

**DOCUMENTO FINAL
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD SOBRE LA CREACION DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS A BASE DE
BOROJÓ EN EL DISTRITO DE BUENAVENTURA**

KELLY CORDOBA VENITE

**UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PACÍFICO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA CONTADURÍA PÚBLICA
BUENAVENTURA – VALLE
2018**

**DOCUMENTO FINAL
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD SOBRE LA CREACION DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS A BASE DE
BOROJÓ EN EL DISTRITO DE BUENAVENTURA**

KELLY CORDOBA VENDE

**DIRECTOR:
GEORGE GARCÉS RIVAS
Administrador de Empresas**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PACÍFICO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA CONTADURÍA PÚBLICA
BUENAVENTURA – VALLE
2018**

NOTA DE ACEPTACION

Aprobado por el comité de trabajo de grado
en cumplimiento de los requisitos exigidos
por la Universidad del Valle Sede Pacifico
para optar al título de Contador Publico.

Firma del presidente del Jurado

Firma Jurado

Firma Jurado

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	13
1. DESCRIPCIÓN PROBLEMA.	14
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	14
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
2. ANTECEDENTES	16
3. JUSTIFICACIÓN	17
4. OBJETIVOS	19
4.1. Objetivo General	19
4.2. Objetivos Específicos	19
5. MARCO REFERENCIAL	20
5.1. Marco Conceptual	20
5.1.1. Estudio de Factibilidad	20
5.1.2. Evaluación Financiera de Proyectos	21
5.2. MARCO TEÓRICO	22
5.3. MARCO CONTEXTUAL	26
5.4. MARCO LEGAL	27
6. ESTUDIO DE MERCADO	29
6.1. VARIABLES O PARÁMETROS DEL ESTUDIO DE MERCADOS	29
6.1.1. Identificación Del Producto	29
6.1.2. Usos de los productos.	30
6.1.3. Usuarios.	30
6.1.4. Presentación.	31
6.1.5. Composición.	31
6.1.6. Sustitutos.	31
6.1.7. Bienes de Capital, Intermedios y Finales.	31
6.1.8. Condiciones de Política Económica.	32
6.1.9. Materia Prima	32
6.2. Proveedores	32
6.3. Competencia.	33
6.3.1. Competencia Directa	33
6.3.2. Competencia Indirecta.	35
6.4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN	35
6.5. CONSUMIDOR	36
6.5.1. Proyección de la Demanda.	36
6.6. PRECIO	37
6.6.1. Análisis del Precio.	37
6.7. OFERTA DEL PRODUCTO.	37
6.8. CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE MERCADO.	41
6.9. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	41
6.10. DISEÑO METODOLÓGICO	42
6.10.1. Método de Investigación.	42

6.10.2.	Tipo de Estudio.	42
6.10.3.	Fuentes y Técnicas de Recolección de Información.	43
6.10.4.	Procesamiento de La Información	43
6.10.5.	Calculo Muestra	43
6.10.6.	Encuesta	44
6.10.7.	Análisis de la Encuesta	47
6.10.8.	Ficha Técnica	63
6.10.9.	Análisis del Estudio de Mercado	63
6.11.	ANÁLISIS DOFA	64
6.12.	DEMANDA INSATISFECHA	65
6.13.	DEMANDA ESPERADA	65
6.14.	ESTRATEGIA DE VENTAS	66
6.15.	DEFINICIÓN DE LAS CUATRO P	67
6.15.1.	Producto	67
6.15.2.	Precio	68
6.15.3.	Plaza	69
6.15.4.	Publicidad	69
6.15.5.	Presentación de los Productos:	70
7.	ESTUDIO TÉCNICO	72
7.1.	Descripción de los Recursos	72
7.1.1.	Materia Primas.	72
7.1.2.	Maquinaria, Equipos Y Herramientas	72
7.1.3.	Mano de Obra	72
7.2.	PROCESO PRODUCCIÓN	73
7.2.1.	Recepción y Almacenaje de la Materia Prima (Borojo)	73
7.2.2.	Descripción Analítica	73
7.2.3.	Descripción Operativa	75
7.3.	CONTROL DE CALIDAD, HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL	76
7.3.1.	Control de Calidad	76
7.3.2.	Higiene, Seguridad y Sanidad	77
7.4.	LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA	78
7.4.1.	Macro localización	78
7.4.2.	Micro localización	78
7.5.	CAPACIDAD DISPONIBLE DE LA EMPRESA.	80
7.5.1.	Capacidad Disponible día	80
7.5.2.	Capacidad Disponible Mensual	80
7.6.	Cantidades de Materia Prima Requeridas por Producto.	81
7.6.1.	Jugo De Borojó: Bolsa de 200 ml	81
7.6.2.	Concentrado de Borojó: Bolsa de 300 gramos.	81
7.6.3.	Pulpa De Borojó: Bolsa de 300 gramos.	82
7.7.	Tamaño del proyecto.	82
7.8.	DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	83
7.9.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	84
8.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	85
8.1.	ANÁLISIS DE LA EMPRESA	85

8.1.1.	Descripción de la empresa	85
8.1.2.	Misión	85
8.1.3.	Visión	85
8.1.4.	Valores corporativos	85
8.1.5.	OBJETIVOS	86
8.1.5.1.	Objetivo General.	86
8.1.5.2.	Objetivos Específicos.	86
8.2.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	87
	JEFE DE PRODUCCIÓN	87
8.3.	MANUALES DE FUNCIONES	87
8.3.1.	Manual de Funciones del Gerente	88
8.3.2.	Manual de Funciones de la Secretaria.	89
8.3.3.	Manual de Funciones Contador.	90
8.3.4.	Manual de Funciones Vendedor.	91
8.3.5.	Manual de funciones Jefe de Producción.	92
8.3.6.	Manual de Funciones de los Operario.	93
8.4.	SELECCIÓN DEL PERSONAL	94
8.4.1.	Proceso de Reclutamiento	94
8.4.2.	Proceso de Selección	94
8.4.3.	Proceso de Inducción	94
8.4.4.	Salario de los Trabajadores.	95
9.	ESTUDIO LEGAL	96
9.1.	TIPO DE SOCIEDAD A CONSTITUIR	96
9.2.	PASOS PARA CREAR LA EMPRESA “RAÍCES DEL PACIFICO”	96
9.2.1.	Verificación del nombre o razón social.	96
9.2.2.	Elaboración de la minuta.	97
9.2.3.	Pago del impuesto de registro sobre la escritura	101
9.2.4.	Registro de libros de contables	102
9.2.5.	Tramites ante la DIAN	103
9.3.	AFILIACIÓN A LA ASEGURADORA DE RIESGOS LABORALES (ARL)	104
9.4.	RÉGIMEN DE SEGURIDAD SOCIAL	104
9.5.	AFILIACIÓN FONDO DE PENSIONES Y CESANTÍAS	104
9.6.	APORTES PARAFISCALES	105
10.	ESTUDIO FINANCIERO	106
10.1.	OBJETIVO DEL ESTUDIO FINANCIERO.	106
10.2.	INVERSIONES	106
10.2.1.	Constitución de la Empresa	106
10.2.2.	Maquinaria, Equipo y Herramienta.	107
10.2.3.	Muebles y Enseres.	107
10.2.4.	Equipo de Comunicación y Computación.	108
10.2.5.	Adecuación.	108
10.2.6.	Inversión Inicial	109
10.2.7.	Depreciación.	109
10.3.	COSTOS DE PRODUCCIÓN.	110

10.4.	GASTOS ADMINISTRATIVOS	111
10.5.	GASTOS OPERACIONALES	112
10.5.1.	Servicios Públicos.	112
10.5.2.	Papelería.	112
10.5.3.	Publicidad.	113
10.5.4.	Gastos Arrendamiento.	113
10.5.5.	Seguro.	114
10.5.6.	Trasporte de Mercancía.	114
10.5.7.	Implementos de Aseo	114
10.6.	COSTOS	116
10.6.1.	Costos Variables	116
10.6.2.	Costos Fijos.	117
10.6.3.	Costo Total	117
10.6.4.	Margen de Contribución.	118
10.6.5.	Punto de Equilibrio	118
10.7.	PRONOSTICO DE VENTA.	119
10.8.	ESTADO DE RESULTADOS	120
10.9.	FLUJO DE CAJA	121
10.10.	BALANCE GENERAL	122
11.	EVALUACIÓN FINANCIERA	124
11.1.	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).	124
11.2.	RELACIÓN BENEFICIO COSTO	125
11.3.	VALOR PRESENTE NETO	125
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	126
	BIBLIOGRAFÍA	127
	ANEXOS	128

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Competencia de las marcas de jugos posicionadas.	35
Tabla 2. Consumo de productos elaborados a base de frutas	47
Tabla 3. Frecuencia de productos elaborados a base de frutas.	48
Tabla 4. Fruta más demanda	49
Tabla 5. Lugar donde adquirir productos elaborados a base de frutas	50
Tabla 6. Marcas Preferidas.	51
Tabla 7. Exigencias sobre el producto	52
Tabla 8. Gusto por el Borojón	53
Tabla 9. Ha probado el por el Borojón	54
Tabla 10. Consumo de jugo Borojón	55
Tabla 11. Consumo de concentrados de Borojón	56
Tabla 12. Consumo de Pulpa Borojón	57
Tabla 13. Sitio donde compra de los jugos, concentrado y pulpa Borojón	58
Tabla 14. Conocimiento sobre el contenido nutricional del Borojón	59
Tabla 15. Intención de compra.	60
Tabla 16. Producto que más consumiría.	61
Tabla 17. Sitio de compra.	62
Tabla 18. Proyección de ventas año 1 en unidades	66
Tabla 19. Proyección de ventas años 1 al 5 en unidades	66
Tabla 20. Proyección de ventas años 1 al 5 en pesos	66
Tabla 21. Cantidades de materia prima para el jugo de Borojón.	81
Tabla 22. Cantidades de materia prima para el Concentrado de Borojón.	81
Tabla 23. Cantidades de materia prima para la pulpa de Borojón.	82
Tabla 24. Cantidades Producidas.	82
Tabla 25. Cronograma de actividades	84
Tabla 26. Descripción de Cargo Gerente	88
Tabla 27. Descripción de Cargo Secretaria	89
Tabla 28. Descripción de Cargo Contador	90
Tabla 29. Descripción de Cargo Vendedor	91
Tabla 30. Descripción de Cargo Jefe de Producción	92
Tabla 31. Descripción de Cargo Operarios	93
Tabla 32. Salario de los trabajadores	95
Tabla 33. Gastos Constitución de Empresa	106
Tabla 34. Maquinaria, Equipos y Herramientas.	107
Tabla 35. Muebles y Enseres	108
Tabla 36. Equipos de Comunicación y Computación	108
Tabla 37. Adecuación de local.	109
Tabla 38. Inversión Inicial	109
Tabla 39. Depreciación.	110
Tabla 40. Costos de Producción Año 1	110
Tabla 41. Costos de Producción Años 1 a 5	111

Tabla 42. Gastos Administrativos.	111
Tabla 43. Gastos Servicios Públicos.	112
Tabla 44. Gastos Papelería.	112
Tabla 45. Gastos Publicidad.	113
Tabla 46. Gastos Arrendamiento.	113
Tabla 47. Gastos Seguro.	114
Tabla 48. Gastos Transporte de Mercancía.	114
Tabla 49. Gastos Implementos de Aseo	115
Tabla 50. Gastos Operacionales	115
Tabla 51. Costos variables unitarios.	116
Tabla 52. Costos variables total.	116
Tabla 53. Costos fijos total.	117
Tabla 54. Costo total	118
Tabla 55. Pronóstico de Venta.	119
Tabla 56. Estado de resultados	120
Tabla 57. Flujo de caja	121

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Mapa por Comuna Distrito de Buenaventura.	26
Figura 2. El Borojó	32
Figura 3. Esquema de Distribución de los jugos, pulpas y concentrados de Borojó.	35
Figura 4. Jugo de Borojó	67
Figura 5. Pulpa de Borojó	68
Figura 6. Concentrado de Borojó	68
Figura 7. Logotipo y Etiqueta	70
Figura 8. Descripción operativa del proceso.	75
Figura 9. Macro localización	78
Figura 10. Micro localización	79
Figura 11. Distribución de Planta.	83
Figura 12. Estructura organizacional.	87

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Grafica 2. Participación Departamental en la producción nacional de Borojón.	33
Grafica 3. Producción de frutas en Colombia Nivel Superior	38
Grafica 4. Producción de frutas en Colombia	38
Grafica 5. Producción de las principales frutas en Colombia para el año 2003 (toneladas)	39
Grafica 6. Producción de las principales frutas en Colombia para el año 2003 (toneladas),	40
Grafica 7. Consumo de productos elaborados a base de frutas.	47
Grafica 8. Frecuencia de productos elaborados a base de frutas.	48
Grafica 9. Fruta más demanda	49
Grafica 10. Lugar donde adquirir productos elaborados a base de frutas	50
Grafica 11. Marcas preferidas.	51
Grafica 12. Exigencias sobre el producto	52
Grafica 13. Gusto por el Borojón	53
Grafica 14. Ha probado el por el Borojón	54
Grafica 15. Consumo de jugo de Borojón	55
Grafica 16. Consumo de concentrados de Borojón	56
Grafica 17. Consumo de Pulpa Borojón	57
Grafica 18. Sitio donde compra de los jugos, concentrado y pulpa Borojón	58
Grafica 19. Conocimiento sobre el contenido nutricional del Borojón	59
Grafica 20. Intención de compra.	60
Grafica 21. Producto que más consumiría.	61
Grafica 22. Consumo del Borojón	62

LISTA DE ANEXO

	Pág.
Anexo 1. Equipos y herramientas	128
Anexo 2. Encuesta	130
Anexo 3. Modelo de minuta de una sociedad limitada	133

INTRODUCCIÓN

Debido a que los recursos son limitados, todo proyecto de inversión que se realice debe obedecer a un adecuado y ordenado estudio, que permita detectar las variables críticas incidentes en el desarrollo del mismo y que estén acordes con la magnitud del proyecto, de manera que no se quede corto y tampoco se sobredimensione, pues ambos extremos acarrearán graves perjuicios para la futura empresa.

Un estudio de factibilidad tiene como fin estimar las ventajas y desventajas de carácter técnico y financiero, para la puesta en marcha de un proyecto de inversión, en este caso la creación de la Empresa Productora y comercializadora de productos a base de Borojó en el Distrito de Buenaventura, de manera que se puedan reducir al mínimo las probabilidades de fracaso en la toma de decisiones y del desarrollo del proyecto.

El estudio de factibilidad pretende determinar que tan atractiva y rentable es la puesta en marcha de esta empresa, que contribuirá a la generación de nuevas fuentes de trabajo y al desarrollo comercial e industrial de la región.

Una de las características del Distrito de Buenaventura, es que está ubicado estratégicamente en el centro del departamento del Valle del Cauca; su entorno económico es en su mayoría comercial lo que favorece el posicionamiento de cualquier producto ya que es considerada como una Zona Económica Especial y por sus grandes beneficios tributarios que ofrece.

Otra de las grandes ventajas que reúne este estudio de factibilidad es que servirá para generar empleo en el Distrito de Buenaventura, dado que el personal de planta vive en este mismo lugar.

El presente proyecto define claramente el problema a solucionar y las razones de su realización, los objetivos del mismo y desarrolla una serie de estudios y análisis que permiten dar solución al problema.

Finalmente, se realiza la evaluación financiera y económica del proyecto, en la cual se identifica la viabilidad o no de este proyecto, así como recomendaciones para su buen desarrollo.

1. DESCRIPCIÓN PROBLEMA.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El entorno económico que enfrenta actualmente Colombia, hace que haya una mayor tasa de desempleo, un alza en el nivel de pobreza, y poco desarrollo económico; el Distrito de Buenaventura no resulta ajeno a esta problemática pues los niveles de desempleo y pobreza son altos según los resultados de la encuesta de hogares realizada en el 2003 por el Distrito de manera conjunta con el DANE, demuestran que la incidencia de la pobreza alcanza el 80,6% de la población, mientras que la indigencia llega al 43,5%. Para 2003 el nivel de pobreza en Buenaventura se explica, entre otros, por la alta tasa de desempleo (29%), subempleo (35%) y los bajos niveles salariales (63% de los ocupados ganan menos de un salario mínimo), que impiden que los miembros de los hogares lleven los recursos necesarios para cubrir las necesidades de alimentos y el consumo de otros bienes y servicios básicos"¹.

Lo anterior ha generado problemas de violencia y orden público tales como: homicidios, secuestros, explosivos, transporte de drogas, manejo de armas, disputado por Guerrilleros, AUC y narcotraficantes, entre otros.

Dadas las características de establecimiento y manejo que se le está dando en la actualidad a los cultivos ilícitos, se observa que la región pacífica no ha sido ajena a este problema, la eliminación manual o por vía aérea de estos, ha ocasionado serios inconvenientes para la siembra del Borojó, dado que el suelo sufre: degradación, pérdida de la materia orgánica etc. Por ello, se hace necesaria una propuesta alternativa de erradicación, que integre aspectos relativos a la recuperación ambiental, debe propender por el establecimiento de una cobertura forestal multiestrato con múltiples beneficios ambientales como disminución de la erosión, incorporación de materia orgánica, regulación hidrológica, además de la producción de diferentes productos comerciales como madera y frutas.

Estos cultivos están establecidos en su mayoría en zonas que de conformidad con el sistema de clasificación de formaciones vegetales de Holdridge (1996), pertenecen a las zonas de vida bosque húmedo tropical (bh-T) a bosque pluvial tropical (bp-T), correspondientes a sitios de clima cálido, caracterizado por

¹ DANE, Encuesta Continua de Hogares en Buenaventura, 2003.

temperaturas superiores a 24°C, precipitación superior a 2000 mm/año, y altitudes menores a 1000 msnm².

Esta problemática hace que la cosecha de Borojón se deteriore y no sea utilizado para su comercialización, porque no es un producto inocuos para el consumo humano, por lo anterior se requiere de un modelo agroforestal para continuar produciendo Borojón y otros productos.

En busca de contribuir con la soluciones de los problemas que han estado asechando a la región, como la falta de empleo, la violencia y la falta de educación, la administración municipal, el SENA y el sector privado están impulsando una cultura emprendedora en el Distrito de Buenaventura; igualmente las universidades y centros han encaminado a sus estudiantes hacia la creación de empresas que puedan generar empleo, aprovechando oportunidades latentes en el mercado.

Teniendo clara la situación actual de Distrito de Buenaventura, la producción y comercialización del Borojón en concentrados, pulpa y refrescos, sería una fuente de empleos que generaría ingresos y desarrollo, debido a que en Buenaventura y la Costa Pacifica cuenta con una gran cosecha de este producto; así mismo se observa que en la actualidad el Borojón con valor agregado no se comercializa en gran escala en la región.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es factible desde el punto de vista comercial, técnico, legal, organizacional, y financiero, producir y comercializar jugos, concentrados y pulpa de borojón en el Distrito de Buenaventura?

² <http://www.fao.org/DOCREP/ARTICLE/WFC/XII/0587-B5.HTM>

2. ANTECEDENTES

El Borojón es una fruta, altamente energética, y nutritiva. Se utiliza comúnmente en Colombia, y se está dando a conocer en otros países, principalmente por sus propiedades afrodisíacas y porque ayuda a combatir enfermedades como: las afecciones bronquiales, diabetes, hipertensión arterial, importancia sexual, entre otras; además por tener un alto nivel de aminoácidos, ayudan a nutrir el cuerpo, especialmente para personas con dietas vegetarianas.

Desde tiempos atrás es evidente la poca comercialización de productos de la Costa Pacífica; si bien son muy apetecidos por ser nutritivos y agradables al paladar, no se les ha dado aprovechamiento pertinente; entre estos se destaca el Borojón, que en los últimos años ha tenido una mayor comercialización, pues de manera informal se vende jugos, pasteles, mermeladas, jaleas, etc. Igualmente ha sido combinado con otros productos como el Noni para aprovechar mejor sus propiedades.

Un reciente estudio realizado a las semillas de este fruto, ha dado como resultado el Boro tinto, producto que se obtiene de un proceso que consiste en transformar las semillas (tostarlas y molerlas), es muy similar al que se realiza con el café; el Boro tinto posee nutrientes como el fósforo, el hierro y el magnesio y además es energizante³,

³ www.periódicomira.com / secciónpaisA-5

3. JUSTIFICACIÓN

Esta idea de negocios surge gracias a la existencia de un gran cantidad de productos autóctonos de la Región Pacífica, tales como el Borojó, el chontaduro y naidí, entre otros; y debido a la poca comercialización de estos, se decide crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos a base de Borojó en diferentes presentaciones, para dar a conocer su excelente sabor y sus múltiples beneficios; para ello se considerara un talento humano conocedor del fruto, con amplia experiencia en el cultivo, y que de igual forma sea conocedor del proceso comprendido desde su recolección, bien sea madura o verde, hasta su transformación; teniendo en cuenta lo anterior se podrán aprovechar todos estos conocimientos que serán de gran beneficio tanto para ellos como para la empresa.

En el Distrito de Buenaventura, se venden diferentes tipos de refrescos artificiales de mango, uva, fresa, guanábana, manzana, maracuyá, limón, naranja, granadilla, piña, etc.; fabricados por empresas como Coca-Cola, Postobon y Alpina, entre otras, que están muy bien posicionadas en el mercado, por el sabor y calidad de sus productos, y se puede observar que en tiendas y supermercados no se vende de manera regular, jugos, pulpa y concentrados de productos elaborados a base de frutos de la Costa Pacífica tales como Borojó y chontaduro, que son los más comunes, generando una demanda insatisfecha que requiere ser atendida.

Actualmente en el Distrito se observa gran número de personas desempleadas y desplazadas por la violencia de la zona rural, prácticas en el trabajo del campo y de la tierra, quienes necesitan urgentemente una vía de escape a sus problemas, gracias a la consecución de empleo y generación de ingresos. Estas serían los principales candidatos a ocupar las vacantes que se generen en la nueva organización, contribuyendo con su conocimiento sobre el manejo de la materia prima y generando un gran impacto social positivo en la población. Igualmente estas serán capacitadas para afianzar sus conocimientos sobre cultivo, a través de cursos en el Sena, para que adquieran un nivel más avanzado de estudio.

Cabe resaltar que la producción y comercialización del Borojó con valor agregado puede resultar rentable, pues el Borojó se ha convertido ya, en algunos hogares, en una fruta de consumo diario; hay quienes argumentan que encabeza la lista de los afrodisíacos; otros le atribuyen facultades curativas; los demás la comen porque es altamente nutritiva y rica en fósforo; sus alcances nutritivos son tan grandes que una fruta puede reemplazar a una libra de carne, siempre y cuando

se conserve en lugar fresco y no se deje congelar demasiado ya que de este modo no pierde sus nutrientes⁴.

Se observa la falta de compañías dedicadas a la producción y comercialización de frutos autóctonos de la región; hoy por hoy existen dos empresas que comercializan el Borojón: CI Borojón de Colombia S.A. y Borojón el Pionero; cabe resaltar que ninguna de estas está ubicada en el Distrito de Buenaventura y sus alrededores.

A partir de lo anterior se hace necesario realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jugos, concentrados y pulpa de Borojón en diferentes presentaciones en el Distrito de Buenaventura.

⁴ <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-68066>

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

Realizar un estudio que permita determinar la factibilidad del montaje de una fábrica dedicada a la producción y comercialización de jugos, concentrados y pulpa de Borojó con personas desplazadas del Distrito de Buenaventura.

4.2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercados que permita definir el mercado objetivo, igualmente determinar la demanda potencial, análisis de la competencia, debilidades, amenazas y oportunidades.
- **Elaborar** el estudio técnico para establecer las materias primas e insumos requeridos, maquinaria y herramientas a utilizar, así mismo como la capacidad de producción o capacidad instalada de la empresa.
- **Determinar la estructura orgánica, funcional y legal** que incluye el marco legal y la organizacional de la empresa.
- **Hacer** un estudio financiero que permita determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1. Marco Conceptual

5.1.1. Estudio de Factibilidad⁵

El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación.

El estudio de factibilidad debe conducir a:

- Determinación plena e inequívoca del proyecto a través del estudio de mercado, la definición del tamaño, la ubicación de las instalaciones y la selección de tecnología.
- Diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto.
- Estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología/lo mismo que los costos de operación y el cálculo de los ingresos.
- Identificación plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto.
- Definición de términos de contratación y pliegos de licitación de obras para adquisición de equipos y construcciones civiles principales y complementarias.
- Sometimiento del proyecto si es necesario a las respectivas autoridades de planeación y ambientales.
- Aplicación de criterios de evaluación tanto financiera como económica, social y ambiental, que permita allegar argumentos para la decisión de realización del proyecto.

Del estudio de factibilidad se puede esperar: o abandonar el proyecto por no encontrarlo suficientemente viable, conveniente u oportuno; o mejorarlo, elaborando un diseño definitivo, teniendo en cuenta las sugerencias y modificaciones que surgirán de los analistas representantes de las alternas fuentes de financiación, o de funcionarios estatales de planeación en los diferentes

⁵ Miranda Miranda, Juan José. Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental. MMEditores, 2005

niveles, nacional, sectorial, regional, local o empresarial. En consecuencia, los objetivos de cualquier estudio de factibilidad se pueden resumir en los siguientes términos:

- a. Verificación de la existencia de un mercado potencial o de una necesidad no satisfecha.
- b. Demostración de la viabilidad técnica y la disponibilidad de los recursos humanos, materiales, administrativos y financieros.
- c. Corroboración de las ventajas desde el punto de vista financiero, económico, social o ambiental de asignar recursos hacia la producción de un bien o la prestación de un servicio.

5.1.2. Evaluación Financiera de Proyectos⁶

La evaluación financiera de proyectos es una investigación profunda del flujo de fondos y de los riesgos, con el objeto de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto. Está destinada a observar los factores involucrados en su realización. Sin ella, una entidad comercial no tiene la información necesaria, para tomar una decisión fundada sobre los alcances y riesgos de un proyecto.

La evaluación de un proyecto de inversión, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica, financiera y social; con el fin de resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable, asignando los recursos económicos existentes a la mejor alternativa.

En la actualidad, una inversión inteligente requiere de una buena estructuración y evaluación, la cual indique la pauta a seguir, en aspectos como: la correcta asignación de recursos, la seguridad de que la inversión será realmente rentable, la decisión del ordenamiento de varios proyectos en función a su rentabilidad y finalmente, tomar una decisión de aceptación o rechazo.

Valor presente neto: Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

El método del Valor Presente Neto (VPN), es una de las técnicas de evaluación financiera más utilizadas en la evaluación de un proyecto de inversión, lo anterior,

⁶ Sandra Lorena Restrepo Escobar. Administrador de Negocios y MBA de la Universidad EAFIT.2012

se debe a dos razones fundamentales: la primera es su sencilla aplicación y la segunda, se relaciona con el cálculo de los ingresos y egresos futuros, traídos a valores presentes, esto significa, que se puede visualizar claramente si los ingresos son mayores que los egresos.

Tasa interna de retorno: Este método consiste en encontrar una tasa de interés en la cual se cumplen las condiciones buscadas en el momento de iniciar o aceptar un proyecto de inversión. Tiene como ventaja frente a otras metodologías como la del VPN, que en éste se elimina el cálculo de la Tasa de Interés de Retorno (TIR), dándole una característica favorable en su utilización por parte de los administradores financieros.

