



CREACIÓN DE EMPRESA IMPORTADORA, DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPA A LA FRANCESA PRECOCIDA REFRIGERADA PROCESADA CON ENZIMAS Y ACEITE VEGETAL EMPACADA EN POLIETILENO DE BAJA DENSIDAD



FOOD & HEALTH

**JUAN SEBASTIAN GUERRERO ROJAS.
HENRY ALEXANDER RÍOS JIMÉNEZ**

comida saludable, siempre.

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.
FACULTAD DE INGENIERÍA.
INGENIERÍA INDUSTRIAL.
BOGOTÁ
2014.**

**CREACIÓN DE EMPRESA IMPORTADORA, DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPA A LA
FRANCESA PRECOCIDA REFRIGERADA PROCESADA CON ENZIMAS Y ACEITE VEGETAL EMPACADA
EN POLIETILENO DE BAJA DENSIDAD**

**JUAN SEBASTIAN GUERRERO ROJAS.
HENRY ALEXANDER RÍOS JIMÉNEZ**

TRABAJO DE GRADO

DIRECTOR

**RICARDO LADINO
INGENIERO INDUSTRIAL**

**FOOD &
HEALTH**

comida saludable, siempre.

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.
FACULTAD DE INGENIERÍA.
INGENIERÍA INDUSTRIAL.
BOGOTÁ
2014.**

Contenido

1. Planteamiento del Problema.....	11
2. Justificación	12
3. Introducción.....	13
4. Producto	14
4. Objetivos.....	15
4.1 Objetivo General.....	15
4.1.2 Objetivos Específicos	15
4.2 Metodología	16
5. Investigación del Mercado	18
5.1 Análisis del sector	18
5.2 Análisis del Macro entorno del Sector	18
5.3 Análisis del Micro entorno del Sector	21
5.3.1 Análisis del sector dedicado a la producción de papa en el mundo	21
5.3.2 Análisis del sector dedicado a la producción de papa en Colombia	22
5.3.4 Papa agrícola (partida arancelaria: 070110 y 070190).....	22
5.3.5 Papa procesada (partidas arancelarias 071010, 200410 y 200520)	23
5.3.5.1 Destinos de las exportaciones.....	23
5.4 Tendencias del sector	24
5.5 ESTUDIO DE MERCADO	25
5.5.1 Mercado Potencial.....	25
5.6 Mercado Objetivo.....	26
5.7 Herramienta de Investigación	28
Diseño de Encuesta	28
Resultados	28
5.8 Estrategias de Mercado.....	29
5.8.1 Análisis de la Competencia.....	29
5.8.2 Tipos de Competidores.....	29

5.8.3 Estrategias del Producto.....	30
5.8.3.1 Acciones Preventivas incumplimiento de Términos	30
5.8.4 Estrategias de Distribución e Implementación de la Cadena de Frío.....	30
5.9 Estrategias de Precio	32
5.9.1 Estrategias de Promoción.....	32
5.10 Análisis Matriz DOFA	34
6. ESTUDIO TÉCNICO	35
6.1 Ficha técnica del producto	35
7. Descripción del Proceso.....	37
7.1 Identificación del proveedor	37
7.1.1 Manejo de Incoterms	37
7.1.2 Nacionalización.....	37
7.1.3 Recibir el camión y descargar el producto	38
7.1.4 Revisar el producto, cantidades, documentos, factura y remisión.....	38
7.1.5 Desempacar y asignar puesto en bodega.....	38
7.1.6 Recibo de orden de pedido	39
7.1.7 Alistamiento del producto y embarque	39
7.1.8 Entrega del pedido	39
8. Necesidades y Requerimientos	40
8.1 Descripción de materia prima	40
8.2 Cuadros de consumo por unidad	40
8.3 Análisis de Proveedores.....	41
8.4 Evaluación de Factores.....	41
8.4.1 Precio de la papa a la francesa refrigerada (lisa y rizada).....	41
8.4.1.1 Uso de material orgánico para la mejora de las propiedades del producto.....	42
8.4.2 Estandarización de medidas de la papa a la francesa refrigerada (lisa y rizada).....	43
8.4.3 Evaluación de proveedores	43
8.4.3.1 Proveedores Nacionales.....	44
8.4.3.2 Proveedores Internacionales.....	45
9. Costos de Producción	46
9.1 Análisis de Costos	47
9.2 Proyecciones de Ventas y Rentabilidad.....	48
9.3 Conclusiones de Proyecciones de Ventas y Utilidades	49

9.4 Plan de Compras.....	49
9.5 Infraestructura.....	52
10. Parámetros Técnicos Especiales.....	53
10.1 Constitución Empresa y Aspectos Legales.....	60
10.1.1 Ventajas.....	61
10.2 Constitución y Prueba de la Sociedad.....	62
10.3 Disposiciones Generales.....	62
10.4 Constitución y Prueba de la Sociedad.....	62
11. Estudio Organizacional, Constitución y Aspectos Legales.....	63
11.1 Estructura Organizacional.....	64
Misión.....	64
Visión.....	64
11.2 Descripción de Cargos.....	64
11.3 Organigrama.....	65
11.4 Constitución de la Empresa y Aspectos Legales.....	65
11.4.1 Disposiciones Generales.....	66
11.4.2 Formalización de Empresa Importadora.....	67
12. Aspectos Legales.....	70
13. Costos Administrativos.....	70
13.1 Costos de Importación.....	72
14. Análisis Financiero.....	72
14.1 Posible Financiamiento de Entidades Gubernamentales.....	72
14.2 Estado de Resultados.....	73
14.3 Flujo de Caja.....	74
14.4 Balance General.....	75
14.5 Análisis Financiero para el inversionista y las fuentes de financiación.....	77
15. Impacto Social.....	77
Conclusiones.....	78
16. Implementación.....	81
Diseño de Imagen Empresarial.....	81
Diseño del nombre.....	81
Diseño del Logo.....	81
16.1 Mercadeo y Posicionamiento de la Marca.....	82

Diseño de la Camiseta83
Bibliografía.....89



ÍNDICE DE GRÁFICAS

Grafica 1. Participación porcentual de países de origen en importaciones a Colombia.....	14
Grafica 2. Importaciones de Colombia originarias de países con acuerdos comerciales vigentes, enero-noviembre de 2012.....	15
Grafica 3. Exportaciones de papa Bogotá-Cundinamarca 2006-2011.....	18
Grafica 4. Principales destino de las exportaciones de papa de Bogotá-Cundinamarca, 2011.....	19
Grafica 5. Distribución de los establecimientos económicos según actividad económica .2005...21	
Grafica 6. Estado de Resultados.....	64



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Metodología Del Trabajo.....	12
Tabla 2. Principales países productores de papa en el año 2010.....	16
Tabla 3. Bogotá D.C Percepción sobre el poder adquisitivo del ingreso del hogar según localidad. 2007.....	23
TABLA 4 Descuentos de precios, según la cantidad de volumen y porcentaje ahorrado por el cliente.....	28
TABLA 5 Cuadro de Consumo por unidad. Papa a la francesa refrigerada por 500 gramos.....	35
TABLA 6 Cuadro de Consumo por unidad. Papa a la francesa refrigerada lisa y rizada por 2,5 Kilogramos.....	36
TABLA 7 Calificación del factor precio por paquete de 2,5 Kilogramos.....	37
TABLA 8 Contenido Aceite Vegetal en la papa a la francesa refrigerada.....	37
TABLA 9 Factores de decisión corte.....	38
TABLA 10 Matriz de decisión Proveedores Nacionales.....	39
TABLA 11 Matriz de decisión Proveedores Internacionales.....	40
TABLA 12 Costos de Importación por Kilogramo de papa a la francesa refrigerada.....	41
TABLA 13 Costos de Importación y Empaquetamiento de papa a la francesa refrigerada por Libra.....	42
TABLA 14 Cuadro de Participación y Precios de Venta Año 2014	43
TABLA 15 Proyecciones Financieras	43
TABLA 16 Plan de Compras Papa a la Francesa Refrigerada Lisa por 2,5 Kg	45
TABLA 17 Plan de Compras Papa a la Francesa Refrigerada Rizada por 2,5 Kg	45
TABLA 18 Plan de Compras Papa a la Francesa Refrigerada Rizada por 500 Gr	46
TABLA 19 Proyección de Costos Administrativos	62
TABLA 20 Costos de Importación	63

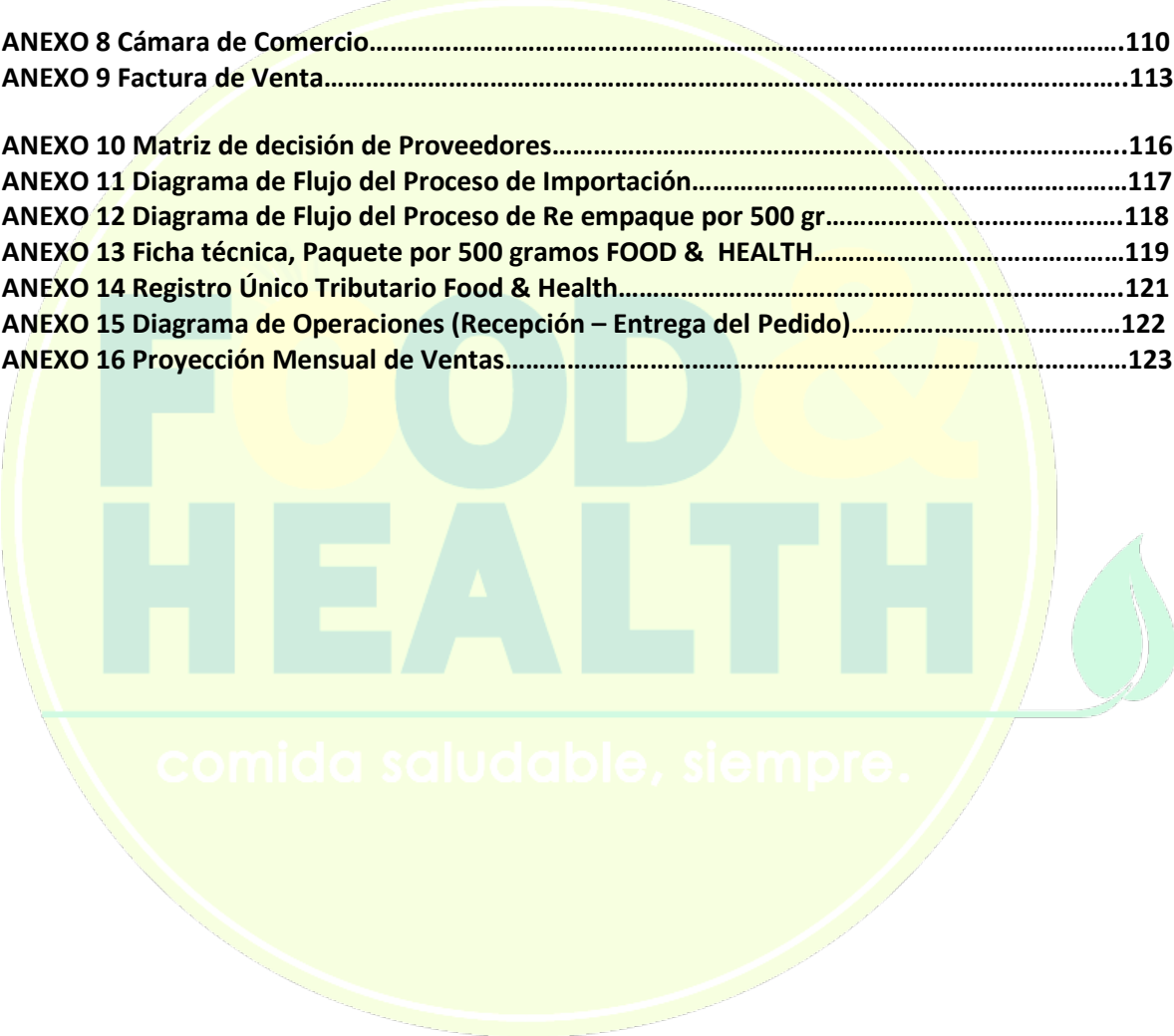
ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Matriz DOFA.....92
ANEXO 2 Diseño de Encuesta.....93
ANEXO 3 Resultados de la Encuesta.....96
ANEXO 4 Diagrama de operaciones reempacado.....97
ANEXO 5 Proceso de Importación papa a la francesa.....106
ANEXO 6 Ficha Técnica Papa a la Francesa por 500 gr.....107

ANEXO 7 Organigrama.....109

ANEXO 8 Cámara de Comercio.....110
ANEXO 9 Factura de Venta.....113

ANEXO 10 Matriz de decisión de Proveedores.....116
ANEXO 11 Diagrama de Flujo del Proceso de Importación.....117
ANEXO 12 Diagrama de Flujo del Proceso de Re empaque por 500 gr.....118
ANEXO 13 Ficha técnica, Paquete por 500 gramos FOOD & HEALTH.....119
ANEXO 14 Registro Único Tributario Food & Health.....121
ANEXO 15 Diagrama de Operaciones (Recepción – Entrega del Pedido).....122
ANEXO 16 Proyección Mensual de Ventas.....123



CREACIÓN DE EMPRESA IMPORTADORA, DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPA A LA FRANCESA PRECOCIDA REFRIGERADA PROCESADA CON ENZIMAS Y ACEITE VEGETAL EMPACADA EN POLIETILENO DE BAJA DENSIDAD

1. Planteamiento del Problema

El sector agrícola colombiano se ha mantenido en un estado de estancamiento durante los últimos 5 años, Colombia sigue siendo un país rudimentario y básico en sus procesos operativos, a comparación de otros países que tienen un grado de desarrollo industrial más avanzado.

El principal problema del sector rural en Colombia es la falta de tecnificación, el producto terminado no tiene los procesos adecuados para ofrecer y cumplir con los estándares competitivos de países potencia en el sector de la papa.

La reducción en la participación de este producto en la economía se ha reducido en un 16%, según el informe de FEDEPAPA realizado a finales del 2013¹.

La agitada vida laboral del colombiano, produce un alto índice de consumo de comida preparada en la calle, ya sea en restaurantes o establecimientos de comida rápida, esto ligado al auge de las cadenas que prestan servicios de comida, que abarca con el 51² por ciento del mercado, ha llevado a que los establecimientos tengan que buscar factores diferenciadores que hagan sobresalir su producto o servicio frente a los competidores directos.

Con este presente y contexto nacional e internacional, surge la idea de importar papa a la francesa refrigerada con los más altos índices de calidad y tecnología a la vanguardia, que traen cobertura enzimática en base a la misma papa, que trae como beneficios reducir los tiempos de operación, mejorando así el servicio prestado y consumiendo menos aceite, este factor permite que el producto mantenga sus condiciones naturales intactas y no pierdan propiedades importantes para el consumo masivo como la sensación crocante que genera al ser consumida, la temperatura agradable al gusto del consumidor y un producto terminado sin excesos de aceite o impurezas que generan una mala presentación del producto y la acumulación de grasa y colesterol en las paredes coronarias del consumidor que traen enfermedades que se verán manifestadas a largo plazo en el rendimiento cardiaco y salud del cliente.

Creando como resultado la generación del interrogante y base del desarrollo de este proyecto: ¿Cómo proveer a los consumidores de papa a la francesa refrigerada, con precios accesibles y altos estándares de calidad, que generen beneficios en los procesos operativos y mejoren la calidad de vida y la salud del consumidor final?

¹http://www.agronet.gov.co/www/docs_agronet/2005112163731_caracterizacion_papa.pdf

²<http://www.semana.com/economia/articulo/el-mercado-comidas-rapidas-negocio-sabroso/265173-3>

2. Justificación

El crecimiento de los productos procesados en Colombia ha venido en un ascenso constante debido a la globalización y los diferentes Tratados de Libre Comercio a los que la economía colombiana se ha acogido a lo largo de los últimos 10 años, las entidades del estado y algunas empresas privadas que ven potencial en proyectos de emprendedores han permitido que los empresarios de pequeñas y medianas empresas encuentren un ente que financie las necesidades económicas, en su mayoría de capital inicial o de sostenimiento en su infraestructura, pago a empleados o formación integral a sus colaboradores para que cumplan con los estatutos establecidos por el Estado y las entidades de apoyo al empresario emprendedor, todas estas ayudas han permitido que la pequeña y mediana empresa genere avances tecnológicos, económico y social que ha engrosado la producción del empresario formal, que aporta responsablemente con el Gobierno a través del pago de impuestos.

A la hora de proyectar y consolidar nuestro mercado objetivo, se definieron unos parámetros que nos llevarían a la segmentación de mercado que se desea encontrar. El consumo de papa fue el principal estándar de medición con respecto al encuentro de clientes potenciales, el 76,5%³ de los restaurantes y establecimientos dedicados a la venta de comida rápida en Bogotá, la calidad del producto y el mejoramiento del servicio prestado y disminución de tiempo entre procesos, fueron los valores agregados y características diferenciadoras que nos dieron a entender que este producto tendrá un acogida en este sector de comida, ya que respondió afirmativamente al 100% de los locales encuestados, valores que auguran un incremento del 2,56%⁴ anual de este mercado objetivo.

El complemento que más se pide en los restaurantes y que acompaña a la mayoría de las comidas rápidas en Bogotá ha sido el de la papa a la francesa, con un 83,25%⁵ de acogida en los paladares bogotanos, el punto negativo que tiene este producto es la acumulación excesiva de grasa en las porciones y el alto consumo de aceite a la hora de su preparación, todo ello debido a la poca implementación agroindustrial, (herramienta, investigación y producto terminado) que poseen los proveedores y productores nacionales, que tienen la mentalidad de abastecer al consumidor con cantidad y no con calidad.

Este factor ha permitido indagarnos acerca de factores y características innovadoras que se conviertan en un valor agregado del producto, Holanda en sociedad con Estados Unidos, su gran aliado en América, son países productores y distribuidores de papa a la francesa refrigerada, ha producido un tipo de papa, con enzimas orgánicas y complementos naturales, a base de trigo que permiten una rápida cocción, y una absorción de mínimas cantidades de grasa saturada, este avance agroindustrial, permitirá que el cliente primario; los establecimientos que tienen como razón social la preparación y distribución de comida, reduzcan los tiempos de preparación y a su vez mejoren la atención al cliente que se sienten atendidos de manera efectiva y eficiente. Por otro lado se pueden observar implicaciones e impacto social en el consumidor final; el cliente, debido a que reduce las cantidades de grasa saturada en el producto terminado, es decir, que

³http://www.agronet.gov.co/www/docs_agronet/2005112163731_caracterizacion_papa.pdf

⁴http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/metodologia_IPC-09.pdf

⁵http://cipotato.org/region-quito/congresos/iv-congreso-ecuadoriano-de-la-papa/4_Nac_papa/28_06_11/oswaldo-acuna.pdf

ayudará a minimizar el colesterol acumulado en las arterias de las personas que accedan y consuman esta papa a la francesa refrigerada.

Ser Ingeniero Industrial Javeriano, implica tener cualidades integrales de un profesional, es decir es capaz de encontrar una oportunidad de creación de empresa para poder suplir la necesidades de un mercado, analiza el sector de una manera macro, para contextualizarse de que está pasando actualmente con el mercado global al que piensa ingresar, y como estos cambios globales impactan en el mercado nacional y pueden llegar a afectar o beneficiar el costo de oportunidad de un proyecto, que no solamente demanda la teoría vista en la Academia, sino que también implica en el aporte de capital que hacen los inversionistas de esta empresa, que previamente han analizado los diferentes escenarios en los que se verá proyectada esta empresa, además de impactar socialmente, factor fundamental que diferencia al Javeriano por encima de cualquier otro profesional, la ayuda al medio ambiente y a la sociedad, se verán afectadas de manera positiva por este proyecto.

Todas estas variables generan un interés en el desarrollo de este plan de negocios, la implementación de distintas estrategias planteadas en este plan de negocios permitirá la expansión, hacia mercados más lejanos, que se salgan de nuestro mercado objetivo inicial, por ejemplo: Cafeterías de Colegios, Universidades y casinos de empresas que brinden el servicio de alimentación a sus colaboradores.

3. Introducción

Este proyecto se hace con el fin de traer un producto innovador que rompa con los paradigmas del mercado objetivo, la comida rápida o chatarra, este tipo de comidas siempre han estado marcadas por el paradigma de la acumulación de grasa y colesterol, que lo único que generan al consumidor sonsecuelas a corto plazo como son; malestar digestivo en general o efectos a largo plazo como el aumento de residuos de colesterol en las arterias, además de consumir una cantidad considerable de aceite, que genera que el producto al servirse, lo único que tenga es una congestión notable de grasa saturada, generando un aspecto poco saludable de la comida y alejando a posibles consumidores que prefieren ir a lugares donde la comida tenga mejor sabor y presentación a la hora de ser servida.

Distribuir un producto que tiene los más altos estándares de calidad en el sector de comidas rápidas, genera un amplio margen de ganancia, además de permitirle al cliente final consumir un producto que garantiza un sabor exquisito, un papa a la francesa crocante, solo visto en restaurantes pertenecientes a las grandes elites, que cobrarían precios excesivos ya que conocen los beneficios de manejar artículos con tal altos índices de desempeño y productividad.

Nosotros queremos circular esta papa a la francesa en todos los sectores posibles de la ciudad, se empezará en la localidad de Puente Aranda, ya que los domicilios de los inversionistas quedan en este sector y por temas de costos el local deberá estar en esta zona. Nuestra responsabilidad nuestra como distribuidores, es ofrecer salud y alto servicio en los artículos ofrecidos, los estratos que estén dispuestos a pagar por esta calidad, estarán garantizando una mejora en su atención y un mejor posicionamiento de su local y comida ofrecida.

Finalmente, al traer un producto que tenga tantas ventajas sobre el producto nacional, a sabiendas de que somos un país potencia en producción de papa, esperamos que la industria nacional al verse superada por tan alto valor agregado, decidan invertir en maquinaria e investigación agroindustrial que permita la creación, implementación y desarrollo de la papa a la francesa nacional, dueña de un alto índice de calidad en su materia prima, pero con un producto terminado que no ofrece ni sacia las necesidades del consumidor.

4. Producto

El producto a distribuir y comercializar es papa a la francesa pre cocida refrigerada procesada con enzimas y aceite vegetal empacada en polietileno de baja densidad.

El producto se definió así debido a los resultados obtenidos por la encuesta, hecha en la ciudad de Bogotá:

El 100% de la población encuestada prefiere trabajar con materia prima (papa a la francesa), que contenga altos estándares de calidad, para así ofrecer un producto terminado con iguales condiciones y la eficiencia de este produce un mejor servicio al cliente.

La empresa tendrá como principal operación; distribuir y comercializar el tipo de papa anteriormente referenciada, pero se tiene como medida a largo plazo importar este producto de alguno de sus países productores.

Sin embargo, el posicionamiento de la marca y de la empresa que tendrá como bandera la calidad de sus productos, ampliará el catálogo de mercancía, por supuesto enfocado al mercado de las comidas rápidas y restaurantes, de la mano de la calidad ofrecida, se incorporará una estrategia publicitaria para la incursión de productos que satisfagan las distintas necesidades y gustos del cliente.

comida saludable, siempre.

4. Objetivos

4.1 Objetivo General

Crear una empresa importadora de papa a la francesa, procesada con los más altos estándares de calidad, enfocados en la salud y bienestar del consumidor final, debido a la inclusión de enzimas orgánicas que minimizan la absorción de grasas saturadas, con el fin de generar un impacto en el sector comercial de comidas rápidas y restaurantes.

4.1.2 Objetivos Específicos

1. Realizar un estudio de mercados en la localidad de Puente Aranda, donde se haga un análisis detallado del sector, y posteriormente una investigación de mercados para observar la aceptación de la papa a la francesa pre cocida refrigerada, mediante la elaboración de unas encuestas enfocadas hacia el mercado objetivo, dependiendo de estos resultados se realizaran las distintas estrategias de mercado.
2. Implementar un estudio técnico al producto, mediante la elaboración de fichas técnicas, debida descripción de los procesos, necesidades y requerimientos del proyecto, plan de operación, proyecciones de ventas y rentabilidad, plan de compras, parámetros técnicos especiales e infraestructura necesaria.
3. Elaborar un estudio organizacional con la finalidad de estructurar la organización de la empresa, especificar los requerimientos legales necesarios para constitución de la empresa, y la inversión necesaria para su puesta en marcha; costos administrativos
4. Elaborar un estudio financiero, haciendo uso de herramientas de decisión como: un estado de resultados, un balance, general y un flujo de caja, cada uno de ellos proyectado a cinco años, para así evaluar la inversión total del proyecto, la viabilidad y la rentabilidad obtenida
5. Poner en curso el proyecto de la empresa importadora, distribuidora y comercializadora de papa a la francesa precocidad refrigerada, procesada con aceites y enzimas vegetales.

4.2 Metodología

No	Objetivo específico	Actividades para el logro del Objetivo	Asignatura puesta en practica	Herramientas	Fuentes de información
1	Realizar un estudio de mercados en la localidad de Puente Aranda, donde se haga un análisis detallado del sector, y posteriormente una investigación de mercados para observar la aceptación de la papa a la francesa pre cocida refrigerada, mediante la elaboración de unas encuestas enfocadas hacia el mercado objetivo, dependiendo de estos resultados se realizaran las distintas estrategias de mercado.	Investigación de fuentes de <i>información primaria</i> ; mediante la elaboración de encuestas. Estrategias de plaza, promoción distribución, precio. Matriz DOFA Definición de Mercado Objetivo. Levantamiento de <i>información secundaria</i> Internet, DANE, Ministerio de Comercio, periódicos, noticias, etc.	Proyectos de Mercadeo Logística Mercados	de Bases de datos del DANE, SENA. de Análisis DOFA. Definición de Trade Off	Internet. Bases de datos. Periódicos
2	Implementar un estudio técnico al producto, mediante la elaboración de fichas técnicas, debida descripción de los procesos, necesidades y requerimientos del proyecto, plan de producción, proyecciones de ventas y rentabilidad,	Ficha técnica del producto. Descripción del proceso Necesidades y requerimientos.	Producción Ingeniería de procesos Sistemas de Costeo	MRP de Manejo de Inventarios Diagrama de Bloques	Libros Internet Teoría consignada

plan de compras, parámetros técnicos especiales e infraestructura necesaria.

Plan de Compras.
Consumo por unidad de materias primas.
Costos fijos y variables
Proyección de ventas y utilidades.
Parámetros técnicos especiales.
Infraestructura

3 Elaborar un estudio organizacional con la finalidad de estructurar la organización de la empresa, especificar los requerimientos legales necesarios para constitución de la empresa, y la inversión necesaria para su puesta en marcha; costos administrativos

Estructura organizacional.
Constitución de una empresa con razón social S.A.S.
Normativas Legales
Costos Administrativos

Gerencia del Talento Humano
Constitución y Derecho Laboral.
Diseño Salarial.
Formalización de Empresas

Organigrama
Costeo unitario
Especificaciones legales y técnicas de una empresa

Cámara de comercio
Ministerio de comercio
Banco de la Republica
Internet

4 Elaborar un estudio financiero, haciendo uso de herramientas de decisión como: un estado de resultados, un balance general y un flujo de caja, cada uno de ellos proyectado a cinco años, para sí evaluar la inversión total del proyecto, la viabilidad y la rentabilidad obtenida

Estado de resultados
Balance General
Flujo de Caja
TIR
VPN
VNA

Preparación y Evaluación de proyectos
Ingeniería Económica y Financiera
Contabilidad Financiera

Estado de Resultados, Flujo de Caja, Balance General, proyectado a 5 años.
Indicadores de Rentabilidad

Libros
Apuntes de clase

TABLA 1. METODOLOGÍA DEL TRABAJO

5. Investigación del Mercado

5.1 Análisis del sector

5.2 Análisis del Macro entorno del Sector

Debido a la entrada en vigencia del Tratado de Libre comercio entre Estados Unidos y Colombia, que tiene como objetivo principal incentivar el desarrollo económico entre los dos países, mediante la reducción o eliminación de aranceles, permitiendo un eficiente intercambio comercial, a través de movimientos comerciales tales como la importación y exportación de productos, Estados Unidos se ha convertido en una nación sumamente atractiva para realizar negocios. Como primera medida debemos entender la transición económica que está viviendo, la que unos años atrás fuera la primera potencia mundial

Estados Unidos está pasando por una etapa de transición económica, enmarcada por la más fuerte recesión que haya vivido en su historia desde el año 1930.

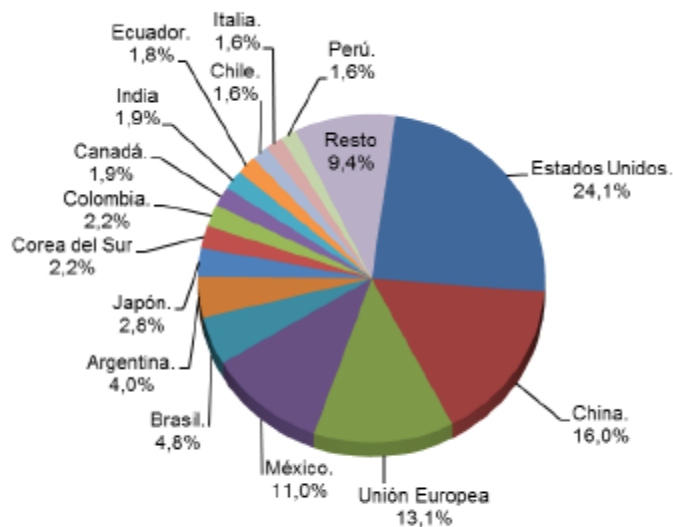
“Desde que terminó la recesión a mediados del 2008, la recuperación ha sido lenta y compleja. La tasa de crecimiento desde entonces es un pálido 2% y el desempleo, de 7.7%, es casi el mismo que cuando Obama asumió el cargo por primera vez, en plena recesión.”⁶

El 2013 se ha convertido en un año lleno de incertidumbres, el gobierno americano, todavía pasa por la reciente decisión de aplazar la negociación del techo de endeudamiento que esta nación podría mantener, aplazando así uno de los eventos más importantes en la historia reciente de la economía estadounidense, definiendo así si la industria norteamericana entrara en un abismo fiscal que traería consecuencias graves para Estados Unidos y los países dependientes de su economía e intercambio comercial. Ya que esta nación entraría en un estado de endeudamiento del cual no podría salir fácilmente, ya que su déficit fiscal llevaría a que la calificación crediticia presentada por este país fuera desvalorizada, trayendo como consecuencia el estancamiento de la industria comercial y financiera que reduciría su tope de endeudamiento a finales de marzo de 2013.

No obstante, con todos estos hechos adversos para cualquier economía, la economía estadounidense ha logrado fortalecer áreas importantes para el desarrollo y fortalecimiento del PIB, factor importante y vital para cualquier economía que este atravesando por una época posterior a la recesión, las áreas en recuperación y futuro crecimiento han sido: el sector residencial, y la extracción de gas más barato, ha generado un sorpresivo repunte en los índices de empleo en los finales del año pasado y principios de este, lo que hacen pensar en una posible recuperación con datos y cifras más sostenibles.

⁶<Artículo en línea>CNN MUNDO, ‘2013: Un año difícil para Estados Unidos’ Internet: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2012/12/29/economia-de-eu-en-via-de-la-recuperacion>

Grafica 1. Participación porcentual de países de origen en importaciones a Colombia



Importaciones totales
US\$ 54.152 millones

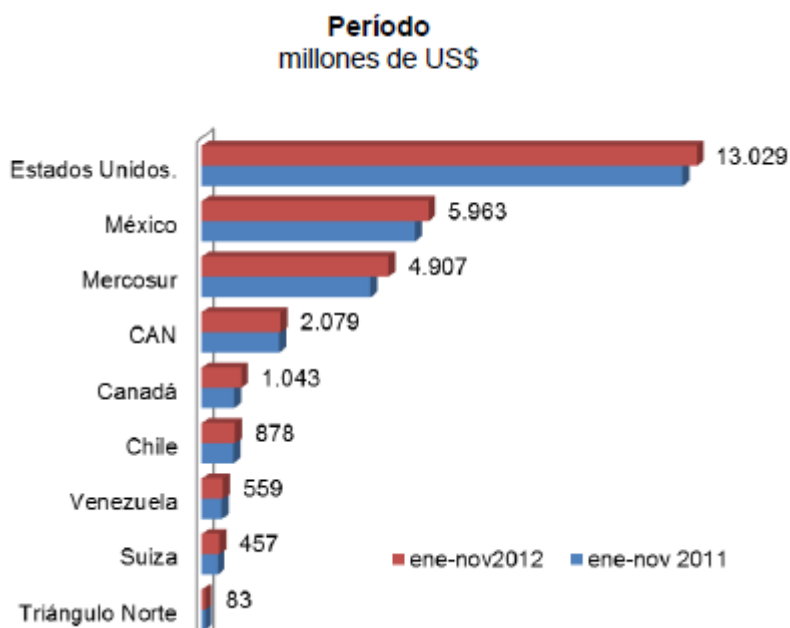
Fuente: DANE - DIAN. Cálculos OEE - MCIT ⁷

El 73,3% de las importaciones provinieron de 6 orígenes, incluyendo Unión Europea como un todo. En comparación con el mismo período del año anterior:

- Ganaron participación, las compras originarias de China (1,3 pp*), Argentina (0,5), Rusia (0,2) Japón (0,2), Canadá (0,2), India (0,2), Bolivia (0,2), entre los más destacados.
- Perdieron participación, las procedentes de: EEUU (-1,2), Unión Europea (-0,3), Brasil (-0,3), México (-0,2), entre los principales.

