo de funcionamiento de este. A continuación se mencionan algunos de los factores que se utilizaron en el estudio de factibilidad.

- **Dimensión del Mercado:** El objetivo del proyecto es la Creación de una empresa agroindustrial, que transforma la materia prima en este caso la papa para obtener como productos finales como papa congelada y procesada, no solo como se conoce en el mercado hoy en día, sino en diferentes formas, que beneficie al municipio de Une Cundinamarca y a los productores (campesinos) ofreciendo productos con valor agregado.

Basándose en primera instancia en el estudio de mercado, la población objetivo a la que venderemos el producto serán los restaurantes, comidas rápidas y almacenes o tiendas, en los municipios de Une, Chipaque, Caqueza y Fusagasugá, obteniendo así acaparar un mercado potencial con clientes mayoristas y minoristas interesados en el producto. A su vez cabe mencionar que la empresa estará ubicada en el municipio de Une Cundinamarca, Vereda Pedregal, cuyo lote es de propiedad y que cuenta con los lineamientos y especificaciones para el montaje de la empresa. De acuerdo con lo anterior y en especial con la localización y los puntos de venta o distribución del producto, se identificaron ciudades para abarcar en el transcurso del reconocimiento de la empresa que permitirá asegurar en gran medida el éxito del negocio.

- **Disponibilidad de Insumos:** La disponibilidad de insumos es un factor predominante y esencial a la hora de las ventas, puesto que sin contar con la materia prima se podrían presentar en primera instancia des-estimulación de la demanda, acabar con la imagen o reconocimiento de la empresa en donde clientes podrían hablar mal de la organización, del producto y del servicio a ofrecer.

Por ello para la disponibilidad de la materia prima en este caso la más importante la Papa será adquirida de los productores del municipio de Une, el cual ocupa aproximadamente el 60% de su extensión en cultivos, llevándolo así a ser unos de los primeros productores de papa en la provincia, convirtiendo su capacidad de cosecha en 53.850 ton/ por semestre y anualmente 107.700 ton/ año¹⁶, lo que lo convierte no solo como el más productor de la provincia sino que le da un reconocimiento por la variedad del producto y la calidad de este.

La papa se compra directamente al agricultor en épocas de cosecha.

Está regido por la oferta y la demanda y atado a la fluctuación de precios.

Se compra directo al campo. Se paga por la calidad, previo muestreo.

- **Capacidad financiera:** El capital propio disponible para la iniciación del proyecto es mínimo, por lo cual la capacidad financiera estará atada de los financiamientos de entidades públicas como (el fondo emprender, capital semilla) y a entidades bancarias a las cuales se recurrirá a un préstamo y también los aportes que se realizaran por parte de los socios.
- **Capacidad Administrativa:** Para la iniciación, montaje y reconocimiento de la empresa se requiere del uso de capacidades administrativas las cuales poseemos las gestoras y futuras propietarias del proyecto en cuanto al manejo de presupuestos, promociones, compras, ventas, servicio al cliente, etc.; lo que es de gran ventaja para la organización ya que se minimizarían al principio gastos en la

¹⁶Celeita, Acosta José Luis- Plan de Desarrollo Municipal Une Cund- 2012-215.

contratación del personal, además constituirá a una alternativa para garantizar el funcionamiento correcto de la empresa en sus periodos de creación e iniciación hacia una opción de crecimiento a medida que se posiciona el producto en el mercado y la consolidación en este.

- **Capacidad de Producción:** Patata Express contará con un operario, el cual trabaja las ocho horas (8) laboral, es de conocimiento que los empleados no laboran el total de estas horas y es imposible mantener un trabajo continuo, existiendo horas de ocio, pautas en medio de las actividades a realizar, a este tiempo se le conoce como “Tiempo no efectivo” o Grado de eficiencia de la mano de obra ya sea porque tienen que realizar actividades externas del área de trabajo. Por lo anterior se dice que los trabajadores realizan un trabajo efectivo en 85% y el restante 15% tiempo de ocio.

A continuación se muestra la capacidad de producción en un proceso para 150 bultos de papa teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente y el tiempo en cada proceso:

Tabla N°8 Capacidad de Producción

CAPACIDAD DE PRODUCCION	
	Tiempo Promedio (Minutos)
Descargue de la papa	60
Clasificación	18
Lavado	23
Alistamiento	8
Pre cocción, escaldo o Blanqueamiento	15
Fritura	15
Extrusión	23
Empaque	45

CAPACIDAD DE PRODUCCION MAXIMA	408
---------------------------------------	------------

Fuente: Gestores de Proyecto

- **Problemas de orden Institucional:** Para evitar los problemas de orden en la organización se contara desde el inicio de la empresa con manuales de funciones específicos para cada uno de los cargos. Así mismo se dará a conocer la Misión, Visión, objetivos y políticas de la empresa para que de esta manera se genere un clima laboral y una cultura organizacional agradable que estimule el buen funcionamiento de la compañía.

7.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS A OFRECER:

El proyecto que se plantea en este documento es la transformación de materia prima la papa a productos que contengan un valor agregado y un cambio innovador en el mercado sin perder sus valores nutritivos y las características predominantes del insumo.

A continuación se detallan los productos a ofrecer los cuales son innovadores en Colombia, características y componentes del producto estos son:

- **Puré Congelado:** Elaborado con papa parda pastusa. Alimento muy nutritivo y una excelente guarnición para platos principales. Conveniente para restaurantes, cafeterías o establecimientos relacionados con la salud, puede enriquecerse con una variedad de coberturas o especias para crear sabor especial.
- **Cubos deshidratados Congelados:** Elaborado con papa parda pastusa, Diacol Cairo o R-12 Negra, Purace. Producto elaborado con diferente variedad de materia prima cuyo fin es que sea utilizado en cualquier plato. Los cubos deshidratados congelados sabrán igual que las papas frescas y son excelentes para cualquier platillo, como sopas, guisos, cazuelas, mezclas con vegetales y ensaladas. Al igual lo que busca es minimizar al cliente costos en mano de obra, tiempo en lavar, pelar y cortar.

- **Papas Enteras Horneadas y congeladas:** Al igual que el producto anterior se utilizarán los diferentes tipos de insumos para satisfacer al cliente. Estas papas tendrán el mismo gran sabor que la papa fresca producida en los campos, solo que en forma congelada, ofreciéndola en diferentes tamaños para adecuarse al gusto de la población. Se busca que el consumidor final solo las caliente en el horno y las consuma. Este vegetal congelado puede cubrirse con una amplia gama de ingredientes para agregarle un sabor regional en el hogar o en cualquier restaurante.




- **Papas con forma de serpentina:** El corte característico de estas papas fritas las convierte en una excelente alternativa para sumergirlas en una variedad de salsas. En algunos países, dado que son un excelente entremés, son la opción estrella en bares de cerveza. Su corte único permite que estas papas tengan más superficie, creando así una textura más crocante. Además las papas con forma de serpentina exceden los estándares en el largo del producto, brindando mayor cobertura de plato y mayores ganancias.

- **Papas fritas de corte recto:** Las papas fritas congeladas de corte recto se utilizarán como guarnición en una gran variedad de sándwiches fríos o calientes en restaurantes familiares y de servicio rápido en todo el mundo. Las papas fritas congeladas de corte recto están disponibles con una variedad de cubiertas y sazonadores que realzan el sabor y aumentan el tiempo de conservación.

Buscamos ofrecer productos innovadores en el país en donde se puedan minimizar los costos y tiempo de la población y que de una manera u otra faciliten las labores diarias del producto, buscando así un reconocimiento y credibilidad del producto por su calidad y sin perder los beneficios y características esenciales.

La presentación de los diferentes productos a ofrecer será en un empaque que cumpla las especificaciones y que sea preferiblemente de 500 Gramos, Bolsa plástica transparente.

Tabla N°9 Productos a Ofrecer

				
Puré congelado	Cubos deshidratados congelados	Papas enteras horneadas	Papas con forma de serpiente	Papas fritas de corte recto

Fuente: Gestores del Proyecto

7.4 DESCRIPCIÓN DE INSUMOS:

En la preparación de productos de las papas en diferentes presentaciones congeladas, horneadas y listas para consumir se utilizarán las siguientes materias primas las cuales serán de excelente calidad y condiciones especiales de manejo y uso de estas.

Tabla N°10 Descripción de Insumos

DESCRIPCION	UND- MEDIDA
Papa fresca R-12, Pastusa y R 12	Bultos
Agua potable	Litros
Ácido Ascórbico	Gramos
Preservantes	Gramos
Aceite	Galón
Goma Xantana	Gramos
Sal	Gramos

Fuente: Gestores del Proyecto

- **Papa Diacol Cairo R-12 Negra:** Buena aceptación para consumo en fresco, textura compacta al cocinar, adecuada para sopas y cocida o salada. Es la principal variedad para procesamiento en Colombia, tanto en hojuela como en bastón. Es de adaptación amplia, su potencial de rendimiento en condiciones óptimas de cultivo es superior a las 40 t/ha y tiene periodo de reposo de 3 meses (15°C y 75% H.R.).

- **Papa Pastusa:** Producto de excelente calidad culinaria para consumo fresco, textura cremosa harinosa y, es preferida para preparación como papa cocida, salada, en sopas y caldos. Tiene periodo de reposo de tres meses (15°C y 75% H.R.). Se adapta a las zonas altas de los Andes colombianos (> 2800 msnm). Su potencial de rendimiento en condiciones óptimas de cultivo está entre 20 y 30 t/ha

- **Purace:** Calidad para consumo en fresco, textura semicompacta al cocinar. Tiene periodo de reposo medio (2 meses, 15°C y 75% H.R.). Es inestable fenotípicamente y su potencial de rendimiento en condiciones óptimas de cultivo es superior a las 25 t/ha.¹⁷

7.4.1 Características del mercado de la papa congelada.

Durante los últimos años se ha enmarcado una presencia activa de la mujer en el mercado laboral, los cuales han cambiado el consumo y hábitos alimenticios del hogar lo cual refleja un mayor consumo de productos procesados y semiprocados. En el caso del producto de la papa ha hecho que se presente un cambio del producto de materia prima a industrial, representando así una oportunidad en el mercado local y nacional, anudando así un crecimiento del subsector de la industria ya que el procesamiento de la papa hace parte del sector de más rápido crecimiento dentro de la economía del país. Enmarcando así una visión a

¹⁷ UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA, Grupo de investigación de la papa. <http://www.papaunc.com/lineasdeinvestigacion.shtml> Facultad de Agronomía.

nivel mundial en donde el consumo de este producto ha pasado de ser adquirido como producto fresco a productos procesados deshidratados.

En nuestro País el área del cultivo de la papa en los últimos diez años ha crecido en cuanto a hectáreas del producto sembrado y producción según el ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, en la cual la producción paso de 2.300.000 a 2.788.050 ton/año (2014).

Se estima que alrededor de 90.000 hectáreas se encuentran dedicadas a la actividad del cultivo de este producto en el país, de los cuales el departamento de Cundinamarca ocupa el primer puesto de los 14 en la que se concentra la mayor producción y área sembrada en Colombia.

La penetración de este tubérculo en Colombia continua siendo absoluta; pues el 99% de los hogares compra papa con alguna regularidad¹⁸. El 94% de la papa que se consume en el país la cual se consume en fresco y solo el 6% es industrializada en las que se encuentran productos como las hojuelas, papas precocidas o prefritas congeladas, papas en trozos o en rodajas, féculas, harina, copos gránulos y pellets, por tal motivo el proyecto se enfatiza en la transformación de este tubérculo para satisfacer y facilitar el diario vivir de la población especialmente de las mujeres que gastan en la compra de alimentos en supermercados para alimentar a la familia.

Los estudios de Fedepapa durante los últimos cinco años han revelado que la población no consume el producto ya que no se cuenta con el tiempo para su compra y preparación y las industrias se quedaron con las mismas ideas y no innovaron, dando como resultado un bajo porcentaje de participación en la cadena de valor.

