

**DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA CREACION DE UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA DE PATACONES PRECOCIDOS Y
CONGELADOS DE BANANO**

**JOSE LUIS BARRIOS GONZALEZ
MILENE GONZALEZ EGUIS
KAREN HORTA CAICEDO
DARLYS LARA GONZALEZ
GHOVELL RADA VARELA**

Informe de Avance del Proyecto de Investigacion Formativa

Ing. HUGO MERCADO
Asesor del Proyecto

CECILIA MORAN
Docente Asignatura Investigacion VI

**CORPORACION EDUCATIVA MAYOR DEL DESARROLLO
SIMON BOLIVAR
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
X SEMESTRE DIURNO
BARRANQUILLA
2004**

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	9
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.1 DESCRIPCIÓN	10
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	11
2. JUSTIFICACIÓN	13
3. OBJETIVOS	15
3.1 OBJETIVO GENERAL	15
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
4. MARCO REFERENCIAL	16
4.1 ANTECEDENTES	16
4.2 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	19
5. DISEÑO METODOLÓGICO	28
5.1 TIPO DE ESTUDIO	28
5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	28
5.3 UNIVERSO POBLACIÓN Y MUESTRA	28
5.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	29
7. PRESUPUESTO	32
8. CAPITULAJE	33
8.1 ESTUDIO DE MERCADEO	35
8.1.1 Objetivo	35

8.1.2	Problema a Analizar	35
8.1.3	Líneas De Acción	35
8.1.4	Factores Que Condicionan El Mercado	36
8.1.5	Objetivos De Investigación	36
8.1.6	Información Necesaria	36
8.1.7	Fuentes	36
8.1.8	Muestra	37
8.1.8.1	Determinación Del Tamaño De La Muestra	37
8.1.9	Justificación De Las Preguntas	39
8.1.10	Resultados De La Encuesta	39
8.1.11	Resultados de Personas Encuestadas	44
8.1.12	Análisis De La Encuesta	46
8.1.13	Análisis Del Sector	48
8.1.14	Análisis Del Mercado	49
8.1.15	Análisis De La Competencia	49
8.1.16	Estrategias De Mercadeo	50
8.1.16.1	Concepto Del Producto	50
8.1.16.2	Estrategias de Distribución	51
8.1.16.3	Estrategias de Precio	51
8.1.16.4	Estrategias de Promoción y Comunicación	51
8.1.16.5	Estrategias de Servicio	52
8.2	ESTUDIO TÉCNICO	
8.2.1	Objetivo	



8.2.2	Ficha Técnica Del Producto	55
8.2.3	Estado De Desarrollo	55
8.2.4	Descripción Del Proceso	56
8.2.5	Diseño Higiénico de las Areas	57
8.2.6	Salud e Higiene Del Personal	59
8.2.7	Manipulación Higiénica de los Alimentos	59
8.2.8	Higiene Del Personal	60
8.2.9	Necesidades y Requerimientos	60
8.2.9.1	Materia Prima	60
8.2.9.2	Insumos	60
8.2.10	Máquinas y Equipos	60
8.2.11	Mano de Obra Requerida	61
8.2.12	Plan De Compras	62
8.2.13	Localización De La Empresa	63
8.3	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	67
8.3.1	Objetivo	67
8.3.2	Políticas de Administración de Personal	69
8.3.2.1	Reclutamiento y Selección	69
8.3.2.2	Selección	70
8.3.3	Contratación e Inducción	71
8.4	ESTUDIO FINANCIERO	85
8.4.1	Objetivo	85
8.4.2	Inversión	85



8.4.3	Presupuestos	86
8.4.3.1	Presupuesto Trimestral De Ventas	86
8.4.3.2	Recaudo de Caja Esperado	86
8.4.3.3	Presupuesto De Producción	87
8.4.3.4	Presupuesto De Materiales Directo	87
8.4.3.5	Egresos por Pago a Proveedores	88
8.4.3.6	Presupuesto Trimestral de Mano de Obra Directa	88
8.4.3.7	Presupuesto de CIF	89
8.4.3.8	Costo Unitario Producto Terminado	89
8.4.3.9	Valoración de Inventarios Finales	90
8.4.3.10	Presupuesto de Gastos de Admón. y Ventas	90
8.4.3.11	Estado de Costo de Producto Vendido	91
8.4.3.12	Presupuesto de Efectivo	92
8.4.3.13	Estado De Resultado	93
8.4.3.14	Balance General	93
8.4.3.15	Cuadro de Amortizaciones	94
8.4.3.16	Cálculo del VPN	94
8.5	ESTUDIO LEGAL	97
8.5.1	Objetivo	97
8.5.2	Gestiones para Crear, Constituir y Formalizar Empresa	97
8.5.3	Registro de una Sociedad	101
8.5.3.1	Requisitos para Construir una Sociedad	101
8.5.3.2	Requisitos para su Registro	103