⁷<Artículo en línea>DANE-DIAN, 'Importaciones colombianas y balanza comercial enero-noviembre 2012' Internet: <https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=15833>

Grafica 2. Importaciones de Colombia originarias de países con acuerdos comerciales vigentes, enero-noviembre de 2012



Fuente: DANE - DIAN. Cálculos OEE - MCIT⁸

En el período enero - noviembre de 2012, las importaciones, originarias de países con los que Colombia tiene acuerdos comerciales vigentes, ascendieron a US\$28.997 millones, un 5,6% superior con respecto al nivel registrado en el mismo período del año anterior.

- De todos estos orígenes se registraron incrementos en las importaciones. En su orden, las variaciones fueron: Canadá (22,4%), Mercosur (10,4%), Suiza (7,9%), Venezuela (6,5%), México, (6,2%), Triángulo Norte (5,8%), Chile (5,5%), Estados Unidos (2,9%) y CAN (1,9%).

⁸<Artículo en línea>DANE-DIAN, 'Importaciones colombianas y balanza comercial enero-noviembre 2012' Internet:

<https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=15833>

5.3 Análisis del Micro entorno del Sector

5.3.1 Análisis del sector dedicado a la producción de papa en el mundo

Inicialmente, la producción de papa se concentró la mayor parte del siglo XX, en el continente europeo, después de muchos años, el continente asiático ha sido el encargado de ocupar el primer lugar de producción de papa a nivel mundial, al margen de que existan todavía siete países europeos en el ranking de los diez países encargados de producir papa en el mundo.

Por otro lado el continente europeo, se ha mantenido a la cabeza en el consumo de este producto, con una cifra que oscila entre los 90 kilogramos por persona al año, además de estar generando nuevos mercados a este sector, debido a la innovación que han implementado los últimos años, al producir tubérculos semilla que permiten más facilidades y oportunidades de cambio en este sector.

“Asia y Europa son las principales regiones productoras de papa del mundo y en 2007 suministraron el 80% de la producción mundial. Si bien en África y América Latina las cosechas fueron de un volumen mucho menor, la producción fue extraordinaria. América del Norte fue el primer productor indisputable del continente, con más de 40 toneladas por hectárea.

La cuna de la papa está en América del Sur, pero esta región tiene el nivel más bajo de producción de papa, de menos de 16 millones de toneladas en 2007. Para la mayoría de los pequeños campesinos de la región andina la papa sigue siendo un cultivo tradicional, y se cultiva con otras especies de papa desconocidas en el resto del mundo. En otros países, como Argentina, Brasil, Colombia y México, está aumentando la producción comercial a gran escala de *Solanum tuberosum*.⁹ “¹⁰

Tabla 2. Principales países productores de papa en el año 2010

No.	País	Producción (Ton)	Observación
1	China	74.799.084	*
2	India	36.577.300	
3	Federación de Rusia	21.140.500	
4	Ucrania	18.705.000	
5	Estados Unidos de América	18.337.500	
6	Alemania	10.201.900	
7	Polonia	8.765.960	
8	Bangladesh	7.930.000	
9	Belarús	7.831.110	
10	Francia	7.216.210	
16	Perú	3.814.370	
19	Brasil	3.547.510	

⁹*Solanum tuberosum: papa o patata.*

¹⁰<Artículo en línea>FINAGRO, 'Fondo para el financiamiento del Sector Agropecuario' Internet: http://www.finagro.com.co/html/i_portals/index.php?p_origin=internal&p_name=content&p_id=MI-197&p_options=#MUNDO

Fuente: FAO Dirección de Estadística 2012 | 30 de noviembre 2012¹¹

5.3.2 Análisis del sector dedicado a la producción de papa en Colombia

La “trufa de tierra” como es conocida la papa, ha sido uno de los productos que más dividendos le ha generado al país desde el año 2000, sobre todo a la región campesina, ya que logro abastecer y cubrir la mayoría de necesidades económicas que sostuvo este sector.

“En 2000, la producción excedió los 2,8 millones de toneladas, gracias a que la producción superó a la de Bolivia, Ecuador y el Perú. Desde entonces, la superficie cultivada de papa ha disminuido de 170.000 a 110.000 hectáreas, y la producción en 2007 fue de 1,9 millones de toneladas.”¹²

Para 2011, las exportaciones del sector agrícola representaron el 20% del total de la región, alcanzando la segunda cifra más alta en los últimos años (US\$ 1.121 millones).

La economía colombiana siempre ha tenido un fuerte aliado a la hora de generar ingresos ya sean de capital interno o externo, este importante aliado ha sido el sector industrial y agropecuario de la papa, a continuación evaluaremos, el comportamiento que maneja este sector en el comercio exterior:

“Para 2011, las exportaciones del sector agrícola representaron el 20% del total de la región, alcanzando la segunda cifra más alta en los últimos años (US\$ 1.121 millones).”¹³

A continuación se mostrara las diferentes cifras de los mercados en los que interviene la papa colombiana ya sea de manera agrícola o de manera procesada, y su intervención en el mercado internacional, como sus valores han ido de la mano del mercado externo siendo fuertemente influenciado por la recesión estadounidense y después beneficiado por la consolidación del tratado de libre comercio con la potencia Norteamericana anteriormente nombrada.

5.3.4 Papa agrícola (partida arancelaria: mp 070110 y 070190

Las exportaciones colombianas de papa agrícola para el 2011 sumaron US\$2.9 millones, siendo Boyacá el principal departamento exportador (80%) seguido por la región Bogotá-Cundinamarca (16%) y Santander (4%). En este mismo periodo de tiempo, las exportaciones de este producto en Bogotá y la Región, que alcanzó la cifra de US\$464 mil, representaron menos del 1% del total de las exportaciones agrícolas.

¹¹<Artículo en línea>FINAGRO, ‘Fondo para el financiamiento del Sector Agropecuario’ Internet: http://www.finagro.com.co/html/i_portals/index.php?p_origin=internal&p_name=content&p_id=MI-197&p_options=#MUNDO

¹²Ibíd.

¹³<Artículo en línea>Cámara de Comercio de Bogotá, ‘Comportamiento de las exportaciones de papa de Bogotá – Cundinamarca (1)’ Internet: <http://www.megagroindustrial.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=600&conID=3285>

Pese a la baja participación de las exportaciones de papa en el agregado agrícola para el 2011, este producto tuvo un comportamiento favorable al compararlo con el año inmediatamente anterior, registrando un incremento del 414% respecto a 2010 donde la cifra se limitó a US\$112 mil.

Las exportaciones regionales de este producto no han logrado alcanzar los niveles vistos en 2008 cuando Venezuela, antes del cierre de la frontera, era el principal comprador y se lograron exportaciones por valor de US\$16 millones. Al igual que otros productos, el comportamiento de las exportaciones desde ese año ha dado inicio a un proceso de ampliación y diversificación de mercados que hoy continúa.

5.3.5 Papa procesada (partidas arancelarias 071010, 200410 y 200520)

Al analizar las exportaciones de papa procesada de Colombia en 2011, se observa que alcanzaron un valor de US\$ 7.1 millones, siendo el Valle del Cauca el principal departamento exportador, con una participación de 63% (US\$ 4.4 millones) seguido por la región Bogotá-Cundinamarca con 31% (US\$2.2 millones) y Antioquia, con 3% (US\$213 mil). La cifra exportada por Bogotá - Región creció 44% al compararla con 2010.

Grafica 3. Exportaciones de papa Bogotá-Cundinamarca 2006-2011



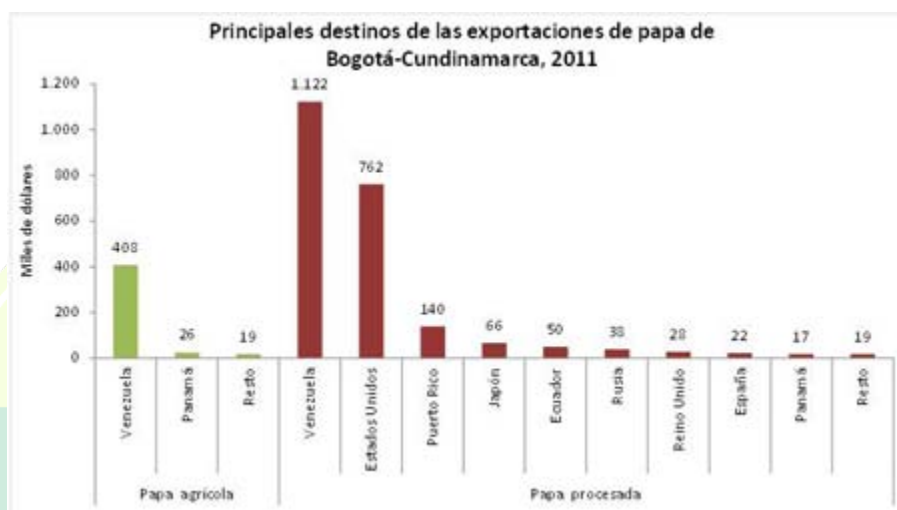
Fuente: DANE Calculo Área de Gestión y Transformación del Conocimiento de la Cámara de Comercio de Bogotá

5.3.5.1 Destinos de las exportaciones

A pesar de la crisis en la frontera en 2008, Venezuela continúa en el primer lugar como destino de las exportaciones de papa: en 2011 este país representó el 90% de las exportaciones de papa agrícola y el 50%, de papa procesada. Esto indica que aunque se ha reactivado el comercio con el vecino país, la industria tiene un enorme potencial de crecimiento de las exportaciones - demostrado en los niveles de exportación alcanzados en 2008- y nuevas ventanas de desarrollo

comercial dadas por la diversificación de mercados como estrategia de promoción de exportaciones del país.”¹⁴

Grafica 4. Principales destino de las exportaciones de papa de Bogotá-Cundinamarca, 2011



Fuente: DANE Calculo Área de Gestión y Transformación del Conocimiento de la Cámara de Comercio de Bogotá

5.4 Tendencias del sector

El sector de la industria agrícola, especialmente el de la papa procesada en Colombia, tiene tendencia al alza, sobre todo en el sector de la importación, debido a que desafortunadamente nuestra industria agrícola tiene métodos de siembra que todavía lucen rústicos a comparación de países industrializados, se cuenta con la materia prima, la fertilidad de los suelos, y el más importante de los capitales, el capital humano, el 42 por ciento de la población colombiana todavía vive en el sector rural y tiene como principal herramienta de supervivencia, el de la cosecha. A diferencia de los países europeos y asiáticos que cuentan con grandes infraestructuras industriales sobre sus cosechas, tienen un sistema de riego, abono y recolección totalmente automatizado, además de contar con empresas dedicadas al procesamiento de la papa cercano a ellas, permitiéndole tener cortos recorridos desde las granjas hasta las empresas dedicadas al procesamiento del tubérculo, reduciendo así sus cadenas de suministro e intermediarios en el proceso.

“Industria de alimentos procesados crece anualmente a 200%, con 50 por ciento de sus productos importados. La falta de competitividad de la industria nacional ha obligado a los empresarios a buscar alternativas en las importaciones.

El 50 % de los alimentos pre cocidos son importados provenientes de Bélgica, Holanda, Chile, EEUU y Canadá.

¹⁴Ibídem

Con una inversión inicial de \$2.000 millones, los alimentos pre cocidos llegaron a tiendas de Bogotá y Colombia a costos tres veces menores que en los grandes almacenes”¹⁵

Año tras año, grandes compañías de comidas rápidas llegan al país, con estándares de calidad internacional, respecto al tipo de comida que se sirve, muchas de estas características solamente las traen papas procesadas en el extranjero, mientras que el país todavía no está debidamente equipado para dar este importante paso de calidad.

Por ello la importación de producto extranjero, se ve como la solución óptima para abastecer al mercado interno, sus distintas presentaciones, enzimas orgánicas que demoran el proceso de enfriamiento del producto y además de la baja del dólar que permite, la compra de estos artículos en grandes volúmenes y a más bajos precios, el fortalecimiento mercantil que se ha consolidado entre Estados Unidos y nuestro país, ha eliminado por completo los aranceles, respecto a este producto.

5.5 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado realizado a continuación se basa en datos puntuales tomados de las más representativas entidades de importación, distribución y comercialización de papa procesada en Colombia.

Realizando un proceso investigativo, se recolectará información primaria, acerca de los movimientos tecnológicos, ambientales y sobretodo económicos que se han desarrollado en el año 2012, respecto a estos datos se pretende hacer un análisis cuantitativo y cualitativo de estos datos, que nos permitirá segmentar el mercado y proyectar distintas áreas de inversión y desarrollo en el área de los alimentos procesados y refrigerados, la distribución e importación de papa procesada y refrigerada será el enfoque dado para el progreso de este proyecto.

Finalmente la información que no sea recogida, en el primer proceso investigativo, se procederá a hacer la elaboración de distintas encuestas con la función de levantar la información primaria enfocada a datos más puntuales y cercanos a los consumidores primarios, que en este proyecto serán los dueños de restaurantes y establecimientos de comidas rápidas.

5.5.1 Mercado Potencial

CANTIDAD TOTAL DE RESTAURANTES EN BOGOTÁ	1200	
CANTIDAD TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA RÁPIDA EN BOGOTÁ	4072	MERCADO
TOTAL	5272	POTENCIAL
CANTIDAD DE RESTAURANTES Y ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA RÁPIDA UBICADOS EN LA LOCALIDAD DE PUENTE ARANDA	356	MERCADO REAL
POBLACIÓN FLOTANTE EN LA LOCALIDAD DE PUENTE ARANDA	98500	
	0	

¹⁵ <Artículo en línea> CORFERIAS, 'Industria de alimentos procesados crece anualmente a 200%, con 50 por ciento de sus productos importados' Internet:

http://www.feriaalimentec.com/index.cfm?doc=noticias_detalle&IdVersion=1530&IntIdioma=1&StrIdioma=es

La anterior tabla, muestra la cantidad total de establecimientos comerciales dedicados a la venta de comida rápida y restaurantes ubicados en la ciudad de Bogotá inscritos a Cámara de Comercio en el año 2012 (Cámara y Comercio 2012), en un principio se piensa abastecer al mercado ubicado en la Localidad de Puente Aranda, debido la amplia cantidad de industrias ubicadas en este sector, por las amplias facilidades de acceso, al contener las vías más importantes y comerciales, por su estrato comercial y finalmente por ser la cuarta localidad con mayor cantidad de población flotante (DANE 2011).

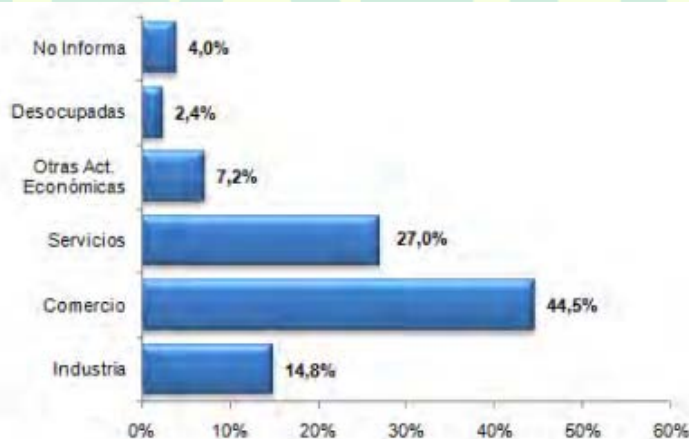
La Cámara de Comercio de Bogotá, ha brindado un importante colaboración en este estudio de mercados, puesto que ha revelado una base de datos totalmente sectorizada, con los restaurantes y establecimientos de comidas rápidas que han renovado su registro comercial en el año 2012, se tuvo acceso a ella, y se obtuvo una base de datos de los 120 establecimientos públicos dedicados a la comercialización de comida, que más venden en el sector, debidamente enfocados al levantamiento de clientes, es decir con información relevante como, dirección, teléfonos y nombres de propietarios.

5.6 Mercado Objetivo

Establecimientos públicos, locales comerciales dedicados a la venta de comidas rápidas, y restaurantes que en sus comidas distribuyan papa refrigerada, ubicadas en la Localidad de Puente Aranda.

Las razón principal por las cual se ha elegido esta localidad como punto de inicio de esta empresa importadora y distribuidora de papa a la francesa refrigerada, se debe al amplio porcentaje de ingresos, generado por el sector comercial de esta región de Bogotá, además de la cantidad de centros de concentración de gente, lo que genera un población flotante y mercado en potencia que transitan constantemente en esta zona.

Grafica 5. Distribución de los establecimientos económicos según actividad económica .2005

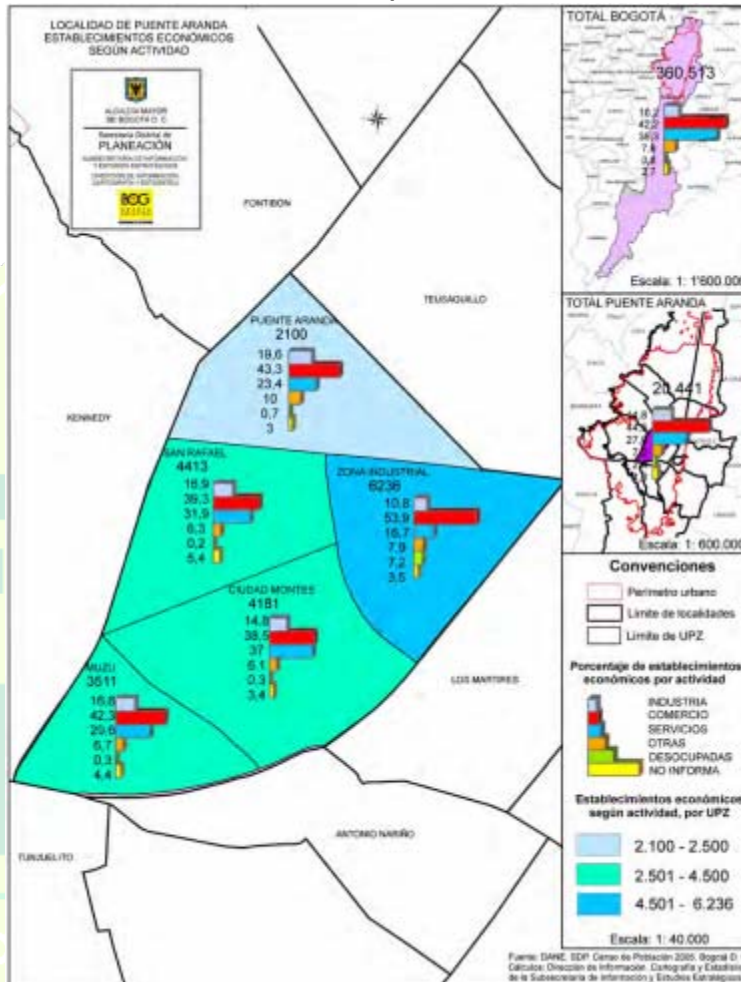


Fuente: DANE-Censo General 2005, Cálculos: SIEE-DICE

Podemos observar en esta grafica que de los 20441 establecimientos públicos encuestados en el 2005 por el DANE en la localidad de Puente Aranda, se logró, según la información recolectada, concluir que el 14,8% de los locales encuestados, trabajaban en el sector industrial, el 44,5% al comercio, el 27.0% a los servicios, mientras que el 7.2% se dedicaba a otras actividades y finalmente el 2.4% se encuentran totalmente desocupadas.

El sector comercial que es el que abraza nuestro mercado objetivo, se puede observar que en la localidad de Puente Aranda los locales comerciales y establecimientos públicos se distribuyen de la siguiente manera:

Plano 1. Establecimientos por actividad económica



Fuente: DANE- SDP Censo de población 2005, Bogotá D.C, Cálculos de Dirección e Información, Cartografía y Estadística de la Subsecretaría de Información y Estudios Estratégicos.

Los sectores más representativos de la localidad de Puente Aranda, y que representan el mayor desarrollo del sector comercial son los siguientes barrios: Zona Industrial con 53.9% de establecimientos dedicados a este rubro, lo sigue San Andresito que cuenta con un 43.3%, el barrio Muzú que cuenta con un 42.3%, después el barrio San Rafael con un porcentaje del 39.3, terminando con Ciudad Montes que representa el 38.5%, esta cifras demuestran que el sector de Puente Aranda, cuenta con grandes zonas comerciales, que permiten que exista un gran flujo de efectivo, además de su alto nivel de poder adquisitivo, resaltando las categorías: (Cubre gastos mínimos y cubren más de los gastos mínimos representan el 83.4 % de la población siendo una de las cifras más altas entre los estratos 1, 2 y 3 de la ciudad de Bogotá.

Tabla 3. Bogotá D.C Percepción sobre el poder adquisitivo del ingreso del hogar según localidad. 2007

Localidad	Total hogares	Percepción sobre ingresos						Sin información	
		No alcanzan para cubrir los gastos mínimos		Sólo alcanzan para cubrir los gastos mínimos		Cubren más que los gastos mínimos			
		Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
1 Usaquén	137.979	19.400	14,1%	69.729	50,5%	48.851	35,4%		
2 Chapinero	50.351	3.245	6,4%	19.172	38,1%	27.915	55,4%	20	0,0%
3 Santa Fe	30.274	10.836	35,8%	15.284	50,5%	4.090	13,5%	64	0,2%
4 San Cristóbal	108.331	36.160	33,4%	62.843	58,0%	9.328	8,6%		
5 Usme	77.292	22.126	28,6%	48.705	63,0%	6.396	8,3%	65	0,1%
6 Tunjuelito	50.302	11.984	23,8%	31.410	62,4%	6.908	13,7%		
7 Bosa	137.351	41.691	30,4%	84.995	61,9%	10.665	7,8%		
8 Kennedy	263.661	72.388	27,5%	149.006	56,5%	42.267	16,0%		
9 Fontibón	91.798	16.957	18,5%	50.572	55,1%	24.269	26,4%		
10 Engativá	241.964	45.524	18,8%	150.544	62,2%	45.896	19,0%		
11 Suba	287.783	54.436	18,9%	156.354	54,3%	76.992	26,8%		
12 Barrios Unidos	68.494	12.584	18,3%	38.507	56,2%	17.424	25,4%		
13 Teusaquillo	48.537	4.674	9,6%	23.970	49,4%	19.893	41,0%		
14 Los Mártires	26.893	6.919	25,7%	15.287	56,8%	4.687	17,4%		
15 Antonio Nariño	30.498	5.850	19,2%	19.669	64,5%	4.942	16,2%	37	0,1%
16 Puente Aranda	70.670	11.740	16,6%	46.046	65,2%	12.884	18,2%		
17 La Candelaria	7.820	2.159	27,6%	4.202	53,7%	1.455	18,6%	4	0,1%
18 Rafael Uribe Uribe	101.815	35.149	34,5%	53.768	52,8%	12.878	12,6%		
19 Ciudad Bolívar	145.353	59.462	40,9%	77.716	53,5%	8.176	5,6%		
20 Sumapaz	1.362	756	55,5%	599	43,9%	2	0,2%	5	0,4%
Total	1.978.528	474.921	24,0%	1.118.395	56,5%	385.916	19,5%	196	0,0%

Fuente: DANE-SDP, Encuesta de Calidad de Vida Bogotá.2007

Otro de los factores importantes para la selección de esta localidad es la cantidad de vías de acceso de esta localidad, al ser una localidad que cuenta con una extensión total de 1724 hectáreas, lo que equivale al 2% de la extensión total de la ciudad de Bogotá, lo que la convierte en la novena localidad más extensa, debido a su ubicación, la cual comprende de la zona central, oriental y parte del sur de la ciudad, la convierte en uno de los sectores con mayor capacidad de tránsito, debido a la existencia de sectores comerciales como San Andresito de la 38, Centro Mayor, Zona Industrial, etc, que se convierten en focos de población flotante, y un mercado potencial a la hora del consumo de alimentos ya sean provenientes de restaurantes o establecimientos de comida rápida.

Puente Aranda se destaca por ser una de las zonas más industrializadas de la ciudad, tiene distintas infraestructuras adecuadas para cualquier tipo de industria, en nuestro caso la refrigerada, esta industria necesita ciertas adecuaciones e inversión de distintas herramientas de almacenamiento en frío, estas necesidades generarían una inversión considerable si la bodega no se encontrara adecuada para esta situación, pero al encontrarnos en un sector industrial, se facilita la posibilidad de tomar en arriendo una bodega con la infraestructura necesaria.

comida saludable, siempre.

5.7 Herramienta de Investigación

El método de recolección de información escogido será el de las encuestas, debido a que esta herramienta nos permite recolectar la información necesaria y debidamente detallada, del mercado objetivo, permitiendo conocer datos importantes como rangos de precios, principales competidores, estrategias de mercadeo y el análisis de la posible capacidad instalada del proyecto. Todo esto será realizado mediante un censo de los 120 establecimientos, enfocados al mercado objetivo del proyecto, brindados por la Cámara de Comercio de Bogotá.

Diseño de Encuesta (VER ANEXO)

Resultados (PARA MAYOR INFORMACIÓN VER ANEXO ENCUESTAS)

- En la pregunta “¿Qué tipo de papa a la francesa refrigerada consume con más frecuencia?”, el 20% de la población censada coincidieron en que la papa extranjera era la consumida por sus negocios, mientras que el 80% restante contestaron, papa nacional,

estos resultados nos demuestran que existe una amplia oportunidad de negocio para la implantación del consumo de papa extranjera en el mercado escogido.

- Cuando se le pregunto a los encuestados, las razones por las cuales efectuaba la compra de papa a la francesa refrigerada, las opciones que tuvieron mayor aceptación por parte de los administradores de los locales fueron: el 60% escogió la opción, Ahorro de tiempo, mientras que la opción, Calidad del producto obtuvo la importante cifra de un 80% favorable, características que se destacan de nuestro producto y hacen un factor diferenciable frente a la competencia del mercado.
- El 100% de los encuestados coincidieron en dos respuestas del cuestionario que permiten definir la visión y el impacto que desean tener frente a los consumidores, prefirieron escoger la calidad del producto, por encima de los precios asequibles de los platos servidos o las comidas rápidas, otro resultado que atrajo la atención de la totalidad de los indagados, fue el de tener la calidad como factor diferenciable a comparación de los otros encuestados, da una tendencia marcada hacia la importancia de la calidad ofrecida respecto a sus productos vendidos, ya que conocen que el cumplimiento de este factor, se convierte en una fuerte ventaja, a comparación de la competencia del sector.
- El 93% de la población encuestada, respondieron de manera afirmativa a la pregunta “¿Usted consumiría una papa francesa refrigerada, que contiene propiedades que permiten el ahorro de aceite y la disminución de colesterol consumido por parte de sus clientes?”, esto permite concluir que el producto tendría una gran aceptación en el mercado de comercialización de comidas e hipotéticamente se tendría un consumo alto en los establecimientos visitados.

5.8 Estrategias de Mercado

5.8.1 Análisis de la Competencia

Gracias a la recolección de información primaria suministrada por las diferentes bases de datos encontradas en los distintos recursos virtuales que ofrece la herramienta internet, consultas personalizadas, en Proexport y Fedepapa, además de la información secundaria levantada mediante el uso de la herramienta de investigación del censo, en los establecimientos de venta de comida, ya sean restaurantes o comidas rápidas, se tuvo un precio promedio de la papa a la francesa refrigerada de \$10.500.

5.8.2 Tipos de Competidores

Se logró identificar distintos tipos de competidores que se encargan de abastecer a los distintos consumidores primarios del producto, papa a la francesa refrigerada fueron: almacenes de cadena (**Carrefour, Éxito, Coratiendas**), distribuidores autorizados por marcas reconocidas (Mc Cain), distribuidores de papa a la francesa nacional (**La Tocanita, Frozen Express**), Distribuidores de papa extranjera (**Congelagro SA**), o Distribuidores de papa a la francesa refrigerada independiente.

Los orígenes de la procedencia de la papa refrigerada vendida en estos establecimientos, fueron identificados, brindándonos la siguiente información: la papa a la francesa nacional, proviene de regiones tales como, Cundinamarca, Boyacá, Antioquia y Nariño, mientras que los países proveedores de papa a la francesa refrigerada son: Países Bajos y Estados Unidos, los precios de la papa nacional se encuentran entre \$12000 y \$13000, factor en el que el mercado importador puede sacar cierta ventaja, debido a los bajo precios que presentan estos países sobre todo en época de pre-cosecha.

5.8.3 Estrategias del Producto

El producto a importar y comercializar, papa a la francesa refrigerada, debido a su proceso de producción y a los estándares de calidad establecidos por los países extranjeros, para su libre distribución entre países, ha creado factores diferenciadores que resaltan este producto por encima del procesado por la industria nacional, el elemento más importante es la inclusión de una enzima de origen orgánico, que permite una rápida preparación y un mayor tiempo de conservación de la temperatura agradable para el consumo del cliente, al existir un ahorro de tiempo a la hora de preparar los platos, implícitamente se asume y se conoce que se genera un importante ahorro de aceite consumido, es decir que el producto terminado trae consigo un porcentaje más bajo de grasa y aceite saturado, a comparación del producto ofrecido por la industria colombiana.

El empaque estándar del producto anteriormente referido, viene en una presentación de paquete de 2.5 Kilogramos, pero por condiciones y necesidades del cliente, este será re almacenado en presentaciones de menor peso, como 1 Libra (500 gramos), lo que permite un portafolio de productos que se adapta a las necesidades del consumidor, según la evolución y cambios que traiga consigo el mercado de los productos refrigerados.

5.8.3.1 Acciones Preventivas incumplimiento de Términos

Si en algún caso el proveedor llegara a incumplir con sus términos de entrega, es decir; por vencimiento del producto por fechas de caducidad o por temperaturas inadecuadas, no se podrá devolver la mercancía al país de origen debido a que los costos de transporte y permisos de devolución llevarían a superar la inversión inicial del proyecto, para ello se tiene como medida de prevención utilizar la papa a la francesa refrigerada vencida, como materia prima de comida para animales, debido a que el trigo es la base principal de estos alimentos para los animales y proveen de distintos nutrientes vitales para la nutrición del animal; Hierro, Potasio y Glucosa.

5.8.4 Estrategias de Distribución e Implementación de la Cadena de Frío

La distribución que se pretende implantar para el proyecto de comercialización de papa a la francesa refrigerada, es de tipo indirecto, es decir que se va a emplear un intermediario, en este caso se ve necesario la compra de un medio de transporte que tenga la capacidad de almacenar hasta 150 Kilogramos del producto, el camión debe estar equipado para el transporte óptimo de productos refrigerados, el furgón de fibra vidrio y el Termo King con capacidad de enfriamiento de hasta -5 grados Celsius, deben las condiciones mínimas para que la mercancía llegue en buen estado al cliente

Flete Urbano	\$120000
Flete Cartagena – Bogotá	\$850000

La entrega del producto se llevará a cabo directamente en el establecimiento del cliente, para que este pueda revisar de manera inmediata las condiciones y las cantidades adecuadas del producto, para comprobar la satisfacción y el debido proceder de la entrega, se llevara un formato de factura, que servirá para controlar la calidad y servicio prestado por nuestro transportador, al ser solamente firmada si el cliente se encuentra de acuerdo con el estado y la calidad del producto.

Por otro lado, hará una sectorización del mercado, dependiendo de las distancias se usara el tipo de medio de transporte adecuado, todo con el fin de reducir costos, evitando el pago de fletes, gasolina y posibles mantenimientos automotrices, por ello todo restaurante o local de comida rápida que se encuentre a menos de 250 metros de distancia a la redonda de la bodega será transportado mediante una bicicleta adecuada para la carga de mercancía, mientras que el camión será utilizado para los pedidos que sobrepasen los 250 Kilogramos de mercancía y para cumplir las rutas de distribución debidamente planeadas.