¹⁸ www.DANE.gov.co

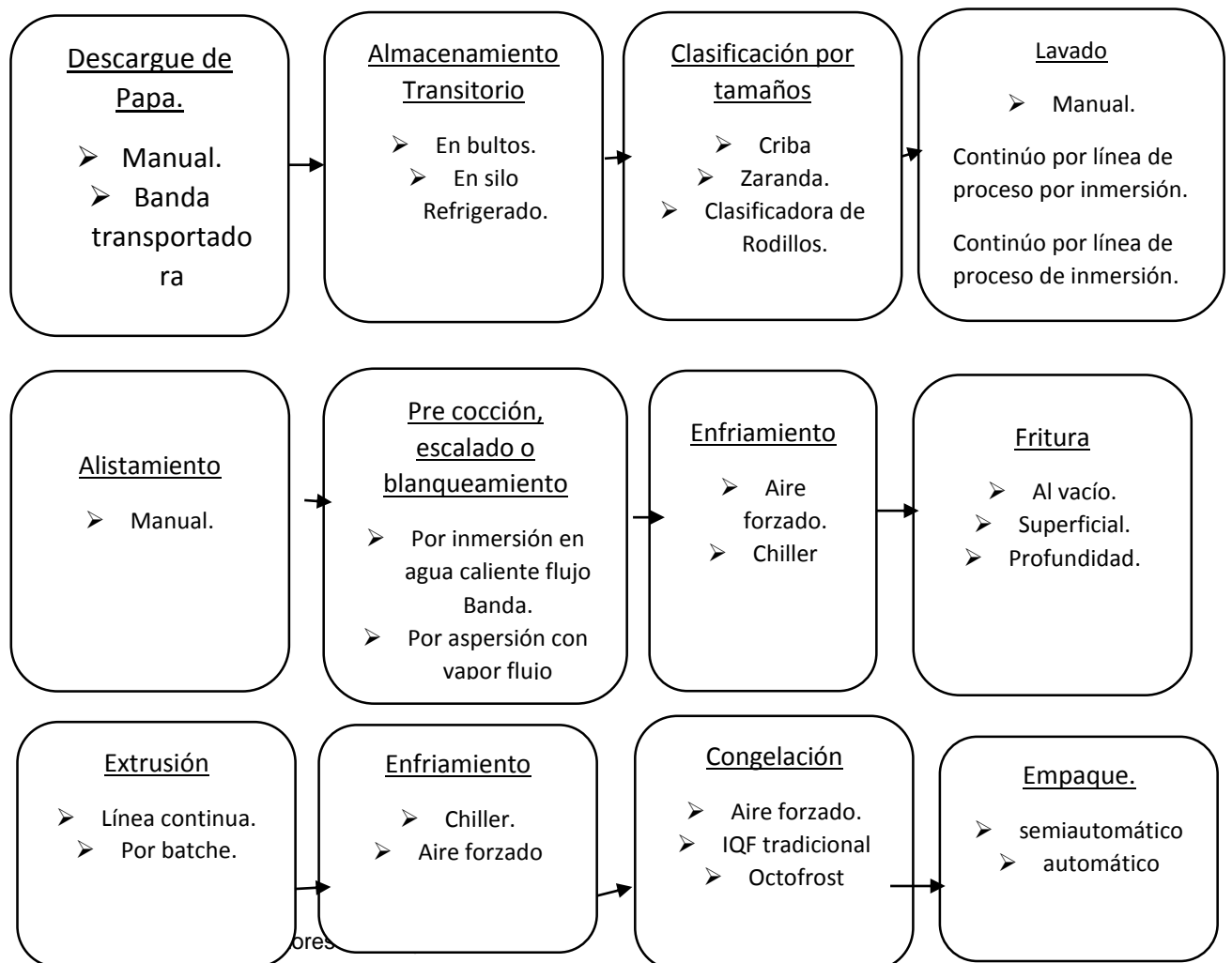
De lo anterior se puede decir que a nivel nacional las actividades que tienen mayor auge son la venta de los productos sin transformación alguna en donde los productos primarios salen perjudicados y los compradores finales adquieren este producto en poca cantidad o eluden la compra del producto por falta de tiempo para dicha preparación que este requiere.

7.5 MAQUINARIA:

En este punto se especifica la maquinaria requerida para poner en marcha el proyecto en cada proceso en el área de producción para el procesamiento de la papa congelada.

A continuación se detalla la maquinaria requerida y la función que cumplen para desarrollar en óptimas condiciones y con la calidad que se quiere ofrecer el producto en el mercado.

Gráfica N°3 Maquinaria



7.5.1 Requerimientos de la maquinaria, tecnológica y manual.

Tabla N° 11 Requerimiento de la Maquinaria

Etapas	Característica	Equipo
Descargue de la materia prima	Manual sobre banda transportadora en línea.	Banda transportadora
Almacenamiento transitorio	Silo Refrigerador.	Solo Refrigerador
Clasificación por tamaños	Cridado	Cribado
Lavado	Por inmersión de agua a 33ª con agente antioxidante.	Tanque plástico, Manquera.
Alistamiento	Manual	Zaranda en aluminio antioxidante.
Pre cocción	Por inmersión en agua caliente a 75ªCpor 12-15 Minutos.	Olla en acero inoxidable, N40
Enfriamiento	Con Aire forzado.	Túnel en acero inoxidable, cap. 6 Ton.
Fritura u horneado	A profundidad, freidora u horno industrial.	Freidora y horno industrial.
Enfriamiento	Producido por el intercambio de calor.	Túnel en acero inoxidable, cap. 6 ton.
Congelación	Sistema IQF de banda transportadora.	Banda transportadora y refrigeradores cap. 1 ton.
Empaque	Por gravimetría en máquina empacadora de 5 tolvas	Empacadora para 5 tolvas.

Fuente: Gestores del Proyecto

7.5.1.1 Caracterización de las Maquinarias y procesos a Realizar.

➤ Descargue por **banda transportadora**. La utilización de la banda transportadora es el transporte continuo de alimentos (patata) cuyo fin es:

- Agilizar el descargue
- Minimizar uso de mano de obra
- Facilitar inspección
- Reducir la manipulación

Características: Banda en caucho, 2 mt. De largo.

Ventajas adicionales: Versatilidad.

- Almacenamiento en **silo refrigerado**. Se decide por esta opción por la característica de la papa en las diferentes variedades de no poseer periodo de latencia, la refrigeración retrasa la germinación y mantiene la firmeza del tejido por unos pocos días adicionales dándole flexibilidad a la planta y menores desperdicios, a su vez las características de la materia prima se mantendrán sin sufrir daño alguno.

Características: Paneles en poliuretano inyectado, aire forzado con control de temperatura y humedad relativa.

- Clasificación por **cribado** (proceso mecánico que separa los alimentos de acuerdo a su tamaño y a la calidad de este¹⁹): Se escoge por menor roce con el producto con lo cual se evita su deterioro.

Características: Elaborada en plano inclinado, acero inoxidable, 5 niveles, ligera vibración.

- Lavado en línea continua por **aspersión a presión**: La decisión se basa en la facilidad con que se retira tierra, chiquero, suciedad, sin exponer el tubérculo a humedad excesiva que afecta el color.

Características: Elaborada en acero inoxidable, capacidad 5 toneladas hora, rociadores de detergente 2 fases de lavado en plano fijo y rotatorio.

- Alistamiento **manual**: Se retiran partes de tierra y ojos y residuos o algún daño en el producto, labor realizada 100 % manual.

¹⁹ www.ecured.cu/Cribado

- Pre cocción o escaldado por **vapor** y enfriamiento por **aire forzado**: Dada la fuerte naturaleza oxidativa de los compuestos que existen en la cascara de la papa tanto pastura, R-12 y Purace, se escoge esta opción como una manera de preservar las características organolépticas del producto, lograr una cocción pareja, preservar nutrientes, características y evitar la decoloración por cocción.

Características: Túnel en acero inoxidable, capacidad 6 ton / hora, vapor de agua saturado, en su parte final constara de una banda transportadora tipo malla en acero inoxidable con ventiladores en la parte superior y recuperación de agua en la parte inferior.

- **Fritura a profundidad**: Se escoge esta opción por ser viable en el país, ya que la tecnología de fritura al vacío por ser muy novedosa no encentra adaptación a grandes volúmenes a un costo razonable.

Características: Acero inoxidable, tipo continuo por banda trasportadora tipo malla en acero inoxidable, capacidad de 144 galones.

- Enfriamiento y **Congelación por Octofrost**: Es una de las últimas tecnologías en congelación I.Q.F. a precios accesibles y probados en diversas partes del mundo, adaptable a los requerimientos de productos con diversas características fisicoquímicas, gran versatilidad, poco espacio, productos delicados se reduce al mínimo. La congelación rápida resulta en un color natural del producto congelado. El producto es congelado en una corriente de aire ascendente manteniendo la forma natural del producto. La congelación extremadamente rápida de la superficie en la primera placa-reduce la deshidratación al mínimo, sistema cero bloques con el que se consigue el máximo rendimiento.

Características: 1 o 2 módulos de 3 ton / hora, con el control único del aire, fabricación acero y poliuretano.

- **Empaque automático:** Se escoge por la eficiencia a pesar del alto costo.

Características: Empaca productos solidos a una velocidad de 30 bolsas por minuto, fabricada en acero inoxidable, automatizada.

- **Extrusión por línea continua:** Es versátil y tiene la opción de adaptarle diferentes equipos, se consiguen diversas formas de producto, trabaja a diferentes velocidades e incorpora la mezcla y el formado, con ella se evita la manipulación del producto.

Características: Acero inoxidable, bandas transportadoras en polietileno alimenticio, facilidad de automatización, capacidad 1 tonelada –hora.

7.6 EQUIPOS DE OFICINA

Para la correcta ejecución del proyecto o negocio en mente se requiere en principio de dos (2) Computadores los cuales estarán destinados para la parte administrativa y contable de empresa con sus respectivas impresoras los cuales estarán a cargo de los socios del proyecto que a su vez haremos el papel de administrador y contador las cuales serán herramientas para el desarrollo de las funciones, a su vez de un Furgón para trasportar y distribuir los productos terminados adaptado a las características del mercado y cumpliendo los estándares de higiene y transporte de alimentos requeridos por la ley.

- **Software:** El cual permitirá y facilitará procesos de facturación, Determinación de clientes potenciales y control de estos, caja para

los puntos de venta o distribución, brindando facilidades en cada punto.

7.7 LOCALIZACION:

7.7.1 Ámbito Territorial:

El entorno geográfico en el que se pondrá en marcha la planta o empresa de producción y transformación de la materia prima (papa) a procesos para obtener un producto terminado, fresco y sin perder las características primordiales, se ubicará en el municipio de Une Cundinamarca, Vereda el Pedregal, Finca Denominada La Laguna II, ubicada vía Antigua Une-Bogotá, la cual cuenta con amplios espacios para construcción de la empresa, agua potable y agua de nacedero para abastecer la planta, a su vez cuenta con un pozo y tanques de reserva, por esta vía se facilitará el recogimiento de basuras y desechos como hollejos que pueden ser brindados a los animales de la vereda o tratados como abono para nutrir la tierra.

A su vez en este mismo sitio se ubicará la parte administrativa y punto de venta del producto. A continuación se muestran las fotos del lugar donde quedará la planta, con sus zonas de agua, y la vía que comunica a Une con Bogotá.

Gráfica N°4 Imágenes Localización



Terreno donde se instalará la empresa. Ubicado en la Vereda el Pedregal del municipio de Une Cundinamarca



Carretera vía Kilómetro 19, Une-Bogotá. Colinda con el lote donde se construirá la empresa.



Zonas de agua natural y pozo de agua nacedero.

Por otro lado se ubicarán puntos de distribución en el municipio de Chipaque, Ubicados uno en paradores vía al Llano y el otro en Chipaque Centro.

En el municipio de Caqueza: Punto de distribución será en centro de mercado.



En el municipio de Fusagasugá: Se ubicará el Barrio Balmoral en el sur oriente del municipio.

Fuentes: Tomadas por las autoras del proyecto, visita al sitio de la creación de la planta

7.7.2 Alternativas de Localización:

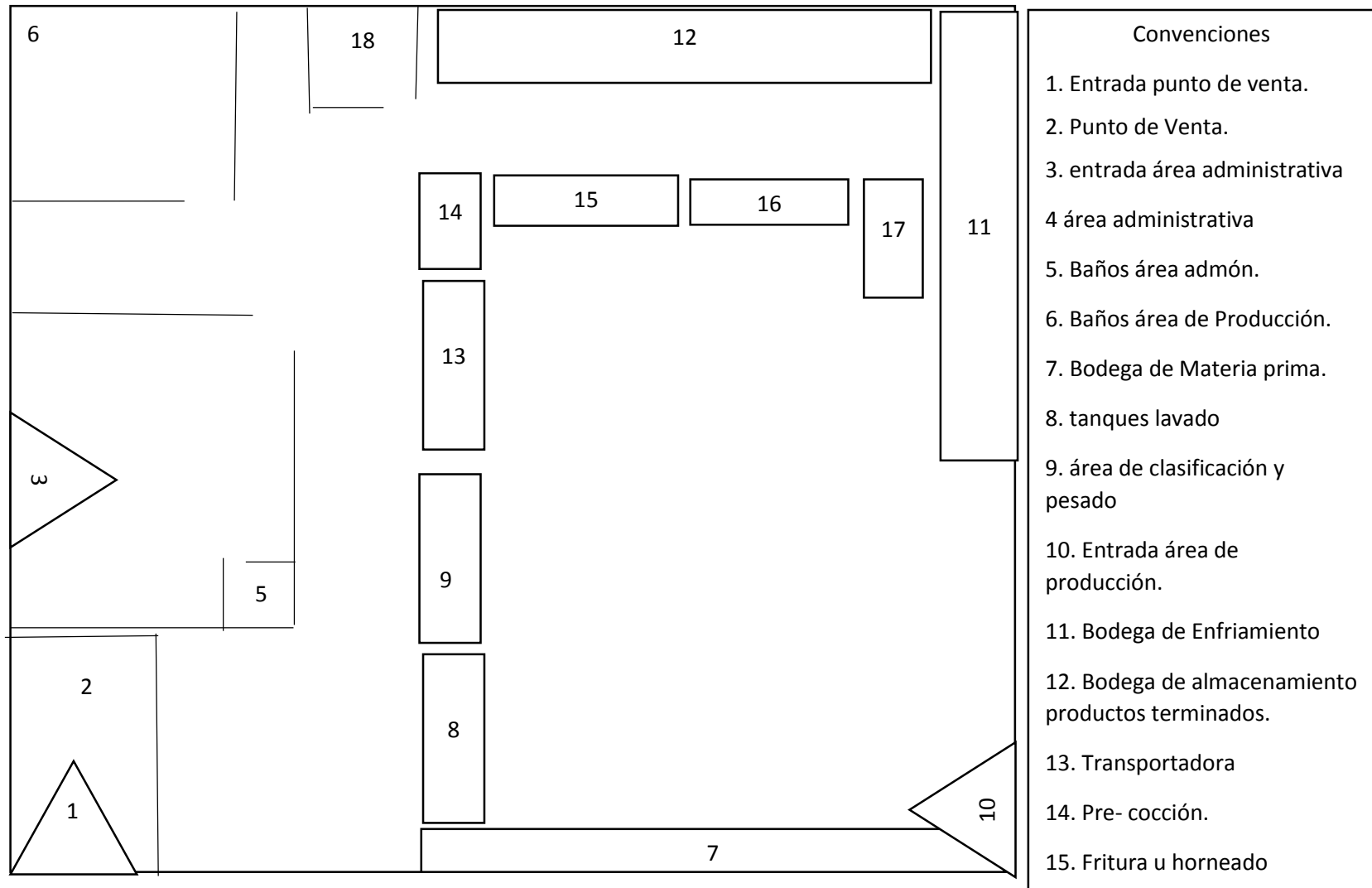
Por ser este proyecto ambicioso e innovador en el mercado colombiano se pretende abarcar y concentrar en los municipios anteriormente precitados y en mediano plazo abarcar la ciudad de Bogotá D.C, y allí elegir varias ubicaciones para instalar puntos de venta y distribución.