8.5.4	La Licencia Ambiental	103
8.5.4.1	Procedimiento Para La Obtención De Licencias Ambientales	104
8.5.4.2	Contenido de la Licencia Ambiental	107
8.5.5	Tramite para solicitar Registro Sanitario ante el INVIMA	108
8.5.5.1	Nombre del Trámite	108
8.5.5.2	En qué consiste el Trámite	108
8.5.5.3	Requisitos y Documentos necesarios para el Trámite	109
8.5.6	Afiliación a la ARP SURATEP	110
8.5.7	Afiliación a la EPS SALUDCOOP	112
8.5.8	Número de Identificación Tributaria. NIT	112
8.5.8.1	Requisitos para el Trámite	112
8.5.8.1.2	Trámite	112
8.5.9	Impuesto a la Venta y Retención en la Fuente	113
8.5.10	Permisos y Licencia	113
8.5.10.1	Impuesto de Industria y Comercio	113
8.5.10.2	Requisitos	113
8.5.10.3	Trámites	114
8.5.10.4	Costo	114
8.5.10.5	Certificado de Seguridad y Prevención	114
8.5.10.6	Requisitos	115
8.5.10.6.1	Trámites	115
	Comfamiliar	115

9. ANÁLISIS DE RESULTADOS	116
10. CONCLUSIONES GENERALES	126
BIBLIOGRAFIA	127
ANEXOS	

INTRODUCCION

El presente trabajo investigativo va encaminado a la elaboración de un plan de negocios para la creación de una microempresa productora de patacones precocidos y congelados de banano, como aporte al desarrollo socioeconómico de la región y una forma de utilizar los recursos de producción, naturales, humanos, financieros y tecnológicos que brinda el medio.

El país es cada vez más consciente de las posibilidades que ofrece la micro, pequeña y mediana empresa para hacer frente a la crisis nacional y a la generación de empleo; por ello se necesitan seres humanos creativos e innovadores, capaces de sobreponerse a las limitaciones que el entorno les plantea, hábiles para aprovechar las oportunidades, independientemente del volumen de recursos propios que tengan, deseosos de transformar sus ideas en hechos, capaces de alimentar con sus acciones la economía, la actividad empresarial y la calidad de vida de sus semejantes.

Con la ejecución de este proyecto, el grupo investigador se convertirá en un generador de empleo productivo, de bienestar social y de satisfacciones personales, profesionales y sociales.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN

Actualmente el entorno empresarial es globalizado, por lo tanto las organizaciones requieren mejorar su calidad para poder competir en mercados internacionales y subsistir en su medio. Colombia requiere de manera urgente la creación de empresas innovadoras, rentables y competitivas, con empresarios y empleadores creativos en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas, las cuales necesitan de menor inversión que las de gran tamaño, y fácilmente pueden encontrar nichos de mercado para sus productos y servicios.

La creación de empresas y por ende la generación de empleo requiere de dos componentes básicos: Las empresas y equipos con visión y espíritu empresarial por un lado, y el entorno o ambiente propicio para el desarrollo de las iniciativas por el otro. Sin embargo, Colombia muestra unas cifras de desempleo demasiado altas. Las pequeñas empresas colombianas están en la "lucha", y muestran poco a poco una recuperación tan fuerte como las empresas grandes.

Según el DANE¹ los principales indicadores del mercado laboral por semestre en la región atlántica son las siguientes: Para el primer semestre del año 2003 la tasa global de participación fue de 54.7%, la de ocupación fue de 48.7% la del subempleo 18.6% y la de desempleo de 11.0%.

En ciudades como Bogotá, Barranquilla, Cali, Medellín, Bucaramanga, Manizales, Pasto, Montería, Cartagena, Cúcuta, Pereira, Villavicencio, según la encuesta de

¹ DANE. Seccional Barranquilla.



junio del 2003, la tasa de desempleo es de 16.9%; su tasa ocupacional es de 53.1%².