La temperatura adecuada para la conservación de la papa a la francesa refrigerada es de -4°C, por ello el proveedor garantiza la importación del producto mediante el uso de un contenedor de refrigeración desde el país distribuidor, Estados Unidos, el uso de este canal de distribución permitirá la conservación de la temperatura adecuada para el tiempo de transporte desde el país proveedor hasta el Puerto de Cartagena durante los 12 días que se demora el proceso de transporte por medio marítimo.

La cadena de congelación seguirá manteniéndose gracias a la recolección del producto en un camión equipado con un furgón en fibra de vidrio que garantiza un almacenamiento con todas las condiciones de salubridad e higiénicas adecuadas, además de contar con un Termo de congelación capacitado para llevar el producto a temperaturas de conservación de productos refrigerados.

El producto se almacenara en un cuarto frío con las condiciones óptimas de conservación, es decir; sistema de recubrimiento del piso para evitar el contacto de este con la papa, mediante el uso de estibas que permiten llevar con más facilidad la cantidad de mercancía que se tiene guardada en bodega.

La política de entrega de la empresa se determinara a partir de la distancia que exista entre el centro de almacenamiento y el cliente; cuando la distancia de recorrido sea menor a 250 metros, esta se hará mediante una bicicleta equipada con un contenedor de frio ,que permitirá el almacenamiento en condiciones indicadas para su debido consumo, la implementación de este medio de transporte se hará para reducir costos, es decir consumo de gasolina, reducción en

kilómetros recorridos y mantenimiento del Termo King ya que cada seis meses debe abastecerse de nitrógeno líquido.

Costo Bicicleta adecuada para el transporte de 250 Kg \$150000

5.9 Estrategias de Precio

La importación de papa a la francesa refrigerada, tiene como objetivo, potenciar el mercado de los restaurantes y locales de comercialización de comidas rápidas, se quiere ofrecer productos que se encuentran a la vanguardia de los mercados anteriormente nombrados, puesto que este tipo de papa a la francesa refrigerada son usados por las grandes franquicias internacionales de comidas rápidas.

En base a los resultados de las encuestas efectuadas a los clientes potenciales de nuestra marca, se encontró que el precio promedio de este producto de \$10500 por paquete de 2,5 Kilogramos, la estrategia de la empresa es ofrecer un producto que brinde exclusividad a los consumidores finales es decir, a los consumidores de papa a la francesa refrigerada.

Al ser un producto exclusivo, se infiere que su precio debe ser relativo a su calidad y a sus beneficios nutricionales, generados por enzimas naturales, por ello el precio establecido al consumidor estándar es de \$12000.

Consumidor menor a 2,5 Kg	\$12000
Consumidor mayor a 2,5 Kg	\$10500
Presentación de 500 gr	\$2500

Como se puede observar, la estrategia de precios utilizada para este producto, es la referenciada por el autor **Agueda Esteban Talaya**, quien sugiere, la implantación de precios superiores frente a sus competidores, lo que permite transmitir una imagen de calidad y exclusividad del producto, con esta estrategia se quiere adoptar a los clientes que tengan un alto poder adquisitivo, y que estén dispuestos a pagar sumas relativamente elevadas, que garantizan adquirir un producto de excelente calidad, y a su vez asegurar factores diferenciadores respecto a la competencia.

5.9.1 Estrategias de Promoción

Mediante el estudio de mercados realizado, se pudo observar que aunque nuestro mercado objetivo a futuro es abastecer la mayor cantidad de restaurantes y establecimientos dedicados a la comercialización de comidas rápidas, ubicados en la ciudad de Bogotá, se tuvo en cuenta el tiempo limitado del que se dispone para la evaluación de este proyecto, por esta razón mercado objetivo inicial, se limitara a los locales anteriormente nombrados, ubicados en la localidad de Puente Aranda.

En esta localidad, se pudo concretar que el mayor generador de ganancias fue el sector comercial, que abarca más del 42% de utilidades netas, la principal característica, brindada por la investigación de mercados, fue el de la importancia que tenían los dueños y administradores de estos locales, ya que ellos piensan en ofrecer productos de la mejor calidad, sabiendo que el abastecimiento de estos, produce un aumento en la inversión , pero serán recompensados, al recibir los réditos utilitarios que traen consigo el mejoramiento en presentación y calidad de sus productos.

Para satisfacer las distintas necesidades generadas por la diversidad de clientes de este mercado, se estableció una tabla de precios, donde se prioriza la cantidad de volumen consumido por pedido, este intercambio monetario, permite generar beneficios monetarios considerables para el empresario y posicionamiento del producto en el consumidor primario, que en este caso son los locales, que podrán aumentar sus ventas y utilidades al tomar estas promociones, que como se dijo anteriormente, son gracias a las cantidades compradas por pedido.

La siguiente es una tabla que muestra, el precio base de nuestro producto, los descuentos que se hacen en moneda por su cantidad pedida y el porcentaje disminuido del precio base:

TABLA 4 Descuentos de precios, según la cantidad de volumen y porcentaje ahorrado por el cliente

VOLUMEN CONSUMIDO POR PEDIDO	PRECIO CON DESCUENTO	DESCUENTO EN PORCENTAJE Y AHORRO PERCIBIDO POR EL CLIENTE
Cliente Promedio: consumo menor o igual a 2,5 Kg de papa a la francesa refrigerada (1 Paquete)	\$12000	0%
Cliente minorista: consumo menor a 20 Kg de papa a la francesa refrigerada (8 Paquetes)	\$11000	8%
Cliente mayorista: consumo mayor a 20 Kg de papa a la francesa refrigerada (Mayor a 8 Paquetes)	\$10000	17%

Por otro lado se ofrece un beneficio de créditos a los clientes que se fidelicen con nuestro producto y tengan un consumo donde realmente sea pertinente dar cierta cantidad de días para la cancelación de deudas con el área contable de la empresa.

Los descuentos serán generados usando el siguiente criterio:

- Antigüedad del cliente: todo cliente que supere 15 días el mes, haciendo mínimo 3 pedidos por semana, se considerara como un cliente fiel, es decir que las deudas canceladas al área de cartera de la empresa, serán efectuadas por el valor de la factura vencida, es decir la factura más antigua que se tenga a la hora de llevar el pedido actual.

Los demás clientes tendrán un pago de contado, puesto que no se ha generado un vínculo de confianza que genere el grado de autonomía y libertad del manejo e facturas en estado de DEUDA.

Se harán tarjetas de presentación que lleven el nombre de la empresa sus servicios y finalmente sus números de contacto:

Impresión de 500 Tarjetas de Presentación \$50000

5.10 Análisis Matriz DOFA

Esta matriz, fue hecha a partir de datos reales suministrados adquiridos por el levantamiento de información secundaria, de establecimientos reales dedicados a la comercialización y venta de comida, con la recolección de esta información se quiere implementar la matriz DOFA, para hacer un diagnóstico de la empresa y así tener una visión global de la organización, dependiendo de los resultados que me brinde esta herramienta diagnóstico, puedo saber que procesos mejorar, y a que mercado voy a renunciar (trade off) por mis debilidades y la segmentación hecha del mercado objetivo, y que habilidades voy a potencializar por las posibles amenazas que existen en el mercado, para poder solucionar los problemas del proceso de ventas, ya con el conocimiento de los problemas y deficiencias existentes en la empresa.

Las oportunidades que ofrece el mercado de papa a la francesa refrigerada que vamos a atacar, son las falencias tecnológicas que tienen los procesos agrónomos de Colombia, como se sabe nuestro país es productor de este alimento, pero presenta serias debilidades encontradas en el proceso de corte del producto, no existe un largo de corte estandarizado, esto genera una pérdida considerable de materia prima que queda mal cortada o quedan retazos muy pequeños que no tienen presentación alguna con los clientes y no cumple con las normas de calidad que exigen las grandes marcas de comida rápida internacional.

Otra oportunidad que se ve en este mercado es la preocupación de los distribuidores autorizados de marcas internacionales en abastecer los almacenes de grandes superficies, es decir, se concentran en el mercado mayorista y así poder abarcar el mercado de manera global, sin tener en cuenta al consumidor minorista que desea conocer propiedades y beneficios específicos del producto y así escoger una marca por encima de la otra es decir, desconocen la importancia de establecer contacto directo con el cliente del común, quien escoge la mayoría de veces por precios sin conocer propiedades diferenciables del producto a fondo.

Las debilidades que se encontraron en la empresa son principalmente la dependencia hacia el mercado extranjero, se sabe que si llega a haber alguna época de escasez del producto, nuestro aprovisionamiento se vería afectado por dos importantes razones, el alza de precios, por la disminución de la oferta y la demora o incumplimiento de pedidos por las bajas cantidades de papa.

Otra debilidad encontrada es la fidelidad de los clientes respecto a sus proveedores, la antigüedad de relaciones de intercambio entre el vendedor y el comprador ya son de tiempo prolongado, esto impide el fácil acceso a estos clientes de una empresa que se encuentra en estado emergente.

Las principales fortalezas encontradas en la empresa se basan en la atención personalizada que se le brinda al cliente, con este método de comunicación cliente-proveedor, se brinda un vínculo entre las partes vitales de una empresa dedicada al aprovisionamiento de otras empresas que necesitan de un buen trato y un buen manejo de información, para así conocer las necesidades de

manera directa del cliente y poder planear la mejor estrategia, de cara a la solución y mejora de los inconvenientes encontrados por el cliente.

Al ser un producto proveniente de la industria extranjera, cumple con todos los requerimientos técnicos y de imagen necesarios para un buen acogimiento del cliente, además de contener importantes propiedades nutricionales que certifican al cliente una cantidad mínima de grasa saturada y acumulación de aceite innecesario, además de ahorrar tiempo en la cocción de los platos ya las comidas rápidas.

La última fortaleza encontrada en este análisis fue el diseño innovador, de una de las referencias de la papa a la francesa refrigerada, este es un corte que no se consume en muchos restaurantes y locales de comida rápida, la papa a la francesa con forma rizada, es un mercado a atacar, ya que la original forma y corte de este producto genera un impacto visual de manera inmediata al cliente y este desea conocerlo solo por calmar su curiosidad latente.

Las amenazas encontradas para el desarrollo e implantación de este proyecto se refieren más hacia la amplia ventaja que nos llevan algunos de nuestros competidores, ya que estos tienen años de experiencia en este negocio, y el mercado que conocen es más extenso en comparación al de una empresa en desarrollo, debido al posicionamiento de las marcas actuales en el mercado, al ser exhibidos en los grandes centros de comercio en la ciudad.

Al ser una empresa dedicada a la importación de un producto que tiene diferencias marcadas en cuanto a la calidad y a la presentación actual que existe en el mercado, tiene un precio directamente proporcional a sus ventajas, por ello los clientes que prefieran un producto final de bajo costo y de calidad baja pueden ser una amenaza, a la hora de compra de un producto exclusivo.

Finalmente se encontró que una de las amenazas existentes en el mercado nacional, es el apoyo a la industria colombiana, el sentido de pertenencia de los clientes a la hora de comprar un producto que ya conoce, genera un tipo de desconfianza en cuanto a calidad, precio y sabor en un producto que hasta ahora está accediendo el mercado nacional.

6. ESTUDIO TÉCNICO

6.1 Ficha técnica del producto

En seguida se hace una presentación de la ficha técnica del producto a manejar en este proyecto, la papa a la francesa refrigerada, para efectos de cualquier confusión se muestran en ANEXOS las distintas presentaciones de este producto.

FICHA TECNICA



NOMBRE DEL PRODUCTO
DESCRIPCION DEL PROCESO

PAPA A LA FRANCESA REFRIGERADA POR 2,5 Kg
Alimento comestible obtenido del proceso de plantación y cosecha de batata,(papa como es conocida en Latinoamérica).,Procesada mediante los últimos procesos de corte, refrigerado y mantenimiento que permiten un óptimo de estandarización, cumpliendo todas las normas de presentación y calidad que exigen el mercado internacional, además de contar con el proceso *Stealth Fries*, que consta de una cobertura invisible que brinda mayor tiempo de temperatura caliente, menos tiempo de cocción y un reducción de un 25% de grasa después del preparado de la papa.

LUGAR DE ELABORACION

La planta procesadora se encuentra en Estados Unidos su proceso tiene una totalidad de materia prima orgánica.

PRESENTACION Y EMPAQUES COMERCIALES

Bolsas en polietileno de baja densidad (PEBD) selladas al vacío, por 2,5 Kilogramos.

PROPIEDADES ORGANOLEPTICAS

La papa a la francesa refrigerada, contiene derivados naturales, provenientes del aceite vegetal, aceite de palma y aceite de semilla de algodón, que permiten la conservación el sabor, el color y la imagen presentable del producto.

REQUISITOS MINIMOS Y NORMATIVA
TIPO DE CONSERVACION

Registro INVIMA

Se recomienda mantenerlo en un lugar fresco y refrigerado.

VIDA UTIL ESTIMADA

Conservación congelada a (-18 °C), su vida útil en estas condiciones es de 365 días.

INSTRUCCIONES DE USO

Debe mantenerse en congelación antes y

después de abrir el empaque.

Ficha Técnica: Papa a la francesa refrigerada por 2,5 Kg

7. Descripción del Proceso

7.1 Identificación del proveedor

En primer lugar se debe conocer el producto que vamos a importar, para ello debo tener su subpartida arancelaria, para hacer consultas más detalladas de este producto, tales como costos, aranceles y lo más importante los proveedores, en la consulta de base de datos, brindadas por ProExport, se pueden identificar el proveedor que mejor se adecua a nuestras necesidades de importador y a nuestro presupuesto fijado.

7.1.1 Manejo de Incoterms

Haciendo un estudio adecuado, se efectúa la elección de la Incoterm que mejor se adapte a la importación del producto y a la capacidad financiera con la que se cuenta, en este caso se realizara mediante el Incoterm CIF, sus siglas traducen, *Cost, Insurance and Freight*; en este, el vendedor se encarga de todos los costos, es decir el transporte principal y el seguro del producto, hasta que este llegue al puerto de destino, el comprador asume todos los riesgos desde que la mercancía esta puesta en el buque.

7.1.2 Nacionalización

Cuando la mercancía llega a Colombia en este caso a los puertos de Barranquilla y Cartagena, en el Deposito Aduanero, se debe solicitar una autorización, que tiene como objetivo llevar a cabo una pre-inspección de la mercancía, se deben liquidar los tributos aduaneros, mediante la DECLARACION DE IMPORTACION, finalmente para el retiro de la mercancía se deben presentar ciertos documentos que serán mencionados en el inciso de aspectos legales, que serán revisados por un Funcionario Aduanero, que dará la autorización de levante, si el levante es automático, mientras que si la mercancía necesita una revisión, el encargado de autorizar el levante de la mercancía será un Inspector de la DIAN.

Al no ser un proceso productivo, este proyecto, se encaminara a hacer un proceso de aprovisionamiento del producto, es decir que se elaborara una cadena de aprovisionamiento, describiendo sus procesos más relevantes (Recepción – Almacenamiento – Entrega), sin embargo se explicara mediante un diagrama de operaciones el re-empacado del producto a un empaque de 500 gramos, que será el producto con el que pensamos atacar mercados que aún están desligados de este producto o la presentación en la que originalmente no se adecuan a las necesidades del cliente.

La mercancía vendrá en un contenedor refrigerado que mantendrá la mercancía a una temperatura de -18°C , también vendrá sobre estibas para garantizar que el contacto con el suelo del contenedor sea nulo e inexistente.

(VER ANEXO DIAGRAMA DE OPERACIONES REEMPACADO)

7.1.3 Recibir el camión y descargar el producto

En condiciones normales, se hará un pedido de dos Toneladas mensuales, actualmente se está haciendo a través de un distribuidor autorizado en Colombia (Jawood Suppliers), hasta que las instalaciones de nuestra empresa estén equipadas de manera óptima, en un futuro se piensa hacer la compra directa a Lamb Weston Inc.

La mercancía vendrá en un camión debidamente adecuado, es decir con furgón en **fibra de vidrio** y equipado con un **Termo de congelación**, por parte nuestra se verificará la descarga del camión y por parte del proveedor, ofrecerá la cantidad necesaria de operarios para la descarga del producto.

7.1.4 Revisar el producto, cantidades, documentos, factura y remisión

Al hacer de manera adecuada y completa el desembarque de la mercancía, se procede a revisar las condiciones en las que vienen es decir el estado en el que vienen la papa refrigerada, en este caso las cajas deben venir debidamente selladas y solo serán abiertas para comprobar su temperatura de congelación que será hecha **a través de un termómetro**, la temperatura no puede ser mayor a -18°C , de otro modo no se acepta la mercancía y se devuelve por condiciones insuficientes, por otro lado se debe tocar la papa esta debe estar totalmente congelada y rígida.

Además de recibir un documento donde se haga constancia de todos los gastos hechos en el envío, como nacionalización, desconsolidación, seguros y transporte, que deben coincidir con lo pactado previamente con el proveedor en Estados Unidos.

7.1.5 Desempacar y asignar puesto en bodega

Después de la debida revisión de la mercancía, y la posterior confirmación que esta se encuentre en las condiciones adecuadas, se procede a desempacar el producto, sacarlo de su caja y organizarlo en **el cuarto frío**, este prestará un servicio de congelamiento durante las 24 horas del día, además de permitir el monitoreo de temperatura mediante un sistema de alarma que avisa al colaborador cuando la temperatura sea inferior al nivel preestablecido, la organización del lugar de congelación dependerá de la fecha de llegada, así las más antiguas siempre van a tener prioridad a la hora de proveer al cliente final debido a que tienen más posibilidades de superar la fecha de caducidad, mientras que las más recientes tendrán un tiempo considerable de almacenamiento y rotación hasta que sean entregadas al cliente final.

7.1.6 Recibo de orden de pedido

Se conocerá la orden de pedido de manera telefónica o virtual, a partir de esta se conocerá el tipo de presentación de la papa a la francesa refrigerada, deseado por el cliente, su destino y su cantidad pedida.

7.1.7 Alistamiento del producto y embarque

Al conocer la totalidad de pedidos y el destino a donde se deben llevar, se procede a armar las diferentes rutas, teniendo en cuenta las cercanías de las direcciones y facilidades de recorrido, después de esto se alistara el pedido en cajas y dependiendo de la cantidad del pedido se decidirá qué medio de transporte se utiliza, finalmente se alista en cajas el producto y es embarcado de manera adecuada y organizada en el vehículo que mejor se adapte a las condiciones del pedido.

Si la cantidad del pedido es inferior al estándar, es decir al que normalmente viene en los empaques (2,5 Kg), se debe re empacar la mercancía en cantidades inferiores. Todo ello dentro del cuarto frío, para ello el colaborador estará con la dotación necesaria para soportar las bajas temperaturas, es decir contarán con overoles industriales térmicos que mantienen el cuerpo a una temperatura de 30°C, también se contara con guantes térmicos y pasamontañas térmicos que permiten un desempeño normal y evitan cualquier tipo de enfermedad producida por las bajas temperaturas que producen estos sistemas de almacenamiento de material refrigerado. (VER ANEXO DIAGRAMA DE PROCESO DE ALISTAMIENTO DEL PRODUCTO Y EMBARQUE).

7.1.8 Entrega del pedido

Al conocer el consolidado de ruta, se debe recorrer de la manera más apropiada, según los criterios del conductor y por las vías que reduzcan su tiempo de entrega, dependiendo de la distancia en la que se encuentra el cliente se enviará por el medio de transporte más adecuado, si el local está a una distancia menor de 250 metros se llevara en una bicicleta que consta de un contenedor de refrigeración con capacidad de 8 paquetes, este permite una temperatura que llega a bajar hasta los -6°C hasta por 30 minutos, que es el tiempo máximo en el que se recorre esta distancia garantizando la conservación del frío, si la distancia supera los 50 metros el pedido se hará en un camión equipado con furgón fibra de vidrio y Termo King de congelación, el control de la entrega tendrá como emisor al conductor, este lleva una factura, que será firmada, así se asegura que la mercancía fue recibida por el cliente y este aceptó las condiciones en las que llegaron, además de servir como comprobante de entrega de la mercancía para los posteriores pagos, en caso de que la forma de pago del cliente sea a crédito.

8. Necesidades y Requerimientos

8.1 Descripción de materia prima

La empresa tiene como objetivo, importar papa a la francesa refrigerada, su función es importar y distribuir el producto en la ciudad de Bogotá, en un principio e ir expandiendo el mercado a medida que la demanda del producto también aumente, por ello se hace énfasis en describir todas las propiedades importantes de la papa a la francesa refrigerada, esta será la base y materia prima de nuestra empresa, pues este producto será importado, reembolsado comercializado y distribuido por nuestra empresa.

A continuación se hará una descripción de la materia prima que se utilizara en este proyecto:

- Bolsa de polietileno de baja densidad (PEBD): las bolsas de empaque para la papa a la francesa refrigerada, se harán en bolsas hechas de este material, debido a su baja densidad este elemento de almacenamiento refrigerado permite la fácil manipulación, al ser un polímero de baja densidad, permite el fácil sellado al ser sometido a altas temperaturas, ofrece protección al producto debido a su espesor, su procesado en condiciones salubres, dan como resultado una herramienta de empaquetamiento con los estancares higiénicos, para el consumidor final.

Las propiedades contenidas en este polímero son las siguientes:

- Resistencia química y térmica
- Resistencia al impacto
- Alta flexibilidad y facilidades de manipulación
- Color transparente, permite observar el contenido del paquete y asimismo las condiciones en que se encuentra el producto
- Densidad de 0.92 g\cc

8.2 Cuadros de consumo por unidad

Presentación de 500 gramos de papa a la francesa lisa:

TABLA 5 Cuadro de Consumo por unidad. Papa a la francesa refrigerada por 500 gramos

ID	DESCRIPCIÓN DE PIEZA	No DE PIEZAS	DE	DESCRIPCIÓN DE MATERIA PRIMA	LARGO (m)	ANCHO (m)	TOTAL (m^2)
C	Empaque refrigeración	de 1		Bolsa de Polietileno de Baja Densidad	0,235	0,145	0,034075

Por otro lado las presentaciones de papa a la francesa refrigerada de 2,5 Kilogramos, serán ofrecidas al público en su empaque original, ya que el objetivo de la empresa no es promocionar la marca del producto, sino la empresa autorizada de importarla y distribuirla en Colombia es decir

nuestra empresa Por ello para posicionar nuestra marca se mandaran hacer etiquetas autoadhesivas con el logo de la empresa con los datos más relevantes a la hora de que un cliente desee contactarnos.

Presentación de 2,5 Kilogramos papa a la francesa lisa y rizada:

TABLA 6 Cuadro de Consumo por unidad. Papa a la francesa refrigerada lisa y rizada por 2,5 Kilogramos

ID	DESCRIPCIÓN DE PIEZA	No DE PIEZAS	DESCRIPCIÓN DE MATERIA PRIMA	LARGO (m)	ANCHO (m)	TOTAL (m^2)
D	Etiqueta Autoadhesiva	1	Etiqueta autoadhesiva para impresión laser	0,11	0,065	0,00715

8.3 Análisis de Proveedores

El objetivo de la empresa, es encontrar proveedores ya sean nacionales o internacionales que ofrezcan productos con altos estándares de calidad y a su vez precios bajos que se adecuen a las necesidades de una empresa emergente.

Las características ofrecidas por el producto son:

- Papa a la francesa refrigerada de corte recto y mili metraje 9*9
- Papa a la francesa refrigerada de corte rizado y mili metraje de 9*9
- Bajo consumo y poca adhesión de grasa
- Proceso rápido de cocción
- Conservación de hasta 1 año en las condiciones de congelación óptimas (-18°C)
- Uniformidad en los cortes de longitud de la papa
- Implementación de elementos orgánicos para su conservación

Los factores que serán utilizados en este plan de negocios para realizar un filtro de proveedores y evaluación de proveedores serán los siguientes:

- Precio de la papa a la francesa refrigerada (lisa y rizada)
- Uso de material orgánico para la mejora de las propiedades del producto
- Estandarización de medidas de la papa a la francesa refrigerada (lisa y rizada)

8.4 Evaluación de Factores

8.4.1 Precio de la papa a la francesa refrigerada (lisa y rizada)

Los bajos costos siempre son un factor tentador a la hora de elegir proveedores, por otro lado este proyecto tiene como objetivo, implementar productos de primera calidad, en este caso es la papa

a la francesa lisa y rizada refrigerada, sabiendo que en la mayoría de veces un producto con altos estándares de calidad tiene implícito un precio relativamente alto.

El precio no será una restricción a la hora de pensar en trabajar con un proveedor desde que las condiciones de evaluación siguientes también sean cumplidas por esta empresa.

Para evaluar posteriormente este factor se creó la siguiente tabla con distintos rangos de precios, evaluando 0 como el más caro y con 3 el proveedor con los precios más bajos:

TABLA 7 Calificación del factor precio por paquete de 2,5 Kilogramos

Calificación	Precio mínimo de venta de Papa a la francesa refrigerada	Precio Normal de Papa a la francesa refrigerada
0	\$ 12.500,00	\$ 13.000,00
1	\$ 11.500,00	\$ 12.000,00
2	\$ 10.500,00	\$ 11.000,00
3	\$ 9.500,00	\$ 10.000,00

8.4.1.1 Uso de material orgánico para la mejora de las propiedades del producto

La población actual tiene una gran preocupación acerca de los alimentos que consume y como estos afectan su rendimiento físico, como la acumulación de colesterol en las arterias y todas las contrariedades estéticas que puede conllevar a una persona que consume comidas rápidas sin un previo proceso orgánico que disminuya estas propiedades insuficientes para el producto en general.

Al tener un consumo mínimo de trans- grasas, se entiende que su consumo de aceite también se reduce de manera proporcional, nuestra papa a la francesa refrigerada debe tener todas estas propiedades diferenciadoras frente a la competencia, ya que gracias al estudio de mercados hecho, se obtuvo como información, que los dueños de locales encargados de la preparación y ventas de comidas rápidas y restaurantes que añadan este producto a sus platos, que el precio no era una restricción a la hora de invertir en un producto saludable y rentable.

La evaluación de este factor se hará mediante el uso de la siguiente tabla:

TABLA 8 Contenido Aceite Vegetal en la papa a la francesa refrigerada

Calificación	Contenido de Aceite Vegetal
0	No contiene Aceite Orgánico
1	Contiene de 1 hasta 3 Aceites Orgánicos
2	Contiene de 3 hasta 5 Aceites Orgánicos
3	Contiene Aceite de Canola, Girasol, Semilla de Algodón, de Palma, de Maíz, de Soya

El contenido de estos aceites vegetales y enzimas orgánicas traen distintas ventajas respecto a los competidores, el uso de estos elementos trae los siguientes beneficios:

- Reducción de aceite consumido en 10%
- Reducción del tiempo de cocción (342 segundos)
- Aumento del tiempo de la temperatura estándar de consumo (59°C)

8.4.2 Estandarización de medidas de la papa a la francesa refrigerada (lisa y rizada)

La presentación de un producto es una parte vital a la hora de escoger una marca, la uniformidad del producto da una imagen de producto procesado y debidamente especializado hacia un sector específico del mercado, en este caso son locales dedicados al proceso y posterior venta de comidas rápidas y restaurantes, el grosor de la papa tiene una importancia fundamental a la hora de satisfacer las necesidades de un cliente, en este caso el mili metraje de la papa produce un ahorro de tiempo, aceite y tiempo de temperatura agradable de consumo, entre más delgada sea la papa a la francesa refrigerada, más se acentúan estas propiedades en el consumidor primario y secundario.

La presentación de 9*9 milímetros es la más buscada por los consumidores primarios; restaurantes, locales de comida rápida, etc., debido a las ventajas explicadas anteriormente, los propietarios de estos establecimientos, siempre buscan una papa que se encuentre en buenas condiciones y tengan una medida estándar que oscile entre 5 y 9 centímetros de largo, cuando se salen de este rango el consumidor final se lleva una imagen inadecuada del producto, ya que si el tamaño es menor, se piensa que es una papa de denominación inferior y que el propietario de la empresa está invirtiendo en productos de mala calidad para favorecerse y obtener mayores utilidades a costa de ofrecer un producto que no tiene un terminado ideal para el lanzamiento al mercado, por otro lado el precio del producto también depende de la cantidad que haya en el paquete, ya que este se cobra por el peso, el dueño del establecimiento paga por un producto que debe tener las medidas mínimas para la debida presentación al consumidor.

La siguiente tabla permite evaluar este factor:

TABLA 9 Factores de decisión corte

Calificación	Corte de la papa a la francesa refrigerada
0	El corte del producto es heterogéneo y su grosor es mayor a 9*9 milímetros
1	El corte del producto es heterogéneo
2	Su grosor es de 9*9 milímetros
3	Sus cortes son uniformes y tienen un grosor exacto de 9*9 milímetros

8.4.3 Evaluación de proveedores

Como se ha explicado en el capítulo anterior se hará una integración de los factores de decisión que se han descrito; precio de la papa a la francesa refrigerada, uso de material orgánico y estandarización de medidas, cada uno tiene un rango de evaluación que va desde 0 evaluado como el más bajo y siendo 3 el más significativo, dependiendo de la suma y del cumplimiento de todos los factores se decide cual es el mejor proveedor para trabajar la papa a la francesa refrigerada, se escogieron los 10 más significativos después de haber evaluado al menos 30 empresas productoras y distribuidoras de este producto.

8.4.3.1 Proveedores Nacionales

TABLA 10 Matriz de decisión Proveedores Nacionales

No	Nombre de la Empresa	Ciudad	Factores			TOTAL
			Precio	Material Orgánico	Estandarización de Medidas	
1	Caxel	Bogotá	3	0	0	3
2	El Trébol	Bogotá	2	0	0	2
3	La tocanita	Bogotá	1	0	0	1
4	Coratiendas	Bogotá	2	0	0	2
5	Frozen Express	Bogotá	2	0	0	2
6	Colagricola	Bogotá	2	0	2	4
7	Almacenes Éxito	Bogotá	1	0	1	2
8	SaborAgro	Bogotá	2	0	0	2
9	Pasabocas Piquitos	Bogotá	2	0	1	3
10	Comercializadora Nacional FAS	Bogotá	1	0	0	1

comida saludable, siempre.

Después de observar esta matriz de evaluación se advierte que el proveedor que mayor puntos a favor tuvo con respecto a los factores de decisión ha sido Colagricola, desafortunadamente este proveedor aunque ofrezca sus productos de buena calidad a precios asequibles y tenga una presentación de papa a la francesa refrigerada de 9*9 milímetros no contiene la más importante y significativa; el uso de enzimas y aceites orgánicos, esto se debe a que la tecnología de la industria agrícola de este país se encuentra atrasada respecto a países europeos que no poseen las facilidades agrícolas de nuestro país pero si cuentan con la tecnología necesaria para investigar los componentes orgánicos que potencian la calidad del producto y también la maquinaria necesaria para integrarlo a la papa a la francesa refrigerada, por ello ninguno de los proveedores nacionales evaluados logro pasar los filtros de decisión.

8.4.3.2 Proveedores Internacionales

TABLA 11 Matriz de decisión Proveedores Internacionales

No	Nombre de la Empresa	Ciudad	Factores			TOTAL
			Precio	Material Orgánico	Estandarización de Medidas	
1	MC CAIN ARGENTINA S A	ARGENTINA	3	3	3	9
2	AVIKO B V	PAISES BAJOS – HOLANDA	2	1	2	5
3	A TEC SYSTEMS LTD	ESTADOS UNIDOS	1	1	1	3
4	N V MYDEBEL S A	BELGICA	1	1	1	3
5	LAMB WESTON MEIJER VOF	PAISES BAJOS – HOLANDA	0	1	3	4
6	CAVENDISH FARMS	CANADA	2	2	2	6
7	MCCAIN FOODS INC	PAISES BAJOS – HOLANDA	3	3	3	9
8	AGRISTO N V	BELGICA	2	2	2	6
9	COOTRADING AMERICA CORP	LATIN PANAMA	3	0	1	4
10	PRICESMART INC	ESTADOS UNIDOS	1	0	0	1
11	LAMB WESTON INC	ESTADOS UNIDOS	3	3	3	9
12	ALIMENTOS MODERNOS S A	ARGENTINA	2	0	1	3
13	REINHART FOODSERVICE L L C	ESTADOS UNIDOS	2	1	2	5
14	AGRARFROST GMBH Y CO KG	ALEMANIA	1	3	2	6
15	PINGUINLUTOSA FOODS SA	BELGICA	2	2	2	6
16	FARM FRITES INTL BV	PAISES BAJOS – HOLANDA	3	2	0	5
17	COMMERCE ALIMENTAIRE INTL VLM INC	PAISES BAJOS – HOLANDA	0	3	3	6

En esta evaluación de factores de decisión se logra observar que muchas de las empresas tienen calificaciones altas debido a la tecnología que poseen los países europeos, pudiendo así consolidar sus marcas y posicionarlas en el mercado exterior, la decisión de esta empresa se inclinó por el proveedor más integral es decir que cumpliera con todos los requerimientos a la perfección, debido a que el producto que se va a ofrecer a nuestros clientes primarios, debe ser de primera clase, las empresas de alimentos del país no deben cohibirse de ofrecer buenos productos debido a las limitaciones tecnológicas que tenemos actualmente, debemos invertir los recursos necesarios

para que el cliente final se lleve la mejor impresión estética como nutricional del producto y así estar a la vanguardia de las grandes cadenas de comidas rápidas.