7.8 DISTRIBUCION DE LA PLANTA

Con el fin de garantizar procesos y flujos de la planta se propone una distribución de planta de 1500 mt^2 con un solo nivel, en un terreno de $38,400 \text{ Mt}^2$, sobrando lote para siembra del producto en un futuro, al empezar la empresa se quiere que el lote sobrante este cultivado con cebada, con el fin de abonar la tierra para la futura siembra. En esta planta se distribuirá así:

Ver página siguiente:

Grafica N°5
Distribución de
la planta



Autor: Gestores del Proyecto

CAPITULO Nº 4

8. ESTUDIO ADMINISTRATIVO, JURÍDICO LEGAL

El estudio administrativo de la empresa busca dar a conocer como nos proyectamos como organización, que queremos y a dónde vamos a llegar a su vez se busca identificar el personal que vamos a requerir en la organización y las funciones a realizar. En este capítulo también se detallan la parte legal el cual determina la viabilidad del proyecto a la luz y que está regido por normas en cuanto a la localización, productos, también la parte laboral y su impacto en temas como contratación, prestaciones etc.

8.1. MODELO ADMINISTRATIVO

8.1.1. Logo

Gráfica Nº 6 Logo



Fuente: Creación, Diseño de Publicidad Innova.

Los colores escogidos para este logo hacen referencia a:

- ✓ **Rojo:** Representa coraje, valentía y está relacionado con uno de los Colores de la Bandera del municipio de Une.

- ✓ **Amarillo:** Traduce emociones, optimismo, felicidad, brillo y alegría. A su vez lo escogimos como símbolo del sol y de su saliente en el oriente ya que Une está ubicado en el Oriente de Cundinamarca.

8.1.2. Misión

Ofrecer los mejores alimentos precocidos, prefritos, congelados de excelente calidad y alto valor nutricional que respondan a las necesidades de los consumidores, utilizando un excelente equipo de trabajo, comprometido con el desarrollo y crecimiento empresarial de la región.

8.1.3. Visión

Ser una empresa reconocida por producir el mejor snack o pasabocas y alimentos congelados de Une y para Cundinamarca, llegando a más consumidores cada día con productos de excelente calidad y competitividad.

8.1.4. Objetivos de la organización

- Crear la empresa líder en producción de patatas precocidos, pre fritas en el municipio de Une Cundinamarca.
- Generar y mantener en toda la organización una cultura al servicio al cliente interno y externo con altos estándares de calidad.
- Diseñar un amplio portafolio de servicios que proporcionen opciones diferentes innovadoras dirigidas a los consumidores.
- Garantizar una atención personalizada, respetuosa y óptima que permita una efectividad en el cierre de negocios.

- Implementar y mantener estrategias que propicien calidad de vida laboral, bienestar y salud en el trabajo que permitan desarrollo al interior de la organización.
- Innovar y crecer constantemente, adaptándose a los tiempos y gustos de los clientes.

8.2. RECURSOS HUMANOS

El área de recursos humanos es muy importante para la organización ya que su objetivo principal es alinear el área o profesionales de recursos humanos con la estrategia de la organización trabajando en conjunto con los directivos de la empresa, lo que permitirá implantar la estrategia organizacional a través de las personas, quienes son consideradas como los únicos recursos vivos y capaces de llevar al éxito organizacional y enfrentar los desafíos que hoy en día se percibe en la fuerte competencia mundial.²⁰ Ya que es importante entender que lo que busca el proyecto es encontrar a partir de la materia prima la papa para constituir un portafolio de productos innovadores para los consumidores. Por lo tanto basándonos en el esquema de departamentalización de la organización por el modelo lineal ya que es aconsejable para empresas que están iniciando su actividad comercial teniendo en cuenta la eficacia en la supervisión de tareas y control de los resultados, aparte de ser una estructura de bajo coste de funcionamiento.²¹

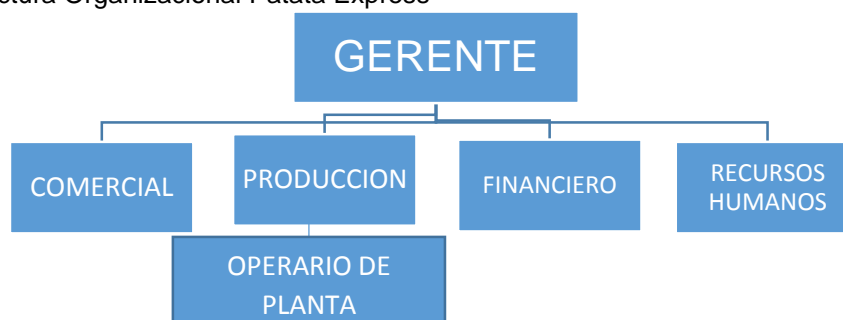
²⁰ <http://www.buenosnegocios.com/notas/66-5-funciones-clave-recursos-humanos>

²¹ http://www.adeudima.com/?page_id=207

8.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Para el adecuado funcionamiento de la empresa y los requerimientos de los procesos productivos y operativos se sugiere la siguiente estructura organizacional que se adapta a las características misionales de la empresa: “producir y comercializar alimentos congelados utilizando para ello como materia prima la papa cosechada en el departamento de Cundinamarca, municipio de Une, para incentivar la agroindustria en el departamento y darle la oportunidad a los agricultores de la región de acceder a nuevos mercados , generando así bienestar, para el entorno que se ve influenciado por el funcionamiento de la compañía.

Gráfica 7 Estructura Organizacional Patata Express



Fuente: Gestores del proyecto

Patata Express implementará una estructura organizacional Lineal, es un modelo de organización estable, muy importante ya que es lo que necesita toda empresa para medir productividad, gastos y costos de cada operación. Con este tipo de estructura organizacional se encuentran ventajas para la empresa como las siguientes:

- Mayor facilidad en las tomas de decisiones y la ejecución de las mismas
- No hay conflictos de autoridad
- Es claro y sencillo
- Útil en las pequeñas empresas

- La disciplina es fácil de mantener²²

8.3.1. Descripción de Departamentos

- **Área Comercial:** Tiene como función de primerísimo orden, ya que es la responsable directa de las relaciones con los clientes y de la consecución de los objetivos de venta que son la fuente principal de ingresos de las empresas. Resulta fundamental para lograr una eficaz gestión para el cumplimiento de los objetivos, que pertenece al ámbito de actuación y de decisión de la empresa influyendo considerablemente en la estructura empresarial.²³
- **Área De Producción:** También llamada área o departamento de operaciones, manufactura o de ingeniería, es el área o departamento de un negocio que tiene como función principal, la transformación de insumos o recursos (energía, materia prima, mano de obra, capital, información) en productos finales (bienes o servicios)²⁴
- **Área Financiera:** La función financiera se encarga de la administración y control de los recursos financieros que utiliza la empresa y se plantea. Obtener los recursos financieros que la empresa necesita para desarrollar su actividad productiva (al mínimo coste). Determinar la estructura financiera más conveniente para la empresa. Seleccionar los distintos tipos de inversiones necesarias para llevar acabo las actividades productivas (con máxima rentabilidad esperada)²⁵

²² <http://www.webyempresas.com/organizacion-lineal-ventajas-y-desventajas/>

²³ <http://www.gestion.org/marketing/695/el-departamento-comercial-en-la-empresa/>

²⁴ <http://www.crecenegocios.com/el-area-de-produccion/>

²⁵ <http://es.slideshare.net/sobonilla2325/area-financiera-y-contable-de-las-empresas-2>

- **Área De Recursos Humanos:** La administración de los Recursos Humanos hace referencia al manejo, administración, gestión o dirección del personal del negocio. Y el área de Recursos Humanos hace referencia al área, departamento o sección un negocio o empresa, encargada de administrar los Recursos Humanos.²⁶

8.4. MANUALES DE FUNCIONES

El manual de funciones de Patata Express, plasma las diferentes actividades que debe realizar el personal dentro de la organización ya que así se lleva un control sobre las tareas, es más fácil desempeñar las labores con el equipo que conforma la compañía. Es un instrumento eficaz de ayuda para el desarrollo de la estrategia de una empresa, ya que determina y delimita los campos de actuación de cada área de trabajo, así como de cada puesto de trabajo.

²⁶ <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-funciones-del-area-de-recursos-humanos/>

8.4.1. Descripción y perfil de cargos

➤ **Gerente**

Denominación: Gerente	Experiencia: 1 año
Área: Administrativa	Estudios: Profesional en gestión empresarial, Administración de empresas, ingeniero industrial Economista.
Nivel de Cargo: Gerencial	Personal a Cargo: Personal que Labore en la empresa.
Ubicación Física: Oficina central	
<p>Función principal del cargo Representar legalmente a la empresa en todos los actos legales y situaciones que lo requieran, planea, coordina, ejecuta y evalúa todas las labores y actividades correspondientes al buen funcionamiento de la empresa.</p>	
<p>Funciones Secundarias Velar por el buen funcionamiento de los diferentes departamentos</p> <p>Firmar contratos laborales y comunicaciones del personal</p> <p>Controlar por el cumplimiento de las ventas y cartera de la empresa</p> <p>Establecer políticas de mercadeo para promociones, degustaciones en os diferentes puntos de venta de almacenes de cadena y consecución de nuevos mercados.</p> <p>Relacionar con proveedores y compradores.</p> <p>Procurar que exista una excelente relación vendedor- consumidor- empresa Atender reclamos y sugerencias del cliente interno y externo convirtiéndolas en fortalezas y oportunidades</p> <p>Trazar metas con objetivos claros a corto, mediano y largo plazo que contribuyan al crecimiento y fortalecimiento de la empresa.</p> <p>Brindar un excelente ambiente de trabajo</p> <p>Coordinar actividades de operación, logística y mantenimiento</p>	

Fuente: Gestores del Proyecto

➤ **Área Comercial**

Título del cargo: Comercial- Mercadeo	Experiencia: 1 Año
Área: Mercadeo Administrativa	Estudios: Administración de Empresas, mercadeo y ventas
Nivel de Cargo: Ventas Vendedores	Personal a Cargo:
Ubicación Física: Oficina de ventas Visitando clientes	
<p>Función principal de cargo Asesorar al cliente mayorista en la compra del producto, rotación, promociones, y degustaciones para realizar una venta de la mejor forma, complementando la gestión de ventas con la gerencia para el aumento de las mismas.</p> <p>Contactar a los clientes semanalmente como parte del servicio</p> <p>Presentar informes semanales en gestión de ventas</p> <p>Vincular clientes nuevos diariamente</p> <p>Reportar diariamente la cartera de los clientes e informar del comportamiento y la gestión a realizar un recaudo</p> <p>Realizar cierres de caja del día con la gerencia</p> <p>Efectuar carteras diariamente.</p> <p>Definir un plan de mercadeo, acorde con los objetivos empresariales</p> <p>Realizar estrategias de ventas, y mercadeo para posicionar a la empresa</p> <p>Formular e implementar políticas, que orienten los estudios de Mercado, Promoción y labor Publicitaria de los servicios que brinda o brindará la Empresa.</p> <p>Definir Estrategias de Comercialización</p>	
<p>PERFIL Excelentes relaciones interpersonales Excelente presentación personal Manejo de autocontrol Puntualidad Aptitud positiva Responsable y con aptitud hacia el trabajo</p>	