Otros: indicadores relevantes: Entre otros indicadores a tener en cuenta están: Período de recuperación de la inversión, tasa de rentabilidad verdadera, costo anual uniforme equivalente y la relación beneficio-costos. El indicador más relevante entre estas opciones, es el Período de Recuperación de la Inversión (PR) el cual basa sus fundamentos, en la cantidad de tiempo que debe utilizarse para recuperar la inversión, sin tener en cuenta los intereses. Es decir, si un proyecto tiene un costo total y por su implementación se espera obtener un ingreso futuro, ¿cuánto es el tiempo estimado para recuperar la inversión inicial?

5.2. MARCO TEÓRICO

Después de haber analizado la bibliografía existente, fueron escogidos los siguientes autores, porque reafirman los conocimientos y brindan lineamientos claros respecto a este proyecto.

Para comenzar se debe anotar que toda persona que desee crear una empresa puede hacerlo, debe tener en cuenta que el objetivo final de esa idea, se convierta en un proyecto real. Para Galindo, "Es importante que el futuro empresario analice y tenga en cuenta los factores internos y externos que optimizan o afectan su negocio, ya que el proyecto empresarial puede ser viable, para lo cual es necesario cumplir el proyecto en el tiempo de puesta en marcha generar producción y ventas en el tiempo inicialmente planeado. Pero también puede ser factible que se realice de acuerdo a los planes inicialmente establecidos. Los factores externos que afectan un proyecto empresarial y que tienen incidencia directa en las debilidades y en las fortalezas, genera efectos trascendentales hasta el punto de obtener éxito o fracaso, dependiendo de la solidez, de nuestro negocio alguna de estas variables son: el mercado, las competencias, las políticas

macroeconómicas que definen los gobiernos, los efectos inflacionarios, los problemas sociales, los decretos y leyes, los efectos ambientales”.⁷

De la misma forma para el autor Andrade “Cuando se está configurando un proyecto empresarial se deben hacer análisis previos a la determinación de un proyecto los cuales posibilitan el conocimiento de la interrelación entre los factores que intervendrán en el desarrollo empresarial futuro y éste facilitara la toma de decisiones ante acontecimientos cambiantes e irreversibles. No debe importarnos demorar la puesta en marcha de un proyecto empresarial, tomémonos todo el tiempo que se requieran si existen dudas no resueltas. Una nueva actividad es una aventura pero conviene poner todos los medios a nuestro alcance para delimitar sus riesgos conocer las variables que intervendrán en su evolución y determinar nuestras líneas de actuación sobre ellas.

No se debe improvisar ni pensar que cuando vayan surgiendo los problemas irán resolviéndose. Antes de la puesta en marcha hay tiempo de retirarse o de prepararse adecuadamente. Después, quizás no lo haya”⁸

Respecto al emprendedor o nuevo empresario, ha de preocuparse del desarrollo ajeno, del desarrollo de sus colaboradores como del propio. Para el autor Irizar “Los emprendedores de éxito consiguen que el proyecto les ilusione no solo a ellos, sino también a todos los que le rodean en su trabajo.

Dado que es intrínseco de los nuevos negocios la indefinición de roles y tareas y la existencia de un mayor número de problemas con los productos o servicios todavía sin asentar, para poder sobre llevarlo se procurara generar buen ambiente en el equipo. El emprendedor sabe que depende de sus colaboradores, por lo que hará todo lo posible para potenciar los aspectos positivos, sobre los que descansa el buen ambiente de trabajo, como pueden ser la claridad de los objetivos, el reconocimiento por el trabajo bien hecho, la claridad en la comunicación, y la búsqueda del compromiso. De otra parte el nuevo empresario debe tener una característica que con la practica ha de aprender a sobre llevar el estrés que produce asumir fuertes riesgos. Para cultivar esta característica, el nuevo empresario debe hacer gala de: optimismo, liderazgo, Serenidad, positivismo, carácter y saber aprovechar oportunidades”⁹

⁷ GALINDO, Carlos Julio, Manual para la creación de empresas, Edición Ecoe, Pag.4, 2004

⁸ ANDRADE, Julio Flórez, Crear y dirigir la nueva empresa, Edición Ecoe Ediciones, Pág. 7, 2002.

⁹ IRIZAR, Iñazio, Como crear una empresa, Editorial Gestión 2000, Pág. 74, 2004.

Existen una serie de técnicas, que permiten obtener una primera orientación sobre esa idea de negocio, tiene suficiente potencial y perspectiva favorables para la creación de una nueva empresa prospera, es decir si se trata de una idea viable. Para los autores Bermejo, Rubio, De la vega:” Se debe elaborar un completo plan de negocios en el que se estudien detalladamente todas las variables que concurren en la puesta en marcha de un determinado proyecto empresarial, con lo anterior se pretende intentar de alguna manera predecir de antemano, y por consiguiente con un menor riesgo, las posibilidades de éxito en base a una serie de criterios generales. Se recomienda una secuencia de 5 pasos para la evaluación inicial de una idea de negocios: Definir la perfectamente la idea de negocio, analizar el mercado sobre el que se pretende actuar, relacionar la idea con el mercado, examinar os recursos y capacidades y probar la idea en el mercado”.¹⁰

Del mismo modo la gerencia de proyectos comprende todas las actividades administrativas y técnicas necesarias para asegurar la ejecución eficaz y eficiente del proyecto. En efecto para Miranda “Dichas actividades comprometen los procesos (iniciación, planeación, ejecución, control y finalización), que dan salida a las siguientes funciones: planeación, programación, organización, dirección, ejecución información y control”.¹¹

El autor Gabriel Baca Urbina, en su libro Evaluación de Proyectos, indica los pasos que deben ser desarrollados al realizar un plan de negocios, para lo cual se realizan los estudios de mercado, técnico y económico – financiero, además de la evaluación económica – financiera.¹²

Según Baca Urbina, deberán especificarse los objetivos del estudio y los del proyecto. Los

primeros deberán ser básicamente tres, a saber:

1. Verificar que existe un mercado potencial insatisfecho y que es viable, desde el punto de vista operativo, introducir en ese mercado el producto objeto del estudio.
2. Demostrar que existe la tecnología para producirlo, una vez que se verificó que no existe impedimento alguno en el abasto de todos los insumos necesarios para su producción.
3. Demostrar la rentabilidad económica de su realización. Los objetivos del proyecto están en función de las intenciones de quienes lo promueven, y se puede agregar cuáles son las limitaciones que se imponen, dónde sería preferible la

¹⁰ BERMEJO, Manuel, RUBIO, Isabel, La creación de la empresa propia, Editorial McGraw – Hill, Pag.40,2004

¹¹ MIRANDA Miranda, Juan José, El desafío de la gerencia de proyectos, Editorial MM Editores, Pag. 59,2004

¹² BACA, Gabriel. Evaluación de Proyectos, Editorial McGraw – Hill, Pag. 7, 2010

localización de la planta, el tipo de productos primarios que se desea industrializar, el monto máximo de la inversión y otros elementos

Con el nombre de estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.

El estudio económico – financiero tiene como objetivo ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

Comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial a partir de los estudios de ingeniería, ya que estos costos dependen de la tecnología seleccionada. Continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial.

Otro de sus puntos importantes es el cálculo del capital de trabajo, que aunque también es parte de la inversión inicial, no está sujeto a depreciación ni a amortización, dada su naturaleza líquida.

Los aspectos que sirven de base para la siguiente etapa, que es la evaluación económica, son la determinación de la tasa de rendimiento mínima aceptable y el cálculo de los flujos netos de efectivo. Ambos, tasa y flujos, se calculan con y sin financiamiento. Los flujos provienen del estado de resultados proyectados para el horizonte de tiempo seleccionado.

Cuando se habla de financiamiento es necesario mostrar cómo funciona y cómo se aplica en el estado de resultados, pues modifica los flujos netos de efectivo. De esta forma se selecciona un plan de financiamiento, y se muestra su cálculo tanto en la forma de pagar intereses como en el pago del capital.

La evaluación económica describe los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto. Esta parte es muy importante, pues es la que al final permite decidir la implantación del proyecto.

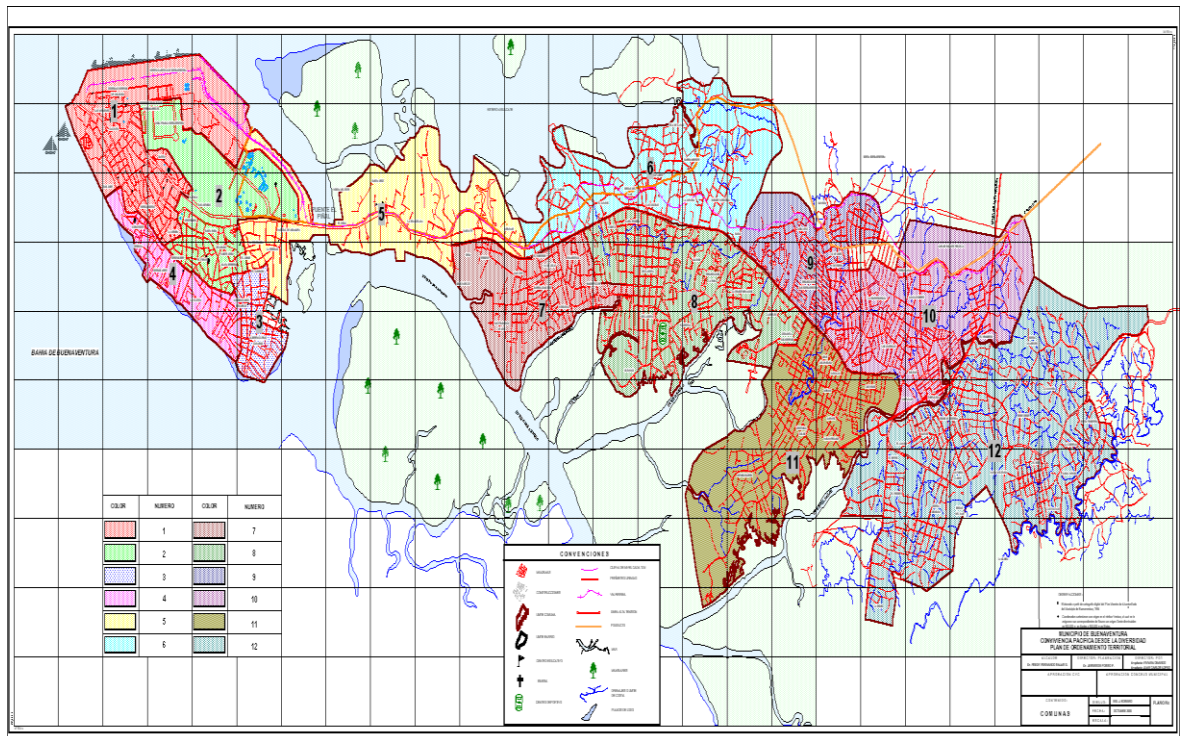
5.3. MARCO CONTEXTUAL

El Distrito de Buenaventura tiene una extensión de 6.297 km.² (28,6% de la superficie departamental) y para 2005 la población era de 324.207 habitantes. Limita por el oriente con los Distrito de Jamundí, Cali, Dagua y Calima, por el norte con el departamento del Chocó; por el sur con el departamento del Cauca y por el occidente con el Océano Pacífico.

Se encuentra hemisféricamente a 30°50'00" de Latitud Norte y 77°00'00" de Longitud Oeste. Ubicado en el sur occidente Colombiano, en el departamento del Valle del Cauca.

La producción y comercialización del Borojó en jugo, pulpa y concentrados se realizará en EL BAJO CALIMA, Km. 24 Vía Buenaventura – Cali.

Figura 1. Mapa por Comuna Distrito de Buenaventura.



Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial de Buenaventura

5.4. MARCO LEGAL

En Colombia no existen registros ni descripción al respecto. La normatividad internacional dependerá de cada país, se debe documentar cualquier información sobre la Producción y Comercialización del Borojó y sus derivados. En general es igual que cualquier alimento o en el caso de procesado igual que cualquier medicamento magistral. Igualmente existen varios procesos legales que le competen al producto como:

- **Certificación Ambiental.**

Por el Ministerio de Salud. Subdirección de Ambiente y Salud. Según el decreto 3075 de 1987, capítulo XI, le corresponde dictar normas que se relacionan con: certificado de inspección sanitaria para exportación, este señala en el artículo 66 la documentación para expedir dicho certificado de inspección.

- **Certificación Fitosanitaria**

Instituto Colombiano de Agricultura (ICA).
Ministerio de Agricultura y Desarrollo.
Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA).

- **Certificación Técnica.**

Ministerio de Desarrollo Económico, división de Normalización y Calidad.
Secretaría Técnica.

- **Certificación de Calidad.**

Se obtendrá un certificado de cultivo orgánico a través de la Corporación Colombiana Internacional, quien tiene un programa de Certificación de Productos Ecológicos diseñado siguiendo los aspectos y reglamentos establecidos y vigentes en el ámbito nacional por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural mediante la Resolución 0074 del 2002.

Dentro de las normas a tener en cuenta con la realización de este proyecto tenemos:

- **Decreto No. 1603 del 31 de Julio de 1978.**

Por el cual se reglamenta el Código Nacional de los Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente y la Ley 23 de 1973 en materia de fauna silvestre.

- Decreto No. 1600 DEL 27 de Julio de 1994.

Por el cual se reglamenta parcialmente el Sistema Nacional Ambiental –SINA- en relación con los Sistemas Nacionales de Investigación Ambiental y de Información Ambiental.

- Ley 29 del 1990 27 de Febrero de 1990.

Por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias

- **Decreto 393 de 1991 del 12 de Febrero de 1991.**

Por el cual se dictan normas sobre asociación para actividades científicas y tecnológicas, proyectos de investigación y creación de tecnologías.

6. ESTUDIO DE MERCADO

El montaje de nuevas empresas, ya sea que estas se vayan a dedicar a actividades productivas y/o comerciales ya existentes o aquellas que piensan en la producción de nuevos productos, requiere previo a su despliegue técnico y económico, de una herramienta clave en el proceso de toma de decisiones sobre la factibilidad de cualquier proyecto en un mercado determinado; esta herramienta o método es más conocida como la investigación de mercado, que en este caso ayudará a cuantificar de manera sistemática y objetiva la demanda potencial para el jugo, pulpa y concentrados de Borojó que se piensan producir.

6.1. VARIABLES O PARÁMETROS DEL ESTUDIO DE MERCADOS

- ✓ Proporción de personas que consumen el producto.
- ✓ Intención de compra.
- ✓ Razones de consumo.
- ✓ Frecuencia de consumo.
- ✓ Presentación.
- ✓ Empaque.
- ✓ Precio.
- ✓ Lugar de adquisición.
- ✓ Preferencias de consumo (Sabor, Marca).
- ✓ Requisitos para el consumo del producto.

6.1.1. Identificación Del Producto

Producto. Los productos que se proyecta ofertar por la Empresa Raíces del Pacífico son: jugos, pulpas y concentrados elaborados a base de Borojó.

- **EL JUGO:** es el líquido obtenido de exprimir algunas clases de frutas frescas maduras y limpias, sin diluir, concentrar o fermentar. También se consideran jugos los productos obtenidos a partir de jugos concentrados o clarificados, congelados o deshidratados, a los cuales se les ha agregado solamente agua, en cantidad tal que restituya la eliminada en el proceso y conservantes.
- **LA PULPA:** es el producto pastoso, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de frutas

frescas, sanas, maduras y limpias y se le adhiere conservantes para su duración.

- **CONCENTRADOS:** Es el producto elaborado con jugo, pulpa de frutas adicionado de agua, aditivos e ingredientes permitidos por la norma colombiana y conservantes.

Durante los primeros años la producción se enfocará en uno solo de ellos, mientras se fortalece el proceso productivo y el posicionamiento en el mercado. Posteriormente, se procesarán los otros dos.

Una vez se realice la investigación de mercados, será escogido el producto inicial, de acuerdo con el nivel de preferencia que muestren los potenciales clientes.

6.1.2. Usos de los productos.

- **El jugo**

Se usa para energizar a las personas, para tomarlo como bebida casera para compartir las comidas.

- **El concentrado**

Es utilizado para hacer jugos, jaleas, y para curar todo tipo de enfermedades como el cáncer, diabetes etc.

- **La pulpa**

Sirve para hacer jugos, concentrados y cualquier producto a base de borjo como: medicamentos, curaciones, postres y cualquier uso los cuales pueden ser en el ámbito doméstico, comercial o institucional.

6.1.3. Usuarios.

Los productos están dirigidos inicialmente a los consumidores en el ámbito local (Distrito de Buenaventura), cuyos hogares se encuentran ubicados en los diferentes estratos (1, 2, 3, 4 y 5).

6.1.4. Presentación.

Los productos serán empacados de la siguiente manera: Los jugos de Borojé en botellas plásticas de polipropileno de 250 ml, los concentrados y las pulpas en bolsas herméticas de 300 gramos c/u; cabe resaltar que estos tamaño tienden a variar dependiendo de las necesidades de los clientes.

6.1.5. Composición.

En la elaboración de los productos se utilizarán Borojé fresco seleccionado, en el proceso se le incorporará preservativos químicos los cuales son utilizados para la conservación del producto.

6.1.6. Sustitutos.

Los productos que pueden llegar a competir con los productos de la empresa Raíces del Pacífico, a causa de variaciones en precios, calidad, presentación, gusto de los consumidores, publicidad, etc.; son: Los jugos, pulpas y concentrados de frutas tradicionales, los néctares, las bebidas instantáneas en polvo, compotas, entre otras, de las diferentes marcas.

6.1.7. Bienes de Capital, Intermedios y Finales.

El jugo, pulpas y concentrados de Borojo se puede considerar como bien de consumo, porque satisface las necesidades específicas del último consumidor que lo demanda y lo adquiere.

7.2.8 Sistemas de Distribución.

El sistema de distribución que se utilizará para hacer llegar el producto hasta el consumidor final, es a través de los mayoristas y minoristas, que en este caso en particular esta conformado por los supermercados y tiendas del Distrito de Buenaventura y que cuentan con las instalaciones adecuadas para conservar el del producto.

6.1.8. Condiciones de Política Económica.

A nivel de normatividad sanitaria, la producción y comercialización de jugos, pulpas y concentrados de Borojón se rige por los reglamentos establecidos por el INVIMA.

6.1.9. Materia Prima

La materia prima para la elaboración de jugos, pulpas y concentrados de Borojón, son las frutas frescas seleccionadas, que en este caso sería el Borojón.

Figura 2. El Borojón



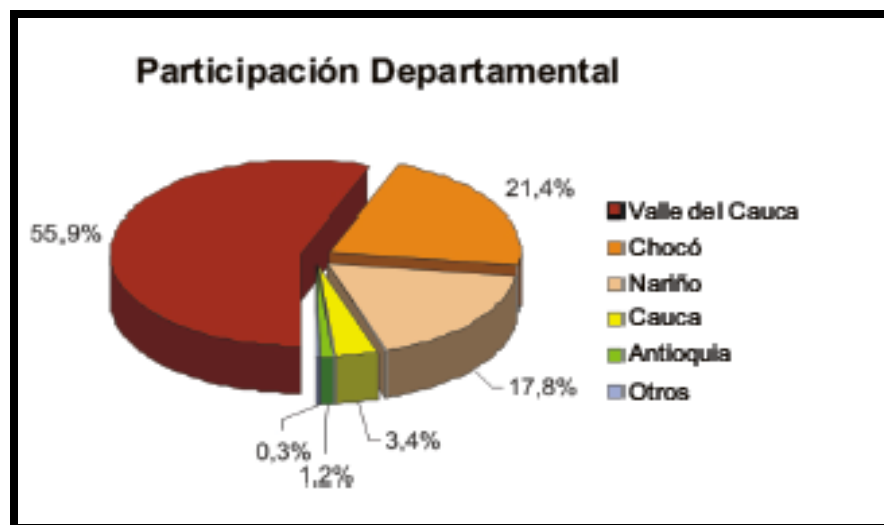
Fuente: El Autor

6.2. Proveedores

Como la empresa estará ubicada en el Distrito de Buenaventura - Valle, y teniendo en cuenta que este departamento es uno de los principales productores de Borojón a nivel nacional (Ver grafico No.2). Los proveedores serán los campesinos de la zona rural cultivadores de la fruta, pues estos conocen empíricamente todo manejo que se le debe dar al Borojón. Al establecer relaciones comerciales con estos campesinos, se pretende contribuir con la generación de ingresos y con el progreso de esas zonas que son tan vulnerables.

Para garantizar la calidad de los frutos que suministrarán los proveedores, se gestionarán para los agricultores cursos de capacitación con entidades como el Sena que imparten formación para el trabajo; Cabe resaltar que la certificación que estas entidades les otorguen, serán requisito para entablar relaciones comerciales futuras.

Grafica 1. Participación Departamental en la producción nacional de Borojé.



Fuente: Ministerio de agricultura y Desarrollo Rural.

6.3. Competencia.

6.3.1. Competencia Directa

➤ Fruta Expot Ltda.

Comercializan y distribuyen frutas frescas, exóticas y pulpas, como: Borojé, guanábana, piña, lulo y otros frutos exóticos.

Número de trabajadores: más 100 trabajadores (Corporaciones)

Antigüedad de la empresa: más de 25 años

Población: Cali

Dirección: Carrera 27 N 8-56

FORTALEZAS:

- Poseen maquinaria de alta calidad que hacen que los procesos sean mas agiles y que el producto sea de buena calidad.
- Por su antigüedad están bien posesionadas en el mercado.

DEBILIDADES:

- No se encuentran ubicadas en Buenaventura

➤ **Productora y Comercializadora Del Pacifico**

Producen y comercializan Borojó y lulo chocoano, con una producción de 12 toneladas semanales, gozan de ciertos beneficios por que están amparados por la ley 70 93 como Consejos Comunitarios.

Número de trabajadores: más100 trabajadores (Corporaciones)

Antigüedad de la empresa: 1967 años

Población: marquesa

FORTALEZAS:

- Gozan de beneficios tributarios por pertenecer a los consejos comunitarios
- Por su antigüedad están bien posesionadas en el mercado.
- Se encuentran asentadas en el choco que es el segundo departamento productor de borojo del país.

DEBILIDADES:

- No se encuentran ubicadas en el Distrito de Buenaventura.

➤ **Soluciones las Vegas**

Ofrecen Borojó de alta calidad para ser llevado directamente a su casa, empresa o central de distribución.

Ubicación de la empresa el Chocó (Municipio de Quibdó y Iloro)

FORTALEZAS:

- Se encuentran asentadas en el Choco, que es el segundo Departamento productor de Borojo del país.

DEBILIDAD

- No se encuentran ubicada en el Distrito de Buenaventura.

Tabla 1. Competencia de las marcas de jugos posicionadas.

MARCA	EMPRESA PRODUCTORA
ALPINA	Apical S.A.
HIT	Postobon S.A.
Del Valle	Coca-Cola
Néctar de frutas	Industria la colina
TUTTI FRUTTI	Bavaria S.A.
Cifrut	Big Cola
TAMPICO	Colanta Ltda.
ADES	Central Lechera de Manizales
OTRAS	Borojó del Valle Ltda

Fuente: El Autor

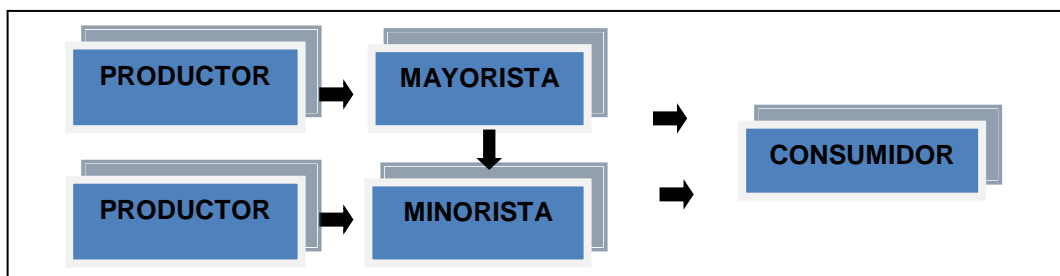
6.3.2. Competencia Indirecta.

Se han identificado como competencia indirecta, aquellas empresas que fabrican diferentes productos a base de fruta, estas son:

6.4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Para hacer llegar el producto a manos del consumidor, se planifica su distribución y se elige el esquema de distribución representado en la siguiente figura:

Figura 3. Esquema de Distribución de los jugos, pulpas y concentrados de Borojó.



Fuente: El Autor del Proyecto.

Los canales de distribución serán:

- Productor – Mayorista - Consumidor.
- Productor – Mayorista - Minorista – Consumidor.
- Productor – Minorista - Consumidor.

Posteriormente se elaborará un programa completo de publicidad, para que los productos logren penetrar el mercado.

Después de cumplidos todos los requerimientos para la introducción del producto al mercado, como son, las normas de la Secretaria de Salud, el INVIMA, entre otras; el siguiente paso será la elaboración de contratos con los mayoristas y minoristas. Este grupo de vendedores está compuesto por los supermercados y las tiendas de abarrotes minoristas, que posean en sus instalaciones una red de frío apropiada para el almacenaje y exhibición y será el puente que existirá entre el productor y el consumidor final.

- **Ventaja del Canal de Distribución Elegido.**

Se trata de un canal corto, donde se incluye mayorista y minorista, esto genera que el precio al público no sea modificado significativamente por las comisiones de los intermediarios.

6.5. CONSUMIDOR

Los principales factores que influyen en la demanda de un producto son: el sabor, el precio, la calidad del producto, el tamaño del envase y el nivel de distribución, todas estas son las preferencias del consumidor al escoger un producto.

La distribución geográfica del mercado de consumo se concentrará inicialmente en el Distrito de Buenaventura zona urbana. Se pretende penetrar todo el mercado local y como segundo paso la expansión de los productos a nivel departamental y por ultimo el mercado nacional con miras a exportar con países del extranjero.

6.5.1. Proyección de la Demanda.

La proyección de la demanda se debe hacer con base al comportamiento histórico de la demanda, esta a su vez, debe ser lo suficientemente representativa en cuanto a su periodo de tiempo se refiere. Se calcula entonces la demanda para el próximo año por medio de métodos cuantitativos. Se toma en cuenta que la demanda tiene un comportamiento variable a lo largo del año.

6.6. PRECIO

6.6.1. Análisis del Precio.

El precio del producto se determina por medio del análisis de los diferentes objetos que hacen parte del proceso productivo teniendo en cuenta algunos aspectos muy importantes tales como los costos fijos y costos variables.

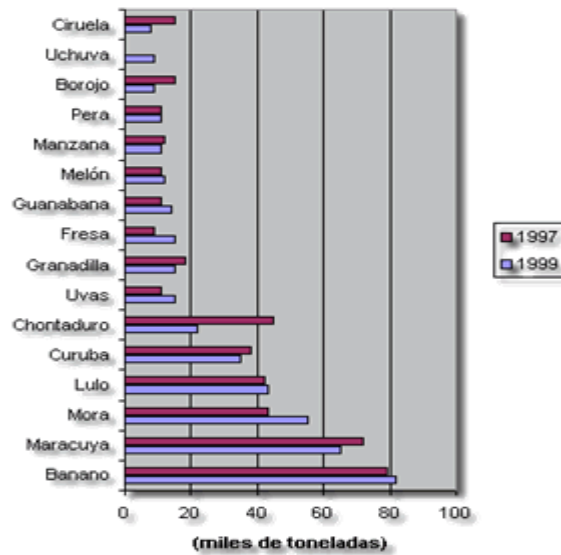
Se maneja también la determinación del precio por medio del método de costo promedio, estudiando el mercado y haciendo una recopilación de las características de los productos competitivos en sus diferentes presentaciones, visitando una serie de establecimientos comerciales y para elaborar una lista de precios en promedio de las presentaciones que se van a fabricar.