La necesidad de crear empresas en Colombia y de disminuir el índice de desempleo en nuestra región motivó al grupo investigador a formar parte del sector productivo, para lo cual se creará una empresa propia orientada hacia la producción de patacones precocidos de banano.

Para llevar a cabo esta idea, es necesario contar con un plan bien estructurado, que tenga en cuenta el análisis del mercado, el técnico, el administrativo, financiero y legal, con el fin de contar con mayores posibilidades de éxito una vez creada; de lo contrario podría fracasar como tantas otras empresas que se han creado en Colombia.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

De acuerdo con lo expresado anteriormente, surgió el siguiente interrogante, el cual sirvió de guía durante la investigación.

¿Cómo se podrá crear una microempresa productora de patacones precocidos y congelados de banano?.

Del anterior interrogante surgen las siguientes subpreguntas:

- ¿Qué aspectos se deben considerar para determinar el mercado del producto?.
- ¿Qué tipo de maquinaria, personal e instalaciones se requiere para la producción de este alimento?.

² Ibid.

- ¿Qué tipo de estructura organizacional requerirá la empresa?.
- ¿Qué aspectos legales se deben considerar para la creación de una microempresa?.
- ¿Cómo se puede determinar la viabilidad económica?.



2. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto está encaminado al fomento y desarrollo empresarial de la ciudad de Barranquilla, así como también a disminuir el índice de desempleo en la Costa Atlántica y al crecimiento de los investigadores como profesionales.

La idea surgió del interés de aplicar los conocimientos adquiridos durante el transcurso de la carrera en la creación de una empresa propia; además, profundizar en ellos, porque a medida que se ha ido desarrollando la investigación surgieron ideas nuevas que era necesario aclarar mediante la búsqueda de fuentes bibliográficas para precisarlas y lograr su apropiación, con el fin de resolver los problemas que se presentaran.

Otro aspecto de gran importancia es el aporte de los estudiantes investigadores al desarrollo empresarial de la región en estos momentos tan cruciales que está viviendo el país. El índice de desempleo en Colombia durante el pasado mes de Enero de 2004 fue de 14,3 %³, reveló el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE).

Igualmente, este proyecto se apoya bajo la ley de Micros Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) 590 del 2000 la cual promueve el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas mediante fondos de capital de riesgo con recursos subsidiados y cofinanciados. De esta ley se resalta lo siguiente:

³ www.dane.gov.co

• OBJETO DE LA LEY⁴

Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.

Estimular la formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, - MIPYME-.

Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas.

Promover una mas favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas insumos, bienes de capital y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales.

Todo lo anterior justifica que se desarrolle esta investigación para beneficio de la Universidad, de los estudiantes y de la región.

⁴ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Ley No. 590 de 10 de Julio de 2000. Capítulo I, Artículo 1.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa productora de patacones precocidos y congelados de banano, con el fin de estudiar la factibilidad del negocio.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un Estudio de Mercado para determinar la existencia real de clientes, la identificación de los canales de distribución que se van a usar y la validez de los mecanismos de mercadeo y venta previstos.
- Elaborar un estudio técnico que determinará si es posible lograr elaborar y vender el producto con la calidad, cantidad y costo requerido.
- Llevar a cabo un estudio administrativo con el fin de definir las características necesarias del grupo empresarial, el personal del negocio y las políticas de administración de personal.
- Presentar un estudio legal para definir la posibilidad legal y social para que el negocio se establezca y opere.
- Determinar la viabilidad económica de la inversión requerida para el montaje de la microempresa.



4. MARCO REFERENCIAL

4.1 ANTECEDENTES

Las estadísticas mundiales referidas a la producción de frutas indican que el banano ocupa el segundo lugar en importancia siendo la India el primer país de mayor producción con unas 16 millones de toneladas al año. Es la fruta de mayor consumo per cápita en Argentina y Estados Unidos, tiene un alto contenido de vitaminas (A, B6 y C) y minerales (Ca y P); pero es particularmente conocido por su alto contenido de potasio (k) (370 mg /100 grs. de pulpa) haciendo del cultivo de esta fruta una forma muy agradable de satisfacer los requerimientos diarios de potasio en la dieta humana (2000-6000 mg K/ día).