Fuente: Gestores del Proyecto

➤ **Área producción**

Título del Cargo: Producción	Experiencia: 2 años
Área: Producción - planta	Estudios: Ingeniero de alimentos. Tecnólogo de alimentos.
Nivel de Cargo: Administrativo	Personal a Cargo: Personal operativo
Ubicación Física: Área de producción	
<p>Función principal de cargo Responder por la producción diaria.</p> <p>Realizar informes de producción, materias primas, insumos y personal operativo para entregar a la gerencia diariamente.</p> <p>Responder por la excelente calidad del producto.</p> <p>Informar a la gerencia de daños a la planta, equipos, maquinaria, y ausencia de personal cuando se presente.</p> <p>Promulgar la utilización óptima de insumos y materias primas.</p> <p>Planificar y organizar el trabajo en la planta.</p> <p>Lograr el mayor rendimiento de los recursos humanos y técnicos que estén a su cargo.</p> <p>Vigilar que todos los operarios y personal a cargo cumplen con las normas de seguridad industrial durante el proceso de producción, establecidos por la empresa.</p> <p>Llevar un control y ficha técnica de cada proveedor y producto suministrado Programar jornadas de aseo, desinfección, control de plagas, roedores, vectores y demás posibles contaminantes para cumplir con los estándares de calidad de la empresa.</p>	
<p>PERFIL Liderazgo Buenas relaciones interpersonales Buen manejo del tiempo Mente abierta Capacidad de trabajar bajo presión Habilidades y destrezas para trabajar en equipo Conocimientos básico en Word y Excel</p>	

Fuente: Gestores del Proyecto

➤ **Área Financiera**

Título del Cargo: Financiera	Experiencia: 2 años
Área: Financiera	Estudios: Contador público, Administración de empresas, Técnico en contabilidad
Nivel de Cargo: Contador	Personal a Cargo: No cuenta
Ubicación Física: Oficina de financiera	
<p>Función principal de cargo Mantener la contabilidad del área de producción y administración al día</p> <p>Llevar al día los Estados Contables de la empresa.</p> <p>Grabar diariamente información en el sistema de contabilidad, pagos de clientes con los reportes de la secretaria general</p> <p>Realizar informes de ventas y cartera periódicamente</p> <p>Efectuar las consolidaciones bancarias a tiempo</p> <p>Efectuar un sistema de cobro eficaz y oportuno</p> <p>Precisar fechas de pagos de impuestos de retención, IVA, en las fechas establecidas y correspondientes por la DIAN.</p>	
<p>PERFIL Presentación personal acorde Puntual Buen manejo de relaciones interpersonales Discreto Buen manejo del tiempo Ordenado Capacidad de trabajar bajo presión Buen manejo de Word, Excel y el programa existente contable</p>	

Fuente: Gestores del Proyecto

8.5. ESTRATEGIAS DE RECLUTAMIENTO

El reclutamiento en una empresa es de vital importancia ya que está orientado a la atracción de talentos para ocupar cargos dentro de la organización y de escoger al candidato indicado para ocupar la vacante.

Para la incorporación del personal requerido en la organización se utilizarán métodos formales para el reclutamiento implementado en el área de recursos humanos, donde se utilizara el debido procedimiento.

- **Definir el perfil del postulante:** Identificar las competencias o características que debe cumplir una persona para que pueda postular al puesto que se está ofertando.
- **Búsqueda, reclutamiento o convocatoria:** Consiste en buscar los postulantes que cumplan con las competencias o características definidas, por medio de diferentes herramientas como anuncios, recomendaciones, agencias de empleo, practicantes. Recepción de hojas de vida.
- **Evaluación:** Se realizará la respectiva evaluación de los postulantes que se han reclutado o convocado, con el fin de elegir entre ellos el más idóneo para el cargo.
- **Entrevista preliminar:** Consiste en realizar la primera entrevista informal la cual consiste en realizar preguntas abiertas con el fin de comprobar si realmente se cumple con los requisitos necesarios.
- **Prueba de conocimiento:** Consiste en realizarle una prueba sea oral o escrita con el fin de determinar si cumple con los conocimientos necesarios para el puesto.
- **Entrevista final:** Consiste en realizar una entrevista más formal estricta que tiene como objetivo conocer detalladamente al postulante.

- **Selección y contratación:** Una vez que hemos evaluado a todos los postulantes o candidatos, pasamos a seleccionar al que mejor desempeño haya tenido en las pruebas y entrevistas realizadas, es decir, pasamos a seleccionar al candidato más idóneo para cubrir el puesto vacante.

- **Inducción y capacitación:** Finalmente, una vez que hemos seleccionado y contratado al nuevo personal, debemos procurar que se adapte lo más pronto posible a la empresa, y capacitarlo para que se pueda desempeñar correctamente en su nuevo puesto.

8.5.1. Capacitación del personal

Entrenar a los integrantes de la organización es una de las funciones de cualquier empresa si quiere que esta cumpla con los objetivos, Patata Express busca capacitar a los integrantes de la compañía con el fin de que rindan en sus actividades diarias y se cumplan los objetivos tanto de la compañía como individuales.

Todos los empleados recibirán capacitación sobre el funcionamiento de la empresa, ya que constituye una herramienta que permite mejorar la productividad, la gestión y la optimización de recursos siendo ellos una parte fundamental en el desarrollo de la organización y el éxito o el fracaso depende en gran medida del talento del equipo.

Es entonces nuestra responsabilidad capacitar a cada nuevo recurso que contratamos, una vez que se ha reclutado y seleccionado al colaborador deseado, es necesario orientarlo y capacitarlo proporcionándole la información y los conocimientos necesarios para que tenga éxito en su nueva posición, aun cuando ya cuente con experiencia en el puesto.

- **Inducción:** La inducción es el proceso inicial por medio del cual se proporcionará al individuo la información básica que le permita integrarse rápidamente al lugar de trabajo. Donde se da a conocer la misión, visión y objetivos de la organización.
- **Entrenamiento en el puesto:** Una vez terminado el proceso de inducción, el empleado de nuevo que ingreso requiere entrenamiento específico sobre el puesto que va a desempeñar. Para preparar esta información es necesario saber cuáles van a ser sus responsabilidades, quien va a ser su jefe directo y el organigrama de la compañía.

Una vez entrenado y capacitado el personal se obtiene beneficios organizacionales en los cuales se destacan los siguientes:

- Aumenta la rentabilidad y actitudes positivas
- Eleva el clima organizacional positivamente y se crea una fuerza de trabajo.
- Ayuda al personal a identificarse con los objetivos de la organización.
- Crea mejor imagen.
- Se promueve la comunicación a toda la organización.

8.6. ASPECTOS INSTITUCIONALES, LEGALES Y JURIDICO

8.6.1. Políticas sectoriales del gobierno

8.6.1.1. Apoyo a las mipymes

Actualmente en Colombia existen diferentes entidades privadas y públicas que apoyan con la creación de pequeñas y medianas empresas en todos los sectores, en donde el gobierno nacional se ha convertido en el mayor generador de recursos por medio del fondo emprender este programa fue creado por el gobierno nacional para financiar las iniciativas empresariales con recursos no reembolsables, siempre y cuando cumplan con el plan de negocios. El apoyo financiero al emprendimiento también se origina desde el sector privado. Empresas, fundaciones, cooperativas, universidades y hasta mecenas ofrecen recursos para acompañar y darle vida a esas nuevas iniciativas empresariales.²⁷

En cuanto al departamento de Cundinamarca encontramos las siguientes entidades que brindan apoyo a los microempresarios como son **Fondo de Emprendedores Bavaria** cuenta con el programa **Destapa Futuro** que apoya técnicamente a proyectos y empresas innovadoras y con un alto nivel de crecimiento, **Bancoldex** financia también el emprendimiento por medio de **iNNpalsa MiPyme** que se conforma con un fondo de modernización e innovación para los microempresarios, **Colciencias** es el **Departamento Administrativo de Ciencia Tecnología e Innovación**.

A nivel nacional en Colombia existe diferentes tipos de entidades entre ellas se encuentran: **Fondo Emprender del Sena** financia proyectos empresariales provenientes de aprendices, practicantes universitarios o profesionales que no superen los dos años graduados, **Finamerica** ofrece asesoría especializada a micros y Pymes sobre las diferentes alternativas

²⁷ <http://www.dinero.com/especiales-comerciales/especial-de-emprendimiento/articulo/gobierno-financia-emprendimiento-colombia/188206>

de funcionamiento, **Banco Caja Social** presta asesoría a micro empresas, Pymes y grandes empresas.²⁸

8.7. CONSTITUCIÓN Y FORMALIZACIÓN

La empresa aquí planteada será una Sociedad Por Acciones Simplificada (SAS), en este caso **PATATA EXPRESS SAS**.

Las características principales de esta sociedad son las siguientes:

- Las SAS, se constituyen mediante documento privado, pero si alguno de los socios va a hacer un aporte de un bien raíz, se debe constituir mediante escritura pública, donde consten los datos del bien aportado, su valor y ubicación.
- Este tipo de sociedades se rigen por las normas aplicables a las sociedades anónimas, y el número mínimo de accionistas debe ser mínimo 1 sin tener límite máximo.
- En cuanto al capital social, en las S.A.S es pagadero en un plazo menor a dos años y de acuerdo a los plazos establecidos en sus estatutos.
- Término de duración indefinido y un objeto social indeterminado, lo que significa que la empresa podrá realizar cualquier actividad lícita durante el tiempo que lo considere conveniente, siempre y cuando esto sea lo expresado y acogido por los asociados de la S.A.S.²⁹

²⁸ <https://prezi.com/ap2asmhlqbz-/entidades-que-apoyan-la-creacion-de-empresas/>

²⁹ <http://www.colombialelegalcorp.com/sociedades-por-acciones-simplificadas-sas-ventajas-para-emprendedores/>

Para la creación de la empresa se debe seguir los siguientes pasos:

- **Consultar el nombre en el RUES:** Lo primero es consultar en el Registro Único Empresarial y Social (RUES) para verificar que no exista otra empresa con el nombre que desean registrar. Solo hay que entrar a www.rues.org.co y escribir la razón social.

- **Preparar la papelería:** Los documentos necesarios para la constitución son:
 - ✓ Documento privado de constitución
 - ✓ PRE-RUT
 - ✓ Fotocopia de la cédula del representante legal
 - ✓ Formulario único empresarial
 - ✓ El documento privado de constitución, son los estatutos de la compañía donde se define la estructura de la organización. Para redactarlo se puede buscar un formato y adecuarlo a las características de la empresa. (ver Anexo B)
 - ✓ El PRE-RUT se diligencia en la página web de la DIAN, seleccionando la opción Inscripción RUT y luego cámara de comercio.
 - ✓ El formulario único empresarial se adquiere en la cámara de comercio, se debe llenar con todos los datos de la empresa.

- **Inscripción en la cámara de comercio:** Luego hay que ir a la cámara de comercio con toda la papelería y realizar el registro.(Ver Anexo C)

- **Crear cuenta bancaria:** Con la papelería debe ir a una entidad financiera para crear una cuenta de ahorros a nombre de la empresa. Dependiendo de las políticas del Banco, deberá presentar diferentes documentos.

- **Tramitar el RUT definitivo:** Ahora es necesario ir a la DIAN para diligenciar el RUT definitivo. Necesitará: la cédula del representante legal con su respectiva copia, la versión previa del registro mercantil y la constancia de titularidad de la cuenta de ahorros (suministrada por el banco)

- **Tramitar el registro mercantil definitivo:** Con el RUT podrá terminar el registro en la cámara de comercio.

- **Resolución de factura y firma digital:** Para solicitar la resolución de facturación se necesita llenar un formulario que puede ser descargado en la página de la DIAN, llevar la cédula del representante legal (original y copia), y el registro mercantil definitivo.³⁰

³⁰ <http://puc.com.co/p/como-constituir-una-sas>

CAPITULO Nº 5 ESTUDIO FINANCIERO

9. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero de Patata Express busca identificar la capacidad de la empresa para determinar si es viable y rentable el proyecto en el tiempo y determinar la puesta en marcha o no del proyecto.

9.1. SUPUESTOS FINANCIEROS

Para la realización del estudio y análisis financiero de la empresa Patata Express fueron utilizados los siguientes supuestos económicos cuyo fin es el proyectar los estados y flujos financieros necesarios para el proyecto.

- Se maneja una inflación de precios incremental del 6.77% al 7% año a año.³¹
- Los años contables estarán compuestos por periodos de 360 días.
- El incremento de los salarios está dado por la inflación esperada para el año.
- Las cargas prestacionales están dadas de acuerdo con los valores establecidos en el código laboral vigente.
- Los préstamos solicitados a las entidades bancarias se pagaran a cinco años, con una tasa nominal del 18% convirtiéndola en una tasa de 1,46% Mensual por un periodo equivalente a 60 meses.
- La depreciación de la maquinaria y equipos está dada por 10 años.

³¹ www.dane.gov.co

9.2 PROYECCIONES

Inicialmente se plateo las ventas con un incremento del 3%, basándonos en la capacidad de producción de la planta por ocho horas laboral, en las que se pueden apreciar proyecciones a cinco (5) años, a su vez se estimaron los costos de producción y gastos de administración, Finalizando con una proyección de ingresos tanto mensual, como anual.