6.7. OFERTA DEL PRODUCTO.

Respecto a esta producción de frutas, se puede afirmar que hay prácticamente 8 especies que corresponden al 77% del total de la producción, como se presenta en la gráfica 1, con información emitida por la Oficina de Información y Estadística del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural Nacional. Allí se observa que hubo un incremento en la producción de guayaba, piña, mango, tomate de árbol y patilla con respecto a la producción de 1997.

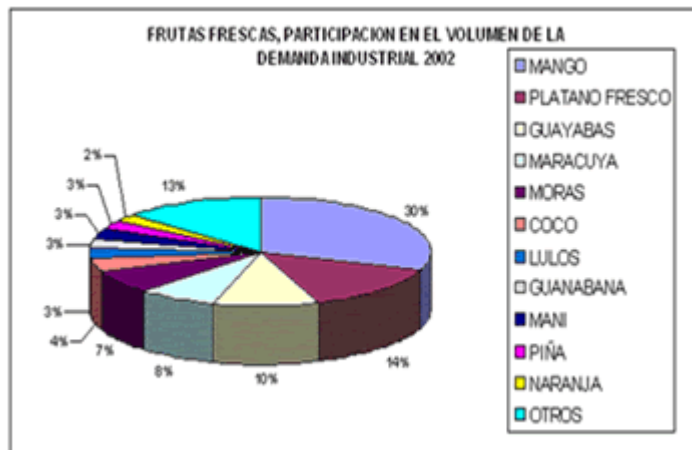
Los valores netos de producción ascendieron de 2.002.878 toneladas en 1997 a 2.147.135 en 1999, es decir un escaso aumento del 7.2% con respecto a 1997. En esta Gráfica 2. se presentan las especies de frutas cuyo nivel de producción durante 2002 fue superior a 100.000 toneladas. En la gráfica 2 se presentan las frutas de producción a nivel intermedio, es decir entre 3.000 y 100.000 toneladas.

Grafica 2.Producción de frutas en Colombia Nivel Superior



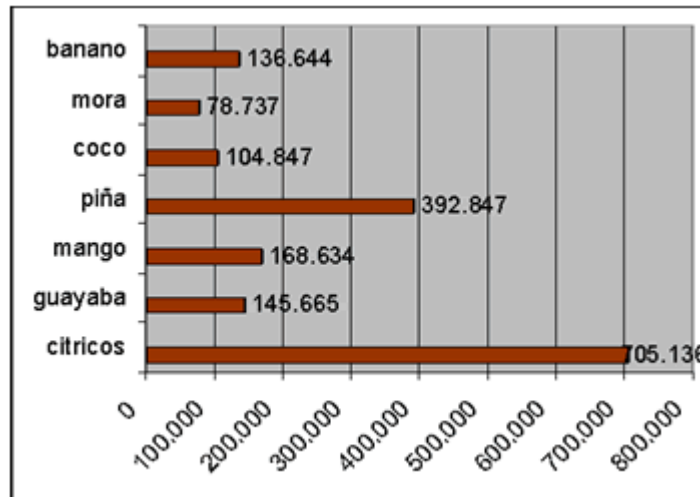
Fuente: DANE, Encuesta Anual Manufacturera 2002.

Grafica 3.Producción de frutas en Colombia



Fuente: DANE, Encuesta Anual Manufacturera 2002.

Grafica 4. Producción de las principales frutas en Colombia para el año 2003 (toneladas)



Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

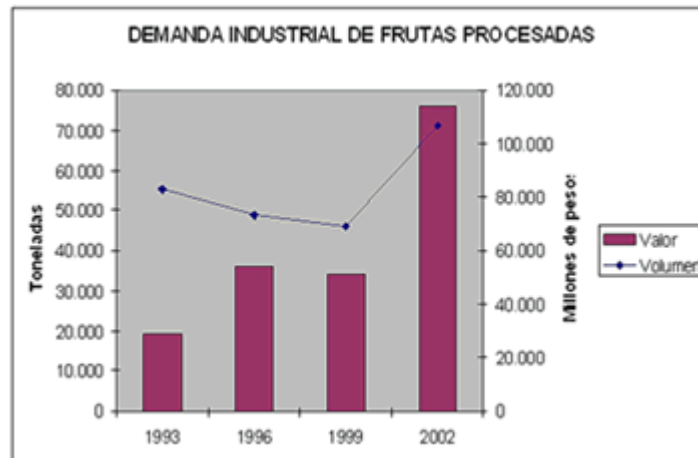
Aquí no se reportan aquellas frutas cuya producción fue menor a 3000 ton. como fue el caso del brevo, con 1162 tons., Chirimoya 1202, durazno 2932, la feijoa 982, el mamoncillo 499, la papayuela 448, la pitahaya 295, y el zapote 1690. La producción de estas especies de nivel intermedio alcanzó a sumar el 18.2%, dejando un escaso 4.8% para aquellas frutas que alcanzan el nivel más bajo de producción (104 toneladas).

Estas cifras de producción se reducen debido a que alrededor del 30% no llega a los consumidores por pérdidas ocurridas en su cadena de manejo. Si bien es cierto que hoy se hacen grandes esfuerzos desde el Ministerio de Agricultura, entidades privadas y centros del estado como el SENA y la Universidad Nacional para capacitar a los responsables del manejo de estas frutas, ya sean productores, acopiadores, transportadores, distribuidores y almacenes de cadena, las pérdidas en algunas especies siguen siendo elevadas y con ellas disminuyen las posibilidades de nutrir mejor a la población.

El aumento del consumo de frutas está ligado con el desarrollo de alternativas para aumentar su producción, la disminución en las pérdidas postcosecha y la promoción del consumo en el mercado interno. A manera de ejemplo es interesante analizar el caso de la uchuva, cuya producción nacional aumentó vertiginosamente en los 5 últimos años. Una de las causas de este aumento ha sido la excelente aceptación que ha tenido la uchuva fresca con cáliz,

principalmente en el mercado europeo. Esto ha disparado el cultivo nacional, pero a la vez ha creado problemas sobre qué hacer con la uchuva que no reúne las estrictas condiciones exigidas por los mercados extranjeros? Peor aún cuando en Colombia no se ha impulsado el consumo interno sea en estado fresco ni en sus productos derivados como néctares.

Grafica 5. Producción de las principales frutas en Colombia para el año 2003 (toneladas),



Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

Una alternativa de solución es incrementar el aprovechamiento de las uchuvas cosechadas. Esto se puede alcanzar si se aumenta el porcentaje de uchuvas que logran cumplir con las especificaciones exigidas para la exportación. Este propósito se puede lograr adquiriendo un mejor conocimiento y aplicando adecuadas prácticas de manejo en precosecha y postcosecha. Complementario a esto se propone la promoción del consumo de uchuvas frescas de buena calidad en el mercado interno, obtenidas entre aquellas que no alcanzaron las características del nivel de exportación. Finalmente se recomienda investigar y desarrollar los conocimientos tecnológicos necesarios para elaborar formulaciones de diferentes productos conservados de elevada calidad, preparados a partir de esta fruta.

En el presente documento se explicarán los aspectos relacionados con la obtención de pulpas y jugos. Entre estos aspectos descritos están: La identificación de las características de las materias primas, las operaciones y condiciones de proceso para la obtención de productos y su conservación, además de la evaluación de la calidad exigida en el mercado.

6.8. CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE MERCADO.

- **Aspecto económico:** La vocación económica y productiva de Buenaventura es que presenta características similares al resto de Municipios del departamento, este se caracteriza por tener un próspero sector comercial y portuario, de los cuales dependen una buena proporción de familias de la localidad.
- **Aspecto Demográfico:** La composición demográfica del Distrito de Buenaventura, se basa en una estructura semi-expandida, lo que quiere decir que existe mucha posibilidad de ensanchar los grupos de población, el ritmo de crecimiento ha sido relativo en las últimas décadas, la población es de 350.000 habitantes aproximadamente¹³.

6.9. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación del mercado consiste en subdividir el mercado en rangos homogéneos, identificando las siguientes variables:

Variable geográfica: los jugos, pulpas y concentrados de Borojo están dirigido a los personas del Distrito Buenaventura que habitan en los diferentes estratos (1,2,3,4 y 5).

Variable psicográfica: En el proceso de decisión de compra los Bonaverenses, evalúan factores como: la calidad, sabor, precio, marca, etc., para inclinarse por la marca del producto que se ajuste a sus requerimientos, pero además que se ajuste a su clase social, su estilo de vida y hasta su personalidad.

Variable económica: El producto estará dirigido a todos los grupos familiares, pertenecientes a los en los diferentes estratos (1, 2, 3, 4 y 5), que posee la capacidad económica para adquirirlo.

Edad: La edad de consumo que se requiere es de 3 años en adelante, que es la necesaria para manipular el producto.

Sexo: No hay distinción de sexos y raza.

¹³ [http://es.wikipedia.org/wiki/Buenaventura_\(Valle_del_Cauca\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Buenaventura_(Valle_del_Cauca))

Cultura: Los jugos, pulpas y concentrados de Borojo, están dirigidos a todas aquellas personas que presentan un gusto por las frutas exóticas, y en especial que manifiestan un gusto por la fruta, bien sea por su rico sabor, propiedades nutricionales o por ser afrodisíaca.

6.10. DISEÑO METODOLÓGICO

6.10.1. Método de Investigación.

La investigación será de tipo descriptivo, porque parte de reconocer el mercado objetivo para luego definir el consumo aparente y establecer la participación del producto a lanzar, describiendo las preferencias y tendencias de los consumidores.

Para la recolección sistemática de datos, el método aplicado será inductivo, para finalmente terminar la investigación siendo deductiva, al explicar la realidad del mercado de jugos, pulpas y concentrados de Borojó, en el Distrito de Buenaventura y cuál es su patrón de consumo.

6.10.2. Tipo de Estudio.

El tipo de estudio más apropiado es el descriptivo, ya que con este modelo se puede, entre otras:

- Identificar las variables que influyen en la compra de los jugos, pulpas y concentrados de Borojó.
- Determinar la intención de compra de los hogares para una nueva marca de jugos de Borojó.
- Determinar los sabores, presentaciones y empaque que prefiere el mercado.
- Descubrir y comprobar la asociación de las variables de investigación
- Establecer la frecuencia de compra y el consumo del mercado estudiado.

7.12.3 Población.

Todas aquellas personas que componen el grupo familiar de los diferentes estratos (1, 2, 3, 4 y 5) del Distrito de Buenaventura (área urbana y rural), que

cuenten con el deseo de adquirir el producto y con la capacidad económica para hacerlo.

6.10.3. Fuentes y Técnicas de Recolección de Información.

Una vez que la fase inicial del proceso de investigación se ha ejecutado adecuadamente, se iniciará el diseño del proyecto formal de investigación e identificar las fuentes de datos apropiadas para el estudio.

- **Fuentes Primarias:** Utilizadas con el fin de recolección de información valiosa con base en los objetivos planteados previamente, dirigida a la población de Buenaventura para posteriormente estudiarlas. Para ello se podrán aplicar: encuestas, llamadas telefónicas, correo directo y electrónico, entrevistas, etc.
- **Fuentes Secundarias:** Consisten en resúmenes, compilaciones o listados de referencias, preparados con base en fuentes primarias; son documentos o escritos ya investigados. De igual forma se cuenta con asesorías oportunas de los docentes y asesores del proyecto. Estas fuentes se podrán hallar a través de: Internet, libros especializados, informes de revistas especializadas en el tema y otros.

6.10.4. Procesamiento de La Información

El tratamiento de información se hará de forma sistemática, de modo que se garantice orden y exactitud en lo que concierne con la tabulación y análisis. Para ello también se cuenta con los asesores, docentes y director, para garantizar que esta sea pertinente y necesaria, y no se filtre la no requerida para el objetivo principal de la investigación.

6.10.5. Calculo Muestra

Para efectos del estudio realizado, utilizará la técnica de muestreo aleatorio simple por lo que se hace necesario tomar una herramienta estadística que garantice un buen nivel de confiabilidad minimizando el margen de error en el que se puede incurrir al momento de ejecutar la encuesta, por lo anterior empleamos la siguiente fórmula estadística para poblaciones finitas:

$$n = \frac{(Z)^2 (N) (P * Q)}{(N - 1) (E)^2 + (Z)^2(P * Q)}$$

n: tamaño de la muestra.

Z: Nivel de confianza 95% = 1.96

P: Probabilidad de éxito = 50%

Q: probabilidad de fracaso (Complemento de P) = 50%

N: Tamaño de la Población = 360.000

E: Error = 5%

$$n = \frac{(1.92)^2 (423.927) (0.5) (0.5)}{(423.927-1) (0.05)^2 + (1.92)^2(0.5) (0.5)}$$

$$n = 384.$$

Teniendo en cuenta el cálculo anterior se encuestaran a 384 personas, que son una muestra representativa de los habitantes del Distrito de Buenaventura.

6.10.6. Encuesta

Encuesta dirigida a los habitantes del Distrito de Buenaventura, para determinar el grado de aceptación que tendrán los jugos, pulpas y concentrados de Borojó.

Marcar con una (x) su respuesta:

1. ¿Consume usted productos elaborados a base de fruta?

Si ____ No____

2. ¿Con que frecuencia consume productos elaborados a base de fruta?

- a. Diario.
- b. Semana.
- c. Mensual.
- d. No Consume.

3. De los productos elaborados a base de fruta que usted compra, ¿Cuál es la fruta que mas demanda?

- a. Guayaba
- b. Mango
- c. Fresa
- d. Papaya
- e. Mora
- f. Piña
- g. Otra

4. ¿Cuál es el lugar preferido para adquirir productos elaborados a base de frutas?

- a. Supermercados
- b. Mini mercados
- c. Tiendas
- d. Puestos ambulantes.

5. ¿Cual es la marca de los productos elaborados a base de frutas que mas consume?

- a. Alpina.
- b. Hit
- c. Tutifruti
- d. Del Valle
- e. Otra Cual_____

6. ¿Cuál es el requisito primordial al momento de comprar productos elaborados a base de frutas?

- a. Sabor
- b. Calidad
- c. Marca
- d. Precio
- e. Otra Cual_____

7. ¿Le gusta el Borojón?

Si _____ No_____

8. ¿Ha probado alguna vez productos elaborados a base de Borojón?

Si _____ No_____

9. ¿Le gusta consumir jugo de Borojón?

Si ____ No____

10. ¿Le gusta consumir o comprar concentrados de Borojó?

Si ____ No____

11. ¿Le gusta consumir o comprar pulpa de Borojó?

Si ____ No____

12. ¿Donde compra usted los jugos, pupas y concentrados de Borojó que consume?

- a. Supermercados
- b. Mini mercados
- c. Tiendas
- d. Puestos ambulantes.

13. ¿Sabía usted que el Borojó tiene un alto contenido nutricional y además previene varias enfermedades?

Si ____ No____

14. ¿Estaría usted interesado en comprar jugos, pulpas y concentrado de Borojó, producidos con alta calidad y con un gran contenido nutricional?

Si ____ No____

15. De los tres productos de Borojó indicados, cuál es el que más consume o consumiría?

Jugo ____ Concentrado ____ Pulpa ____

16. ¿Donde prefiere usted compra los jugos, pupas y concentrados de Borojó que consume?

- a. Supermercados
- b. Mini mercados
- c. Tiendas
- d. Puestos ambulantes

6.10.7. Análisis de la Encuesta

➤ Análisis de Resultados.

Los resultados obtenidos luego de la tabulación de los datos recopilados por medio de las encuestas arrojan las siguientes figuras informativas:

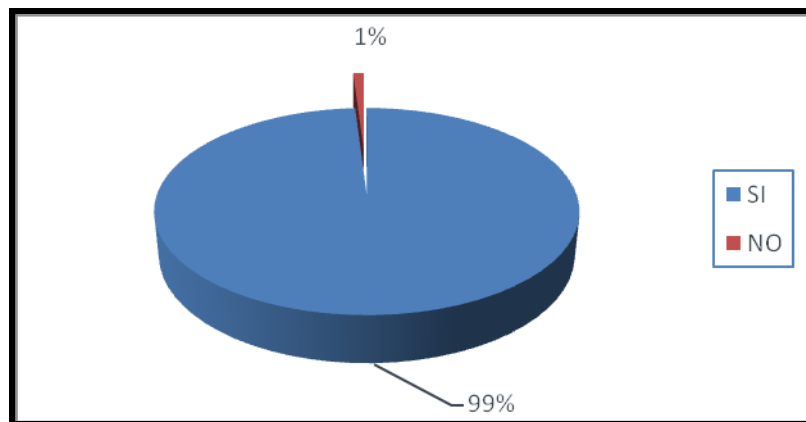
1. ¿Consume usted productos elaborados a base de fruta?.

Tabla 2. Consumo de productos elaborados a base de frutas

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	379	99%
NO	5	1%
TOTAL	384	100%

Fuente: El autor

Grafica 6. Consumo de productos elaborados a base de frutas.



Fuente: El autor

Teniendo en cuenta la grafica anterior, podemos notar que la mayoría de las personas encuestadas consumen productos elaborados a base de frutas con porcentaje del 99% y un porcentaje mínimo del 1% no consumen estos; por lo anterior podemos decir que la empresa tendrá un mercado en el Distrito de

Buenaventura, ya que su objetivo es la producción y comercialización de productos elaborados a base de Borojó que es una fruta típica de la región.

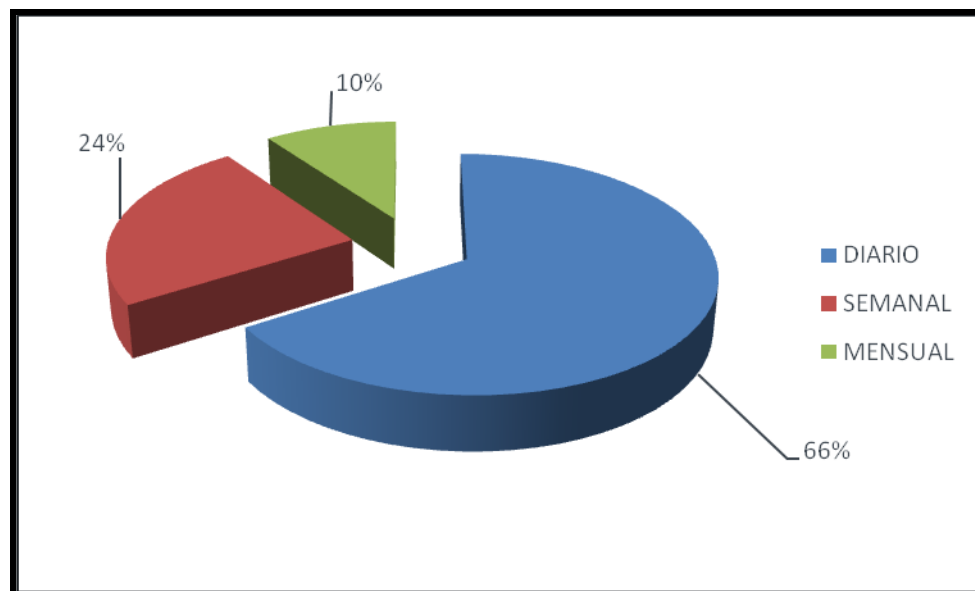
2. ¿Con que frecuencia consume productos elaborados a base de fruta?

Tabla 3. Frecuencia de productos elaborados a base de frutas.

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
DIARIO	250	66%
SEMANAL	90	24%
MENSUAL	39	10%
TOTAL	379	100%

Fuente: El autor

Grafica 7. Frecuencia de productos elaborados a base de frutas.



Fuente: El autor

Analizando la grafica anterior nos podemos dar cuenta que la mayoría de los encuestados consumen diariamente productos elaborados a base de fruta, con un porcentaje del 66%, seguido por un 24% que respondieron que consumen semanal, y por ultimo un porcentaje inferior del 10% lo consume mensual; por lo

anterior podemos deducir que los productos elaborados a base de fruta son fundamentales en la alimentación diaria de las personas y por consiguiente los productos que ofrecerá la empresa tendrán un gran mercado.

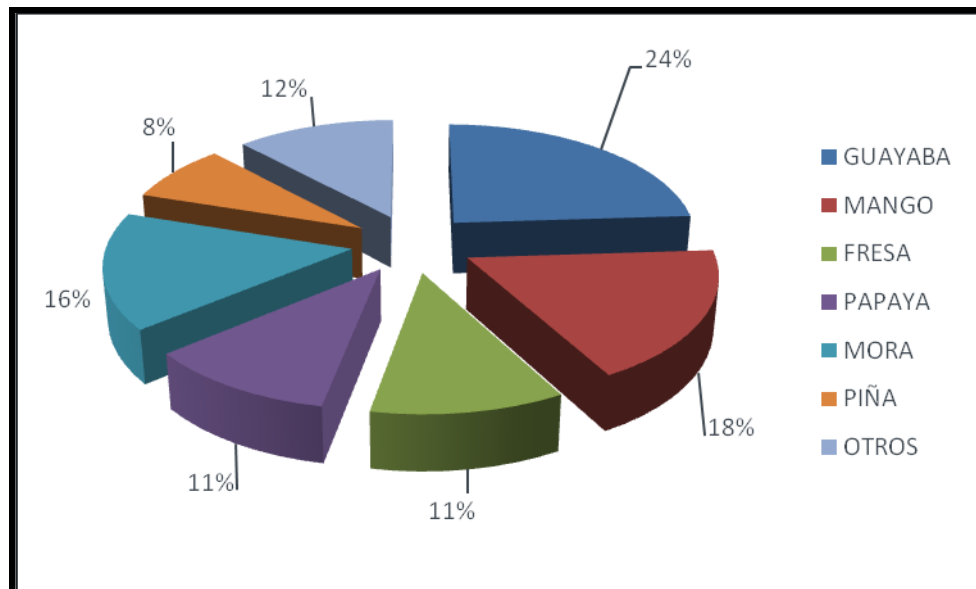
3. De los productos elaborados a base de fruta que usted compra, ¿Cuál es la fruta que mas demanda?

Tabla 4.Fruta más demanda

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
GUAYABA	90	24%
MANGO	70	18%
FRESA	40	11%
PAPAYA	40	11%
MORA	60	16%
PIÑA	30	8%
OTROS	49	12%
TOTAL	379	100%

Fuente: El autor

Grafica 8.Fruta más demanda



Fuente: El autor

Por la grafica anterior no podemos dar cuenta que los sabores preferidos por los consumidores, de productos elaborados a base de fruta son: Guayaba, Mango y Mora, siendo esto normal, ya que en nuestra región estas frutas, son las que presentan la mayor demanda, y además las de mayor disponibilidad con un 58%, teniendo en cuenta lo anterior podemos ver que las frutas típicas de la región no se reflejan en la grafica, esto puede ser porque se comercializan poco, o su comercialización es de manera informal.

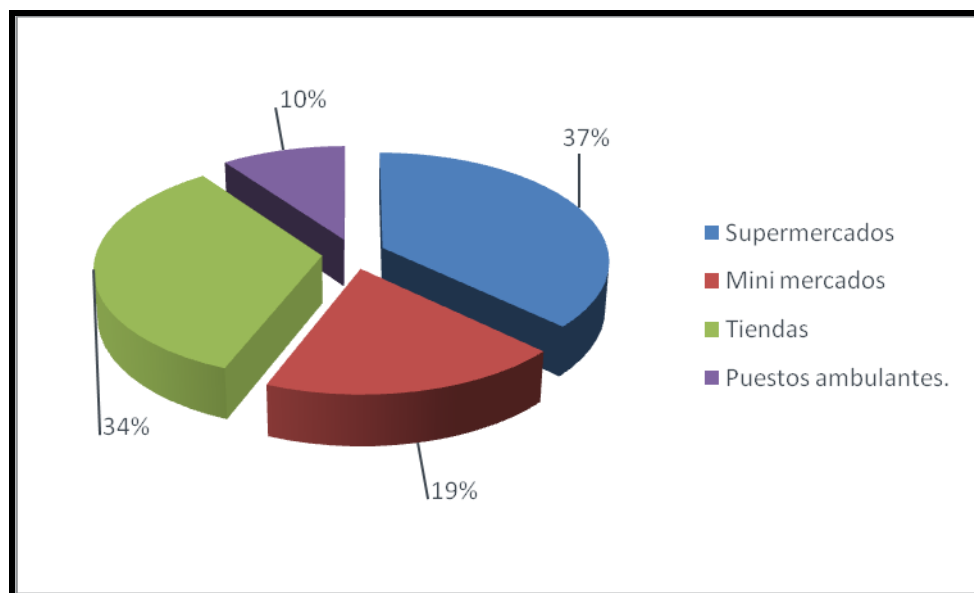
4. Cuál es el lugar preferido para adquirir productos elaborados a base de frutas?

Tabla 5.Lugar donde adquirir productos elaborados a base de frutas

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SUPERMERCADOS	140	37%
MINI MERCADOS	70	19%
TIENDAS	130	34%
PUESTOS AMBULANTES.	39	10%
TOTAL	379	100%

Fuente: El autor

Grafica 9.Lugar donde adquirir productos elaborados a base de frutas



Fuente: El autor

En la grafica anterior notamos que la mayoría de las personas les compran los productos elaborados a base de fruta lo adquieren en los supermercados, seguido por tiendas con un 37% y un porcentaje mínimo del 10% en puestos ambulantes; por lo anterior podemos deducir que la mayoría de los encuestados prefieren los supermercados y las tiendas, por que venden productos higiénicos en mejor estado, con excelente calidad, y marcas reconocidas.

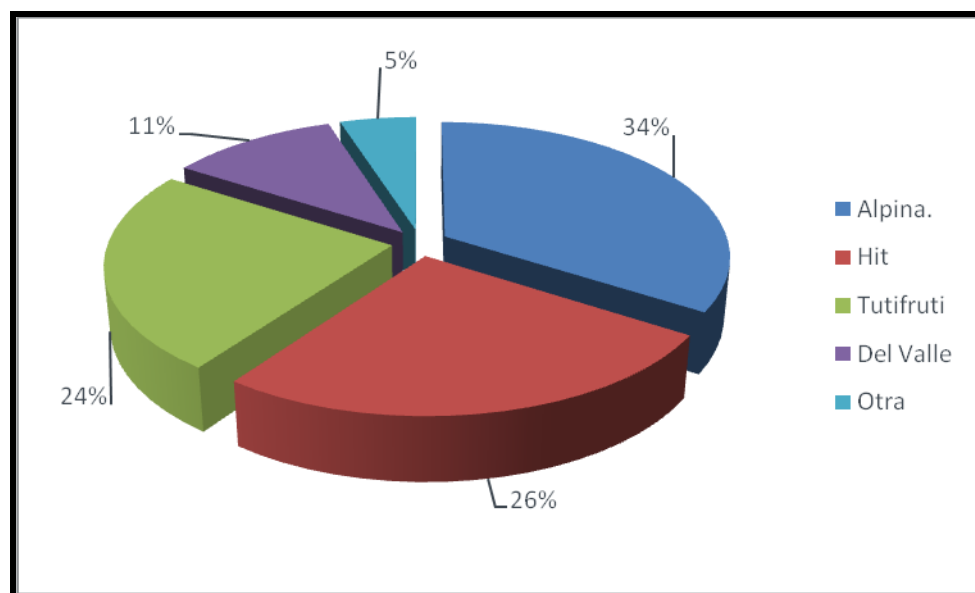
5. Cuál es la marca de los productos elaborados a base de frutas que mas consume?