El proveedor LAMB WESTON INC, fue el que ofreció las mayores ventajas de comercialización y distribución de los proveedores a evaluar, se encontró que tiene plantas procesadoras en Europa, y América del Norte y Sur, una gran ventaja por si llega a haber una escasez en alguno de estos continentes, la calidad, la perfección en sus cortes, y la innovación de sus productos, generaron un amplio impacto a la hora de tomar la decisión, al ser pioneros en la producción de papa a la francesa refrigerada libre de cualquier trans – grasa, implementando enzimas y aceites vegetales de origen netamente orgánico.

La ubicación en Estados Unidos, fue el factor que inclino la balanza hacia esta planta procesadora y distribuidora de papa a la francesa refrigerada, debido al Tratado de Libre Comercio, las importaciones se encuentran libres de cualquier arancel existente, esto permite que los productos de primera calidad sean asequibles al presupuesto de una empresa importadora emergente como esta, obteniendo un margen de ganancia más amplio a comparación de lo que se puede obtener con la mercancía manejada en el mercado nacional, debido a sus altos precios y ausencia de procesos especializados en el tratamiento orgánico de la papa a la francesa refrigerada, proceso que potencia las propiedades nutricionales y productivas de la mercancía.

Por otro lado, se hizo el mismo proceso de evaluación para los proveedores de bolsas de empaque de polietileno de baja densidad (VER ANEXO: PROOVEEDORES DE EMPAQUE)

9. Costos de Producción

Los costos de producción de la empresa, se basaron factores de costos de importación y empaquetamiento del producto.

Para la presentación de 2,5 Kilogramos se piensa hacer la distribución en el empaque original de la papa a la Francesa Refrigerada **LAMB WESTON INC**, debido a que el objetivo de marca es dar a conocer una empresa importadora de productos refrigerados de primera calidad.

Mientras que en la presentación de 500 gramos se decidió asumir el costo de importación de la papa y el del empaque diseñado con la imagen de la empresa y sellado herméticamente.

TABLA 12 Costos de Importación por Kilogramo de papa a la francesa refrigerada

Descripción	Cantidad	Cantidad por Bolsa (Kg)	Costo por Kilogramo (\$COP)	Costo por Bolsa (2,5 Kg)	Costo Etiqueta	Costo Total por Bolsa
Papa a la Francesa Refrigerada Lisa	1 Bolsa	2,5	\$ 2.400,68	\$ 6.001,69	\$ 150,00	\$ 6.151,69
Papa a la Francesa Refrigerada Risada	1 Bolsa	2,5	\$ 2.400,68	\$ 6.001,69	\$ 150,00	\$ 6.151,69

TABLA 13 Costos de Importación y Empaquetamiento de papa a la francesa refrigerada por Libra

Descripción	Cantidad	Cantidad por Bolsa (gr)	Costo por Kilogramo (\$COP)	Costo por Bolsa (500 gr)	Costo de Empaque Por Bolsa	Costo Total por Bolsa
Papa a la Francesa Refrigerada (Lisa y Risada)	1 Bolsa	500	\$ 2.400,68	\$ 1.200,34	\$ 600,00	\$ 1.800,34

Costo Fabricación Papa 500 Gr	
Costo MO	\$ 445
Costo Bolsa	\$ 34
Costo papa	\$ 1.000
Costo de Transporte	\$ 125
Total	\$ 1.604

9.1 Análisis de Costos

El costo por unidad de la papa a la francesa refrigerada en su presentación de 2,5 Kg fue de \$6151,69 COP, la tasa de cambio trabajada fue de \$1820 en Junio del 2013, para convertir el precio de nuestro producto a moneda nacional, el etiqueta donde viene la marca de la empresa y su respectiva información para pedidos a futuro, tuvo un valor total de \$150 COP, debido al volumen trabajado se hace reducción de costos por unidad, teniendo en cuenta que la impresión de estos rótulos se pueden hacer de manera directa en una impresora láser de escritorio, el costo real sería la compra del papel adhesivo, que como ya se dijo anteriormente, sus precios se reducen por altas cantidades de volumen comprado.

El costo total del paquete de papa a la francesa refrigerada fue de \$6.151,69, incluyendo el valor de la importación y el empaquetamiento, este costo se toma como aceptable debido a que en el estudio de mercados los clientes estaban dispuestos a pagar \$12000 por paquete.

El costo unitario de la papa a la francesa refrigerada, en su presentación de 500 gramos fue de \$1.200,34, mientras que su proceso de empaquetamiento, en un empaque destinado a la conservación de productos refrigerados hecho en Polietileno de Baja densidad, cerrado herméticamente y previamente impreso con el logo de la empresa es de \$300, teniendo un costo total de \$1.500,34 por unidad un costo que se adapta al presupuesto de la empresa y que deja un saldo positivo, al conocer que los consumidores estarían dispuestos a pagar hasta \$2500 por paquete.

Aunque esta empresa no es productora como tal de papa a la francesa refrigerada, se sabe que esta es la materia prima de la empresa debido a que es la base de las actividades comerciales de la compañía. Al no ser productores como tal, tomamos el valor de la importación como un costo de materia prima.

9.2 Proyecciones de Ventas y Rentabilidad

Para hacer la proyección de ventas y rentabilidad, se ajustó de acuerdo a las ventas actuales de la compañía y se mantienen durante todo el año. Para hacer la proyección de los próximos años se decidió tomar como base la inflación anual de los próximos 5 años, brindada por la base de datos del Banco de la Republica y Entidades del Estado dedicadas a la financiación de empresarios y jóvenes emprendedores; el SENA brindaron los datos de los cambios de la inflación, mientras que ProExport fue el encargado de brindar los cambios del precio del dólar, finalmente, la participación en el mercado del año 2014 fue brindada por el estudio de mercados realizado:

TABLA 14 Cuadro de Participación y Precios de Venta Año 2014

CUADRO DE PARTICIPACION Y PRECIOS DE VENTA AÑO 2014

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	TOTAL	PARTICIPACION TOTAL
PAPA A LA FRANCESA LISA REFRIGERADA	26046	\$ 10.000	\$ 260.464.000	97,4%
PAPA A LA FRANCESA PORCIONADA	9900	\$ 2.500	\$ 7.029.000	2,6%

Fuente, Autores del documento

Gracias a este índice, que mide las demandas aproximadas y el incremento de precios en los bienes ofrecidos al consumidor, se lograron proyectar las ventas y las utilidades año a año, discriminándolas de manera unitaria, con los rubros de costos y utilidades, para así al final consolidar estos datos y obtener la utilidad bruta para cada año estudiado:

TABLA 15 Proyecciones Financieras

	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Variables Macroeconómicas							
Inflación	%		4,00%	3,25%	3,01%	3,02%	3,02%
Devaluación	%		8,00%	2,28%	4,55%	-2,74%	0,87%
IPP	%		4,00%	3,25%	3,01%	3,02%	3,02%
Crecimiento PIB	%		5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DTF T.A.	%		8,63%	7,94%	7,08%	6,33%	5,59%
Ventas, Costos y Gastos							
Precio Por Producto							
Precio PAPA A LA FRANCESA LISA REFRIG	\$/unid.		10.000	10.325	10.636	10.957	11.288
Precio PAPA A LA FRANCESA RISADA REF	\$/unid.		10.500	10.842	11.168	11.505	11.853
Precio PAPA A LA FRANCESA POR LIBRA	\$/unid.		2.000	2.065	2.127	2.191	2.258
Precio	\$/unid.		0	0	0	0	0
Precio	\$/unid.		0	0	0	0	0
Unidades Vendidas por Producto							
Unidades PAPA A LA FRANCESA LISA REF	unid.		5.616	6.178	6.795	7.475	8.222
Unidades PAPA A LA FRANCESA RISADA R	unid.		1.080	1.188	1.307	1.437	1.581
Unidades PAPA A LA FRANCESA POR LIBR	unid.		504	554	610	671	738

9.3 Conclusiones de Proyecciones de Ventas y Utilidades

Según esta proyección de ventas durante el año 2 no habrá incremento en las ventas ya que las ventas del mes 12 del año 1 serán las mismas durante todo el año 2. A partir del año 3 se tendrá un incremento del 10% de acuerdo con el crecimiento del sector.

9.4 Plan de Compras

Para elaborar la matriz de Plan de Compras de este proyecto, se tuvo en cuenta los siguientes factores:

- Mensualmente los establecimientos de comida rápida y restaurantes que contengan a la papa a la francesa refrigerada dentro de su menú, piden como máximo 728 paquetes, es decir 1800 Kilogramos
- El número mínimo para hacer una importación de Papa a la Francesa Refrigerada es de 2 Toneladas
- El traslado desde Kenewick hasta el puerto de Cartagena tiene 12 días de duración desde el día en que se hace la consignación, por ello el primer embarque trae un 30% más de mercancía, y en las demás importaciones un 5% más esto permitirá acumular media Tonelada de papa a la francesa refrigerada que a final de año, nos dará como resultado 350 Kg permitirá tener un inventario de Auxilio en caso de cualquier eventualidad.
- El empaque de polipropileno de Baja Densidad (PEBD) tiene un proceso de 2 días de elaboración.
- El 6 por ciento de cada importación está destinado a la presentación de 500 gramos

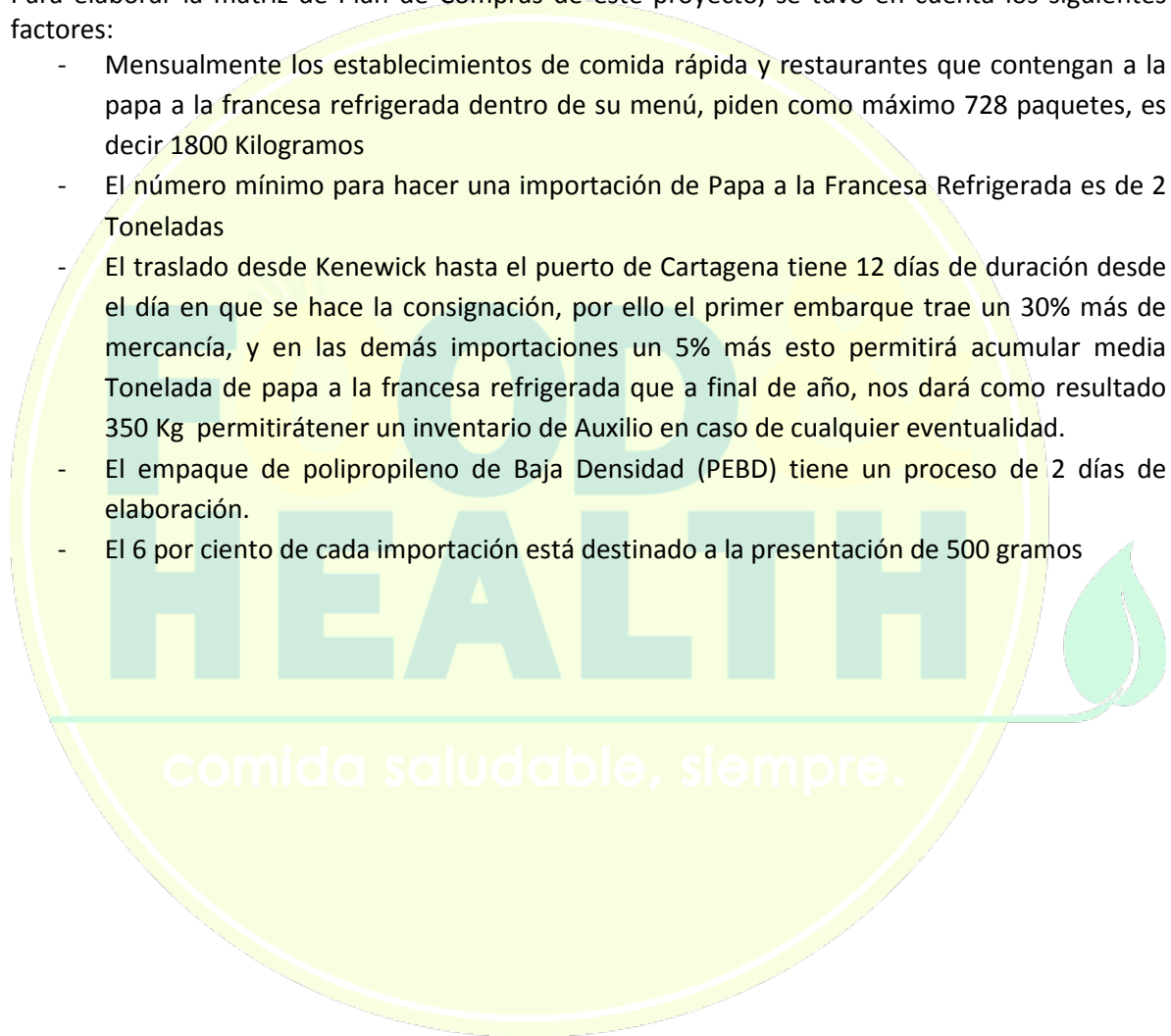


TABLA 16 Plan de Compras Papa a la Francesa Refrigerada Lisa por 2,5 Kilogramos

Lead time	0	Unidad de medida	Unidades de 2,5 Kg												
Stock de seguridad	50														
Producto	Papa a la francesa refrigerada (Lisa)	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12	
Necesidades brutas		468	468	468	468	468	468	468	468	468	468	468	468	468	
Disponibilidad		350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	
Stock de seguridad	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
Necesidades netas	0	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	
EOP	0	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	

MRP: Presentación de 2,5 Kg

TABLA 17 Plan de Compras Papa a la Francesa Refrigerada Rizada por 2,5 Kg

Lead time	0	Unidad de medida	Unidades de 2,5 Kg												
Stock de seguridad	20														
Producto	Papa a la francesa refrigerada (Rizada)	Mes 0	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12	
Necesidades brutas		0	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	
Disponibilidad		0	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	
Stock de seguridad	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
Necesidades netas	0	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	
EOP	0	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	

MRP: Presentación de 2,5 Kg

TABLA 18 Plan de Compras Papa a la Francesa Refrigerada Rizada por 500 Gr

Lead time	0	Unidad de medida	Unidades de 500gr											
Stock de seguridad	10													
Producto	Papa a la francesa refrigerada (Lisa)	Mes 0	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12
Necesidades brutas	0	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Disponibilidad	0	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Stock de seguridad	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Necesidades netas	0	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
EOP	0	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
MRP: Presentación de 500 gr														



comida saludable, siempre.

9.5 Infraestructura

La infraestructura utilizada para este proyecto será en su totalidad arrendada puesto que la compra y mantenimiento de una bodega es sumamente costoso, al ser una empresa emergente debe procurar hacer todos los ahorros necesarios y pensar con debida cautela y no dejar al azar cualquier decisión, por esta razón es que se tomara en arriendo un espacio refrigerado es decir; se contacta a un individuo que sea dueño de un cuarto refrigerado, el cual hará un cobro por cubicaje de las cajas en cada estiba, cada estiba ocupada será una posición en el cuarto refrigerado, y dependiendo de los kilogramos colocados en cada estiba y su cubicación se hará el debido cobro. En las instalaciones en las que se hizo la cotización se recolecto la siguiente información de costos:

Costo por estiba Ocupada (Posición) diario \$12000

Volúmenes Ocupados:

Medidas de estiba (cm)	
Largo	100
Ancho	120
Alto	150
Volumen (cm^3)	1800000

Medidas Canastilla (cm)	
Largo	60
Ancho	25
Alto	30
Volumen (cm^3)	45000

Medidas Paquete por 2,5 Kg (cm)	
Largo	36
Ancho	34
Alto	2,5
Volumen (cm^3)	3060

Teniendo estos volúmenes podemos encontrar los volúmenes ocupados por las bolsas de 2,5 Kilogramos, en cada espacio cubicado:

$$\begin{aligned} \text{Número de Canastillas a cubicar en estibas} &= \frac{\text{Volúmen Total de Estibas}}{\text{Volúmen Total de Canastillas}} \\ &= \frac{1800000cm^3}{45000cm^3} = 40 \text{ canastillas} \end{aligned}$$

Ahora se calcula el número de paquetes de papa a la francesa refrigerada que caben en una canastilla:

$$\begin{aligned} & \text{Número de Paquetes}(2,5\text{Kg})\text{a cubicar en canastillas} \\ & = \\ & \frac{\text{Volúmen Total de Canastillas}}{\text{Volúmen Total de Paquetes por } 2,5\text{Kg}} = \frac{1800000\text{cm}^3}{45000\text{cm}^3} = 14 \text{ Paquetes} \end{aligned}$$

Con estos datos se evalúan los kilogramos contenidos en las estibas y canastillas

Total de Paquetes por cada Estiba 588,2352941

Total de Kilogramos por cada Estiba 1470,588235 Kg

Al saber que cada tonelada equivale a 1000Kg podemos inferir y a la vez cotizar las estibas ocupadas para cada importación:

Cantidad a importar	Estibas Ocupadas	Costo Total mensual
2000 Kg	2	\$720000
3000 Kg	3	\$1080000
4000 Kg	4	\$1440000

Estos costos incluyen el alquiler de una maquina selladora necesaria para re empacar los empaques de 500 gramos y los servicios públicos como la electricidad consumidos mensualmente.

10. Parámetros Técnicos Especiales

Para el almacenamiento distribución y comercialización de la papa a la francesa refrigerada, debe tenerse en cuenta el Decreto 3075 de 1997 referente a las disposiciones generales de cualquier tipo de manipulación de alimentos, ya sean importados o exportados, su manipulación al empacarlos o envasarlos, además de las condiciones de salubridad que deben cumplir sus instalaciones y debidos procesos de higiene a los que tienen que cumplir los operarios de esta empresa:

CAPÍTULO III

“Personal manipulador de alimentos

Artículo 15º.-Prácticas Higiénicas y Medidas de Protección. Toda persona mientras trabaja directamente en la manipulación o elaboración de alimentos, debe adoptar las prácticas higiénicas y medidas de protección que a continuación se establecen:

- Mantener una esmerada limpieza e higiene personal y aplicar buenas prácticas higiénicas en sus labores, de manera que se evite la contaminación del alimento y de las superficies de contacto con éste;
- Usar vestimenta de trabajo que cumpla los siguientes requisitos: De color claro que permita visualizar fácilmente su limpieza; con cierres o cremalleras y/o broches en lugar de botones u otros accesorios que puedan caer en el alimento; sin bolsillos ubicados por

encima de la cintura; cuando se utiliza delantal, este debe permanecer atado al cuerpo en forma segura para evitar la contaminación del alimento y accidentes de trabajo. La empresa será responsable de una dotación de vestimenta de trabajo en número suficiente para el personal manipulador, con el propósito de facilitar el cambio de indumentaria el cual será consistente con el tipo de trabajo que desarrolla;

- c. Lavarse las manos con agua y jabón, antes de comenzar su trabajo, cada vez que salga y regrese al área asignada y después de manipular cualquier material u objeto que pudiese representar un riesgo de contaminación para el alimento. Será obligatorio realizar la desinfección de las manos cuando los riesgos asociados con la etapa del proceso así lo justifiquen;
- d. Mantener el cabello recogido y cubierto totalmente mediante malla, gorro u otro medio efectivo. Se debe usar protector de boca y en caso de llevar barba, bigote o patillas anchas se debe usar cubiertas para estas;
- e. Mantener las uñas cortas, limpias y sin esmalte;
- f. Usar calzado cerrado, de material resistente e impermeable y de tacón bajo;
- g. De ser necesario el uso de guantes, estos deben mantenerse limpios, sin roturas o desperfectos y ser tratados en el mismo cuidado higiénico de las manos sin protección. El material de los guantes, debe ser apropiado para la operación realizada. El uso de guantes no exime al operario de la obligación de lavarse las manos, según lo indicado en el literal c);
- h. Dependiendo del riesgo de contaminación asociado con el proceso será obligatorio el uso de tapabocas mientras se manipula el alimento;
- i. No se permite utilizar anillos, aretes, joyas u otros accesorios mientras el personal realice sus labores. En caso de usar lentes, deben asegurarse a la cabeza mediante bandas, cadenas u otros medios ajustables;
- j. No está permitido comer, beber o masticar cualquier objeto o producto, como tampoco fumar o escupir en las áreas de producción o en cualquier otra zona donde exista riesgo de contaminación del alimento;
- k. El personal que presente afecciones de la piel o enfermedad infectocontagiosa deberá ser excluido de toda actividad directa de manipulación de alimentos;
- l. Las personas que actúen en calidad de visitantes a las áreas de fabricación deberán cumplir con las medidas de protección y sanitarias estipuladas en el presente capítulo.

CAPÍTULO IV

Requisitos higiénicos de fabricación

Artículo 16º.-Condiciones Generales. Todas las materias primas y demás insumos para la fabricación así como las actividades de fabricación, preparación y procesamiento, envasado y almacenamiento deben cumplir con los requisitos descritos en este capítulo, para garantizar la inocuidad y salubridad del alimento.

Artículo 17º.-Materias Primas e Insumos. Las materias primas e insumos para alimentos cumplirán con los siguientes requisitos:

- a. La recepción de materias primas debe realizarse en condiciones que eviten su contaminación, alteración y daños físicos;

- b. Las materias primas e insumos deben ser inspeccionados, previo al uso, clasificados y sometidos a análisis de laboratorio cuando así se requiera, para determinar si cumplen con las especificaciones de calidad establecidas al efecto;
- c. Las materias primas se someterán a la limpieza con agua potable u otro medio adecuado de ser requerido y a la descontaminación previa a su incorporación en las etapas sucesivas del proceso;
- d. Las materias primas conservadas por congelación que requieren ser descongeladas previo el uso, deben descongelarse a una velocidad controlada para evitar el desarrollo de microorganismos; no podrán ser re congeladas, además, se manipularán de manera que se minimice la contratación proveniente de otras fuentes;
- e. Las materias primas e insumos que requieran ser almacenadas antes de entrar a las etapas de proceso, deberán almacenarse en sitios adecuados que eviten su contaminación y alteración;
- f. Los depósitos de materias primas y productos terminados ocuparán espacios independientes, salvo en aquellos casos en que a juicio de la autoridad sanitaria competente no se presenten peligros de contaminación para los alimentos;
- g. Las zonas donde se reciban o almacenen materias primas estarán separadas de las que se destinan a elaboración o envasado del producto final. La autoridad sanitaria competente podrá eximir del cumplimiento de este requisito a los establecimientos en los cuales no exista peligro de contaminación para los alimentos.

Artículo 18º.-Envases. Los envases y recipientes utilizados para manipular las materias primas o los productos terminados deberán reunir los siguientes requisitos:

- a. Estar fabricados con materiales apropiados para estar en contacto con el alimento y cumplir con las reglamentaciones del Ministerio de Salud;
- b. El material del envase deberá ser adecuado y conferir una protección apropiada contra la contaminación;
- c. No deben haber sido utilizados previamente para algún fin diferente que pudiese ocasionar la contaminación del alimento a contener;
- d. Deben ser inspeccionados antes del uso para asegurarse que estén en buen estado, limpios y/O desinfectados. Cuando son lavados, los mismos se escurrirán bien antes de ser usados;
- e. Se deben mantener en condiciones de sanidad y limpieza cuando no estén siendo utilizados en la fabricación.

Artículo 19º.-Operaciones de Fabricación. Las operaciones de fabricación deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a. Todo el proceso de fabricación del alimento, incluyendo las operaciones de envasado y almacenamiento deberán realizarse en óptimas condiciones sanitarias, de limpieza y conservación y con los controles necesarios para reducir el crecimiento potencial de microorganismos y evitar la contaminación del alimento. Para cumplir con este requisito, se deberán controlar los factores físicos, tales como tiempo, temperatura, humedad, actividad acuosa (Aw), pH, presión y velocidad de flujo y, además, vigilar las operaciones de fabricación, tales como: congelación, deshidratación, tratamiento térmico, acidificación y refrigeración, para asegurar que los tiempos de espera, las fluctuaciones de temperatura y otros factores no contribuyan a la descomposición o contaminación del alimento;

- b. Se deben establecer todos los procedimientos de control, físicos, químicos microbiológicos y organolépticos en los puntos críticos del proceso de fabricación, con el fin de prevenir o detectar cualquier contaminación, falla de saneamiento, incumplimiento de especificaciones o cualquier otro defecto de calidad del alimento, materiales de empaque o del producto terminado;
- c. Los alimentos que por su naturaleza permiten un rápido crecimiento de microorganismos indeseables, particularmente los de mayor riesgo en salud pública deben mantenerse en condiciones que se evite su proliferación. Para el cumplimiento de este requisito deberán adoptarse medidas efectivas como:
- Mantener los alimentos a temperaturas de refrigeración no mayores de 4°C (39°F).
 - Mantener el alimento en estado congelado.
 - Mantener el alimento caliente a temperaturas mayores de 60°C (140°F).
 - Tratamiento por calor para destruir los microorganismos mesófilos de los alimentos ácidos o acidificados, cuando éstos se van a mantener en recipientes sellados herméticamente a temperatura ambiente.
- a. Los métodos de esterilización, irradiación, pasteurización, congelación, refrigeración, control de pH, y de actividad acuosa (A_w), que se utilizan para destruir o evitar el crecimiento de microorganismos indeseables, deben ser suficientes bajo las condiciones de fabricación, procesamiento, manipulación, distribución y comercialización, para evitar la alteración y deterioro de los alimentos;
- b. Las operaciones de fabricación deben realizarse secuencial y continuamente, con el fin de que no se produzcan retrasos indebidos que permitan el crecimiento de microorganismos, contribuyan a otros tipos de deterioro o a la contaminación del alimento. Cuando se requiera esperar entre una etapa del proceso y la subsiguiente, el alimento debe mantenerse protegido y en el caso de alimentos susceptibles de rápido crecimiento microbiano y particularmente los de mayor riesgo en salud pública, durante el tiempo de espera, deberán emplearse temperaturas altas (>60°) o bajas (<4°C) según sea el caso;
- c. Los procedimientos mecánicos de manufactura tales como lavar, pelar, cortar, clasificar, desmenuzar, extraer, batir, secar etc., se Realizarán de manera que protejan los alimentos contra la contaminación;
- d. Cuando se los procesos de fabricación se requiera el uso de hielo en contacto con los alimentos, el mismo debe ser fabricado con agua potable y manipulado en condiciones de higiene;
- e. Se deben tomar medidas efectivas para proteger el alimento de la contaminación por metales u otros materiales extraños, instalando mallas, trampas, imanes, detectores de metal o cualquier otro método apropiado;
- f. Las áreas y equipos usados para la fabricación de alimentos para consumo humano no deben ser utilizados para elaboración de alimentos o productos para consumo animal o destinados a otros fines;
- g. No se permite el uso de utensilios de vidrio en las áreas de elaboración debido al riesgo de ruptura y contaminación del alimento;

- h. Los productos devueltos a la empresa por efectos de fabricación, que tengan incidencia sobre la inocuidad y calidad del alimento no podrán someterse a procesos de re empaque, reelaboración, corrección o re esterilización bajo ninguna justificación.

CAPÍTULO VII

Almacenamiento, distribución, transporte y comercialización

Artículo 30º.- Las operaciones y condiciones de almacenamiento, distribución, transporte y comercialización de alimentos deben evitar:

- a. La contaminación y alteración del alimento;
- b. La proliferación de microorganismos indeseables en el alimento; y
- c. El deterioro o daño del envase o embalaje.

Artículo 31º.-Almacenamiento. Las operaciones de almacenamientos deberán cumplir con las siguientes condiciones:

- a. Debe llevarse un control de primeras entradas y primeras salidas con el fin de garantizar la rotación de los productos. Es necesario que la empresa periódicamente dé salida a productos y materiales inútiles, obsoletos o fuera de especificaciones para facilitar la limpieza de las instalaciones y eliminar posibles focos de contaminación;
- b. El almacenamiento de productos que requieren refrigeración o congelación se realizará teniendo en cuenta las condiciones de temperatura, humedad y circulación del aire que requiera cada alimento. Estas instalaciones se mantendrá limpias y en buenas condiciones higiénicas, además se llevará a cabo un control de temperatura y humedad que asegure la conservación del producto;
- c. El almacenamiento de los insumos y productos terminados se realizará de manera que se minimice su deterioro y se eviten aquellas condiciones que puedan afectar la higiene, funcionalidad e integridad de los mismos. Además se deberán identificar claramente para conocer su procedencia, calidad y tiempo de vida;
- d. El almacenamiento de los insumos o productos terminados se realizarán ordenadamente en pilas o estibas con separación mínima de 60 centímetros con respecto a las paredes perimetrales, y disponerse sobre paletas o tarimas elevadas del piso por lo menos 15 centímetros de manera que se permita la inspección, limpieza y fumigación, si es el caso. No se deben utilizar estibas sucias deterioradas;
- e. En los sitios o lugares destinados al almacenamiento de materias primas, envases y productos terminados no podrán realizarse actividades diferentes a estas;
- f. El almacenamiento de los alimentos devueltos a la empresa por fecha de vencimiento caducidad deberá realizarse en un área o depósito exclusivo para tal fin; este depósito deberá identificarse claramente, se llevará un libro de registro en el cual consigne la fecha y la cantidad de producto devuelto, las salidas parciales y su destino final. Estos registros estarán a disposición de la autoridad sanitaria competente;
- g. Los plaguicidas, detergentes, desinfectantes y otras sustancias peligrosas que por necesidades de uso se encuentren dentro de la fábrica, deben etiquetarse adecuadamente con un rótulo en que se informe sobre su toxicidad y empleo. Estos productos deben almacenarse en áreas o estantes especialmente destinados para este fin y su manipulación sólo podrá hacerla el personal idóneo, evitando la contaminación de otros productos.

Artículo 32º.- Los establecimientos dedicados al depósito de alimentos cumplirán con las condiciones estipuladas para el almacenamiento de alimentos, señaladas en el presente capítulo.

Artículo 33º.-Transporte. El transporte de alimentos deberá cumplir con las siguientes condiciones:

- a. Se realizará en condiciones tales que excluyan la contaminación y/o la proliferación de microorganismos y protejan contra la alteración del alimento o los daños del envase;
- b. Los alimentos y materias primas que por su naturaleza requieran mantenerse refrigerados o congelados deben ser transportados y distribuidos bajo condiciones que aseguren y garanticen el mantenimiento de las condiciones de refrigeración o congelación hasta su destino final;
- c. Los vehículos que posean sistema de refrigeración o congelación, deben ser sometidos a revisión periódica, con el fin de que su funcionamiento garantice las temperaturas requeridas para la buena conservación de los alimentos y contarán con indicadores y sistemas de registro de estas temperaturas;
- d. La empresa está en la obligación de revisar los vehículos antes de cargar los alimentos, con el fin de asegurar que se encuentren en buenas condiciones sanitarias;
- e. Los vehículos deben ser adecuados para el fin perseguido y fabricados con materiales tales que permitan una limpieza fácil y completa. Igualmente se mantendrán limpios y, en caso necesario se someterán a procesos de desinfección;
- f. Se prohíbe disponer los alimentos directamente sobre el piso de los vehículos. Para este fin se utilizarán los recipientes, canastillas, o implementos de material adecuado, de manera que aislen el producto de toda posibilidad de contaminación y que permanezcan en condiciones higiénicas;
- g. Se prohíbe transportar conjuntamente en un mismo vehículo alimentos y materia primas con sustancias peligrosas y otras que por su naturaleza represente riesgo de contaminación del alimento o la materia prima;
- h. Los vehículos transportadores de alimentos deberán llevar en su exterior en forma claramente visible la leyenda: Transporte de Alimentos;
- i. El transporte de alimentos o materias primas en cualquier medio terrestre, aéreo, marítimo o fluvial dentro del territorio nacional no requiere de certificados, permisos o documentos similares expedidos por parte de las autoridades sanitarias.