PROYECCION CRECIMIENTO	0,03	Anual	
-------------------------------	------	-------	--

Tabla N°12: Servicios Públicos

Servicios Públicos						
Detalle	Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía	\$ 1,500,000	\$ 18,000,000	\$ 18,540,000	\$ 19,096,200	\$ 19,669,086	\$ 20,259,159
Telefonía	\$ 500,000	\$ 6,000,000	\$ 6,180,000	\$ 6,365,400	\$ 6,556,362	\$ 6,753,053
Internet	\$ 400,000	\$ 4,800,000	\$ 4,944,000	\$ 5,092,320	\$ 5,245,090	\$ 5,402,442
Gas	\$ 400,000	\$ 4,800,000	\$ 4,944,000	\$ 5,092,320	\$ 5,245,090	\$ 5,402,442
Agua	\$ 1,200,000	\$ 14,400,000	\$ 14,832,000	\$ 15,276,960	\$ 15,735,269	\$ 16,207,327
Total	\$ 4,000,000	\$ 48,000,000	\$ 49,440,000	\$ 50,923,200	\$ 52,450,896	\$ 54,024,423

Fuente: Gestores del Proyecto

Tabla N°13: Costos de Producción

COSTOS DE PRODUCCION						
Materiales Directos						
Detalle	Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Papa Fresca Pastusa y R-12	\$ 4,500,000	\$ 54,000,000	\$ 55,620,000	\$ 57,288,600	\$ 59,007,258	\$ 60,777,476
Ácido Ascórbico	\$ 100,000	\$ 1,200,000	\$ 1,236,000	\$ 1,273,080	\$ 1,311,272	\$ 1,350,611
Aceite	\$ 900,000	\$ 10,800,000	\$ 11,124,000	\$ 11,457,720	\$ 11,801,452	\$ 12,155,495
Preservantes	\$ 2,000,000	\$ 24,000,000	\$ 24,720,000	\$ 25,461,600	\$ 26,225,448	\$ 27,012,211
Goma Xantana	\$ 80,000	\$ 960,000	\$ 988,800	\$ 1,018,464	\$ 1,049,018	\$ 1,080,488
TOTAL	\$ 7,580,000	\$ 90,960,000	\$ 93,688,800	\$ 96,499,464	\$ 99,394,448	\$ 102,376,281

Fuente: Gestores del Proyecto

Tabla N° 14 Mano de obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA						
Detalle	Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Operario 6	\$ 4,200,000	\$ 50,400,000	\$ 51,912,000	\$ 53,469,360	\$ 55,073,441	\$ 56,725,644
Prestaciones Sociales	\$ 917,000	\$ 11,004,000	\$ 11,334,120	\$ 11,674,144	\$ 12,024,368	\$ 12,385,099
Aportes Parafiscales	\$ 378,000	\$ 4,536,000	\$ 4,672,080	\$ 4,812,242	\$ 4,956,610	\$ 5,105,308
Seguridad Social	\$ 882,924	\$ 10,595,088	\$ 10,912,941	\$ 11,240,329	\$ 11,577,539	\$ 11,924,865
Total	\$ 6,377,924	\$ 76,535,088	\$ 78,831,141	\$ 81,196,075	\$ 83,631,957	\$ 86,140,916

Fuente: Gestores del proyecto

Tabla N°15: Costos Indirectos Fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION (CIF)						
Detalle	Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios Públicos (70%)	\$ 2,800,000	\$ 33,600,000	\$ 34,608,000	\$ 35,646,240	\$ 36,715,627	\$ 37,817,096
Mano de Obra Indirecta	\$ 2,800,000	\$ 33,600,000	\$ 34,608,000	\$ 35,646,240	\$ 36,715,627	\$ 37,817,096
Prestaciones Sociales	\$ 611,333	\$ 7,336,000	\$ 7,556,080	\$ 7,782,762	\$ 8,016,245	\$ 8,256,733
Aportes Parafiscales	\$ 252,000	\$ 3,024,000	\$ 3,114,720	\$ 3,208,162	\$ 3,304,406	\$ 3,403,539
Seguridad Social	\$ 588,616	\$ 7,063,392	\$ 7,275,294	\$ 7,493,553	\$ 7,718,359	\$ 7,949,910
Materiales Indirectos	\$ 12,480,000	\$ 149,760,000	\$ 154,252,800	\$ 158,880,384	\$ 163,646,796	\$ 168,556,199
Mantenimiento de Equipos	\$ 310,000	\$ 3,720,000	\$ 3,831,600	\$ 3,946,548	\$ 4,064,944	\$ 4,186,893
Total	\$ 19,841,949	\$ 238,103,392	\$ 245,246,494	\$ 252,603,889	\$ 260,182,005	\$ 267,987,465

Fuente: Gestores del Proyecto

Tabla N°16: Resumen Costos de Producción.

RESUMEN COSTOS DE PRODUCCION						
Detalle	Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales Directos	\$ 7,580,000	\$ 90,960,000	\$ 93,688,800	\$ 96,499,464	\$ 99,394,448	\$ 102,376,281
Mano de Obra Directa	\$ 6,377,924	\$ 76,535,088	\$ 78,831,141	\$ 81,196,075	\$ 83,631,957	\$ 86,140,916
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 19,841,949	\$ 238,103,392	\$ 245,246,494	\$ 252,603,889	\$ 260,182,005	\$ 267,987,465
Total	\$ 33,799,873	\$ 405,598,480	\$ 417,766,434	\$ 430,299,427	\$ 443,208,410	\$ 456,504,663

Fuente: Gestores del Proyecto

Tabla N° 17: Gastos De Administración

GASTOS DE ADMINISTRACION						
Detalle	Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	\$ 1,000,000	\$ 12,000,000	\$ 12,360,000	\$ 12,730,800	\$ 13,112,724	\$ 13,506,106
Jefe Talento Humano	\$ 1,000,000	\$ 12,000,000	\$ 12,360,000	\$ 12,730,800	\$ 13,112,724	\$ 13,506,106
Jefe Administrativo y Financiero	\$ 1,000,000	\$ 12,000,000	\$ 12,360,000	\$ 12,730,800	\$ 13,112,724	\$ 13,506,106
Prestaciones Sociales	\$ 655,000	\$ 7,860,000	\$ 8,095,800	\$ 8,338,674	\$ 8,588,834	\$ 8,846,499
Aportes Parafiscales	\$ 270,000	\$ 3,240,000	\$ 3,337,200	\$ 3,437,316	\$ 3,540,435	\$ 3,646,649
Seguridad Social	\$ 630,660	\$ 7,567,920	\$ 7,794,958	\$ 8,028,806	\$ 8,269,671	\$ 8,517,761
servicios públicos 20%	\$ 800,000	\$ 9,600,000	\$ 9,888,000	\$ 10,184,640	\$ 10,490,179	\$ 10,804,885
Papelería	\$ 80,000	\$ 960,000	\$ 988,800	\$ 1,018,464	\$ 1,049,018	\$ 1,080,488
TOTAL	\$ 5,435,660	\$ 65,227,920	\$ 67,184,758	\$ 69,200,300	\$ 71,276,309	\$ 73,414,599

Fuente: Gestores Autor: Gestores del Proyecto

Tabla N°18: Gastos de Ventas.

GASTOS DE VENTAS						
Detalle	Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Jefe Mercadeo y Ventas	\$ 1,000,000	\$ 12,000,000	\$ 12,360,000	\$ 12,730,800	\$ 13,112,724	\$ 13,506,106
Prestaciones Sociales	\$ 218,333	\$ 2,620,000	\$ 2,698,600	\$ 2,779,558	\$ 2,862,945	\$ 2,948,833
Aportes Parafiscales	\$ 90,000	\$ 1,080,000	\$ 1,112,400	\$ 1,145,772	\$ 1,180,145	\$ 1,215,550
Seguridad Social	\$ 210,220	\$ 2,522,640	\$ 2,598,319	\$ 2,676,269	\$ 2,756,557	\$ 2,839,254
Publicidad	\$ 150,000	\$ 1,800,000	\$ 1,854,000	\$ 1,909,620	\$ 1,966,909	\$ 2,025,916
Papelería	\$ 90,000	\$ 1,080,000	\$ 1,112,400	\$ 1,145,772	\$ 1,180,145	\$ 1,215,550
Servicios públicos (10%)	\$ 400,000	\$ 4,800,000	\$ 4,944,000	\$ 5,092,320	\$ 5,245,090	\$ 5,402,442
TOTAL	\$ 2,158,553	\$ 25,902,640	\$ 26,679,719	\$ 27,480,111	\$ 28,304,514	\$ 29,153,650

Fuente: Gestores del Proyecto

Tabla N°19: Proyección de Ingresos.

Incremento	7%					
PROYECCION DE INGRESOS (7%)						
Detalle	Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	\$ 43.004.800	\$ 516.057.600	\$ 590.834.346	\$ 632.192.750	\$ 676.446.243	\$ 723.797.480
TOTAL	\$ 43.004.800	\$ 516.057.600	\$ 590.834.346	\$ 632.192.750	\$ 676.446.243	\$ 723.797.480

Autor: Gestores del Proyecto

9.3 INVERSION

Tabla N°20: Inversión Fija.

Inversión fija			
Q	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
3	Banda Transportadora industrial 8 Mts	\$ 1,200,000	\$ 3,600,000
2	Silo Refrigerador	\$ 900,000	\$ 1,800,000
3	Tanque plástico de 500 Litros	\$ 320,000	\$ 960,000
4	Olla en Acero en Inoxidable N° 40	\$ 130,000	\$ 520,000
1	Utensilios de Cocina	\$ 150,000	\$ 150,000
10	Escritorios	\$ 220,000	\$ 2,200,000
10	Computadores	\$ 900,000	\$ 9,000,000
4	Impresora	\$ 320,000	\$ 1,280,000
2	Sistema de Software	\$ 5,500,000	\$ 11,000,000
TOTAL			\$ 30,510,000

Fuente: Gestores del Proyecto

Tabla N°21: Inversión Circulante.

Inversión Circulante	
Detalle	Valor
Materia Prima	\$ 7,580,000
Capital de Trabajo	\$ 22,000,000
Papelería	\$ 200,000
Total	\$ 29,780,000

Fuente: Gestores del proyecto

En cuanto la materia prima en la inversión circulante esta se obtuvo de insumos indispensables en la elaboración de los productos tomando como base la materia prima requerida para el primer mes de producción ver tabla 13 costos de producción.

Tabla N°22: Inversión Diferida.

Inversión Diferida		
Detalle	Total 5 Años	1 Año
Legalización	\$ 920,000	\$ 184,000
Adecuación área de Producción	\$ 45,000,000	\$ 9,000,000
Total	\$ 45,920,000	\$ 9,184,000

Fuente: Gestores del proyecto

Tabla N°23: Resumen Inversión Inicial.

Resumen Inversión inicial		
Inversión Fija	\$	30,510,000
Inversión Circulante	\$	29,780,000
Inversión Diferida	\$	45,920,000
Total	\$	106,210,000

Fuente: Gestores del Proyecto

El objetivo de las inversiones es determinar el monto que se debe aportar para la puesta en marcha del proyecto y a su vez hace nos da a entender si los socios o en este caso los gestores del proyecto, cuentan con el capital o si deben recurrir a préstamos o ayudas financieras de entes o familia.

De acuerdo a la inversión inicial el valor del proyecto es de **\$106.210.000** de los cuales el **40% (\$42.484.000)** serán aportes de los gestores del proyecto y el **60% restante (\$63.726.000)** se adquirirá por un crédito realizado por una identidad bancaria.

9.4 PROYECCIONES FINANCIERAS

Tabla N°24: Flujo De Caja

FLUJO DE EFECTIVO- CAJA						
	año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ENTRADAS						
Saldo inicial		\$ 29.780.000	\$ 29.888.191	\$ 90.719.545	\$ 162.176.808	\$ 255.082.129
Aportes de socios	\$42.484.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Crédito Recibido	\$63.726.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Entradas		\$ 516.057.600	\$ 590.834.346	\$ 632.192.750	\$ 676.446.243	\$ 723.797.480
TOTAL EFECTIVO DISPONIBLE	\$106.210.000	\$545.837.600	\$620.722.537	\$722.912.295	\$838.623.051	\$978.879.609
SALIDAS						
Inversión Fija	\$30.510.000					
Inversión Circulante	\$0					
Inversión Diferida	\$45.920.000					
Costo de Ventas		\$ 405.598.480	\$ 417.766.434	\$ 430.299.427	\$ 443.208.410	\$ 456.504.663
Gastos de Administración		\$ 65.227.920	\$ 67.184.758	\$ 69.200.300	\$ 71.276.309	\$ 73.414.599
Gastos de Ventas		\$ 25.902.640	\$ 26.679.719	\$ 27.480.111	\$ 28.304.514	\$ 29.153.650
Impuesto de Renta		\$ -	-\$ 848.287	\$ 14.535.280	\$ 21.531.319	\$ 29.229.811
Costos Financieros		\$ 10.486.710	\$ 8.827.315	\$ 6.852.634	\$ 4.502.765	\$ 1.706.420
Abono a Capital		\$ 8.733.659	\$ 10.393.054	\$ 12.367.734	\$ 14.717.604	\$ 17.513.949
TOTAL SALIDAS	\$76.430.000	\$ 515.949.409	\$ 530.002.992	\$ 560.735.487	\$ 583.540.922	\$ 607.523.091
SALDO FINAL	\$29.780.000	\$ 29.888.191	\$ 90.719.545	\$ 162.176.808	\$ 255.082.129	\$ 371.356.519

Fuente: Gestores del Proyecto

Se observa en el flujo de caja en el año uno su inversión inicial es de **\$29.780.000** cuyo resultado se obtiene de la inversión circulante que son aquellas reservas que deja patata express para cubrir gastos ante cualquier perdida o inconveniente que se presente en la empresa y poder así responder a los colaboradores, proveedores entre otras obligaciones que se pueden adquirir a la fecha.