Tabla 6. Marcas Preferidas.

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Alpina.	130	34%
Hit	100	26%
Tutifruti	90	24%
Del Valle	40	11%
Otra	19	5%
TOTAL	379	100%

Fuente: El autor

Grafica 10. Marcas preferidas.



Fuente: El autor

La marca más posesionada en el mercado de los jugos de fruta en el Distrito de Buenaventura, son los jugos Alpina con una participación del 34%, seguida por los jugos hit con un 26% y un porcentaje inferior otras; lo anterior coloca en evidencia el gran esfuerzo que debe tener la empresa para llegar a posicionar la marca Raíces del Pacífico, desarrollando una publicidad agresiva.

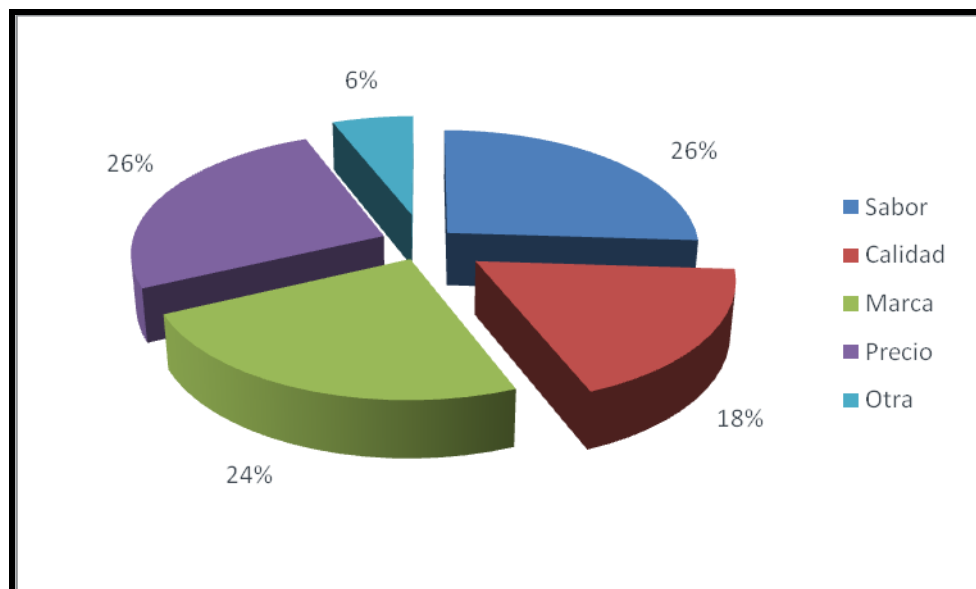
6. ¿Cuál es el requisito primordial al momento de comprar productos elaborados a base de frutas?

Tabla 7.Exigencias sobre el producto

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sabor	100	26%
Calidad	69	18%
Marca	90	24%
Precio	100	26%
Otra	20	6%
TOTAL	379	100%

Fuente: El autor

Grafica 11.Exigencias sobre el producto



Fuente: El autor

Teniendo en cuenta el grafico anterior podemos notar que la mayoría de los encuestados a la hora de comprar productos elaborados a base de fruta, los requisitos que inciden en esa compra son sabor, precio y marca cuyo porcentaje acumulado es del 76%, no obstante la calidad también influye en la intención de compra, esto lo dice un porcentaje de 18% que es un porcentaje significativo; por lo anterior se podrá decir que la empresa debe tener en cuenta estos criterios para desarrollar estrategia producción y comercialización.

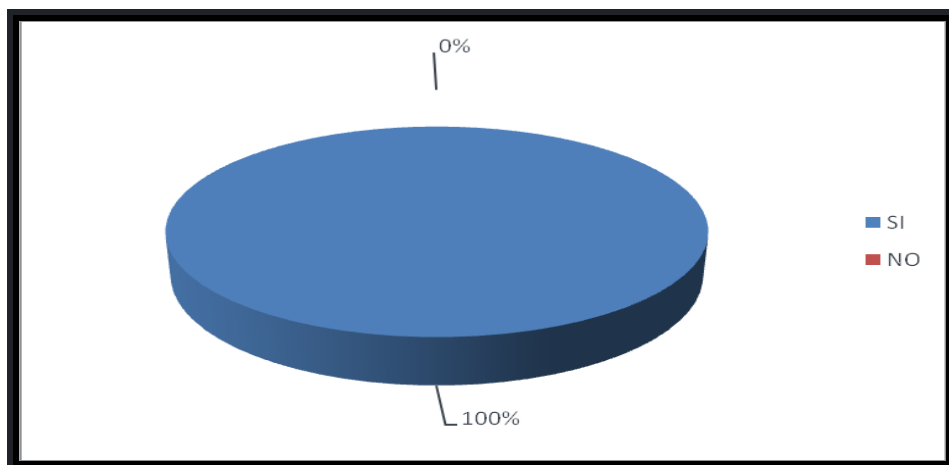
6. ¿Le gusta el Borojó?

Tabla 8. Gusto por el Borojó

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	379	100%
NO	0	0%
TOTAL	379	100%

Fuente: El autor

Grafica 12. Gusto por el Borojó



Fuente: El autor

Según la grafica anterior el 100% de la población encuestada le gusta el Borojó; por lo anterior podemos decir que como este es una fruta típica de la región es muy demandada por sus habitantes, igualmente por sus beneficios nutritivos y su exquisito sabor.

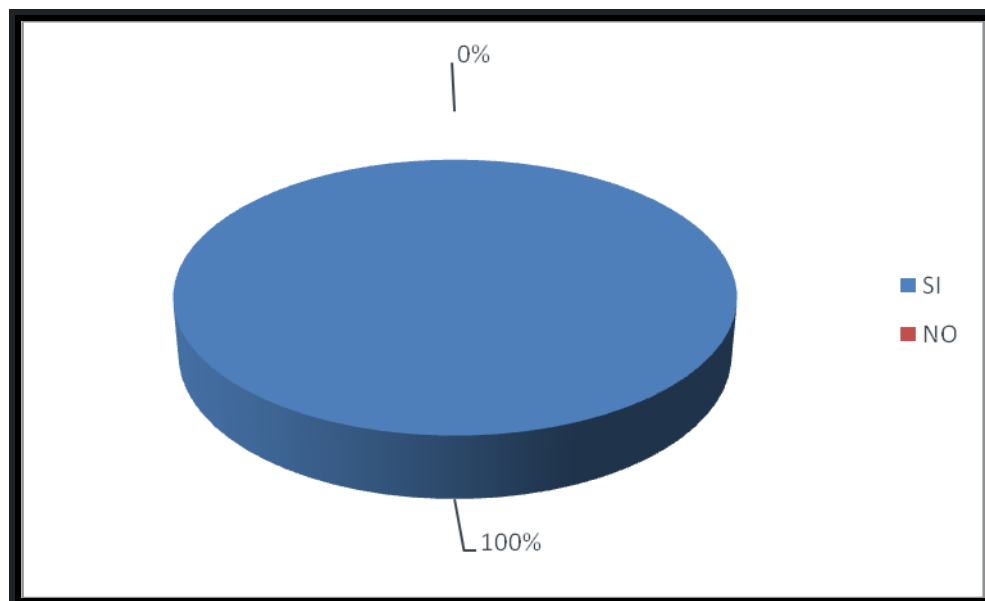
8. ¿Ha probado alguna vez productos elaborados a base de Borojón?

Tabla 9. Ha probado el por el Borojón

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	379	100%
NO	0	0%
TOTAL	379	100%

Fuente: El autor

Grafica 13. Ha probado el por el Borojón



Fuente: El autor

Teniendo en cuenta la grafica anterior el 100% de las personas encuestadas consumen o han consumido alguna vez productos elaborados a base de Borojón. Por lo anterior podemos deducir que ha influido en el resultado que el Borojón es una esta fruta es típica de la región; No obstante cabe resaltar que este resultado sería diferente si los encuestados fueran aplicada a otras regiones.

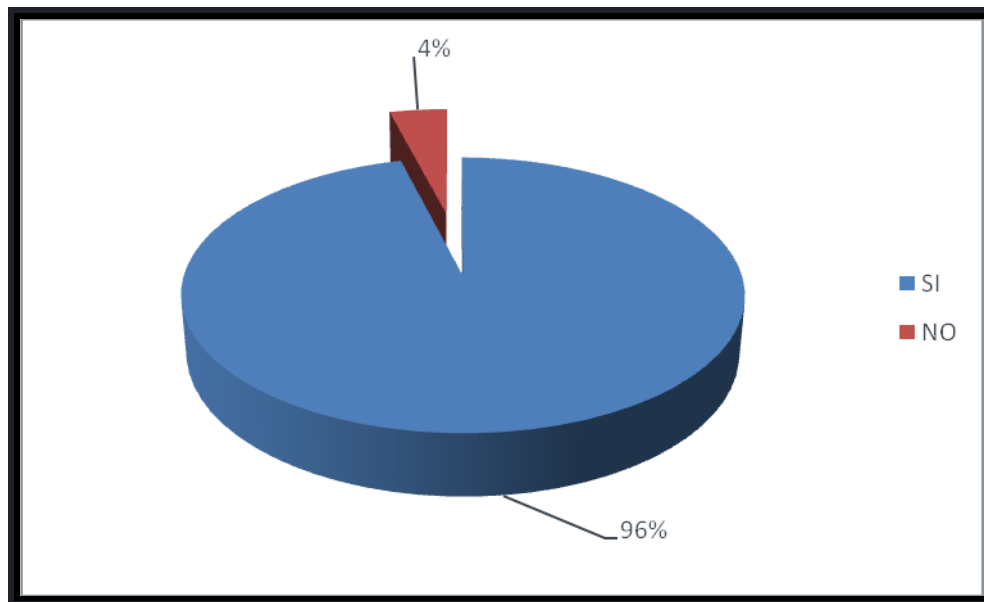
9. ¿Le gusta consumir jugo de Borojó?

Tabla 10.Consumo de jugo Borojó

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	364	96%
NO	15	4%
TOTAL	379	100%

Fuente: El autor

Grafica 14.Consumo de jugo de Borojó



Fuente: El autor

Teniendo en cuenta la grafica anterior la mayoría de las personas encuestadas les gusta consumir jugos de Borojó con un porcentaje del 96%, y un porcentaje inferior del 4% no les gusta, aunque lo han probado no ha sido de su agrado. Por lo anterior los jugos de Borojó producidos por la empresa Delicias del Pacifico, tendrá una gran demanda en el mercado porque el este producto es muy apetecido por los habitantes del Distrito de Buenaventura.

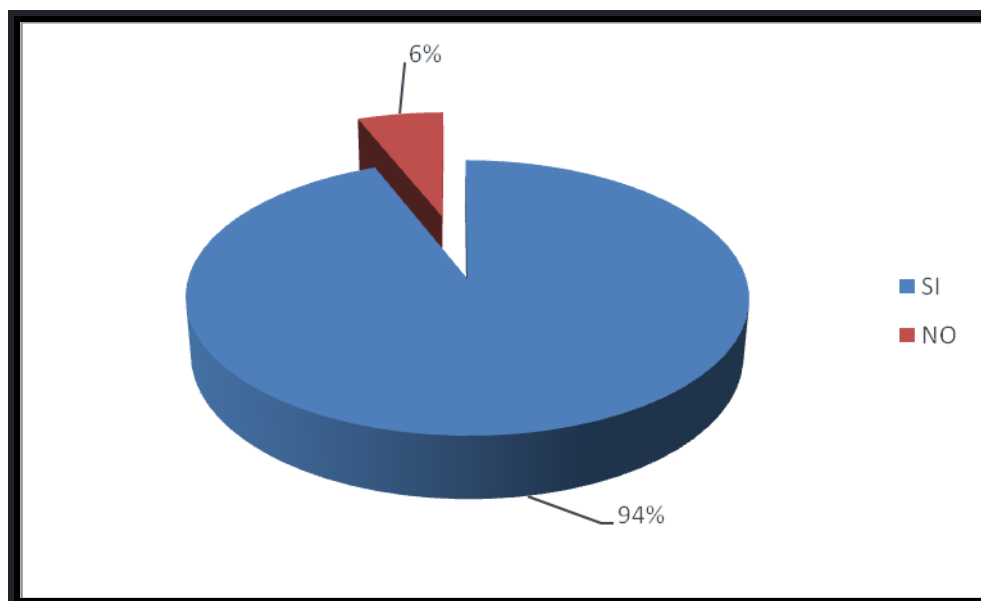
10. ¿Le gusta consumir o comprar concentrados de Borojón?

Tabla 11. Consumo de concentrados de Borojón

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	364	94%
NO	15	6%
TOTAL	379	100%

Fuente: El autor

Grafica 15. Consumo de concentrados de Borojón



Fuente: El autor

Teniendo en cuenta la grafica anterior la mayoría de las personas encuestadas les gusta consumir concentrados de Borojón con un porcentaje del 94%, y un porcentaje inferior del 6% no les gusta. Por lo anterior se evidencia la demanda que tendrán los concentrados.

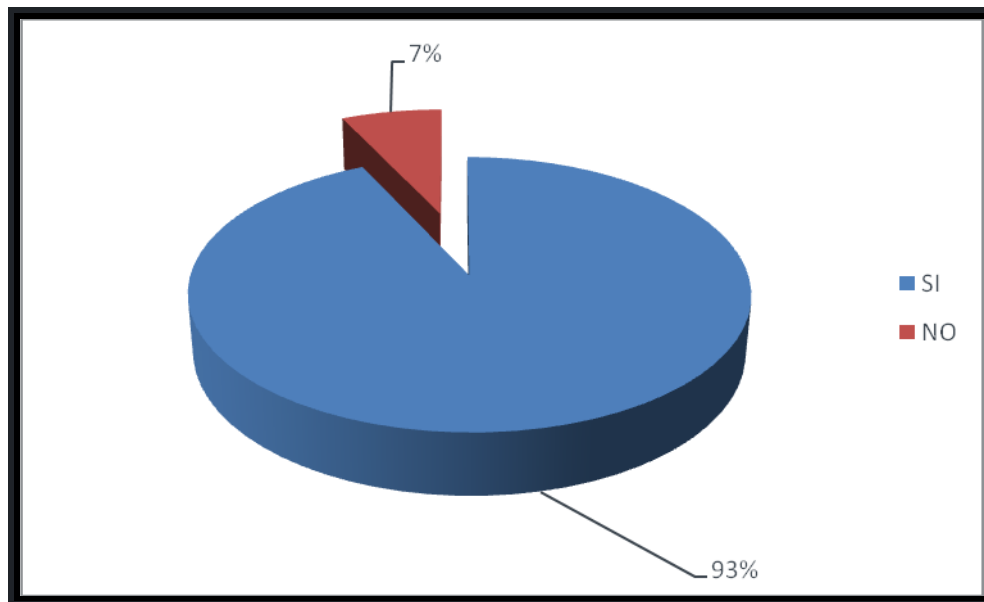
11. ¿Le gusta consumir o comprar pulpa de Borojón?

Tabla 12. Consumo de Pulpa Borojón

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	353	93%
NO	26	7%
TOTAL	379	100%

Fuente: El autor

Grafica 16. Consumo de Pulpa Borojón



Fuente: El autor

Teniendo en cuenta la grafica anterior la mayoría de las personas encuestadas les gusta consumir concentrados de Borojón con un porcentaje del 93%, y un porcentaje inferior del 7% no les gusta. Por lo anterior se evidencia la demanda que tendrá la pulpa de Borojón producida por la empresa, porque a las personas les gusta la carne de esta fruta para diversas preparaciones.

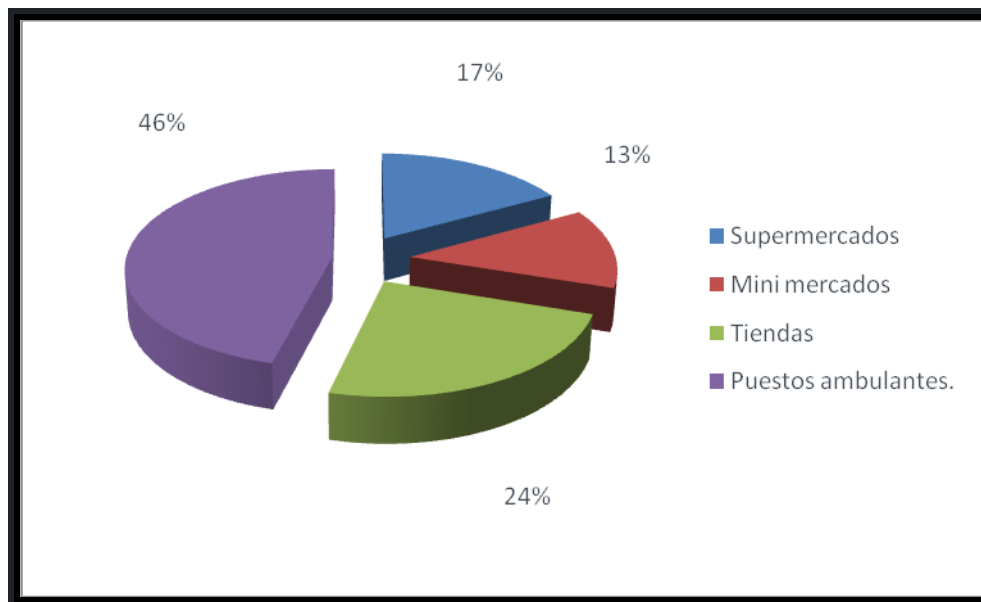
12. ¿Donde compra usted los jugos, pupas y concentrados de Boroj6 que consume?

Tabla 13. Sitio donde compra de los jugos, concentrado y pulpa Boroj6

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Supermercados	65	17%
Mini mercados	51	13%
Tiendas	90	24%
Puestos ambulantes.	173	46%
TOTAL	379	100%

Fuente: El autor

Grafica 17. Sitio donde compra de los jugos, concentrado y pulpa Boroj6



Fuente: El autor

En la grafica anterior notamos que la mayoría de las personas les compran los productos elaborados a base de Boroj6 en puestos ambulantes con un 46%; lo anterior evidencia la competencia que tendrá la empresa con los puestos ambulantes, no obstante este resultado se puede deber a que no existe una empresa posicionada en el mercado, que brinde sabor, calidad y un precio razonable.

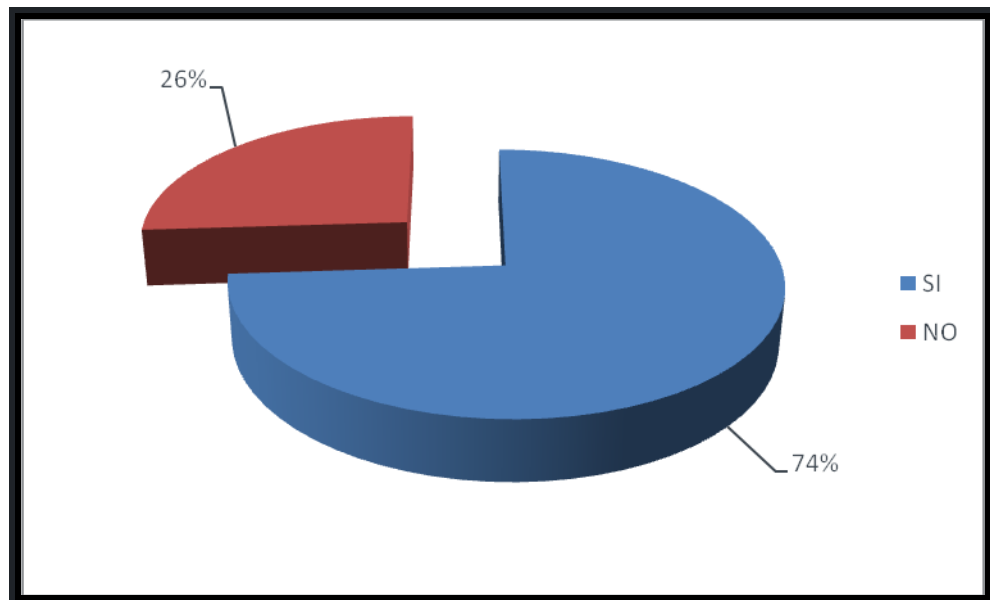
13. Sabía usted que el Borojó tiene un alto contenido nutricional y además previene varias enfermedades?

Tabla 14.Conocimiento sobre el contenido nutricional del Borojó

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	280	74%
NO	99	26%
TOTAL	379	100%

Fuente: El autor

Grafica 18.Conocimiento sobre el contenido nutricional del Borojó



Fuente: El autor

La grafica anterior nos muestra que el 74% de las personas ya tiene conciencia, que el Borojó es una fruta con muchos beneficios indispensable para la salud, en cabio una minoría con un 26% los desconoce y los consume por su exquisito sabor.

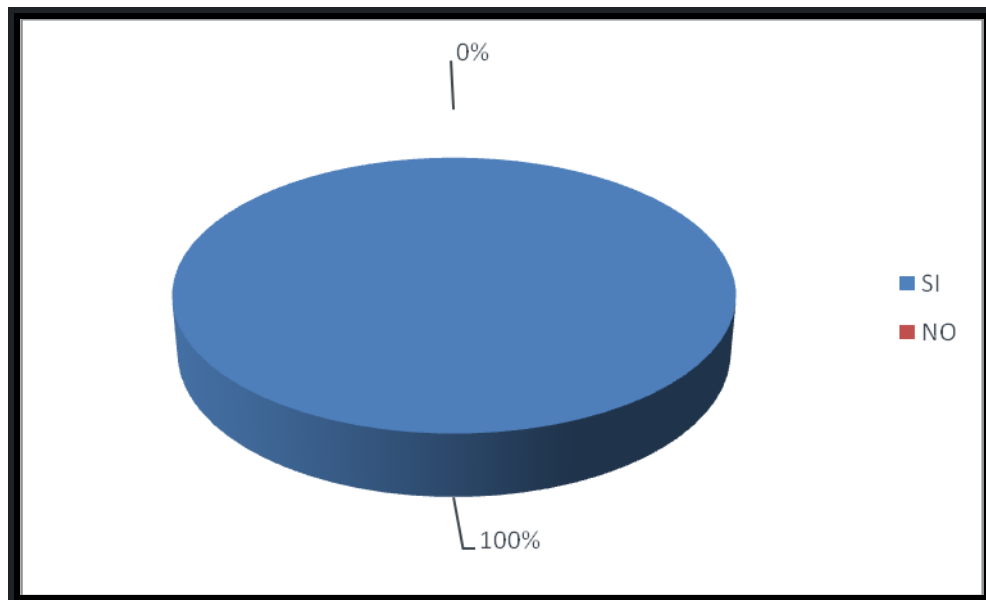
14. ¿Estaría usted interesado en comprar jugos, pulpas y concentrado de Borojó, producidos con alta calidad y con un gran contenido nutricional?

Tabla 15.Intención de compra.

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	379	100%
NO	0	0%
TOTAL	379	100%

Fuente: El autor

Grafica 19.Intención de compra.



Fuente: El autor

La grafica anterior no muestra que el 100% de la población encuestada está interesado en comprar jugos, pulpas y concentrados de Borojó, bien sea, para consumo particular, familiar o microempresarial; por lo anterior podemos decir que la empresa tendrá una demanda en el mercado municipal.

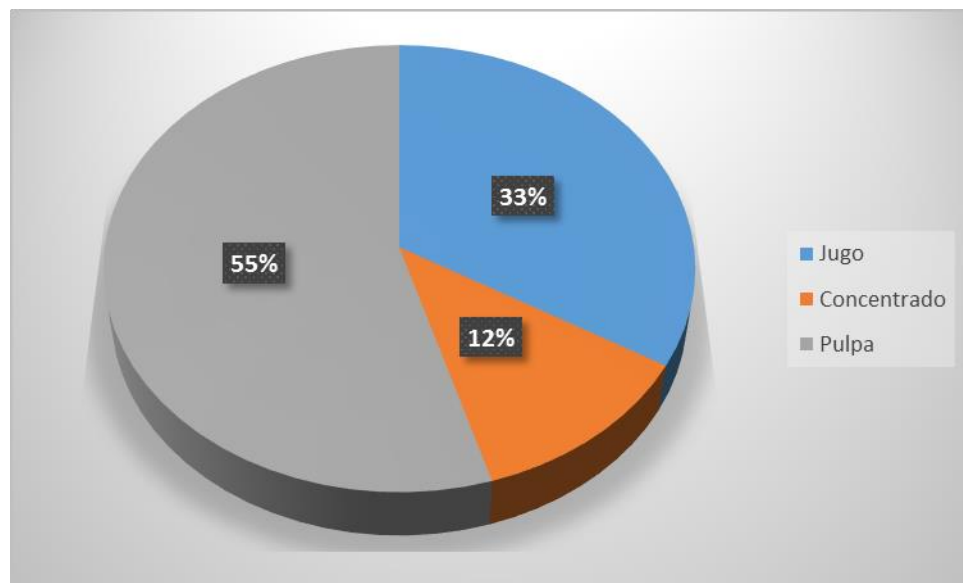
15. De los tres productos de Borojó indicados, cuál es el que más consume o consumiría?

Tabla 16.Producto que más consumiría.

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Jugo	127	34%
Concentrado	45	12%
Pulpa	207	55%
TOTAL	379	100%

Fuente: El autor

Grafica 20.Producto que más consumiría.



Fuente: El autor

Se observa que, a pesar de tener preferencias por consumir todos los productos, si se individualizan el de mayor atractivo es la pulpa de fruta (55%), seguido del jugo (33%) y por último el concentrado de borojó (12%). Con esta información se decide priorizar la producción inicial hacia la pulpa de borojó y, cuando la empresa ya esté posicionada en el mercado, se procederá a producir las otras dos variedades.

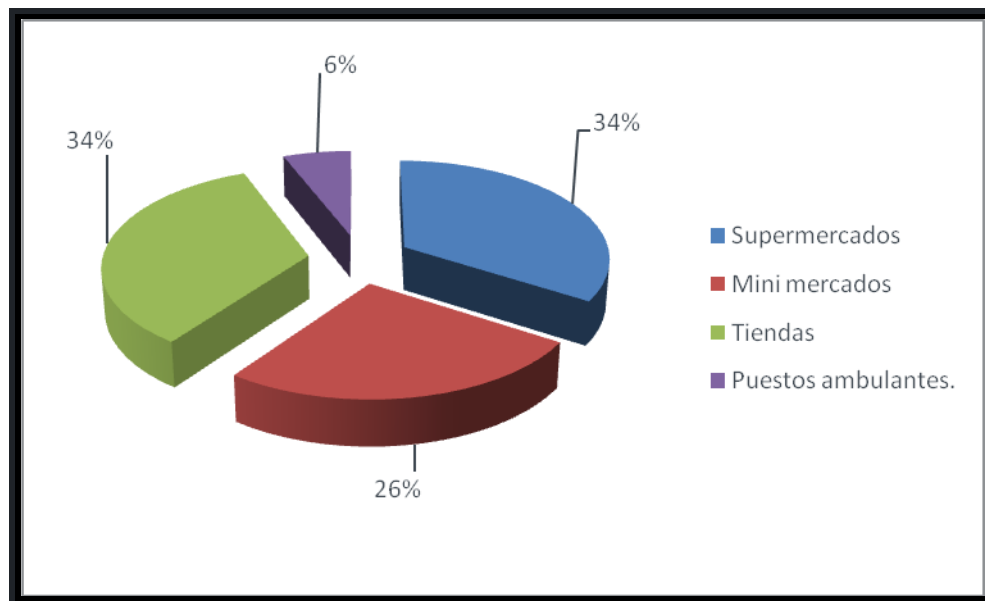
16. ¿Dónde prefiere usted compra los jugos, pupas y concentrados de Borojó que consume?