Artículo 34º.-Distribución y Comercialización. Durante las actividades de distribución y comercialización de alimentos y materias primas deberá garantizarse el mantenimiento de las condiciones sanitarias de estos. Toda persona natural o jurídica que se dedique a la distribución o comercialización de alimentos y materiales primas será responsable solidario con los fabricantes en el mantenimiento de las condiciones sanitarias de los mismos.

Parágrafo 1º.- Los alimentos que requieran refrigeración durante su distribución, deberán mantenerse a temperaturas que aseguren su adecuada conservación hasta el destino final.

Parágrafo 2º.- Cuando se trate de alimentos que requieren congelación estos deben conservarse a temperaturas tales que eviten su descongelación.

Artículo 35º.-Expendio de Alimentos. El expendio de alimentos deberá cumplir con las siguientes condiciones:

- a. El expendio de los alimentos deberá realizarse en condiciones que garanticen la conservación y protección de los mismos;
- b. Los establecimientos que se dediquen al expendio de los alimentos deberá contar con los estantes adecuados para la exhibición de los productos;
- c. Deberán disponer de los equipos necesarios para la conservación, como neveras y congeladores adecuados para aquellos alimentos que requieran condiciones especiales de refrigeración y/o congelación;
- d. El propietario o representante legal del establecimiento será el responsable solidario con el fabricante y distribuidor del mantenimiento de las condiciones sanitarias de los productos alimenticios que se expendan en ese lugar;

Cuando en un expendio de alimentos se realicen actividades de almacenamiento, preparación y consumo de alimentos, las áreas respectivas deberán cumplir con las condiciones señaladas para estos fines en el presente Decreto.

TÍTULO III

VIGILANCIA Y CONTROL

CAPÍTULO IX

Registro sanitario

Artículo 41º.-Obligatoriedad del Registro Sanitario. Todo alimento que se expendia directamente al consumidor bajo marca de fábrica y con nombres determinados, deberá obtener registro sanitario expedido conforme a lo establecido en el presente Decreto.

Se exceptúan del cumplimiento de este requisito los alimentos siguientes:

- a. Los alimentos naturales que no sean sometidos a ningún proceso de transformación, tales como granos, frutas, hortalizas, verduras frescas, miel de abejas, y los otros productos apícolas;
- b. Los alimentos de origen animal crudos refrigerados o congelados que no hayan sido sometidos a ningún proceso de transformación;
- c. [Modificado por el art. 1, Decreto Nacional 4764 de 2005](#). Los alimentos y materias primas producidos en el país o importados, para utilización exclusiva por la industria y el sector gastronómico en la elaboración de alimentos y preparación de comidas.

Artículo 42º.-Competencia para Expedir Registro Sanitario. El Instituto Nacional de vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima, expedirá los registros sanitarios para los alimentos.

Parágrafo.- El Invima podrá delegar en algunas entidades territoriales, la expedición de los registros sanitarios, conforme al resultado de la demostración que hagan los entes territoriales de salud, sobre la correspondiente capacidad técnica y humana con que cuenten para el ejercicio de la delegación.

Artículo 43º.-Presunción de la Buena Fe. El registro sanitario se concederá con base en la presunción de la buena fe del interesado conforme al mandato constitucional.

Artículo 44º.-Vigencia del Registro Sanitario. El registro sanitario tendrá una vigencia de diez años, contados a partir de la fecha de su expedición y podrá renovarse por períodos iguales en los términos establecidos en el presente Decreto.

Artículo 45º.-Solicitud del Registro Sanitario. Para la obtención del registro sanitario el interesado deberá presentar los documentos que se señalan para cada caso:

A. Alimentos importados.

1. formulario de solicitud de Registro Sanitario en el cual se consignará la siguiente información:
 1. Nombre o razón social de la persona natural o jurídica a cuyo nombre se solicita el registro sanitario y su domicilio.
 2. Nombre o razón social y ubicación del fabricante.
 3. Nombre y marca (s) del producto.
 4. Descripción del producto.
2. Certificado de existencia y representación legal del interesado, cuando se trate de persona jurídica o matrícula mercantil cuando se trate de persona natural.
3. Certificado expedido por la autoridad sanitaria del país exportador, en el cual conste que el producto está autorizado para el consumo y es de venta libre en ese país.
4. Constancia de que le producto proviene de un fabricante o distribuidor autorizado, salvo cuando el titular del registro sea el mismo fabricante.
5. Recibo de pago por derechos de registro sanitario establecidos en la ley.¹⁶

10.1 Constitución Empresa y Aspectos Legales

Se ha decidido que la empresa será razón social S.A.S. debido a los beneficios otorgados por el gobierno como disminución de los costos y beneficios tributarios entre otros que permiten mejorar la competitividad, entre sus ventajas encontramos en esta investigación diferentes opiniones positivas al respecto como por ejemplo:

“con esta clase de sociedad no se necesita revisor fiscal y es evidente la disminución de trámites. Esto facilita, dijo, la creación de empresas, de cara a suplir la demanda internacional que con seguridad se abrirá para los bienes y servicios de colombianos, gracias a la negociación de tratados de libre comercio.

Las SAS, son un vehículo jurídico para la realización de cualquier actividad empresarial que puede ser utilizada por las micro, pequeñas y medianas, así como por las grandes. Esta iniciativa legal, que es respaldada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, brinda a los empresarios las ventajas de las sociedades anónimas y en algunos aspectos las mejora.

¹⁶ Tomado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3337>

Los avances que hoy se observan con el aumento de empresas que se han creado como SAS, de acuerdo con lo manifestado por el titular de la cartera de Comercio, van en línea con lo que se viene haciendo para avanzar en el programa de Transformación Productiva, y con el plan del Gobierno Nacional de diversificar los mercados para la oferta exportable del país.

Uno de los aspectos que más llama la atención del referido tipo societario es que se limita la responsabilidad de los empresarios. Por ejemplo, explicó el alto funcionario, si a una empresa que se ha constituido bajo este marco legal le va mal, los acreedores no pueden afectar el patrimonio personal y familiar de la persona que ha conformado ese esquema societario.

Los empresarios pueden beneficiarse de la limitación de la responsabilidad sin tener que acudir a la estructura de la sociedad anónima. La SAS no obliga al empresario a crear instancias como la junta directiva, o cumplir con ciertos requisitos, como la pluralidad de socios. “Con este esquema, dijo, la limitación de responsabilidad es muy importante porque se reducen los riesgos al empresario para avanzar hacia el desarrollo del emprendimiento”.

Se trata de un tipo de sociedad flexible y menos costosa para facilitar la realización de negocios y también para garantizar el crecimiento, toda vez que hace más fácil el camino para recibir el apoyo de fondos de capital de riesgo y capital semilla, tan importantes en la fase de emprendimiento, según el ministro Plata.

10.1.1 Ventajas

La Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) es una sociedad de capitales constituida por una o varias personas naturales o jurídicas que, luego de la inscripción en el registro mercantil, se constituye en una persona jurídica distinta de su accionista o sus accionistas, y en cual los socios sólo serán responsables hasta el monto de sus aportes.

La SAS da la posibilidad a los empresarios de escoger las normas societarias que más convenga a sus intereses, lo que reafirma que se trata de una regulación flexible que se puede ajustar a los requerimientos de los empresarios, insistió Plata.

Otra de las ventajas que ofrece la referida sociedad es que el pago de los aportes puede diferirse hasta por un plazo máximo de dos años y no se exige una cuota o porcentaje mínimo inicial. Esto facilita su constitución.

En cuanto a las limitaciones de las SAS, el ministro Plata precisó que estas no pueden ser utilizadas para los negocios donde la ley exige determinado tipo societario, como es el caso de las actividades financiera.” (dinero, 2009)

Las disposiciones generales para su constitución se muestran a continuación y se puede evidenciar que su trámite es sencillo y no toma mucho tiempo así como cualquier tipo de empresa puede obtenerlo.

10.2 Constitución y Prueba de la Sociedad

La Ley 1258 de 2008 de Sociedades por Acciones Simplificadas SAS, introduce un tipo social híbrido, con autonomía, tipicidad definida y con una regulación vinculada al régimen general de las sociedades.

Este nuevo tipo de sociedad brinda las ventajas de las sociedades anónimas y les permite diseñar mecanismos de direccionamiento de sus empresas de acuerdo a las necesidades.

10.3 Disposiciones Generales

Constitución.- La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

Personalidad jurídica.- La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Naturaleza.- La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Imposibilidad de negociar valores en el mercado público.- Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.

10.4 Constitución y Prueba de la Sociedad

Contenido del documento de constitución.- La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se apresará cuando menos lo siguiente:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas;
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada/; o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezca en el mismo acto de constitución;
- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse;
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.

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

Control al acto constitutivo y a sus reformas. – Las Cámaras de Comercio verificarán la conformidad de las estipulaciones del acto constitutivo, de los actos de nombramiento y de cada una de sus reformas con lo previsto en la ley. Por lo tanto, se abstendrán de inscribir el documento mediante el cual se constituya, se haga un nombramiento o se reformen los estatutos de la sociedad, cuando se omita alguno de los requisitos previstos en el artículo anterior o en la ley.

Efectuado en debida forma el registro de la escritura pública o privada de constitución, no podrá impugnarse el contrato o acto unilateral sino por la falta de elementos esenciales o por el incumplimiento de los requisitos de fondo, de acuerdo con los artículos 98 y 104 del Código de Comercio.

Sociedad de hecho.- Mientras no se efectúe la inscripción del documento privado o público de constitución en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, se entenderá para Todos los efectos legales que la sociedad es de hecho si fueren varios los Asociados. Si se tratare de una sola persona, responderá personalmente por Las obligaciones que contraiga en desarrollo de la empresa.

Prueba de existencia de la sociedad.- La existencia de la sociedad por acciones simplificada y las cláusulas estatutarias se probarán con certificación de la Cámara de Comercio, en donde conste no estar disuelta y liquidada la sociedad.

Fuente: Ley 1258 de 2008 “ (SENA, 2012)

Teniendo en cuenta esta normativa, la gerencia de esta empresa se compromete a seguir paso a paso los capítulos y parágrafos de este documento para así brindar un servicio adecuado y con todas las recomendaciones técnicas, higiénicas y de salubridad que involucren a los operarios, infraestructura y empaque de la empresa.

11. Estudio Organizacional, Constitución y Aspectos Legales

11.1 Estructura Organizacional

Misión

Importar papa a la francesa pre cocida refrigerada desde los Estados Unidos, y comercializar este producto y demás artículos refrigerados a los diferentes establecimientos de comidas rápidas y restaurantes en la ciudad de Puente Aranda, Bogotá, prestando el mejor servicio a sus clientes, además de cumplir con todas las normas sanitarias, con la ayuda de tecnología y procedimientos que se encuentren a la vanguardia de este mercado.

Visión

La visión desea ampliar con el tiempo el mercado de productos refrigerados a un sector más amplio y de mayor generación de ingresos, como las cafeterías universitarias y colegios, además de expandir nuestro negocio a distintas localidades, para alcanzar el reconocimiento y experiencia necesaria que se requieren para introducir nuestros productos en los distintos departamentos del país.

11.2 Descripción de Cargos

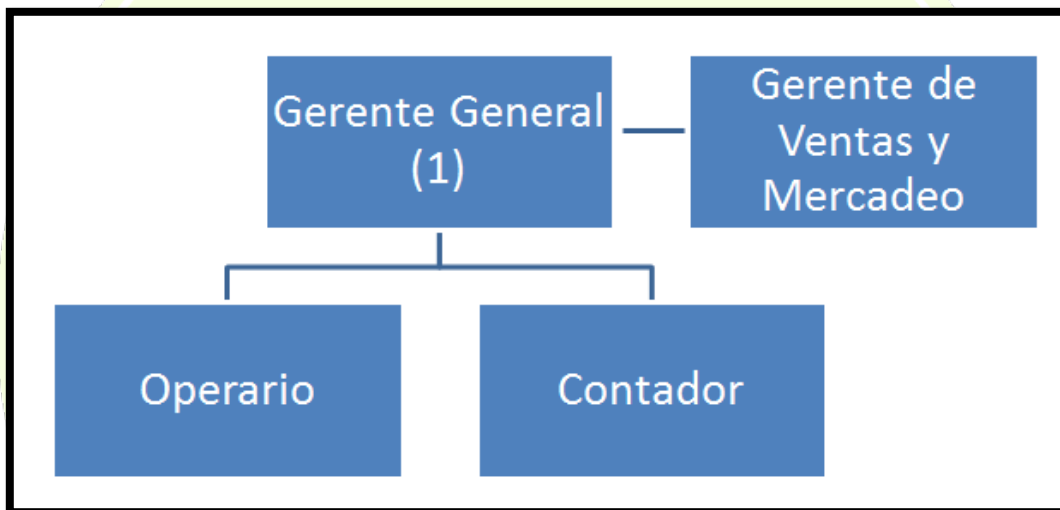
Nombre del Cargo	Cantidad	Funciones
Gerente General	1	Será el encargado de tomar las decisiones que lleven el rumbo de la empresa. Será el representante legal ante todas las entidades del gobierno. Responsable de las actividades de la línea de operación y logística de la compañía
Gerente de Ventas y Mercadeo	1	Sera el encargado de la coordinación con el cliente, desarrollo de las estrategias de promoción y ventas. Genera estrategias de mercadeo, compra de materia prima e importación del producto Es el encargado de llevar al día todos los registros contables de la empresa, para sí evitar cualquier sanción en caso de haber una auditoría fiscal.
Contador	1	Debe informar a su superior cualquier tipo de irregularidad en los balances generales o cualquier otro tipo de documento financiero. No será un trabajador de planta sus funciones serán realizadas de manera esporádica.
Operario	1	Es el encargado de bajar la mercancía cuando

esta llegue a la bodega.
Debe llevar los pedidos de cantidad pequeña en la bicicleta.
Debe desempacar y empacar las bolsas de papa a la francesa refrigerada en cada uno de los empaques dispuestos para este proceso.

Para ver la organización de la empresa de manera jerarquizada, VER ANEXO ORGANIGRAMA

11.3 Organigrama

A continuación se presenta la estructura organizacional de la compañía que tendrá al finalizar el año de operación.



comida saludable, siempre.

11.4 Constitución de la Empresa y Aspectos Legales

Se pretende constituir esta empresa bajo la razón social **Sociedad por Acciones Simplificada**, las ventajas tributarias, costos bajos y demás factores que permiten la mejora de la competitividad de cualquier empresa, mejor aún si es emergente y está teniendo sus primeras experiencias como empresario tiene ventajas diferenciadoras como:

- Da la oportunidad a los empresarios de sostener una regulación flexible según sus requerimientos, frente a tener las normas societarias que mejor se adapten a sus necesidades como gestor de empresa.
- Se pueden diferir a un plazo de hasta dos años el pago de los aportes, sin incurrir en alguna cuota o cuota inicial.
- La razón S.A.S, permite que los socios sean responsables del monto de sus aportes, que pueden ser de tipo natural o jurídico, finalmente al constituirse se constituye en un persona jurídica distinta a sus accionistas.

11.4.1 Disposiciones Generales

“Constitución.- La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

Personalidad jurídica.- La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Naturaleza.- La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Imposibilidad de negociar valores en el mercado público.- Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.

Constitución y Prueba de la Sociedad

Contenido del documento de constitución.- La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:

Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas;

Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada/; o de las letras S.A.S.

El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución;

El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.

Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse;

La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.

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

Control al acto constitutivo y a sus reformas. – Las Cámaras de Comercio verificarán la conformidad de las estipulaciones del acto constitutivo, de los actos de nombramiento y de cada una de sus reformas con lo previsto en la ley. Por lo tanto, se abstendrán de inscribir el documento mediante el cual se constituya, se haga un nombramiento o se reformen los estatutos de la sociedad, cuando se omita alguno de los requisitos previstos en el artículo anterior o en la ley.

Efectuado en debida forma el registro de la escritura pública o privada de constitución, no podrá impugnarse el contrato o acto unilateral sino por la falta de elementos esenciales o por el incumplimiento de los requisitos de fondo, de acuerdo con los artículos 98 y 104 del Código de Comercio.

Prueba de existencia de la sociedad.- La existencia de la sociedad por acciones simplificada y las cláusulas estatutarias se probarán con certificación de la Cámara de Comercio, en donde conste no estar disuelta y liquidada la sociedad.”¹⁷

11.4.2 Formalización de Empresa Importadora

“1.Registro como importador ante la Cámara de Comercio: El Gobierno Nacional ha expedido el Decreto 2788 del 31 de agosto de 2004 de Min hacienda, por el cual se reglamenta el Registro Único Tributario (RUT), el cual se constituye como el nuevo y único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN. Para adelantar actividades de importación, se debe tramitar el registro especificando esta actividad (casilla 54 y 55).

2. Solicitud del RUT: Si su actividad es el comercio de bienes debe estar inscrito en la Cámara de Comercio y solicitar el Registro Único Tributario (RUT), en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN, para solicitar el Número de Identificación Tributaria NIT, en Bogotá en la Calle 75 # 15-43 (Personas Naturales) o en la Carrera 6 # 15-32 (Personas Jurídicas).

3. Trámite ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo:*(en caso de requerirse registro de importación)*

Conforme a lo dispuesto en el Artículo 2º del Decreto 3803 de 2006, “El registro de importación ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo será obligatorio exclusivamente para las importaciones de bienes de libre importación que requieran requisito, permiso o autorización.”

Este procedimiento se hace únicamente por medio electrónico a través de la página web: www.vuce.gov.co

4. Para Importación de Bienes cuyo valor sea Mayor a USD 1000:

¹⁷ Fuente: Ley 1258 de 2008 (SENA)

A) Se debe adquirir Certificado o Firma Digital ante www.certicamara.com y/o www.gse.com.co, luego entrar a www.vuce.gov.co por el link: Registro de Usuarios y obtener su usuario y contraseña.

El registro de usuarios ante la VUCE se debe hacer conforme lo dispuesto en la Circular N°. 018 del 7 de Junio de 2011.

B) Ingresar a www.vuce.gov.co por el link: Ayuda / Importaciones y allí descargar los programas y manuales de uso.

C) Diligenciar el Registro de Importación en línea en www.vuce.gov.co, ingresando por el módulo de Importaciones, se debe realizar el correspondiente pago vía electrónica. El valor del Registro de Importación por cada 1800 caracteres es de \$30.000.

NOTA: El Importador que utilice Agencia de Aduanas o Apoderado Especial para diligenciar el registro de importación, deberá otorgar poder autenticado ante notario público y enviárselo a esta empresa o persona para que lo registre ante la VUCE, conforme a lo dispuesto en la Circular 018 de 2011 y de esa forma el sistema lo habilita, para tramitar los registros de importación, sus modificaciones y cancelaciones.

Para aquellas empresas o personas que tengan firma digital y quieran llevar base de datos de los registros realizados, pueden adquirir el aplicativo VUCE en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo que facilitará la transferencia de datos, por el valor fijado en la Circular Externa 001 de 2012 y las que las que se publiquen y modifiquen al principio de cada año, mediante la cual se actualizan los valores respecto a salarios mínimos mensuales legales vigentes.

5. Procedimiento Cambiario en las Importaciones: El Régimen Cambiario establece la obligación de canalizar el pago a través de los intermediarios del mercado cambiario autorizados por la ley (bancos comerciales, corporaciones financieras, etc.). El importador debe girar al exterior las divisas correspondientes al pago de la importación, previo el diligenciamiento del formulario DECLARACIÓN DE CAMBIO No.1

6. Otros Trámites:

Verifique los términos de negociación internacional (INCOTERMS) y si le corresponde pagar el valor del transporte internacional, contrate la empresa transportadora con la que se definirán dichos costos para el traslado de la mercancía hasta el puerto colombiano que más convenga y a la cual se podrá dar indicación sobre el Depósito de Aduanas, en el que se desea que se almacene la mercancía mientras se nacionaliza.

7. Proceso de Nacionalización: Una vez se encuentre la mercancía en Colombia en el Depósito Aduanero, se recomienda solicitar autorización para realizar una pre-inspección con anterioridad a la presentación de la Declaración de Importación y demás documentos, esto cuando surjan dudas acerca de la descripción, números de serie o identificación o cantidad.

Si el valor de la Importación es igual o superior a USD5.000, se debe diligenciar la DECLARACIÓN ANDINA DEL VALOR EN ADUANA. Este es un documento soporte de la Declaración de Importación,

el cual determina el valor en Aduanas (Base para el pago de los Tributos Aduaneros) de las mercancías objeto de Importación y especifica los gastos causados en dicha operación.

La liquidación de tributos Aduaneros (Gravamen Arancelario e IVA), se hace a través de la DECLARACIÓN DE IMPORTACIÓN, el pago de estos impuestos se realiza ante los intermediarios financieros, en las aduanas en donde opera el Sistema Informático Siglo XXI, los formularios se hacen por medio electrónico.

Según el Estatuto Aduanero (Decreto 2685/99) podrán actuar directamente ante la DIAN:

- Las personas Jurídicas que realicen importaciones que individualmente no superen el valor FOB de mil dólares americanos (USD1.000), quienes actuarán de manera personal y directa a través de su representante legal o apoderado.
- Las personas naturales que realicen importaciones que individualmente no superen el valor FOB de mil dólares americanos (USD1.000), quienes deberán actuar de manera personal y directa.
- Los viajeros en los despachos de sus equipajes.

NOTA: Cuando se trate de importaciones cuyos montos sean superiores a mil dólares americanos (USD1.000), se debe contratar los servicios de una AGENCIA DE ADUANAS, para que realice este proceso.

Para el levante o retiro de la mercancía, una vez cancelados los tributos aduaneros, debe dirigirse al Depósito Habilitado de Aduanas donde se encuentre la mercancía y presentar los siguientes documentos, los cuales serán revisados por un funcionario de la Aduana respectiva, y que deberán conservarse por un término de cinco años como mínimo:

- | | |
|---|---|
| I. Factura comercial | II. Lista de Empaque |
| III. Registro o Licencia de Importación, si se requiere. | IV. Certificado de Origen (Según el producto y el origen) |
| V. Declaración de Importación. | VI. Documento de Transporte (Guía Aérea – Conocimiento de Embarque) |
| VII. Declaración Andina del Valor en Aduana, Si se requiere | VIII. Otros certificados o vistos buenos, si se requieren. |

El sistema informático aduanero determina si podrá efectuarse levante automático o si se requiere inspección física de la mercancía. En el primer caso, podrá retirar la mercancía una vez sea autorizado por el Depósito o Funcionario Aduanero, en el segundo caso el inspector de la DIAN

verificará la concordancia de lo declarado en los documentos con la mercancía para la cual se solicita autorización de levante.”¹⁸

12. Aspectos Legales

En Colombia la producción y/o manipulación de alimentos está reglamentada por normas permiten garantizar la calidad, el estado y sobre todo la higiene en la manipulación de alimentos, así como su almacenamiento y posterior transporte.

Al estar dedicada esta empresa a la importación, almacenamiento y posterior comercialización se deben de tener en cuenta las siguientes normativas:

- DECRETO 4444 DE 2005 MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL Por el cual se reglamenta el régimen de permiso sanitario para la fabricación y venta de alimentos elaborados por microempresarios.
- RESOLUCIÓN 2652 DE 2004 MINISTERIO DE PROTECCIÓN SOCIAL Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano.
- DECRETO 3075 DE 1997 DEL MINISTERIO DE SALUD Regula las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional
- RESOLUCIÓN 14712 DE 1984 DE MINISTERIO DE SALUD Se reglamenta lo relacionado con producción, procesamiento, transporte, almacenamiento y comercialización de vegetales como frutas y hortalizas elaboradas
- RESOLUCIÓN 17855 DE 1984 MINISTERIO DE SALUD Recomendaciones diarias de consumo de calorías y nutrientes.
- DECRETO 612 DE 2000 MINISTERIO DE SALUD Reglamenta la expedición de registros sanitarios automáticos para alimentos, cosméticos y productos varios
- DECRETO 1258 DE 2008: por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada

13. Costos Administrativos

Se le llama así a los costos que son necesarios para la gestión de un negocio, en la estructura de los costos generales para una empresa, se encuentran las siguientes cuentas que conforman los costos administrativos:

18

Tomadode:<https://www.mincomercio.gov.co/mincomercioexterior/publicaciones.php?id=16268&dPrint=1>

TABLA 19 Proyección de Costos Administrativos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubro	Valor				
Cargos por servicios Bancarios	\$1.500.000,00	\$1.557.000,00	\$1.611.495,00	\$1.679.177,79	\$1.721.157,23
Pagos por arrendamientos	\$18.000.000,00	\$18.900.000,00	\$19.845.000,00	\$20.837.250,00	\$21.879.112,50
Publicidad	\$60.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Reparaciones y mantenimiento	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Salarios y parafiscales	\$36.720.000,00	\$38.115.360,00	\$39.449.397,60	\$41.106.272,30	\$42.133.929,11
Seguros	\$600.000,00	\$622.800,00	\$644.598,00	\$671.671,12	\$688.462,89
Servicios Públicos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Suministro de Oficina	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Suscripciones y Afiliaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Teléfono,Internet,Correo	\$660.000,00	\$693.000,00	\$727.650,00	\$764.032,50	\$802.234,13
Inflación		3,80%	3,50%	4,20%	2,50%
Total	\$49.440.000,00	\$51.256.440,00	\$53.050.415,40	\$55.278.532,85	\$56.660.496,17

En este cuadro de proyecciones se puede observar que en el rubro publicidad, solamente, aparece en términos del año 0 esto es debido a la estrategia de promoción que deseamos implementar, es de repartir la mayor cantidad de tarjetas de presentación posibles durante este periodo de tiempo, para que así se dé a conocer la empresa, mediante los clientes y la marca de la empresa se planea llegar al mercado potencial a través del voz a voz y del posicionamiento de marca en el sector.

Se puede observar que los costos y su incremento van de la mano de la inflación, un punto clave para la reducción de los costos de la empresa es en un futuro adquirir una bodega para almacenar y administrar la papa a la francesa refrigerada o hacer la compra de un cuarto frio, con capacidad máxima de 5 o 6 toneladas y alquilar un local más barato, que tenga las especificaciones necesarias contenidas en las normativas anteriormente escritas.

13.1 Costos de Importación

La Incoterm elegida es CIF, esta delega todos los costos de embarque y seguros al proveedor, el importador empieza a percibir gastos cuando la mercancía se encuentra en la zona aduanera del país, estos se discriminan así:

TABLA 20 Costos de Importación

GASTO	VALOR
DESCARGA DEL BARCO	\$400000
PAGO POR EL ESPACIO OCUPADO EN BODEGA (POR DÍA)	\$350000
PAGO TRIBUTARIO (16% DEL VALOR DE LA IMPORTACIÓN)	\$960000
COSTO DEL PRODUCTO	\$6000000
COSTO DEL FLETE CARTAGENA-BOGOTÁ	\$850000
COSTO TOTAL	\$7710000

14. Análisis Financiero

14.1 Posible Financiamiento de Entidades Gubernamentales

Esta empresa importadora de papa a la francesa refrigerada tiene como objetivo a corto plazo, alcanzar la financiación de los entes gubernamentales que hacen inversión en proyectos rentables, y estables, desde todas las áreas que este plan de negocios permite medir.

Existen distintos evaluadores para el financiamiento de proyectos de personas emprendedoras en este país, en un primer filtro de hace una evaluación de un asesor del Sena, el evalúa todos los alcances, metas, ventajas y distintas falencias en las que puede incurrir el proyecto, todo esto con la intención de potenciar la idea y dar bases financieras y publicitarias, para que el proyecto tenga los mejores réditos utilitarios, sociales y académicos.

El Sena es el encargado de mejorar y aprobar en primera instancia el proyecto, FONADE, realmente es la entidad que hace el desembolso de la cantidad deseada, basándose en indicadores económicos que demuestren que su dinero está siendo invertido de la manera adecuada.

Cuando el proyecto es aprobado, el préstamo no se realiza en efectivo, solamente se ve reflejado en distintas inversiones vitales para la empresa, como los costos de salarios, arrendamientos o la inversión inicial que normalmente es la que más dificultades económicas trae al emprendedor.

Este proyecto todavía no ha sido evaluado por ningún ente financiero, debido a que se está esperando en un principio la evaluación académica a cargo de los jueces del proyecto de grado, se aspira a presentar este proyecto en el segundo semestre del 2013, para que sea debidamente aprobado a finales de este mismo año.

14.2 Estado de Resultados

Esta herramienta financiera permite evaluar y calcular la utilidad de un proyecto en un periodo de tiempo determinado. Para la aplicación de esta herramienta se tiene en cuenta los ingresos y gastos contables discriminados anteriormente.

Gráfica 6. Estado de Resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	267.493.000	294.919.170	325.140.345	358.460.494	395.212.642
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	189.128.809	208.509.177	229.872.317	253.424.165	279.387.494
Depreciación	3.200.000	5.600.000	5.600.000	5.600.000	5.600.000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
Utilidad Bruta	75.164.191	80.809.993	89.668.028	99.436.329	110.225.148
Gasto de Ventas	1.000.000	1.050.000	1.102.500	1.157.625	1.215.506
Gastos de Administración	57.540.285	76.854.708	80.697.443	84.732.316	88.968.931
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	16.623.906	2.905.285	7.868.085	13.546.388	20.040.711
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	16.623.906	2.905.285	7.868.085	13.546.388	20.040.711
Impuestos (35%)	5.818.889	998.744	2.596.468	4.470.308	6.613.435
Utilidad Neta Final	11.138.017	1.946.541	5.271.617	9.076.080	13.427.276

Fuente, Autores del Documento.

Para el cálculo de este estado de resultados se tuvo en cuenta la siguiente normativa:

Toda empresa pequeña, menos de 50 trabajadores y con activos inferiores a 5000 SMMLV, que hayan sido constituidas después del 29 de Diciembre de 2010, tienen los siguientes beneficios:

- Un impuesto de renta de 0% para los dos primeros años, en el tercer año un 25%, 50% para el cuarto, 75% para el quinto año y un 100% a partir del sexto año.
- La retención en la fuente no afecta a este tipo de empresas durante los 5 primeros años.

Como se puede observar la empresa contará con una utilidad neta de \$11.138.017 de acuerdo con las proyecciones de ventas reales que tiene la compañía en este momento. La baja de las utilidades en para el año 2 se debe a que los costos administrativos se deben de pagar a lo largo

de todo el año a diferencia del primer año que las contrataciones se realizan a lo largo de este periodo de tiempo. De acuerdo con la planificación para los siguientes años se realizan suponiendo un leve incremento del 5% anual y los costos administrativos también un 5%.

14.3 Flujo de Caja

Grafica 7. Flujo de Caja



	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		16.623.906	2.905.285	7.868.085	13.546.388	20.040.711
Depreciaciones		3.200.000	5.600.000	5.600.000	5.600.000	5.600.000
Amortización Gastos		0	0	0	0	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-5.485.889	-958.744	-2.596.468	-4.470.308
Neto Flujo de Caja Operativo		19.823.906	3.019.396	12.509.340	16.549.920	21.170.403
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas e insumos		1	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso		1	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		1	0	0	0	0
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	3	0	0	0	0
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-8.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	-12.000.000	0	-12.000.000	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-20.000.000	0	-12.000.000	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-20.000.000	3	-12.000.000	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	0	0	0	0	0	0
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Intereses Pagados	0	0	0	0	0	0
Dividendos Pagados	0	0	0	0	0	0
Capital	28.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	28.000.000	0	0	0	0	0
Neto Periodo	8.000.000	19.823.909	-8.980.604	12.509.340	16.549.920	21.170.403
Saldo anterior		7.999.997	27.823.906	18.843.302	31.352.643	47.902.563
Saldo siguiente	8.000.000	27.823.906	18.843.302	31.352.643	47.902.563	69.072.966

Fuente, Autores del Documento.

