

CÓDIGO: AAAr113 VERSIÓN: 3 VIGENCIA: 2017-11-16 PAGINA: 1 de 8

16-

FECHA miércoles, 27 de noviembre de 2019

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
BIBLIOTECA
Facatativá

UNIDAD REGIONAL	Extensión Facatativá
TIPO DE DOCUMENTO	Otro
FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Contaduría Pública

El Autor(Es):

		<u>IDENTIFICACIÓN</u>
PEDREROS LOMBANA PAU	LA YINETH	1070985635
SALAZAR OSORIO ANG	IE JULIANA	1076221137



CÓDIGO: AAAr113 VERSIÓN: 3 VIGENCIA: 2017-11-16 PAGINA: 2 de 8

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
GIRALDO DUQUE	CESAR AUGUSTO

TITULO DEL DOCUMENTO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HARINA DE PLATANO EN EL MUNICIPIO DE VIANÍ, DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA.

SUBTITULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantia CONTADOR PÚBLICO

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PAGINAS
27/11/2019	135 pág.

	BRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS riptores o palabras claves)
ESPAÑOL	INGLES
1. Factibilidad	feasibility
2. Estudio de Mercado	Market study
3. Estudio técnico	Technical study
4. Estudio administrativo	Administrative study
5. Estudio Financiero	Financial study
6. Plan de marketing	Marketing plan

Calle 14 Avenida 15 Barrio Berlin Facatativá – Cundinamarca Teléfono (091) 892 07 07 Línea Gratuita 018000976000 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co NIT: 890.680.062-2



CÓDIGO: AAAr113 VERSIÓN: 3 VIGENCIA: 2017-11-16 PAGINA: 3 de 8

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS (Máximo 250 palabras - 1530 caracteres, aplica para resumen en español)

La monografía investigativa en su primera etapa refleja el planteamiento del problema el cual consta de sus respectivos antecedentes, descripción, formulación y sistematización, seguido se encuentra la justificación correspondiente del problema objeto de estudio, sus objetivos tanto general como específicos los cuales perseguirá el proyecto, el área y línea de investigación. Continuando se ubica el marco referencial, donde se realiza una investigación teórica, conceptual, legal v geográfica de tema a desarrollar en todo el proceso del proyecto. Posteriormente a lo relacionado con anterioridad, se procede a dar continuidad con el diseño metodológico el cual muestra el proceso que se llevó a cabo para la recolección de información, usando instrumentos como encuestas, datos históricos y fuentes referentes al tema. Seguidamente, se procede al desarrollo de los objetivos planteados en el presente trabajo, iniciando con un estudio de mercado, analizando de manera global y particular las variables a estudiar, para de esta manera generar un plan marketing, y proceder con los demás estudios (técnico, administrativo, ambiental y financiero). Finalmente, se presentan las conclusiones a las que se llegó luego del desarrollo de la investigación del proyecto, determinando la viabilidad del proyecto. Los autores del presente trabajo certifican que la información contenida en él ha sido recopilada, analizada y escrita, teniendo en cuenta todo lo relacionado con el tema de derechos de autor y plagio, certificando la originalidad del texto.

ABSTRACT

The investigative monograph in its first stage reflects the approach of the problem which consists of their respective background, description, formulation and systematization, followed by the corresponding justification of the problem under study, both general and specific objectives which

will pursue the project, the area and line of research. Continuing the referential framework is located, where a theoretical, conceptual, legal and geographical research of topic to be developed throughout the project process is carried out.

Subsequently, as previously mentioned, we proceed with the methodological design which shows the process that was carried out for the collection of information, using instruments such as surveys, historical data and sources related to the subject. Next, we proceed to the development of the objectives set out in this work, starting with a market study, analyzing in a global and particular way the variables to study, in order to generate a marketing plan, and proceed with the other studies (technical, administrative, environmental and financial).

Finally, the conclusions reached after the development of the project investigation are presented, determining the viability of the project. The authors of this paper certify that the information contained in it has been collected, analyzed and written, taking into account everything related to the subject of copyright and plagiarism, certifying the originality of the text.



CÓDIGO: AAAr113 VERSIÓN: 3 VIGENCIA: 2017-11-16 PAGINA: 4 de 8

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una "X":

	AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	A STATE OF THE PARTY OF THE PAR	NO
1.	La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	Х	
2.	La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	х	
3.	La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	×	
4.	La inclusión en el Repositorio Institucional.	Χ	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como

Calle 14 Avenida 15 Barrio Berlín Facatativá – Cundinamarca Teléfono (091) 892 07 07 Línea Gratulta 018000976000 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co NIT: 890.680.062-2



CÓDIGO: AAAr113 VERSIÓN: 3 VIGENCIA: 2017-11-16 PAGINA: 5 de 8

consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. SI ____NO__X_.
En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

Calle 14 Avenida 15 Barrio Berlín Facatativá – Cundinamarca Teléfono (091) 892 07 07 Línea Gratuita 018000976000 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co NIT: 890.680.062-2



CÓDIGO: AAAr113 VERSIÓN: 3 VIGENCIA: 2017-11-16 PAGINA: 6 de 8

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).
- b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.
- c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.
- d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.
- e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.
- f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.
- h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los tímites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"
- i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



CÓDIGO: AAAr113 VERSIÓN: 3 VIGENCIA: 2017-11-16 PAGINA: 7 de 8



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HARINA DE PLATANO EN EL MUNICIPIO DE VIANÍ, DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA .pdf	Texto
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES	FIRMA
COMPLETOS	(autógrafa)
Pedreros Lombana Paula Yineth	Paula 1.
Salazar Osorio Angie Juliana	JULIANOSALORARO KA

12.1-40



CÓDIGO: AAAr113 VERSIÓN: 3 VIGENCIA: 2017-11-16 PAGINA: 8 de 8

Calle 14 Avenida 15 Barrio Berlin Facatativá — Cundinamarca Teléfono (091) 892 07 07 Línea Gratuita 018000976000 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co NIT: 890.680.062-2

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HARINA DE PLATANO EN EL MUNICIPIO DE VIANÍ, DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA

PRESENTADO POR: PEDREROS LOMBANA PAULA YINETH SALAZAR OSORIO ANGIE JULIANA

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

FACATATIVÁ

2019

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HARINA DE PLATANO EN EL MUNICIPIO DE VIANÍ, DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA

PRESENTADO POR: PEDREROS LOMBANA PAULA YINETH SALAZAR OSORIO ANGIE JULIANA

MONOGRAFÍA DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO

Director trabajo:
CESAR AUGUSTO GIRALDO DUQUE

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

FACATATIVÁ

2019

	No	ta de a	cepta	ción:
		Firmar	de as	sesor
		Firma	del ju	ırado
		Firma	del ju	ırado

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo y mi título profesional primeramente a Dios quien me dio la vida y las capacidades para llevarlo a cabo, a mi hijo quien fue mi mayor motivación para culminar esta etapa de mi vida, a mis padres por confiar en mí en todo el transcurso de mi carrera y a Alejandro Barbosa por su apoyo incondicional.

Paula Yineth Pedreros Lombana

Dedico este proyecto de grado (monografía) y mi título profesional como Contador(a) Público a Dios, a mis padres, mi hermano, mi novio y demás familiares que confiaron en mí, sin el apoyo y motivación de ellos no hubiera sido posible lograr este triunfo, de igual manera, a mí amigos el doctor Alfonso Santos Montero y Jesús Romelson Díaz Camacho, grandes profesionales y excelentes personas.

Angie Juliana Salazar Osorio

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme la vida, la salud y la fuerza para enfrentar cada situación presentada con fe y optimismo.

A mi Padre German Rodrigo Pedreros Veloza, por depositar toda su confianza en mí y darme la oportunidad de formarme por como profesional.

De igual manera a la Universidad de Cundinamarca por abrirme sus puertas y por formarme como un profesional ético, a los docentes que hacen parte de la Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Contables por brindarme todos sus conocimientos por su paciencia y perseverancia y en especial al Profesor Cesar Augusto Giraldo por su apoyo y disposición para poder culminar con este proyecto.

Paula Yineth Pedreros Lombana

Agradezco primero que todo a Dios por darme la vida y por haberme regalado tan maravillosos padres, además de haber puesto en mi camino la Universidad de Cundinamarca, gracias por haberme permitido formar parte de tan maravillosa institución, de la misma manera al cuerpo de docentes que estuvieron durante este largo camino apoyándonos para llegar a hacer de este sueño una realidad.

Agradezco al profesor Cesar Augusto Giraldo por habernos apoyado con sus conocimientos y guiarnos en este proyecto, para finalizar a todas las personas que me apoyaron durante el proceso de formación.

Angie Juliana Salazar Osorio

RESUMEN

La monografía investigativa en su primera etapa refleja el planteamiento del problema el cual consta de sus respectivos antecedentes, descripción, formulación y sistematización, seguido se encuentra la justificación correspondiente del problema objeto de estudio, sus objetivos tanto general como específicos los cuales perseguirá el proyecto, el área y línea de investigación. Continuando se ubica el marco referencial, donde se realiza una investigación teórica, conceptual, legal y geográfica de tema a desarrollar en todo el proceso del proyecto.

Posteriormente a lo relacionado con anterioridad, se procede a dar continuidad con el diseño metodológico el cual muestra el proceso que se llevó a cabo para la recolección de información, usando instrumentos como encuestas, datos históricos y fuentes referentes al tema. Seguidamente, se procede al desarrollo de los objetivos planteados en el presente trabajo, iniciando con un estudio de mercado, analizando de manera global y particular las variables a estudiar, para de esta manera generar un plan marketing, y proceder con los demás estudios (técnico, administrativo, ambiental y financiero).

Finalmente, se presentan las conclusiones a las que se llegó luego del desarrollo de la investigación del proyecto, determinando la viabilidad del proyecto.

Los autores del presente trabajo certifican que la información contenida en él ha sido recopilada, analizada y escrita, teniendo en cuenta todo lo relacionado con el tema de derechos de autor y plagio, certificando la originalidad del texto.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	F
1. TITULO	
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
2.1. ANTECEDENTES	
2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	
2.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	
2.4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	
3. JUSTIFICACIÓN	
4. OBJETIVOS	12
4.1. OBJETIVO GENERAL	12
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
5. AREA Y LINEA DE INVESTIGACIÓN	13
6. MARCO REFERENCIAL	14
6.1. ANTECEDENTES	14
6.2. MARCO TEORICO	14
6.2.1. El plátano	14
6.2.2. Harina de plátano	21
6.2.3. Estudio de factibilidad	22
6.3. MARCO CONCEPTUAL	41
6.4. MARCO LEGAL	42
6.4.1. Normatividad vigente en INVIMA	
6.4.2. Políticas fiscales y tributarias	43
6.5. MARCO GEOGRÁFICO	
7. DISEÑO METODOLOGICO	46
7.1. METODO	46
7.2. TIPO	47
7.3. FUENTES DE INFORMACIÓN	47
7 3 1 Primarias	<i>Δ</i> 7

7.3.2.	Secundarias	47
7.4. IN	STRUMENTOS	48
8. ESTU	DIO DE MERCADO	51
8.1. OE	BJETIVOS ESPECIFICOS	51
8.2. AS	SPECTOS MACROAMBIENTALES	51
8.2.1.	Matriz PEST	51
8.3. AN	NALISIS DEL MERCADO	53
8.4. DE	ELIMITACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL MERCADO	53
8.4.1.	Descripción geográfica	53
8.4.2.	Vías de acceso	54
8.5. ID	ENTIFICACION DEL PRODUCTO	54
8.5.1.	Usos	54
8.5.2.	Usuarios	55
8.5.3.	Presentación	56
8.5.4.	Composición	57
8.5.5.	Características Físicas	58
8.5.6.	Sustitutos	59
8.5.7.	Descripción de características de la población	59
8.6. AN	NALISIS DE LA DEMANDA	60
8.6.1.	Identificación de la demanda	60
8.6.2.	Pronostico demanda fututo	61
8.6.3.	Marco muestral	61
8.6.4.	Análisis y tabulación de la información	63
8.6.5.	Análisis Global	70
8.7. AN	NALISIS DE LA OFERTA	76
8.7.1.	Proyección de la oferta	76
8.8. CC	DMPETENCIA	76
8.9. CC	ONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	77
8.10. PL	AN DE MARKETING	78
8.10.1. C	Objetivos de marketing	78
8.10.2	Identificación del producto	79
8.10.3.	Características del producto	79
8.10.4.	Composición de los ingredientes de la harina de plátano	80

8.10.5.	Segmentación del mercado	80
8.10.6.	Proyección de precios	81
8.10.7.	Estrategias de comercialización y distribución del producto	82
8.10.7.	Canales de distribución	82
8.10.7.	2. ¿Dónde se Venderá el producto?	82
8.10.7.	3. ¿Quiénes lo distribuirán?	83
8.10.7.	4. ¿Cómo se venderá el producto?	83
8.10.8.	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	85
8.10.8.	1. Publicidad	85
9. ESTUD	DIO TECNICO	86
9.1. OB	JETIVO	86
9.2. TA	MAÑO DEL PROYECTO	86
9.3. FA	CTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DEL PROYECTO	86
9.3.1.	Mercado	86
9.3.2.	Recursos financieros	87
9.3.3.	Mano de obra	87
9.3.4.	Materias primas	87
9.4. LO	CALIZACIÓN	89
9.4.1.	Macro localización	89
9.4.2.		
	STRIBUCIÓN DE LA PLANTA	
9.6. FIC	CHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	91
	JJOGRAMA	
9.7.1.	Control de calidad	94
9.7.2.	Manejo de desperdicios	94
9.8. INF	RAESTRUCTURA	94
9.8.1.	Maquinaria y equipo directo en proceso de producción	94
	NO DE OBRA DIRECTA	
	IECESIDAD SERVICIOS PÚBLICOS	
9.11. N	IECESIDAD DE INFRAESTRUCTURA	100
10. ESTU	JDIO ADMINISTRATIVO	101
10.1. C	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	101
10.2. C	DRGANIGRAMA	103

10.3.	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	103
10.4.	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	104
10.4.	.1. Nombre de la empresa	104
10.4	.2. Logotipo	104
10.4.	.3. Slogan	104
10.4	.4. Misión	105
10.4	.6. Valores corporativos	105
10.5.		
10.5	.1. Funciones del gerente general	106
10.5	.2. Funciones gestor comercial	107
10.5	.3. Funciones de operario de producción	108
10.6.	VENTAS (GESTOR COMERCIAL)	109
10.7.	EQUIPOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	109
10.8.	MUEBLES Y ENSERES	
10.9.	POLÍTICAS ADMINISTRATIVAS	
11. GE	ESTIÓN DE MANEJO DE DESECHOS Y RESIDUOS	
11.1.	DISPOSICIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS	
11.2.	DISPOSICIÓN DE RESIDUOS LÍQUIDOS	
12. ES	STUDIO FINANCIERO	
12.1.	INVERSIÓN DEL PROYECTO	
12.2.	RECURSOS DEL PROYECTO	
12.3.	AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO	
12.4.	DEPRECIACIÓN	
12.5.	MATERIAS PRIMAS	117
12.6.	MANO DE OBRA DIRECTA	
12.7.	VENTAS (GESTOR COMERCIAL)	
12.8.	GASTOS ADMINISTRATIVOS	
12.9.	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	
12.10.	GASTOS FINANCIEROS	
12.11.		
12.12.		
12.13.	INGRESOS TOTALES	120
12.14.	ESTADO DE COSTOS	121

12.15.	ESTADO DE RESULTADOS	122	
12.16.	ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO	123	
12.17.	PUNTO DE EQUILIBRIO	124	
12.18.	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	126	
12.19.	EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	126	
12.19.1	. Período de retorno de la inversión (PRI)	127	
12.19.2	2. Valor presente neto (VPN)	127	
12.19.3	s. Tasa interna de retorno (TIR)	128	
12.19.4	Relación beneficio costo (R B/C)	128	
CONCLUSIONES12			
BIBLIOGRA	31BLIOGRAFÍA131		

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Plátano de consumo	15
Tabla 2. Productos derivados del plátano	16
Tabla 3. Matriz PEST	51
Tabla 4. Vías Vianí Cundinamarca	54
Tabla 5. Presentación de Harina de Plátano	56
Tabla 6. Información nutricional	57
Tabla 7. Características de la Harina de Plátano	58
Tabla 8. Demanda proyectada	61
Tabla 9. Habitantes	62
Tabla 10. Estratos Familias	62
Tabla 11. Respuestas relevantes a la encuesta	71
Tabla 12. Número de habitantes por estrato económico- Colombia	72
Tabla 13. Número de habitantes por estrato económico – Viani Cundinamarca	ı73
Tabla 14. Número de habitantes por estrato económico – Bituima Cundinama	rca74
Tabla 15. Número de habitantes por estrato económico – San Juan de Rio se	co 75
Tabla 16. Programa de producción	76
Tabla 17. Caracterización del producto	79
Tabla 18. Segmentación del mercado	80
Tabla 19. Precio de venta	81
Tabla 20. Proyección precios de venta VIA VERDE S.A.S	81
Tabla 21. Presupuesto para entregas y distribución del producto	84
Tabla 22. Presupuesto de Publicidad	85
Tabla 23. Presupuesto mano de obra directa	87
Tabla 24. Presupuesto de materia prima e insumos por unidad	88
Tabla 25. Ficha técnica del producto	91
Tabla 26. presupuesto maquinaria y equipo	98
Tabla 27. Mano de obra directa	99

Tabla 28. Presupuesto costos anuales servicios públicos	99
Tabla 29. Presupuesto de infraestructura y adecuaciones locativas	100
Tabla 30. Presupuesto ventas	109
Tabla 31. Presupuesto equipos de administración y ventas	109
Tabla 32. Presupuesto de muebles y enseres	110
Tabla 33. Disposición de residuos	113
Tabla 34. Inversión inicial del proyecto	115
Tabla 35.Financiamiento de inversión inicial	116
Tabla 36. Amortización del crédito	116
Tabla 37. Depreciaciones	117
Tabla 38. Costo de materias primas	117
Tabla 39.Costos mano de obra directa	117
Tabla 40. Costos ventas (Gestor comercial)	118
Tabla 41. Gastos Administrativos	119
Tabla 42. Asesoría	119
Tabla 43. Total, C.I.F	119
Tabla 44. Gastos financieros	119
Tabla 45. Total, presupuesto de gastos	120
Tabla 46. Costos y gastos totales	120
Tabla 47. Ingresos totales del proyecto	120
Tabla 48. Estado de Costos Proyectado	121
Tabla 49. Estado de Resultados y otros Resultados Integrales Proyectado	o122
Tabla 50. Estado de Flujos de Efectivo Proyectado	123
Tabla 51. Punto de Equilibrio	124
Tabla 52. Estado de Situación Financiera Proyectado	126

LISTA DE GRÁFICAS

Grafica 1. Estructura del estudio de mercado	24
Grafica 2. Conocimiento del plátano Dominico Hartón	63
Grafica 3. Frecuencia del consumo de plátano en el hogar	ô4
Grafica 4. Lugares donde se adquiere el Producto	65
Grafica 5. Conocimiento de productos derivados del platano	66
Grafica 6. ¿Ha escuchado alguna vez sobre la harina de plátano?	66
Grafica 7. Conocimiento sobre la harina de plátano	67
Grafica 8. Consumo de harina de plátano	68
Grafica 9. Compra de harina a base de plátano	69
Grafica 10. Inclusión del producto a la canasta familiar	70
Grafica 11. Número de habitantes por estrato económico- Colombia	72
Grafica 12. Número de habitantes por estrato económico – Viani Cundinamarca.	73
Grafica 13. Número de habitantes por estrato económico – Bituima	74
Grafica 14. Número de habitantes estrato económico – San Juan de Rio seco	75
Grafica 15. Flujograma	92
Grafica 17. Punto de equilibrio12	25

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Mapa municipio de Vianí	45
Ilustración 9. Proceso de distribución	83
Ilustración 2. Mapa geográfico de Vianí	89
Ilustración 3. Distribución de la planta	90
Ilustración 4. Molino	95
Ilustración 5. Horno	95
Ilustración 6. Rebanadora	96
Ilustración 7. Balanza de mesa electrónica	97
Ilustración 8. Mesa de trabajo en acero inoxidable con un entrepaño	98
Ilustración 10. Logotipo	104
Ilustración 11. Canecas ecológicas	113

INTRODUCCIÓN

El plátano es una planta herbácea, que pertenece a la familia musácea, y que ostenta normalmente entre 3 o 4 metros de alto. Su tallo está rodeado por las vainas de las hojas y el fruto que resulta de él, que es una baya que tiene la particularidad de crecer en racimos, es ampliamente apreciado y consumido en el mundo como alimento. Almacenado en condiciones higiénicas para su consumo, es considerado como materia prima para la fabricación de otros productos como: Harina, Yogurt, pasteles, plátanos con miel, helado, Mousse, entre otros.

Durante el desarrollo del presente trabajo se realizará un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa que tendrá como fin la Producción y comercialización de harina fabricada a base de plátano Dominico Hartón, en el municipio de Vianí, (Cundinamarca).

En primer lugar, se efectuará un estudio de mercado en la zona donde se va a comercializar la harina de plátano, iniciando con la identificación y las características del producto para de esta manera poder determinar gustos, preferencias y poder llegar a un consumidor final, seguido del análisis de la demanda identificando los consumidores a corto y largo plazo, continuando con el análisis de la oferta y por último análisis de canales de distribución. Todo esto enfocado en lograr alcanzar las metas propuestas por el plan de marketing establecido.

Como segunda parte se encuentra el estudio técnico con el cual se procederá a ejecutar los factores que determinan el tamaño del proyecto basado en el análisis del estudio de mercado, iniciando el trabajo en factores como la búsqueda de

¹ UCHA, F. (Diciembre de 2013). Definición de Plátano. Obtenido de Definición ABC: https://www.definicionabc.com/general/platano.php

materia prima, cotizaciones y compra de maquinaria, mano de obra, localización geográfica del terreno y ejecución del proceso productivo.

En tercer lugar, se procederá a realizar la implementación de un estudio administrativo, el cual tiene como objetivo dar cumplimiento a todo lo planteado, para esto se usarán herramientas como: la parte legal, fiscal y laboral de la empresa, el organigrama, planeación de recursos humanos, entre otros aspectos.

Como cuarto, se encuentra el estudio sobre el impacto ambiental, que se generará de una manera amigable con el planeta, puesto que el desarrollo en general del producto se plantea hacer de una forma totalmente ecológica que no genere contaminación alguna.

Como quinto y último paso, se elaborará un estudio financiero, donde se llevará a cabo un análisis sobre la capacidad sustentable y viable de la empresa reuniendo toda la información recolectada de los estudios de mercado, técnico, administrativo y ambiental a fin de tener un dato sobre el capital necesario para la producción y distribución de este producto.