Tabla 17.Sitio de compra.

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Supermercados	130	34%
Mini mercados	100	26%
Tiendas	130	34%
Puestos ambulantes.	19	6%
TOTAL	379	100%

Fuente: El autor

Grafica 21.Consumo del Borojó



Fuente: El autor

En esta grafica se nota el cambio de los consumidores al ellos tener la opción de comprar estos productos de buena calidad, en los diferentes sitios reconocidos, esto nos lo indica los porcentajes del 34% y 26% que corresponden a los supermercados, minimercados y tiendas.

6.10.8. Ficha Técnica

PROYECTO: Estudio de factibilidad sobre la creación de una Empresa productora y comercializadora de jugos, concentrados y pulpas de Borojón, en el Distrito de Buenaventura.

- ✓ TIPO DE INVESTIGACIÓN: Descriptiva
- ✓ TIPO DE ENCUESTA: Personalizada
- ✓ SEGMENTACIÓN DEL MERCADO: Estratos (1, 2, 3, 4 y 5),
- ✓ ÁREA: Urbana
- ✓ SEXO: Masculino y Femenino
- ✓ RANGO DE EDAD: 15 - 62
- ✓ TAMAÑO DE LA MUESTRA: 384
- ✓ TRABAJO DE CAMPO: El proceso se realizó del 10 al 29 de enero 2018
- ✓ PORCENTAJE DE ERROR: 5%

El trabajo de campo se realizó en diferentes barrios del Distrito de Buenaventura zona continental y la isla.

6.10.9. Análisis del Estudio de Mercado

- Los consumidores aceptan ampliamente un producto nuevo en el mercado, como son los jugos, pulpas, concentrados de Borojón que pueden ofrecerles las mismas características sensoriales, sanitarias y nutricionales que los productos que ya están en el mercado.
- Existe una gran demanda insatisfecha en los habitantes de Buenaventura, puesto que consumen productos elaborados a base de Borojón, pero no se comercializan de manera formal.
- Existe una tendencia de consumo favorable productos elaborados a base de Borojón en la ciudad de Buenaventura, por lo anterior crear una empresa productora de este tipo de producto no encontraría ausencia de mercado.
- Existe una competencia bastante fuerte de carácter oligopolio que obstaculiza la creación y la penetración de nuevas empresas fabricantes de productos elaborados a base de frutas, pero también existe una fracción del mercado que puede penetrarse con la ayuda de estrategias de marketing.
- La compra tiene una alta tendencia a producirse de forma diaria, seguida por semanal.

- A pesar de tener preferencias por consumir todos los productos, si se individualizan el de mayor atractivo es la pulpa de fruta de borjón, seguido del jugo y por último el concentrado.

6.11. ANÁLISIS DOFA

DEBILIDADES:

- Es una empresa nueva en el mercado y sin experiencia.
- Es una empresa nueva y por ende deberá lanzar una publicidad agresiva para penetrar el mercado.
- Poco Personal.
- Los elevados costos de producción comparados con aquellos de las empresas ya constituidas.

FORTALEZAS:

- El producto tendrá altos niveles de calidad e higiene.
- El Borjón está catalogado como una fruta energética y estimuladora sexual.
- El producto tiene gran aceptación de los consumidores por ser de origen natural y nutritivo para su organismo.
- La intención de compra hacia nuevas marcas es alta por las expectativas de calidad, precio y características organolépticas.

OPORTUNIDADES:

- A los supermercados les interesa y les conviene mantener diversas marcas de jugos, para ofrecer a los clientes múltiples opciones de compra de acuerdo a las necesidades de estos.
- El incremento en el consumo del Borjón de diferentes formas.
- El gran nivel de aceptación con que cuentan los productos elaborados a base de Borjón por la competencia que se encuentran ya posicionadas en el mercado.

AMENAZAS:

- Existen empresas que se dedican a producir y comercializar jugos, concentrados y pulpa de forma ilegal, sin ninguna especificación sanitaria, la cual puede llegar a perjudicar tanto las ventas como la imagen de los productos sin distinción de marca.

- Que no se logre penetrar de forma satisfactoria el mercado, tal que el producto no sea reconocido por el consumidor y no logre el posicionamiento en su mente.
- Existen varias marcas que ofrecen productos iguales o similares, las cuales tienen un alto grado de posicionamiento tanto en la ciudad como a nivel nacional, por lo cual se hace más difícil la penetración en el mercado de nuevas empresas.

6.12. DEMANDA INSATISFECHA

Teniendo en cuenta el resultado de las encuestas la mayoría de las personas consumen el Borojó porque es un producto muy apetecido por su sabor y sus propiedades energizante y afrodisiacos; no obstante en el mercado hay empresas que venden productos similares, pero no existe ninguna empresa posicionada en el mercado ofreciendo de manera formal y competitiva jugos, pulpas y concentrados de Borojó. Por lo anterior se evidencia la presencia de un mercado insatisfecho.

6.13. DEMANDA ESPERADA

Teniendo en cuenta los resultados de la investigación de mercados, se iniciará comercializando la pulpa de borojó, producto de gran atractivo para la población bonaverense. La venta se realizará en supermercados, tiendas y mini mercados.

En la zona urbana del Distrito de Buenaventura, hay aproximadamente 97.000 hogares en los los diferentes estratos (1, 2, 3, 4 y 5),¹⁴

Del mercado potencial se proyecta abarcar el 5% y se espera que el consumidor promedio compre el producto una vez al mes.

Mediante las estrategias de ventas adecuadas, se espera un incremento anual del 7% en el volumen de ventas.

Por lo tanto, las ventas esperadas, mes a mes, para el primer año y as ventas proyectadas para los primeros cinco años de funcionamiento son las siguientes:

¹⁴ www.dane.gov.co

Tabla 18.Proyección de ventas año 1 en unidades

PRODUCTO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7
Pulpa de borjón	4.850	4.850	4.850	4.850	4.850	4.850	4.850

PRODUCTO	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
Pulpa de borjón	4.850	4.850	4.850	4.850	4.850	58.200

Fuente: El autor

Tabla 19.Proyección de ventas años 1 al 5 en unidades

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pulpa de Borjón	58.200	62.274	66.633	71.297	76.288

Fuente: El autor

Con base en los resultados de la investigación y en los precios de los productos competidores, el producto será ofrecido en paquetes de 300 gr., a un precio de \$2.500 durante el primer año (Ver estudio financiero) y este precio será incrementado un 5% anual (de acuerdo a la inflación esperada).

Por lo anterior, las ventas esperadas, en pesos, para cada año serán:

Tabla 20.Proyección de ventas años 1 al 5 en pesos

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pulpa de borjón	58.200	62.274	66.633	71.297	76.288
Precio	\$ 2.500	\$ 2.625	\$ 2.756	\$ 2.894	\$ 3.039
Ventas Totales	\$ 145.500.000	\$ 163.469.250	\$ 183.640.548	\$ 206.333.518	\$ 231.839.232

Fuente: El autor

6.14. ESTRATEGIA DE VENTAS

- La empresa Delicias del Pacifico tiene programado vender toda su producción, para lo cual debe entablar una relación directa con sus clientes, dicha relación debe ser permanente y de continua retroalimentación.

- Los clientes que se desean obtener en el futuro, son aquellos que están interesados en cambiar la los productos elaborados a base de frutas tradicionales, por los de la empresa cuales son naturales y muy nutritivos y brindan muchos beneficios.
- La empresa tiene entre sus objetivos a corto plazo, darse a conocer en el mercado por medio de diferentes estrategias de publicidad.
- Los principales pasos seguir para hacer atractivo los productos al mercado objetivo son:
 - ✓ **Información:** Antes de la iniciación de labores productivas del proyecto, se debe informar a los posibles clientes que tendrán dentro de sus opciones de compra la oportunidad de adquirir un producto desarrollado dentro de excelentes parámetros técnicos, el cual entra a competir directamente con los productos que habitualmente adquieren.
 - ✓ **Convencimiento:** Crear estrategias mediante las cuales el cliente conozca las diferencias del nuevo producto frente al que habitualmente compran, allí entran a relucir las características que hacen al producto diferente como apariencia, calidad y respaldo.

6.15. DEFINICIÓN DE LAS CUATRO P

6.15.1. Producto

Los jugos, pulpas y concentrados de Borojón son productos 100% natural, los cuales poseen gran contenido nutricional, además son un producto energizante que estimula los sentidos; cabe resaltar que el Borojón es un producto que tiene grandes propiedades, una de ella es que combate los niveles de desnutrición.

Figura 4.Jugo de Borojón



Fuente: El autor

Figura 5.Pulpa de Boroj6



Fuente: El autor

Figura 6.Concentrado de Boroj6



Fuente: El autor

6.15.2. Precio

Para establecer el precio inicial que se le debe asignar al producto, se deben tener en cuenta los siguientes factores:

- ✓ Los precios de venta de la competencia.
- ✓ El tipo de clientes.
- ✓ La relaci6n precio – demanda.
- ✓ La reacci6n esperada de los competidores.

Además de los precios de la competencia se deben considerar los precios de productos similares, sustitutos o complementarios. El tipo de cliente influya en el precio, principalmente con base en la preferencia y capacidad adquisitiva de los mismos.

Los niveles de los precios se basan en los datos recolectados en la encuesta, teniendo en cuenta que para la asignación de precios se debe considerara las características exigidas por los clientes, tamaño, empaque y calidad entre otros.

6.15.3. Plaza

- ✓ Para determinar los puntos de venta, primero se mencionan los canales de distribución que harán que el producto finalmente llegue al mercado.
- ✓ El producto saldrá de la fábrica hacia los diferentes locales comercializadores para que estos lo hagan llegar al consumidor final.
- ✓ Los locales comercializadores son básicamente algunos supermercados, tiendas, restaurantes y compradores al por mayor. Las estipulaciones que se tienen con anterioridad con estos sitios hacen que se tenga definido la cantidad y tiempo de entrega del producto.
- ✓ Finalmente estos locales comercializadores son los que ofrezcan el producto al consumidor final, quien será el que disfrute los beneficios del mismo.
- ✓ Se debe procurar que los comercializadores que venden el producto a los clientes finales, mantengan el producto en condiciones óptimas de calidad y almacenamiento, esto con el fin de no deteriorar la imagen del producto ante el consumidor.
- ✓ Para lograr que los comercializadores conserven el producto adecuadamente y no deterioren la imagen del mismo, la empresa debe permanecer en constante comunicación con los comercializadores, además de realizar visitas periódicas en las cuales se conozca la forma de manipulación del producto.

Lo que se busca con lo anterior es que todos los esfuerzos que se hacen dentro de la fábrica para sacar al mercado un producto de excelente calidad y en óptimas condiciones, no se sacrifiquen por la mala ejecución de los lugares donde se vende el producto.

6.15.4. Publicidad

En este punto se entraran a conocer las exigencias del mercado y se plantearan estrategias para las ventas, como ya fueron mencionadas serán: informar, convencer. La empresa por ser nuevo dentro del mercado, realizara dentro de sus actividades campañas de publicidad para recordar a sus clientes habituales las bondades del producto e informar al público en general la existencia de los

productos en el mercado. Lo anterior se hace con el propósito de mantener a los clientes habituales y adquirir clientes nuevos.

El principal objetivo del plan publicitario es el posicionamiento de la marca y los productos en el mercado. Los medios de comunicación utilizados en la campaña publicitaria están divididos en tres grupos que son los siguientes:

- ✓ Medios masivos: Televisión, radio, periódico.
- ✓ Medios impresos: Volantes, afiches, tarjeta de presentación.
- ✓ Medios Alternativos: Pagina Web, blogs, redes sociales:

6.15.5. Presentación de los Productos:

- **Marca:** Delicias Del Pacifico.
- **Slogan:** Del Pacifico para el Mundo.
- **Logotipo:** lo conforman la imagen de la fruta “Borojó”, con la marca.

Figura 7. Logotipo y Etiqueta



Fuente el autor.

➤ **Etiqueta**

Ingredientes

- ✓ Pulpa de Borojé.
- ✓ Azúcar
- ✓ Agua.
- ✓ Benzoato.

Información Nutricional

- ✓ Proteínas.
- ✓ Calcio.
- ✓ Fosforo.
- ✓ Hierro.
- ✓ Vitamina C.

➤ **Fecha de Vencimiento y Lote.**

7. ESTUDIO TÉCNICO

7.1. Descripción de los Recursos

7.1.1. Materia Primas.

En la elaboración de la pulpa, concentrados y jugos de borojo se requiere las siguientes materias primas:

- ✓ Borojo.
- ✓ Agua.
- ✓ Azúcar.
- ✓ Benzoato.

7.1.2. Maquinaria, Equipos Y Herramientas

La empresa requiere los siguientes implementos para su planta de producción:

- ✓ Pasteurizador.
- ✓ Licuadora industrial.
- ✓ Cernidor.
- ✓ Purificador de ozono.
- ✓ Tamiz.
- ✓ Ollas.
- ✓ Tanques.

Ver Anexo No.1 Especificaciones Máquinas y equipos

7.1.3. Mano de Obra

La mano de obra que requiere la empresa para realizar el proceso productivo son tres (3) operarios, pues es una empresa que recién ingresará al mercado y no tendrá altos niveles de producción.

7.2. PROCESO PRODUCCIÓN

7.2.1. Recepción y Almacenaje de la Materia Prima (Borojo)

1. **Recepción:** Recibe del proveedor la materia prima requerida, de acuerdo a las especificaciones entregadas, se inspecciona manualmente los frutos que cumplan con los requisitos, los no son devueltos a los proveedor. Esta operación tiene según la cantidad de materia prima que se recepciona tendrá una duración de 20 minutos en adelante.
2. **Pesado:** Luego se pesa los Borojo que cumplen con las especificaciones, y se toma un registro del peso, cave resaltar que a los proveedores se les pagan solo por los frutos que cumplen con los requerimientos. Este paso se efectúa en una balanza de capacidad apropiada y de precisión a las centenas o decenas de gramo. Esta operación tiene según la cantidad de materia prima que se recepciona tendrá una duración de 20 minutos en adelante.
3. **Almacenamiento:** Posterior al pesado el Borojo es almacenado en canastas plásticas; quedando a disposición del departamento de producción. Esta operación tiene según la cantidad de materia prima que se recepciona tendrá una duración de 20 minutos en adelante.

7.2.2. Descripción Analítica

➤ **Producción de la Pulpa, Concentrados y Jugos de Borojo:**

Luego que el jefe de producción da la orden de comenzar con la producción, se trae el Borojo en las canastas plásticas y se realiza las siguientes operaciones:

1. **Lavado:** Al ingresar a la planta los frutos de Borojo para ser procesados, son lavados manualmente por un operario, sumergiéndolos en una solución de agua, detergente e hipoclorito al 13% en una concentración de 20 cm. por 200 ml. de agua. **Esta operación tiene una duración de 15 minutos.**
2. **Escaldado.** Consiste en someter la fruta a un calentamiento corto (en agua caliente) y posterior enfriamiento (en agua fría). Se realiza para ablandar un poco la fruta y con esto aumentar el rendimiento de pulpa; también se reduce un poco la carga microbiana que aún. **Esta operación tiene una duración de 15 minutos.**
3. **Pelado:** Consiste en la remoción de la corteza o cubierta externa de las frutas; un operario realiza la tarea de pelar las frutas de forma manual, mediante el uso de cuchillos. **Esta operación tiene una duración de 20 minutos.**

- 4. Tamizado:** Con ayuda de una herramienta llamada tamiza, se procede a retirar las semillas de la fruta, esta herramienta retiene la semilla y solo deja pasar por los orificios la pulpa de la fruta.

Nota: En este momento el 30% de la pupa de Borojo se traslada a la zona de empaque, donde se envasa, quedando lista para su almacenamiento y distribución.

- 5. Licuado para concentrado:** Después del despulpado el 30% de la pulpa de Borojo se le adiciona agua ozonizada en pocas cantidades y se convierte en concentrado, este se diferencia de la pulpa por su contenido de agua.

Nota: El resto de la pulpa se envía a proceso de licuado para ser convertida finalmente en jugo.

- 6. Licuado para jugo:** Una vez la fruta ha pasado a través de la despulpadora el 40% de pulpa de Borojo restante pasa a la licuadora de 30 litros donde son mezcladas con el agua ozonizada proveniente del tanque de ozonizado y se le adiciona: azúcar, el ácido cítrico, el benzoato, todo lo anterior se licua hasta obtener el jugo con la consistencia y viscosidad adecuada.

- 7. Cernido:** Con ayuda de una herramienta llamada cernidor se cierne el líquido licuado para retirar los residuos que hayan quedado.

- 8. Pasteurizado:** La pasteurización consiste en la destrucción de bacterias patógenas en un líquido, mediante el calor, y se usa en el tratamiento de líquidos alimenticios, alterando muy poco la estructura física y los componentes químicos de éstos. y por ultimo se mide el PH que en este caso debe ser neutro.

- 9. Empaque y Sellado:** En esta operación se procede a envasar en bolsitas de 200 ml y sellar los jugos; cabe resaltar que las pupas y concentrados se empacaran en bolsas de 300g o según sean las especificaciones de los clientes.

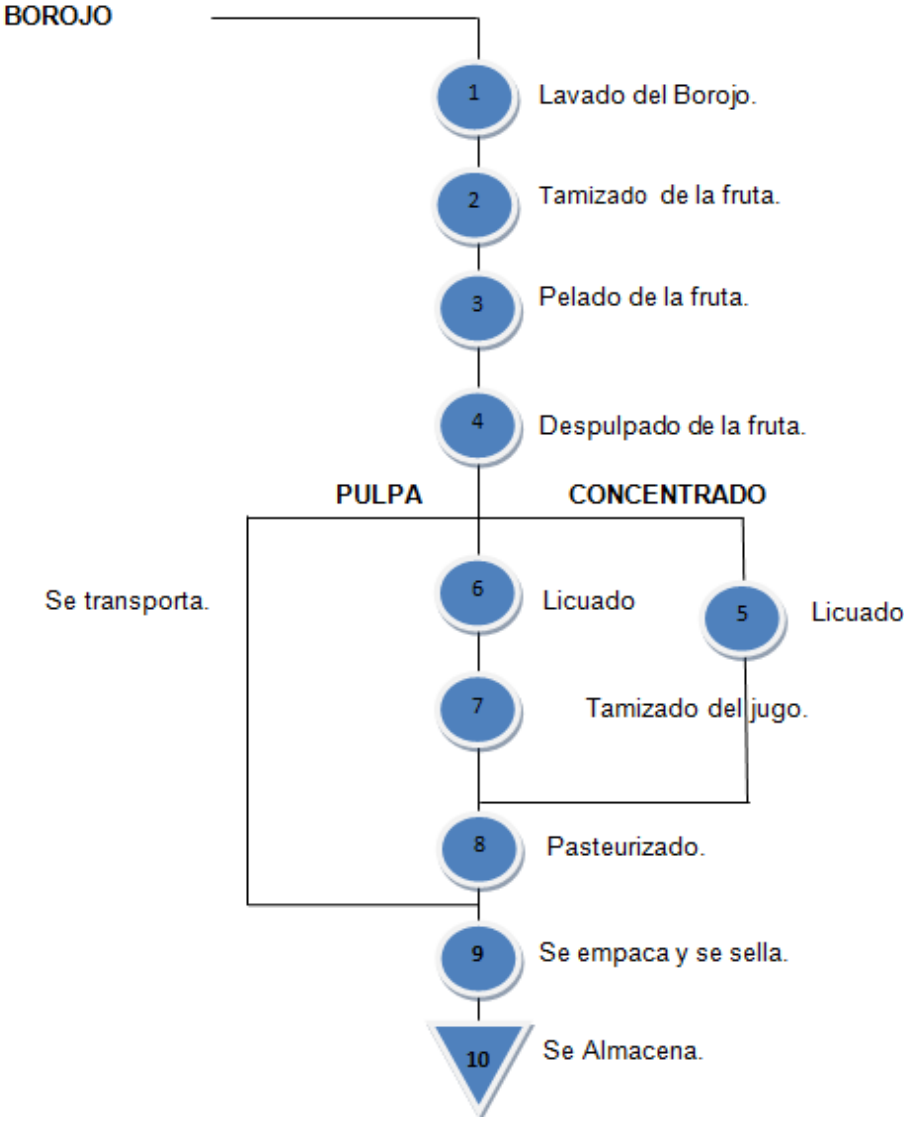
Nota: los envases lleva impresa la etiqueta que contiene nombre del producto, datos de la empresa, tabla nutricional del producto, etc.

- 10. Almacenamiento de producto terminado (Congelación).** Consiste en guardar los productos finales una vez terminados hasta su posterior distribución; El producto es organizado en canastillas plásticas y llevado a congelación. Requiere como mínimo 24 horas de almacenaje en el cuarto frío para alcanzar la presentación y enfriamiento necesario antes de salir al mercado.

7.2.3. Descripción Operativa

➤ Producción de la Pulpa, Concentrados y Jugos de Borojo:

Figura 8. Descripción operativa del proceso.



Fuente: el Autor.

7.3. CONTROL DE CALIDAD, HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL

7.3.1. Control de Calidad

Una vez obtenidos las pulpas, concentrados y jugos de Jugos de Borojo hay necesidad de evaluar la calidad del producto final. La calidad resultante será la que se haya logrado mantener después de haber procesado la fruta que llegó a la fábrica en determinadas condiciones.

Si los procesos fueron adecuadamente aplicados, manteniendo la higiene en cada operación, el jugo resultante poseerá niveles de contaminación nulos.

Teniendo en cuenta que la calidad del producto es un aspecto fundamental se ha definido un programa de control de calidad.

➤ **Programa de Control de Calidad.** El programa integral de control de calidad incluirá las siguientes operaciones:

- ☞ Inspección de entrada de insumos para prevenir que materias primas o envases defectuosos lleguen al área de procesamiento.
- ☞ Control del proceso.
- ☞ Inspección del producto final.
- ☞ Vigilancia del producto durante su almacenamiento y distribución. Esta es un área que normalmente se descuida y que puede anular todo el trabajo anterior de control de calidad.
- ☞ Es importante señalar que para obtener un producto de buena calidad se tendrán en cuenta las siguientes consideraciones:
 - ✓ Instrucciones de elaboración para cada producto.
 - ✓ Equipo de procesamiento específico.
 - ✓ Temperaturas y tiempos de procesamiento.
 - ✓ Materiales de envasado.
 - ✓ Límites de peso o volúmenes para envasado.
 - ✓ La planta de producción será inspeccionada a intervalos regulares para:
 - ✓ Asegurar las buenas prácticas de elaboración y de sanidad.
 - ✓ Dar cumplimiento a las normas de la industria.
 - ✓ Garantizar seguridad.

Se presenta el Control de Calidad que será implementado y aplicado en los procesos productivos de elaboración de las pulpas, concentrados y jugos de Borojo.

7.3.2. Higiene, Seguridad y Sanidad

- **Limpieza de Equipos e Instalaciones.** Para las máquinas que se puedan limpiar con relativa facilidad, basta con seguir las normas básicas de higiene y desinfección que cualquier persona conoce. Se hará una limpieza diaria al acabar la jornada con detergentes comerciales seguida de uno o más enjuagues, los utensilios serán de materiales adecuados (acero inoxidable).
- **Normas Generales de Higiene:** las normas de higiene que los trabajadores deben seguir, y que se deben aplicar en los puestos de trabajo son las siguientes:
 - ✓ Se harán revisiones médicas periódicas de los empleados para evitar que cualquier tipo de enfermedad de alguno de ellos pueda incidir en el producto.
 - ✓ Los trabajadores deben lavarse cuidadosamente las manos y uñas antes de cualquier proceso. Deben tener las uñas cortas y, si es posible, usar guante de goma.
 - ✓ Para entrar en la zona de trabajo, se debe usar un delantal limpio, una malla, para proteger al alimento de la posible contaminación con cabellos y una mascarilla para evitar contaminación por microbios.
 - ✓ Los utensilios y equipos de trabajo deben estar apropiadamente limpios, de manera de eliminar cualquier basura o material orgánico remanente.
 - ✓ Los desechos de la producción, deben retirarse diariamente de la zona de producción.
 - ✓ El lugar de almacenamiento del producto terminado, debe estar limpio y libre de cualquier contaminación (fumigado previamente). Este debe ser un lugar fresco y seco.
 - ✓ Una vez terminado el ciclo de trabajo, la zona de producción debe quedar perfectamente limpia.
 - ✓ Se deberá efectuar una desinfección tanto del recinto como de sus equipos cada 15 días.

➤ **Seguridad Industrial**

Todos los operarios de la planta deben tener sus respectivas dotaciones, y elementos de laborar como tapa boca, gorros etc., y recibirán charlas de salud ocupacional para que sepan, como deben transitar por la planta, cuales son las normas de seguridad para evitar cualquier tipo de accidente y los riesgos a que estarán expuestos si no se anda con cuidado en esta, todos deben estar vestidos acorde como lo dice la normatividad de la empresa, de no estar acordes con lo sugerido en las normas de seguridad, la empresa no se responsabiliza de los daños y perjuicios que le suceda a un empleado del ente.

- Actitud de la comunidad.
- Restricciones ambientales;

Por lo anterior la comercializadora y productora de pulpa, concentrados y jugos de estar localizada en el Distrito de Buenaventura, en la Avenida Simón Bolívar Kilometro 5, Barrio la Inmaculada.

Figura 10. Micro localización



Fuente: Cámara de Comercio de Buenaventura

7.5. CAPACIDAD DISPONIBLE DE LA EMPRESA.

7.5.1. Capacidad Disponible día

En la empresa se laborará 8 horas diarias, teniendo **Una Capacidad Instalada (CI)** así:

$$\text{CI: } 1 \text{ día} * 8 \text{ horas} = 8 \text{ horas/ día} * 60 \text{ min/hora} = 480 \text{ min/día}$$

No obstante se debe tener en cuenta el ausentismo y la eventualidad; según Organización Internacional del Trabajo define el ausentismo como la no asistencia al trabajo por parte de un empleado que se pensaba que iba a asistir y la eventualidad cualquier hecho que puede presentarse en el trabajo que pueda afectar la producción (falta de energía, mantenimiento de la maquina, etc). Los ingenieros de producción han establecido un 5 %, para cada uno.

$$\text{Ausentismo} = 480 \text{ min} * 5\% = 24 \text{ min/día}$$

$$\text{Eventualidad} = 480 \text{ min} * 5\% = 24 \text{ min/día}$$

$$\text{Cpr} = 480 \text{ min} - 48 \text{ min} = 432 \text{ min/día}$$

Por lo anterior se determina que la empresa tendrá una **Capacidad de Producción (Cpr)** de 432 minutos al día, la cual se calculo restándole a la capacidad instalada, el ausentismo y la eventualidad.