Tabla N°25: Estados de Resultados

ESTADOS DE RESULTADOS						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Brutas (Anuales)	0	\$ 516.057.600	\$ 590.834.346	\$ 632.192.750	\$ 676.446.243	\$ 723.797.480
(-) Costo de Producción	0	\$ 405.598.480	\$ 417.766.434	\$ 430.299.427	\$ 443.208.410	\$ 456.504.663
(=) Utilidad Bruta Operacional	0	\$ 110.459.120	\$ 173.067.912	\$ 201.893.323	\$ 233.237.833	\$ 267.292.817
(-) Gastos operacionales de administración	0	\$ 65.227.920	\$ 67.184.758	\$ 69.200.300	\$ 71.276.309	\$ 73.414.599
(-) Gastos operacionales de ventas	0	\$ 25.902.640	\$ 26.679.719	\$ 27.480.111	\$ 28.304.514	\$ 29.153.650
(-) Depreciación	0	\$ 3.051.000	\$ 3.051.000	\$ 3.051.000	\$ 3.051.000	\$ 3.051.000
(-) Amortización de Diferidos	0	\$ 9.184.000	\$ 9.184.000	\$ 9.184.000	\$ 9.184.000	\$ 9.184.000
(=) Utilidad neta operacional	0	\$ 7.093.560	\$ 66.968.435	\$ 92.977.912	\$ 121.422.009	\$ 152.489.569
(+) Otros ingresos	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos no operacionales (financieros)	0	\$ 10.486.710	\$ 8.827.315	\$ 6.852.634	\$ 4.502.765	\$ 1.706.420
(=) Utilidad ante de impuestos	0	-\$ 3.393.150	\$ 58.141.120	\$ 86.125.278	\$ 116.919.244	\$ 150.783.149
(-) Impuesto de Renta (25%)	0	-\$ 848.287	\$ 14.535.280	\$ 21.531.319	\$ 29.229.811	\$ 37.695.787
(=) Utilidad neta del ejercicio	0	-\$ 2.544.862	\$ 43.605.840	\$ 64.593.958	\$ 87.689.433	\$ 113.087.362

Fuente: Gestores del proyecto

Tabla Nº 26: Balance General

BALANCE GENERAL						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
Efectivo	\$ 29.780.000	\$ 29.888.191	\$ 90.719.545	\$ 162.176.808	\$ 255.082.129	\$ 371.356.519
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 29.780.000	\$ 29.888.191	\$ 90.719.545	\$ 162.176.808	\$ 255.082.129	\$ 371.356.519
ACTIVO NO CORRIENTE						
Activo Fijo	\$ 30.510.000	\$ 30.510.000	\$ 30.510.000	\$ 30.510.000	\$ 30.510.000	\$ 30.510.000
Depreciación acumulada (-)	\$ -	\$ 3.051.000	\$ 6.102.000	\$ 9.153.000	\$ 12.204.000	\$ 15.255.000
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 30.510.000	\$ 27.459.000	\$ 24.408.000	\$ 21.357.000	\$ 18.306.000	\$ 15.255.000
Diferidos	\$ 45.920.000	\$ 36.736.000	\$ 27.552.000	\$ 18.368.000	\$ 9.184.000	\$ -
TOTAL DE DIFERIDOS	\$ 45.920.000	\$ 36.736.000	\$ 27.552.000	\$ 18.368.000	\$ 9.184.000	\$ -
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 106.210.000	\$ 94.083.191	\$ 142.679.545	\$ 201.901.808	\$ 282.572.129	\$ 386.611.519
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
BANCOS						
Obligaciones financieras a corto plazo		\$ 10.393.054	\$ 12.367.734	\$ 14.717.604	\$ 17.513.949	\$ -
Impuesto de renta	\$ -	-\$ 848.287	\$ 14.535.280	\$ 21.531.319	\$ 29.229.811	\$ 37.695.787
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ 9.544.767	\$ 26.903.014	\$ 36.248.923	\$ 46.743.760	\$ 37.695.787
PASIVO NO CORRIENTE						
Obligaciones financieras a largo plazo	\$ 63.726.000	\$ 44.599.287	\$ 32.231.553	\$ 17.513.949	\$ 0	\$ -
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 63.726.000	\$ 44.599.287	\$ 32.231.553	\$ 17.513.949	\$ 0	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 63.726.000	\$ 54.144.054	\$ 59.134.567	\$ 53.762.872	\$ 46.743.760	\$ 37.695.787

PATRIMONIO						
Capital	\$ 42.484.000	\$ 42.484.000	\$ 42.484.000	\$ 42.484.000	\$ 42.484.000	\$ 42.484.000
Utilidad del ejercicio	\$ -	-\$ 2.544.862	\$ 43.605.840	\$ 64.593.958	\$ 87.689.433	\$ 113.087.362
Utilidad Acumulada	\$ -	\$ -	-\$ 2.544.862	\$ 41.060.978	\$ 105.654.936	\$ 193.344.370
TOTAL PATRIMONIO	\$ 42.484.000	\$ 39.939.138	\$ 83.544.978	\$ 148.138.936	\$ 235.828.370	\$ 348.915.731
TOTAL PASIVO PATRIMONIO	\$ 106.210.000	\$ 94.083.191	\$ 142.679.545	\$ 201.901.808	\$ 282.572.129	\$ 386.611.519

Fuente: Gestores del proyecto

0

0

0

0

0

0

9.5 AMORTIZACION DEL CREDITO

A continuación se presenta la amortización del crédito diferido a **60** meses por valor **\$ 63.726.000**

Tabla N° 27 Amortización del crédito

Total Inversión	Aporte de Socios	Inversión crédito
\$ 106,210,000	\$ 42,484,000	\$ 63,726,000

Fuente: Gestores del proyecto

AMORTIZACIÓN CON EL BANCO					
		Deuda Inicial	\$ 63,726,000		
Tasa efectiva Anual	19%	Tasa Nominal	18%	Tasa Anual	1.46%
			Número de periodos	Meses	60
			Cuota		\$ 1,601,697

Fuente: Gestores del proyecto

AÑOS	PERIODO	CUOTA	ABONO A INTERESES	ABONO ACOMULADO DE INTERESES	ABONO A CAPITAL	ABONO ACOMULADO DE CAPITAL	SALDO		
1	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 63,726,000		
	1	\$ 1,601,697	\$ 930,507	\$ 930,507	\$ 671,190	\$ 671,190	\$ 63,054,810		
	2	\$ 1,601,697	\$ 920,707	\$ 1,851,214	\$ 680,991	\$ 1,352,181	\$ 62,373,819		
	3	\$ 1,601,697	\$ 910,763	\$ 2,761,977	\$ 690,934	\$ 2,043,115	\$ 61,682,885		
	4	\$ 1,601,697	\$ 900,674	\$ 3,662,651	\$ 701,023	\$ 2,744,139	\$ 60,981,861		
	5	\$ 1,601,697	\$ 890,438	\$ 4,553,089	\$ 711,259	\$ 3,455,398	\$ 60,270,602		
	6	\$ 1,601,697	\$ 880,052	\$ 5,433,141	\$ 721,645	\$ 4,177,043	\$ 59,548,957		
	7	\$ 1,601,697	\$ 869,515	\$ 6,302,657	\$ 732,182	\$ 4,909,225	\$ 58,816,775		
	8	\$ 1,601,697	\$ 858,824	\$ 7,161,481	\$ 742,873	\$ 5,652,098	\$ 58,073,902		
	9	\$ 1,601,697	\$ 847,977	\$ 8,009,458	\$ 753,720	\$ 6,405,819	\$ 57,320,181		
	10	\$ 1,601,697	\$ 836,971	\$ 8,846,429	\$ 764,726	\$ 7,170,545	\$ 56,555,455		
	11	\$ 1,601,697	\$ 825,805	\$ 9,672,234	\$ 775,892	\$ 7,946,437	\$ 55,779,563		
12	\$ 1,601,697	\$ 814,476	\$ 10,486,710	\$ 787,222	\$ 8,733,659	\$ 54,992,341			
								AMORTIZACION	INTERESES
								\$ 8,733,659	\$ 10,486,710

2	13	\$ 1,601,697	\$ 802,981	\$ 11,289,691	\$ 798,716	\$ 9,532,375	\$ 54,193,625		
	14	\$ 1,601,697	\$ 791,318	\$ 12,081,009	\$ 810,379	\$ 10,342,754	\$ 53,383,246		
	15	\$ 1,601,697	\$ 779,485	\$ 12,860,495	\$ 822,212	\$ 11,164,966	\$ 52,561,034		
	16	\$ 1,601,697	\$ 767,480	\$ 13,627,974	\$ 834,218	\$ 11,999,184	\$ 51,726,816		
	17	\$ 1,601,697	\$ 755,299	\$ 14,383,273	\$ 846,399	\$ 12,845,583	\$ 50,880,417		
	18	\$ 1,601,697	\$ 742,940	\$ 15,126,213	\$ 858,757	\$ 13,704,340	\$ 50,021,660		
	19	\$ 1,601,697	\$ 730,401	\$ 15,856,614	\$ 871,297	\$ 14,575,637	\$ 49,150,363		
	20	\$ 1,601,697	\$ 717,678	\$ 16,574,292	\$ 884,019	\$ 15,459,656	\$ 48,266,344		
	21	\$ 1,601,697	\$ 704,770	\$ 17,279,062	\$ 896,927	\$ 16,356,583	\$ 47,369,417		
	22	\$ 1,601,697	\$ 691,673	\$ 17,970,735	\$ 910,024	\$ 17,266,607	\$ 46,459,393		
	23	\$ 1,601,697	\$ 678,386	\$ 18,649,121	\$ 923,312	\$ 18,189,919	\$ 45,536,081		
	24	\$ 1,601,697	\$ 664,904	\$ 19,314,024	\$ 936,794	\$ 19,126,713	\$ 44,599,287		
								\$ 10,393,054	\$ 8,827,315

3	25	\$ 1,601,697	\$ 651,225	\$ 19,965,249	\$ 950,473	\$ 20,077,186	\$ 43,648,814		
	26	\$ 1,601,697	\$ 637,346	\$ 20,602,596	\$ 964,351	\$ 21,041,537	\$ 42,684,463		
	27	\$ 1,601,697	\$ 623,265	\$ 21,225,861	\$ 978,432	\$ 22,019,969	\$ 41,706,031		
	28	\$ 1,601,697	\$ 608,978	\$ 21,834,839	\$ 992,719	\$ 23,012,688	\$ 40,713,312		
	29	\$ 1,601,697	\$ 594,483	\$ 22,429,322	\$ 1,007,214	\$ 24,019,902	\$ 39,706,098		
	30	\$ 1,601,697	\$ 579,776	\$ 23,009,098	\$ 1,021,921	\$ 25,041,824	\$ 38,684,176		
	31	\$ 1,601,697	\$ 564,854	\$ 23,573,953	\$ 1,036,843	\$ 26,078,667	\$ 37,647,333		
	32	\$ 1,601,697	\$ 549,715	\$ 24,123,667	\$ 1,051,983	\$ 27,130,650	\$ 36,595,350		
	33	\$ 1,601,697	\$ 534,354	\$ 24,658,021	\$ 1,067,344	\$ 28,197,993	\$ 35,528,007		
	34	\$ 1,601,697	\$ 518,769	\$ 25,176,790	\$ 1,082,929	\$ 29,280,922	\$ 34,445,078		
	35	\$ 1,601,697	\$ 502,956	\$ 25,679,746	\$ 1,098,741	\$ 30,379,663	\$ 33,346,337		
	36	\$ 1,601,697	\$ 486,913	\$ 26,166,659	\$ 1,114,785	\$ 31,494,447	\$ 32,231,553	\$ 12,367,734	\$ 6,852,634

4	37	\$ 1,601,697	\$ 470,635	\$ 26,637,294	\$ 1,131,062	\$ 32,625,510	\$ 31,100,490		
	38	\$ 1,601,697	\$ 454,120	\$ 27,091,413	\$ 1,147,578	\$ 33,773,088	\$ 29,952,912		
	39	\$ 1,601,697	\$ 437,363	\$ 27,528,777	\$ 1,164,334	\$ 34,937,422	\$ 28,788,578		
	40	\$ 1,601,697	\$ 420,362	\$ 27,949,138	\$ 1,181,336	\$ 36,118,757	\$ 27,607,243		
	41	\$ 1,601,697	\$ 403,112	\$ 28,352,251	\$ 1,198,585	\$ 37,317,343	\$ 26,408,657		
	42	\$ 1,601,697	\$ 385,611	\$ 28,737,862	\$ 1,216,086	\$ 38,533,429	\$ 25,192,571		
	43	\$ 1,601,697	\$ 367,854	\$ 29,105,716	\$ 1,233,843	\$ 39,767,272	\$ 23,958,728		
	44	\$ 1,601,697	\$ 349,838	\$ 29,455,553	\$ 1,251,860	\$ 41,019,132	\$ 22,706,868		
	45	\$ 1,601,697	\$ 331,559	\$ 29,787,112	\$ 1,270,139	\$ 42,289,271	\$ 21,436,729		
	46	\$ 1,601,697	\$ 313,012	\$ 30,100,124	\$ 1,288,685	\$ 43,577,956	\$ 20,148,044		
	47	\$ 1,601,697	\$ 294,195	\$ 30,394,320	\$ 1,307,502	\$ 44,885,458	\$ 18,840,542		
	48	\$ 1,601,697	\$ 275,104	\$ 30,669,424	\$ 1,326,594	\$ 46,212,051	\$ 17,513,949	\$ 14,717,604	\$ 4,502,765