1. TITULO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HARINA DE PLATANO EN EL MUNICIPIO DE VIANÍ, DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. ANTECEDENTES

El plátano, que en otros países se conoce como banano o banana, fue nativo de las regiones tropicales del sudeste de Asia y probablemente fue domesticado en Papua Nueva Guinea, la expansión del mundo islámico lo llevó a Europa en la Edad Media y hoy en día se cultiva en al menos 107 países, entre ellos México.²

Es una planta herbácea monocotiledónea, considerado como el cuarto cultivo más importante del mundo, por tratarse de un producto básico y de exportación, es de vital importancia por generar empleo y ser parte de la canasta familiar que consumen los colombianos.³ Este fruto posee ciertas cualidades respecto a su tamaño, color, sabor, firmeza, lo que lo hace más atractivo a la hora de ser consumido, igualmente cuenta con más de 100 variedades con distintas denominaciones dependiendo de su constitución.

Los mayores productores de plátanos del mundo en 2016 fueron India y China, que en conjunto representaron el 28 % de la producción total. Entre 2010 y 2015, la producción anual promedio de India fue de 29 millones de toneladas, China 11 millones, Filipinas 9 millones y Ecuador y Brasil con 7 millones de toneladas.⁴

² PORTNOY, A. (16 de Abril de 2010). Pan de plátano. Obtenido de Gusto por la historia: https://gustoporlahistoria.com/category/cocina-y-gastronomia/page/5/

³ DANE. (Abril de 2014). El cultivo del plátano (Musa paradisiaca), un importante alimento para el mundo. Obtenido de Insumos y factores asociados a la producción agropecuaria: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/insumos_factores_de_produccion abr 2014.pdf

⁴ FAO. (2004). Perspectivas a Plazo Medio de los Productos Básicos Agrícolas. Roma: FAO.

En el municipio de Vianí (Cundinamarca), se encuentra ubicada la finca Vía Verde, la cual consta de 3 hectáreas de las cuales 1,5 se encuentran sembradas entre plátano y aguacate, su producción de plátano es de 200kg por mes, posee una altitud de 1720 metros sobre el nivel del mar (msnm) y 65 metros cúbicos (8m3) de reservorios de agua de lluvia, además en la finca se realiza una polinización con abejas melíferas y meliponas. Su único dueño Fernando Basto quien en el año 2018 inicio con un proyecto de emprendimiento, el cual surgió primeramente para realizar el aprovechamiento de la materia prima cultivada en su propiedad, (Plátano), debido a que no existe un punto de equilibrio entre la demanda y la oferta en ese sector.

2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Durante varios meses, Fernando Basto se dedicó al desarrollo de su idea de negocio, elaborando el producto de harina de plátano en compañía de personal capacitado para la realización del proyecto y con el apoyo de sus allegados, logrando implementar un producto de mayor calidad y con múltiples beneficios para sus consumidores.

En el paso a paso del desarrollo del proyecto, Fernando Basto por medio de sus experiencias, determino el progreso de su idea de negocio, implementando harina de plátano en diferentes presentaciones y de diferentes tipos como son: Dominico hartón, banano, guineo y cachaco, todo esto con el fin del total aprovechamiento del producto característico de esta región.

Por la anterior surge la necesidad de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de plátano en el municipio de Vianí, Departamento de Cundinamarca, teniendo en cuenta el auge y la gran acogida que tiene el producto en esta región, implementando diferentes maneras de transformar el producto con un valor agregado, mejorando la economía y la calidad de vida de los consumidores.

Por otro lado, a nivel industrial influyen indicadores en el entorno interno como externo teniendo en cuenta que en la región no existen empresas con esta misma actividad y que a nivel mundial, Colombia es el segundo país importador de plátano en el mundo.

2.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo se puede llevar a cabo la creación de una empresa de fabricación y comercialización de harina de plátano en el municipio de Vianí, Departamento de Cundinamarca?

2.4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Existen estudios previos sobre la capacidad de consumo de harina de plátano en el Municipio de Vianí, Departamento de Cundinamarca?
- ¿Es necesario determinar la viabilidad técnica para el montaje de una empresa de producción y comercialización de harina de plátano en el municipio de Vianí, Departamento de Cundinamarca?
- ¿Cuáles son elementos administrativos inherentes al desarrollo de la empresa de producción y comercialización de harina de plátano en el municipio de Vianí, Departamento de Cundinamarca?
- ¿Es necesario hacer una lista de actividades de gestión de residuos para la creación de una empresa de producción y comercialización de harina de plátano en el municipio de Vianí, Departamento de Cundinamarca?
- ¿Se necesita realizar un estudio financiero para la creación de una empresa de producción y comercialización de harina de plátano en el municipio de Vianí, Departamento de Cundinamarca?

3. JUSTIFICACIÓN

Posterior al interés presentado por el señor Fernando Basto desde el año 2018, y que al transcurrir los años con fórmulas cada vez más perfeccionistas, para la creación de productos como la harina en el municipio de Facatativá, la presente investigación tiene como fin establecer mediante estudios técnicos, administrativos y financieros, un estudio de factibilidad de la creación de una empresa de producción y comercialización de harina de plátano en el municipio de Vianí, Departamento de Cundinamarca, generando un plan de marketing con el fin de analizar las necesidades reales de los habitantes de este sector como del mercado en general, teniendo en cuenta la competencia existente, por ser una región dedicada a la venta de plátano a gran escala, generando posibles soluciones a los riegos procedentes de dicha actividad.

Mostrar diferentes cambios positivos para el sector agrícola y comercial, convirtiendo este nuevo producto, en una fuente de empleo, con el fin de ser un beneficio para la comunidad en general.

Por otro lado, poner en práctica la capacidad de evaluar la viabilidad de un proyecto de negocio desde distintos puntos de vista, como profesional idóneo de las ciencias contables.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de harina de plátano en el municipio de Vianí, Departamento de Cundinamerca.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un estudio de mercado para la creación de una empresa de producción y comercialización de harina de plátano en el municipio de Vianí (Cundinamarca).
- Determinar la viabilidad Técnica para el montaje de una empresa de producción y comercialización de harina de plátano en el municipio de Vianí, Departamento de Cundinamento.
- Efectuar un estudio administrativo para la creación de una empresa de producción y comercialización de harina de plátano en el municipio de Vianí (Cundinamarca).
- Plantear actividades de gestión y manejo adecuado de residuos con el fin de establecer estándares sanitarios y parámetros de calidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de harina de plátano en el municipio de Vianí (Cundinamarca).
- Realizar un estudio financiero para la creación de una empresa de producción y comercialización de harina de plátano en el municipio de Vianí, Departamento de Cundinamento.

5. AREA Y LINEA DE INVESTIGACIÓN

El desarrollo de proyecto planteado se realizará dentro del área económica y competitividad en las empresas y la línea de emprendimiento y desarrollo empresarial.

En su desarrollo, se entablan diferentes elementos relacionados con el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de harina de plátano a partir de fuentes como:

6. MARCO REFERENCIAL

6.1. ANTECEDENTES

La harina de plátano es un producto elaborado que ofrece muchas posibilidades culinarias, aportando el rico sabor de la fruta e interesantes propiedades nutricionales. Esta harina es un alimento muy nutritivo, se elabora con plátano macho, por lo que es necesario someterlo a un proceso de cocción para hacerlo digerible.

Por otro lado, según fuentes históricas este producto proviene de la misma fruta de áfrica y de Sudamérica, la cual contiene una composición química del plátano, utilizada mayormente en la industria de panadería y como alimento para bebes. En la actualidad, se ha venido aumentado su consumo por los múltiples beneficios, al ser un superalimento orgánico que ayuda al sistema inmunológico del ser humano.

6.2. MARCO TEORICO

6.2.1. El plátano

El plátano, que en otros países se conoce como banano o banana, fue nativo de las regiones tropicales del sudeste de Asia y probablemente fue domesticado en Papua Nueva Guinea, la expansión del mundo islámico lo llevó a Europa en la Edad Media y hoy en día se cultiva en al menos 107 países, entre ellos México.⁵

En Colombia se cultivan principalmente siete variedades de plátano, en la siguiente tabla se relacionan algunos de ellos con su respectiva descripción y ejemplo.

⁵ PORTNOY, A. (16 de Abril de 2010). Pan de plátano. Obtenido de Gusto por la historia: https://gustoporlahistoria.com/category/cocina-y-gastronomia/page/5/

Tabla 1. Plátano de consumo

Plátano dominico	Posee un sabor dulce, su tamaño es pequeño y su forma carece de curvatura. Se cultiva en Nayarit, Jalisco, Michoacán, puebla, Veracruz y tabasco.	
Plátano Dominico Hartón	Es un producto que cumple con las características entre producción de racimos, tamaño de frutos y cantidad de manos.	
Guineo	El guineo es una planta originaria de la India que más tarde se cultivó en África, Australia y otros lugares del mundo, su sabor es delicioso y cuenta con diferentes propiedades para la salud.	
Banano	El banano es una futa que contiene altos niveles de potasio, sacarosa, fructosa y glucosa, nutrientes que al ser consumidos regularmente le proporcionan a nuestro cuerpo energía casi de inmediato.	
Plátano morado	El ciclo de siembra y cosecha de plátano dura 18 meses. Su sabor	

	es dulce de textura cremosa y su pulpa naranjosa.	
Plátano macho	Es uno de los bananos más grandes, su pulpa es algo dura por lo que se consume más frito o al horno.	
Plátano manzano	Nativo a Sudamérica, su pulpa es firme y su sabor es ligeramente acido. Se cultiva en quintana Roo, Chiapas, Veracruz, Oaxaca, puebla y Nayarit.	

(Elaborado por: Autores, Basado en: Universal, R. (1 de Abril de 2017). ¿Qué tantas variedades de plátano conoces? EL UNIVERSAL.

Por otro lado, el plátano también puede llegar a ser la materia prima de diferentes productos como:

Tabla 2. Productos derivados del plátano

	El licor es una bebida de mesa,	
Licor Crema	suave y su sabor característico,	
	agrada al más exigente paladar.	CHEMAS CHEMAS CONTROL OF THE PROPERTY OF THE P

Vinagre	El vinagre de plátano tiene un tiempo de realización de mediano plazo, ha estado presente por mucho tiempo en las regiones productoras de plátano.	Tocombine of the participant of
Harina	Es de gran alternativa, por ser un producto con una gama de aplicaciones en la industria de la planificación, bebidas y alimentos proteicos.	
Mermeladas	La mermelada de plátano tiene un nivel de tecnología bajo y su tiempo de elaboración es de mediano plazo, puede elaborarse con cualquier variedad de plátano	
Confituras	Las confituras son bocadillos deshidratados con pula cubierta de caramelo o chocolate.	
Frituras	Es un producto que se obtiene de la deshidratación de hojuelas de plátano a través de aceita a altas temperaturas.	

	Se	realizan	а	partir	del	tallo	del
Artesanías	plát	tano					



Elaborado por: Autores, Basado en: Taxonomo. (17 de Junio de 2010). Una alternativa más: Los derivados del plátano. Obtenido de isarac.mforos:

https://isarac.mforos.com/988674/9304868-una-alternativa-mas-los-derivados-del-platano/

6.2.1.1. Condiciones agroecológicas

El cultivo de plátano posee un conjunto de características, las cuales establecen condiciones óptimas para el desarrollo de este mismo, las cuales son:

- Altitud: esta condición determina el periodo vegetativo del plátano de acuerdo con la variedad, adaptándose en un amplio rango que va desde los cero metros hasta los 2000 msnm.
- Temperatura: Es un factor que determina la frecuencia de emisión de las hojas y de ella depende que el periodo vegetativo de la planta sea más largo o más corto.
- Precipitación: el cultivo de plátano para su desarrollo normal, requiere precipitaciones bien distribuidas durante el año.
- Vientos: los fuertes vientos no favorecen a las plantas, dado que causaran daños en las hojas como doblamiento o rotura.
- Humedad relativa: debe estar adecuada (75 80 %), dado que condiciones altas podrían generar la presencia de enfermedades causadas por hongos.
- Luminosidad: se debe contar con una buena luz del día para que las plantas de desarrollen adecuadamente, caso contrario la baja disponibilidad de luz retrasara la producción y afectara la calidad del fruto.

 Suelo: el plátano requiere de suelos con topografías onduladas a plana, profundas, bien drenadas, fértiles y con buena cantidad de materia orgánica.

En la mayoría de zonas donde se cultiva plátano, tienen tendencia a la presencia de enfermedades o plagas, dependiendo sus condiciones ambientales y su manejo de cultivo será el grado de afectación de estos mismos hacia el fruto.

6.2.1.2. Enfermedades del plátano

Existen diferentes tipos de enfermedades las cuales se propagan dependiendo la importancia y el manejo que se realice por parte de sus productores, las cuales son:

- Moko o madurabiche: Es causada por la bacteria Ralstonia solanacearum, puede causar la pérdida total de la planta, la infección se presenta desde la raíz hasta el escapo floral, presentan síntomas internos y externos que varían según la edad, medio de transmisión y órgano afectado.
- Pudrición acuosa del pseudotallo o bacteriosis: inicialmente la enfermedad inicia con una quemazón en el borde de las hojas más viejas que luego se propaga a toda la laminar foliar, ocasionando un amarillento total en toda la hoja.
- Mal de Panamá: este hongo produce potentes toxinas que ocasionan marchitez vascular, pudrición en semillas, pudrición de raíces, tallos, cormos y tubérculos, la enfermedad se puede diseminar a través de semillas provenientes de cepas afectadas y su estructura se presenta de resistencias como clamidosporas que pueden sobrevivir en el suelo por más de treinta años.
- Sigatoka negra: es la enfermedad foliar más destructiva que ataca el género
 Musa. Directamente afecta sólo las hojas de banano y plátano, de manera más

19

⁶ DANE. (Abril de 2014). El cultivo del plátano (Musa paradisiaca), un importante alimento para el mundo. Obtenido de Insumos y factores asociados a la producción agropecuaria: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/insumos_factores_de_produccion abr 2014.pdf

rápida y severa que la Sigatoka amarilla. Se caracteriza por la presencia de gran número de rayas y manchas más notorias por debajo de las hojas, las cuales aceleran el secamiento y muerte del área foliar. Fue descubierta en 1963 por Rhodes en Fiji, donde en poco tiempo se diseminó desplazando a la sigatoka amarilla.⁷

6.2.1.3. Plagas del plátano

Los picudos son las plagas más importantes por ocasionar daños en los cultivos de plátano y banano, los cuales generan más de un 50% de pérdida de peso en el racimo de la planta, se dividen en:

- Picudo negro o gorgojo del plátano: son cucarrones de cuerpo duro que se caracterizan por presentar un pico fuerte, que le sirve para alimentarse y para hacer pequeñas perforaciones en los seudotallos y/o cormos donde colocaran los huevos, que dan origen a las larvas o gusanos que son causantes del daño al consumir el tejido dejando perforaciones que debilitan la planta y son puerta de entrada de microorganismos.
- Picudo rayado y picudo amarillo: la presencia de estas plagas en el cultivo de plátano está relacionada con plantaciones en mal estado, con desbalances o deficiencias nutricionales, especialmente de potasio y boro. También en plantaciones donde no se realiza el destronque inmediato y no se pican los residuos al momento de la cosecha. Para identificar la plaga, se deben reconocer los síntomas en el cormo, las perforaciones, las galerías y los síntomas externos

20

⁷ ALARCÓN RESTREPO, J. J. (2012). Manejo fitosanitario del cultivo del plátano. Bogotá. Obtenido de https://www.ica.gov.co/getattachment/08fbb48d-a985-4f96-9889-0e66a461aa8b/-nbsp;Manejo-fitosanitario-del-cultivo-de-platano.aspx

como debilidad general, amarillamiento, reducción en el crecimiento, tallos delgados y poca emisión de colinos.⁸

6.2.2. Harina de plátano

Es un producto elaborado con diferentes tipos de plátano, el cual contiene múltiples beneficios para el organismo del ser humano, ayudando a controlar los niveles de colesterol en la sangre, mejorando el estado de ánimo, regulando los niveles de azúcar, mejorando el funcionamiento del intestino y ayudando combatir el cáncer de intestino, ya que es producto libre de gluten para absorber mejor los nutrientes. ⁹

Este superalimento tiene un sabor amargo si no se realiza un proceso de cocción, pero en el momento de su consumo su degustación es agradable. La mayoría de familias colombianas lo utilizan como sustento esencial para sus hijos, y como ingrediente para diferentes comidas.

A continuación, se determinan diferentes conceptos, los cuales son necesarios para llevar a cabo el desarrollo de la investigación, permitiendo orden y claridad al momento de la realización.

Inicialmente se enseñará el concepto de estudio de factibilidad junto con sus objetivos. Posteriormente se definirán sus componentes para tener mayor claridad sobre la idea de negocio que se llevara a cabo en el municipio de Vianí y sus alrededores en el departamento de Cundinamarca. Por último, se realizará una reseña legal acerca de la constitución de una empresa para tener conocimiento de

⁸ ALARCÓN RESTREPO, J. J. (2012). Manejo fitosanitario del cultivo del plátano. Bogotá. Obtenido de https://www.ica.gov.co/getattachment/08fbb48d-a985-4f96-9889-0e66a461aa8b/-nbsp;Manejo-fitosanitario-del-cultivo-de-platano.aspx

⁹ LAMARCA, A. (4 de Diciembre de 2016). Harina de plátano, el nuevo superalimento. Obtenido de Revista Mujer: http://www.revistamujer.cl/2016/12/04/01/contenido/un-nuevo-super-food-harina-de-platano.shtml/

todos los aspectos reglamentarios que se necesitan para constituir legalmente una empresa.

6.2.3. Estudio de factibilidad

Un estudio de factibilidad se encarga de analizar diferentes factores relacionados con el mercado para determinar si un producto o servicio será o no exitoso. ¹⁰ En este orden de ideas, es una herramienta necesaria para determinar el fracaso o éxito del proyecto de inversión basándose en una recolección de datos antes de lanzar el producto al mercado.

Su formulación se realiza con una serie de características importantes y puntuales para tomar decisiones acerca de la investigación a desarrollar y con el objetivo de medir sus posibilidades de éxito.

6.2.3.1. Objetivos

De acuerdo a lo mencionado anteriormente el estudio de factibilidad abarca los siguientes objetivos:

- Corroborar que exista un mercado potencial para cubrir una necesidad no satisfecha.
- Determinar la viabilidad y la disponibilidad de recursos humanos, materiales, administrativos y financieros.
- Demostración de la viabilidad técnica y la disponibilidad de los recursos humanos, materiales, administrativos y financieros.

¹⁰ QUESTIONPRO. (2019). ¿Qué es un estudio de factibilidad del mercado? Obtenido de QuestionPro: https://www.questionpro.com/blog/es/factibilidad-del-mercado/

 Tener muy claros los beneficios en materia financiera, económico, social y ambiental, de este modo se podrán designar recursos para la producción de un bien o la prestación de un servicio.¹¹

Teniendo en cuenta las sugerencias y modificaciones que surgen en el desarrollo del proyecto se pueden presentar diferentes acciones o inconvenientes por parte de los analistas, entre las cuales las más comunes son el abandono del proyecto o las modificaciones definitivas de su paso a paso.

Los componentes de un proyecto de factibilidad abordan el desarrollo del proyecto en general, los cuales se dividen en:

6.2.3.2. Estudio de mercado

A través de un este tipo de estudio el emprendedor puede diseñar su plan de marketing ya que consiste en analizar y estudiar la viabilidad del proyecto. Para tener una visión clara se analiza la oferta, demanda, precios y canales de distribución.

6.2.3.2.1. Objetivos

- conocer la cantidad de consumidores que desean adquirir el bien o servicio.
- Verificar si las características del producto cumplen con las necesidades de los usuarios.
- Comprender cuales son los clientes potenciales para orientar la producción del negocio.

¹¹ LABORMX. (2015). ¿Qué significa el estudio de factibilidad de un proyecto? Obtenido de Labor Mexicana: http://www.labormx.com/estudio-factibilidad.html

6.2.3.2.2. Estructura del estudio de mercado

Análisis del mercado Análisis de la Análisis Análisis Análisis comercialización de los precios de la oferta de la demanda Conclusiones del análisis del mercado

Grafica 1. Estructura del estudio de mercado

Fuente: Martinez, H. (1 de Noviembre de 2016). Estudio de mercado y análisis de la demanda. Obtenido de Consultoría: http://cedconsultoria.net/2016/11/01/estudio-mercadoy-analisis-demanda/

Análisis de la oferta

La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera.12

el objetivo que tiene el análisis de la oferta fijar las cantidades y los requisitos de un bien o un servicio se pretende salir al mercado.

Como primera medida para desarrollar este análisis se debe conocer con detalles la cantidad de competencia existente en el mercado, con el propósito de poner a disposición un producto con un precio determinado.

Estudio Segob.guanajuato. (s.f.). de Mercado. Obtenido http://segob.guanajuato.gob.mx/sil/docs/capacitacion/guiasEmpresariales/GuiaEstudioMercado.pdf

de

Como factores que determinar la oferta se encuentran:

- régimen del mercado: Establecer y determinar si la estructura del mercado corresponde a una situación de competencia, o de mercado libre, oligopólica o monopólica.
- Proyección de la oferta: El PIB, la inflación y el índice de precios son las variables utilizadas para la proyección, según el análisis de cual posee un coeficiente de relación más cercano al uno se determinará la proyección de la oferta.

Análisis de la demanda

La demanda es la cantidad de bienes y servicios adquiridos dependiendo las necesidades de sus consumidores, el precio y características específicas. Este análisis hace referencia a la cantidad y los motivos por los que los consumidores adquieren un producto en particular.

Para este estudio se debe abarcar lo siguiente:

- Objetivos: Determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan al mercado con respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad del servicio del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.¹³
- Variables: Se debe tener en cuenta variables como comportamiento del precio, cantidad adquirida por parte de los consumidores, ingresos esperados de acuerdo a las decisiones, preferencias y gustos, tasa de crecimiento poblacional, y las acciones de los entes gubernamentales.

¹³ Mercado Vargas, H., & Palmerín Cerna, M. (s.f.). Análisis de la demanda. Obtenido de BIBLIOTECA VIRTUAL de Derecho, Economía y Ciencias Sociales: http://www.eumed.net/librosgratis/2007c/334/analisis%20de%20la%20demanda.htm

Área de mercado: Se refiere al lugar donde los compradores y vendedores llevaran a cabo el desarrollo de su proyecto, basándose en la información actual sobre la población, el nivel de ingresos con su respectiva tasa de crecimiento y las zonas de influencia para el sector. En esta área se hace referencia a lo siguiente:

Población: edades, tamaño actual y tasa de crecimiento.

Zona: zona de influencia específica y personas que pueden adquirir el producto.

Ingresos: tasa de crecimiento, ocupación y nivel actual.

 Segmentación del mercado: El proceso de dividir el mercado en grupos más pequeños, se realiza con el fin de determinar los rasgos básicos y generales que tendrá el consumidor sobre un producto en específico, ayudando a focalizar mejor la estrategia de marketing. Está compuesto por las características comunes de los consumidores en aspectos geográficos, económicos y culturales que conforman la demanda global.

Existen diferentes variables para segmentar un mercado, las cuales son:

Geográficas: países, regiones, ciudades o códigos postales.

Demográficas: genero, edad, ingresos, educación, profesión, clase social, religión o nacionalidad.

Psicográficas: estilo de vida y personalidad.