Cabe resaltar que en la producción se pueden presentar **Ineficiencias** las cuales se dan por el No cumplimiento de las cantidades producidas o por los productos defectuosos. Los ingenieros de producción han establecido un 5% de ineficiencia.

$$\text{In} = 432 \text{ min/día} * 5\% = 21,6 \text{ min/día} = 22 \text{ min/día}$$

$$\text{CD} = 432 \text{ min/día} - 22 \text{ min} = 410 \text{ min/día}$$

Por último se determina una **Capacidad Disponible (CD)** de la empresa es de 410 min/día, que es la capacidad de producción menos la ineficiencia.

7.5.2. Capacidad Disponible Mensual

$$\text{CD: } 410 \text{ min/día} * 20 \text{ días} = 8200 \text{ min/mes} = 137$$

Nota: la empresa inicialmente trabajara en un turno de 8 horas diarias y 20 días al mes cabe resaltar que a medida que aumente la demanda de productos aumentaran en proporción las horas trabajadas.

7.6. Cantidades de Materia Prima Requeridas por Producto.

Aunque inicialmente solo se producirá pulpa de borojón, es importante tener disponible la información de cada uno de los productos que en un futuro serán comercializados, es decir, el jugo y el concentrado.

Las cantidades unitarias de materia prima por presentación de 200 ml y 300 gramos de cada producto se presentan a continuación:

7.6.1. Jugo De Borojón: Bolsa de 200 ml

Tabla 21. Cantidades de materia prima para el jugo de Borojón.

MATERIA PRIMA E INSUMO	UNIDAD	CANTIDAD
Borojón	GRAMO	50
Agua.	LITRO	0,15
Azúcar.	GRAMO	25
Benzoato.	GRAMO	0,3
Bolsa	UND	1
TOTAL		

Fuente: El autor

7.6.2. Concentrado de Borojón: Bolsa de 300 gramos.

Tabla 22. Cantidades de materia prima para el Concentrado de Borojón.

MATERIA PRIMA E INSUMO	UNIDAD	PULPA
Borojón	GRAMO	167
Agua.	LITRO	0,25
Benzoato.	GRAMO	0,5
Bolsa	UND	1
TOTAL		

Fuente: El autor

7.6.3. Pulpa De Boroj : Bolsa de 300 gramos.

Tabla 23. Cantidades de materia prima para la pulpa de Boroj .

MATERIA PRIMA E INSUMO	UNIDAD	CONCENTRADO
Boroj�	GRAMO	333
Benzoato.	GRAMO	1
Bolsa	UND	1
TOTAL		

Fuente: El autor

7.7. Tamaño del proyecto.

Teniendo en cuenta los tiempos de producción y los equipos adquiridos, la planta puede producir:

Tabla 24. Cantidades Producidas.

PRODUCTO	CANTIDAD DIA	CANTIDAD MES	CANTIDAD AÑO
JUGO	600	12.000	144.000
PULPA	120	2.400	28.800
CONCENTRADO	240	4.800	57.600

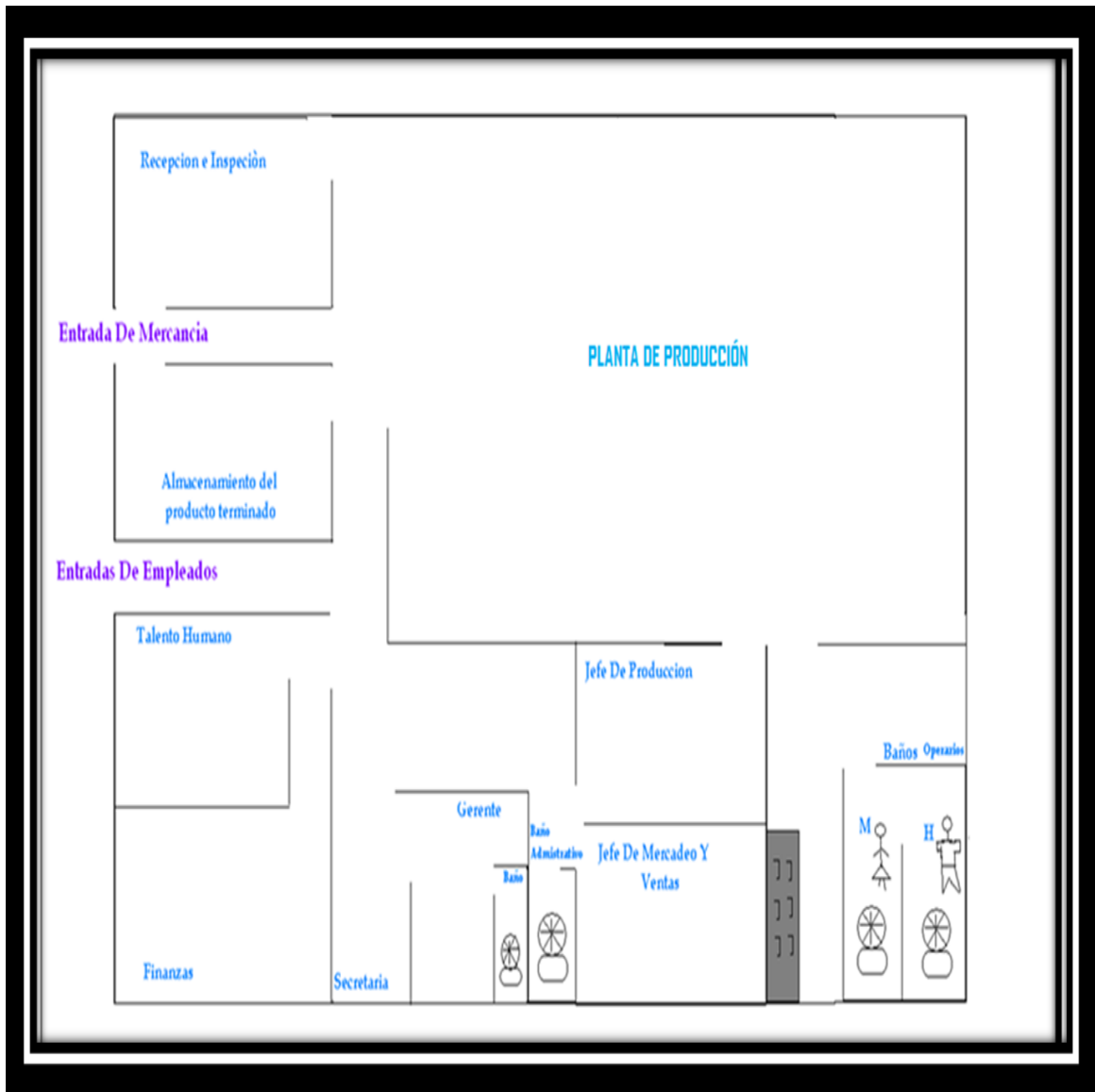
Fuente: El autor

Con esta información se puede observar que no habrá ningún inconveniente para producir la cantidad proyectada de pulpa de fruta y las cantidades que se establezcan de los demás productos.

7.8. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

La empresa estará ubicada en una bodega de 240 m² (12 x 20), espacio suficiente para adecuar oficinas, planta de producción y almacén.

Figura 11.Distribución de Planta.



Fuente: el Autor

7.9. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 25. Cronograma de actividades

N	Actividad	Duración (semanas)	MESES																			
			1				2				3				4				5			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Realización de Estudios	8	■	■	■	■	■	■	■													
2	Legalización	4								■	■	■	■									
3	Consecución y Adecuación del local	3										■	■	■								
4	Compra de Maquinaria y Equipos	4													■	■	■	■				
5	Contacto con proveedores y compra de Insumos	4													■	■	■	■				
6	Reclutamiento, selección y contratación del personal	2																			■	■
7	Publicidad	8													■	■	■	■	■	■	■	■

Fuente: El autor

8. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

8.1. ANÁLISIS DE LA EMPRESA

El proyecto de creación de una empresa productora y comercializadora de jugos, pulpa y concentrado de borojo, se clasificaría como manufacturera, ya que se dedicaría a la producción y transformación de la materia prima, en un producto que el cliente final va a consumir directamente. Esta sería una empresa que pertenecería a la rama alimenticia, puesto que se fabrica un producto apto para el consumo humano.

Su naturaleza legal sería definida por el número de socios que quieran pertenecer a ella y participar en su construcción y posicionamiento en el mercado.

El objeto social de la empresa sería el de producir y comercializar de jugos, pulpa y concentrado de borojo.

8.1.1. Descripción de la empresa

La empresa **Raíces del Pacífico** será una empresa productora y comercializadora de jugos, pulpa y concentrado de borojo, ubicada en el Distrito de Buenaventura.

8.1.2. Misión

Producir y comercializar productos elaborados a base de Borojó que puedan satisfacer las necesidades de los consumidores, logrando posicionarnos en el mercado con un producto innovador, de excelente calidad, con propiedades nutricionales muy importantes para el óptimo desempeño del cuerpo humano.

8.1.3. Visión

La empresa Raíces del Pacífico será en el año 2016 el principal productor, comercializador y distribuidor de diversos productos elaborados a base Borojó y productos típicos del pacífico, con un gran reconocimiento tanto el mercado nacional como internacional por la calidad y exquisito sabor de sus productos.

8.1.4. Valores corporativos

✓ Igualdad.

- ✓ Honestidad
- ✓ Respeto
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Solidaridad

8.1.5. OBJETIVOS

8.1.5.1. Objetivo General.

- ✓ Producir y comercializar jugos, pulpas y concentrados de Borojó.

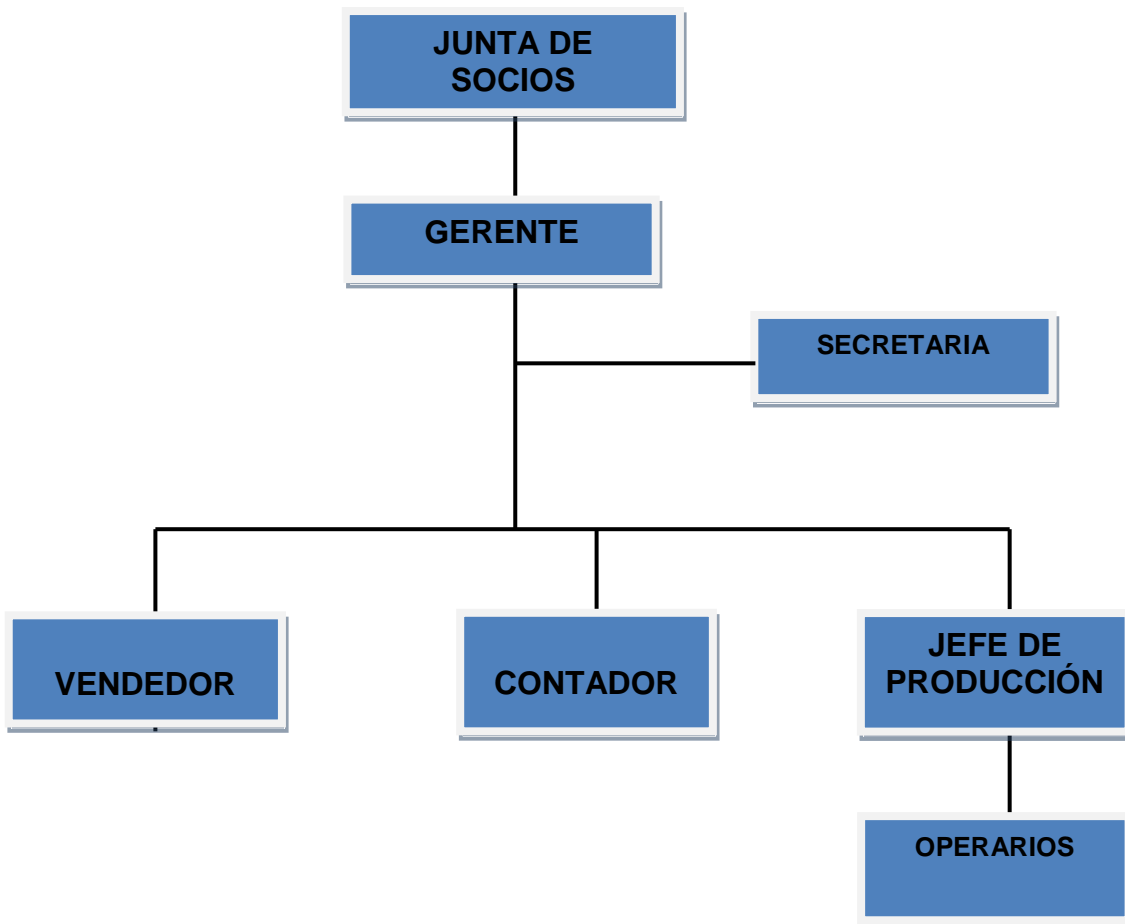
8.1.5.2. Objetivos Específicos.

- ✓ Ofrecer una buena calidad de nuestro producto.
- ✓ Contar con personal calificado
- ✓ Contar con los recursos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa
- ✓ Obtener una buena rentabilidad
- ✓ Penetrar en el mercado local
- ✓ Ampliar la gama de producto
- ✓ Aumentar las ventas

8.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional de la empresa de forma general sería la siguiente:

Figura 12. Estructura organizacional.



Fuente: el Autor.

8.3. MANUALES DE FUNCIONES

A continuación se describen las diferentes funciones de las personas encargadas de cada área de la empresa.

8.3.1. Manual de Funciones del Gerente

Tabla 26. Descripción de Cargo Gerente

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	Gerente
Jefe Inmediato:	Junta de Socios
Número de Personas en el Cargo:	Seis (6)
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y representar legalmente a la empresa. Organizar, planear, supervisar, coordinar y controlar los procesos productivos de la empresa; la ejecución de las funciones administrativas y técnicas; la realización de programas y el cumplimiento de las normas legales de la Empresa. • Asignar y supervisar al personal de la empresa los trabajos y estudios que deben realizarse de acuerdo con las prioridades que requieran las distintas actividades e impartir las instrucciones necesarias para su desarrollo. • Evaluar de manera constante los costos de lo producido y ofertado al medio, apoyándose en análisis de sensibilidad. • Elaborar plan de mercadeo para los vendedores. • Controlar la administración de mercadeo. • Autorizar y ordenar los respectivos pagos. • Presentar informes a la Junta de Socios de planes a realizar mensualmente. • Elaborar presupuestos de ventas mensuales. • Presentar políticas de incentivo para los vendedores. • Realizar el cierre de negocios que presenten los vendedores. • Supervisar, controlar y medir la eficiencia del personal de ventas. 	
Requisitos de Educación:	Administrador de empresas.
Requisitos de Experiencia:	Dos (2) años de experiencia en cargos administrativos.

8.3.2. Manual de Funciones de la Secretaria.

Tabla 27. Descripción de Cargo Secretaria

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	Secretaria.
Jefe Inmediato:	Gerente.
Número de Personas en el Cargo:	Cero (0)
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Digital y redactar oficios, memorandos, informas, así como también lo tratado en reuniones y conferencias dadas por el Gerente. • Realizar y recibir llamadas telefónicas y transmitir los mensajes a las personas correspondientes. • Atender al público para dar información y concertar entrevistas, responder por los documentaos a su cargo. • Participar activamente en la organización de eventos, reuniones y programas sociales relacionados con su cargo, para el mejoramiento de su actividad y ejecución del trabajo. • Mantener actualizada la cartelera de las instalaciones administrativas, mediante publicaciones de memorandos, circulares o cualquier comunicación que se desee hacer conocer por este medio. • Recopilar y procesar la información originada en Producción para la obtención de los datos estadísticos. • Verificación, grabación e impresión diaria de la plantilla de ingresos, comprobantes de egreso y notas de contabilidad. • Llevar manualmente el libro de bancos, retención den la fuente y libro de personal. • Entregar cheques pro cancelación de cuentas, previa identificación y firma de comprobantes de recibo por parte del acreedor. • Entregar al Gerente los cheques que éste debe firmar, adjuntando comprobantes, facturas y orden de compra correspondientes, previo visto bueno. • Las demás funciones relacionadas con el cargo, que por disposición legal, emergencia económica o necesidades del servicio sea necesario asignarle. 	
Requisitos de Educación:	Título de Secretaria Ejecutiva egresada del SENA.
Requisitos de Experiencia:	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.

8.3.3. Manual de Funciones Contador.

Tabla 28. Descripción de Cargo Contador

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	Contador
Jefe Inmediato:	Gerente
Número de Personas en el Cargo:	Cero (0)
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones establecidas para el manejo de la contabilidad.• Estar al día en las disposiciones tributarias emanadas por el Gobierno Nacional, departamental y municipal.• Ejercer estricta vigilancia y cumplimiento en las obligaciones de la empresa de tipo legal tales como: IVA, Retefuente, Impuestos, Parafiscales, etc• Actuar con integridad, honestidad y absoluta reserva de la información de la empresa.• Mantener actualizada la información la cual se ejecutará a las exigencias de la normatividad en materia fiscal y tributaria.• Estar atento a las entradas y salidas de dinero de la empresa.• Mantener en aviso al gerente sobre el presupuesto que gasta o que necesita periódicamente la empresa.• Orientar la elaboración de los estados financieros periódicamente y la presentación de esta información de manera clara y precisa.	
Requisitos de Educación:	Contador público con tarjeta profesional.
Requisitos de Experiencia:	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.

8.3.4. Manual de Funciones Vendedor.

Tabla 29. Descripción de Cargo Vendedor

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	Vendedor
Jefe Inmediato:	Gerente
Número de Personas en el Cargo:	CERO (0)
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación de las actividades destinadas al la promoción, venta, mercadeo de la empresa y servicio al cliente. • Determinar las políticas de ventas y controlar que se cumplan. • Sugerir sistemas para la fijación de precios y diseñar programas promocionales. • Estudiar solicitudes de crédito y pre aprobar aquellas que cumplan con las condiciones exigidas. • Demostraciones a los clientes de los productos de la Empresa. • Preparar informes de cierre de negocios captados al finalizar cada semana para ser presentados a la gerencia. • Evaluar de manera constante junto con la gerencia los costos de los producido y ofertado al medio, apoyándose en análisis de sensibilidad. • Elaborar plan de mercadeo para los vendedores junto con la gerencia. • Presentar informes a la gerencia mensualmente. • Elaborar presupuestos de ventas mensuales junto con la gerencia. • Realizar el cierre de negocios que presenten los vendedores. • Supervisar, controlar y medir la eficiencia del personal de ventas. • Las demás funciones que le sean asignadas por su jefe inmediato. 	
Requisitos de Educación:	Profesional en mercadeo y ventas o carreras afines.
Requisitos de Experiencia:	Dos (2) año de experiencia en cargos similares.

8.3.5. Manual de funciones Jefe de Producción.

Tabla 30. Descripción de Cargo de Producción.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	Jefe de Producción.
Jefe Inmediato:	Gerente.
Número de Personas en el Cargo:	Dos (2)
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Concretar las acciones que debe de desarrollar el departamento de producción, para cumplir con los parámetros de producción adecuados. • Estar pendiente de la calidad de la materia prima y el producto terminado. • Plantear y presentar a la administración planes y programas de producción que permitan el cumplimiento de los objetivos del departamento. • Permanecer enterado de los nuevos desarrollos tecnológicos en materia de la elaboración del producto, con el objetivo de mantener el posicionamiento y liderazgo en el mercado. • Programar y realizar reuniones periódicas con el personal a su cargo con el objeto de intercambiar opiniones sobre aspectos técnicos, administrativos y de servicio que permitan el fortalecimiento del departamento. • Ejecutar los planes estratégicos que en materia de producción le son presentados por la administración para facilitar el cumplimiento de los objetivos que han sido asignados por el departamento. • Exponer periódicamente a la administración informes de desempeño relacionados con el desarrollo de las actividades de producción. • Estar enterado constantemente de cada orden de producción con el objetivo de hacer un seguimiento a su comportamiento y analizar los posibles motivos que puedan influir en la entrega oportuna del pedido. • Especificar las funciones generales y específicas del personal a su cargo, efectuar permanente su actualización en vía del crecimiento y desarrollo de la región y responder por su adecuado funcionamiento. • Realizar inspecciones de seguridad en equipos, personal e instalaciones. 	
Requisitos de Educación:	Ingeniero industrial y carreras afines
Requisitos de Experiencia:	Dos (2) año de experiencia en cargos similares.

8.3.6. Manual de Funciones de los Operario.

Tabla 31. Descripción de Cargo Operarios

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	Operarios.
Jefe Inmediato:	Jefe de Producción
Número de Personas en el Cargo:	Cero (0)
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con el horario asignado. • Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato (Gerente). • Informar a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente. • Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia. • Responder por los implementos de trabajo asignados. • Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los sitios de trabajo. • Velar por el orden y aseo del lugar. • Llevar al día los registros requeridos para el control de la producción. • Dentro de las funciones a realizar se encuentran: Recepción de materias primas, bodegajes, transportes (materias primas, insumos y productos terminados), manejo de los equipos, máquinas y herramientas de la empresa, limpieza de desperdicios, entrega de productos terminados, cargas y descargas, despacho de ordenes, revisión del estado de los equipos y maquinas, demás funciones delegadas por el jefe inmediato. 	
Requisitos de Educación:	Título de bachiller, Curso de manipulación y conservación de alimentos (SENA, Secretaria de Salud, etc.)
Requisitos de Experiencia:	Un (1) año de experiencia en cargos similares.

8.4. SELECCIÓN DEL PERSONAL

La empresa **Raíces Del Pacífico** para seleccionar el personal de trabajo realizara los siguientes pasos:

8.4.1. Proceso de Reclutamiento

- Se identifica los requisitos del puesto
- Se realiza publicidad de los puesto vacante
- Recepción de las hojas de vida de los candidatos
- Identificación de los candidatos con el perfil requerido

8.4.2. Proceso de Selección

- Verificación de la información de la hoja de vida
- Entrevista con el gerente
- Evaluación medica del candidato
- Resultados
- Descripción realista del puesto de trabajo
- Contratación

8.4.3. Proceso de Inducción

- Bienvenida
- Socialización del nuevo empleado con la empresa
- Ubicación del empleado

8.4.4. Salario de los Trabajadores.

A continuación se describen los sueldos de cada uno de los trabajadores.

Tabla 32.Salario de los trabajadores

CARGO	CANT	SUELDO MES (\$)
GERENTE	1	1.200.000
SECRETARIA	1	661.500
JEFE DE PRODUCCION	1	850.000
CONTADOR	1	850.000
VENDEDOR	1	861.500
OPERARIO	2	1.153.000
TOTAL	7	5.576.000

Fuente: el autor

9. ESTUDIO LEGAL

9.1. TIPO DE SOCIEDAD A CONSTITUIR

La sociedad que se va a constituir, es la sociedad de responsabilidad limitada, ya que los socios cumplen con los requisitos de una sociedad limitada:

- Deben constituirse con un mínimo de dos y un máximo de 25 socios.
- Los socios responden por las obligaciones de la sociedad hasta por el monto de su aporte.
- En materia de impuestos y obligaciones laborales insolutas, los socios responden solidariamente a prorrata de sus aportes y en proporción al periodo por el cual se tuvo el aporte durante el año fiscal.
- La dirección y administración de la sociedad está a cargo de la junta de socios, en la cual cada socio tiene tantos votos como cuotas tiene en la sociedad.
- La junta de socios puede delegar la administración de la sociedad en un gerente.
- El capital social debe ser pagado en su totalidad en el momento de constituir la sociedad y debe estar dividido en cuotas de igual valor cada una.
- La sociedad limitada tendrá Revisoría Fiscal, en caso de que así lo apruebe cualquier número de socios excluidos de la administración que represente al menos el veinte por ciento (20%) del capital. Adicionalmente, la sociedad comercial sin importar el tipo societario, cuyos activos brutos al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior sean o excedan a 5.000 salarios mínimos y/o cuyos ingresos brutos durante el año inmediatamente anterior sean o excedan a 3.000 salarios mínimos.

NOTA: La sociedad de la empresa RAISES DEL PACIFICO se constituye de 2 socios.

9.2. PASOS PARA CREAR LA EMPRESA “RAÍCES DEL PACIFICO”

9.2.1. Verificación del nombre o razón social.

- En el puesto de información de cualquiera de las Sedes de la Cámara de Comercio, puede solicitar un volante para la consulta de nombres.

- Diligencie el formulario con los nombres que desea consultar y la actividad a la que se va a dedicar.
- Cancele el valor de la consulta la cual cuesta \$1.500.
- Presente el formulario diligenciado en las ventanillas de Cámara de Comercio y el empleado le indicará cuando reclamarlo, con el fin de saber si puede usar dicho nombre o no debido a que ya existe o hay alguno similar.

Una vez aprobado el nombre pase a hacer lo siguiente:

9.2.2. Elaboración de la minuta.

Presenta el siguiente contenido básico:

- Los datos de los socios constituyentes: nombres completos, cédulas, nacionalidad, estado civil y domicilio.
- La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma.
- El domicilio de la sociedad y de las sucursales que se establezcan.
- El negocio de la sociedad (objeto social), enunciando en forma clara y completa las actividades principales.
- El capital social pagado por cada socio. Si es una sociedad por acciones se deberá expresar el capital suscrito y pagado, la forma como se cancelarán las cuotas y el valor nominal de las acciones representativas del capital. (ver paso uno).
- Se debe expresar como se administrará la sociedad, las facultades de los administradores, las asambleas y juntas de los socios, según lo establecido legalmente para cada tipo de sociedad.
- Los días y la forma de convocar y constituir la asamblea o junta de socios ya sea de manera ordinaria o extraordinaria, y la forma como se decidirá en un determinado asunto.
- Las fechas en que se deben hacer los balances generales y como se distribuirán las utilidades, así como también la reserva legal.
- La duración de la empresa y sus causales para disolverla, y la forma de liquidarla.
- Establecer el representante legal de la sociedad con su domicilio, sus facultades y obligaciones.

➤ Modelo de minuta de una sociedad limitada:

En el Distrito de Buenaventura, departamento del Valle del Cauca, República de Colombia, a primero de Marzo del dos mil nueve, la señora Gelen Vente y Kelly Córdoba, mayores de edad, con domicilio en Buenaventura, identificados con las cédulas de ciudadanía números 38.474.354 y 38.469.053, obrando en nombre propio, manifestaron que constituirán una sociedad de responsabilidad limitada la

cual se registrará por las normas establecidas en el código de comercio y en especial por los siguientes estatutos:

Artículo 1: Nombre o razón social: la sociedad se denominará “**raíces del pacífico**”.

Artículo 2: Domicilio: el domicilio principal será en Distrito de Buenaventura, Departamento del Valle del Cauca, República de Colombia, sin embargo la sociedad puede establecer sucursales, en otras ciudades del país como en el exterior.

Artículo 3: Objeto social: la compañía tiene por objeto social: Producir y Comercializar café tostado y molido en bolsas de papal filtrante. En el desarrollo y cumplimiento de tal objeto puede hacer en su propio nombre o por cuenta de terceros o con participación de ellos, toda clase de operaciones comercial, sobre bienes muebles o inmuebles y construir cualquier clase de gravamen, celebrar contratos con personas naturales o jurídicas, efectuar operaciones de préstamos, cambio, descuento, cuentas corrientes, dar o recibir garantías y endosar, adquirir y negociar títulos valores.