El banano por su alto poder nutritivo, rico en vitaminas y bajo en grasas posee un bajo nivel de fibra que lo hace apto e ideal para el consumo humano.

Contiene: hierro, agua: 75.12%, almidón, celulosa, sacarosa, glucosa, dextrosa, gomas, tanino, proteínas, carbohidratos, fibra, calcio, fósforo, tamina, niacina, riboflavina, vitaminas Ay C³.

Aunque se le llama árbol, esta planta perteneciente a la familia de las musáceas, es en realidad una gigantesca hierba, que puede alcanzar una altura de 15 metros. Al igual que el plátano, el banano es una fruta tropical originada en el sudoeste asiático, probablemente de Malasia, China Meridional e Indonesia. Desde allí fue llevado a Madagascar en el siglo XV, y luego difundido en la costa oriental y central de Africa, aunque algunos lo sitúan en ese continente desde hace unos 8000 años. En el siglo XV los portugueses lo encontraron en la costa

⁵ www.agrocadenas.gov.co

occidental africana, en la región de Guinea, llamándolo *guineo*. Hacia 1516 el padre Tomás de Berlanga lo introdujo en la isla La Española, en el Caribe, probablemente llevándolo desde las islas Canarias, donde se cultiva desde 1450.

Parece ser que el comercio del banano en el mundo, realmente comenzó al final del siglo XIX. En 1915, Europa importó más de 100.000 toneladas de bananos de la variedad Gross Michael, pero posteriormente, en 1940, la llamada enfermedad de Panamá diezmo las plantaciones y esta variedad fue desapareciendo progresivamente. A partir de 1960, esta variedad ha sido reemplazada por variedades resistentes producidas por el grupo Cavendish, aunque existen otras como las aromadas de Martinica y Guadalupe, algunas de las Islas Canarias, y las variedades largas africanas.

El banano⁶ es un cultivo permanente que se autoreemplaza con un pequeño retoño que crece al lado de la planta que muere al ser cosechada. Las dos especies más conocidas en nuestro medio son: la *musa paradisíaca* que corresponde al plátano para cocción, y la *musa sapientum* o banano.

- **LA CADENA DE BANANO EN COLOMBIA**

Colombia⁷ ha tenido una relativa larga tradición como productora y exportadora de banano. Existen dos tipos de este producto: banano de exportación y banano criollo o de consumo interno.

La primera plantación de banano en Colombia fue establecida a finales del Siglo XIX, en el área de Ciénaga, cerca del puerto de Santa Marta, habiendo realizado la primera exportación de 1582 racimos en Octubre de 1891, con destino a la ciudad norteamericana de New Orleans. De acuerdo a datos obtenidos de AUGURA (Asociación de Bananeros de Colombia), desde principios del siglo XX

⁶ Ibid.

⁷ Ibid.

ha habido plantaciones bananeras en la región de Urabá. Consorcio Albingia fue el nombre de la primera compañía bananera, con capital y tecnología alemanes, que se instaló cerca de Turbo, sembrando la variedad Gross Michel. Esta compañía transportaba por vía férrea la fruta hasta el lugar del embarque llamado Puerto César.

En los años sesenta, la Compañía Frutera de Sevilla filial de United Fruit Company implementó el cultivo del banano en Urabá con un enfoque de siembra comercial. Entre 1969 y 1975 se cambió la variedad Gross Michel por la Cavendish, debido principalmente a la susceptibilidad de la primera a la Enfermedad de Panamá. Este cambio fue importante además, porque la productividad de la nueva variedad se estimaba del orden de 35 Ton /ha, en cambio la de la Gross Michel era de un promedio de 15 Ton/ha. Pero el trabajo no sólo se limitó a la tecnología. Los bananeros colombianos decidieron agruparse y crearon el 13 diciembre de 1963 la Asociación de Bananeros de Colombia, AUGURA. Otro grupo importante de ellos decidió montar la Asociación de Bananeros de Urabá, UNIBAN, para asumir la comercialización y exportación de la fruta

- **LOCALIZACIÓN REGIONAL DE LA PRODUCCIÓN DE BANANO**

Las dos regiones que producen banano para exportación son el Urabá antioqueño (municipios de Apartado, Carepa, Chigorodó y Turbo) y la región norte del departamento del Magdalena (municipios de Córdoba, Río Frío, Orihueca, Sevilla y Aracataca). Según datos del Ministerio de Agricultura, en el 2002 el banano de exportación representó aproximadamente el 6% del área frutícola cosechada nacional y el 18% de la producción del subsector.