Conductual: frecuencia de uso del producto, búsqueda del beneficio, nivel de fidelidad, actitud hacia el producto¹⁴

Estimación de la demanda futura: Posterior al análisis de las variables anteriormente mencionadas, con información verídica se procede al estudio y análisis de la

¹⁴ ESPINOSA, R. (2013). Segmentación de mercado, concepto y enfoque. Obtenido de Roberto Espinosa: https://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque

evolución histórica de la demanda, para ello es necesario apelar a las fuentes secundarias disponibles con el fin de verificar la calidad de la información registrada¹⁵

Hace referencia a un análisis estadístico sobre el comportamiento de la demanda que ayudara a una distribución y aprovisionamiento basadas en las verdaderas necesidades de los clientes, para ello existen múltiples maneras para determinar dicho estudio:

Coeficientes técnicos: índices de crecimiento poblacional, de ingresos, consumo y ahorros.

Métodos cualitativos: consulta acerca de la estimación del comportamiento futuro y de los factores que inciden en el mercado.

Métodos econométricos: fórmulas matemáticas hacia las variables a estudiar con el fin de determinar el grado de confianza esperada.

Comparaciones internas e internacionales

Análisis de los precios

El estudio de los precios surge de la interacción entre la oferta y la demanda, que tienen que ver con la información de los precios del mercado, los cuales pueden ser modificados. Las determinaciones del análisis se fijan por diferentes modalidades, los cuales son:

Precios fijados por el empresario

Precios fijados por el mercado

Precios fijados por las políticas de gobierno

Precios vigentes fijados por el mercado internacional

¹⁵ MIRANDA MIRANDA, J. J. (2005). Gestión de proyectos: Ealuación financiera-económica-social-ambiental. 5, 83-115. Bogotá: MM editores.

Análisis de la comercialización

La comercialización es la actividad que se encarga de llevar un producto o servicio al consumidor final en el tiempo y lugar exacto, lo que coloca al producto en el sitio y momento adecuado.

Los aspectos que eventualmente se deben tener en cuenta para el montaje de la red de comercialización son:¹⁶

- a) Características del consumidor
- Cantidad
- Dispersión geográfica
- Hábitos y ritual de compra y consumo
- b) Características del producto
- Bien de consumo
- Mantenimientos requeridos
- Precio
- c) Características requeridas por los intermediarios
- Capacidad de transporte
- Capacidad de almacenamiento
- Capacidad de promoción
- Prestigio
- Relaciones comerciales
- Crédito

¹⁶ MIRANDA MIRANDA, J. J. (2005). Gestión de proyectos: Ealuación financiera-económica-socialambiental. 5, 83-115. Bogotá: MM editores

- d) Canales de distribución utilizados por la competencia
- e) Características de la empresa
- Ubicación
- Tamaño
- Prestigio
- Solvencia financiera
- Políticas de comercialización

6.2.3.3. Recolección de información

La recolección de información permite recopilar datos útiles para generar un cierto conocimiento en la investigación, se obtiene en diferentes lugares como las páginas web, las cuales suministran información sobre el sector de las empresas, ferias sectoriales o artículos e informes a estudiar.

6.2.3.3.1. Entrevistas y encuestas

Son diálogos donde una de las partes busca recoger información con un formato de preguntas y respuestas donde existe un propósito específico y la otra parte se presenta como fuente de esta información, las cuales van dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.¹⁷

6.2.3.3.2. Observación directa

La observación directa, es una técnica útil que permite terminar hechos del proceso de investigación en el momento que las personas están realizando su trabajo, donde

Gabriel. (2013). Técnicas de recolección de datos. Obtenido de gabriellebet: https://gabriellebet.files.wordpress.com/2013/01/tecnicas-de-recoleccic3b3n4.pdf

se puede realizar la observación con o sin interactuar con la persona observada. Para ello se pueden tener en cuenta las siguientes técnicas:

- Visita a la competencia
- Observación de clientes en el establecimiento propio y de la competencia
- Recolección de datos de trafico de un local

6.2.3.3.3. Investigar y analizar la competencia

El investigar y analizar la competencia es la forma de comparar las capacidades, recursos, estrategias, ventajas, fortaleza y demás características de los competidores potenciales en el mercado con un negocio. Para el desarrollo de este análisis se puede hacer uso de diferentes actividades como:¹⁸

- Determinar la necesidad del análisis
- Determinar la información a recolectar
- Recolectar la información
- Analizar la información
- Formulación de estrategias

6.2.3.3.4. Análisis Pest

El modelo PEST se centra en aquellos elementos que conforman el entorno en el cual se desarrollan las organizaciones, es decir, estudia aquellos sectores que no dependen directamente de la empresa, sino de los contextos a los que pertenece

¹⁸ Rodriguez, A. (10 de Octubre de 2019). ¿Qué es el análisis de la competencia y cómo hacerlo? Obtenido de CreceNegocios: https://www.crecenegocios.com/analisis-de-la-competencia/

ésta, económico, político o social. 19 Este modelo sirve para identificar cuáles de ellos pueden afectar las actividades y el desempeño de un negocio.

Los factores a analizar se clasifican en cinco:

- Ámbito político: Son aquellos factores de tipo gubernamental que afectan el rendimiento de las empresas entre las cuales está la estabilidad de gobierno y sus posibles cambios, el nivel de corrupción, la política fiscal, aranceles, restricciones a las importaciones, regulación sobre el empleo, promoción de la actividad empresarial.
- Ámbito Económico: Los factores económicos en la mayoría de sus ocasiones se derivan de factores políticos, entre los cuales se encuentran tasas de crecimiento de la economía del país, tasas de cambio, tasas de interés, tasa de inflación, políticas monetarias, políticas fiscales, fluctuaciones de precios, tipo de cambio.
- Ambito socio-cultural: son los factores que tienen relación con las preferencias, gustos y hábitos del consumo de la sociedad. Entre ellos podemos mencionar las clases sociales, nivel de renta, estilo de vida, tasas de crecimiento, nivel educativo, religión y creencias.
- Ámbito Tecnológico: Hace referencia al uso de sistemas informáticos o de información para el desarrollo de actividad comercial que se realiza como nivel de tecnología en la industria, nivel de infraestructura básica, infraestructura de internet, gasto en investigación y desarrollo.

¹⁹ Peiró, R. (2018). Análisis PEST. Obtenido de Economipedia: https://economipedia.com/definiciones/analisis-pest.html

 Factores Ambientales: Son factores importantes para tener en cuenta en el desarrollo de la actividad comercial como el cambio climático, gestión de residuos, reciclaje, leyes que regulan la contaminación, y las actitudes hacia los productos ecológicos y las energías renovables.

6.2.3.4. Estudio técnico

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.²⁰

Con relación a la mencionado anteriormente, queda claro que el objetivo que persigue la realización de la investigación de los factores técnicos de un proyecto, no son otros que buscar analizar de manera minuciosa los recursos físicos con los que va a contar la organización y por ellos es necesario plantear el producto en el estudio técnico donde se podrá identificar ítems claves para llegar al producto final.

 Localización: el objetivo general es llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. En la localización óptima del proyecto se encuentran dos aspectos: la Macro localización que hace referencia en términos generales a la cuidad, municipio o región que se elegirá para la ubicación del proyecto; la Micro localización es la instalación especifica del negocio en el sector escogido para el desarrollo del proyecto.

Economía. (2017). Estudio Técnico. Obtenido de Economia: http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf

- Determinación del tamaño óptimo de la planta: es la capacidad instalada del proyecto la cual se expresa por las unidades de producción por año, donde dependerá de las dimensiones del terreno y del recurso físico necesario para el adecuado funcionamiento del negocio y la capacidad estará dada a razón de la demanda insatisfecha que se pretenda atender.
- Distribución de instalaciones: hace referencia a los espacios en los cuales se desarrolla el negocio, los cuales deben prestar comodidad, funcionalidad y estética para garantizar los correctos procesos en la fabricación de los productos. Debe existir un diagrama, diseño o plano donde se evidencie dicha distribución o asignación de las instalaciones, previamente señaladas y localizadas.
- El producto: Para la descripción del producto, se toman las características, propiedades y beneficios, a fin de brindar una mayor y mejor información acerca de lo que se piensa ofrecer.
- Diagrama de procesos: son estructuras del paso a paso de la fabricación del producto, brindando un mayor grado de eficiencia y control de las operaciones innatas a las entidades.
- Necesidad de maquinaria: Comprende todos aquellos elementos, herramientas y máquinas que serán necesarias para la operación normal del proyecto, los cuales influyen en la calidad de los productos.
- Permisos y registros: El registro sanitario es el permiso concedido por el INVIMA que autoriza la comercialización de un producto. La ley previó diferentes modalidades de registro sanitario, tales como fabricar y vender; importar y

vender; importar, semielaborar y vender; importar, envasar y vender, de tal manera que se adecuen a las circunstancias de cada producto.21

- El registro INVIMA es de obligatorio cumplimiento para todos los productos alimenticios que de manera directa sean dirigidos al consumidor, de ahí, la importancia de realizar los trámites pertinentes para la obtención de los permisos y las acreditaciones de los productos, con el fin de garantizar la calidad y sanidad de los bienes para el consumo humano.
- Materias primas e insumos: son indispensables para el desarrollo del negocio, para garantizar la excelente calidad del producto final se realiza una selección adecuada de los diferentes materiales que se utilizaran y así recibir la aprobación del consumidor.

6.2.3.5. Estudio administrativo

Su objetivo es realizar un análisis que permita obtener la información pertinente para la determinación de los aspectos organizacionales de un proyecto, los procedimientos administrativos, aspectos legales, laborales, fiscales y ecológicos. ²² Este estudio proporciona herramientas que definen el rumbo y acciones a seguir para alcanzar las metas en un proyecto de inversión. A continuación, se reflejan los elementos que conforman el estudio administrativo:

²¹ Aristizábal, R. (15 de Noviembre de 2016). La importancia de los registros sanitarios. Obtenido de Legis, Ambito Jurídico: https://www.ambitojuridico.com/noticias/mercantil-propiedad-intelectual-y-arbitraje/la-importancia-de-los-registros-sanitarios

²² López Parra, M. E., & Aceves López, J. N. (2018). Estudio administrativo... un apoyo en la estructura organizacional. Obtenido de itson: https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudioadmtivo.pdf

6.2.3.5.1. Planeación estratégica

La planeación estratégica permite conocer hacia dónde quiere llegar la empresa en el proceso de crecimiento tanto en el ámbito comercial como el social. Para llevar a cabo esta planeación se aplican los siguientes componentes:

- Misión: propósito de la organización más la exigencia social.
- visión: La empresa debe identificar hacia dónde va y con ello le da certidumbre al negocio y sus líderes para establecer los nuevos retos.
- Objetivos: Una vez identificada la visión y misión, el empresario debe establecer guías cualitativas que lleven al logro de los resultados.
- Políticas: Definen el área de trabajo para tomar decisiones, pero no dan la decisión; dan lineamientos.
- Estrategias: Las estrategias denotan un programa general de acción y un despliegue de esfuerzos y recursos hacia el logro de objetivos generales.
- Valores: Los valores representan las convicciones filosóficas de los administradores que dirigen a la empresa hacia objetivos y planes para lograr el éxito.

6.2.3.5.2. Organigrama

Hace referencia a un recuadro que representa los puestos de la organización a nivel jerárquico dependiendo la autoridad y responsabilidad asignada para cada cargo en la empresa, debe ser una información poco extensa, pero dando claridad.

6.2.3.5.3. Planeación de recursos humanos

Esta planeación da claridad a la administración del proyecto, planificando cuantas personas se requieren para cada puesto, las cuáles serán las encargadas de

ejecutar los objetivos empresariales. A continuación, se mencionan algunos métodos utilizados para la planificación del recurso humano:

- Reclutamiento: consiste en realizar una selección entre varios candidatos que reúnan las condiciones necesarias para el cargo a desempeñar.
- Selección de personal: permite conocer las habilidades potenciales de la persona a través de la entrevista, pruebas psicológicas, físicas y de habilidades.
- Capacitación y desarrollo: mantienen y mejoran el desempeño de los trabajadores, para que las actividades correspondientes al cargo se realicen de forma eficiente y eficaz.

6.2.3.5.4. Marco legal

En este rubro de la elaboración de proyectos de inversión se debe dejar muy claro el tipo de personalidad jurídica que tiene la empresa, pudiendo ser Persona física o Persona moral. En caso de ser persona moral será necesario fundamentar el tipo de sociedad a partir de lo establecido en el código mercantil dentro de la Ley General de Sociedades Mercantiles.²³

6.2.3.5.5. Aspectos ecológicos

Es de vital importancia la conciencia y el compromiso ecológico que toda empresa debe tener, buscando procedimientos para los desechos generados por la actividad diaria los cuales garanticen la protección al medio ambiente.

²³ López Parra, M. E., & Aceves López, J. N. (2018). Estudio administrativo... un apoyo en la estructura organizacional. Obtenido de itson:

6.2.3.5.6. Plan de gestión ambiental y manejo de residuos

Es el documento que ayuda a las organizaciones a brindar soluciones al inadecuado manejo de los residuos o desechos, mediante procedimientos enmarcados en un plan de acción buscando conciencia de los daños que pueden surgir por las operaciones propias de la entidad.

6.2.3.6. Estudio financiero

El proceso de mayor importancia a en momento de valoración y evaluación financiera del proyecto el cual comprende varias etapas que son; la compilación de la información de los demás estudios que impliquen inversiones, costos y gastos el planteamiento de las hipótesis financieras, la construcción de los principales presupuestos a partir de dicha información la estimación del costo de capital promedio (WACC), ajustado al nivel de riesgo del proyecto y finalmente el cálculo de los principales indicadores de rentabilidad. La primera fase consiste en sistematizar y organizar la información de los demás ingresos, costos y gastos de operación, Inversiones y gastos de administración y otras inversiones. Todo aquello facilita la confección de los estados financieros como son: el estado de resultado, balance general, flujos de tesorería, a partir de los cuales se procede a determinar el flujo de caja libre, flujo de caja para el inversionista y la deuda. Todos con fines de valoración. ²⁴

Para realizar este estudio, se debe documentar bastante y recolectar información suficiente de varias fuentes, estableciendo así estimaciones de ventas inmediatas y posibles ventas futuras.

Weebly. (2015). Inversiones del Proyecto. Obtenido de Formulación y análisis de proyectos: https://formulacionyanalisisdeproyectos.weebly.com/estudio-financiero.html

Durante el desarrollo del éste estudio, se debe aclarar y profundizar en las variables de inversión y sus respectivos indicadores financieros, conforme con la estructuración y proyección que se le dé al mismo.

6.2.3.6.1. Inversión

Se denomina inversión a las actividades que destina recursos como tiempo trabajo y capital para lograr un beneficio futuro, asumiendo cierto grado de riesgo. Esta inversión se divide tanto en recursos propios los cuales se realzan de manera directa de personas que forman parte del proyecto o mediante apalancamiento, que son los recursos de terceros a fin de ejecutar el objeto social del proyecto y a su vez obtener excedentes o rendimientos sobre el capital.

6.2.3.6.2. Financiamiento

Es el conjunto de medios monetarios o de crédito necesarios para llevar a cabo la operación, permitiendo identificar nuevos mercados en la puesta en marcha del negocio y funcionamiento en el transcurso del tiempo.

Hoy en día el financiamiento no solo es utilizado por personas naturales o empresas, sino que también los entes gubernamentales tanto nacionales, como regionales y municipales proceden a adoptar esta alternativa a fin de poder materializar cualquier proyecto de carácter público, cabe destacar que el financiamiento también puede ser requerido para paliar algún déficit económico que impide el pago de ciertas obligaciones contraídas.²⁵

²⁵ Redacción. (26 de Julio de 2019). Financiamiento. Obtenido de Concepto Definición: https://conceptodefinicion.de/financiamiento/

6.2.3.6.3. Ingresos

Representan las ganancias representadas en dinero producto de la venta o de la prestación de un servicio los cuales generan como consecuencia un incremento en el patrimonio de la entidad.

6.2.3.6.4. Egresos

Hace referencia a las salidas de dinero por parte de la entidad, los cuales en su momento cumplen con el compromiso de pago para poder continuar con las operaciones o para adquirir un incremento en la producción.

Los egresos de un proyecto de inversión los podemos clasificar en 4 grandes grupos:

- Costos de fabricación: hace referencia a las materias primas necesarias para la fabricación del producto y demás egresos.
- Gastos administrativos: Incluyen la remuneración al personal administrativo, útiles de oficina, gastos generales, Etc.
- Costo de ventas: Incluyen gastos de personal de ventas, publicidad y otros como reservas por malas deudas o deudas incobrables.
- Costos financieros: Están referidos a los intereses a pagar por concepto de préstamo recibido de la entidad financiera

6.2.3.6.5. Evaluación del proyecto

TIR, VPN. Punto de equilibrio, relación costo / beneficio y recuperación de la inversión.

La tasa interna de retorno (TIR), permite determinar si es viable o no invertir en un negocio, por medio de un porcentaje de la rentabilidad de los cobros y pagos.

El valor presente neto (VPN), hace referencia al valor actual de los flujos de caja menos la inversión inicial el cual indica fácilmente si un negocio genera ganancias utilizando el valor del dinero en el tiempo.

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual la empresa ni pierde ni gana, en donde todas ventas cubren las erogaciones por conceptos de costos fijos y variables.

La relación costo/beneficio es un indicar el cual mide el grado de desarrollo de un proyecto tomando como base los ingresos y egresos presente netos del estado de resultados y así poder determinar cuáles son los beneficios de cada peso de proyecto.

Periodo de recuperación de la inversión (PRI), es un método que permite medir el plazo en el cual los flujos netos de efectivo de una inversión recuperaran su costo o inversión inicial.

6.2.3.6.6. Flujo de Caja y Estado Financieros

Informes financieros de los ingresos y egresos detallado, balance general, estados de resultados, presupuestos de producción, presupuesto de nómina, presupuesto de gastos administrativos, presupuesto de ingresos.

Otros Indicadores Financieros

- Endeudamiento
- Capital de trabajo
- Rotación de cartera, proveedores y ciclo operacional

6.3. MARCO CONCEPTUAL

Lo conceptos teóricos a utilizar durante el desarrollo de la investigación son los siguientes:

HERBÁCEA MONOCOTILEDÓNEA: es un tipo de planta con diversos caracteres florales y vegetativos, sus hojas carecen de una estructura delgada la cual se une a ellas.

SISTEMA INMUNOLÓGICO: es la defensa natural del cuerpo contra infecciones, el cual básicamente destruye organismos infecciosos que causan daño.

PROTEICOS: es un conjunto de dos o más proteínas, que sirven para activar otros componentes.

DESHIDRATACIÓN: es el mejor sistema de conservar los alimentos, se trata de extraer el agua a temperaturas bajas con el fin de no eliminar los nutrientes.

DESPERDICIOS: materiales desechados.

MOLIENDA: Proceso para en el cual se reduce el volumen promedio de las partículas de una muestra sólida.

VIABILIDAD: Que existen las condiciones para la realización de un proyecto el cual puede surgir o progresar garantizando a un largo plazo rentabilidad económica.

FACTIBILIDAD: Que se justifica y es posible hacerlo por medio de la disponibilidad de recursos para cumplir con las metas señaladas.

VARIABLE: elemento no especificado dentro de un determinado grupo el cual puede cambiar según el tipo de variación.

SEGMENTACIÓN: división en conjuntos más pequeños cuyos integrantes comparten determinadas características, los cuales se pueden identificar, medir y manejar.

PROYECCIÓN: Estimación sobre la situación potencial sobre el progreso de un plan o una empresa.

COMERCIALIZACIÓN: Es el intercambio que se aplica cuando una persona quiere adquirir un producto y a cambio entrega una cantidad de dinero impuesta.

DISTRIBUCIÓN: Procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final ANÁLISIS: examen de tallado para determinar sus el cual buscar conocer las características y factores de algún elemento de estudio, el cual generalmente se hace por el método de observación.

INVERSIÓN: colocación de capital en una operación del cual se espera recibir un beneficio económico, ya sea en tiempo, trabajo o monetariamente.

HARINA: Polvo fino proveniente de la molienda de trigo o de otras semillas, la cual se emplea para el consumo humano.

VPN: hace referencia al valor presente neto el cual permite evaluar proyectos de inversión a largo plazo el cual determina si la inversión maximiza la inversión.

PRI: Hace referencia al periodo de recuperación de la inversión el cual en un periodo de corto plazo se puede terminar el indicador que mide la liquidez y el riesgo relativo del proyecto.

I B/C: es la relación que existe entre el costo/beneficio para poder a determinar la viabilidad del proyecto de inversión.

TIR: Tasa interna de retorno, la cual permite saber si es viable o no invertir en un proyecto de negocio

6.4. MARCO LEGAL

6.4.1. Normatividad vigente en INVIMA

- Decreto 3075 de 1997 (derogado por la resolución 2674 de 2013)
- Ley 09 de 1979
- Resolución 5109 de 2005
- Decreto 1575 de 2007
- Resolución 765 de 2010 (deroga las resoluciones 1090 de 1998 y 127 de 2001)
- Resolución 2310 de 1986
- Costo de registro INVIMA para harina de plátano

6.4.2. Políticas fiscales y tributarias

 Impuesto a las ventas, es aplicable a toda persona natural o jurídica que venda productos gravados con el IVA o que preste servicios gravados con el IVA, actualmente las tarifas más conocidas son:

Tarifa general del 19%.

Tarifa diferencial del 5% principalmente para los productos de la canasta familiar y productos de primera necesidad.

Tarifa del 0% para los bienes y servicios exentos.

Bienes y servicios excluidos los cuales se exceptúan del impuesto a las ventas según el artículo 476 del estatuto tributario.

- Impuesto de renta, todo contribuyente debe pagar dicho impuesto sobre las utilidades o rentas durante el año, su tarifa es de 33% para el año 2019.
- Industria y comercio, se liquida sobre las ventas brutas de cada año.
- Parafiscales, se paga el 9% mensualmente sobre el valor de la nómina.
- Salud, se paga el 12,5% mensualmente sobre el salario devengado, el cual el 8,5% paga el empleador y el 4% el trabajador, sin embargo, si es persona natural y tiene dos o más empleados los aportes a salud corresponden al 4% y para las empresas que sus empleados devenguen menos de 10 SMMLV se aplica una exoneración según la Ley 1607 de 2012 que corresponde al pago del 4% de salud, sin realizar aporte al SENA e ICBF.
- Pensión, se paga 16% mensualmente sobre el salario devengado, el cual el 12% paga el empleador y el 4% el trabajador.
- Sayco y acinpro, bomberos, rodamiento, catrasto etc.