Artículo 4: Duración de la sociedad: se fija en 10 años, contados desde la fecha de otorgamiento de la escritura. La junta de socios podrá mediante reforma, prolongar dicho término o disolver extraordinariamente la sociedad, antes de que dicho término expire.

Artículo 5: El capital de la sociedad es la suma de \$150.000.000.oo

Artículo 6: Responsabilidades: la responsabilidad de cada uno de los socios se limita al monto de sus aportes y al préstamo.

Artículo 7: Aumento del capital: el capital de los socios puede ser aumentando por nuevos aportes de los socios, por la admisión de nuevos socios o por la acumulación que se hicieron de utilidades por determinación de común acuerdo de los socios.

Artículo 9: Cesión de cuotas: las cuotas correspondientes al interés social de cada uno de los socios no están representadas por títulos, ni son negociables en

el mercado, pero sí pueden cederse. La cesión implicará una reforma estatutaria y la correspondiente escritura será otorgada por el representante legal, el cedente y el cesionario.

Artículo 10: Administración: la administración de la sociedad corresponde por derecho a los socios, pero estos convienen en delegarla en un gerente, con facultades para representar la sociedad. Esta delegación no impide que la administración y representación de la sociedad, así como el uso de la razón social se someta al gerente, cuando los estatutos así lo exijan, según la voluntad de los socios.

Requiere para su validez el consentimiento de todos los socios, la ejecución o ejercicio de los siguientes actos o funciones: 1. Disponer de una parte de las utilidades líquidas con destino a ensanchamiento de la empresa o de cualquier otro objeto distinto de la distribución de utilidades.

Artículo 11: Reuniones: la junta de socios se reunirá ordinariamente una vez por año, el primer día de Marzo a las 10:00 de la mañana en las oficinas del domicilio de la compañía.

Artículo 12: Votos: en todas las reuniones de la junta de socios, cada socio tendrá tantos votos como cuotas tenga en la compañía. Las decisiones se tomarán por número plural de socios que represente la mayoría absoluta de las cuotas en que se halla dividido el capital de la sociedad, salvo que de acuerdo con estos estatutos se requiera unanimidad.

Artículo 13: La sociedad tendrá un gerente y un subgerente que lo reemplazará en sus faltas absolutas o temporales. Ambos elegidos por la junta de socios para períodos de un año, pero podrán ser reelegidos indefinidamente y removidos a voluntad de los socios en cualquier tiempo. Le corresponde al gerente en forma especial la administración y representación de la sociedad, así como el uso de la razón social con las limitaciones contempladas en estos estatutos. En particular tendrá las siguientes funciones:

Un buen Gerente de Producción deberá **compendiar los conocimientos y experiencias**, antes señalados, y profundizar en ellos. Cada día tendrá ocasión de ir saltando, permanentemente, de unos a otros sin que le sea fácil refugiarse detrás del funcionamiento o reparación de una máquina o sentarse en el despacho detrás de planos y papeles, huyendo de la dinámica que le rodea.

Artículo 14: Inventarios y Balances: mensualmente se hará un Balance de prueba de la sociedad. Cada año a 31 de Diciembre se cortarán las cuentas, se hará un inventario y se formará el Balance de la junta de socios.

Artículo 15: Reserva Legal: aprobado el Balance y demás documentos, de las utilidades líquidas que resulten, se destinará un 10% de reserva legal

Artículo 16: La sociedad se disolverá por:

1. La expedición del plazo señalado para su duración.
2. La pérdida de un 50% del capital aportado.
3. Por acuerdo unánime de los socios.
4. Cuando el número de socios exceda de veinticinco.
5. Por demás causales señaladas en la ley.

Artículo 17: Liquidación: disuelta la sociedad se procederá a su liquidación por el gerente salvo que la junta de socios resuelva designar uno o más liquidadores con sus respectivos suplentes, cuyos nombramientos deberán registrarse en la Cámara de Comercio del domicilio de la ciudad.

De esta manera se debe detallar toda la información referente a la sociedad con da uno de los aspectos mencionados en el contenido básico.

Nota:

Los artículos de los estatutos, deben ser normas de carácter permanente y general, deben constituir reglas estables que No requieran de ajustes. En cuanto al diseño de los estatutos puede redactarse todos los artículos que le convengan a la organización, pero teniendo presente no establecer artículos para los estatutos que se conviertan en un limitante para el desarrollo de la empresa en lo relativo a operaciones comerciales o administrativas.

IR A LA NOTARÍA:

El valor que se debe pagar en la Notaría para un capital de \$10.000.000, es de \$115.000, allí procederán a hacerle lo siguiente:

- Le transcribirán su minuta conformando así la Escritura Pública, firmada por el notario con los sellos respectivos y adicionalmente por los socios con la cédula y sus huellas.

9.2.3. Pago del impuesto de registro sobre la escritura

Realizar el pago del impuesto de registro sobre la escritura de constitución en la oficina de Rentas Departamentales.

➤ **Formulario De Matrícula Mercantil:**

Adquirir en la Cámara de Comercio el formulario de Matrícula Mercantil “Sociedades Comerciales”, el cual tiene un costo de \$2.000, posteriormente debe presentar en la ventanilla de la Cámara de Comercio lo siguiente:

- El formulario de matrícula mercantil diligenciando, junto con el volante de “consulta de nombres” aprobado.
- Dos copias autenticadas de la escritura pública de constitución de la sociedad, en la que debe aparecer el nombramiento del representante legal. En el caso de ser empresa unipersonal, el documento privado sino se constituyó por escritura pública.
- Recibo de pago del impuesto de Registro expedido por Rentas Departamentales.
- Carta de cada una de las personas nombradas, como: representantes legales, junta directiva y revisor fiscal cuando sea el caso.
- Documento de identificación del representante legal.
- Permiso de funcionamiento de la sociedad, en caso de hallarse sujeta a vigilancia estatal.
- En caso de aporte de inmuebles al capital social, acreditar el pago del impuesto de anotación y registro (boleta de rentas).
- Solicitar en la taquilla de la Cámara de Comercio el valor de la liquidación de los derechos de matrícula.
- Cancelar los derechos de matrícula. Al momento del pago le entregarán un recibo con el cual podrá reclamar el certificado de su matrícula, así como las copias de los formularios, las escrituras y las cartas de aceptación. Según nuestro ejemplo para un capital de \$10.000.000 se debe cancelar \$176.000. pero como poseemos un capital mas grande se cancela un valor mas alto.
- Obtener copia del certificado de existencia y representación legal de la sociedad.
- Luego de haber realizado la inscripción, usted podrá solicitar a la Cámara de Comercio, el certificado de existencia y representación, es un documento que le permite al comerciante o sociedad realizar algunos trámites (inscripción ante la administración de impuestos, industria y comercio, etc.) o simplemente acreditar su matrícula en el registro mercantil.

9.2.4. Registro de libros de contables

Están compuestos por los libros de contabilidad, libros de actas, libros de registro de aportes, comprobantes de las cuentas, los soportes de contabilidad y la correspondencia relacionada con sus operaciones.

Una vez matriculada la sociedad o empresa, el propietario de esta o el representante legal debe presentar y solicitar el registro de los libros de comercio, con carta dirigida a la Cámara de Comercio y diligenciar el formulario de solicitud respectivo. Los libros son los siguientes:

- Libro auxiliar: se lleva para registrar detalladamente en orden cronológico las cuentas principales, totalizando débitos, créditos y saldo que pasa al final de cada período al libro diario y al libro mayor, este libro no requiere ser registrado en la Cámara de Comercio.
- Libro caja – diario: en este libro se pasan las operaciones contables en orden cronológico, en forma individual o por resúmenes que no excedan de un mes.
- Libro mayor: en este libro se pasan las operaciones por cuentas utilizando el sistema de partida doble; permitiendo establecer el resumen mensual de todas las operaciones para cada cuenta.
- Libro inventario y balance: se debe hacer un inventario y un balance general al iniciar sus actividades y por lo menos una vez cada año para conocer en forma clara y completa la situación del patrimonio.
- Libro de accionistas: en el se escriben las acciones, anotando el título, el número y la fecha de inscripción, al igual que los cambios de propietario.
- Libro de actas: los libros de actas pueden ser de dos clases: libros de actas de asamblea de socios y libro de acta de junta directiva. El primero lo deben llevar todas las sociedades, el segundo solo en las que posean junta directiva.
- En los libros de actas, deben anotarse en orden cronológico las actas de las reuniones, las cuales deberán ser firmadas por el secretario y presidente de la reunión.
- La primera hoja de cada libro debe presentarse rotulados (marcados) a lápiz en la parte superior con el nombre de la sociedad y la destinación que se dará a cada libro, así como numerarse consecutivamente y no tener ningún registro contable.
- Los pasos a seguir en la Cámara de Comercio:
- Llevar el formato, la carta y los libros en cualquier taquilla de la Cámara de Comercio.
- Pagar los derechos de inscripción de los libros. Al momento de cancelar le entregarán el recibo de pago con el cual podrá reclamar los libros registrados,

en la fecha que allí se indica. Actualmente cada libro tiene un costo de \$15.000.

- Cuando le entreguen los libros, verifique que la primera página de cada libro registrado este sellado por la Cámara de Comercio y rubricadas todas las demás.

9.2.5. Tramites ante la DIAN

Ir a la Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), para que obtenga el número de identificación tributaria (NIT), el cual es necesario para identificarse en el desarrollo de las actividades comerciales. Para este número de identificación, el cual es expedido en una tarjeta, se debe realizar el trámite correspondiente en la DIAN, que se encuentre en el Distrito donde se está domiciliado. Pasos a seguir:

Con el certificado de existencia y representación que solicite en la Cámara de Comercio, diríjase a la DIAN y solicite el formulario de RUT (registro único tributario), por medio del cual se puede realizar los siguientes trámites, entre otros:

- Asignación de NIT
- Inscripción en el registro de vendedores si es responsable de IVA.
- Una vez adquirido y diligenciado el formulario, preséntese ante la DIAN, con los siguientes documentos:
- Formulario de RUT diligenciado en original y dos copias.
- Copia de la escritura pública de constitución.
- Certificado de existencia y representación, expedido por la Cámara de Comercio, con fecha no mayor a tres meses antes de su presentación.
- Fotocopia de la cédula del representante legal.

El registro de Impuestos sobre las ventas (IVA), se puede hacer en el momento de realizar la solicitud del NIT. Los responsables del régimen simplificado no tienen obligación de declarar el IVA, los responsables del régimen común deben hacerlo bimestralmente en las fechas que indique el calendario tributario, el cual puede adquirir directamente en la DIAN.

Simultáneamente con la solicitud del formulario RUT, usted puede solicitar el formulario para que la DIAN le autorice la numeración para las facturas que usará en su negocio.

9.3. AFILIACIÓN A LA ASEGURADORA DE RIESGOS LABORALES (ARL)

Algunas de ellas son: el ISS, Colmena, Suratep, entre otros. Los pasos a seguir son:

Una vez elegida la ARP, el empleador debe llenar una solicitud de vinculación de la empresa al sistema general de riesgos profesionales, la cual es suministrada sin ningún costo por la ARP, dependiendo el grado y la clase de riesgo de las actividades de la empresa, ellos establecen la tarifa de riesgo la cual es un porcentaje total de la nómina y debe ser asumida por el empleador, dicho valor se debe pagar cada mes.

Adicionalmente debe vincular a cada trabajador, llenando la solicitud de vinculación del trabajador al sistema general de riesgos profesionales.

9.4. RÉGIMEN DE SEGURIDAD SOCIAL

Usted deberá inscribir a alguna entidad promotora de salud (EPS) a todos sus trabajadores, los empleados podrán elegir libremente a que entidad desean vincularse (Cooomeva, Susalud, Cafesalud, Cruz Blanca, entre otras).

Una vez elegida el empleador deberá adelantar el proceso de afiliación tanto de la empresa como para el trabajador, mediante la diligenciación de los formularios, los cuales son suministrados en la EPS elegida. El formulario de afiliación del trabajador deberá diligenciarse en original y dos copias, el original es para la EPS, una copia para el empleador y la otra para el trabajador. El porcentaje total de aportes a salud es de un 12% del salario devengado por el trabajador. El valor resultante se divide en tres partes iguales, de las cuales el trabajador debe pagar una y el empleador las dos restantes.

9.5. AFILIACIÓN FONDO DE PENSIONES Y CESANTÍAS

El empleador debe afiliar a todos los miembros de la empresa al fondo de pensiones, el cual el trabajador podrá elegir. Una vez elegido se llena la solicitud de vinculación, la cual se la suministra el fondo. Ya vinculado se debe pagar mensualmente el 13.5% del salario devengado por el trabajador, dicho valor se divide en cuatro y de estas el empleador paga tres y una el trabajador.

9.6. APORTES PARAFISCALES

Son pagos a que está obligado todo empleador a cancelar sobre el valor de la nómina mensual a través de las cajas de compensación familiar para: Subsidio familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y SENA. Para realizar la respectiva inscripción, se debe adquirir un formulario en la caja donde desea afiliarse (Comfamiliar o Comfenalco), donde le entregarán adjunto el formulario de afiliación al ICBF y al SENA.

Los pasos para la afiliación de la empresa son:

- Presentar solicitud escrita, suministrada por la Caja de Compensación Familiar, donde conste: domicilio, NIT, información sobre si estaba afiliado o no a alguna caja de compensación familiar. A la solicitud se le debe anexar lo siguiente:
 - Fotocopia de la cédula si es persona natural
 - Certificado de existencia y representación legal vigente si es persona jurídica.
 - Relación de trabajadores indicando para cada uno: número de cédula, **nombre** completo y salario actual.
 - Formulario diligenciado de afiliación a la empresa.
 - Formulario de afiliación del trabajador y de las personas a cargo.
 - Para afiliar al trabajador debe:
 - ✓ Presentar el formulario de inscripción del trabajador debidamente diligenciado.
 - ✓ Adjuntar los documentos necesarios para inscribir las personas que tengan a cargo trabajadores.
- Una vez esté en la Caja de Compensación Familiar elegida, debe pagar durante los primeros diez días del mes, el valor correspondiente al 9% del total devengado en la nómina mensual, los cuales deberán ser asumidos por el empleador. La distribución del 9% es la siguiente:
 - ✓ 2% para el SENA.
 - ✓ 3% para el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.
 - ✓ 4% para la Caja de Compensación Familiar.

10. ESTUDIO FINANCIERO

10.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO FINANCIERO.

En esta parte se pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de operación de la empresa a crear y otros aspectos que servirán de base para la evaluación económica.

10.2. INVERSIONES

Para la puesta en marcha de la empresa es necesario realizar una serie de inversiones, en relación a maquinaria, equipos y herramientas, equipos de cómputo y comunicación, muebles y enseres, entre otros.

10.2.1. Constitución de la Empresa

Para que la empresa funciones legalmente de estar legalmente constituida, de lo contrario cualquier acuerdo mercantil que realice no tendrá soporte ni credibilidad, además podrá gozar de beneficios como créditos ante entidades financieras,; igualmente podrá emitir comprobantes de pago, y que podamos producir, comercializar y promocionar nuestros productos o servicios con autoridad y sin restricciones.

Tabla 33. Gastos Constitución de Empresa

GASTOS CONSTITUCION DE EMPRESA	VALOR AÑO (\$)
Escritura de constitución	100.000,00
Registro Mercantil	421.000,00
Registro de libros contables	21.000,00
Certificado de seguridad	65.000,00
Registro de marca	1.134.000,00
Registro Sanitario INVIMA	312.000,00
Total	2.053.000,00

Fuente: El autor

Los gastos de constitución de la empresa tienen un monto de **\$2.053.000**

10.2.2. Maquinaria, Equipo y Herramienta.

Para la producción de los productos es necesario una serie de maquinaria, equipos y herramientas, que harán que la productividad de la planta sea mayor, igualmente mejoraran la calidad de los productos.

Tabla 34.Maquinaria, Equipos y Herramientas.

MAQUINARIA, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
PASTEURIZADOR	1	7.000.000,00	7.000.000,00
BASCULA	1	349.000,00	349.000,00
TAMIZ	1	300.000,00	300.000,00
OLLAS	2	50.000,00	100.000,00
LICUADORA	2	1.100.000,00	2.200.000,00
CERNIDOR	2	50.000,00	100.000,00
TANQUE	2	250.000,00	500.000,00
MAQUINA SELLADORA Y LLENADORA	1	3.000.000,00	3.000.000,00
PURIFICADOR DE AGUA	1	250.000,00	250.000,00
CANASTA	30	7.000,00	210.000,00
CUCHARONES	3	3.000,00	9.000,00
TOTAL		12.359.000,00	14.018.000,00

Fuente: El autor

La inversión en maquinaria, equipos y herramientas tendrán un monto de **\$14.018.000,00.**

10.2.3. Muebles y Enseres.

Para comodidad de los trabajadores en especial los del área administrativa es necesario acondicionar la oficinas con muebles y enseres que les permitan comodidad y una posición ergonómica para evitar la fatiga, estrés laboral y enfermedad laboral.

Tabla 35.Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
SILLA ERGONOMICAS	5	60.000,00	300.000,00
ESCRITORIOS	4	150.000,00	600.000,00
SILLAS RIMAX	10	20.000,00	200.000,00
TOTAL		230.000,00	1.100.000,00

Fuente: El autor

La inversión en muebles y enseres tiene un monto de \$1.100.000

10.2.4. Equipo de Comunicación y Computación.

Para realizar algunas actividades que demanda la empresa es necesario contar con equipos de computación y comunicación, que faciliten las comunicaciones con los clientes y proveedores, igualmente programar sistemáticamente las actividades y otras tareas.

Tabla 36.Equipos de Comunicación y Computación

EQUIPO DE COM. Y COP	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
COMPUTADOR	3	1.200.000,00	3.600.000,00
TELEFONO	2	30.000,00	60.000,00
IMPRESORA MULTIFUSIONAL	1	200.000,00	200.000,00
TOTAL		1.430.000,00	3.860.000,00

Fuente: El autor

La empresa invertirá en equipos de comunicación y computación un valor de \$3.860.000.

10.2.5. Adecuación.

Teniendo en cuenta que la empresa se ubicara en una bodega, es necesario realizar una serie de adecuaciones de. Oficinas, la planta y el curto frio donde se almacenara el producto terminado.

Tabla 37.Adecuación de local.

ADECUACIONES	COSTO (\$)
Oficina	3.500.000,00
Planta	1.500.000,00
Cuarto frio	10.000.000,00
TOTAL	15.000.000,00

Fuente: El autor

La inversión de la empresa en adecuación tendrá un monto de \$15.000.000.

10.2.6. Inversión Inicial

Tabla 38.Inversión Inicial

INVERSION	COSTO TOTAL
MAQUINARIA, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS	14.018.000,00
EQUIPO DE COM. Y COP	3.860.000,00
MUEBLES Y ENSERES	1.100.000,00
ADECUACIONES	15.000.000,00
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	2.053.000,00
TOTAL	36.031.000,00

Fuente: El autor

Para comenzar con su actividad la empresa deberá realizar una Inversión Inicial de la empresa es de **\$36.031.000,00**.

10.2.7. Depreciación.

La depreciación es el método mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Toda maquinaria, equipos herramientas, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que al final lo lleva a ser inutilizable.

Tabla 39.Depreciación.

EQUIPOS O ELEMENTOS	PERIODO	VALOR TOTAL(\$)	VALOR MES (\$)	VALOR AÑO (\$)
MA, EQ. Y HER.	120	10.349.000,00	86.241,67	1.034.900,00
herramientas	60	3.669.000,00	61.150,00	733.800,00
EQUIPO DE COM. Y COP	60	3.860.000,00	64.333,33	772.000,00
MUEBLES Y ENSERES	60	1.100.000,00	18.333,33	220.000,00
ADECUACIONES	120	15.000.000,00	125.000,00	1.500.000,00
TOTAL		33.978.000,00	355.058,33	4.260.700,00

Fuente: El autor

Los equipos o elemento se depreciaran anualmente en un monto de \$4.260.700,00

10.3. COSTOS DE PRODUCCIÓN.

Los costos de producción son aquellos costos que la empresa deberá incurrir para la fabricación de los productos, esto son materias primas, e insumos; en el caso de los jugos, pulpas y concentrados de Borojó, son productos naturales cuya materia prima es el Borojó que solo se le adhiere benzoato para que se conserve y aumente su vida útil.

Tabla 40.Costos de Producción Año 1

PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD MES	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)	COSTO AÑO (\$)
PULPA	GRAMO	1.455.000	2	2.910.000	34.920.000
BENZOATO	GRAMOS	5.160	6	30.960	371.520
EMPAQUE	BOLSA	4.850	150	727.500	8.730.000
TOTAL				3.668.460	44.021.520

Fuente: El autor

Para el primer año, Los costos de producción mensual tienen un valor mensual de \$3.668.460 y un valor anual de \$44.021.520

Tabla 41.Costos de Producción Años 1 a 5

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PULPA	34.920.000	39.232.620	44.073.732	49.520.045	55.641.416
BENZOATO	371.520	417.403	468.908	526.852	591.978
EMPAQUE	8.730.000	9.808.155	11.018.433	12.380.011	13.910.354
TOTAL	44.021.520	49.458.178	55.561.073	62.426.908	70.143.748

Fuente: El autor

Nota: Cabe resaltar que los productos se empacaran en bolsas impresas con la etiqueta, por lo anterior no se incurrirá en un costo por ella.

10.4. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Las empresas están constituidas por personas, las cuales son los encargados de administrar sus recursos, para que ésta cumpla con la función de generar ingresos; cada uno de estos tiene unas funciones específicas y por esto deben devengar unos dineros por su trabajo.

Cabe resaltar que entre a los sueldos se les aplico los aportes sociales y los impuestos parafiscales con un porcentaje de 42,85 % y 9 % respectivamente, para un total de 51,85%.

Tabla 42.Gastos Administrativos.

CARGO	CANT	SUELDO MES (\$)	SUELDOS ANUAL (\$)	PREST. SOC MESL (\$)	APORTES PARAFISCALES ANUAL (\$)	Total nomina anual (\$)
GERENTE	1	1.200.000	14.400.000	6.170.400	1.296.000	21.866.400
SECRETARIA	1	782.000	9.384.000	4.021.044	844.560	14.249.604
JEFE DE PRODUCCION	1	782.000	9.384.000	4.021.044	844.560	14.249.604
CONTADOR	1	782.000	9.384.000	4.021.044	844.560	14.249.604
VENDEDOR	1	782.000	9.384.000	4.021.044	844.560	14.249.604
TOTAL	5	4.328.000	51.936.000	22.254.576	4.674.240	78.864.816

Fuente: El autor

Los gastos administrativos tienen valor mensual de \$4.328.000 y un valor anual de \$78.864.816

10.5. GASTOS OPERACIONALES

10.5.1. Servicios Públicos.

Para el funcionamiento de la empresa, bien sea, el área administrativa o la planta de producción la empresa deberá incurrir en gastos por servicios públicos.

Tabla 43.Gastos Servicios Públicos.

GASTOS SERVICIOS PUBLICOS	VALOR MES	VALOR AÑO
	(\$)	(\$)
INTERNET	50.000	600.000
AGUA	110.000	1.320.000
ENERGIA	250.000	3.000.000
TOTAL	410.000	4.920.000

Fuente: El autor

Los gastos en servicios públicos tienen un valor anual de **\$4.920.000,00**.

10.5.2. Papelería.

Para el funcionamiento de la oficina se necesita una serie de artículos, los cuales hacen parte de la papelería.

Tabla 44.Gastos Papelería.

GASTOS PAPELERIA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL(\$)	VALOR AÑO(\$)
RESMA TAMAÑO CARTA	2	7.000,00	14.000,00	168.000,00
GRAPADORA	2	4.000,00	8.000,00	96.000,00
PERFORADORA	1	5.000,00	5.000,00	60.000,00
CARPETAS	6	400,00	2.400,00	28.800,00
BOLIGRAFOS	10	500,00	5.000,00	60.000,00
SOBRES	20	100,00	2.000,00	24.000,00
TOTAL		17.000,00	36.400,00	436.800,00

Fuente: El autor

La empresa gastara anualmente en papelería un valor de \$436.800.

10.5.3. Publicidad.

Para que los productos de la empresa tengan gran impacto en el mercado, se deberá hacer una publicidad agresiva por los distintos medios de comunicación.

Tabla 45.Gastos Publicidad.

GASTOS PUBLICIDAD	VALOR MES (\$)	VALOR AÑO (\$)
RADIAL	100.000	1.200.000,00
VOLANTES	25.000	300.000,00
TELEVISION	125.000	1.500.000,00
TOTAL	250.000	3.000.000,00

Fuente: El autor

Los gastos de publicidad tendrán un valor de **\$3.000.000** al año.

10.5.4. Gastos Arrendamiento.

Para disminuir la inversión inicial de la empresa se optara por arrendar un local el cual será adecuado de la mejor manera para el funcionamiento.

Tabla 46.Gastos Arrendamiento.

GASTOS ALQUILER	VALOR MES (\$)	VALOR AÑO (\$)
ALQUILER BODEGA	600.000,00	7.200.000,00
TOTAL	600.000,00	7.200.000,00

Fuente: El autor

La Empresa gastará en arrendamiento un monto de \$7.200.000 anuales.

10.5.5. Seguro.

Tabla 47.Gastos Seguro.

GASTOS ALQUILER	VALOR MES (\$)	VALOR AÑO (\$)
SEGURO	240.000,00	2.880.000,00
TOTAL	240.000,00	2.880.000,00

Fuente: El autor

La empresa invertirá anualmente \$240.000, en seguro de las instalaciones.

10.5.6. Transporte de Mercancía.

La empresa envía su productos hasta las instalaciones de los distribuidores, el ultimo día de cada semana (viernes), no obstante ellos tendrán la opción de que si necesitan antes de realizarse los envíos programados ellos mismos podrán recogerlos en la fábrica, no obstante ello debe asumir el transporte.

Tabla 48.Gastos Transporte de Mercancía.

GASTOS TRANSPORTE	VALOR MES(\$)	VALOR AÑO(\$)
Transporte Mercancía	400.000,00	4.800.000,00
TOTAL	400.000,00	4.800.000,00

Fuente: El autor

La empresa gasta en transporte mensualmente \$400.000 que corresponde a la sumatoria de los valores de las 4 semanas; para un total mensual de \$4.800.000.

10.5.7. Implementos de Aseo

Los implementos de aseo son necesarios para mantener la empresa limpia e higiénica, y con una buena presentación, también evita el contagio de los equipos de algunas partículas.

Tabla 49.Gastos Implementos de Aseo

GASTOS IMPLEMENTOS DE ASEO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR MES. (\$)	VALOR AÑO (\$)
ESCOBA	3	3.000,00	9.000,00	18.000,00
RECOGEDOR	2	2.500,00	5.000,00	10.000,00
TRAPEADOR	3	3.000,00	9.000,00	18.000,00
LIMPIA VIDIROS	2	6.000,00	12.000,00	24.000,00
LIMPIDO	3	4.700,00	14.100,00	28.200,00
DETERGENTE 3 KG.	3	9.000,00	27.000,00	54.000,00
Fabuloso (2 Litros)	3	6.000,00	18.000,00	36.000,00
caneca de basura	3	4.000,00	12.000,00	24.000,00
GUANTES	6	5.000,00	30.000,00	60.000,00
TOTAL		43.200,00	136.100,00	272.200,00

Fuente: El autor

Los gastos en implementos de aseo mensual tienen un valor promedio mensual de \$ 22.683,33 mensuales, equivalentes a \$272.200,00 anual.