5	49	\$ 1,601,697	\$ 255,733	\$ 30,925,157	\$ 1,345,964	\$ 47,558,016	\$ 16,167,984		
	50	\$ 1,601,697	\$ 236,080	\$ 31,161,237	\$ 1,365,618	\$ 48,923,633	\$ 14,802,367		
	51	\$ 1,601,697	\$ 216,140	\$ 31,377,376	\$ 1,385,558	\$ 50,309,191	\$ 13,416,809		
	52	\$ 1,601,697	\$ 195,908	\$ 31,573,284	\$ 1,405,789	\$ 51,714,980	\$ 12,011,020		
	53	\$ 1,601,697	\$ 175,381	\$ 31,748,665	\$ 1,426,316	\$ 53,141,297	\$ 10,584,703		
	54	\$ 1,601,697	\$ 154,555	\$ 31,903,220	\$ 1,447,143	\$ 54,588,439	\$ 9,137,561		
	55	\$ 1,601,697	\$ 133,424	\$ 32,036,644	\$ 1,468,274	\$ 56,056,713	\$ 7,669,287		
	56	\$ 1,601,697	\$ 111,985	\$ 32,148,628	\$ 1,489,713	\$ 57,546,426	\$ 6,179,574		
	57	\$ 1,601,697	\$ 90,232	\$ 32,238,860	\$ 1,511,465	\$ 59,057,891	\$ 4,668,109		
	58	\$ 1,601,697	\$ 68,162	\$ 32,307,023	\$ 1,533,535	\$ 60,591,426	\$ 3,134,574		
	59	\$ 1,601,697	\$ 45,770	\$ 32,352,793	\$ 1,555,927	\$ 62,147,354	\$ 1,578,646		
	60	\$ 1,601,697	\$ 23,051	\$ 32,375,844	\$ 1,578,646	\$ 63,726,000	\$ 0	\$ 17,513,949	\$ 1,706,420
	TOTAL		\$ 32,375,844		\$ 63,726,000			63,726,000	32,375,844

Fuente: Gestores del proyecto

Es estados financieros nos reflejan el estado de la empresa a una fecha específica, también conocida como una foto de la empresa, para este caso es un pronóstico estático y que no nos garantiza que así sucederá en el futuro.

Se observa en el flujo de caja en el año uno su inversión inicial es de \$29.780.000 cuyo resultado se obtiene de la inversión circulante que son aquellas reservas que deja patata express para cubrir gastos ante cualquier perdida o inconveniente que se presente en la empresa y poder así responder a los colaboradores, proveedores entre otras obligaciones que se pueden adquirir a la fecha. Siendo un saldo a favor restante de las inversiones fijas y diferidas.

9.6 EVALUACIÓN FINANCIERA

Tabla N°28: Evaluación Financiera

EVALUACIÓN						
					TIO	12%
	INVERSION INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FNE	-106.210.000	-2.544.862	43.605.840	64.593.958	87.689.433	113.087.362
VPN	\$ 92.153.840					
TIR	33%					

Fuente: Gestores del Proyecto

De acuerdo con los datos obtenidos a través del estudio financiero, se concluye que el proyecto es viable, ya que en primera instancia la tasa interna de oportunidad es del 12% de acuerdo con los datos obtenidos de los estados resultados (P Y G), así mismo evaluamos que la tasa interna de retorno es del 33%, sobre la tasa interna de oportunidad, dándonos como conclusión que el presente proyecto se puede desarrollar y va obtener resultados positivos en el desarrollo del mismo. De igual manera asegura productos innovadores en el mercado, a su vez sus costos de producción no son elevados y como se decía en el estudio de mercado va dirigido a una población ocupada y que optaría por la compra de los productos a ofrecer, de otro lado la materia prima indispensable para este proyecto garantiza la calidad en el producto, puesto que la papa será meramente del municipio de Une. Finalmente se tiene una visión a mediano y largo plazo donde se desea expandir el negocio a nivel nacional, teniendo como fin la distribución del producto a un nicho de mercado más grande.

9.7 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla N°29: Punto de Equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS	\$ 10.024.675	\$ 9.721.101	\$ 9.733.391	\$ 9.755.493	\$ 9.786.963
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	1.243	1.162	1.086	1.015	948
PUNTO DE EQUILIBRIO EN PORCENTAJE	1,94%	1,65%	1,54%	1,44%	1,35%

Fuente: Gestores del Proyecto

10. GLOSARIO

AGROINDUSTRIA: La definición común de agroindustria se refiere a la actividad económica que comprende la producción, industrialización y comercialización de productos agropecuarios agregándole un valor agregado.

Sin embargo un concepto más amplio y concreto definido por el libro AGROINDUSTRIAS PARA EL DESARROLLO se define así como el subconjunto del sector manufacturo que procesa materias primas y productos intermediarios, agrícolas, forestales y pesqueros. A su vez la agroindustria forma parte del concepto más amplio del agro negocio, que incluye los proveedores de insumos para los sectores de alimentos y de productos no alimentarios procedentes de la agroindustria. La característica clave que define al sector agroindustrial es la naturaleza perecedera de las materias primas que emplea, la oferta y calidad de las cuales pueden variar significativamente con el tiempo.

CRIBADO: es un proceso mecánico que separa los materiales de acuerdo a su tamaño de partícula individual. Esto se cumple proporcionando un movimiento en particular al medio de cribado, el cual es generalmente una malla o una placa perforada, esto provoca que las partículas más pequeñas y que el tamaño de las aberturas (del medio de cribado) pasen a través de ellas como finos y que las partículas más grandes sean acarreadas como residuos.

I.Q.F: Son las siglas que en inglés significan Individual Quick Freezing, o congelación rápida de manera individual. Este proceso de congelamiento rápido permite que los cristales de hielo que se forman dentro de las células de los tejidos sean de tamaño muy pequeño.

OCTOFROST: Representa las últimas innovaciones dentro de la congelación IQF y utiliza un número de características técnicas que proporcionan una solución de congelación óptima.

PATATA O PAPA: La papa es el productos de origen agrícola de mayor consumo per cápita aparente en el país unos 62 kg/año, especialmente de la población de estratos socio económicos menos favorecidos, por tratarse de una de las fuentes de carbohidratos de fácil acceso y bajo precio, se cultiva durante todo el año en cerca de 133.865 hectáreas calculadas para el año 2012, dispersas en unos 250 municipios de la zona fría y muy fría andina. A continuación se presenta de una explicación breve sobre los aspectos más destacados de la papa.

TUBERCULO: Parte de una raíz o un tallo generalmente subterráneo que se desarrolla y engruesa contiene nutrientes y tiene una función de propagación vegetativa.

11. CONCLUSIONES

- se determinó que la creación de una empresa la cual transforma la materia prima (papa) en un producto manufacturado es factible por el mercado que demanda y porque tiene gran rotación en la población colombiana.
- Se puede concluir que la captura en el mercado es amplia puesto que el producto es innovador y es una necesidad que se puede cubrir para minimizar tiempo y costos en los hogares.
- El estudio permitió consolidar los conocimientos de la carrera administración de empresas.
- El Análisis administrativo consolidó información en cuanto a los planteamientos de cómo nos vemos a mediano y largo plazo como organización.
- El estudio financiero aplicado en el proyecto nos permitió visualizar si es viable y rentable en el tiempo y determinar la puesta en marcha o no del mismo.

12. APORTES

La creación de empresa contribuye al Producto Interno del Municipio, en este caso el proyecto de factibilidad busca ofrecer fuentes de empleo a madres cabeza de familia, a su vez le aporta reconocimiento a las labores del campo en este caso la siembra o cosecha de papa, logrando así una oportunidad para los pequeños y medianos papicultores en donde su labor será reconocida.

A su vez como empresa ubicada en el sector agroindustrial, busca transformar la materia prima (papa) en un producto con un valor agregado sin que pierda sus proteínas y que satisfaga las necesidades del cliente o consumidor final.

13.RECOMENDACIONES

- Incentivar la investigación en la Facultad con el fin de ver oportunidades en el entorno con el fin de crear empresas no solo en la el municipio donde se encuentra la universidad, sino fuera de esta.
- Buscar vinculación con el gobierno Departamental en donde se apoye a los emprendedores y al desarrollo de los diferentes proyectos que beneficien a la comunidad.
- Crear convenios con los diferentes sectores con el fin de realizar prácticas de campo, a su vez se hace énfasis en la asignación del asesor que este sea dado a los estudiantes dependiendo de la línea de referencia del alumno.
- Consolidar los estudios de investigación a la creación de empresas, con el fin de que los estudiantes no salgamos a ser empleados sino empleadores.
- Tener sentido de pertenencia con la Universidad es vital para el desarrollo de una vida profesional exitosa, por ello como profesionales seguiremos consolidando los conocimientos adquiridos en la entidad de educación superior.

BIBLIOGRAFIA

- ANAYA, H. (s.f.). *Analisis Financiero Aplicado 10 Ed.*
- CELEITA, A. J. (2012-2015). *PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL* .
cues.edu.co. (s.f.). cues.edu.co. Obtenido de <http://cues.edu.co/wp-content/uploads/2014/09/5PDF.pdf>
- DANE. (s.f.). *DANE (11 de Octubre de 2012), Cuentas nacionales departamentales.*
- DINERO, R. (s.f.). <http://www.dinero.com/imprimir/164416>.
- España, R. (2014). *HABITOS DEL CONSUMIDOR COLOMBIANO.*
Bogota.
- <http://www.dinero.com/imprimir/164416>. (s.f.).
- <http://www.webyempresas.com/organizacion-lineal-ventajas-y-desventajas/>. (s.f.).
- <http://www.webyempresas.com/organizacion-lineal-ventajas-y-desventajas/>. (s.f.).
- STANTON. (s.f.). *Fundamentos de Marketing 10 ED.*
- Zorrilla, A. S. (1988). *Introducción a la Metodología de la Investigación.*
México D.F: Melo S.A.

ANEXOS

ANEXO A: CUESTIONARIO

OBJETIVO: Desarrollar un estudio de factibilidad para la Creación de una empresa agroindustrial, con el fin de obtener información para la toma de decisiones y puesta en marcha del proyecto, que beneficie al municipio de Une Cund, ofreciendo productos con valor agregado.

FECHA _____ **Restaurante** _____ **C. Rápidas** _____
Supermercado _____

Nombre del Establecimiento _____

1. Su establecimiento consume o comercializa papa precocidas o procesadas y no procesadas.

SI _____ NO _____

2. Que cantidades de pedidos se hace promedio en cada pedido?

15 Lbs _____ 20Lbs _____ 25
Lbs _____

50 Lbs _____ Otro _____
Cual _____

3. Con que frecuencia realiza pedido del producto?

Diario _____ Cada cuatro Días _____
Semanal _____

Otro _____ Cual _____

4. Cuál es la presentación que adquiriera preferida?

500 Gr _____ 1000 Gr _____ 4.000Gr _____

Otro _____

Cual _____

5. Que aspectos Considera importante el momento de seleccionar una empresa o proveedor nuevo?

Precio _____ Calidad _____ Marca _____
Servicio _____

6. Qué medio de publicidad utiliza normalmente cuando desea contactar un proveedor nuevo?

T.V _____ Radio _____ Periódico _____ Directorio
Telefónico _____

Otro- Cual _____

7. Si se crea una empresa que produzca productos transformados, congelados de la papa sin perder valor nutritivo y sin ningún químico, en el municipio de Une, estaría interesado en comprarle?

Si _____ No _____

Si la respuesta es No, fin de la encuesta.

8. Que Cantidad Consumiría inicialmente por pedido?

15 Lbs _____ 20 Lbs _____ 30 Lbs _____
50Lbs _____

Otro _____ Cual _____

9. Cuáles son las condiciones comerciales para pagar el producto?

Contado _____ Quince Días _____ 30 Días _____
60 Días _____

10. Que expectativas esperaría del nuevo producto?

Calidad _____ Precios Bajos _____ Minimizar
tiempo _____

Entrega Oportuna _____ Otro _____ Cual

ANEXO B

PATATA EXPRESS S.A.S

ACTO CONSTITUTIVO

_____, de nacionalidad _____, identificado con _____, domiciliado en la ciudad de _____, declara - previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos-, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada _____, para realizar cualquier actividad civil o comercial lícita, por término indefinido de duración, con un capital suscrito de _____, dividido en (__) acciones ordinarias de valor nominal de _____ cada una, que han sido liberadas en su (*totalidad o en el porcentaje correspondiente*), previa entrega del monto correspondiente a la suscripción al representante legal designado y que cuenta con un único órgano de administración y representación, que será el representante legal designado mediante este documento.

Una vez formulada la declaración que antecede, el suscrito ha establecido, así mismo, los estatutos de la sociedad por acciones simplificada que por el presente acto se crea.