- **EL ESLABÓN INDUSTRIAL**

El mercado de banano⁸ en el mundo es el de consumo en fresco. En Colombia una cantidad mínima se destina a procesos industriales para la obtención de productos alimenticios.

En general el banano puede ser utilizado industrialmente como materia prima para la obtención de productos como bananos pasos o bananos deshidratados, o secados, en almíbar, cremas, postres, pulpas, purés, compotas, mermeladas, conservas, harinas, hojuelas, fritos, jarabe, confitados y congelados, liofilizados, etanol, jaleas, bocadillo, néctares, jarabe de glucosa y fructosa, saborizantes y aromatizantes, dulce elaborado de su cáscara, alimento para el ganado y otros animales. Los deshechos fibrosos del cultivo también sirven como materia prima para la elaboración de pulpas celulósicas, almidón y productos químicos.

Los subproductos o abonos orgánicos que proceden del vástago se incorporan a la plantación y los residuos que se generan en la cosecha, fibras y papel a base de los pseudos tallos, alcohol, aguardiente, vino, vinagre de la fermentación de la fruta. En otros países se está manejando el uso de los residuos de cosecha para la elaboración de gas biológico, láminas de cartón, material para embalaje y pita.

4.2 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Para la ejecución de este proyecto es necesario crear un plan de negocios, el cual es un documento donde el empresario detalla un conjunto de informaciones que describen las perspectivas y coherencia de su proyecto. En este documento ha de incluirse la información relativa a las distintas áreas del negocio como son la comercial, de producción, de organización, de recursos humanos y la económica y financiera, contemplando las líneas estratégicas a seguir.

⁸ Ibid.

Con el Plan de negocios se trata de obtener un documento que ayude a evitar posibles equívocos y a reducir riesgos innecesarios mediante un ejercicio de planificación coherente. Con una planificación adecuada se disminuye el riesgo de fracaso. Además, el Plan de Negocio es un documento muy útil para la presentación de un proyecto empresarial ante terceros implicados como son entidades financieras, socios o instituciones entre otros. Las partes de un plan de negocios son los siguientes⁹:

MODULO 1: RESUMEN EJECUTIVO

- **CONCEPTO DEL NEGOCIO.** Se refiere al nombre comercial, producto o servicio, localización, ubicación de la empresa, objetivos del proyecto / empresa, innovación, valores agregados, participación en los clusters, cadenas productivas, o desarrollo regional. Mencione otros valores relevantes.
- **POTENCIAL DE MERCADO EN CIFRAS.** Se debe presentar con cifras el servicio.
- **VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR.** Se refiere a ventajas que permitirán asegurar el éxito (comerciales, técnicas, operaciones, financieras, etc.).
- **RESUMEN DE LAS INVERSIONES REQUERIDAS.** Se debe definir las principales inversiones, aportes de los socios, aportes solicitados.
- **PROYECCIONES DE VENTAS Y RENTABILIDAD.** Se debe presentar un resumen de las ventas proyectadas y las rentabilidades de las mismas.

⁹ www.sena.edu.co



- **CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.** Se refiere a la presentación de las principales bondades financieras y sustente las viabilidades de mercados, técnicas y operativas.

MODULO 2: MERCADEO¹⁰

- **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

- **Análisis del sector:** Se debe Elaborar un diagnóstico de la estructura actual del mercado nacional y/o de los países objetivos; Desarrollo tecnológico e industrial del sector; importaciones y exportaciones del producto/ servicio a nivel nacional y mercados objetivos (países). etc.
- **Análisis del mercado:** Se Define el mercado objetivo, justificación del mercado objetivo, estimación del mercado potencial, consumo aparente, consumo per cápita, magnitud de la necesidad, otro; estimación del segmento/ Nicho de mercado (tamaño y crecimiento).
- **Análisis de la competencia:** En este estudio se Identifican los principales participantes y competidores potenciales; análisis de empresas competidoras.
- **Relación de agremiaciones existentes;** Análisis del costo de mi producto / servicio; Análisis de productos sustitutos; Análisis de precios de venta de mi producto /servicio (P/S) y de la competencia; Imagen de la competencia ante los clientes; Segmento al cual esta dirigida la competencia; Posición de mi P/S frente a la competencia.