14.4 Balance General

Grafica 8. Balance General

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BALANCE GENERAL						
Activo						
Efectivo	7.999.997	27.823.906	18.843.302	31.352.643	47.902.563	69.072.966
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provision Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	1	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	1	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	1	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	0	0	0	0	0	0
Total Activo Corriente:	8.000.000	27.823.906	18.843.302	31.352.643	47.902.563	69.072.966
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operacion	8.000.000	7.200.000	6.400.000	5.600.000	4.800.000	4.000.000
Muebles y Enseres	0	0	0	0	0	0
Equipo de Transporte	12.000.000	9.600.000	16.800.000	12.000.000	7.200.000	2.400.000
Equipo de Oficina	0	0	0	0	0	0
Semoventes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	20.000.000	16.800.000	23.200.000	17.600.000	12.000.000	6.400.000
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	28.000.000	44.623.906	42.043.302	48.952.643	59.902.563	75.472.966
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	5.485.889	958.744	2.596.468	4.470.308	6.613.435
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
Obligacion Fondo Emprender (Contingente)	0	0	0	0	0	0
PASIVO	0	5.485.889	958.744	2.596.468	4.470.308	6.613.435
Patrimonio						
Capital Social	28.000.000	28.000.000	28.000.000	28.000.000	28.000.000	28.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	1.113.802	1.308.456	1.835.617	2.743.226
Utilidades Retenidas	0	0	10.024.215	11.776.702	16.520.557	24.689.030
Utilidades del Ejercicio	0	11.138.017	1.946.541	5.271.617	9.076.080	13.427.276
Revalorizacion patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	28.000.000	39.138.017	41.084.558	46.356.175	55.432.255	68.859.531
PASIVO + PATRIMONIO	28.000.000	44.623.906	42.043.302	48.952.643	59.902.563	75.472.966

Fuente, Autores del Documento.

En este ejercicio se ve que existe un incremento en la utilidad, mientras que los pasivos van aumentando de manera que se ven en la proyección final una reducción de pasivos y una utilidad que va creciendo, lo que indica dependencia del producto y su solidez financiera a corto plazo. La inversión de los socios se amortiza durante los primeros 5 años de operación del proyecto.

Se puede observar que durante este escenario planteado hay un aumento progresivo del patrimonio originado por el incremento de las ventas manteniendo

14.5 Análisis Financiero para el inversionista y las fuentes de financiación

Para el análisis de este plan de negocios se tomaron los índices más significativos en un análisis financiero:

TABLA 19 Resumen Financiero para Inversores

Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	18%
Tasa Interna de Retorno	28,49%
Valor Actual Neto	\$7.753,807
Periodo de la Recuperación de la Inversión	2,29

Como se puede ver la tasa de retorno a supera notablemente las expectativas del emprendedor, al haber una diferencia del 10,89%, esto quiere decir que este resultado es la utilidad que ganara de más el inversor, se puede observar también el periodo de recuperación de la inversión tan bajo que se ha obtenido, esto quiere decir que el proyecto tiene un alto índice de independencia, y sus utilidades van a poder cubrir de manera significativa, las deudas con las que inicialmente empezaría el proyecto.

15. Impacto Social

- Mediante la presentación de este plan de negocios, se quiere cambiar la mentalidad del profesional Javeriano, en mi concepto somos pocos los privilegiados de contar con el nivel de educación superior, nuestro deber como estudiantes Jesuitas y colombianos, es crear empleo para nuestros similares que no han tenido la misma suerte nuestra, favorecerlos con empleo, si explotar ni aprovecharse de sus necesidades sino con la intención de ayudar, como empleado, como ser humano y como colombiano.
- Se desea mejorar el nivel de vida del colombiano promedio, que consume comidas rápidas normalmente por la escasez de tiempo generada por la actitud capitalista de esta actualidad, el consumo de comida chatarra, genera un incremento de colesterol en las vías circulatorias del cuerpo, provocando así muertes repentinas y con un factor en común, la mala calidad de alimentos pre cocidos y refrigerados que se comercializan hoy en día, nuestra finalidad social es mejorar la vida del colombiano, ofreciendo una papa que consume menos aceite y tiene menor concentración de trans-grasas, mejorando así la salud el estado físico y mental del consumidor.
- Ofrecer a los propietarios de establecimientos dedicados a la comercialización ya se de comidas rápidas o restaurantes, papa a la francesa de la mejor calidad, reduciendo así, los tiempos de proceso de cocción, esto permite un cambio y una reducción en los ciclos de producto cocinado, lo que genera en el propietario del local un amplio margen de productividad si sabe implementar ese tiempo ganado en otras actividades rentables, o aumenta su productividad atendiendo más clientes y vendiendo más productos.

- La implantación de tecnología a la vanguardia del almacenamiento refrigerado, permite garantizar la eliminación de toda plaga existente en los productos o sitios aledaños, el suelo y techos con alta concentración de concreto, generan primero un clima de congelación perfecto para un producto perecedero y con altas necesidades de congelación y por otro lado la eliminación del 96% de fisuras en toda la fachada este factor permite una reducción considerable de partículas incompatibles con la conservación e higiene de los alimentos.
- Se hace uso del Polietileno de Baja Densidad a propósito, primero porque es el empaque de más fácil manipulación e impresión, su impacto ambiental radica en que tiene un porcentaje más alto de biodegradación más alto que los demás, esto genera una leve pero ayuda al fin y al cabo de proteger y mantener limpio y libre de impurezas, se desea implementar el reciclaje de los empaques sin tener que caer en una falla a las normativas de salubridad, expuestas en este plan de negocios, por ello es que se tiene como una presunción mientras se hace una investigación a fondo del nivel de contaminación que logra adquirir el empaque después de abierto.

Conclusiones

- El análisis del sector, ha permitido demostrar el fuerte impacto que tendrá el Tratado de Libre Comercio en la industria colombiana, la llegada de productos de primera calidad, generaran un crecimiento en áreas casi nulas en el país como la tecnología, la agroindustria y la investigación de nuevos proyectos.
- Aunque Colombia sea un fuerte productor de papa, sus falencias tecnológicas no lo dejan avanzar e impulsarse hacia el mercado exterior, teniendo lo más importante y básico para éxito de cualquier producto, materia prima abundante.
- El 100% de los encuestados, tienen como prioridad consumir un producto con beneficios nutricionales y una calidad nunca antes vista en el país, esto demuestra que el empresario colombiano, desea invertir siempre en productos de primera categoría pero las necesidades diarias lo hacen consumir lo que más ganancia le genere.
- Las normativas del país, garantizan el consumo de productos de la más alta calidad y de la más baja concentración de gérmenes y bacterias por eso al acatar sus normas nos permitimos entregar un producto sumamente higiénico.

- Se deben hacer distintas capacitaciones con el objetivo de ir renovando a la par de las normativas, el comportamiento de los operarios, para así no acarrear cualquier sanción de algún ente regulador.
- Se encuentra rentable el proyecto al existir una TIR del 69,02%, este índice demuestra la alta rentabilidad del proyecto y una dependencia existente solamente en el inicio de montaje, a corto plazo el proyecto se solventara de manera independiente.
- Este proyecto desea mejorar la calidad de la alimentación de los colombianos promedio, debido que al importar papa a la francesa refrigerada de mejor calidad y ser un producto innovador en el comercio de comidas rápidas y restaurantes a largo plazo los productores colombianos se verán obligados a mejorar sus técnicas de procesamiento y controles de calidad, esto permitirá que la industria colombiana avance notablemente y tenga productos de primera calidad, volviéndose un fuerte competidor pero a la vez sobrepasaran limites comerciales al tener propiedades de primera calidad que le permitan exportar a países del Primer Mundo.
- La dependencia del dólar en este proyecto es algo que preocupa, debido a que si existe algún alza, se podría ver afectado el plan de negocios debido a que se traerá menos producto y la demanda como ya se ha pronosticado va al alza, generando pérdidas considerables.
- Se introdujo al mercado popular, un producto innovador y poco visto en los establecimientos de comidas rápidas y restaurantes, la papa a la francesa risada, tendrá un alto impacto en el mercado a explotar.
- La inversión de un socio, es una opción viable para ambas partes debido a que una inyección de capital, genera una aceleración en la puesta en marcha del plan de negocios, mientras que la alta utilidad del proyecto permite que se beneficien los socios de la empresa, si se trae más volumen de papa, las posibilidades de utilidades mayores son más cercanas.
- Se puede inferir que con una TIR del 21,82% y un índice de recuperación de la inversión la comercialización de papa a la francesa refrigerada, se expandirá a otros mercados y posiblemente a otros departamentos donde pueda tener el mismo consumo que en la ciudad de Bogotá
- La localidad de Puente Aranda es un sector, dado a impulsar empresas emergentes, debido a la gran cantidad de mallas viales, servicios públicos relativamente baratos y un alto índice de población flotante, permite que se abran las puertas de otros mercados y nuevas posibilidades de negocio en el sector.

- El producto que al ser proyectado en ventas tiene mejores resultados es la presentación de 2,5 gramos de papa a la francesa refrigerada, sus bajos costos y su total aprovechamiento generan utilidades considerables indirectamente proporcionales a su participación en el mercado actual que es del 6%, se debe potencializar este producto con campañas publicitarias o descuentos por compras.



16. Implementación

Diseño de Imagen Empresarial

Diseño del nombre

Buscando hacer énfasis en el producto y sus propiedades diferenciadoras, se hizo un extensivo estudio de imagen, el color el nombre y sobre todo la recordación que generara la marca en el cliente fueron factores primordiales en la elección y diseño del logotipo y el eslogan de la empresa.

El nombre escogido fue FOOD AND HEALTH, la decisión de seleccionar este nombre se enfatizó en la suma de dos de los factores primordiales de la empresa; el comercio de comida, enfocado en locales de venta de comida rápida y restaurantes que consuman papa a la francesa refrigerada.

El siguiente factor fue la necesidad de querer resaltar el valor agregado del producto, es decir; aunque se pretende atacar el mercado de comercialización de comida rápida, que normalmente es conocida por su alto contenido de grasa saturada y su porcentaje de colesterol adquirido a la hora de ser cocinado, la papa a la francesa distribuida y comercializada por FOOD AND HEALTH SAS, tiene como factor diferenciador el recubrimiento natural, en base a una enzima derivada del aceite vegetal, que permite una reducción del 25% de consumo de colesterol.

La idea de consumir comidas rápidas y saber que estoy cuidando mi cuerpo, es el concepto de empresa, e impulso de productos que necesitamos para el diseño de imagen de la empresa.

Sin embargo nunca pensamos en solamente enfatizarnos en la comercialización de papa a la francesa baja en grasa, también buscamos dejar las puertas abiertas a un aumento en la cantidad de productos con las mismas características, productos que aunque se usen en comidas que en un principio se creen poco saludables para cuerpo, traen como beneficio consumir una cantidad menor a la que se consume en una porción de comida rápida promedio.

FOOD AND HEALTH SAS, integra todo el concepto expuesto anteriormente, cuando se consume un producto distribuido por esta empresa, se está consumiendo salud, se está ayudando al cuerpo, a la mente y al medio ambiente, una combinación perfecta para vivir sanamente y aumentar las expectativas de vida del consumidor considerablemente.

Finalmente decidimos nombrar nuestra empresa en inglés, debido a que nuestra visión a futuro es proyectarnos hacia otros países y no tener inconveniente alguno con el idioma, ya que el inglés es un idioma universal y comercial que nos permitirá penetrar de una manera más fácil y rápida a cualquier mercado extranjero, sin embargo mientras se posiciona la marca, en el mercado local decidimos apostar por un eslogan en español que describiera de manera puntual la clase de productos con la que pensamos abastecer los distintos consumidores de nuestro mercado objetivo.

Diseño del Logo

Hacer el logo fue una de las tareas que más tiempo nos llevó como equipo de trabajo, esta es la imagen que queremos mostrar ante los clientes y consumidores finales, queríamos mostrar un

logo que fuese sencillo pero a la vez debía encerrar todos los conceptos de la empresa, por ello el círculo fue la figura base, demuestra integración e interrelación entre los factores que se quieren mostrar.

Los colores básicos son los que más fácil llaman la atención del público, además queríamos mostrar una imagen ecológica, preocupada por el medio ambiente y por la salud del consumidor; el color verde fue el color que llenó todos estos requisitos, es un color que genera tranquilidad y responsabilidad ecológica, efectivamente estas características son las que nuestra empresa desea compartir al público.



Para este trabajo se quiso resaltar el producto insignia y base de esta empresa, la papa a la francesa refrigerada, con recubrimiento natural que genera una reducción en la absorción de grasa, decidimos incluirlo en la imagen de la empresa con el fin de guiar al cliente hacia el tipo de producto que vende nuestra marca.

16.1 Mercadeo y Posicionamiento de la Marca

Nuestra marca y productos serán promocionados hacia tres mercados principales; los establecimientos dedicados a la comercialización de comidas rápidas, restaurantes que usen papa a la francesa en sus platos y consumidores al por menor, es decir particulares que decidan comprar nuestros productos por unidades o en intervalos de tiempo muy largos.

Por ello se ha decidido implementar una estrategia de mercadeo que integre todos los mercados de igual manera sin descuidar ningún segmento en particular, se ha decidido trabajar y promocionar el producto de manera equitativa para todos los clientes establecidos y potenciales.

En primer lugar decidimos dar uniformes de trabajo a los colaboradores de nuestra empresa, ellos irán equipados con camisetas y gorras con el logo, ubicación y teléfonos de la empresa, esto permitirá dar a nuestra empresa una imagen seria, ordenada y trazable hacia nuestro interés principal; vender nuestro producto a la mayor cantidad de consumidores y mercados establecidos en los objetivos y segmentación del mercado.

16.2 Diseño de la Camiseta



Otra de las implementaciones establecidas en este trabajo ha sido la impresión del logotipo en un plotter transparente, y pegado al furgón de la camioneta usada para la distribución de los productos, ya que si no es vista la información en los uniformes de los colaboradores serán vistos mediante este medio publicitario implementado en el medio de transporte utilizado para el abastecimiento y entrega de pedidos a los clientes:



La última estrategia de publicidad y mercadeo, ha sido la producción de tarjetas de presentación imantadas, con el fin cubrir nuestro mercado objetivo, además de generar recordación de nuestra marca y finalmente, el cliente tendrá un canal de comunicación directo con nosotros, para posibles quejas, reclamos, servicios y domicilios de papa a la francesa refrigerada.



Teniendo definidas y accionadas nuestras estrategias de posicionamiento de marca, procederemos a hacer un levantamiento de clientes es decir, abasteceremos nuestro medio de transporte con papa a la francesa refrigerada, estableceremos una ruta que pase por la vías más comerciales de la ciudad, dejando muestras de nuestro producto, sin embargo este sistema de promoción no nos implicara perdidas algunas debido a que las muestras (1 paquete) por cliente serán cobradas a cada local respectivamente.



Todo esto con el objetivo de darnos a conocer a clientes potenciales, con el fin de dar a conocer nuestra marca en los distintos locales de la ciudad, asumiendo los gastos, sabiendo que a futuro se obtendrán una cantidad considerable de clientes y a su vez una cantidad mayor de volumen de ventas que a futura nos traerán mayores ganancias y utilidades al negocio.

16.3 Almacenamiento y Distribución

Nuestro canal de distribución, debido a los factores geográficos y necesidades de la empresa, será de tipo indirecto, nuestra empresa será un puente entre el productor y el consumidor final; en un principio seremos distribuidores y comercializadores de papa a la francesa refrigerada importada desde Estados Unidos, esta decisión fue tomada después de analizar las distintas variables y opciones de negociación entre la Productora Estadounidense, la infraestructura actual no tiene la capacidad de almacenar 5 Toneladas de producto.

También se evaluó la posibilidad de tomar en arriendo un cuarto frío que cumpliera todas las condiciones sanitarias y requerimientos de almacenamiento necesarios para la puesta en marcha de nuestra empresa. Debido a que los costos del stock se verían afectados por la cantidad de tiempo que el producto estuviese estático en el cuarto frío, y que nuestra demanda estimada no alcanzaría a desocupar las instalaciones mencionadas, provocándonos sobrecostos en el arriendo del cuarto frío y los servicios públicos.



Por ello decidimos almacenar las 2 toneladas del producto en nuestras casas, así podremos ahorrar los costos de arrendamiento, y asumir el costo de los refrigeradores, cada uno con capacidad de una Tonelada, que serán vendidos a futuro y usados en cualquier otra inversión usada para el crecimiento de la infraestructura de FOOD & HEALTH SAS.

Costo Refrigeradores (Capacidad de Almacenamiento 1 Tonelada)	
Refrigerador Imbral 1 Tonelada	\$250.000
Refrigerador Indufrial	\$230.000

La entrega de pedidos se hará mediante un carro debidamente equipado para el transporte de productos refrigerados, estos deben estar a temperaturas de -18 C a -6 C, para cumplir con este requisito se adquirió un carro Suzuki mini carry, equipado para mantener las temperaturas adecuadas para el consumo humano; este vehículo ha sido modificado de tal manera fue modificado con un furgón en Fibra de Vidrio, este tipo de furgones permite que no se filtre ningún fluido en algún orificio que tenga, esto permite prevenir cualquier incubación de hongos o bacterias en este lugar de almacenamiento y transporte de alimentos.

El tamaño de este carro, su cilindraje (1000 cc) y los cortos recorridos hacen de este medio de transporte un medio de ahorro:

Gastos de la Suzuki Super Carry	
Gasolina por Ruta de Entrega de Pedidos (80km) diarios	\$ 20.000

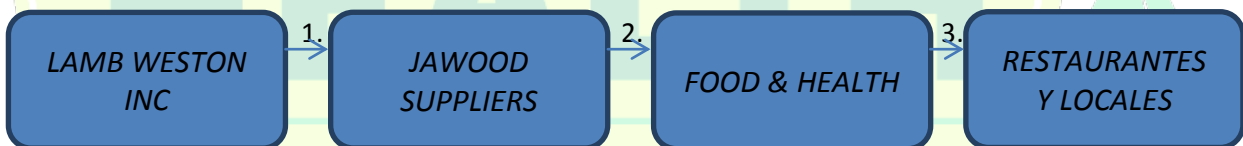


Gracias a esta implementación, hemos logrado expandir nuestro negocio considerablemente, se empezó con una base de 10 clientes entre los barrios Primavera, Santa Isabel y Galán, pertenecientes a la Localidad de Puente Aranda como en un principio se había definido, hemos logrado hacer una expansión del 120%, llegando a un total de 22 clientes distribuidos en las Localidades de Engativá, Fontibón y Tunjuelito.

Cadena de Frio

Uno de los elementos más importantes de este trabajo es el de la conservación del frío, debido a que si llegase a fallar algún eslabón de esta cadena, el producto entraría en estado de descomposición la mercancía perdería su valor, y la inversión inicialmente hecha se perdería.

16.4 Diagrama de Transporte Food & Health



1. Salen Camiones Refrigerados de la Planta de Lamb Weston ubicada en Conneticut, Estados Unidos, hasta el Puerto InterMarine ubicado en Long Beach California, ahí son almacenados en contenedores refrigerados y embarcados en navíos que llegan hasta el Puerto de Barranquilla.
2. En este Puerto la mercancía es recogida por camiones refrigerados, y son llevados hasta las Bodegas ubicadas en la Zona Franca de Bogotá, después de esto envían la mercancía por este mismo medio de transporte a sus diferentes distribuidores en la ciudad de Bogotá.
3. Food & Health, alista todos los pedidos hechos por sus clientes, son transportados en una mini carry refrigerada, repartida por las diferentes localidades de la ciudad.

Por esta razón hemos asegurado que el embarque se hará en un contenedor refrigerado, desde el puerto de InterMarine ubicado el Palm Beach, hasta el Puerto de Barranquilla, después de esto se almacenarán en carros refrigerados de la propiedad de **Jawood Suppliers**, nuestro proveedor de mercancía, serán llevados hasta las bodegas de Bogotá, ubicadas en la zona franca de Fontibón.

Impacto Social

La responsabilidad social, siempre ha sido uno de los valores que nos han inculcado en la Pontificia Universidad Javeriana, nosotros como Ingenieros Industriales, íntegros, buscamos ayudar y proteger al que así lo requiere.

Food & Health pretende hacer impacto social usando bolsas de tela en los pedidos pequeños es decir, cuando el requerimiento de mercancía es de un peso menor a 7 kilogramos y la distancia al punto de entrega es menor a 50 metros, el colaborador usara una bolsa hecha en tela, esta reducirá las posibilidades de usar las tradicionales bolsas de plástico, que duran más de 5 años en su proceso de degradación, esta implementación permitirá que estos utensilios de transporte se reduzcan en su uso y así mismo decrezcan las emisiones de carbono generadas por este material cuando entra en combustión o es colocado a la exposición del medio para su degradación.



Por otro lado Food & Health, se ha comprometido con las causas sociales, las cajas en las que viene la mercancía se han destinado como material de donación, en las instalaciones cercanas a la empresa convive un reciclador de escasos recursos, nosotros como empresarios Javerianos, donamos este material de manera desinteresada, para que esta persona dé el manejo adecuado y pueda beneficiarse económicamente cumpliendo con el objetivo de beneficiar al colombiano necesitado sin esperar nada a cambio.



Proceso de Entrega

Verificación del Pedido

Después de recibir el pedido mediante llamada telefónica o requisición a través del vendedor el operario procede a verificar que dicho requerimiento cumpla con los requisitos.

Verificación de Stocks

El operario procede a verificar que los productos solicitados se encuentren dentro del inventario de la empresa. De lo contrario se lo comunicará al gerente para realizar el correspondiente aprovisionamiento.

Planificación de Ruta

Una vez se ha realizado la verificación del pedido por parte del operario el gerente de ventas procede a realizar la planificación de la ruta de entrega de pedidos del día.

Alistamiento de Producto

Una vez la planificación de la ruta se ha realizado, el operario procede a realizar el alistamiento del pedido de acuerdo con la metodología de manipulación de alimentos establecida para tal fin.

Entrega del Producto

El Gerente de ventas procede a realizar la entrega de los pedidos de acuerdo a la planificación de las rutas.

Recaudo.

Luego de realizar la entrega del pedido el gerente de ventas procede a realizar el cobro correspondiente y se le hace entrega de la factura al cliente.

Plan Operativo

Como parte de la planificación estratégica de Food and Health se procede a realizar la proyección de actividades faltantes para el establecimiento del negocio. En total hacen falta 4 actividades primordiales que se describen a continuación.

	4	5	6	7	8
Adecuaciones de Planta	■				
Contador	■				
Operario			■		
Importación			■		

Adecuaciones de Planta

Con el fin de cumplir con toda la normatividad legal vigente especialmente con la resolución 2674 (Actualización del decreto 3075 de 1997) encargada de la regulación de la

producción, comercialización y expendio de alimentos. Para tal fin con esta actividad se pretende obtener el permiso sanitario mediante el cumplimiento de los requisitos técnicos exigidos para la planta y establecidos en dicho documento. Este permiso tiene una vigencia de 7 años.

Con estas adecuaciones también se logra que Food and Health cuente con toda la infraestructura para iniciar su proceso de importación y comercialización. Esta actividad se realizará entre agosto y julio, y tendrá una duración de un mes y dos semanas.

Contador

Una vez se inicie la adecuación de la planta se contratara paralelamente al contador el cual tendrá la responsabilidad de llevar actualizadas las cuentas contables de la compañía así como su respectivo tramite ante las entidades correspondientes.

Operario

Una vez Food and Health cuente con toda la infraestructura necesaria para realizar el proceso de importación se contratará un operario quien será el encargado de ayudar a las labores operativas de la compañía. Su contratación se realizará en el mes de septiembre.

Importación

Después de realizar todas las actividades anteriores Food And Health tendrá la capacidad operativa para llevar a cabo el proceso de importación. Este proceso se debe realizar durante el mes de octubre.

Bibliografía

<Artículo en línea>CNN MUNDO, '2013: Un año difícil para Estados Unidos' Internet:
<http://www.cnnexpansion.com/economia/2012/12/29/economia-de-eu-en-via-de-la-recuperacion>

<Artículo en línea>INDEX MUNDI, 'Crecimiento del PIB en Estado Unidos (1999-2011)' Internet:
[http://www.indexmundi.com/es/estados_unidos/producto_interno_bruto_\(pib\).html](http://www.indexmundi.com/es/estados_unidos/producto_interno_bruto_(pib).html)

<Artículo en línea>PÚBLICO, 'El PIB de Estados Unidos se frena en seco' Internet:
<http://www.publico.es/dinero/449861/el-pib-de-estados-unidos-se-frena-en-seco>

<Artículo en línea>PÚBLICO, 'El PIB de Estados Unidos se frena en seco' Internet:
<http://www.publico.es/dinero/449861/el-pib-de-estados-unidos-se-frena-en-seco>

<Artículo en línea>INDEX MUNDI, 'Crecimiento del PIB Mundial 2011' Internet:
<http://www.indexmundi.com/g/r.aspx?c=us&v=65&l=es>

<Artículo en línea>FINANCIAL RED, 'Inflación Estados Unidos' Internet:
<http://inflacion.com.co/inflacion-estados-unidos.html>

<Artículo en línea>GLOBAL RATES, 'Inflación de Estados Unidos- índice de precios al consumo (IPC)' Internet:
<http://es.global-rates.com/estadisticas-economicas/inflacion/indice-de-precios-al-consumo/ipc/estados-unidos.aspx>

<Artículo en línea>DANE-DIAN, 'Importaciones colombianas y balanza comercial enero-noviembre 2012' Internet:
<https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=15833>

<Artículo en línea>DANE-DIAN, 'Importaciones colombianas y balanza comercial enero-noviembre 2012' Internet:
<https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=15833>

<Artículo en línea>DANE-DIAN, 'Importaciones colombianas y balanza comercial enero-noviembre 2012' Internet:
<https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=15833>

<Artículo en línea>FINAGRO, 'Fondo para el financiamiento del Sector Agropecuario' Internet:
http://www.finagro.com.co/html/i_portals/index.php?p_origin=internal&p_name=content&p_id=MI-197&p_options=#MUNDO

<Artículo en línea>FINAGRO, 'Fondo para el financiamiento del Sector Agropecuario' Internet:
http://www.finagro.com.co/html/i_portals/index.php?p_origin=internal&p_name=content&p_id=MI-197&p_options=#MUNDO

<Artículo en línea>Cámara de Comercio de Bogotá, 'Comportamiento de las exportaciones de papa de Bogotá – Cundinamarca (1)' Internet:
<http://www.megagroindustrial.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=600&conID=3285>

<Artículo en línea>CORFERIAS, 'Industria de alimentos procesados crece anualmente a 200%, con 50 por ciento de sus productos importados' Internet:

http://www.feriaalimentec.com/index.cfm?doc=noticias_detalle&IdVersion=1530&IntIdioma=1&trIdioma=es

<Artículo en línea>DIAN, 'Aranceles según su nomenclatura' Internet:
<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>



ANEXO 1 ORGANIGRAMA

<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Poco reconocimiento de la empresa - Falta de posicionamiento en el país de la papa extranjera - Proveedores de mala calidad con precios excesivamente bajos - Apoyo a la industria nacional - Fidelización con los proveedores tradicionales 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Debilidad tecnológica en el sector agropecuario Colombiano - Falta de estandarización en los procesos - Mala presentación del producto terminado - Falta de promoción en la marca por parte de los distribuidores de grandes superficies - Exigencia de los proveedores por un producto terminado en buenas condiciones - No existe papa a la francesa nacional que tenga cobertura de enzimas y aceites vegetales
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Única o a o a la francesa en la industria que posee una cobertura de enzimas y aceites vegetales - Ahorro de tiempo de cocción - Ahorro de aceite consumido - Disminución de colesterol acumulado en el producto terminado - Penetración en el mercado como un bien exclusivo, brinda calidad y beneficios nutricionales 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dependencia de la fluctuación del peso del dólar, genera inestabilidad - Dependencia de los Tratados de Libre Comercio - Se quiere entrar a un mercado donde los proveedores nacionales pueden bajar sus precios de manera excesiva. - Escasez de producto por demoras en el traslado marítimo, se necesita exactitud en las llegadas a puerto



FORMATO DE ENCUESTA INVESTIGACION DE MERCADOS

SE DESEA HACER UNA INVESTIGACION DE MERCADOS CON EL OBJETIVO DE RECOLECTAR INFORMACION PARA IDENTIFICAR LOS PRODUCTOS COMPETIDORES DE LA PAPA A LA FRANCESA REFRIGERADA, CON COBERTURA DE ENZIMAS Y ACEITES VEGETALES, Y SI IDENTIFICAR MIS POSIBLES COMPETIDORES, CLIENTES, HACER UN PRONOSTICO DE LA DEMANDA Y RESPECTO A ESTE HACER EL PLAN DE COMPRA Y EL MANEJO DE INVENTARIOS

Marque con una x la(s) respuesta(s) adecuada:

1. ¿Usted compra papa refrigerada?
 - a. Si
 - b. No

2. ¿Dónde, o a qué proveedor, compra usted la papa refrigerada, francesa que abastece el local?

3. ¿Qué tipo de papa a la francesa refrigerada consume con más frecuencia?
 - a. Nacional
 - b. Extranjera

4. ¿Qué marca de papa refrigerada consume usted frecuentemente?

5. ¿Qué cantidad de papa a la francesa refrigerada consume usted semanalmente?

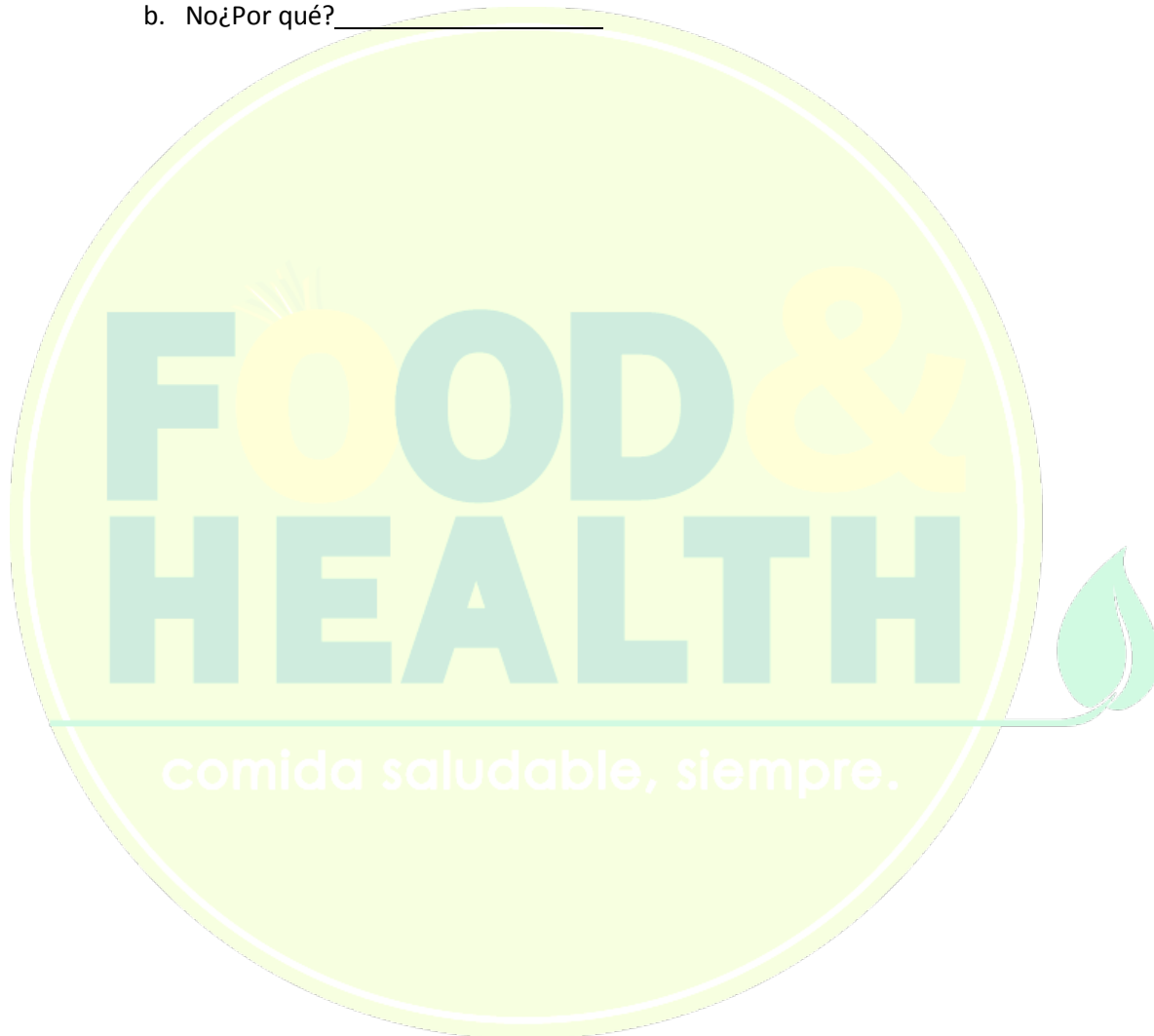
6. Cuando usted compra una marca de papa refrigerada específica, la compra por cuales de las siguientes razones: (Escoja una o varias opciones)
- Ahorro de aceite
 - Ahorro de tiempo
 - Exigencias del cliente
 - Gusto personal
 - Calidad del producto
 - Facilidades de pago que le ofrece el proveedor
7. ¿Cuál es el método de pago que normalmente efectúa?
- Contado
 - Crédito ¿Cuántos días? _____
8. ¿Cuándo algún cliente presenta una queja, normalmente cuales la razón?
- Mal sabor
 - Acumulamiento de aceite
 - Baja temperatura al hora de comer la papa
 - Demora en la preparación
9. ¿Usted consumiría una papa refrigerada, que contiene propiedades que permiten el ahorro de aceite y la disminución de colesterol consumido por parte de sus clientes?
- Si
 - No ¿Por qué? _____
10. ¿Si conociera una marca de papa que le permitiera el ahorro de aceite y un tiempo más prolongado de temperatura ideal del producto, cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar?
- De \$9000 a \$10000
 - De \$10000 a \$11000
 - De \$11000 a \$12000
 - Mayor a \$12000
 - Otro ¿Cuál? _____
11. ¿Tiene algún beneficio, de parte de su proveedor, al comprar alto volumen de papa refrigerada?
- Si ¿Cuál? _____
 - No ¿Qué le gustaría? _____

12. ¿Usted, como empresario, cual prefiere que sea la razón por la cual vuelven los clientes al local?