Al momento de elaborar productos como la harina de plátano, es necesario abarcar y cumplir con una serie de normatividades que dependen del correcto y efectivo funcionamiento del proyecto:

- Resolución 5109 de 2005: Reglamento Técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado para alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano, expedido por el Ministerio de Protección Social y publicado en el Diario Oficial 46150 de enero 13 de 2006.
- Decreto 1575 de 2007: El objeto del presente decreto es establecer el sistema para la protección y control de la calidad del agua, con el fin de monitorear, prevenir y controlar los riesgos para la salud humana causados por su consumo, exceptuando el agua envasada.
- Decreto 612 de 2000 Ministerio de Salud. El cual reglamenta la expedición de registros sanitarios automáticos para alimentos, cosméticos y productos varios.
- Ley 101 de 1993 prioridad para las actividades rurales: El Art. 6 plantea el propósito de asegurar el desarrollo rural: "En desarrollo del Art. 65 de la C. N, El gobierno nacional otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales y agroindustriales y su comercialización. Para este efecto las reglamentaciones sobre precios y costos de producción, régimen tributario, sistema crediticio, inversión pública en infraestructura física y social y demás políticas relacionadas con la actividad económica en general, deben ajustarse al propósito de asegurar preferencialmente el desarrollo rural".
- Resolución 17855 de 1984 Ministerio de Salud. Recomendaciones diarias de consumo de calorías y nutrientes.

- Resolución 16078 de 1985 Ministerio de Salud. Reglamenta laboratorios de control de calidad de alimentos.
- Ley 9 de 1979: control sanitario de los usos del agua

6.5. MARCO GEOGRÁFICO

La factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de plátano, está destinada en el municipio de Vianí Cundinamarca. Ubicado geográficamente a 104 km a la capital de la república. Limita al norte con el Municipio de Villeta, por el Este con Bituima, por el Sur con Quipile y por el Oeste con San Juan de Rio Seco y Chaguani.²⁶

Ilustración 1. Mapa municipio de Vianí



Tomado de:

https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&ved=2ahUKEwiD9qiw8ufkAhWJTt 8KHRxDCkMQjRx6BAgBEAQ&url=http%3A%2F%2Fiedvictormanuelondono.blogspot.co m%2Fp%2Fpresentacion.html&psig=AOvVaw0tvQYkP8PLLKqEW1vgt17K&ust=1569360 682557558

Muncipal, C. (2000). Esquema de Ordenamiento Territorial Vianí. Obtenido de República de Colombia Departamento de Cundinamarca: http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/documentos%20pdf/vian%C3%AD%20eot.pdf

7. DISEÑO METODOLOGICO

7.1. METODO

Con la realización del estudio de factibilidad se podrá analizar y observar los distintos beneficios y propiedades del producto harina de plátano, identificando características tales como: gustos, preferencias, clientes, poder de adquisición y demás complementos para lograr que el producto llegue a posicionarse con éxito en el mercado al que se va a ofertar.

El estudio de factibilidad se realizará en el municipio de Vianí, Cundinamarca a personas del área urbana y rural tales como; amas de casa, comerciantes, madres cabeza de hogar, empleados, entre otros, para tener un promedio de aceptación del producto ofertado y así establecer estrategias de precio, servicio, calidad y comunicación.

Siguiendo el lineamiento del proyecto y su correspondiente metodología, se enmarcará un análisis global basado en los siguientes estudios:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio administrativo
- Estudio ambiental
- Estudio financiero

Todo lo mencionado con anterioridad se soportará mediante el estudio de mercado a través de encuestas a transeúntes, lo cual facilitará la obtención de datos para posterior análisis y tabulación de los resultados obtenidos.

7.2. TIPO

La investigación será de carácter cuantitativo, dirigiéndose a la obtención de datos primarios de acuerdo al número de familias existentes en el sector, para ello se ejecutarán encuestas en el proceso comercial, desde jóvenes hasta adultos mayores.

Se recurrirá a procedimientos estadísticos para la obtención de muestras con relación a la población que permitan identificar aspectos claves a considerar a la hora de definir el segmento poblacional al cual se quiere llegar.

7.3. FUENTES DE INFORMACIÓN

La recopilación de información es una herramienta importante para llevar acabo el desarrollo de la investigación, las fuentes necesarias para realizar dicha indagación son primarias y secundarias.

7.3.1. Primarias

Como fuentes primarias captadas de ante mano por el investigador, resultado de un trabajo intelectual, se encuentran; Encuestas realizadas a consumidores del municipio de Vianí, Bituima y San Juan de Rio Seco, Entrevistas telefónicas y personales, cotizaciones, revisión de antecedentes.

7.3.2. Secundarias

Las fuentes secundarias, son la extracción de información reorganizada, donde se utilizarán:

Cámara de comercio

- Enciclopedias
- Estudios poblacionales
- Libros, Noticias
- Documentos oficiales de instituciones publicas
- DANE
- INVIMA

7.4. INSTRUMENTOS

Los instrumentos de la investigación permiten la recolección de la información y a partir de ella resolver el problema de la investigación, por ello se utilizarán los siguientes:

- Observación directa e indirecta
- Estudios realizados previamente por terceros
- Proyecciones de mercado.
- Encuestas

Encuestas: Para el desarrollo del estudio de mercado y la obtención de información, se plantea realizar una encuesta dirigida a los municipios de Vianí, Bituima y San Juan de Rio Seco, por la poca cantidad poblacional exístete en el municipio a desarrollar el proyecto.

Esta fuente de información permitirá identificar las necesidades y las percepciones que tienen las familias acerca de producto; para ello se pondrá a disposición de la muestra poblacional el siguiente cuestionario:



ENCUESTA

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA FACULTAD DE CIENCAS ADMINISTRATIVAS, ECONIMICAS Y CONTABLES

FE	CHA:	ESTRAT	0:
	XO: F		
ED	AD:		
AR	EA: RURAL _	U	RBANA
La "ES PR MU Sul de ent promit fati	presente enc STUDIO DE ODUCTORA INICIPIO DE V opinión es m oía usted que productos co re otros, apor opiedades nut nerales y fibra iga, reduciend	ruesta se FACTIBIL Y COMER IANI CUN uy valiosa con la ha omo post tando el r cricionales a, dando el lo la acide	realiza con el fin de obtener información sobre el IDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA CIALIZADORA DE HARINA DE PLATANO EN EL DINAMARCA" a para nosotros, gracias por su colaboración. arina de plátano se pueden preparar cierta variedad res, galletas, sopas, coladas, papillas para niños, rico sabor de la fruta, esta es muy apreciada por sus s, carbohidratos, proteínas, y es rica en vitaminas, el beneficio de combatir el estreñimiento, anemia o ez, ardor de estómago, entre otros 27
_	_	_	
2.	¿Con que fi plátano?	recuencia	consumen en su hogar plátano o derivados del
П	Diariamente	П	Mensual
	Semanal		Nunca
_	Cinana		Namoa
3.	¿Regularmer	ite donde	adquiere este producto?
	Tiendas Fincas		Plazas de Mercado Otro ¿Cuál?

²⁷ Gastronimia&Cla. (13 de Octubre de 2009). Recuperado el 18 de Septiembre de 2019, de https://gastronomiaycia.republica.com/2009/10/13/harina-de-platano/

	_	noce algún prod ¿Cuál?		vado d	lel plátan	o Do	ominico H	artón'	?
5.	Αś	escuchando	alguna	vez	sobre	la	harina	de	plátano?
	Si No								
	6. ¿Conoce usted o a escuchando hablar sobre la harina de plátano? □ Sí □ No								
	Sí	nsume o consu □ No r qué?			-				
	¿Coi Sí	mpraría Usted Ia □ No	a harina a	base o	de plátan	o?			
	. Ší	luiría la harina d No é?	-		-			ista de	e familiar?

"GRACIAS"

8. ESTUDIO DE MERCADO

8.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Establecer el perfil del consumidor.
- Proyectar la cantidad de harina de plátano que se ofertara en el mercado.
- Identificar los puntos de venta donde se va ofrecer el producto.
- Establecer las características de la harina de plátano.
- Evaluar a futuro el comportamiento de la oferta y demanda del producto.
- Realizar un plan de marketing.

8.2. ASPECTOS MACROAMBIENTALES

8.2.1. Matriz PEST

Tabla 3. Matriz PEST

PEST	FACTORES	NEGATIVO	INDIFERENTE	POSTIVO
	Reforma Tributaria	X		
POLITICOS	Estabilidad politica		v	
	del pais			
	Estabilidad Social	X		
	Crecimiento			x
ECONOMICO	Economico			^
ECONOMICO	Tasas de empleo	X		
	Indices de Precios		X	
	Habitos de			v
	Consumo			^
SOCIO-CULTURAL	Nivel de la		_	
SOCIO-COLTONAL	poblaciòn		^	
	Tasas de Aumento			
	de la Poblacion			î
	Impacto de nuevas			Ü
	tecnologias			î
TECNOLOGIA	Redes Sociales,			Ü
	estrategias online			Î
	TIC			X

Elaborado por: Autores

Por medio del análisis PEST se clasificaron cuatro elementos para estudiar el entorno los cuales se ven reflejados en la tabla anterior. Esta herramienta trata de observar los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos en el entorno externo de la organización, los cuales pueden afectar las actividades y el desempeño. El nombre viene de las siglas en ingles de political, Economic, Social y Technological²⁸. Dentro de cada factor existen rangos de: Negativo, Indiferente y Positivo, con el objetivo de tener una ilustración de cada factor que está implicado en esta matriz.

8.2.1.1. Factor Político- Legal

El sector platanero se puede ver afectado por algunas políticas internas o externas siendo capaces de generar una afectación en este sector agrícola.

Con el análisis del sector político se puede observar que tres de dos rubros se encuentran en negativo y el otro indiferente lo que quiere decir que la política no genera bienestar alguno para la empresa y el sector agrícola.

8.2.1.2. Factor económico

Con el análisis de este factor se puede observar que el crecimiento económico ha mejorado, lo cual en cierta manera ha logrado que el sector agrícola avance en algunos aspectos, por otro lado, la falta de empleo genera que la mano de obra tenga un detrimento, afectando en cierto modo el manejo sustancial del valor de los productos.

²⁸ Riquelme, M. (23 de Mayo de 2015). El Análisis PEST. Obtenido de Web y Empresas: https://www.webyempresas.com/el-analisis-pest/

52

8.2.1.3. Factor socio-Cultural

Este factor socio- cultural va muy de la mano con la demografía, áreas urbanas y rurales, tasa de crecimiento poblacional del municipio de Vianí Cundinamarca, lo cual el análisis de este rubro muestra a favor los hábitos de consumo debido al incremento poblacional del municipio

8.2.1.4. Factores Tecnológicos

Los rubros a evaluar en este factor fueron: Impacto de nuevas tecnologías, redes sociales, estrategias online y TIC, de los cuales se puede ver la favorabilidad al momento de usar esta herramienta, para ofertar y dar a conocer el producto y la empresa en el entorno.

8.3. ANALISIS DEL MERCADO

El mercado de harina de plátano en los municipios de Vianí, Bituima y San Juan de Rio Seco está en constante crecimiento, aunque existen poca información al respecto, se puede deducir por las observaciones directas realizadas en las zonas mencionadas, que la industria está obteniendo resultados importantes reflejados en la cantidad de establecimientos que ofrecen el producto al consumidor.

8.4. DELIMITACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL MERCADO

8.4.1. Descripción geográfica

Los municipios a estudiar hacen parte del departamento de Cundinamarca ubicados en la Provincia de Magdalena Centro, por el norte limitan con el municipio de Villeta, por el oriente limitan con Guayabal de siquima y con bituima, por el sur con Quipile y por el occidente con vianí y chaguani

Extensión total: 193,91 km² Población: 16.227 Habitantes

Densidad: 181,96 /km² Temperatura: 22 ° C

8.4.2. Vías de acceso

Tabla 4. Vías Vianí Cundinamarca

AEREAS			
Aeropuerto	-Aeropuerto Militar CATAM 49.9 km -Aeropuerto Mariquita 51.9 km -Aeropuerto el Dorado 82.6 km		
TERRESTRES			
Vía Panamericana	Viani Cundinamarca comunica Con Facatativá, Bogotá D,C y los municipios de San Juan, Guayabal, Bituima, Chaguani, Cambao, Guayabal, Villeta, Guaduas.		

Elaborado por: Autores, basado en: Vianí Cundinamarca, A. (01 de Enero de 2018).

Nuestro Municipio. Obtenido de Alcaldía Municipal Vianí Cundinamarca:

https://www.municipio.com.co/municipio-viani.html#transport

8.5. IDENTIFICACION DEL PRODUCTO

8.5.1. Usos

La harina de plátano es un producto que da muchas posibilidades culinarias, este producto provee muchos beneficios para la salud, como el control de los niveles del

colesterol, mejora el estado de ánimo, regula los niveles de azúcar en la sangre, aumenta la sensación de saciedad, mejora el funcionamiento del intestino, combate el cáncer de intestino, mejora el estreñimiento, promueve la saciedad y disminuye el hambre, previene calambres musculares, previene enfermedades del corazón y acelera el metabolismo entre otras cosas²⁹

8.5.2. Usuarios

Según el artículo publicado por la revista mujer, la harina de plátano tiene muchos beneficios saludables y nutricionales para todo tipo de consumidores, entre ellos se encuentran niños, jóvenes, adultos, ancianos quienes por sus múltiples beneficios ven en la harina de plátano un alimento saludable ya que es recomendado por expertos en alimentación. 30 Por esta razón la harina de plátano puede ser consumida por cualquier tipo de persona sin importar edad, sexo, estrato, entre otros.

Frente a la producción de harinas, la de plátano es muy apreciada por sus propiedades nutricionales, carbohidratos, proteínas, vitaminas, minerales y fibra, considerándola, similar a la fibra dietética. Este producto se ha convertido en cierta medida en sustituto de la harina de trigo, ya que carece del gluten que contiene esta, además de que absorbe más agua y gelifica con mayor rapidez.³¹

_

²⁹ Hernández, A. H., Duran Hernández, L., & Hernández Rivera, G. (2015). Harina de plátano "Photarina". Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa2/n7/p4.html

³⁰ Lamarca, A. (4 de Diciembre de 2016). Harina de plátano, el nuevo superalimento. Obtenido de Revista Mujer: http://www.revistamujer.cl/2016/12/04/01/contenido/un-nuevo-super-food-harina-de-platano.shtml/

³¹ Industria y Comercio, S. (2005). Cadena productiva del plátano diagnóstico de libre competencia.
Obtenido de sic.gov: http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios_Economicos/Estudio%20economico%20Plantano%20++.pdf

8.5.3. Presentación

Mediante el método de observación se pudo observar las diferentes presentaciones en las que pueden encontrar el producto en los principales supermercados del municipio de Vianí.

Tabla 5. Presentación de Harina de Plátano

IMAGEN	CANTIDAD	PRESENTACIÒN
HADMACE PLANAGE PLANAG	250 Gramos 500 Gramos	Bolsa
Harina de Plátano Rota do Carrollo de Car	500 Gramos (Bolsa) 200 Gramos (Bolsa) 200 Gramos (Caja) 100 Gramos (Caja)	Bolsa Laminada, Caja
Fanina Sfarina Sfarina The property of the	100 Gramos (Caja) 200 Gramos (Caja) 250 Gramos (Bolsa) 500 Gramos (Bolsa)	Caja Bolsa

Elaborado por: Autores

En la tabla anterior se puede apreciar las diferentes presentaciones en las que se encuentra en el mercado la harina de plátano, en los distintos supermercados como Éxito, Metro, Surtimax, Ara, entre otros, este producto se puede hallar en bolsa desde 200,250 hasta 500 Gramos y en caja desde 100 hasta 200 Gramos.

8.5.4. Composición

La harina de plátano es un producto 100 % natural. Excelente fuente de Energía, contiene vitamina C, Niacina, E, A, B2, B1, B12, Ácido fólico, D, y minerales, Fosfato Bicálcico, Citrato de Calcio, Sulfato de zinc, Sulfato Ferroso. Entre los principales beneficios de la Harina de Plátano tenemos, el aumento de la saciedad, la prevención de algunos tipos de cáncer e incluso la disminución de las tasas de colesterol.³²

Tabla 6. Información nutricional

Carbohidratos	80 g	Sodio	66 mg
Fibra dietética	1 g	Potasio	0 mg
Azúcar	0 g	Colesterol	0 mg
Grasas	3 g	Vitamina A	0 %
Saturadas	0 g	Vitamina C	0 %
Poliinsaturados	0 g	Calcio	0 9
Monoinsaturados	0 g	Hierro	0 %
Trans	0 g	Los porcentajes están basados en una dieta de 2000	
Proteínas	3 g	calorías al día.	

Tomado de: https://www.myfitnesspal.com/es/food/calories/harina-de-platano-422874695

Pampa, L. (2019). Harinas de plátano. Obtenido de Pampa Ltda: https://www.pampaltda.com.co/producto/harinas-de-platano.html

8.5.5. Características Físicas

Para realizar este estudio de mercado, se visitó los principales almacenes de cadena, donde se apreció lo siguiente:

Tabla 7. Características de la Harina de Plátano

CARACTERISTICAS GENERALES		
Nombre	Banafit, Harina de plátano, Fariña, Sùper	
	Baby	
Departamento	Cundinamarca	
Consumidores	Niños, Jovenes, Adultos, Ancianos que	
	cuenten con poder adquisitivo.	
CARACTER	ISTICAS FISICAS	
Textura	Polvo fino, sin grumos	
Presentación	Bolsa de aluminio- Caja	
Precio	Varía según los gr	
Peso	Varía según la presentación	
Cantidad	100 gr,200 gr, 250 gr, 500 gr.	
CARACTERISTICAS TÈCNICAS		
	HARIBAN HARINA DE PLATANO DESDE 1954	
Imagen(logo)	Harina de Plátano Banafit	
Materia prima	Plátano	
Olor	Característico	
Sabores	Característico	
Elaborac	lo por: Autores.	

Elaborado por: Autores.

8.5.6. Sustitutos

Según la experta en alimentación viva Belén Dussaubat esta harina es ideal para reemplazar la harina de trigo en recetas como pan, galletas y panqueques. Se puede usar en galletitas crudiveganas mezcladas con otras frutas y frutos secos, como manzanas y dátiles, en 'masas' deshidratadas para hacer pizzas y tortas o en smoothies energéticos con agua y frutas de estación.³³

8.5.7. Descripción de características de la población

Por el método de observación se pudo evidenciar que en actualidad hay más de 50 establecimientos de comercio, de los cuales se toman como base los siguientes:

Vianí

- Supermercado el Sanjuanero
- Autoservicio Anka
- Supermercado Leon's
- La tiendita donde Marce

Bituima

- Supermercado el balcón de cajuche
- Tienda la torre
- Supermercado Chuto
- La molinera

San Juan de rio Seco

-El mono

³³ Lamarca, A. (4 de Diciembre de 2016). Harina de plátano, el nuevo superalimento. Obtenido de Revista Mujer: http://www.revistamujer.cl/2016/12/04/01/contenido/un-nuevo-super-food-harina-de-platano.shtml/

-Mi pequeño Bituima

-Viani de mis amores

-Surti Evelyn

Los establecimientos de comercio mencionados anteriormente cuentan con 4.884 familias las cuales son clientes potenciales, lo que permite abarcar a fondo las estimaciones pertinentes que se tienen pensado proyectar, en cuanto a la venta, comercialización y distribución de harina de plátano.

Se tomaron como referencia inicial estos 12 establecimientos de comercio debido a que son los más conocido y más frecuentados por la población en los municipios de Vianí, Bituima y San Juan de Rio Seco.

8.6. ANALISIS DE LA DEMANDA

8.6.1. Identificación de la demanda

Para identificar la demanda se tomó como referencia principal la cantidad de familias que adquieren el producto en los establecimientos comerciales de los municipios de Vianí, Bituima y San Juan de Rio Seco, las cuales su grupo familiar está compuesto desde niños menores de edad hasta adultos de la tercera edad, lo anterior teniendo en cuenta que se toma como base la cantidad de familias por ser quienes adquieren el producto para sus hogares. de ahí, se parte que en promedio que cada establecimiento de comercio cuenta con alrededor de 4.884 familias quien son sus clientes potenciales.

Población x Frecuencia de consumo = Demanda estimada

4.884 x 4 Semanas = 19.536 unidades mensual

19.536 x 12 meses = 234.432 unidades anual (ventas proyectadas)

La demanda de harina de plátano por todos establecimientos públicos mencionados con anterioridad, es de 234.432 (gr) unidades mensuales. La proyección de la venta mensual se estima alrededor de esa cifra (234.432 gr), se debe mencionar que al momento de efectuar la estadística y consolidar los datos que dan lugar a la estimación.

8.6.2. Pronostico demanda fututo

El mercado actual al que se podrá acceder está dado por los datos recopilados y resaltados en el análisis de la demanda, lo cual permite establecer un promedio de 234.432(gr) unidades de harina de plátano mensuales, de esas unidades proyectadas. Con base en los datos inmediatamente anteriores, se espera producir, comercializar y distribuir las siguientes cantidades.

Tabla 8. Demanda proyectada

AÑO	1	2	3	4	5
% INCREMENTO	3,5%	3,6%	3,8%	3,8%	3,9%
UNIDADES	242.637	251.372	260.924	270.839	281.402

Elaborado por: Autores.

8.6.3. Marco muestral

De acuerdo a las estadísticas básicas municipales, publicados por la secretaria de planeación de la gobernación de Cundinamarca, indica una proyección de habitantes para el municipio de Vianí aproximadamente 4.238, para el municipio de

san juan de Rio seco cerca de 9.544 habitantes y para el municipio de Bituima alrededor de 2.460 habitantes, con un promedio de 3 personas por núcleo familiar.³⁴ Tabla 9. Habitantes

DESCRIPCIÓN	CANTIDADES
Habitantes Vianí	4238
Habitantes San Juan de Rioseco	9544
Habitantes Bituima	2460
Promedio personas por núcleo familia	3
Total cantidad de familias	5414

Fuente: Estadísticas Básicas Municipales. Gobernación, Cundinamarca

Las encuestas van dirigidas a estratos 1, 2,3 y 4 que equivalen al 90,2%³⁵

Tabla 10. Estratos Familias

DESCRIPCIÓN	CANTIDADES
Cantidad de familias	5414
% familias estrato 1,2,3 y 4	90,20%
Total tamaño de la muestra	4884

Para determinar la muestra de los municipios de Viani, San Juan y Bituima Cundinamarca, se llevó a cabo la siguiente formula.

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

³⁴ Planeación, S. d. (2019). Visor Estadístico Municipal. Obtenido de Cundinamaca: http://www.cundinamarca.gov.co/Home/SecretariasEntidades.gc/Secretariadeplaneacion/Secretaria deplaneacionDespliegue/asestadisticas_contenidos/csecreplanea_estadis_visor

³⁵ FELIX, E. (s.f.). Distribución de la población de Colombia por estratos. Obtenido de infogram: https://infogram.com/estratos-colombia-1gge9m8ox6dopy6

Dónde:

n=Tamaño de muestra buscado

N=Tamaño de la población

Z=Nivel de confianza

e=Margen de error

p=Probabilidad que ocurra el suceso

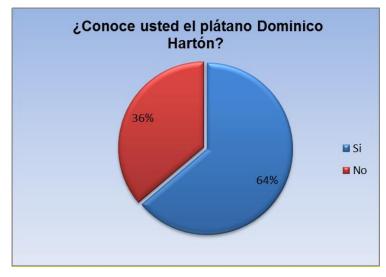
q= (1-p) probabilidad que no ocurra el suceso

Luego de conocer la fórmula para el cálculo de las poblaciones finitas, se tomaron los datos de la investigación para establecer el resultado que permite sustentar la aplicación de las 188 encuestas, dicho cálculo se plantea a continuación:

n= 4.884*1.96^2*0.05*0.95 / 0.03^2 (4.884-1) +1.96^2*0.05*0.95= 188 Resultados de la encuesta

8.6.4. Análisis y tabulación de la información

Grafica 2. Conocimiento del plátano Dominico Hartón



Elaborado por: Autores

¿Conoce usted el plátano Dominico Hartón?