ESTATUTOS

Capítulo I

Disposiciones generales

Artículo 1º. Forma.- La compañía que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará _____, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “sociedad por acciones simplificada” o de las iniciales “SAS”.

Artículo 2º. Objeto social.- La sociedad tendrá como objeto principal _____. Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Artículo 3º. Domicilio.- El domicilio principal de la sociedad será la ciudad de _____ y su dirección para notificaciones judiciales _____.
. La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la asamblea general de accionistas.

Artículo 4º. Término de duración.- El término de duración será indefinido.

Capítulo II

Reglas sobre capital y acciones

Artículo 5º. Capital Autorizado.- El capital autorizado de la sociedad es de _____ dividido en ____ acciones de valor nominal de (_____) cada una.

Artículo 6º. Capital Suscrito.- El capital suscrito inicial de la sociedad es de _____, dividido en (____) acciones ordinarias de valor nominal de (_____) cada una.

Artículo 7º. Capital Pagado.- El capital pagado de la sociedad es de _____, dividido en (____) acciones ordinarias de valor nominal de (____) cada una.

Parágrafo. Forma y Términos en que se pagará el capital.- El monto de capital suscrito se pagará, en dinero efectivo, dentro de los 24 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento.

Artículo 8º. Derechos que confieren las acciones.- En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias. A cada acción le corresponde un voto en las decisiones de la asamblea general de accionistas.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiriere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

Artículo 9º. Naturaleza de las acciones.- Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley. Mientras que subsista el derecho de preferencia y las demás restricciones para su enajenación, las acciones no podrán negociarse sino con arreglo a lo previsto sobre el particular en los presentes estatutos.

Artículo 10º. Aumento del capital suscrito.- El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará oferta en los términos que se prevean en el reglamento.

Artículo 11º. Derecho de preferencia.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

Parágrafo Primero.- El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

Parágrafo Segundo.- No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

Artículo 12º. Clases y Series de Acciones.- Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por la asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente,

en el que se establezcan los derechos que confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

Parágrafo.- Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

Artículo 13º. Voto múltiple.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre *quórum* y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

Artículo 14º. Acciones de pago.- En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

Artículo 15º. Transferencia de acciones a una fiducia mercantil.- Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

Artículo 16º. Restricciones a la negociación de acciones.- Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción

quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

Artículo 17º. Cambio de control.- Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

Capítulo III

Órganos sociales

Artículo 18º. Órganos de la sociedad.- La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado asamblea general de accionistas y un representante legal. La revisoría fiscal solo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes.

Artículo 19º. Sociedad devenida unipersonal.- La sociedad podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se le confieren a los diversos órganos sociales, incluidas las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único, deberán constar en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

Artículo 20º. Asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas la integran el o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a

las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayorías y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año, dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, el 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocará a la reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

La asamblea general de accionistas tendrá, además de las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente.

La asamblea será presidida por el representante legal y en caso de ausencia de éste, por la persona designada por el o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones de la asamblea, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el representante legal o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.

Los accionistas deliberarán con arreglo al orden del día previsto en la convocatoria. Con todo, los accionistas podrán proponer modificaciones a las resoluciones sometidas a su aprobación y, en cualquier momento, proponer la revocatoria del representante legal.

Artículo 21º. Convocatoria a la asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a cualquier reunión por ella misma o por el representante legal de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles.

En la primera convocatoria podrá incluirse igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria, en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum.

Uno o varios accionistas que representen por lo menos el 20% de las acciones suscritas podrán solicitarle al representante legal que convoque a una reunión de la asamblea general de accionistas, cuando lo estimen conveniente.

Artículo 22º. Renuncia a la convocatoria.- Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes, durante o después de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección por medio del mismo procedimiento indicado.

Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes que la reunión se lleve a cabo.

Artículo 23º. Derecho de inspección.- El derecho de inspección podrá ser ejercido por los accionistas durante todo el año. En particular, los accionistas tendrán acceso a la totalidad de la información de naturaleza financiera, contable, legal y comercial relacionada con el funcionamiento de la sociedad, así como a las cifras correspondientes a la remuneración de los administradores sociales. En desarrollo de esta prerrogativa, los accionistas podrán solicitar toda la información que consideren relevante para pronunciarse, con conocimiento de causa, acerca de las determinaciones sometidas a consideración del máximo órgano social, así como para el adecuado ejercicio de los derechos inherentes a las acciones de que son titulares.

Los administradores deberán suministrarles a los accionistas, en forma inmediata, la totalidad de la información solicitada para el ejercicio de su derecho de inspección.

La asamblea podrá reglamentar los términos, condiciones y horarios en que dicho derecho podrá ser ejercido.

Artículo 24º. Reuniones no presenciales.- Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito,

en los términos previstos en la ley. En ningún caso se requerirá de delegado de la Superintendencia de Sociedades para este efecto.

Artículo 25º. Régimen de quórum y mayorías decisorias: La asamblea deliberará con un número singular o plural de accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones suscritas con derecho a voto. Las decisiones se adoptarán con los votos favorables de uno o varios accionistas

que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones con derecho a voto presentes en la respectiva reunión.

Cualquier reforma de los estatutos sociales requerirá el voto favorable del 100% de las acciones suscritas, incluidas las siguientes modificaciones estatutarias:

- (i) La modificación de lo previsto en el artículo 16 de los estatutos sociales, respecto de las restricciones en la enajenación de acciones.
- (ii) La realización de procesos de transformación, fusión o escisión.
- (iii) La inserción en los estatutos sociales de causales de exclusión de los accionistas o la modificación de lo previsto en ellos sobre el particular;
- (iv) La modificación de la cláusula compromisoria;
- (v) La inclusión o exclusión de la posibilidad de emitir acciones con voto múltiple; y
- (vi) La inclusión o exclusión de nuevas restricciones a la negociación de acciones.

Parágrafo.- Así mismo, requerirá determinación unánime del 100% de las acciones suscritas, la determinación relativa a la cesión global de activos en los términos del artículo 32 de la Ley 1258 de 2008

Artículo 26º. Fraccionamiento del voto: Cuando se trate de la elección de comités u otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto. En caso de crearse junta directiva, la totalidad de sus miembros serán designados por mayoría simple de los votos emitidos en la correspondiente elección. Para el efecto, quienes tengan intención de postularse confeccionarán planchas completas que contengan el número total de miembros de la junta directiva. Aquella plancha que obtenga el mayor número de votos será elegida en su totalidad.

Artículo 27º. Actas.- Las decisiones de la asamblea general de accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. ¹⁰⁸ En caso de delegarse la aprobación de las actas en una comisión, los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la

reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.

Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas actas, autorizada por el secretario o por algún representante de la sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

Artículo 28º. Representación Legal.- La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien no tendrá suplentes, designado para un término de un año por la asamblea general de accionistas.

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

En aquellos casos en que el representante legal sea una persona jurídica, las funciones quedarán a cargo del representante legal de ésta.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad, deberá ser aprobada por la asamblea general de accionistas.

Artículo 29º. Facultades del representante legal.- La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la

naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. En las relaciones frente a terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por sí o por interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica préstamos por parte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier otro tipo de garantía de sus obligaciones personales.

Capítulo IV

Disposiciones Varias

Artículo 30º. Enajenación global de activos.- Se entenderá que existe enajenación global de activos cuando la sociedad se proponga enajenar activos y pasivos que representen el cincuenta por ciento o más del patrimonio líquido de la compañía en la fecha de enajenación. La enajenación global requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. Esta operación dará lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en caso de desmejora patrimonial.

Artículo 31º. Ejercicio social.- Cada ejercicio social tiene una duración de un año, que comienza el 1º de enero y termina el 31 de diciembre. En todo caso, el primer ejercicio social se contará a partir de la fecha en la cual se produzca el registro mercantil de la escritura de constitución de la sociedad.

Artículo 32º. Cuentas anuales.- Luego del corte de cuentas del fin de año calendario, el representante legal de la sociedad someterá a consideración de la asamblea general de accionistas los estados financieros de fin de ejercicio,

debidamente dictaminados por un contador independiente, en los términos del artículo 28 de la Ley 1258 de 2008. En caso de proveerse el cargo de revisor fiscal, el dictamen será realizado por quien ocupe el cargo.

Artículo 33º. Reserva Legal.- la sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, formado con el diez por ciento de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Cuando esta reserva llegue al cincuenta por ciento mencionado, la sociedad no tendrá obligación de continuar llevando a esta cuenta el diez por ciento de las utilidades líquidas. Pero si disminuyere, volverá a apropiarse el mismo diez por ciento de tales utilidades, hasta cuando la reserva llegue nuevamente al límite fijado.

Artículo 34º. Utilidades.- Las utilidades se repartirán con base en los estados financieros de fin de ejercicio, previa determinación adoptada por la asamblea general de accionistas. Las utilidades se repartirán en proporción al número de acciones suscritas de que cada uno de los accionistas sea titular.

Artículo 35º. Resolución de conflictos.- Todos los conflictos que surjan entre los accionistas por razón del contrato social, salvo las excepciones legales, serán dirimidos por la Superintendencia de Sociedades, con excepción de las acciones de impugnación de decisiones de la asamblea general de accionistas, cuya resolución será sometida a arbitraje, en los términos previstos en la Cláusula 35 de estos estatutos.

Artículo 36º. Cláusula Compromisoria.- La impugnación de las determinaciones adoptadas por la asamblea general de accionistas deberá adelantarse ante un Tribunal de Arbitramento conformado por un árbitro, el cual será designado por acuerdo de las partes, o en su defecto, por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de ().

El árbitro designado será abogado inscrito, fallará en derecho y se sujetará a las tarifas previstas por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de (). El Tribunal de Arbitramento tendrá como sede el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de (), se regirá por las leyes colombianas y de acuerdo con el reglamento del aludido Centro de Conciliación y Arbitraje.

Artículo 37º. Ley aplicable.- La interpretación y aplicación de estos estatutos está sujeta a las disposiciones contenidas en la Ley 1258 de 2008 y a las demás normas que resulten aplicables.

Capítulo IV

Disolución y Liquidación

Artículo 38º. Disolución.- La sociedad se disolverá:

1º Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración;

2º Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social;

3º Por la iniciación del trámite de liquidación judicial;

4º Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;

5º Por orden de autoridad competente, y

6º Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

Parágrafo primero.- En el caso previsto en el ordinal primero anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado concerniente o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

Artículo 39º. Enervamiento de las causales de disolución.- Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis meses siguientes

a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 6º del artículo anterior.

Artículo 40º. Liquidación.- La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

Durante el período de liquidación, los accionistas serán convocados a la

asamblea general de accionistas en los términos y condiciones previstos en los estatutos y en la ley. Los accionistas tomarán todas las decisiones que le corresponden a la asamblea general de accionistas, en las condiciones de quórum y mayorías decisorias vigentes antes de producirse la disolución.

DETERMINACIONES RELATIVAS A LA CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD

1. **Representación legal.-** Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado en este acto constitutivo, a _____ identificado con el documento de identidad No. CC. _____, como representante legal de _____, por el término de 1 año.

_____ participa en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de _____.

2. **Actos realizados por cuenta de la sociedad en formación.-** A partir de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, Acme SAS asume la totalidad de los derechos y obligaciones derivados de los siguientes actos y negocios jurídicos, realizados por cuenta de la sociedad durante su proceso de formación:
(INCLUIR LISTA DE ACTOS Y CONTRATOS RELEVANTES)

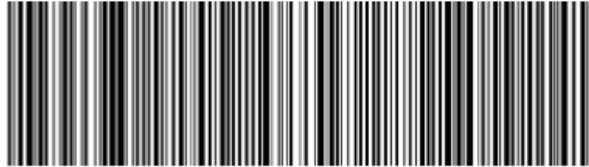
3. **Personificación jurídica de la sociedad.-** Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, _____ formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2º de la Ley 1258 de 2008.

ANEXO C



ORDEN DE COMPRA

Número de solicitud: 0002986572
Nombre o razón social: LUZ MILA GUTIERREZ ORTEGON
Identificación: 000000039628208
Fecha de generación: 18 de febrero de 2016 Hora: 05:14 p.m.
Fecha máxima de pago: 31 de diciembre de 2016
Valor: \$72,000.00



(415)7709998015722(8020)0002986572(3900)00072000(96)20161231

Detalle:

Servicio	Cantidad	Precio unitario	Precio total
RENOVACION PERSONA NATURAL O SOCIEDAD PRINCIPAL Mat(01470706) año 2016	1	\$36,000.00	\$36,000.00
RENOVACION ESTABLEC. COMERCIO PPAL. JURISD. C.C.B. Mat(01470708) año 2016	1	\$36,000.00	\$36,000.00

Subtotal \$72,000.00
Total \$72,000.00

Puntos de pago autorizados:

PSE_ingrese por <http://linea.ccb.org.co/> Ver ordenes de pago
Pago en bancos: Bancolombia, Davivienda, Occidente, Bogotá, CorpBanca, Av Villas, Sudameris y Colpatría.
Tarjeta Crédito: Visa, Mastercard, Diners y Credibanco

Mayor información línea de respuesta inmediata 3830330 o <http://www.ccb.org.co>

Imprimir

Cerrar

Señor Empresario:

Con el fin de garantizar la lectura del código de barras en las entidades bancarias, le recomendamos la calidad de la impresión de la orden de pago, preferiblemente en calidad láser.