- a. Calidad del producto vendido
- b. Precios asequibles
- c. Otra ¿Cuál? _____

13. ¿usted como empresario, invertiría más en productos de alta calidad y mejor rendimiento, sabiendo que este puede ser un factor diferenciador frente a sus competidores?

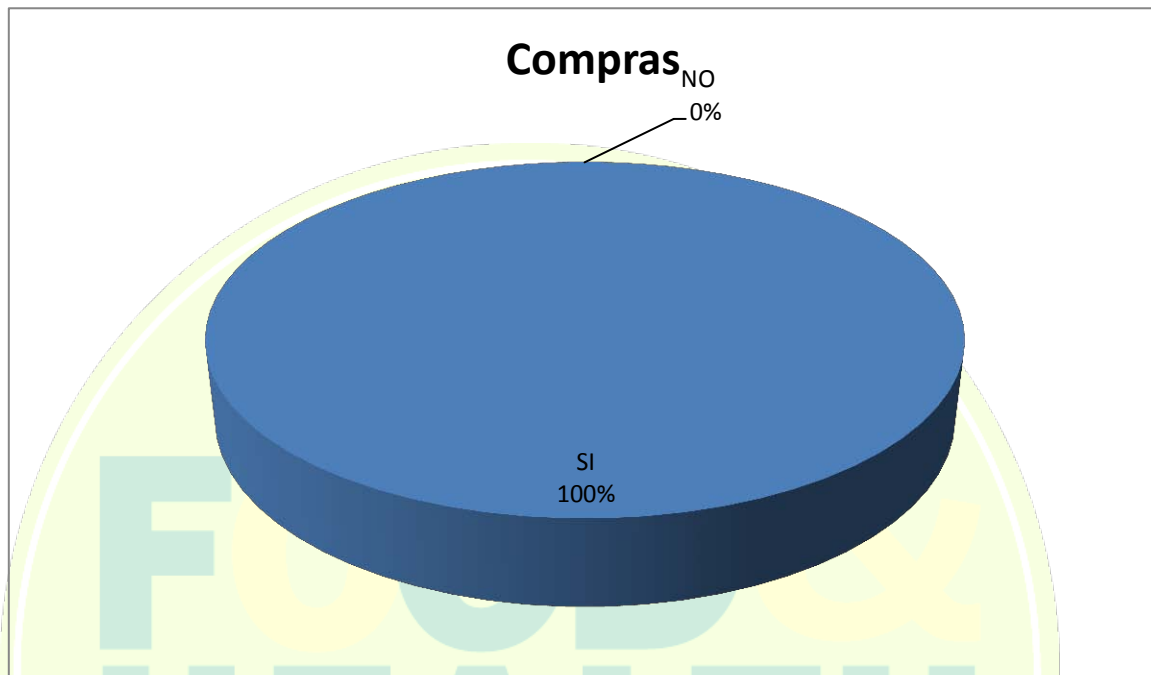
- a. Si
- b. No ¿Por qué? _____



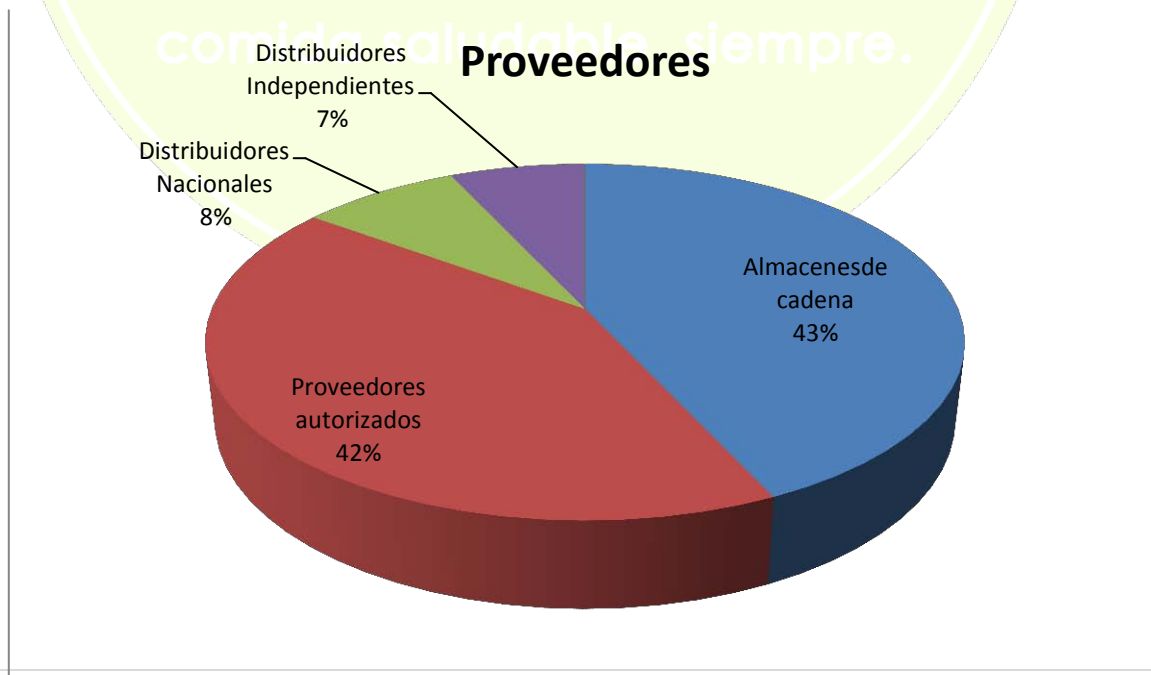
ANEXO 3 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

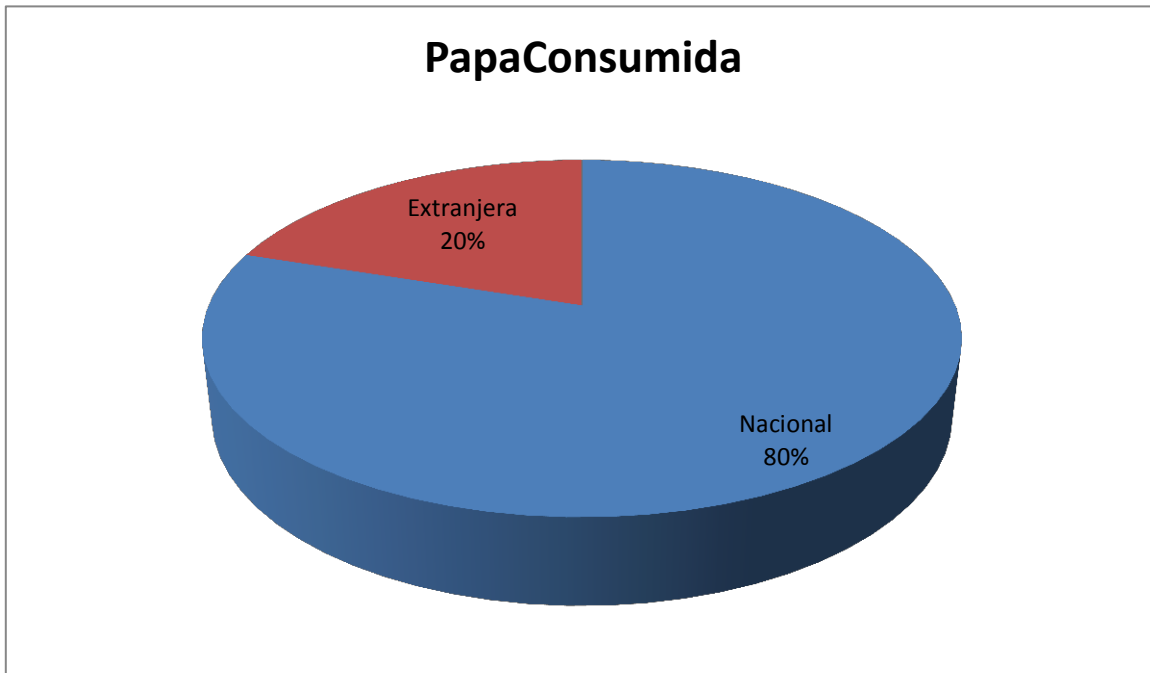
1. ¿Usted compra papa refrigerada?



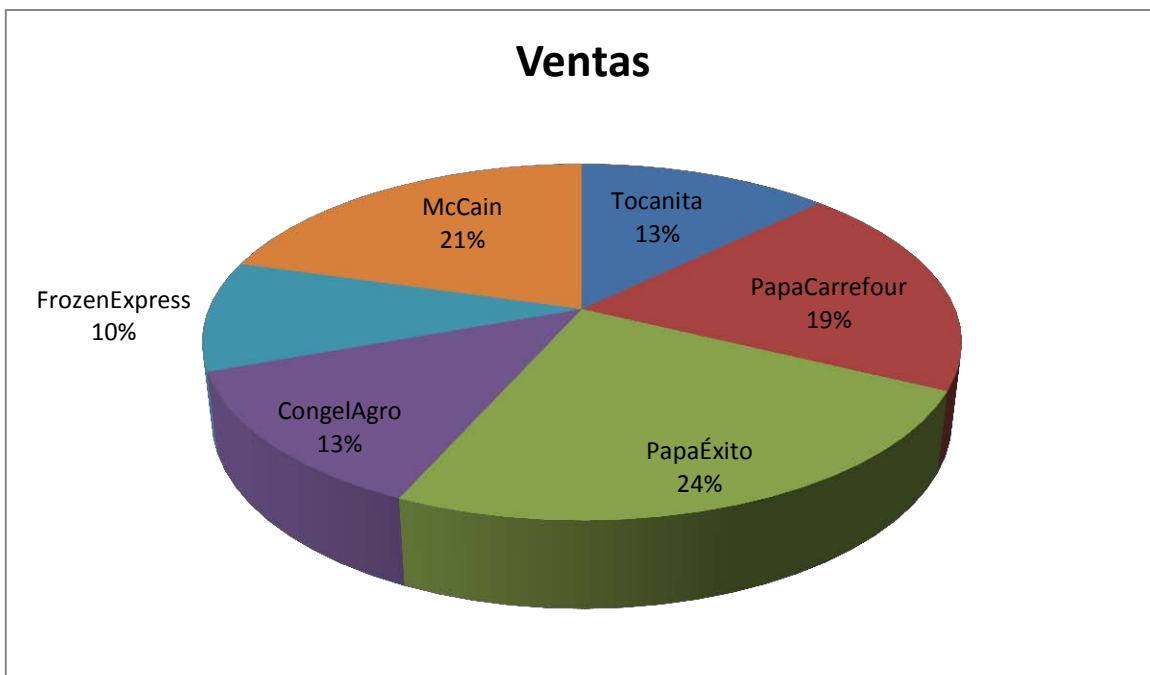
2. ¿Dónde, o a que proveedor, compra usted la papa refrigerada, francesa que abastece el local?



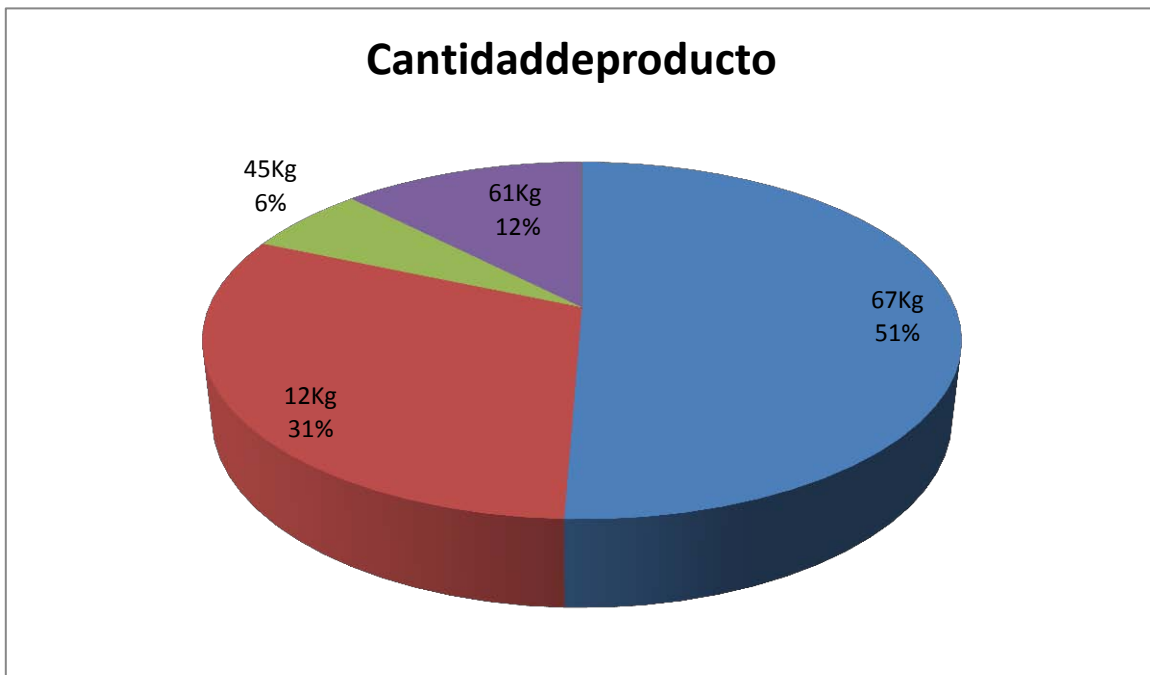
3. ¿Qué tipo de papa a la francesa refrigerada consume con más frecuencia?



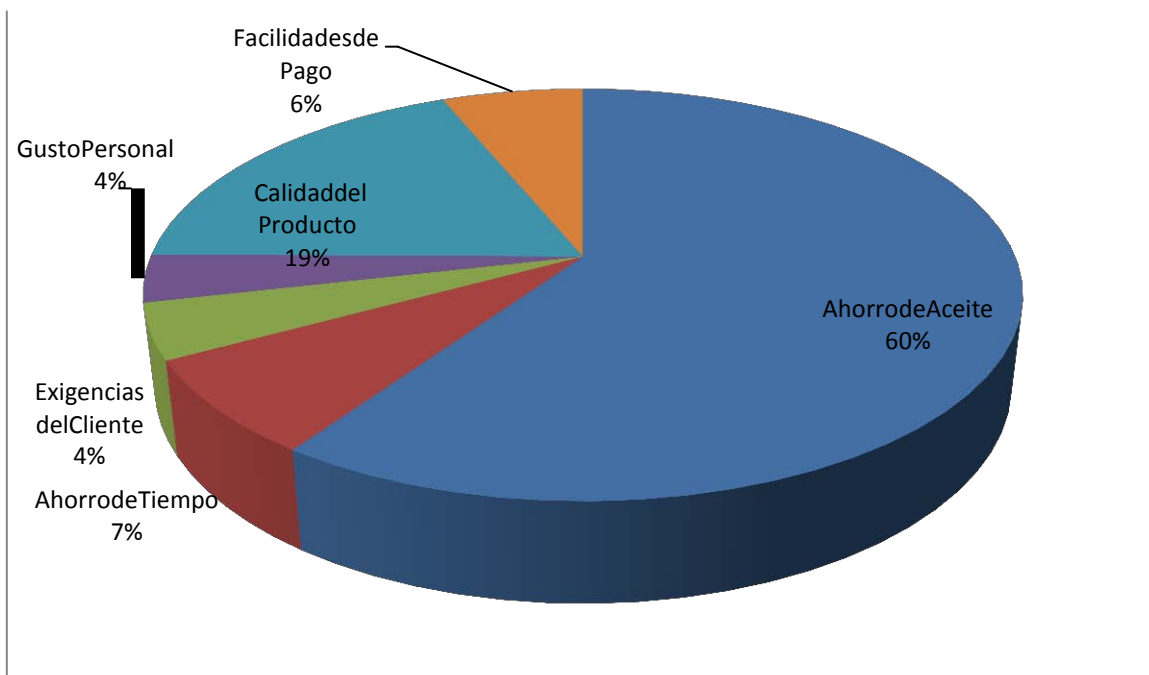
4. ¿Qué marca de papa refrigerada consume usted frecuentemente?



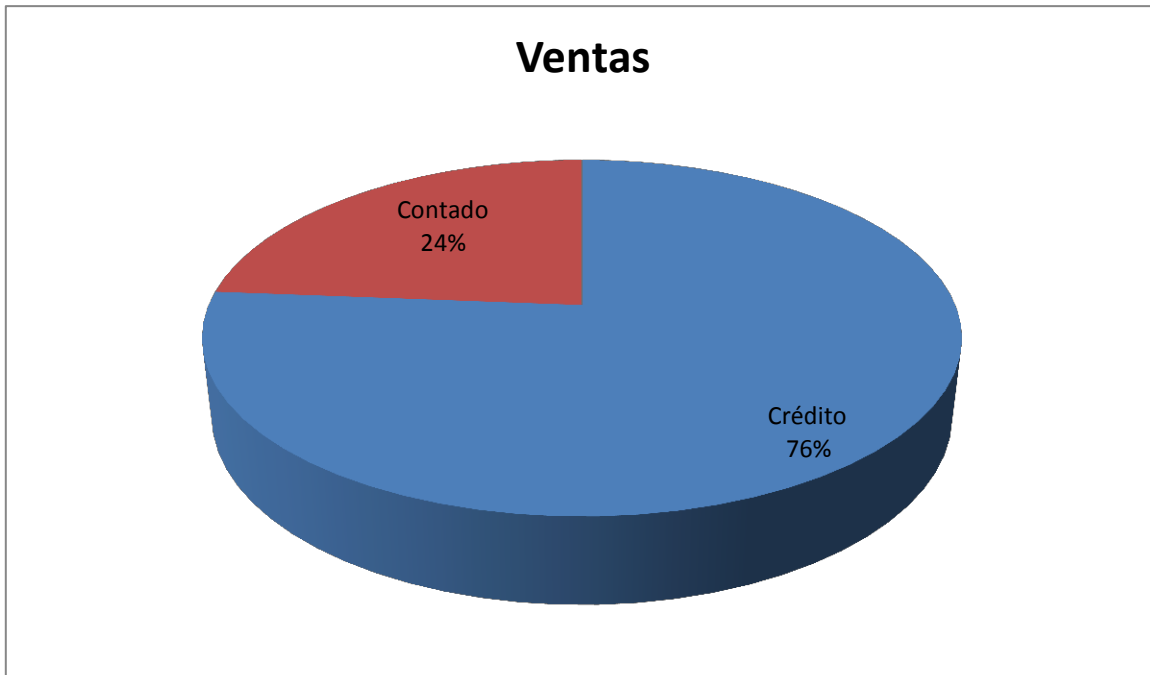
5. ¿Qué cantidad de papa a la francesa refrigerada consume usted semanalmente?



6. Cuando usted compra una marca de papa refrigerada específica, la compra por cuales de las siguientes razones: (Escoja una o varias opciones)



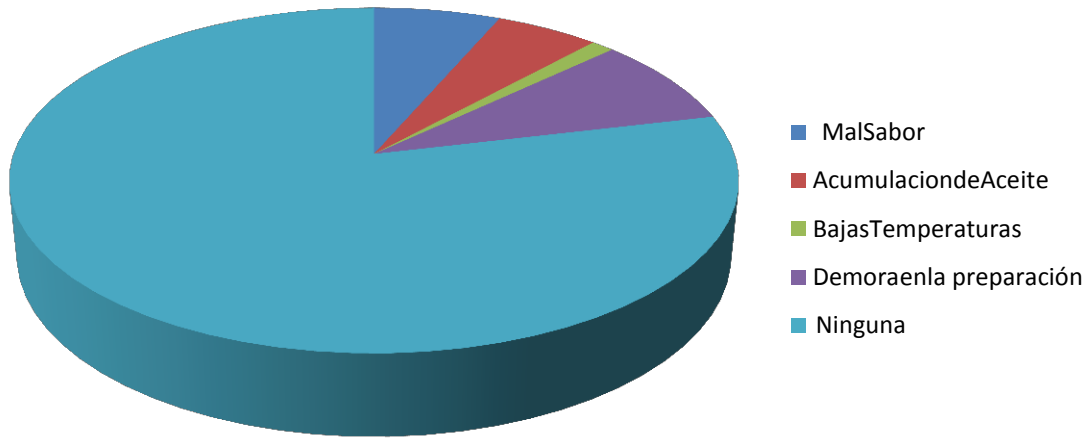
7. ¿Cual es el método de pago que normalmente efectúa?



Al preguntar acuantos días el 86% escribió a facturavencida.

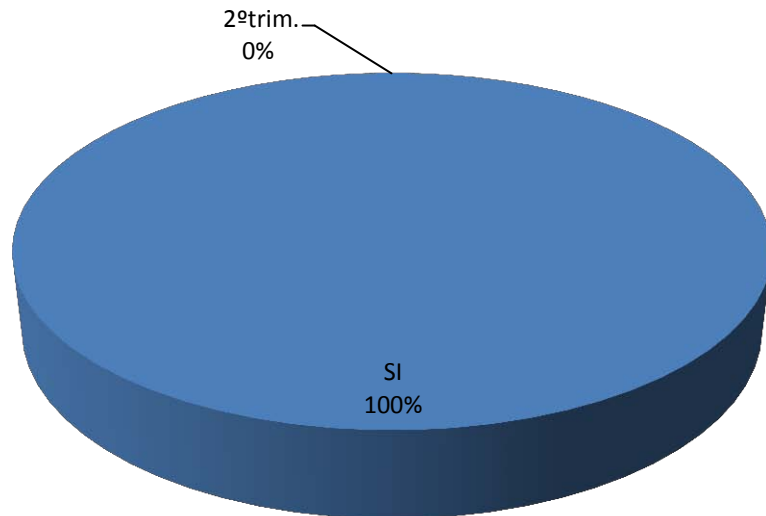
8. ¿Cuándo algún cliente presenta una queja, normalmente cuáles la razón?

QuejasoReclamos

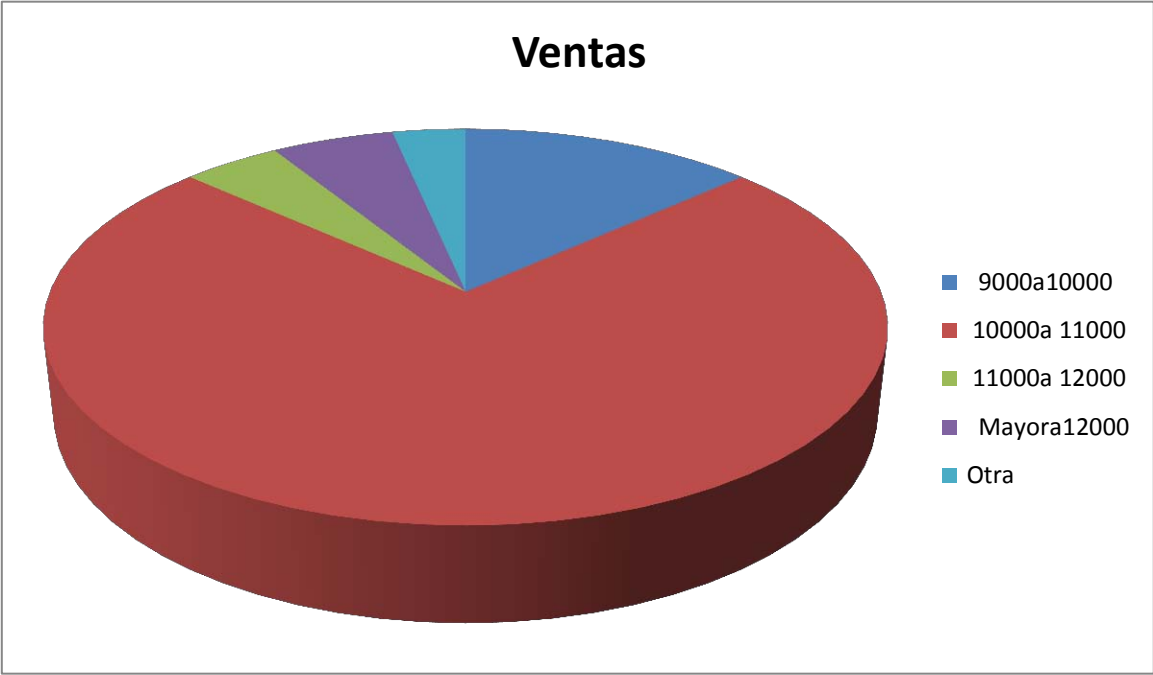


9. ¿Usted consumiría una papa refrigerada, que contiene propiedades que permiten el ahorro de aceite y la disminución de colesterol consumido por parte de sus clientes?

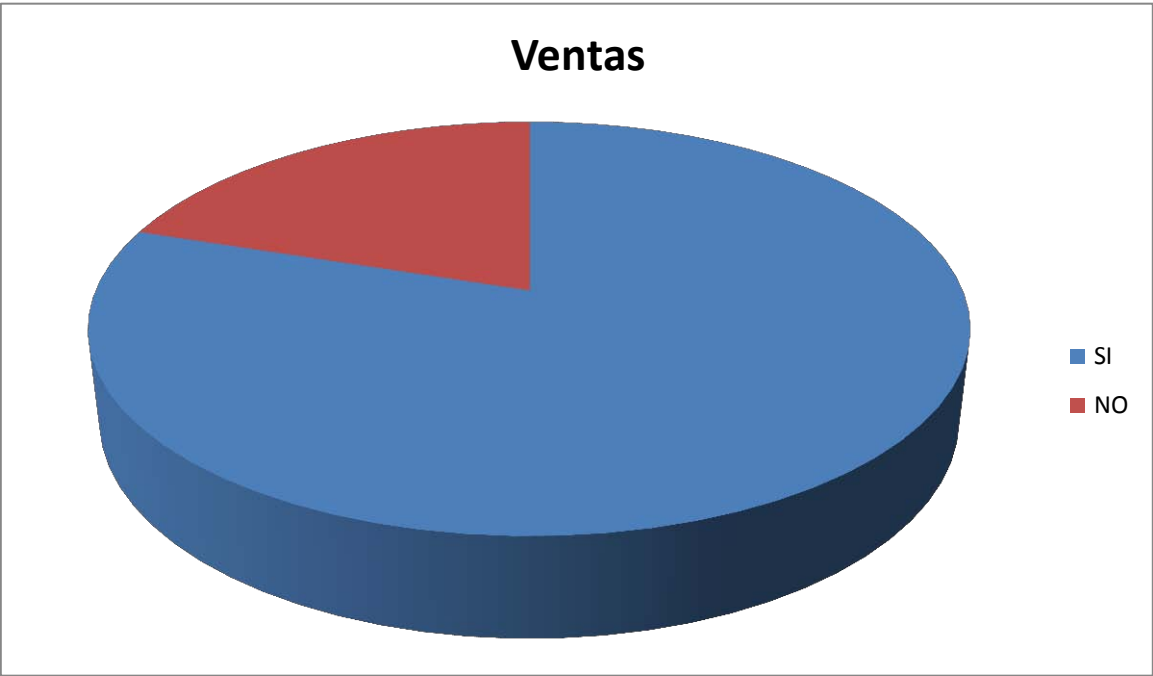
Ventas



10. ¿Si conociera una marca de papa que le permitiera el ahorro de aceite y un tiempo más prolongado de temperatura ideal del producto, cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar?

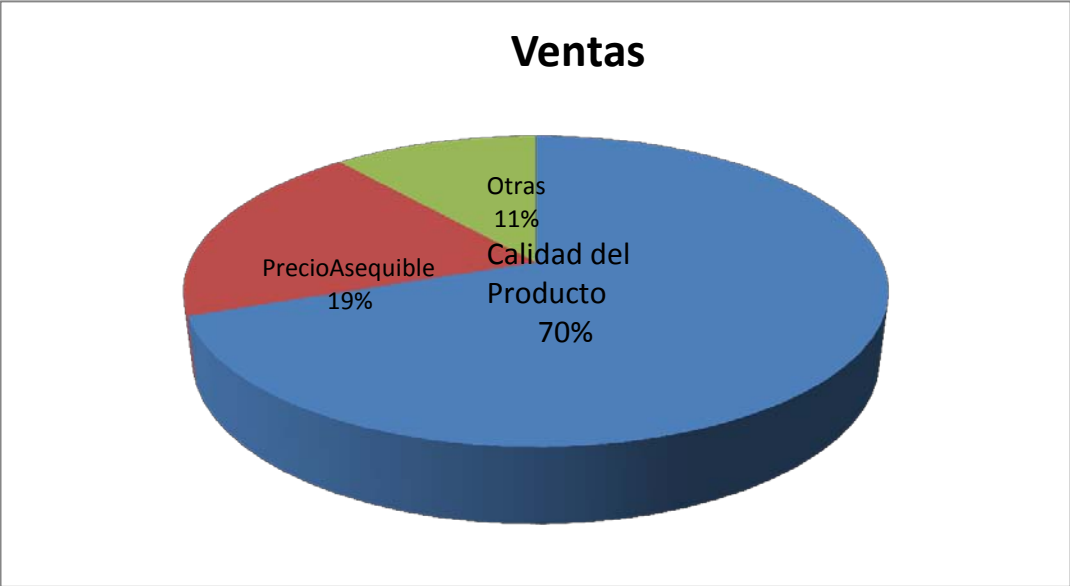


11. ¿Tiene algún beneficio, de parte de su proveedor, al comprar alto volumen de papa refrigerada?



La respuesta que mas se obtuvo en esta pregunta fue, beneficios por carga comprada con un 73,1%

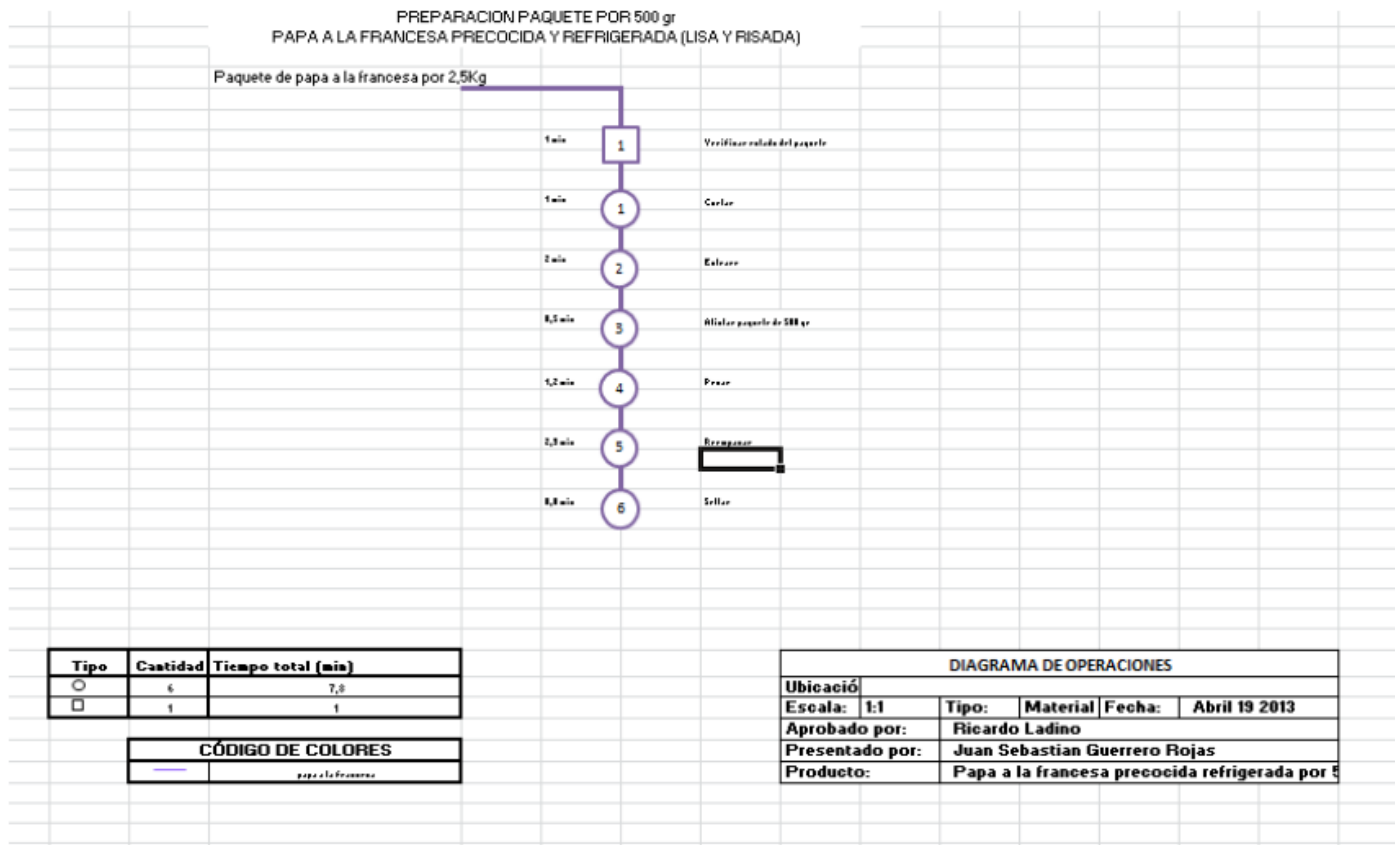
12.¿ustedcomoempresario, invertiría más en productosdealtacalidady mejorrendimiento, sabiendoqueestepuedeserunfactordiferenciador frenteasus competidores?