- **Los Gastos Operacionales de la empresa tienen un monto de \$1.959.083, equivalente a \$23.509.000 anuales.**

Tabla 50.Gastos Operacionales

GASTOS OPERACIONALES	VALOR MES (\$)	VALOR AÑO (\$)
PUBLICIDAD	250.000,00	3.000.000,00
PAPELERÍA	36.400,00	436.800,00
SERVICIOS PÚBLICOS	410.000,00	4.920.000,00
ARRENDAMIENTO	600.000,00	7.200.000,00
ASEO	22.683,00	272.200,00
SEGURO	240.000,00	2.880.000,00
TRANSPORTE	400.000,00	4.800.000,00
TOTAL	1.959.083,00	23.509.000,00

Fuente: El autor

10.6. COSTOS

Los costos son aquellos que la empresa debe incurrir para desarrollar su actividad, estos están divididos en costos variables y fijos.

10.6.1. Costos Variables

Estos costos corresponde a a las materias primas, insumos y empaques; es necesario destacar que la mano de obra no está incluida en este cálculo porque los operarios tienen sueldo fijo, es decir no gana por unidad producida.

➤ Costos Variables Unitarios:

Los costos variables unitarios por producto son:

Tabla 51. Costos variables unitarios.

COSTOS UNITARIOS	PULPA
Borojón	650,00
Agua.	-
Azúcar.	-
Benzoato.	6,00
Bolsa	100,00
TOTAL	756,00

Fuente: El autor

➤ Costos variables Totales:

Tabla 52. Costos variables total.

PRODUCTO	COSTO UNITARIO (\$)	CANTIDAD MES	COSTO VARIABLE TOTAL (\$)
JUGO	251,8	12000	3.021.600,00
CONCENTRADO	337	2400	808.800,00
PULPA	756	4850	3.666.600,00
TOTAL		19200	7.497.000,00

Fuente: El autor

Para la pulpa de borjón los costos variables totales mensuales para el primer año serán \$3.666.600

10.6.2. Costos Fijos.

Son aquellos en los que incurre la empresa, tales como: los gastos operacionales y administrativos. Los costos fijos por producto son:

➤ Costos Fijos Totales.

Los costos fijos totales tiene un monto de \$10.942.399,33; cabe resaltar que estos costos no se aplicaron para los productos en igual proporción, porque los costos totales unitarios se incrementaban, por ende los precios fijados para los productos que son basados en un análisis de la competencia se incrementarían. Por lo anterior se decide como estrategia aplicar: el 20% a los jugos, 50% a los concentrados y 30% a la pulpa, de la siguiente manera:

Tabla 53. Costos fijos total.

COSTOS FIJOS	VALOR MES (\$)
GASTOS ADMINISTRATIVOS	4.328.000,00
GASTOS OPERACIONALES	1.959.083,00
TOTAL	6.287.083,00

Fuente: El autor

10.6.3. Costo Total

Los costos son lo conforman los costos fijos y los costos variables, estos representan los costos totales que la empresa incurre para desarrollar su actividad.

Tabla 54. Costo total

COSTO TOTAL MES	COSTO MES (\$)	COSTO AÑO(\$)
COSTO VARIABLE TOTAL (\$)	3.666.600,00	43.999.200
COSTO FIJO MES (\$)	6.287.083,00	75.444.996
TOTAL	9.953.683,00	119.444.196

Fuente: El autor

➤ **Costo total unitario.**

El costo total unitario de la pulpa de fruta para el primer año será de \$ 2.500

10.6.4. Margen de Contribución.

Margen de Contribución = Precio de venta unitario - Costo variable unitario

➤ **Pulpa**

➤ **M.C = 2.500 - 756,00 = \$ 1.744**

10.6.5. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio consiste en la determinación del equilibrio entre costos totales e ingresos de ventas expresado en términos de volumen de ventas. Para calcular el punto de equilibrio se utiliza la siguiente formula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Margen de Contribución}}$$

El resultado expresa las cantidades de unidades mínimas a vender para que la empresa no tenga pérdidas ni ganancias.

➤ **Pulpa**

➤ **P.E. = \$6.287.083 / \$ 1.744 = 3.605 Unidades.**

Esto quiere decir que la empresa debe vender un mínimo 3.605 Unidades al mes para no perder dinero.

10.7. PRONOSTICO DE VENTA.

Con base en lo proyectado en el Estudio de mercados, a continuación, se describen las cantidades a vender en unidades y valores.

Tabla 55. Pronóstico de Venta.

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pulpa de borjón	58.200	62.274	66.633	71.297	76.288
Precio	\$ 2.500	\$ 2.625	\$ 2.756	\$ 2.894	\$ 3.039
Ventas Totales	\$ 145.500.000	\$ 163.469.250	\$ 183.640.548	\$ 206.333.518	\$ 231.839.232

Fuente: El autor

La siguiente tabla muestra el volumen de ventas proyectado para cada uno de los primeros cinco años de actividad de la empresa en cada uno de sus productos.

10.8. ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 56. Estado de resultados

CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	145.500.000	163.469.250	183.640.548	206.333.518	231.839.232
Total Ventas	145.500.000	163.469.250	183.640.548	206.333.518	231.839.232
(-) Costos de Producción					
Mano de obra	14.249.604	14.962.084	15.710.188	16.495.698	17.320.483
Materia Prima	35.291.520	39.650.023	44.546.801	50.048.330	56.229.299
Depreciación	4.260.700	4.260.700	4.260.700	4.260.700	4.260.700
Gastos Generales	8.730.000	9.808.155	11.019.462	12.380.366	13.909.341
Costos Indirectos de Fabricación	-	-	-	-	-
Gastos de Legales	2.053.000	2.155.650	2.263.433	2.376.604	2.495.434
Implementos de Aseo		-	-	-	-
TOTAL COSTOS DE PN	64.584.824	70.836.612	77.800.584	85.561.698	94.215.257
Utilidad Neta Operacional	80.915.176	92.632.638	105.839.964	120.771.820	137.623.975
Gastos de Administración	64.615.212	67.845.973	71.238.271	74.800.185	78.540.194
Utilidad Bruta Antes de Imp.	16.299.964	24.786.665	34.601.693	45.971.635	59.083.781
(-) Provisión para impuesto (35%)	5.704.987	8.675.333	12.110.593	16.090.072	20.679.323
Utilidad después de Imp.	10.594.977	16.111.333	22.491.101	29.881.563	38.404.458
(-) Reserva Legal (10%)	1.059.498	1.112.473	1.168.096	1.226.501	1.287.826
Utilidad Neta	9.535.479	14.998.860	21.323.004	28.655.062	37.116.632

Fuente: El autor

10.9. FLUJO DE CAJA

Tabla 57. Flujo de caja

CONCEPTOS	Año 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo de caja Inicial		8.822.000	25.730.677	54.179.037	96.047.651	140.009.696
Ingresos por ventas		145.500.000	163.469.250	183.640.548	206.333.518	231.839.232
Aporte de los socios	50.000.000					
Total Ingresos	50.000.000	145.500.000	163.469.250	183.640.548	206.333.518	231.839.232
Egresos de efectivos						
Arrendamiento	7.200.000	7.560.000	7.938.000	8.334.900	8.751.645	9.189.227
Maquinaria y Equipo	14.018.000					
Equipos de cómputo y comunicación	3.860.000					
Adecuación y muebles y enseres	16.100.000					
Gastos de Administración		64.615.212	67.845.973	71.238.271	74.800.185	78.540.194
Mano de Obra		14.249.604	14.962.084	15.710.188	16.495.698	17.320.483
Costos de Fabricación		35.291.520	37.056.096	38.908.901	40.854.346	42.897.063
Gastos Generales		1.170.000	1.228.500	1.289.925	1.354.421	1.422.142
Implementos de Aseo			-	-	-	-
Prestaciones y Parafiscales			-	-	-	-
Impuesto de Renta		5.704.987	5.990.237	6.289.749	6.604.236	6.934.448
Total Egreso de efectivo	41.178.000	128.591.323	135.020.890	141.771.934	148.860.531	156.303.557
Disponible	8.822.000	16.908.677	28.448.360	41.868.614	43.962.045	46.160.147
Flujo de Caja Neto	8.822.000	25.730.677	54.179.037	96.047.651	140.009.696	186.169.843

Fuente: El autor

10.10. BALANCE GENERAL

Tabla 58. Balance General

BALANCE GENERAL					
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos corrientes					
Caja y Bancos	13.746.664	29.644.409	56.038.754	83.752.817	112.852.583
Total Activos Corrientes	13.746.664	29.644.409	56.038.754	83.752.817	112.852.583
Activo Fijo					
Maquinaria y Equipo	14.018.000	14.018.000	14.018.000	14.018.000	14.018.000
Muebles y enseres	1.100.000	1.100.000	1.100.000	1.100.000	1.100.000
Equipos de cómputo y adecuación	3.860.000	3.860.000	3.860.000	3.860.000	3.860.000
Depreciación Acumulada	3.795.600	7.591.200	11.386.800	15.182.400	18.978.000
Total Activos Fijos	15.182.400	11.386.800	7.591.200	3.795.600	-
Otros activos	8.231.000	4.995.418	-	-	4.348.602
Total Activos	37.160.064	46.026.627	63.629.954	87.548.417	117.201.185
Pasivos					
Pasivo Corriente					
Obligaciones financieras	-	-	-	-	-
Impuesto de Renta	395.172	3.241.607	8.619.855	13.123.347	14.971.640
Total Pasivos Corrientes	395.172	3.241.607	8.619.855	13.123.347	14.971.640

Patrimonio					
Capital	36.031.000	36.031.000	36.031.000	36.031.000	36.031.000
Utilidad del ejercicio	733.892	6.020.128	12.225.081	19.414.970	27.804.475
Utilidad Acumulada	-	733.892	6.754.020	18.979.100	38.394.071
Total Patrimonio	36.764.892	42.785.020	55.010.100	74.425.071	102.229.545
Total Pasivo + Patrimonio	37.160.064	46.026.627	63.629.955	87.548.417	117.201.185

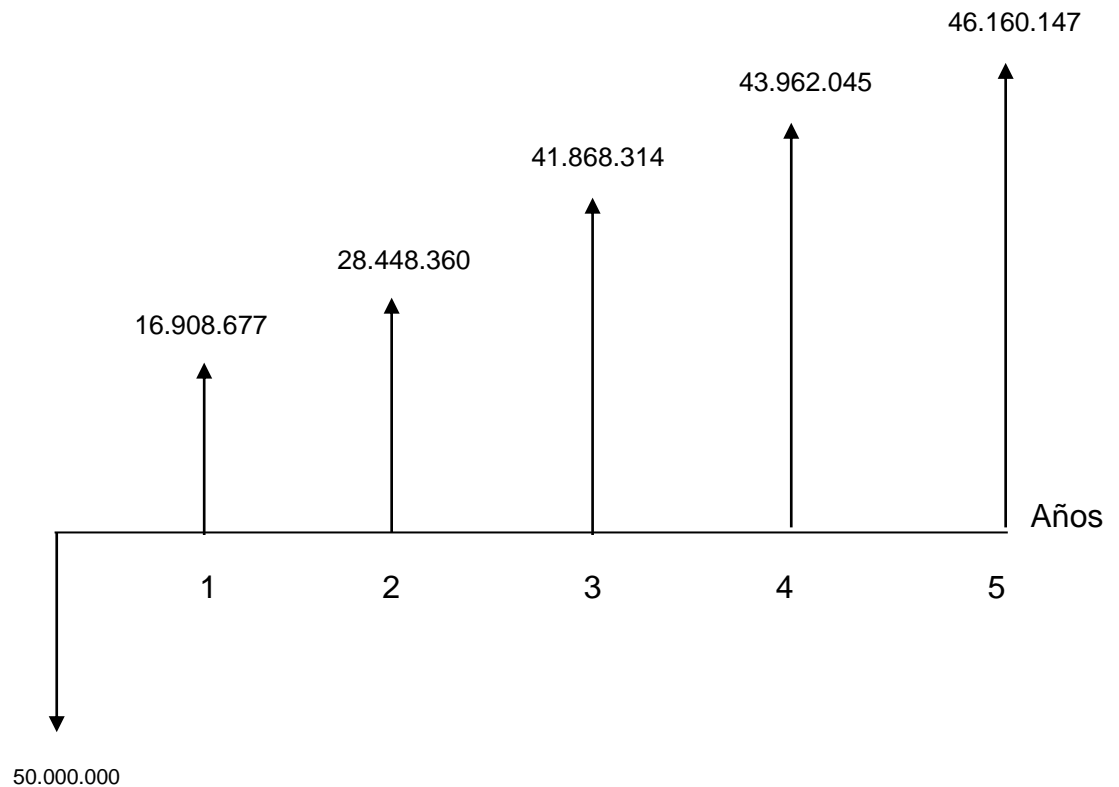
Fuente: El autor

11.EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera se realizó utilizando la hoja de cálculo Excel 2010.

Para evaluar el proyecto, se toma una Tasa Mínima Atractiva de Rentabilidad (TMAR) del 19,0%, proveniente de inflación promedio esperada (3,5%) más el premio al riesgo deseado por los inversionistas (15%).

El flujo neto de efectivo, base para la evaluación financiera, es:



11.1. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

Utilizando la hoja de cálculo Excel, la TIR da un valor de **37,24%**, por lo que se puede concluir que el proyecto es viable porque la TIR es mayor que la TMAR, indicando que la rentabilidad del proyecto es mayor que la mínima esperada por el inversionista.

11.2. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

$$B/C (19,2\%) = 1,58$$

La relación Beneficio Costo dio un valor mayor que 1, con lo que se puede concluir que el proyecto es viable, ya que los ingresos a precios de hoy serán mayores que los egresos.

11.3 VALOR PRESENTE NETO

$$VPN (19,2\%) = \$ 21.010.999$$

Para una Tasa Mínima Atractivo de Retorno igual a 19.2 % en el anterior flujo de efectivo, el valor presente neto es \$ 49.885.036, mayor que cero, lo que indica que el proyecto es viable, ya que los ingresos a precios de hoy serán mayores que los egresos.

Analizando los tres indicadores se puede observar la viabilidad de esta idea de negocios, generando un gran atractivo para los inversionistas, y exigiendo del personal líder de cada proceso, un estricto cumplimiento de lo planeado para que así los resultados sean los esperados.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Desde el punto de vista social, sin lugar a dudas, la creación de una empresa de este tipo, constituye un gran aporte para la comunidad Bonaverense, quienes se beneficiarían pues esta se convertiría en una fuente de trabajo, generando para el primer año 7 empleos directos entre personal administrativo y personal para la producción, de esta forma se contribuiría en cierto grado a disminuir el índice de desempleo existente en el Distrito, uno de los puntos clave en el plan de desarrollo de Buenaventura.
- Nace la oportunidad de trabajar con los campesinos de la región y de sectores aledaños, lo cual le brinda a las agremiaciones la alternativa de trabajar con la empresa Productora y Comercializadora de Jugos, Concentrados y Pulpa de Borojó, y así lograr crear más alternativas de trabajo comprándole la materia prima a estas fami-empresas, de las cuales dependen muchas familias.
- Estimular el desarrollo de proyectos agroindustriales que puedan generar alternativas de aprovechamiento de las grandes oportunidades que presenta la región en éste sector.
- Profundizar y realizar estudios que permitan conocer la viabilidad que pueda tener la exportación de los productos elaborados por la Empresa Productora y comercializadora de jugos, concentrados y pulpa de Borojó.
- Promover la realización de Estudios de Factibilidad para solucionar problemas de la región, convirtiéndolos en oportunidades de negocios, generando así beneficios económicos para los inversionistas y nuevas fuentes de empleo, con el consiguiente mejoramiento del nivel de vida de la comunidad.
- Presentar el proyecto ante la Cámara de Comercio de la Ciudad ya que esta entidad conoce este sector industrial y cuenta así con la facilidad de conseguir inversionistas.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía Municipal de Buenaventura, 2005.

BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de proyectos. 3ed. Colombia: Editorial Mc Graw Hill, 1999.

Cámara de Comercio de Buenaventura.

INGENIERÍA Y AGROINDUSTRIA. Enciclopedia Agropecuaria Terranova.

Colombia: Terranova Editores, 1998. p. 349.

JANY Castro, José Nicolás. Investigación integral de mercados. Decisiones sin incertidumbres. Tercera edición. Editorial Mc Graw Hill.

LERMA, Héctor Daniel. Metodología de la investigación. Colombia, Pereira, Eco Ediciones, 1999.

NORMA TECNICA COLOMBIANA “ICONTEC” NTC 1486 (Quinta edición), Documentación, presentación de tesis, trabajos de grado y otros trabajos de investigación 2009 -2010.

PALTRINIERI, Gaetano, FIGUEROLA, Fernando y ROJAS, Loreto. Procesamiento de Frutas y Hortalizas Mediante Métodos Artesanales y de Pequeña Escala. Chile: FAO.

THOMPSON, Keith. Tecnología Post – Cosecha de Frutas y Hortalizas. Colombia: Sena – Reino Unido, 1998. 387 p.

www.google.com

<http://www.borojo.net>

<http://www.borjodecolombia.com/acerca.htm>

http://aplicaciones.colombiaaprende.edu.co/comunidad_gestion

<http://www.territoriochocoano.com/component/content/article/437investigadoresdelaupbonviertenelborojo>

www.dane.gov.co

ANEXOS

Anexo 1. Equipos y herramientas

➤ LICUADORA INDUSTRIAL



Licuadora tipo basculante con motor SIEMENS de 1/2, sistema térmico para la humedad, sello mecánico tipo importado, fabricado en teflón, caucho especiales para alimentos, cuchillas en lamina tipo Fleje para corte en Acero inoxidable anti-desgaste. Hp 3600 rpm, interior y exterior de la licuadora en acero 304.

➤ PASTEURIZADOR



Vertical cilíndrico de 200 litros, en acero inoxidable 304, Tanque interior en calibre 1/8, Cámara de vapor en calibre 14, Aislado en poliuretano, Forrado en calibre 16 Salida en 2 pulgadas, con adaptación a 0.5 c.m. con llave de paso 3/4 en acero inoxidable, Tapa superior (2 tapas batientes), Cuatro patas y adaptaciones de 30 c.m. para aumentar la altura, Agitador tipo mariposa de 1/2 h.p. a 220 voltios, Válvula de seguridad, Manómetro, Termómetro, Excelente precio y nuevo.

➤ **MAQUINA LLENADORA**



Llenadora y Selladora electrónica para bolsas plásticas. Ancho 30 cms. tanque de 20 litros, doble control de tiempo y temperatura, doble sellado y corte, activación de pedal, alto rendimiento de producción. Marca Hergo, transformadores nuevos.

➤ **PURIFICADOR DE AGUA**



Voltage 110v
Consumo 24 w
Presion de uso 30-50psi
Agua temperatura ambiente
Capacidad 200-250 litros por hora

Anexo 2. Encuesta

Encuesta dirigida a los habitantes del Distrito de Buenaventura, para determinar el grado de aceptación que tendrá los jugos, pulpas y concentrados de Borojó.

Marcar con una (x) su respuesta:

1. ¿Consume usted productos elaborados a base de fruta?

Si ____ No ____

2. ¿Con que frecuencia consume productos elaborados a base de fruta?

- e. Diario.
- a. Semana.
- b. Mensual.
- c. No Consume.

3. De los productos elaborados a base de fruta que usted compra, ¿Cuál es la fruta que mas demanda?

- a. Guayaba
- b. Mango
- c. Fresa
- d. Papaya
- e. Mora
- f. Piña
- g. Otra

4. ¿Cuál es el lugar preferido para adquirir productos elaborados a base de frutas?

- a. Supermercados
- b. Mini mercados
- c. Tiendas
- d. Puestos ambulantes.

5. ¿Cual es la marca de los productos elaborados a base de frutas que mas consume?
- a. Alpina.
 - b. Hit
 - c. Tutifruti
 - d. Del Valle
 - e. Otra Cual_____
6. ¿Cuál es el requisito primordial al momento de comprar productos elaborados a base de frutas?
- a. Sabor
 - b. Calidad
 - c. Marca
 - d. Precio
 - e. Otra Cual_____
7. ¿Le gusta el Borojón?
- Si _____ No_____
8. ¿Ha probado alguna vez productos elaborados a base de Borojón?
- Si _____ No_____
9. ¿Le gusta consumir jugo de Borojón?
- Si _____ No_____
10. ¿Le gusta consumir o comprar concentrados de Borojón?
- Si _____ No_____
11. ¿Le gusta consumir o comprar pulpa de Borojón?
- Si _____ No_____

12. ¿Donde compra usted los jugos, pupas y concentrados de Boroj6 que consume?

- a. Supermercados
- b. Mini mercados
- c. Tiendas
- d. Puestos ambulantes.

13. ¿Sabía usted que el Boroj6 tiene un alto contenido nutricional y adem6s previene varias enfermedades?

Si _____ No_____

14. ¿Estaría usted interesado en comprar jugos, pulpas y concentrado de Boroj6, producidos con alta calidad y con un gran contenido nutricional?

Si _____ No_____

15. ¿Donde prefiere usted compra los jugos, pupas y concentrados de Boroj6 que consume?

- e. Supermercados
- a. Mini mercados
- b. Tiendas
- Puestos

Anexo 3.Modelo de minuta de una sociedad limitada

En el Distrito de Buenaventura, departamento del Valle del Cauca, República de Colombia, a primero de Marzo del dos mil nueve, la señora Kelly Córdoba Vente y Gelen Córdoba Vente mayores de edad, con domicilio en Buenaventura, identificados con las cédulas de ciudadanía números 38.469.053 y 38.474.354 respectivamente , obrando en nombre propio, manifestaron que constituirán una sociedad de responsabilidad limitada la cual se registrará por las normas establecidas en el código de comercio y en especial por los siguientes estatutos:

Artículo 1: Nombre o razón social: la sociedad se denominará “**raíces del pacífico**”.

Artículo 2: Domicilio: el domicilio principal será en Distrito de Buenaventura, Departamento del Valle del Cauca, República de Colombia, sin embargo la sociedad puede establecer sucursales, en otras ciudades del país como en el exterior.

Artículo 3: Objeto social: la compañía tiene por objeto social: Producir y Comercializar café tostado y molido en bolsas de papal filtrante. En el desarrollo y cumplimiento de tal objeto puede hacer en su propio nombre o por cuenta de terceros o con participación de ellos, toda clase de operaciones comercial, sobre bienes muebles o inmuebles y construir cualquier clase de gravamen, celebrar contratos con personas naturales o jurídicas, efectuar operaciones de préstamos, cambio, descuento, cuentas corrientes, dar o recibir garantías y endosar, adquirir y negociar títulos valores.

Artículo 4: Duración de la sociedad: se fija en 10 años, contados desde la fecha de otorgamiento de la escritura. La junta de socios podrá mediante reforma, prolongar dicho término o disolver extraordinariamente la sociedad, antes de que dicho término expire.

Artículo 5: El capital de la sociedad es la suma de \$150.000.000.00

Artículo 6: Responsabilidades: la responsabilidad de cada uno de los socios se limita al monto de sus aportes y al préstamo.

Artículo 7: Aumento del capital: el capital de los socios puede ser aumentando por nuevos aportes de los socios, por la admisión de nuevos socios o por la acumulación que se hicieron de utilidades por determinación de común acuerdo de los socios.

Artículo 9: Cesión de cuotas: las cuotas correspondientes al interés social de cada uno de los socios no están representadas por títulos, ni son negociables en el mercado, pero sí pueden cederse. La cesión implicará una reforma estatutaria y

la correspondiente escritura será otorgada por el representante legal, el cedente y el cesionario.

Artículo 10: Administración: la administración de la sociedad corresponde por derecho a los socios, pero estos convienen en delegarla en un gerente, con facultades para representar la sociedad. Esta delegación no impide que la administración y representación de la sociedad, así como el uso de la razón social se someta al gerente, cuando los estatutos así lo exijan, según la voluntad de los socios.

Requiere para su validez el consentimiento de todos los socios, la ejecución o ejercicio de los siguientes actos o funciones: 1. Disponer de una parte de las utilidades líquidas con destino a ensanchamiento de la empresa o de cualquier otro objeto distinto de la distribución de utilidades.

Artículo 11: Reuniones: la junta de socios se reunirá ordinariamente una vez por año, el primer día de Marzo a las 10:00 de la mañana en las oficinas del domicilio de la compañía.

Artículo 12: Votos: en todas las reuniones de la junta de socios, cada socio tendrá tantos votos como cuotas tenga en la compañía. Las decisiones se tomarán por número plural de socios que represente la mayoría absoluta de las cuotas en que se halla dividido el capital de la sociedad, salvo que de acuerdo con estos estatutos se requiera unanimidad.

Artículo 13: La sociedad tendrá un gerente y un subgerente que lo reemplazará en sus faltas absolutas o temporales. Ambos elegidos por la junta de socios para períodos de un año, pero podrán ser reelegidos indefinidamente y removidos a voluntad de los socios en cualquier tiempo. Le corresponde al gerente en forma especial la administración y representación de la sociedad, así como el uso de la razón social con las limitaciones contempladas en estos estatutos. En particular tendrá las siguientes funciones:

Un buen Gerente de Producción deberá **compendiar los conocimientos y experiencias**, antes señalados, y profundizar en ellos. Cada día tendrá ocasión de ir saltando, permanentemente, de unos a otros sin que le sea fácil refugiarse detrás del funcionamiento o reparación de una máquina o sentarse en el despacho detrás de planos y papeles, huyendo de la dinámica que le rodea.

Artículo 14: Inventarios y Balances: mensualmente se hará un Balance de prueba de la sociedad. Cada año a 31 de Diciembre se cortarán las cuentas, se hará un inventario y se formará el Balance de la junta de socios.

Artículo 15: Reserva Legal: aprobado el Balance y demás documentos, de las utilidades líquidas que resulten, se destinará un 10% de reserva legal

Artículo 16: La sociedad se disolverá por:

5. La expedición del plazo señalado para su duración.
6. La pérdida de un 50% del capital aportado.
7. Por acuerdo unánime de los socios.
8. Cuando el número de socios exceda de veinticinco. 5. Por demás causales señaladas en la ley.

Artículo 17: Liquidación: disuelta la sociedad se procederá a su liquidación por el gerente salvo que la junta de socios resuelva designar uno o más liquidadores con sus respectivos suplentes, cuyos nombramientos deberán registrarse en la Cámara de Comercio del domicilio de la ciudad.

De esta manera se debe detallar toda la información referente a la sociedad con da uno de los aspectos mencionados en el contenido básico.

Nota:

Los artículos de los estatutos, deben ser normas de carácter permanente y general, deben constituir reglas estables que No requieran de ajustes. En cuanto al diseño de los estatutos puede redactarse todos los artículos que le convengan a la organización, pero teniendo presente no establecer artículos para los estatutos que se conviertan en un limitante para el desarrollo de la empresa en lo relativo a operaciones comerciales o administrativas.