Si	120
No	68

De acuerdo al número de familias encuestadas en los municipios de Viani, San Juan y Bituima Cundinamarca, en barrios aleatorios, un 64% de la población tiene conocimiento sobre el plátano Dominico Hartón lo que equivale a 120 personas, y un 36% no conoce sobre este producto herbáceo lo que equivale a 68 habitantes de estos municipios.

Grafica 3. Frecuencia del consumo de plátano en el hogar



Elaborado por: Autores

¿Con que frecuencia consumen en su hogar plàtano o derivados del plàtano?

Diarimente	108
Semanal	46
Mensual	29
Nunca	5

La frecuencia del consumo del plátano o derivados, está dividida según las encuestas realizadas de la siguiente manera, Diariamente con un 57% lo que equivale a 108 habitantes, semanalmente un 25% equivalente a 46 habitantes, las familias de los municipios de Viani, San Juan y Bituima consumen plátano y sus derivados aportando a la investigación una variable importante a tener en cuenta

para la comercialización de harina de plátano. Por otro lado, en menor grado son consumidos estos productos de la siguiente manera: 15% mensual y un 3% nunca. Grafica 4. Lugares donde se adquiere el Producto



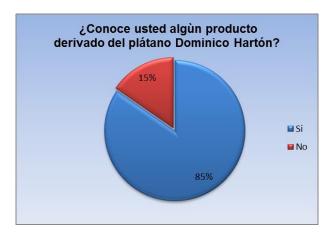
Elaborado por: Autores

¿Regularmente donde adquiere este producto?

Tiendas	32
Fincas	80
Plazas de mercado	76
Otro	0

Los habitantes encuestados afirman adquirir el producto en: Fincas y plazas de mercado, estos son los lugares a donde comúnmente se dirige la población de estos 3 municipios a comprar plátano sumando un 83%, de los cuales el porcentaje restante está distribuido de la siguiente manera: 17% en las tiendas de los diferentes barrios de estos municipios.

Grafica 5. Conocimiento de productos derivados del platano



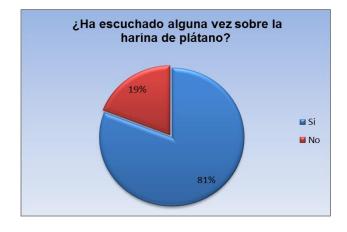
Elaborado por: Autores

¿Conoce usted algùn producto derivado del plátano Dominico Hartón?

<u> </u>	
Si	159
No	29

Los habitantes de los municipios de Viani, San Juan y Bituima con un 85% dicen conocer productos derivados del plátano dominico Hartón lo equivale a una totalidad de 159 personas, el porcentaje restante es de un 15% (29 personas) los cuales su respuesta fue negativa ante la pregunta.

Grafica 6. ¿Ha escuchado alguna vez sobre la harina de plátano?



Elaborado por: Autores

¿Ha escuchado alguna vez sobre la harina de plátano?

Si	152
No	36

De las 188 encuestas, 152 habitantes respondieron que, si han escuchado alguna vez sobre la harina de plátano lo que equivale a un 81 %, el porcentaje restante 19% (36 personas) su respuesta fue negativa.

Grafica 7. Conocimiento sobre la harina de plátano



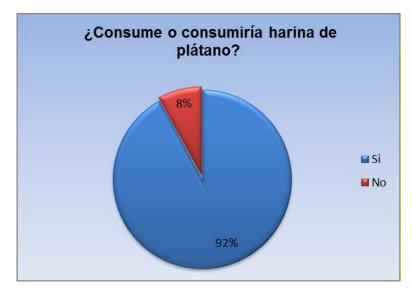
Elaborado por: Autores

¿Conoce usted o ha escuchado hablar sobre la harina de plátano?

Si	153
No	35

De las 188 encuestas, 153 habitantes dicen conocer o haber escuchado hablar sobre la harina de plátano, la minoría de 19 habitantes dicen no conocer sobre el producto.

Grafica 8. Consumo de harina de plátano



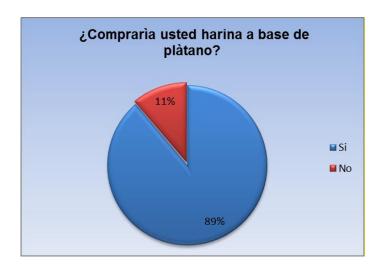
Elaborado por: Autores

¿Consume o consumiría harina de plátano?

Si	173
No	15

Del 100% encuestado un 92% lo cual equivale a 173 habitantes de los municipios de Viani, San Juan y Bituima consumen harina de plátano lo cual es muy beneficioso para la aceptación del producto.

Grafica 9. Compra de harina a base de plátano



Elaborado por Autores

¿Compraria usted harina a base de plàtano?

•		
Si	167	
No	21	

De 188 encuestas, el 89% lo que equivale a 167 habitantes de los municipios de Viani, San Juan, Bituima si desearían comprar harina de plátano, el porcentaje restante 11% lo que equivale a 21 habitantes su respuesta fue negativa.

Grafica 10. Inclusión del producto a la canasta familiar



Elaborado por: Autores

¿Incluiría harina de plátano en los productos de su canasta familiar?

Si	175
No	13

La tabulación de las encuestas en los municipios de Viani, San Juan y Bituima arroja un porcentaje positivo del 93% (175 habitantes), frente a un 7% negativo (13 habitantes), esto demuestra que el producto una vez ofertado en el mercado va a tener gran acogida en los hogares de dichos municipios.

8.6.5. Análisis Global

En los municipios de Viani, San Juan y Bituima Cundinamarca se tomó una muestra poblacional de 188 habitantes, durante el segundo semestre del presente año, a partir de estadísticas básicas municipales emitidas por la secretaria de planeación, para el desarrollo de las encuestas, dirigidas a las familias con el ánimo de contemplar y analizar diversas variables que contribuyeran a la correcta decisión de la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de plátano en el municipio de Viani Cundinamarca.

Una vez terminado el trabajo de campo, se pudo apreciar que el plátano dominico hartón es muy conocido en la región, demostrando su utilidad en la mesa de los hogares, de igual manera se evidencio conocimientos sobre productos derivados del plátano demostrando una aceptación y una acogida en el mercado. Se puede concluir que las familias de los municipios mencionados, consumen a diario el producto y sus derivados, que pueden ser adquiridos en tiendas, supermercados y plazas de mercado, consumiendo este súper alimento con periodicidad en todo el transcurso del año.

En la siguiente tabla se muestran las respuestas que se obtuvieron de las familias encuestadas y que formaron un porcentaje de gran relevancia, considerándose en cada una de las preguntas contempladas en las encuestas

Tabla 11. Respuestas relevantes a la encuesta

N° integrantes por familia	3
Estrato	1,2 y 3
Área	Rural y Urbana
Adquisición del producto	Fincas y Plazas de Mercado
Frecuencia de Consumo	Diariamente
Inclusión del producto en la canasta	93%
familiar	

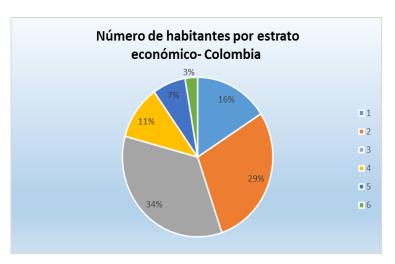
Elaborado por: Autores

De acuerdo a una publicación realizada en inforgram (FELIX, s.f.), la distribución de la población de Colombia por estratos económicos es la siguiente:

Tabla 12. Número de habitantes por estrato económico- Colombia

Estrato	%	Habitantes
1	15,90	7.923.644
2	28,90	14.402.095
3	34,40	17.142.979
4	11,00	5.481.766
5	7,10	3.538.231
6	2,70	1.345.524
Total	100,00	49.834.240

Grafica 11. Número de habitantes por estrato económico- Colombia



Elaborado por: Autores, basado en: Felix, E. (s.f.). Distribución de la población de Colombia por estratos. Obtenido de infogram: https://infogram.com/estratos-colombia-1gge9m8ox6dopy6

En la grafica 11 se puede apreciar que en Colombia un 11% de los ciudadanos son estrato 4, un 34.4% pertenecen al estrato 3, el estrato 2 cuenta con un porcentaje de 28.9% y por último se encuentra el estrato 1 dispone de un 15.9%. Basados en esta información se procede a realizar un cálculo para determinar el número de habitantes y familias por estratos en los municipios de Viani, Bituima y San juan de rio seco.

Tabla 13. Número de habitantes por estrato económico – Viani Cundinamarca

Estrato	%	Habitantes
1	34,21	1.450
2	48,54	2.057
3	13,97	592
Otros	3,28	139
Total	100,00	4.238

Grafica 12. Número de habitantes por estrato económico – Viani Cundinamarca



Elaborado por: Autores, basado en

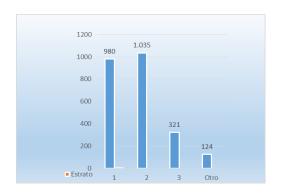
https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/25867T7T000.PDF

Según la información obtenida de la gráfica 12 se puede concluir que alrededor de 592 familias pertenecen al estrato 3, 2.057 al estrato 2,1.450 al estrato 1 que son los principales estratos en los que se concentra la población de Vianí.

Tabla 14. Número de habitantes por estrato económico – Bituima Cundinamarca

Estrato	%	Habitantes
1	39,83	980
2	42,08	1.035
3	13,05	321
Otros	5,04	124
Total	100,00	2.460

Grafica 13. Número de habitantes por estrato económico – Bituima



Elaborado por: Autores, basados en

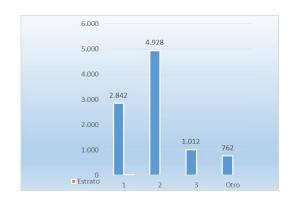
https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/cundinamarca/bituima.pdf

De acuerdo a la información suministrada por la gráfica 13 se evidencia 321 familias en el estrato 3, 1035 en el estrato 2, 980 en el estrato y otros 124, para un total de 2.460 familias en el municipio de Bituima donde se concentrará el estudio de mercado.

Tabla 15. Número de habitantes por estrato económico – San Juan de Rio seco

Estrato	%	Habitantes
1	29,78	2.842
2	51,63	4.928
3	10,60	1.012
Otros	7,99	762
Total	100,00	9.544

Grafica 14. Número de habitantes estrato económico - San Juan de Rio seco



Elaborado por: Autores, basados en:

https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/25662T7T000.PDF

En base a la información obtenida por la gráfica 14, que corresponde a la cantidad de familias ubicadas en el municipio de san juan de Rio Seco, se pudo evidenciar que para el estrato 3 existen 1.012 habitantes, para el estrato 2 corresponde a 4.928 y para el estrato más bajo 2.842.

8.7. ANALISIS DE LA OFERTA

La oferta que se logró identificar es del 100% de la demanda total, cifra que se considera relevante y dentro de un contexto real, que permitirá ejecutar con prudencia y con buenas prácticas el plan de negocio desde su producción hasta la comercialización en los establecimientos de Vianí, Bituima y San Juan de Rio Seco. Las 234.432 unidades a fabricar por mes, son un promedio que se ajusta a las estadísticas y a los datos previamente obtenidos, mostrando la viabilidad del proyecto y la proyección que se tiene en cuanto a sus ventas

8.7.1. Proyección de la oferta

Tabla 16. Programa de producción

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
% INCREMENTO	3,5%	3,6%	3,8%	3,8%	3,9%
UNIDADES	242.637	251.372	260.924	270.839	281.402

Fuente: autores

La tabla anterior indica el número de unidades a producir por cada año, esto basado en los resultados de análisis de las encuestas, realizadas a las familias de estratos 1, 2, 3 y 4

8.8. COMPETENCIA

Se realizó un trabajo de campo en los municipios de Vianí, San Juan y Bituima en busca de hallar una posible competencia en el mercado de la harina de plátano, encontrando que en estas poblaciones ninguna empresa ha incursionado en este tipo de negocio siendo para la empresa VÍA VERDE S.A.S un beneficio ya que será la pionera en incursionar este tipo de mercado en la zona.

8.9. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Se definió el perfil de los consumidores dentro de los municipios de Vianí.
 Bituima Y San Juan de Rio Seco.
- Según los estudios realizados, se pudo determinar que existe una gran demanda potencial, la cual se espera satisfacer con la comercialización y distribución del producto dentro de los establecimientos de comercio.
- Se logró identificar que los gustos de la comunidad para su correspondiente aceptación en el mercado.

8.10. PLAN DE MARKETING

8.10.1. Objetivos de marketing

VIA VERDE S.A.S tiene como actividad comercial la producción y comercialización de Harina de plátano en el Municipio de Vianí Departamento de Cundinamarca, su enfoque principal es la satisfacción de las necesidades de la población, debido a que este producto es considerado como un súper alimento diario para los niños y de gran beneficio para el sistema inmunológico del ser humano.

Se cuenta con la maquinaria necesaria para desarrollo y comercialización de la harina de plátano, toda su producción se realiza con fertilizantes procesados técnicamente con base de residuos de animales y vegetales, se utiliza agua lluvia y riego por goteo con el ánimo de generar más confianza al cliente ofreciendo un producto cien por ciento natural.

- En los próximos 2 años, se trabajará en la renovación de las presentaciones del producto respecto a las nuevas leyes medio ambientales que se estén manejando, con el fin de ser una empresa amigable con el medio ambiente.
- En los próximos 5 años, proyectar la empresa hacia un incremento en la producción y expansión, para trabajar en el posicionamiento y reconcomiendo empresarial de harina de plátano.
- Durante los próximos 5 años innovar al mercado con diferentes productos con base en harina de plátano, teniendo en cuenta la aceptación del consumidor.

8.10.2 Identificación del producto

Es un producto 100% natural, elaborado a base de plátano dominico hartón, libre de gluten, puede ser adquirido por cualquier tipo de público, por su precio asequible en el mercado y su contenido nutricional, se ofertará en diferentes presentaciones, su producción se lleva a cabo con base a las normas vigentes en la manipulación de alimentos y así generar más confianza a los consumidores.

8.10.3. Características del producto

Tabla 17. Caracterización del producto

CARACTERISTICAS GENERALES		
NOMBRE	VÍA VERDE S.A.S	
DEPARTAMENTO	Cundinamarca	
UBICACIÓN	Vianí	
CONSUMIDORES	Todo tipo de familias, en especial para los bebes y personas con enfermedades cardiovasculares o del sistema inmunológico.	
PRESENTACIÓN	Bolsa de papel kraf con cierre hermético	
PESO	250 gr	
PRECIO	\$ 3.100	
CARACTE	ERISTICAS TÉCNICAS	
HARINA DE PLÁTANO Demision Hartón Carbon / Spootho Carbon	Diseño propio en el cual se encuentran los datos básicos del fabricante, nombre comercial y contacto	
MATERIA PRIMA	Plátano	
VIDA UTIL	Un año	
VARIEDADES	Dominico hartón, cachaco, guineo y banano.	
CONSERVACIÓN DEL PRODUCTO	Lugar fresco y seco	

Fuente: Autores

8.10.4. Composición de los ingredientes de la harina de plátano

La materia prima principal es el plátano, su composición destaca su riqueza en hidratos de carbono, contiene vitaminas y minerales como potasio, calcio, magnesio.

8.10.5. Segmentación del mercado

Los principales consumidores de la harina de plátano son: Amas de casa, madres cabeza de familia, mujeres en estado de embarazo, personas de la tercera edad, jóvenes, niños, entre otros, de los municipios de Viani, San Juan y Bituima Cundinamarca

La distribución del producto harina de plátano será directamente en algunos puntos estratégicos del comercio donde por la gran afluencia de clientela va hacer más fácil dar a conocer el producto. Este producto va dirigido tanto a hombre como mujeres sin ninguna restricción.

Tabla 18. Segmentación del mercado

SEGMENTO	INDICADOR	DETALLE
Geografía	Municipio	Vianí, San Juan y Bituima
	Departamento	Cundinamarca
	País	Colombia
Demografía	Genero	Masculino y Femenino
Psicografia	Estrato	1,2,3 y 4
Socioeconómico	Ingreso salarial	=<828.116

8.10.6. Proyección de precios

Para determinar el precio se tuvo como referente el estudio realizado, y teniendo como objetivo que inicialmente se quiere vender en estratos 1, 2, 3 y 4 del municipio de Vianí, sin limitar que es un producto que es asequible para cualquier estrato, el precio que se utilizó para cada uno de estos productos fue un precio justo, que se encuentra por debajo de la gama de precios de los demás productos en el mercado, esto con el fin de lograr una buena penetración en el mercado

Tabla 19. Precio de venta

COSTO / VOLUMEN DEL F	PROE	OUCTO
COSTO MATERIA PRIMA	\$	1.670
CIF	\$	85
MANO DE OBRA DIRECTA	\$	533
COSTO UNITARIO	\$	2.288
VALOR DE VENTA	\$	3.100
UTILIDAD	\$	812
INCREMENTO		35,5%

Fuente: Autores

El cuadro anterior muestra el valor de venta por unidad, el cual se obtuvo de acuerdo al método costo / volumen de producto, tomando los valores de la materia prima, los costos indirectos de fabricación y la mano de obra directa, el cual no da el resultado de utilidad de \$812 lo que corresponde a un 35,5%.

Tabla 20. Proyección precios de venta VIA VERDE S.A.S

AÑO	1	2	3	4	5
PRECIO POR UNIDAD	\$ 3.100	\$ 3.200	\$ 3.300	\$ 3.400	\$ 3.500
INGRESO NETO ANUAL	\$ 752.175.072	\$ 804.390.580	\$ 861.049.842	\$ 920.853.667	\$ 984.907.165

Fuente: Autores

Cabe resaltar, que VIA VERDE S.A.S, entregará de manera directa sus productos a los distribuidores y no lo hará por medio de terceros, por tal razón, el cuadro anterior, explica el precio que la empresa en mención ofrecerá a los establecimientos de comercio delimitados geográficamente.

8.10.7. Estrategias de comercialización y distribución del producto

8.10.7.1. Canales de distribución

El proceso de distribución se realizará de una manera que permita satisfacer todas las necesidades de los consumidores logrando encontrar una buena acogida por parte del cliente dando al producto un crecimiento en ventas, esto se llevará a cabo por medio de los siguientes factores:

8.10.7.2. ¿Dónde se Venderá el producto?

La distribución del producto harina de plátano será directamente en algunos puntos estratégicos del comercio de los municipios de Vianí, San Juan y Bituima, tales como:

- -Supermercado el Sanjuanero
- -Autoservicio Anka
- -Supermercado Leon's
- -La tiendita donde Marce
- -Supermercado el balcón de cajuche
- -Tienda la torre
- -Supermercado Chuto
- -La molinera
- -El mono
- -Mi pequeño Bituima

- -Viani de mis amores
- -Surti Evelyn

8.10.7.3. ¿Quiénes lo distribuirán?

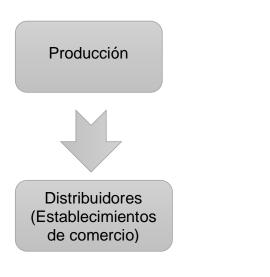
El producto de harina de plátano "VÍA VERDE" se distribuirá de manera directa a los comerciantes de los distintos municipios, para ello se asignará una persona que, con la debida capacitación anticipada, será el directo responsable de dejar los pedidos en cada establecimiento de comercio, cumpliendo con las cantidades de producto.

8.10.7.4. ¿Cómo se venderá el producto?

Las ventas dependerán del número de pedidos o cantidades solicitas por cada uno de los clientes que se contemplan y su forma de pago será de contado con la opción de analizar un posible crédito no mayor a 8 días, dependiendo del comportamiento y el cumplimiento de las obligaciones contraídas. Para el proceso de distribución de los productos, se evidencia un diagrama de bloques, donde se muestra cómo será el funcionamiento del sistema con el que se quiere llegar al cliente final.

83

Ilustración 2. Proceso de distribución





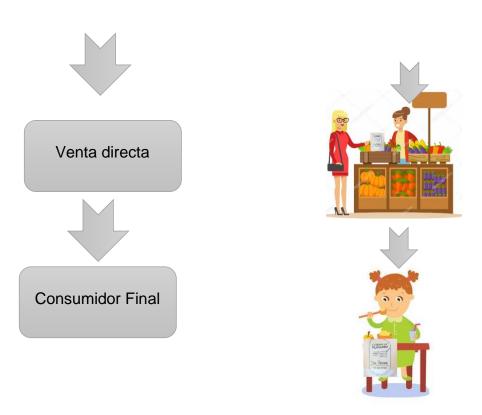


Tabla 21. Presupuesto para entregas y distribución del producto

TRANSPORTE	AÑO 1		AÑO	2	AÑO	3	AÑC) 4	AÑO 5		
TOTAL	\$	18.000.000	\$	18.540.000	\$	19.096.200	\$	19.669.086	\$	20.259.159	

Fuente: Autores

La tabla 21 muestra la manera como se proyectará el presupuesto en que se incurrirá para el transporte de los productos y su posterior entrega a los distribuidores, anualmente incrementará un 3% con relación a los años inmediatamente anteriores, dichas cifras hacen referencia directa a los gastos de ventas inherentes al vehículo de la compañía, tales como combustible, aceite, peajes entre otros en los que se incurrirá para la entrega y distribución de los productos.

8.10.8. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Para la promoción y la publicidad del producto se utilizarán las redes sociales y la comunicación personal.

8.10.8.1. Publicidad

La publicidad como técnica de comunicación comercial, fomentará el consumo y la participación de la comunidad vianiceña, bituimera y sanjuanera, generando mayor captación de clientes a fin de satisfacer sus necesidades de consumo, de un producto novedoso, económico y de gran calidad.

Para ello se utilizarán pendones, volantes y afiches informativos e ilustrativos.

Tabla 22. Presupuesto de Publicidad

PUBLICIDAD	AÑO 1			AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PENDONES	\$	430.000	\$	442.900	\$ 456.187	\$ 469.873	\$ 483.969
VOLANTES	\$	200.000	\$	206.000	\$ 212.180	\$ 218.545	\$ 225.102
AFICHES	\$	200.000	\$	206.000	\$ 212.180	\$ 218.545	\$ 225.102
TOTAL	\$	830.000	\$	854.900	\$ 880.547	\$ 906.963	\$ 934.172

Fuente: Autores

Para la publicidad, donde se utilizarán pendones, afiches y volantes, se estable el presupuesto por año de acuerdo a lo plasmado en el cuadro anterior, se destinará \$430.000 COP para fabricar 30 pendones, \$200.000 COP para 4.000 volantes y \$200.000 para 1.000 afiches, las cifras recientemente mencionadas, hacen referencia al primer año, para los siguientes años incrementará el presupuesto para cada rubro en un 3%.