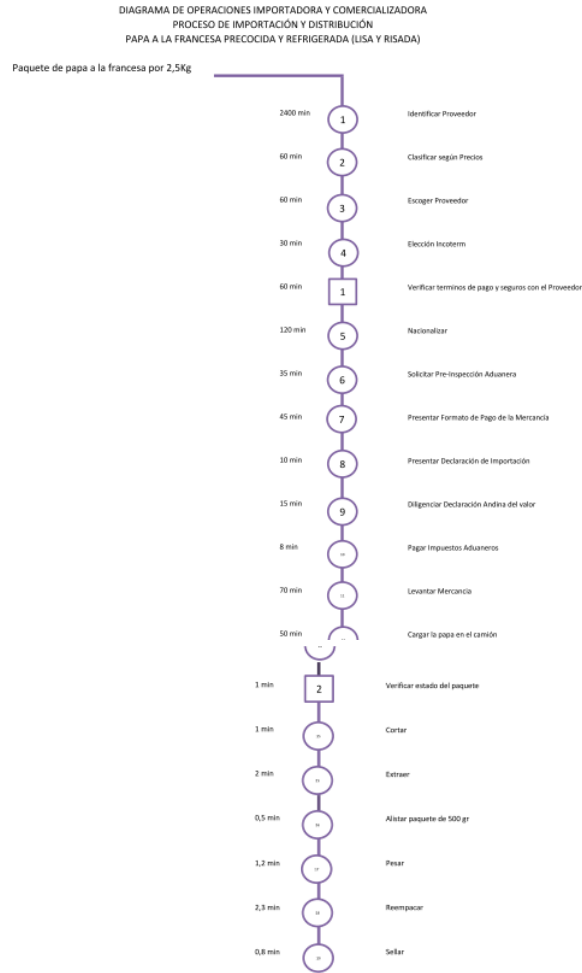
13. ¿usted como empresario, invertiría más en productos de alta calidad y mejor rendimiento, sabiendo que este puede ser un factor diferenciador frente a sus competidores?



ANEXO 4 DIAGRAMA DE OPERACIONES PAPA A LA FRANCESA POR 500 gr



ANEXO 5 Proceso de Importación Papa A la Francesa Refrigerada



Tipo	Cantidad	Tiempo total (min)
○	6	7,8
□	1	1

CÓDIGO DE COLORES	
○	papa a la francesa

DIAGRAMA DE OPERACIONES						
Ubicación:	PANADERIA PAN DORADO					
Escala:	1.1	Tipo:	Material	Fecha:	Septiembre	
Aprobado por:	Ricardo Ladino					
Presentado por:	Juan Sebastian Guerrero Rojas		Henry Rios			
Producto:	Papa a la francesa precocida refrigerada por 500 gr					

FICHATECNICA



NOMBRE DEL PRODUCTO	PAPA A LA FRANCESA REFRIGERADA POR 500gr
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	Alimento comestible obtenido del proceso de plantación y cosecha de batata, de manera totalmente orgánica, procesada mediante los últimos procesos de corte, refrigerado y mantenimiento que permiten un óptimo de estandarización, cumpliendo todas las normas de presentación y calidad que exigen el mercado internacional, además de contar con el proceso <i>Stealth Fries</i> , que consta de una cobertura invisible que brinda mayor tiempo de temperatura caliente, menos tiempo de cocción y una reducción de un 25% de grasa después del preparado de la papa.
LUGAR DE ELABORACIÓN	La planta procesadora se encuentra en Los Países Bajos, su proceso tiene una totalidad de materia prima orgánica.
PRESENTACIÓN Y EMPAQUES COMERCIALES	Bolsas en polietileno de baja densidad (PEBD) selladas al vacío, por 500gr.
PROPIEDADES ORGANOLEPTICAS	La papa a la francesa refrigerada, contiene derivados naturales, provenientes del aceite vegetal, aceite de palma y aceite de semilla de algodón, que permiten la conservación del sabor, el color y la imagen presentable del producto.
REQUISITOS MÍNIMOS Y NORMATIVA	Registro INVIMA
TIPO DE CONSERVACIÓN	Se recomienda mantenerlo en un lugar fresco y refrigerado.
VIDA ÚTIL ESTIMADA	Conservación congelada a (-18°C), su vida útil

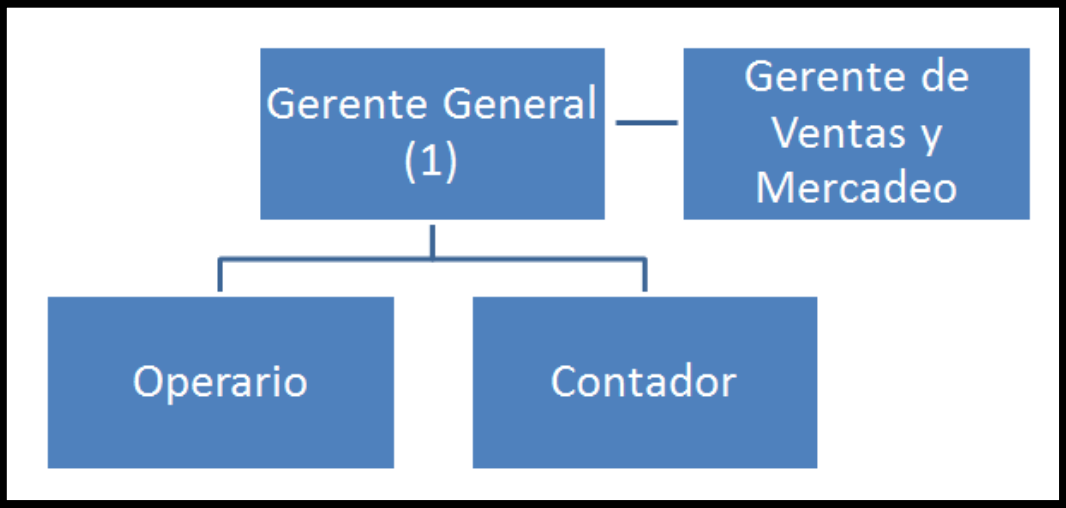
en estas condiciones es de 365 días.

INSTRUCCIONES DE USO
después de abrir el empaque.

Debe mantenerse en congelación antes y

Ficha Técnica: Papa a la francesa refrigerada por 500gr

ANEXO 7 Organigrama



ANEXO 8 Cámara de Comercio



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

SEDE NORTE

4 DE ABRIL DE 2014 HORA 17:40:47

R041443332

PAGINA: 1 de 2

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL O INSCRIPCION DE DOCUMENTOS
LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

CERTIFICA:

NOMBRE : FOOD AND HEALTH SAS
N.I.T. : 900716262-1
DOMICILIO : BOGOTA D.C.

CERTIFICA:

MATRICULA NO: 02431824 DEL 25 DE MARZO DE 2014

CERTIFICA:

RENOVACION DE LA MATRICULA :25 DE MARZO DE 2014
ULTIMO AÑO RENOVADO: 2014
ACTIVO TOTAL REPORTADO:\$1,000,000

CERTIFICA:

DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL : CR 41 A NO. 3 B 25
MUNICIPIO : BOGOTA D.C.
DIRECCION COMERCIAL : CR 41 A NO. 3 B 25
MUNICIPIO : BOGOTA D.C.
EMAIL COMERCIAL : foodhealthsas@gmail.com

CERTIFICA:

CONSTITUCION: QUE POR DOCUMENTO PRIVADO NO. SIN NUM DE ACCIONISTA UNICO DEL 14 DE MARZO DE 2014, INSCRITA EL 25 DE MARZO DE 2014 BAJO EL NUMERO 01819607 DEL LIBRO IX, SE CONSTITUYO LA SOCIEDAD COMERCIAL DENOMINADA FOOD AND HEALTH SAS.

CERTIFICA:

VIGENCIA: QUE EL TERMINO DE DURACION DE LA SOCIEDAD ES INDEFINIDO

CERTIFICA:

OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TENDRÁ COMO OBJETO PRINCIPAL COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS REFRIGERADOS Y BAJOS EN GRASA. ASÍ MISMO, PODRÁ REALIZAR CUALQUIER OTRA ACTIVIDAD ECONÓMICA LÍCITA TANTO EN COLOMBIA COMO EN EL EXTRANJERO, LA SOCIEDAD PODRÁ LLEVAR A CABO, EN GENERAL, TODAS LAS OPERACIONES, DE CUALQUIER NATURALEZA QUE ELLAS FUEREN, RELACIONADAS CON EL OBJETO MENCIONADO, ASÍ COMO CUALESQUIERA ACTIVIDADES SIMILARES, CONEXAS O COMPLEMENTARIAS O QUE PERMITAN FACILITAR O DESARROLLAR EL COMERCIO O LA INDUSTRIA DE LA SOCIEDAD.

CERTIFICA:

CAPITAL:

** CAPITAL AUTORIZADO **

VALOR : \$1,000,000.00
NO. DE ACCIONES : 100.00
VALOR NOMINAL : \$10,000.00

** CAPITAL SUSCRITO **

Cámara de Comercio de Bogotá - Calle 100 No. 100-100

VALOR NOMINAL : \$10,000.00

**** CAPITAL PAGADO ****

VALOR : \$1,000,000.00

NO. DE ACCIONES : 100.00

VALOR NOMINAL : \$10,000.00

CERTIFICA:

REPRESENTACIÓN LEGAL: LA REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA ESTARÁ A CARGO DE UNA PERSONA NATURAL O JURÍDICA, ACCIONISTA O NO, QUIEN TENDRÁ UN REPRESENTANTE LEGAL SUPLENTE, DESIGNADO PARA UN TÉRMINO INDEFINIDO POR LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS.

CERTIFICA:

**** NOMBRAMIENTOS ****

QUE POR DOCUMENTO PRIVADO NO. SIN NUM DE ACCIONISTA UNICO DEL 14 DE MARZO DE 2014, INSCRITA EL 25 DE MARZO DE 2014 BAJO EL NUMERO 01819607 DEL LIBRO IX, FUE (RON) NOMBRADO (S):

NOMBRE	IDENTIFICACION
REPRESENTANTE LEGAL	
GUERRERO ROJAS JUAN SEBASTIAN	C.C. 000001022362301
SUPLENTE	
RIOS JIMENEZ HENRY ALEXANDER	C.C. 000001018429269

CERTIFICA:

FACULTADES DEL REPRESENTANTE LEGAL: LA SOCIEDAD SERÁ GERENCIADA, ADMINISTRADA Y REPRESENTADA LEGALMENTE ANTE TERCEROS POR EL REPRESENTANTE LEGAL, QUIEN NO TENDRÁ RESTRICCIONES DE CONTRATACIÓN POR RAZÓN DE LA NATURALEZA NI DE LA CUANTÍA DE LOS ACTOS QUE CELEBRE. POR LO TANTO, SE ENTENDERÁ QUE EL REPRESENTANTE LEGAL PODRÁ CELEBRAR O EJECUTAR TODOS LOS ACTOS Y CONTRATOS COMPRENDIDOS EN EL OBJETO SOCIAL O QUE SE RELACIONEN DIRECTAMENTE CON LA EXISTENCIA Y EL FUNCIONAMIENTO DE LA SOCIEDAD. EL REPRESENTANTE LEGAL SE ENTENDERÁ INVESTIDO DE LOS MÁS AMPLIOS PODERES PARA ACTUAR EN TODAS LAS CIRCUNSTANCIAS EN NOMBRE DE LA SOCIEDAD, CON EXCEPCIÓN DE AQUELLAS FACULTADES QUE, DE ACUERDO CON LOS ESTATUTOS, SE HUBIEREN RESERVADO LOS ACCIONISTAS. EN LAS RELACIONES FRENTE A TERCEROS, LA SOCIEDAD QUEDARÁ OBLIGADA POR LOS ACTOS Y CONTRATOS CELEBRADOS POR EL REPRESENTANTE LEGAL. LE ESTÁ PROHIBIDO AL REPRESENTANTE LEGAL Y A LOS DEMÁS ADMINISTRADORES DE LA SOCIEDAD, POR SÍ O POR INTERPUESTA PERSONA, OBTENER BAJO CUALQUIER FORMA O MODALIDAD JURÍDICA PRÉSTAMOS POR PARTE DE LA SOCIEDAD U OBTENER DE PARTE DE LA SOCIEDAD AVAL, FIANZA O CUALQUIER OTRO TIPO DE GARANTÍA DE SUS OBLIGACIONES PERSONALES.

CERTIFICA:

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL CODIGO DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y DE LO CONTENCIOSO Y DE LA LEY 962 DE 2005, LOS ACTOS ADMINISTRATIVOS DE REGISTRO AQUI CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME DIEZ (10) DÍAS HÁBILES DESPUÉS DE LA FECHA DE INSCRIPCIÓN, SIEMPRE QUE NO SEAN OBJETO DE RECURSOS.

* * * EL PRESENTE CERTIFICADO NO CONSTITUYE PERMISO DE * * *
* * * FUNCIONAMIENTO EN NINGUN CASO * * *

INFORMACION COMPLEMENTARIA

LOS SIGUIENTES DATOS SOBRE PLANEACION DISTRITAL SON INFORMATIVOS
FECHA DE ENVÍO DE INFORMACION A PLANEACION DISTRITAL : 3 DE ABRIL DE

SEDE NORTE

4 DE ABRIL DE 2014 HORA 17:40:47

R041443332

PAGINA: 2 de 2

2014

SEÑOR EMPRESARIO, SI SU EMPRESA TIENE ACTIVOS INFERIORES A 30.000 SMLMV Y UNA PLANTA DE PERSONAL DE MENOS DE 200 TRABAJADORES, USTED TIENE DERECHO A RECIBIR UN DESCUENTO EN EL PAGO DE LOS PARAFISCALES DE 75% EN EL PRIMER AÑO DE CONSTITUCION DE SU EMPRESA, DE 50% EN EL SEGUNDO AÑO Y DE 25% EN EL TERCER AÑO. LEY 590 DE 2000 Y DECRETO 525 DE 2009.

RECUERDE INGRESAR A www.supersociedades.gov.co PARA VERIFICAR SI SU EMPRESA ESTA OBLIGADA A REMITIR ESTADOS FINANCIEROS. EVITE SANCIONES.

CERTIFICA:

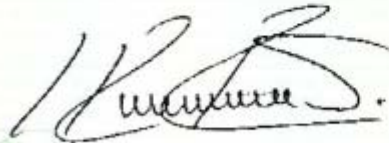
EL EMPRESARIO SE ACOGIO AL BENEFICIO QUE ESTABLECE EL ARTICULO 7 DE LA LEY 1429 DEL 29 DE DICIEMBRE DE 2010, Y QUE AL REALIZAR LA MATRICULA MERCANTIL INFORMO BAJO GRAVEDAD DE JURAMENTO LOS SIGUIENTES DATOS:

EL EMPRESARIO FOOD AND HEALTH SAS REALIZO LA MATRICULA MERCANTIL EN LA FECHA: 25 DE MARZO DE 2014

LOS ACTIVOS REPORTADOS EN LA MATRICULA MERCANTIL SON DE: \$ 1,000,000
EL NUMERO DE TRABAJADORES OCUPADOS REPORTADO POR EL EMPRESARIO EN LA MATRICULA ES DE:2

EL SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO,
VALOR : \$ 4,300

DE CONFORMIDAD CON EL DECRETO 2150 DE 1995 Y LA AUTORIZACION IMPARTIDA POR LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, MEDIANTE EL OFICIO DEL 18 DE NOVIEMBRE DE 1996, LA FIRMA MECANICA QUE APARECE A CONTINUACION TIENE PLENA VALIDEZ PARA TODOS LOS EFECTOS LEGALES



ANEXO 9 Facturas de Ventas

ANEXO 10 MATRIZ DE DECISIÓN DE PROVEEDORES

No	Nombre de la Empresa	Ciudad	Factores			TOTAL
			Precio	Facilidades de Pago	Capacidad de Fabricación	
1	Plásticos Salfer Ltda	Bogotá	3	2	0	5
2	Alquiven Ltda	Bogotá	3	1	2	6
3	Aproplast SA	Bogotá	0	1	0	1
4	Avimplast Ltda	Bogotá	0	3	2	5
5	CI Química Comercial Andina	Bogotá	2	2	3	7
6	Dow Química de Colombia	Bogotá	0	1	2	3
7	Empaques y Productos Especiales	Bogotá	3	3	3	9
8	Fanaplas Ltda	Bogotá	2	0	0	2
9	Gilpa impresores SA	Bogotá	3	3	0	6
10	Giralplast Ltda	Bogotá	3	3	2	8

ANEXO 11 Diagrama de Flujo del Proceso de Importación

Diagrama de Flujo Importación de Papa a la Francesa (5000 Kg)							
	○	⇒	□	D	▽	◻	T
Identificación de Proveedores Internacionales			x				2400
Clasificación Y Evaluación de Proveedores						x	60
Escoger Mejor Proveedor	x						60
Elección IncoTerms (CIF)						x	30
Verificar Términos de Pago			x				60
Importación por vía marítima		x					20160
Nacionalización del Producto	x						120
Solicitar Pre- Inspección Aduanera			x				35
Presentar Formato de Pago de la Mercancía	x						45
Presentar Declaración de Importación	x						10
Diligenciar Declaración Andina del Valor	x						15
Pagar Impuestos Aduaneros	x						8
Levantar Mercancía	x						70
Cargar Papa en el Camión	x						50
Transporte de la Mercancía hasta Bogotá		x					360
Total Tiempo de Operación (Min)							23483
Días por Cantidad (T/CANT)							4,6966

ANEXO 12 Diagrama de Flujo del Proceso de Re empaque por 500 gr

Diagrama de Flujo Paquete de Papa a la Francesa por 500 gr							
	○	⇒	□	D	▽	⊗	T
Verificación del estado del Paquete por 2,5 Kg			x				1
Cortado del Paquete	x						1
Extracción de la Materia Prima						x	2
Alistamiento del Material y la Bolsa de Empaque			x				3
Pesaje de la papa a la francesa por 500 gr	x						4
Reempaque en Bolsas						x	3
Total Tiempo de Operación (Min)							14
Minutos por Und (Und/CANT)							5,6

FICHA TECNICA

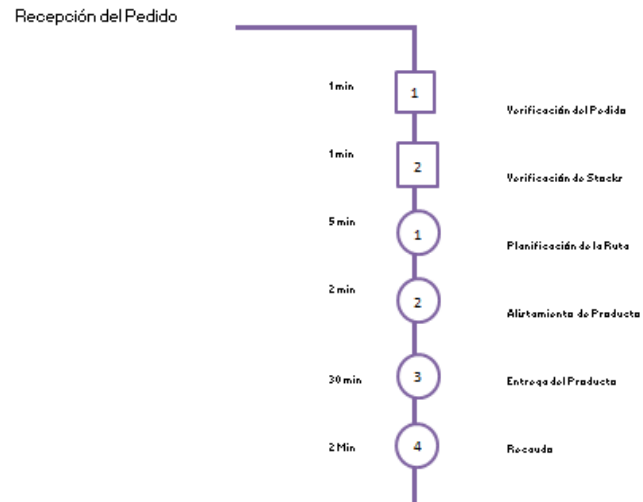
NOMBRE DEL PRODUCTO	PAPA A LA FRANCESA REFRIGERADA POR 500 Gr
DESCRIPCION DEL PROCESO	Alimento comestible obtenido del proceso de plantación y cosecha de batata, papa como es conocida en Latinoamérica de manera, procesada mediante los últimos procesos de corte, refrigerado y mantenimiento que permiten un óptimo de estandarización, cumpliendo todas las normas de presentación y calidad que exigen el mercado internacional, además de contar con el proceso <i>Stealth Fries</i> , que consta de una cobertura invisible que brinda mayor tiempo de temperatura caliente, menos tiempo de cocción y un reducción de un 25% de grasa después del preparado de la papa.
LUGAR DE ELABORACION	La planta procesadora se encuentra en Estados Unidos su proceso tiene una totalidad de materia prima orgánica.
PRESENTACION Y EMPAQUES COMERCIALES	Bolsas en polietileno de baja densidad (PEBD) selladas por 0,5 Kilogramos.
PROPIEDADES ORGANOLEPTICAS	La papa a la francesa refrigerada, contiene derivados naturales, provenientes del aceite vegetal, aceite de palma y aceite de semilla de algodón, que permiten la conservación el sabor, el color y la imagen presentable del producto.
REQUISITOS MINIMOS Y NORMATIVA	Registro INVIMA
TIPO DE CONSERVACION	Se recomienda mantenerlo en un lugar fresco y refrigerado.
VIDA UTIL ESTIMADA	Conservación congelada a (-18 °C), su vida útil en estas condiciones es de 365 días.
INSTRUCCIONES DE USO	Debe mantenerse en congelación antes y después de abrir el empaque. Se debe preparar

en aceite a 175 °C

		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal				001	
3. Concepto: <input type="checkbox"/> 1 Inscrición Espécimen remitido con la DIAN				4. Número de formulario: 14286915030			
							
6. Número de identificación Tributaria (NIT): 8 0 0 7 1 6 2 8 2		8. DTE: 1		12. Dirección especial: 3 2		14. Balcón electrónico	
IDENTIFICACION							
24. Tipo de contribuyente: Persona jurídica		25. Tipo de documento: 1		26. Número de identificación:		27. Fecha expedición:	
Lugar de expedición:		28. País:		29. Departamento:		30. Ciudad/Municipio:	
31. Primer apellido:		32. Segundo apellido:		33. Primer nombre:		34. Otros nombres:	
35. Razón social: FOOD AND HEALTH SAS							
36. Nombre comercial:				37. Sigla:			
UBICACION							
38. País: COLOMBIA		39. Departamento: Bogotá D.C.		40. Ciudad/Municipio: Bogotá D.C.		41. Dirección principal: CR 41 A 3B 25	
42. Correo electrónico: foodandhsas@gmail.com		43. Aparente alero:		44. Teléfono 1: 8 1 2 2 0 4 9		45. Teléfono 2: 3 1 3 8 5 3 6 4 5 8	
CLASIFICACION							
Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades		Decepción	
46. Código: 4 6 3 1	47. Fecha inicio actividad: 2 0 1 4 0 3 1 4	48. Código:	49. Fecha inicio actividad:	50. Código: 1 2	51. Código:	52. Número establecido en:	
Responsabilidades, Calidades y Atributos							
53. Código: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 5 7 9 1 1 1 4 3 6 1 0							
05- Impo. renta y compr. régimen ordinario 07- Retención en la fuente a título de renta 09- Retención en la fuente en el impuesto sobre las ve 11- Ventas régimen común 14- Impuesto de consumo 35- Impuesto sobre la renta para la equidad - CREE				10- Usuario educador			
Usuarios tributarios				Exportadores			
54. Código: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 2 3				55. Forma:		56. Tipo:	
				57. Serv: 1 2 3		58. Modo:	
				59. CPC:		60.	
Para uso exclusivo de la DIAN							
61. Anexo: <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO		62. No. de folios: 4		63. Fecha: 2 0 1 4 0 3 1 1			
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponde exactamente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad o inexactitud en sus datos podrá ser sancionada. Artículo 18 Decreto 2689 de Noviembre de 2013 Firma del solicitante: 				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN efectúe. Firma autorizada: 			
64. Nombre: MACIAS PARRA ANGELICA				65. Cargo: Punto de Contacto Presencial			

ANEXO 15 Diagrama de Operaciones (Recepción – Entrega del Pedido)

DIAGRAMA DE OPERACIONES FOOD AND HEALTH
PROCESO DE ALISTAMIENTO Y ENTREGA DEL PRODUCTO



Tipo	Cantidad	Tiempo total (min)
○	4	39
□	1	2

CÓDIGO DE COLORES	
—	papa a la francesa

DIAGRAMA DE OPERACIONES					
Ubicación:	FOOD & HEALTH				
Escala:	1:1	Tipo:	Material	Fecha:	Abril 19 2014
Aprobado por:	Ricardo Ladino				
Presentado por:	Juan Sebastian Guerrero Rojas, Henry Alexander				
Producto:	Papa a la francesa precocida refrigerada por 500				

ANEXO 16 Proyección Mensual de Ventas

	Meses									
	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Ventas	\$ 17.364.000,00	\$ 20.260.000,00	\$ 23.150.000,00	\$ 26.050.000,00	\$ 28.940.000,00	\$ 28.940.000,00	\$ 28.940.000,00	\$ 28.940.000,00	\$ 28.940.000,00	\$ 28.940.000,00
Unidades	1736,40	2026,00	2315,00	2605,00	2894,00	2894,00	2894,00	2894,00	2894,00	2894,00
Ventas	\$ 468.600,00	\$ 546.700,00	\$ 624.800,00	\$ 702.900,00	\$ 781.000,00	\$ 781.000,00	\$ 781.000,00	\$ 781.000,00	\$ 781.000,00	\$ 781.000,00
Unidades	660,00	770,00	880,00	990,00	1100,00	1100,00	1100,00	1100,00	1100,00	1100,00
Número de Toneladas	1,8684	2,18	2,491	2,803	3,114	3,114	3,114	3,114	3,114	3,114
Número de Contenedores Necesarios	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

ANEXO 2

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES (Licencia de uso)

Bogotá, D.C., 6 de Junio de 2014

Señores
Biblioteca Alfonso Borrero Cabal S.J.
Pontificia Universidad Javeriana
Cuidad

Los suscritos:

<u>Juan Sebastián Guerrero Rojas</u>	, con C.C. No	<u>1022362301</u>
<u>Henry Alexander Ríos Jiménez</u>	, con C.C. No	<u>1018429269</u>

En (nuestra) calidad de autores) exclusivos (s) de la obra titulada:

Creación de empresa importadora, distribuidora y comercializadora de papa a la francesa precocida refrigerada procesada con enzimas y aceite vegetal empacada en polietileno de baja densidad (por favor señale con una "x" las opciones que apliquen)

Tesis doctoral Trabajo de grado Premio o distinción: Si No

cual: _____
presentado y aprobado en el año 2014, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Pontificia Universidad Javeriana para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mi (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autorizan a la Pontificia Universidad Javeriana, a los usuarios de la Biblioteca Alfonso Borrero Cabal S.J., así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado un convenio, son:

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La conservación de los ejemplares necesarios en la sala de tesis y trabajos de grado de la Biblioteca.	x	
2. La consulta física (sólo en las instalaciones de la Biblioteca)	x	
3. La consulta electrónica - on line (a través del catálogo Biblos y el Repositorio Institucional)	x	
4. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer	x	
5. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet	x	
6. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previo convenio perfeccionado con la Pontificia Universidad Javeriana para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones	x	

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

acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

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


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

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

NOTA: Información Confidencial:

Esta Tesis o Trabajo de Grado contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de una investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. Si No

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta, tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

NOMBRE COMPLETO	No. del documento de identidad	FIRMA
Juan Sebastián Guerrero Rojas	1022362301	
Henry Alexander Ríos	1018429269	

FACULTAD: Ingeniería
PROGRAMA ACADÉMICO: Ingeniería Industrial

ANEXO 3
BIBLIOTECA ALFONSO BORRERO CABAL, S.J.
DESCRIPCIÓN DE LA TESIS O DEL TRABAJO DE GRADO
FORMULARIO

TÍTULO COMPLETO DE LA TESIS DOCTORAL O TRABAJO DE GRADO						
Creación de empresa importadora, distribuidora y comercializadora de papa a la francesa precocida refrigerada procesada con enzimas y aceite vegetal empacada en polietileno de baja densidad						
AUTOR O AUTORES						
Apellidos Completos			Nombres Completos			
Guerrero Rojas			Juan Sebastián			
Ríos Jiménez			Henry Alexander			
DIRECTOR (ES) TESIS O DEL TRABAJO DE GRADO						
Apellidos Completos			Nombres Completos			
Ladino Mejía			Ricardo Arcesio			
FACULTAD						
Ingeniería						
PROGRAMA ACADÉMICO						
Tipo de programa (seleccione con "x")						
Pregrado	Especialización	Maestría	Doctorado			
X						
Nombre del programa académico						
Ingeniería Industrial						
Nombres y apellidos del director del programa académico						
Olga Lucía Araoz						
TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:						
Ingeniero Industrial						
PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser LAUREADAS o tener una mención especial):						
CIUDAD		AÑO DE PRESENTACIÓN DE LA TESIS O DEL TRABAJO DE GRADO			NÚMERO DE PÁGINAS	
Bogotá D.C.		2014			123	
TIPO DE ILUSTRACIONES (seleccione con "x")						
Dibujos	Pinturas	Tablas, gráficos y diagramas	Planos	Mapas	Fotografías	Partituras
		x		x	x	
SOFTWARE REQUERIDO O ESPECIALIZADO PARA LA LECTURA DEL DOCUMENTO						
Nota: En caso de que el software (programa especializado requerido) no se encuentre licenciado por la Universidad a través de la Biblioteca (previa consulta al estudiante), el texto de la Tesis o Trabajo de Grado quedará solamente en formato PDF.						
MATERIAL ACOMPAÑANTE						

TIPO	DURACIÓN (minutos)	CANTIDAD	FORMATO		
			CD	DVD	Otro ¿Cuál?
Vídeo					
Audio					
Multimedia					
Producción electrónica					
Otro Cuál?					
DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVE EN ESPAÑOL E INGLÉS					
Son los términos que definen los temas que identifican el contenido. <i>(En caso de duda para designar estos descriptores, se recomienda consultar con la Sección de Desarrollo de Colecciones de la Biblioteca Alfonso Borrero Cabal S.J en el correo biblioteca@javeriana.edu.co, donde se les orientará).</i>					
ESPAÑOL			INGLÉS		
RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS (Máximo 250 palabras - 1530 caracteres)					
<p>Este proyecto se hace con el fin de traer un producto innovador que rompa con los paradigmas del mercado objetivo, la comida rápida o chatarra, este tipo de comidas siempre han estado marcadas por el paradigma de la acumulación de grasa y colesterol, que lo único que generan al consumidor son secuelas a corto plazo como son; malestar digestivo en general o efectos a largo plazo como el aumento de residuos de colesterol en las arterias, además de consumir una cantidad considerable de aceite, que genera que el producto al servirse, lo único que tenga es una congestión notable de grasa saturada, generando un aspecto poco saludable de la comida y alejando a posibles consumidores que prefieren ir a lugares donde la comida tenga mejor sabor y presentación a la hora de ser servida.</p> <p>Distribuir un producto que tiene los más altos estándares de calidad en el sector de comidas rápidas, genera un amplio margen de ganancia, además de permitirle al cliente final consumir un producto que garantiza un sabor exquisito, un papa a la francesa crocante, solo visto en restaurantes pertenecientes a las grandes elites, que cobrarían precios excesivos ya que conocen los beneficios de manejar artículos con tal altos índices de desempeño y productividad.</p>					