¹⁰ Ibid.

- **ESTRATEGIAS DE MERCADEO**

- **Concepto del producto o servicio:** Descripción básica, especificaciones o características, aplicación/ uso del producto o servicio, diseño, calidad, empaque y empaque, fortalezas y debilidades del Producto o servicio, frente a la competencia. Estrategias de distribución: Alternativas de penetración, alternativas de comercialización, distribución física internacional, estrategias de ventas, presupuesto, tácticas relacionadas con distribución.

- **Estrategias de precio:** Análisis competitivo de precios, punto de equilibrio, condiciones de pago, seguros necesarios, impuestos a las ventas, costo de transporte, riesgo cambiario, preferencias arancelarias, tácticas relacionadas con precios, posible variación de precios para resistir guerra de precios.

- **Estrategias de promoción:** Promoción dirigida a clientes y canales (descuentos por volúmenes o por pronto pago), manejo de clientes especiales; conceptos especiales que se usan para motivar la venta, cubrimiento geográfico inicial y expansión; presupuesto de promoción.

- **Estrategias de comunicación:** Selección de medios, medios masivos, tácticas relacionadas con comunicaciones.

- **Estrategias de servicio:** Garantía y servicio postventa; mecanismos de atención a clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros), forma de pago, comparación de políticas de servicio con los de la competencia.



- **MODULO 3: TÉCNICO**

- **Ficha técnica del producto o servicio.** Cuáles son las características técnicas del producto o servicio a desarrollar (capacidad, cualidades, diseño, tamaño, tecnología, etc.
- **Estado de desarrollo.** Descripción del estado del arte del bien o servicio y el avance que se tiene del nuevo bien o servicio a desarrollar.
- **Descripción del proceso:** Diseño, puesta en marcha y producción) En caso de subcontratación describir el proceso que es responsabilidad de la empresa (hacer flujograma).
- **Necesidades y requerimientos**¹¹. Comprende a materias primas e insumos; Tecnología requerida: descripción de equipos y máquinas; capacidad instalada; mantenimiento; Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas; Localización y tamaño; Mano de obra operativa especializada requerida.
- **Plan de compras.** Identificación de proveedores; capacidad de atención de pedidos; importancia relativa de los proveedores; pago a proveedores planeación de compras; Control de calidad: procesos de control de calidad requeridos por la empresa, control de calidad a las compras, implementación y seguimiento a normas de calidad establecidas, plan de control de calidad.

¹¹ Ibid.

- **MODULO 4: ORGANIZACIONAL Y LEGAL**

ORGANIZACIONAL

CONCEPTO DEL NEGOCIO - FUNCIÓN EMPRESARIAL

- **Análisis Dofa.** Estrategias para mantener, explorar, corregir, afrontar las diferentes debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.
- **Estructura organizacional:** Equipo directivo, líneas de autoridad, nivel de organigrama.
- **Organismos de apoyo.** Entidades tanto privadas como oficiales que vienen apoyando el proceso. Evidenciar este apoyo.
- **Constitución empresa y aspectos legales.** Tipo de sociedad, estado legal actual; Legislación vigente que regule (ventajas y desventajas) la actividad económica y la comercialización de los P/S (urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, tributaria, protección intelectual y ambiental); Gastos de constitución; Normas o Políticas de distribución de utilidades.

- **MODULO 5: FINANCIERO¹²**

INVERSIONES:

- **Inversiones diferidas.** Elabore el listado con sus respectivos valores de las inversiones requeridas en aspectos como: estudios, pasantías, capacitaciones,

¹² Ibid.

licencias, legalizaciones, elaboración de prototipos, gastos de puesta en marcha, gastos pre operativos, etc. Mencione cual de las anteriores ya se tienen.

- **Inversiones fijas:** Tome el listado de las inversiones en propiedades, planta y equipo presentado en el módulo 3 (análisis técnico - operativo) y valore la inversión comercial. Es importante contar con cotizaciones actualizadas. Mencione cual de las anteriores ya se tienen.

- **Inversiones para capital de trabajo:** Liste los rubros y sus respectivos valores del capital requerido en aspectos como: adquisición de materias primas, stocks de productos, cartera, gastos y costos (salarios, publicidad, servicios públicos, pagos de cuotas por créditos, etc.). Mencione cual de las anteriores van a ser aportados por los socios.