9. ESTUDIO TECNICO

9.1. OBJETIVO

Elaborar el estudio Técnico, a partir de los resultados del estudio de mercado para tomar la decisión sobre el tamaño del proyecto, localización, equipos e instrumentos utilizados, logística de la planta y distribución.

9.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

A partir de los resultados del estudio del mercado se tendrá una capacidad máxima de 242.637 (gr) unidades producidas dependiendo del crecimiento potencial del mercado en los próximos años; a su vez se obtendrán equipos con tecnología apropiada para la elaboración de los productos.

9.3. FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DEL PROYECTO

Entre los factores que determinan el tamaño del proyecto se tienen los siguientes:

9.3.1. Mercado

La demanda de harina de plátano en el municipio de Vianí presenta un camino viable para la creación de VIA VERDE S.A.S. El mercado es altamente atractivo ya que, de acuerdo a la información obtenida en la investigación, se determinó que el 90 % de la población, ésta dispuesta a adquirir los productos, situación que muestra que los productos a ser ofertados son aceptados.

9.3.2. Recursos financieros

Contar con el capital necesario para hacer funcionar un proyecto, es de vital importancia, en muchas ocasiones no se dispone, siendo esto una de las restricciones que lo limitan. La opción de financiamiento para la implementación del proyecto de VÍA VERDE S.A.S será la de disponer, de crédito con entidades de emprendimiento como lo son Bancoldex, Agrario, Fondo Emprender del Sena o crédito con un banco, para ser posible el desarrollo del presente proyecto.

9.3.3. Mano de obra

La mano de obra directa se caracteriza por ser la responsable de los procesos de producción de bienes o servicios, es aquella que interviene con su esfuerzo físico y garantiza la terminación del producto final.

Tabla 23. Presupuesto mano de obra directa

OPERARIO DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2			AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD EMPLEADOS	8		8		8	8	8
SUELDO X MES	\$ 828.116	\$	849.895	\$	872.248	\$ 895.188	\$ 918.731
DOTACIÓN	\$ 200.000	\$	205.260	\$	210.658	\$ 216.199	\$ 221.885
AUX. TRANSPORTE X MES	\$ 97.032	\$	99.584	\$	102.203	\$ 104.891	\$ 107.650
SALARIOS	\$ 79.499.136	\$	81.589.963	\$	83.735.779	\$ 85.938.030	\$ 88.198.201
AUX. TRANSPORTE	\$ 9.315.072	\$	9.560.058	\$	9.811.488	\$ 10.069.530	\$ 10.334.359
PRESTA CIONES	\$ 40.544.559	\$	41.610.881	\$	42.705.247	\$ 43.828.395	\$ 44.981.082
TOTAL	\$ 129.358.767	\$	132.760.903	\$	136.252.515	\$ 139.835.956	\$ 143.513.641

Fuente: autores

9.3.4. Materias primas

El abastecimiento en cantidad y calidad de materias primas es un factor vital en el desarrollo de un proyecto. La materia prima que utilizará la empresa VÍA VERDE S.A.S. productora y comercializadora de harina de plátano en el municipio de Vianí, está compuesta por plátano de diferentes variedades (Dominico hartón, banano,

guineo y cachaco) que serán obtenidos de los terrenos proporcionados por la finca vía verde.

9.3.4.1. Costos de la materia prima

Los precios fueron tomados primeramente por la información suministrada por el dueño de la finca vía verde quien es el productor principal de la materia prima y seguidamente de fuentes comerciales del municipio de Vianí.

9.3.4.1.1 Plátano

El valor del plátano que se utiliza para la producción de harina se determina por la cantidad necesaria para elaborar el producto, para la producción de cada unidad el plátano tiene un valor de \$1.070

9.3.4.1.2. Bolsas con logo

El valor de las bolsas que se utilizan para el empaque del producto, se determina por la cantidad de producción, para cada unidad producida tiene un valor de \$600

Tabla 24. Presupuesto de materia prima e insumos por unidad

PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR	RAÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	۷A	LOR AÑO 4	VAL	OR AÑO 5
PLATANO	250	GRAMOS	\$	1.070	\$ 1.109	\$ 1.151	\$	1.194	\$	1.241
BOLSAS CON LOGO			\$	600	\$ 622	\$ 645	\$	670	\$	696
TOTAL DE MATERIA PRIMA			\$	1.670	\$ 1.730	\$ 1.796	\$	1.864	\$	1.937

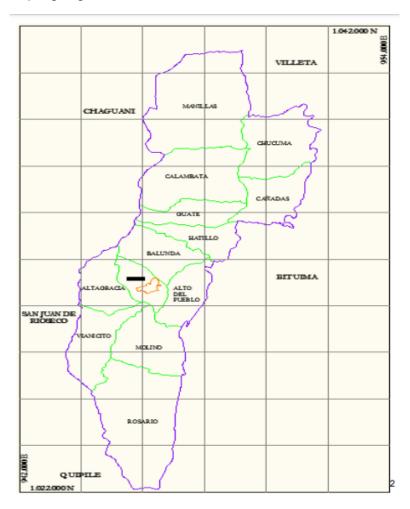
Fuente: autores

9.4. LOCALIZACIÓN

9.4.1. Macro localización

El proyecto estará ubicado en el municipio de Vianí (Cundinamarca), como se muestra en el siguiente mapa:

Ilustración 3. Mapa geográfico de Vianí



Tomado de:

 $\underline{http:/\!/cdim.esap.edu.co\!/bancomedios\!/documentos\%20pdf\!/vianicundinamarcapd2012-documentos\%2012-documentos\%20$

2015.pdf

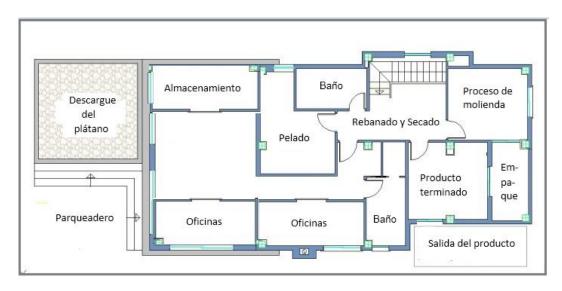
9.4.2. Micro localización

La planta estará ubicada en la vereda alto del pueblo en la zona urbana del municipio de Vianí, la cual contará con un área de 1,5 hectáreas, tendrá a su disposición servicios de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, gas natural y teléfono, cumpliendo las disposiciones del plan de ordenamiento territorial establecido por la alcandía municipal de Vianí.

9.5. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

El objetivo de la correcta distribución de la planta es encontrar la mejor forma de ubicación de las áreas de trabajo y del equipo para conseguir la máxima efectividad en la planta de trabajo, economía al mismo tiempo que la mayor seguridad y satisfacción de los trabajadores, implicando la ordenación de espacios necesarios para movimiento de material, almacenamiento, equipos de producción, equipos industriales, administración y servicios para el personal autorizado.

Ilustración 4. Distribución de la planta



9.6. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

Tabla 25. Ficha técnica del producto

FICHA TÉCN	FICHA TÉCNICA DE LA HARINA DE PLATANO									
Nombre de la empresa: VIA VERD	E S.A.S									
Dirección: cra 4 #12-55										
Ciudad: Vianí (Cundinamarca)	Telefono: 3195879796	3								
contacto: Fernando Basto	Email: Fernandobasto	o@gmail.com								
HARINA DE PLÁTANO	Descripción del producto:	Es un producto elaborado con diferentes variedades de platano, 100% natural y con gran cantidad de nutrientes.								
Dominico Hartón 🗹 Cachaco / Yopocho 🗌 Guineo / Colisero 🗎 Barsano 🗍	Materia prima: Color: textura:	Platano Blanco Hueso Fina								
VÍA VERDE	Empaque:	Bolsa de papel kraf con cierre hermético								
+(57) 322 2191408	Almasanamianta da	Debe mantenerse en un lugar seco y fresco y despues de								
*Shang(S)	Almacenamiento de conservación:	estar destapado consumirse antes de un mes								
cantidad de producción mensual:	242.637 unidades									
precios referenciales:	\$ 3.100									

Fuente: autores

9.7. FLUJOGRAMA

Con el fin de facilitar la comprensión acerca del proceso de producción de harina de plátano, a continuación, se muestra sus respectivos procesos:

Grafica 15. Flujograma



- 1. PLATANO: el cultivo del plátano se realiza en una temperatura promedio de 80° F (27° C) y la precipitación anual es entre 78 y 98 pulgadas, se necesita de suelo húmedo con buen drenaje. El tiempo entre la siembra de la planta de plátano y la cosecha del racimo es de 9 a 12 meses, luego la flor aparece en el sexto o séptimo mes.
- 2. CORTE: se hace un corte en el pseudotallo en forma de cruz que permita que el racimo por su propio peso doble el pseodotallo y se pueda sujetar antes de que llegue al suelo, el lado cortado del pinzote se pone hacia atrás sobre la espalda para evitar que los dedos se manchen con el látex que se desprende del corte, luego, se colocan sobre una superficie acolchada por hojas para que los dedos no se maltraten y se pondrán hojas sobre el racimo para evitar las quemaduras solares.
- 3. DESGAJADO: la separación de manos y dedos consiste en separar como tal el plátano del raquis y las hojas, este proceso se hace de forma manual, es decir, es necesario operarios veloces y prácticos en la utilización de cuchillos.
- 4. PELADO: el pelado del plátano se realiza manualmente haciendo necesario el uso de operarios agiles y prácticos, este proceso se hace mecánicamente para evitar mayores o menores grosores, debido a que el grosor es ideal para un buen secado, lo ideal es un grosor de 2 a 4 mm.
- 5. REBANADO: se procede a la utilización de la maquina rebanadora la cual permite rebanar el plátano de forma longitudinal, oblicua y rodajas, depositando el producto hasta conseguir 100 kg en una hora.
- 6. SECADO: se realiza en hornos y se dispone las rodas en bandejas de acero inoxidable que se acopian al proceso, se usan temperaturas entre 50 y 60 °C con el fin de disminuir la humedad para no perder los nutrientes del producto, este proceso tiene una duración de 12 horas.
- 7. MOLIENDA: el producto seco en rodajas se lleva a un molino de disco, por medio de un tornillo sin fin, el cual reduce el tamaño de los trozos de banano a un producto polvo de partículas finas.

- 8. EMPAQUE: luego de tener las cantidades necesarias del producto se procede a realizar un empaque en bolsas de papel kraf con cierre hermético.
- ALMACENAMIENTO: se procede a almacenar el producto en un lugar seco y fresco, debido a que las altas temperaturas, la humedad y mucha luz puede deteriorar el producto.
- 10. DISTRIBUCIÓN: La comercialización debe realizarse con el producto empacado y manteniendo siempre la temperatura seca y fresca.

9.7.1. Control de calidad

- Ausencia de residuos sólidos propios o ajenos a la harina pre cocida.
- Desaparición de microorganismos que puedan deteriorar el producto
- Ausencia de residuos químicos.

9.7.2. Manejo de desperdicios

Contar con un sitio específico para la disposición, almacenaje y descarga de los desechos normales del proceso de producción, así como los generados durante la higiene personal.

9.8. INFRAESTRUCTURA

9.8.1. Maquinaria y equipo directo en proceso de producción

Para llevar a cabo la producción proyectada es necesario tener en cuenta maquinaria que contribuye a la efectividad del proceso, reduciendo costos y tiempo.

9.8.1.1. Molino

Ilustración 5. Molino



Fuente: Autores

Molino eléctrico industrial con motor de dos caballos, disco de fricción, bandas, en acero inoxidable, estructura en hierro calibre 19, tiene un funcionamiento de 110 voltios, sirve para moler toda clase de cereales.

9.8.1.2. Horno

Ilustración 6. Horno



Fuente: Autores

95

Horno marca BACKOFFEN INDUSTRIAL con 12 latas sus medidas son .80mts de ancho por 1 mt de fondo ,1.80 alto, adecuado para ser instalado en locales con área pequeña.

9.8.1.3 rebanadora

Ilustración 7. Rebanadora



Fuente: Autores

Estructura de acero inoxidable que contiene una cuchilla afilada para facilitar la obtención de chifles de tamaño estándar, además, está compuesta por un carrete de plástico que empuja los plátanos hacia la cuchilla, todas sus piezas están unidas por tuercas en acero inoxidable para facilitar su montaje y limpieza.

9.8.1.4. Balanza electrónica de mesa

- Fabricada en ABS de alta resistencia
- Display LCD con luz de respaldo tipo LED
- Plato en acero inoxidable de 27 X 21 cm

- Batería recargable con adaptador
- Marca: Trumax

Ilustración 8. Balanza de mesa electrónica



Fuente: TRUMAX. (s.f.). Balanza de mesa electrónica. Obtenido de TRUMAX: http://cibalanzasdecolombia.com/categoria-producto/trumax/

9.8.1.5 Mesa de trabajo

Mesa de trabajo

Medidas:

Ancho: 90 cm

Alto: 180 cm

Marca: Exhibir equipos

Ilustración 9. Mesa de trabajo en acero inoxidable con un entrepaño



<u>F</u>uente: SOLOSTOKS. (s.f.). Mesa de trabajo en Acero Inoxidable. Obtenido de SOLOSTOKS: https://www.solostocks.com/venta-productos/equipamientos-hoteles-

Tabla 26. presupuesto maquinaria y equipo

ÍTEM	CANTIDAD	MARCA	VALOR
MOLINO	1	EMAQ	\$ 1.800.000
HORNO	1	BACKOFFEN	\$ 11.000.000
REBANA DORA	1	KITCHENWARE	\$ 2.500.000
MESA DE TRABAJO	3	EXHIBIR EQUIPOS	\$ 2.100.000
TOTAL			\$ 17.400.000

9.9. MANO DE OBRA DIRECTA

La mano de obra directa es aquella que realiza el trabajo físico, además participa activamente en la elaboración del producto o servicio, este rubro está considerado como la más importante dentro de la Microempresa ya que interviene en la elaboración de productos y comercialización de los productos.

Tabla 27. Mano de obra directa

OPERARIO DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3		AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD EMPLEADOS	8	8	8		8	8
SUELDO X MES	\$ 828.116	\$ 849.895	\$ 872.248	\$	895.188	\$ 918.731
DOTACIÓN	\$ 200.000	\$ 205.260	\$ 210.658	\$	216.199	\$ 221.885
AUX. TRANSPORTE X MES	\$ 97.032	\$ 99.584	\$ 102.203	\$	104.891	\$ 107.650
SALARIOS	\$ 79.499.136	\$ 81.589.963	\$ 83.735.779	\$	85.938.030	\$ 88.198.201
AUX. TRANSPORTE	\$ 9.315.072	\$ 9.560.058	\$ 9.811.488	\$	10.069.530	\$ 10.334.359
PRESTACIONES	\$ 40.544.559	\$ 41.610.881	\$ 42.705.247	\$	43.828.395	\$ 44.981.082
TOTAL	\$ 129.358.767	\$ 132.760.903	\$ 136.252.515	\$	139.835.956	\$ 143.513.641

Fuente: Autores

9.10. NECESIDAD SERVICIOS PÚBLICOS

Para el óptimo funcionamiento y a fin de garantizar las operaciones del proyecto, se requiere los servicios básicos de energía, gas natural, acueducto, telefonía e internet. Las condiciones de infraestructura sanitaria, redes de conexión, redes eléctricas y el servicio de telefonía móvil y fija deben contar con buenas condiciones y para ello se plantea a continuación un presupuesto de servicios públicos.

Tabla 28. Presupuesto costos anuales servicios públicos

SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENERGÍA	\$ 16.800.000	\$ 17.241.840	\$ 17.695.300	\$ 18.160.687	\$ 18.638.313
ACUEDUCTO	\$ 2.400.000	\$ 2.463.120	\$ 2.527.900	\$ 2.594.384	\$ 2.662.616
GAS NATURAL	\$ 264.000	\$ 270.943	\$ 278.069	\$ 285.382	\$ 292.888
TELEFONÍA E INTERNET	\$ 1.200.000	\$ 1.231.560	\$ 1.263.950	\$ 1.297.192	\$ 1.331.308
TOTAL	\$ 20.664.000	\$ 21.207.463	\$ 21.765.219	\$ 22.337.645	\$ 22.925.125

9.11. NECESIDAD DE INFRAESTRUCTURA

La compañía necesita adecuar a sus necesidades los espacios confinados donde requiere ejercer todas sus labores, tan de las áreas administrativas como operativas, por tal razón se incurrirá en el siguiente presupuesto:

Tabla 29. Presupuesto de infraestructura y adecuaciones locativas

ÍTEM	CANTIDAD	VAL	OR UNITARIO	۷A	LOR TOTAL
DIVISIÓN EN SUPERBOARD	2	\$	260.000	\$	520.000
ENCHAPE DE AREA DE PROCESOS	UN	\$	1.000.000	\$	1.000.000
INSTALACIONES ELÉCTRICAS	UN	\$	500.000	\$	500.000
LOCAL PARA OPERACIONES	UN	\$	20.000.000	\$	20.000.000
TOTAL				\$	22.020.000

10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

10.1. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

La empresa "VIA VERDE S.A.S" eligió este tipo de sociedad para su constitución, por tener más facilidades para su creación por un documento privado y sin necesidad de establecer una duración determinada, sus costos financieros son bajos. Además, cualquier persona natural o jurídica no importa que sea nacional o extranjera ni micro o grandes empresarios puede conformar una S.A.S.

La ley 1258 de 2008 por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada S.A.S, que posee más flexibilidad y facilidades para los empresarios. Esta ley expresa y manifiesta que una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S), se caracteriza entre algunas razones por:

- La S.A.S una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una figura jurídica.
- Es una sociedad de capitales.
- La sociedad por acciones simplificadas siempre será comercial.
- Su creación se realiza mediante documento privado.
- Su inscripción se hará de manera directa en una sede de la cámara de comercio más cercano al lugar del domicilio principal.
- Las actividades determinadas en el objeto social pueden ser indeterminada

En su artículo 5 indica los requisitos mínimos que debe contener el documento de constitución, los cuales son:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada"; o de las letras S.A.S.

- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

Para el caso de disolución o liquidación de la Sociedad por Acciones Simplificada se tendrá en cuenta por las siguientes razones:

- Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si los hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración.
- Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
- Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
- Por las causales previstas en los estatutos.
- Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.
- Por orden de autoridad competente.

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

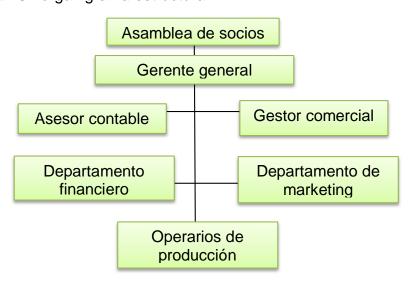
10.2. ORGANIGRAMA

Es una representación visual que muestra los cargos de los empleados de forma jerárquica según los rangos y departamentos que conforman la organización. Son de gran importancia tanto para la empresa dado el caso de un empleado nuevo para incluir el contacto en el área indicada y para el contratante para conocer la estructura de la organización. VÍA VERDE S.A.S contara con el siguiente organigrama estructural.

10.3. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

VÍA VERDE S.A.S por medio del organigrama estructural, podrá determinar las áreas y las actividades que se realizaran dentro de la microempresa para tener un mayor control sobre la organización.

Grafica 16. organigrama estructural



Fuente: Por Autores

103

10.4. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

10.4.1. Nombre de la empresa

VIA VERDE S.A.S

10.4.2. Logotipo

Ilustración 10. Logotipo



10.4.3. Slogan

VÍA VERDE- PRODUCCION AGRICOLA MAS LIMPIA

10.4.4. Misión

Ser una empresa innovadora de productos agrícolas, con la producción de harina de plátano, ofreciendo un producto libre de gluten, de alto nivel nutritivo, satisfaciendo las necesidades del consumidor con este producto novedoso realizado por profesionales y garantizando los más altos estándares de sanidad y calidad.

10.4.5. Visión

Para el año 2024 ser una empresa líder en la comercialización y producción de harina de plátano en el mercado a nivel departamental y posteriormente abrir mercados a nivel nacional para llegar a todos los rincones del país, mejorando la vida diaria de muchas personas, cumpliendo con los estándares más altos de calidad.

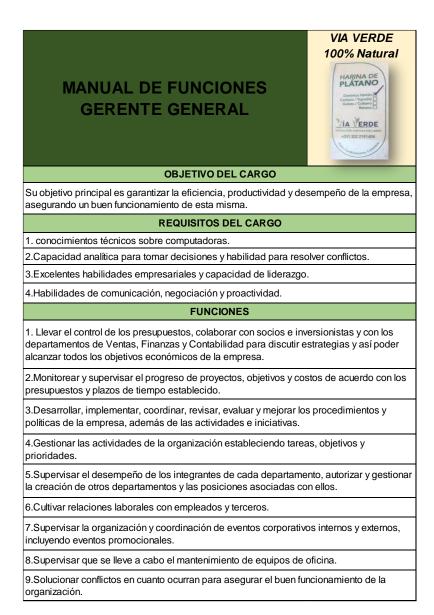
10.4.6. Valores corporativos

- Disciplina
- Eficiencia
- Honestidad
- Compromiso
- Excelencia
- Innovación
- Calidad
- Responsabilidad
- Lealtad

10.5. MANUAL DE FUNCIONES

VÍA VERDE S.A.S posee un manual de funciones como herramienta de trabajo en donde se refleja las normas y tareas que desarrolla cada trabajador, buscando efectividad y seguridad en los procesos que requieran ser realizados por personas previamente capacitadas

10.5.1. Funciones del gerente general



10.5.2. Funciones gestor comercial

MANUAL DE FUNCIONES GESTOR COMERCIAL



OBJETIVO DEL CARGO

Responder y velar por las entregas de los productos, realizar gestión comercial que permita captar y obtener nuevos clientes, excelente actitud y presentación personal.

REQUISITOS DEL CARGO

- 1. Técnico o tecnologo en la carrera de administracion de empresas, contaduria pubica o afines.
- 2. experiencia de 2 años en el area
- 3. licencia de conducción

FUNCIONES

- 1. Realizar visitas periódicas a los distribuidores, a fin de conocer sus inquietudes y así mejorar el servicio.
- 2. Transportar y entregar los productos dentro de los tiempos y plazos pactados con los distribuidores.
- 3. Analizar el mercado de las zonas aledañas para establecer un posible ingreso a dichas áreas.
- 5. Permanecer atento y con excelente presentación personal para atender las solicitudes de los distribuidores.

10.5.3. Funciones de operario de producción

MANUAL DE FUNCIONES OPERARIO DE PRODUCCIÓN



OBJETIVO DEL CARGO

Su objetivo principal es fabricar y elaborar harina de platano en procesos que van desde el desgajado del platano hasta el ampaque del producto final.

REQUISITOS DEL CARGO

- 1. Conocimientos en la elaboracion del producto
- 2. Ser una persona activa
- 3. Experiencia mayor a 3 meses

FUNCIONES

- 1. Operar maquinas y equipos
- 2. Conocer el funcionamiento de los equipos destinados a sus labores.
- 3. Sugerir maneras de mejorar el proceso..
- 4. Registro de datos confiables.

10.6. VENTAS (GESTOR COMERCIAL)

Los empleados que no participan de manera directa en el proceso de producción y transformación de las materias primas deben ubicarse dentro de este ítem, para ello la compañía "VIA VERDE S.A.S" dispone de un empleado encargado del transporte y entrega de los productos previamente solicitados.

Tabla 30. Presupuesto ventas

GESTOR COMERCIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD DE EMPLEADOS	1	1	1	1	1
SUELDO X MES	\$ 950.000	\$ 974.985	\$ 1.000.627	\$ 1.026.944	\$ 1.053.952
DOTACIÓN	\$ 200.000	\$ 205.260	\$ 210.658	\$ 216.199	\$ 221.885
AUX. TRANSPORTE X MES	\$ 97.032	\$ 99.584	\$ 102.203	\$ 104.891	\$ 107.650
SALARIOS	\$ 11.400.000	\$ 11.699.820	\$ 12.007.525	\$ 12.323.323	\$ 12.647.427
AUX. TRANSPORTE	\$ 1.164.384	\$ 1.195.007	\$ 1.226.436	\$ 1.258.691	\$ 1.291.795
PRESTA CIONES	\$ 5.814.000	\$ 5.966.908	\$ 6.123.838	\$ 6.284.895	\$ 6.450.188
TOTAL	\$ 18.675.416	\$ 19.166.579	\$ 19.670.660	\$ 20.187.999	\$ 20.718.943

Fuente: Autores

10.7. EQUIPOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

La compañía para el desarrollo y cumplimiento de sus labores debe disponer de equipos de cómputo, teléfonos e impresora para realizar y registrar los procesos administrativos.

Tabla 31. Presupuesto equipos de administración y ventas

ÍTEM	CANTIDAD	VALC	R UNITARIO	VAI	LOR TOTAL
COMPUTA DORES	3	\$	800.000	\$	2.400.000
TELÉFONOS	2	\$	80.000	\$	160.000
IMPRESORA LÁSER	1	\$	600.000	\$	600.000
TOTAL				\$	3.160.000

10.8. MUEBLES Y ENSERES

El área administrativa y de ventas necesita para optimizar sus operaciones un mobiliario adecuado y cómodo para utilizar en sus instalaciones, seguido se aprecia un presupuesto para los muebles y enseres.

Tabla 32. Presupuesto de muebles y enseres

ÍTEM	CANTIDAD	VAL	OR UNITARIO	۷A	LOR TOTAL
ESCRITORIOS	3	\$	200.000	\$	600.000
SILLAS ADMINISTRATIVAS	6	\$	90.000	\$	540.000
BOTIQUIN	2	\$	20.000	\$	40.000
PAPELERA	4	\$	10.000	\$	40.000
TABLERO	1	\$	80.000	\$	80.000
TOTAL				\$	1.300.000

Fuente: Autores

10.9. POLÍTICAS ADMINISTRATIVAS

La empresa Vía Verde S.A.S en uso de sus facultades para delegar y asignar funciones como se describen en el ítem anterior, decide a nivel administrativo realizar una serie de parámetros para que, tanto sus funcionarios internos como externos acojan, con el fin de garantizar un mejor ambiente laboral y buenas prácticas profesionales, de ahí, surgen los siguientes criterios que se deben tener en cuenta:

- Realizar buenas prácticas operacionales.
- Prestar el mejor servicio de atención hacía los clientes.
- Velar por mantener el buen ambiente laboral.
- Ejecutar buenas prácticas contables.
- Asesorar y acompañar concomitantemente los procesos productivos y administrativos a quien les sea delegado.
- Cumplir con los horarios y funciones asignadas.

- Garantizar el compromiso total con el desarrollo del objeto social de la compañía.
- Realizar buenas prácticas jurídicas y representar a la compañía si se llegase a necesitar.

11. GESTIÓN DE MANEJO DE DESECHOS Y RESIDUOS

El decreto 3075 de 1997, manifiesta que la salud es un bien de interés público, por ende, todas las etapas por la cuales pasa un producto, que comprende desde la fabricación hasta el mismo consumo por parte de los clientes finales, deben garantizar estándares de calidad a fin de satisfacer las necesidades de los consumidores.

11.1. DISPOSICIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS

- Los residuos sólidos deben ser removidos frecuentemente de las áreas de producción y disponerse de manera que se elimine la generación de malos olores, el refugio y alimento de animales y plagas y que no contribuya de otra forma al deterioro ambiental.
- El establecimiento debe disponer de recipientes, locales e instalaciones apropiadas para la recolección y almacenamiento de los residuos sólidos, conforme a lo estipulado en las normas sanitarias vigentes. Cuando se generen residuos orgánicos de fácil descomposición se debe disponer de cuartos refrigerados para el manejo previo a su disposición final. 36

De acuerdo al decreto 3075 de 1997, el ministerio de salud sugiere que para el manejo de los residuos se disponga de estructuras adecuadas para el control y clasificación de dichas materias sobrantes, para garantizar la eliminación de malos olores y posible contaminación del producto, esto con la finalidad de cumplir con las reglas sanitarias, generando una recolección adecuada de residuos que generen una práctica amigable con el reciclaje y el medio ambiente.

³⁶ COLOMBIA, C. D. (1997). Decreto 3075 Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 09 de 1979 y se dictan otras disposiciones. Bogotá, Colombia

Ilustración 11. Canecas ecológicas



Tomado de: http://www.canecas.com.co/canecas-de-reciclaje-por-colores.

Blanco: Residuos aprovechables

Negro: Residuos no aprovechables

Verde: Residuos orgánicos o biodegradables

Azul: Para los plásticos.37

Tabla 33. Disposición de residuos

RESIDUOS RECICLABLES	RESIDUOS NO RECICLABLES
Papel	Baterías
Cartón	Aerosoles
Periódico	Bombillos
Botellas de gaseosa y agua	Lámparas de neón
Envases de productos de limpieza	Recipientes refractarios
Bolsas de empaques	Vidrios de seguridad

³⁷ http://www.inforeciclaje.com/colores-del-reciclaje.php

11.2. DISPOSICIÓN DE RESIDUOS LÍQUIDOS

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

Como se muestra en los párrafos anteriores, para la disposición de los residuos líquidos, se debe contar con las instalaciones sanitarias óptimas y al tiempo, se debe mantener un control, de tal manera que permita tener presente el lavado y desinfección de las áreas expuestas a una posible contaminación generada por los residuos líquidos.

12. ESTUDIO FINANCIERO

Este estudio permitirá determinar las variables y presupuestos económicos para el desarrollo del proyecto, mediante la identificación de los recursos necesarios de inversión, ingresos, egresos y demás costos y gastos en los que se debe incurrir para garantizar el funcionamiento y puesta en marcha del proyecto, este estudio también busca determinar la posibilidad de que, al vender el producto al precio establecido, el proyecto pueda dejar un margen de rentabilidad.

12.1. INVERSIÓN DEL PROYECTO

Tabla 34. Inversión inicial del proyecto

ÍTEM	TC	TAL
CAPITAL DE TRABAJO		
EFECTIVO	\$	80.000.000
SUBTOTAL	\$	80.000.000
CAPITAL NO DEPRECIABLE		
TERRENOS	\$	140.000.000
CAPITAL DEPRECIABLE		
CONSTRUCCIONES	\$	22.020.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$	17.400.000
VEHÍCULOS	\$	27.000.000
EQUIPOS DE COMPUTO	\$	3.160.000
MUEBLES Y ENSERES	\$	1.300.000
SUBTOTAL	\$	70.880.000
ACTIVOS DIFERIDOS		
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$	227.800
REGISTRO INVIMA	\$	2.291.121
ASESORÍAS	\$	850.000
SUBTOTAL	\$	3.368.921
TOTAL	\$	294.248.921

Fuente: Autores

Dada la información suministrada, se permite aclarar que los \$294.248.921 COP, es el monto necesario para dar inicio a las operaciones propias del proyecto de inversión, con dicha cifra, se garantiza la primera línea de producción que se mantendrá gracias al capital de trabajo (efectivo) y una vez se perciban ingresos por

la venta de los productos, se dispondrá del dinero recaudado para continuar con la productividad.

12.2. RECURSOS DEL PROYECTO

El proyecto contará con recursos propios definidos en \$94.248.921 que en términos porcentuales representan el 32% del total requerido para su puesta en marcha y el 68% restante surgirá de un crédito tomado con la entidad financiera Banco Agrario

Tabla 35. Financiamiento de inversión inicial

INVERSIÓN	
RECURSOS PROPIOS	\$ 94.248.921
CRÉDITO	\$ 200.000.000
INTERÉS EA	16,77%
PLAZO (años)	5

Fuente: Autores

12.3. AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

Tabla 36. Amortización del crédito

PERIODO	0	1		2		2		2		2		2		2		2		3		4		4		5
SALDO IINICIAL		\$ 200.000.000	\$	171.357.395	\$	137.911.426	\$	98.856.567	\$	53.252.209														
PAGO		\$ 62.182.605	\$	62.182.605	\$	62.182.605	\$	62.182.605	\$	62.182.605														
INTERES		\$ 33.540.000	\$	28.736.635	\$	23.127.746	\$	16.578.246	\$	8.930.395														
ABONO A CAPITAL		\$ 28.642.605	\$	33.445.969	\$	39.054.859	\$	45.604.358	\$	53.252.209														
SALDO FINAL	\$ 200.000.000	\$ 171.357.395	\$	137.911.426	\$	98.856.567	\$	53.252.209	\$	-														

12.4. DEPRECIACIÓN

Las depreciaciones de los activos poseídos por la empresa, se realizarán por el método de línea recta con valor de salvamento.

Tabla 37. Depreciaciones

DEPRECIACIONES	VALOR	VIDA ÚTIL (AÑOS)	% DEP. ANUAL	VR DE SALVAMENTO	DEP ANUAL
CONSTRUCCIONES	\$ 22.020.000	20	5%	\$ 1.101.000	\$ 1.045.950
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 17.400.000	10	10%	\$ 1.740.000	\$ 1.566.000
VEHÍCULOS	\$ 27.000.000	5	20%	\$ 5.400.000	\$ 4.320.000
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 3.160.000	5	20%	\$ 632.000	\$ 505.600
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.300.000	10	10%	\$ 130.000	\$ 117.000
TOTAL	\$ 70.880.000			\$ 9.003.000	\$ 7.554.550

Fuente: Autores

12.5. MATERIAS PRIMAS

Tabla 38. Costo de materias primas

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	AÑO 5
PLATANO	\$ 259.621.718	\$	278.650.952	\$	300.230.796	\$ 323.481.870	\$ 349.205.472
BOLSA CON LOGO	\$ 145.582.272	\$	156.252.870	\$	168.353.717	\$ 181.391.703	\$ 195.816.152
TOTAL	\$ 405.203.990	\$	434.903.822	\$	468.584.514	\$ 504.873.573	\$ 545.021.624

Fuente: Autores

12.6. MANO DE OBRA DIRECTA

Tabla 39. Costos mano de obra directa

OPERARIO DE PRODUCCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5
CANTIDAD EMPLEADOS		8	8		8		8		8
SUELDO X MES	\$	828.116	\$ 849.895	\$	872.248	\$	895.188	\$	918.731
DOTACIÓN	\$	200.000	\$ 205.260	\$	210.658	\$	216.199	\$	221.885
AUX. TRANSPORTE X MES	\$	97.032	\$ 99.584	\$	102.203	\$	104.891	\$	107.650
SALARIOS	\$	79.499.136	\$ 81.589.963	\$	83.735.779	\$	85.938.030	\$	88.198.201
AUX. TRANSPORTE	\$	9.315.072	\$ 9.560.058	\$	9.811.488	\$	10.069.530	\$	10.334.359
PRESTACIONES	\$	40.544.559	\$ 41.610.881	\$	42.705.247	\$	43.828.395	\$	44.981.082
TOTAL	\$	129.358.767	\$ 132.760.903	\$	136.252.515	\$	139.835.956	\$	143.513.641

12.7. VENTAS (GESTOR COMERCIAL)

Esta área es la más importante en la compañía, puesto que es allí donde se planifican estrategias para lograr las ventas proyectadas para cada mes, abarcando y teniendo en cuenta los objetivos, y valores corporativos para el desarrollo de la misma.

9.37.1 acciones

- Contratación de un vendedor en los cinco primeros años
- La metodología de apoyo al canal de distribución es la auto venta, puesto que la entrega es inmediata.
- El tipo de salario es \$950.000, donde corresponde a un salario mínimo de \$828.116 y una bonificación por ventas \$121.884.
- Se suministrará dotación 2 veces al año.

Tabla 40. Costos ventas (Gestor comercial)

GESTOR COMERCIAL	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3	AÑO 4		AÑO 5	
CANTIDAD DE EMPLEADOS	1		1		1		1		1
SUELDO X MES	\$ 950.000	\$	974.985	\$	1.000.627	\$	1.026.944	\$	1.053.952
DOTACIÓN	\$ 200.000	\$	205.260	\$	210.658	\$	216.199	\$	221.885
AUX. TRANSPORTE X MES	\$ 97.032	\$	99.584	\$	102.203	\$	104.891	\$	107.650
SALARIOS	\$ 11.400.000	\$	11.699.820	\$	12.007.525	\$	12.323.323	\$	12.647.427
AUX. TRANSPORTE	\$ 1.164.384	\$	1.195.007	\$	1.226.436	\$	1.258.691	\$	1.291.795
PRESTA CIONES	\$ 5.814.000	\$	5.966.908	\$	6.123.838	\$	6.284.895	\$	6.450.188
TOTAL	\$ 18.675.416	\$	19.166.579	\$	19.670.660	\$	20.187.999	\$	20.718.943

12.8. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Tabla 41. Gastos Administrativos

ÍTEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
NÓMINA GERENTE	\$ 28.641.416	\$ 29.394.685	\$ 30.167.765	\$ 30.961.178	\$	31.775.457
IMPUESTO PREDIAL	\$ 1.545.600	\$ 1.562.663	\$ 1.579.915	\$ 1.597.357	\$	1.614.992
SEGUROS	\$ 1.250.000	\$ 1.282.875	\$ 1.316.615	\$ 1.351.242	\$	1.386.779
HONORARIOS ASESORÍAS	\$ 1.100.000	\$ 1.326.930	\$ 1.600.676	\$ 1.930.895	\$	2.329.239
ICA	\$ 5.265.226	\$ 5.403.701	\$ 5.545.818	\$ 5.691.673	\$	5.841.364
TASA BOMBERIL	\$ 56.447	\$ 57.931	\$ 59.455	\$ 61.018	\$	62.623
CÁMARA DE COMERCIO	\$ 114.946	\$ 117.969	\$ 121.071	\$ 124.255	\$	127.523
TOTAL	\$ 37.973.634	\$ 39.146.754	\$ 40.391.315	\$ 41.717.619	\$	43.137.978

Fuente: Autores

Tabla 42. Asesoría

ASESORÍA CONTABLE-JURÍDICA	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	AÑO 5		
Outsourcing	\$	1.100.000	\$	1.326.930	\$	1.600.676	\$ 1.930.895	\$	2.329.239	
TOTAL	\$	1.100.000	\$	1.326.930	\$	1.600.676	\$ 1.930.895	\$	2.329.239	

Fuente: Autores

12.9. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Tabla 43. Total, C.I.F

SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENERGÍA	\$ 16.800.000	\$ 17.241.840	\$ 17.695.300	\$ 18.160.687	\$ 18.638.313
ACUEDUCTO	\$ 2.400.000	\$ 2.463.120	\$ 2.527.900	\$ 2.594.384	\$ 2.662.616
GAS NATURAL	\$ 264.000	\$ 270.943	\$ 278.069	\$ 285.382	\$ 292.888
TELEFONÍA E INTERNET	\$ 1.200.000	\$ 1.231.560	\$ 1.263.950	\$ 1.297.192	\$ 1.331.308
TOTAL	\$ 20.664.000	\$ 21.207.463	\$ 21.765.219	\$ 22.337.645	\$ 22.925.125

Fuente: Autores

12.10. GASTOS FINANCIEROS

Tabla 44. Gastos financieros

ÍTEM	AÑC) 1	AÑC) 2	ΑÑ	D 3	ΑÑ	0 4	AÑC	5
GRAVAMEN (4*1000)	\$	3.008.700	\$	3.087.829	\$	3.169.039	\$	3.252.385	\$	3.337.922
INTERESES	\$	2.482.178	\$	2.547.459	\$	2.614.457	\$	2.683.217	\$	2.753.786
OTROS SERVICIOS	\$	2.632.613	\$	2.701.850	\$	2.772.909	\$	2.845.837	\$	2.920.682
TOTAL	\$	8.123.491	\$	8.337.139	\$	8.556.405	\$	8.781.439	\$	9.012.391

Fuente: Autores

12.11. TOTAL, PRESUPUESTO DE GASTOS

Tabla 45. Total, presupuesto de gastos

ÍTEM	ΑÑ	01	ΑÑ	O 2	ΑÑ	Ю 3	ΑÑ	0 4	ΑÑ	O 5
GASTOS FINANCIEROS	\$	8.123.491	\$	8.337.139	\$	8.556.405	\$	8.781.439	\$	9.012.391
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$	37.973.634	\$	39.146.754	\$	40.391.315	\$	41.717.619	\$	43.137.978
C.I.F	\$	20.664.000	\$	21.207.463	\$	21.765.219	\$	22.337.645	\$	22.925.125
TOTAL PRESUPUESTO DE GASTOS	\$	66.761.124	\$	68.691.356	\$	70.712.940	\$	72.836.702	\$	75.075.493

Fuente: Autores

12.12. RESUMEN COSTOS Y GASTOS

Tabla 46. Costos y gastos totales

COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 37.973.634	\$ 39.146.754	\$ 40.391.315	\$ 41.717.619	\$ 43.137.978
GASTOS FINANCIEROS	\$ 8.123.491	\$ 8.337.139	\$ 8.556.405	\$ 8.781.439	\$ 9.012.391
C.I.F	\$ 20.664.000	\$ 21.207.463	\$ 21.765.219	\$ 22.337.645	\$ 22.925.125
DEPRECIA CIÓN	\$ 7.554.550	\$ 7.554.550	\$ 7.554.550	\$ 7.554.550	\$ 7.554.550
DIFERIDOS	\$ 1.122.974	\$ 1.122.974	\$ 1.122.974	\$ -	\$ -
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 75.438.648	\$ 77.368.880	\$ 79.390.464	\$ 80.391.252	\$ 82.630.043
COSTOS VARIABLES					
M.O.D	\$ 129.358.767	\$ 132.760.903	\$ 136.252.515	\$ 139.835.956	\$ 143.513.641
M.O.I	\$ 18.675.416	\$ 19.166.579	\$ 19.670.660	\$ 20.187.999	\$ 20.718.943
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 148.034.183	\$ 151.927.482	\$ 155.923.175	\$ 160.023.955	\$ 164.232.585
TOTAL COSTOS	\$ 223.472.831	\$ 229.296.362	\$ 235.313.639	\$ 240.415.207	\$ 246.862.628

Fuente: Autores

12.13. INGRESOS TOTALES

Tabla 47. Ingresos totales del proyecto

AÑO	1	2	3	4	5
PRECIO POR UNIDAD	\$ 3.100	\$ 3.200	\$ 3.300	\$ 3.400	\$ 3.500
UNIDADES TOTALES	242.637	251.372	260.924	270.839	281.402
INGRESO NETO ANUAL	\$ 752.175.072	\$ 804.390.580	\$ 861.049.842	\$ 920.853.667	\$ 984.907.165

Como se demuestra en el anterior cuadro, el total de ingresos netos que percibirá el proyecto para el año 1 es de \$ 752.175.072 COP y para los demás años incrementará la cifra a razón de la productividad, se espera cumplir con los pronósticos de ventas durante el horizonte del proyecto.

12.14. ESTADO DE COSTOS

Tabla 48. Estado de Costos Proyectado

ESTADO DE COSTOS PROYECTADOS VÍA VERDE S.A.S

ÍTEM	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MATERIA PRIMA INICIAL	-	-	-	-	-
MÁS: COMPRAS DE MATERIAS PRIMAS	405.203.990	434.903.822	468.584.514	504.873.573	545.021.624
MATERIA PRIMA DISPONIBLE PARA USAR	405.203.990	434.903.822	468.584.514	504.873.573	545.021.624
MENOS: MATERIA PRIMA FINAL	-	-	-	-	-
COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA	405.203.990	434.903.822	468.584.514	504.873.573	545.021.624
COSTO MANO DE OBRA DIRECTA	129.358.767	132.760.903	136.252.515	139.835.956	143.513.641
OTROS COSTOS INDIRECTOS	20.664.000	21.207.463	21.765.219	22.337.645	22.925.125
IGUAL A COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL PERIODO	555.226.758	588.872.188	626.602.248	667.047.173	711.460.390
MÁS: PRODUCTOS EN PROCESO INICIAL	-	-	-	-	-
IGUAL A COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL PERIODO	555.226.758	588.872.188	626.602.248	667.047.173	711.460.390
MENOS: PRODUCTOS EN PROCESO FINAL	-	-	-	-	-
IGUAL COSTOS PRODUCTOS TERMINADOS	555.226.758	588.872.188	626.602.248	667.047.173	711.460.390
MÁS: PRODUCTOS TERMINADOS INICIAL	-	-	-	-	-
IGUAL COSTOS DE PRODUCTOS DISPONIBLE A LA \	555.226.758	588.872.188	626.602.248	667.047.173	711.460.390
MENOS: PRODUCTO TERMINADO FINAL	-	-	-	-	-
IGUAL A COSTO DE VENTA	555.226.758	588.872.188	626.602.248	667.047.173	711.460.390

Fuente: Autores

El anterior cuadro, permite identificar los elementos del costo (Materia Prima, Mano de Obra y Costos Indirectos), en los que se incurre para realizar todo el proceso productivo que conlleva a obtener el producto terminado, vale la pena aclarar que se encuentra proyectado año a año hasta el final del horizonte.