- **PRESUPUESTOS**

- **Presupuesto de ingresos:** De acuerdo con los estudios de mercado se deben formular los ingresos operaciones y no operacionales. (Cantidades, descripción del bien o servicios, precios unitarios y valores totales a comercializar). Comente el origen y el resultado de las cifras.

- **Presupuesto de costo de producción:** De acuerdo con los estudios, se deben plantear los costos de producción teniendo en cuenta: las materias primas, obra de mano y costos indirectos. (para iniciativas que contemplen la fabricación de bienes). Comente el origen y resultado de las cifras.

- **Presupuestos de costos de venta:** Plantee las cantidades, descripción del bien o servicios, precios unitarios y valores totales. (para iniciativas que contemplen la comercialización de bienes o servicios). Generalmente se comenta el origen y resultado de las cifras.

- **Presupuestos de gastos:** Describir los conceptos y los valores de los gastos clasificándolas (salarios, prestaciones sociales y aportes patronales, arrendamientos, servicios públicos, publicidad, elementos de aseo y cafetería, etc.) Tenga en cuenta la amortización de diferidos, depreciaciones, pago de créditos. Comente el origen y el resultado de las cifras.

- **Balance general inicial proyectado:** Presentado a la fecha de iniciación de operaciones y para los próximos dos años.

- **Estado de ganancias y pérdidas proyectado:** Elaborarlo a partir de la fase operativa de la empresa. Proyectarlo mensualmente por el primer año y anualmente por los próximos 2 años.

- **Flujo de caja propuesto:** Se debe Presentar los ingresos y egresos de efectivo por los 12 primeros meses de la fase operativa y de los dos siguientes años. Comente el origen y el resultado de las cifras.

- **Evaluación del proyecto:** Tasa interna de retorno, Valor presente neto, Punto de equilibrio, relación costo / beneficio y recuperación de la inversión. Comente el origen y el resultado de las cifras.

- **Otros indicadores:** Endeudamiento; Capital de trabajo; Utilidad bruta unitaria; Rotación de cartera (proveedores y ciclo operacional); Pasivo Financiero / Ventas; Gasto Financiero / Ventas. Comente el resultado de las cifras.

- **Análisis de riesgos:** Presente los principales riesgos y plante las estrategias que se tienen para corregirlos.

- **Análisis de sensibilidad y plan de contingencia:** Analice las principales cifras y detecte cuales son las más inestables. Plantee que planes de contingencia se tienen para superarlas las eventualidades.



- **MODULO 6: IMPACTO DEL PROYECTO**

- **Impacto económico, regional, social, ambiental.** (Corresponde a la generación de empleo directo, ventas nacionales y exportaciones, según el caso, etc.)
- **Documento complementarios¹³:** De acuerdo con el tipo de negocio adicionar: Plan exportador; Investigación y desarrollo tecnológico; Cualquier otro que se considere relevante.

¹³ Ibid.



5. DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación planeada tiene un enfoque cuantitativo ya que las variables a analizar son de carácter medible.

5.1 TIPO DE ESTUDIO

El tipo de investigación es descriptiva ya que se describen los aspectos que determinan el grado de viabilidad del proyecto.

5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método utilizado es deductivo ya que partimos de datos generales sobre la situación real de un entorno socioeconómico al cual se desea ingresar e idear estrategias específicas para lograr la aceptación y consolidación de la empresa.

5.3 UNIVERSO POBLACIÓN Y MUESTRA

El universo para este estudio lo conforman las personas que viven en los estratos 2, 3, 4, 5, y 6 en donde se encuentran ubicados los posibles clientes potenciales del producto.

- **Muestra**

ESTRATO	CANTIDAD POR ESTRATO	PORCENTAJE POR ESTRATO	MUESTRA POR ESTRATO
2	100	25%	50
3	80	20%	40
4	120	30%	60
5	60	15%	30
6	40	10%	20

5.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

- **ENCUESTA**

Técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población.

- **Ventajas:**

- Técnica más utilizada y que permite obtener información de casi cualquier tipo de población.
- Permite obtener información sobre hechos pasados de los encuestados.
- Gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico.

- Relativamente barata para la información que se obtiene con ello.

- **Inconvenientes:**

- No permite analizar con profundidad temas complejos (recurrir a grupos de discusión).