12.15. ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 49. Estado de Resultados y otros Resultados Integrales Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS Y OTROS RESULTADOS INTEGRALES VIA VERDE S.A.S

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS NETAS	752.175.072	804.390.580	861.049.842	920.853.667	984.907.165
Ventas	752.175.072	804.390.580	861.049.842	920.853.667	984.907.165
COSTO DE VENTAS	555.226.758	588.872.188	626.602.248	667.047.173	711.460.390
Materia Prima	405.203.990	434.903.822	468.584.514	504.873.573	545.021.624
Mano de Obra Directa	129.358.767	132.760.903	136.252.515	139.835.956	143.513.641
Costos Indirectos de Fabricación	20.664.000	21.207.463	21.765.219	22.337.645	22.925.125
Servicios	20.664.000	21.207.463	21.765.219	22.337.645	22.925.125
UTILIDAD BRUTA	196.948.314	215.518.392	234.447.594	253.806.494	273.446.774
GASTOS OPERACIONALES	84.156.573	86.385.757	88.716.246	90.036.217	92.604.802
Administración	46.651.157	47.824.278	49.068.839	49.272.169	50.692.528
Gastos de Personal	28.641.416	29.394.685	30.167.765	30.961.178	31.775.457
Honorarios	1.100.000	1.326.930	1.600.676	1.930.895	2.329.239
Outsorsing Contable-Juridico	1.100.000	1.326.930	1.600.676	1.930.895	2.329.239
Impuestos	6.810.826	6.966.364	7.125.733	7.289.031	7.456.357
Seguros	1.250.000	1.282.875	1.316.615	1.351.242	1.386.779
Gastos Legales	171.392	175.900	180.526	185.274	190.146
Depreciaciones	7.554.550	7.554.550	7.554.550	7.554.550	7.554.550
Amortizaciones	1.122.974	1.122.974	1.122.974	-	-
Ventas	37.505.416	38.561.479	39.647.407	40.764.048	41.912.274
Gastos de Personal	18.675.416	19.166.579	19.670.660	20.187.999	20.718.943
Publicidad Y Propaganda	830.000	854.900	880.547	906.963	934.172
Transporte	18.000.000	18.540.000	19.096.200	19.669.086	20.259.159
UTILIDAD OPERACIONAL	112.791.741	129.132.635	145.731.348	163.770.277	180.841.973
GASTOS NO OPERACIONALES	- 8.123.491 -	8.337.139 -	8.556.405 -	8.781.439 -	9.012.391
Gastos Financieros	8.123.491	8.337.139	8.556.405	8.781.439	9.012.391
4X1000	3.008.700	3.087.829	3.169.039	3.252.385	3.337.922
Intereses	2.482.178	2.547.459	2.614.457	2.683.217	2.753.786
Otros Servicios	2.632.613	2.701.850	2.772.909	2.845.837	2.920.682
INGRESOS EXTRAORDINARIOS		-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	104.668.250	120.795.496	137.174.942	154.988.838	171.829.582
Impuesto de renta	34.540.523	39.862.514	45.267.731	51.146.317	56.703.762
UTILIDAD DEL EJERCICIO	70.127.728	80.932.982	91.907.211	103.842.521	115.125.820

Fuente: Autores

El estado de resultados muestra las utilidades producidas por el proyecto en el periodo del análisis. Con el fin de comparar los ingresos realizados con los gastos y costos realizados en el periodo en el que se analiza el proyecto. Este se realiza anualmente a partir del primer año de operación.

12.16. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Tabla 50. Estado de Flujos de Efectivo Proyectado

ES	STADO FLUJO	DO FLUJOS DE EFECTIVO VIA VERDE S.A.S					
	PROYECCIONES	0	1	2	3	4	
UNIDADES	TROTECCIONES	242.637.12	251.372.06	260.924.19	270.839.31	281,402.05	•
PRECIO		\$ 3,100		\$ 3.300	\$ 3,400		
COSTO VARIABLE		\$ 555,226,758	\$ 588.872.188	\$ 626.602.248	\$ 667.047.173	\$ 711,460,390	
GASTOS OPERACIONALES		\$ 75,479,050	\$ 77.708.234	\$ 80.038.723	\$ 82.481.667	\$ 85.050.252	
COSTOS FIJOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
CONCEPTO	0	1	2	3	4	5	1
ENTAS		\$ 752.175.072	\$ 804.390.580	\$ 861.049.842	\$ 920.853.667	\$ 984.907.165	-
COSTO DE PRODUCCION		\$ 555,226,758	\$ 588.872.188	\$ 626.602.248	\$ 667.047.173	\$ 711.460.390	
COSTOS FIJOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
GASTOS OPERACIONALES		\$ 75,479,050	\$ 77.708.234	\$ 80.038.723	\$ 82,481,667	\$ 85.050.252	
GASTOS NO OPERACIONALES		\$ 8.123.491	\$ 8.337.139	\$ 8.556.405	\$ 8.781.439	\$ 9.012.391	
DEPRECIACION		\$ 7.554.550	\$ 7.554.550	\$ 7.554.550	\$ 7.554.550	\$ 7.554.550	
MORTIZACION		\$ 1.122.974	\$ 1.122.974	\$ 1.122.974	\$ -	\$ -	
FLUJO DE CAJA ANTES DE IMPU	IESTOS	\$ 104.668.250	\$ 120.795.496	\$ 137.174.942	\$ 154.988.838	\$ 171.829.582	
MPUESTOS PAGADOS	20.00	\$ 34.540.523	\$ 39.862.514	\$ 45.267.731	\$ 51.146.317	\$ 56.703.762	
LUJO DE CAJA DESPUES DE IM	PUESTOS	\$ 70.127.728	\$ 80.932.982	\$ 91.907.211	\$ 103.842.521	\$ 115.125.820	
DEPRECIACION	. 020.00	\$ 7.554.550		\$ 7.554.550	\$ 7.554.550	\$ 7.554.550	
AMORTIZACION		\$ 1.122.974	\$ 1.122.974	\$ 1.122.974	\$ -	\$ -	
ABONO A CAPITAL		\$ 28.642.605		\$ 39.054.859	\$ 45.604.358	\$ 53.252.209	
ALOR DE RESCATE		Ψ 20.042.003	ŷ 33.443.808	ψ 33.034.033	¥ 45.004.550	\$ 9.003.000	
NVERSION	\$ 94.248.921					ψ 3.003.000	
FLUJO DE CAJA NETO	\$ (94.248.921)	\$ 50.162.647	\$ 56.164.537	\$ 61.529.876	\$ 65.792.713	\$ 78.431.161	
FJUJO DE CAJA ACUMULAD	\$ (94.248.921)		\$ 12.078.262		\$ 139.400.852		
TI I I I O DE OA IA INODESOO	,	6 7 00 050 500	6 040 000 404	¢ 000 707 005	£ 000 400 047	£ 4 004 404 7 45	
FLUJO DE CAJA INGRESOS FLUJO DE CAJA EGRESOS	\$ - \$ 94.248.921	\$ 760.852.596			\$ 928.408.217		\$ -
		\$ 710.689.949	\$ 756.903.567	\$ 808.197.489	\$ 862.615.504	\$ 923.033.554	
FLUJO DE CAJA NETO	\$ (94.248.921)	\$ 50.162.647	\$ 56.164.537	\$ 61.529.876	\$ 65.792.713	\$ 78.431.161	
PRI	2,78	Años				TASA DE IMPUE	33%
/PN	\$ 114.044.593					TIO	19,95%
TIR	53,73%					INFLACION	3,18%
RBC	1,04					RISKPRIME	11,27%
-	1,01					RISKFREE	5.50%
						BETA	1
		WEIGHT	RATE	WEIGTH*RATE	l .	TM	17%
FI	\$ 94.248.921	32%					
FE	\$ 200.000.000	68%				TIO	="RISKFREE+RISKPRIME+TASAINFLAC
OTAL	\$ 294.248.921	100%		. 1,070		RISKPRIME	B(TM-RF) 11,27%
	¥ 207.270.321	10070	WACC	14.0%		. GOIN INIVIL	2()

Fuente: Autores

El Estado de flujos de efectivo, permite mostrar los movimientos de tesorería, para luego evaluar mediante indicadores financieros el comportamiento del efectivo y así tomar decisiones adecuadas para el ente económico, mediante este Estado Financiero, se puede calcular el Período de Recuperación de la Inversión (PRI), El Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), entre otros.

12.17. PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 51. Punto de Equilibrio

GASTOS Y COSTOS FIJOS							
CIF	\$	20.664.000					
GASTOS DE ADMON	\$	46.651.157					
GASTOS EN VENTAS	\$	37.505.416					
GASTOS FINANCIEROS	\$	8.123.491					
TOTAL FIJOS	\$	112.944.064					
COSTO VARIABLE UNITA	\$	2.203					
PRECIO DE VENTA	\$	3.100					
PUNTO DE EQUILIBRIO		125.932					

UNIDADES	CF	CVT		COSTO TOTAL	INGRESO TOTAL	
-	\$112.944.064	\$	-	\$112.944.064	\$	-
10.000	\$112.944.064	\$	22.031.368	\$134.975.432	\$	31.000.000
20.000	\$112.944.064	\$	44.062.735	\$157.006.799	\$	62.000.000
30.000	\$112.944.064	\$	66.094.103	\$179.038.167	\$	93.000.000
40.000	\$112.944.064	\$	88.125.470	\$201.069.534	\$	124.000.000
50.000	\$112.944.064	\$	110.156.838	\$223.100.902	\$	155.000.000
60.000	\$112.944.064	\$	132.188.205	\$245.132.269	\$	186.000.000
70.000	\$112.944.064	\$	154.219.573	\$267.163.637	\$	217.000.000
80.000	\$112.944.064	\$	176.250.941	\$289.195.005	\$	248.000.000
90.000	\$112.944.064	\$	198.282.308	\$311.226.372	\$	279.000.000
100.000	\$112.944.064	\$	220.313.676	\$333.257.740	\$	310.000.000
110.000	\$112.944.064	\$	242.345.043	\$355.289.107	\$	341.000.000
120.000	\$112.944.064	\$	264.376.411	\$377.320.475	\$	372.000.000
130.000	\$112.944.064	\$	286.407.778	\$399.351.842	\$	403.000.000
140.000	\$112.944.064	\$	308.439.146	\$421.383.210	\$	434.000.000
150.000	\$112.944.064	\$	330.470.514	\$443.414.578	\$	465.000.000
160.000	\$112.944.064	\$	352.501.881	\$465.445.945	\$	496.000.000
170.000	\$112.944.064	\$	374.533.249	\$487.477.313	\$	527.000.000
180.000	\$112.944.064	\$	396.564.616	\$509.508.680	\$	558.000.000
190.000	\$ 112.944.064	\$	418.595.984	\$531.540.048	\$	589.000.000

Grafica 16. Punto de equilibrio



Fuente: Autores

De lo anterior se puede concluir, que en el punto de equilibrio la pérdidas o ganancias no existen, es un punto donde una vez se logre sobrepasar, se empezarán a generar ganancias y en el caso contrario, si se ubica por debajo de dicho punto, la organización estaría incurriendo en pérdidas.

12.18. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Tabla 52. Estado de Situación Financiera Proyectado

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA VÍA VERDE S.A.S

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE	80.000.000	130.162.647	186.327.183	247.857.060	313.649.773	392.080.934
DISPONIBLE	80.000.000	130.162.647	186.327.183	247.857.060	313.649.773	392.080.934
CAJA	80.000.000	130.162.647	186.327.183	247.857.060	313.649.773	392.080.934
ACTIVO FIJO	214.248.921	205.571.397	196.893.874	188.216.350	180.661.800	173.107.250
PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	210.880.000	203.325.450	195.770.900	188.216.350	180.661.800	173.107.250
TERRENOS	140.000.000	140.000.000	140.000.000	140.000.000	140.000.000	140.000.000
CONSTRUCCIONES	22.020.000	22.020.000	22.020.000	22.020.000	22.020.000	22.020.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	17.400.000	17.400.000	17.400.000	17.400.000	17.400.000	17.400.000
EQUIPO DE OFICINA	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000
EQUIPO DE COMPUTACION Y COMUN	3.160.000	3.160.000	3.160.000	3.160.000	3.160.000	3.160.000
FLOTA Y EQUIPO DE TRANSPORTE	27.000.000	27.000.000	27.000.000	27.000.000	27.000.000	27.000.000
DEPRECIACION ACUMULADA		7.554.550	- 15.109.100 -	22.663.650	- 30.218.200 -	37.772.750
DIFERIDOS	3.368.921	2.245.947	1.122.974	-	-	-
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO	3.368.921	2.245.947	1.122.974	-	-	-
TOTAL ACTIVO	294.248.921	335.734.044	383.221.057	436.073.410	494.311.573	565.188.184
PASIVO CORRIENTE	200.000.000	171.357.395	137.911.426	98.856.567	53.252.209	-
OBLIGACIONES FINANCIERAS	200.000.000	171.357.395	137.911.426	98.856.567	53.252.209	-
OTRAS	200.000.000	171.357.395	137.911.426	98.856.567	53.252.209	-
TOTAL PASIVO	200.000.000	171.357.395	137.911.426	98.856.567	53.252.209	-
PATRIMONIO						
APORTES DE CAPITAL SOCIAL	94.248.921	94.248.921	94.248.921	94.248.921	94.248.921	94.248.921
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	70.127.728	80.932.982	91.907.211	103.842.521	115.125.820
UTILIDADES DE EJERCICIOS ANTERIORES		-	70.127.728	151.060.710	242.967.921	346.810.443
TOTAL PATRIMONIO	94.248.921	164.376.649	245.309.631	337.216.842	441.059.364	556.185.184
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	294.248.921	335.734.044	383.221.057	436.073.410	494.311.573	556.185.184

Fuente: Autores

El Estado de Situación Financiera, permite identificar las cuentas nominales o de balance, es decir, las cuentas del Activo, Pasivo y Patrimonio, con el fin de analizar sus movimientos el crecimiento de la organización.

12.19. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

Por medio de la evaluación financiera del proyecto y del análisis de los resultados obtenidos a través de los indicadores de bondad financiera, se pudo identificar que la viabilidad del proyecto tiene un alto grado de asertividad, lo anterior, se sustenta

en los datos extraídos de los indicadores calculados en Excel expuestos a continuación:

12.19.1. Período de retorno de la inversión (PRI)

El período de retorno de la inversión de VIA VERDE S.A.S según el análisis previo, se pudo establecer en un lapso de 2,78 años, lo que quiere decir que, con las condiciones dadas, el proyecto tardará esos 2,78 años en generar los ingresos suficientes para suplir la inversión inicial, lo que llevado al ámbito operacional y de condiciones del mercado es aceptable considerar que es un buen tiempo de retorno de esos recursos.

PRI= 2,78 años

12.19.2. Valor presente neto (VPN)

El valor presente neto es un indicador muy utilizado al momento de evaluar proyectos de inversión, puesto que permite determinar si la entidad incrementa o reduce su valor, en este caso y como resultado del cálculo financiero, se obtuvo que VIA VERDE S.A.S tiene en total \$ 114.044.593 COP, y dicha cifra en términos de evaluación financiera es aceptable porque es superior a cero (0), indicando que el valor de la inversión crecerá a un valor semejante al valor presente neto.

VPN= \$ 114.044.593

12.19.3. Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno, asiente una medida aproximada a la rentabilidad y se expresa en términos porcentuales, lo que permite concluir que la TIR no es más que la tasa de interés que brinda una inversión y para VÍA VERDE S.A.S es de 53,73%.

TIR= 53,73%.

12.19.4. Relación beneficio costo (R B/C)

La relación beneficio costo, se analiza a partir de la sumatoria de los beneficios de la actividad empresarial o de alguna acción del negocio, para luego descontar los costos que se asocian a la toma de decisiones de dichas actividades.

Si el resultado arroja una cifra mayor a 1, significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos, permitiendo establecer su beneficio o su condición negativa, para el caso particular de VÍA VERDE S.A.S su relación beneficio costo es de: 1,04

R B/C = 1.04

CONCLUSIONES

Como conclusión principal, para el montaje del proyecto se necesita una inversión total de \$ 294.248.921, de los cuales se cuenta con recursos propios de 32% y el 68 % restante será financiado por el Banco Agrario.

Como resultado del estudio de mercado se logra identificar aspectos claves de la competencia, revelando que la empresa VÍA VERDE S.A.S no cuenta con competencia en la zona de Magdalena centro haciendo referencia a los municipios de Bituima, Viani, y San Juan de Rioseco, lo que revela un posicionamiento en el mercado favorable para la empresa de producción y comercialización de harina de plátano.

El proyecto estará ubicado en el municipio de Vianí, en la magdalena centro departamento de Cundinamarca, dada las condiciones de infraestructura, vías de acceso, ubicación estratégica, debido a que de los tres (3) municipios objeto de estudios, Vianí es el que cuenta con mayor afluencia de tráfico lo que beneficia el comercio del producto, por lo que se facilitará la distribución y entrega de la harina de plátano.

La empresa VÍA VERDE S.A.S no cuenta con competencia en la zona de Magdalena centro haciendo referencia a los municipios de Bituima, Viani, y San Juan de Rioseco, lo que revela un posicionamiento en el mercado favorable para la empresa de producción y comercialización de harina de plátano.

El estudio legal permitió determinar el tipo de empresa que se va a constituir, el perfil y funciones específicas de todos los empleados que van a trabajar en la empresa VIA VERDE S.A.S.

El proyecto tiene una relación beneficio/costo de 1,4 es decir mayor a 1, lo que demuestra que, por cada peso invertido en el proyecto, se genera 0,4 centavos de peso adicional, por lo tanto, el proyecto debe aceptarse.

Se tiene un VAN de \$114.044.593, que muestra el dinero que se tiene disponible después de que se recupere la inversión realizada, es decir el proyecto de creación de una empresa productora y comercializadora de harina de plátano es viable.

BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón Restrepo, J. J. (2012). Manejo fitosanitario del cultivo del plátano. Bogotá.

 Obtenido de https://www.ica.gov.co/getattachment/08fbb48d-a985-4f969889-0e66a461aa8b/-nbsp;Manejo-fitosanitario-del-cultivo-de-platano.aspx
- Aristizábal, R. (15 de Noviembre de 2016). *La importancia de los registros sanitarios*.

 Obtenido de Legis, Ambito Jurídico:

 https://www.ambitojuridico.com/noticias/mercantil-propiedad-intelectual-yarbitraje/la-importancia-de-los-registros-sanitarios
- COLOMBIA, C. D. (1997). Decreto 3075 Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 09 de 1979 y se dictan otras disposiciones. Bogotá, Colombia.
- DANE. (Abril de 2014). El cultivo del plátano (Musa paradisiaca), un importante alimento para el mundo. Obtenido de Insumos y factores asociados a la producción agropecuaria: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/insumos_f actores_de_produccion_abr_2014.pdf
- Economía. (2017). *Estudio Técnico*. Obtenido de Economia: http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf
- Espinosa, R. (2013). Segmentación de mercado, concepto y enfoque. Obtenido de Roberto Espinosa: https://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-demercado-concepto-y-enfoque
- FAO. (2004). Perspectivas a Plazo Medio de los Productos Básicos Agrícolas. Roma: FAO.

- FELIX, E. (s.f.). *Distribución de la población de Colombia por estratos*. Obtenido de infogram: https://infogram.com/estratos-colombia-1gge9m8ox6dopy6
- Gabriel. (2013). *Técnicas de recolección de datos*. Obtenido de gabriellebet: https://gabriellebet.files.wordpress.com/2013/01/tecnicas-de-recoleccic3b3n4.pdf
- Hernández, A. H., Duran Hernández, L., & Hernández Rivera, G. (2015). *Harina de plátano "Photarina"*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa2/n7/p4.html
- Industria y Comercio, S. (2005). Cadena productiva del plátano diagnóstico de libre competencia.

 Obtenido de sic.gov: http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/
 Estudios_Economicos/Estudio%20economico%20Plantano%20++.pdf
- Labormx. (2015). ¿Qué significa el estudio de factibilidad de un proyecto? Obtenido de Labor Mexicana: http://www.labormx.com/estudio-factibilidad.html
- Lamarca, A. (4 de Diciembre de 2016). *Harina de plátano, el nuevo superalimento*.

 Obtenido de Revista Mujer:

 http://www.revistamujer.cl/2016/12/04/01/contenido/un-nuevo-super-food-harina-de-platano.shtml/
- López Parra, M. E., & Aceves López, J. N. (2018). *Estudio administrativo... un apoyo*en la estructura organizacional. Obtenido de itson:

 https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudioadmtivo.

 pdf

- Martinez, H. (1 de Noviembre de 2016). Estudio de mercado y análisis de la demanda. Obtenido de Consultoría: http://cedconsultoria.net/2016/11/01/estudio-mercado-y-analisis-demanda/
- Mercado Vargas, H., & Palmerín Cerna, M. (s.f.). *Análisis de la demanda*. Obtenido de BIBLIOTECA VIRTUAL de Derecho, Economía y Ciencias Sociales: http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/334/analisis%20de%20la%20demanda.htm
- MIRANDA MIRANDA, J. J. (2005). Gestión de proyectos: Ealuación financieraeconómica-social-ambiental. *5*, 83-115. Bogotá: MM editores.
- Muncipal, C. (2000). Esquema de Ordenamiento Territorial Vianí. Obtenido de República de Colombia Departamento de Cundinamarca: http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/documentos%20pdf/vian%C3%AD%2 0eot.pdf
- Pampa, L. (2019). *Harinas de plátano*. Obtenido de Pampa Ltda: https://www.pampaltda.com.co/producto/harinas-de-platano.html
- Peiró, R. (2018). *Análisis PEST*. Obtenido de Economipedia: https://economipedia.com/definiciones/analisis-pest.html
- Planeación, S. d. (2019). Visor Estadístico Municipal. Obtenido de Cundinamaca: http://www.cundinamarca.gov.co/Home/SecretariasEntidades.gc/Secretaria deplaneacion/SecretariadeplaneacionDespliegue/asestadisticas_contenidos /csecreplanea_estadis_visor
- Portnoy, A. (16 de Abril de 2010). *Pan de plátano*. Obtenido de Gusto por la historia: https://gustoporlahistoria.com/category/cocina-y-gastronomia/page/5/

- QuestionPro. (2019). ¿Qué es un estudio de factibilidad del mercado? Obtenido de QuestionPro: https://www.questionpro.com/blog/es/factibilidad-del-mercado/
- Redacción. (26 de Julio de 2019). *Financiamiento*. Obtenido de Concepto Definición: https://conceptodefinicion.de/financiamiento/
- Riquelme, M. (23 de Mayo de 2015). *El Análisis PEST*. Obtenido de Web y Empresas: https://www.webyempresas.com/el-analisis-pest/
- Rodriguez, A. (10 de Octubre de 2019). ¿Qué es el análisis de la competencia y cómo hacerlo? Obtenido de CreceNegocios: https://www.crecenegocios.com/analisis-de-la-competencia/
- segob.guanajuato. (s.f.). *Estudio de Mercado*. Obtenido de http://segob.guanajuato.gob.mx/sil/docs/capacitacion/guiasEmpresariales/G uiaEstudioMercado.pdf
- SOLOSTOKS. (s.f.). *Mesa de trabajo en Acero Inoxidable*. Obtenido de SOLOSTOKS: https://www.solostocks.com/venta-productos/equipamientos-hoteles-
- Taxonomo. (17 de Junio de 2010). *Una alternativa más: Los derivados del plátano*. Obtenido de isarac.mforos: https://isarac.mforos.com/988674/9304868-una-alternativa-mas-los-derivados-del-platano/
- TRUMAX. (s.f.). Balanza de mesa electrónica. Obtenido de TRUMAX: http://cibalanzasdecolombia.com/categoria-producto/trumax/
- Ucha, F. (Diciembre de 2013). *Definición de Plátano*. Obtenido de Definición ABC: https://www.definicionabc.com/general/platano.php

- Universal, R. (1 de Abril de 2017). ¿Qué tantas variedades de plátano conoces? *EL UNIVERSAL*.
- Vianí Cundinamarca, A. (01 de Enero de 2018). *Nuestro Municipio*. Obtenido de Alcaldía Municipal Vianí Cundinamarca: https://www.municipio.com.co/municipio-viani.html#transport
- Weebly. (2015). *Inversiones del Proyecto*. Obtenido de Formulación y análisis de proyectos: https://formulacionyanalisisdeproyectos.weebly.com/estudio-financiero.html