El Cuestionario es el instrumento de la encuesta y es un instrumento de recogida de datos rigurosamente estandarizado que operacionaliza las variables objeto de observación e investigación, por ello las preguntas de un cuestionario son los indicadores.

- **LA OBSERVACIÓN**

Como técnica de investigación, la observación tiene amplia aceptación científica. El propósito de la observación es múltiple: permite al analista determinar que se está haciendo, como se está haciendo, quien lo hace, cuando se lleva a cabo, cuanto tiempo toma, dónde se hace y por que hace.

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES
Plan de mercadeo	Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado	Producto	Nivel de calidad y confiabilidad del producto
		Cliente	Existencia real de clientes para los productos que van a producirse



		Competencia	Fortalezas y debilidades frente a los productos competidores
Plan de producción	Este estudio tiene por objetivo proveer la información necesaria para determinar la viabilidad técnica de la empresa.	Mano de obra	Disponibilidad de mano de obra operativa requerida
		Proceso	Tipo de manufactura o sistema de operación que se utilizará.
Plan administrativo	Se determina el equipo directivo y las habilidades para llevar a cabo el proyecto así como también la misión y los objetivos que este persigue al montar el negocio	Organización	Equipos administrativos y sus directores
		Personal	Condiciones laborales y salariales
Plan Financiero	A través de este estudio se ordena toda la información económica que proporcionaron las etapas anteriores, se elaboran los cuadros analíticos para evaluar el proyecto y determinar su monto total de inversión, capital de reserva para contingencias y un análisis de riesgo complementario	Inversión	Tasa de retorno a la inversión
		Sostenibilidad del negocio	Análisis del punto de equilibrio y utilidades
Plan legal	Permite determinar los requisitos legales que debe llenar la empresa para comenzar a operar como tal.	Legislación	Leyes que regulan la actividad económica y comercialización del producto
		Medio ambiente	Mecanismos de control de la contaminación

7. PRESUPUESTO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR
Transporte		200000
Diskette	10	10000
CDS	2	1000
Resma de papel	3	30000
Cartuchos	4	80000
Fotocopias	100	50000
Internet	50	75000
Almuerzos	10	30000
TOTAL		\$495000

CAPITULAJE



PLAN DE MERCADOS

8.1 ESTUDIO DE MERCADEO

8.1.1 Objetivo. Mediante este estudio se busca obtener un análisis profundo de todos aquellos factores que puedan amenazar o frenar el desarrollo de la propuesta y en consiguiente buscar el mejor sector de la población a la cual se adapte de manera más fácil este tipo de producto, teniendo en cuenta esos factores podremos determinar si es factible o no desarrollar éste producto y se determinara cuan beneficioso seria la puesta en marcha del mismo así como el lugar donde se establecería, los costos preoperativos y la competencia del mismo. La realización de este modulo va encaminada a un análisis de la Empresa Patacones De Colombia, fabricante y comercializadora de patacones precocidos y congelados de banano con miras a obtener lo resultados que benefician a la empresa en la caracterización del mercado en el que se presentará su producto.

8.1.2 Problema a Analizar

- Identificar lo que la gente busca al comprar alimentos precocidos y congelados. ¿Cuales son las tendencias de los clientes?
- Identificar el segmento de mercado en el que se posesionará el mercado.
- Identificar de acuerdo a los resultados del estudio, las estrategias publicitarias para un futuro.
- Identificar la competencia y deducir las posibles debilidades y/o fortalezas que presenta nuestra empresa con relación a las demás.

8.1.3 Líneas De Acción. Implementar un plan de mercado para conocer las necesidades de lo posibles clientes.

8.1.4 Factores Que Condicionan El Mercado. Materia prima, proveedores, factores provisionales, costo de fabricación, precio del producto, la competencia entre otros.

8.1.5 Objetivos De Investigación

- Identificar el segmento de mercado al cual la empresa pretende llegar con sus productos.
- Establecer cuáles son las características y factores que influyen en la decisión de comprar o no el producto.
- Determinar cual debe ser la publicidad para llegar al cliente.

8.1.6 Información Necesaria

- Información socioeconómica del cliente.
- Tendencias y gustos de los clientes.
- Líneas de producción que maneja la competencia.
- Proyecciones de ventas.
- Formas de ventas.

8.1.7 Fuentes

- Encuesta a los clientes potenciales.
- Catálogos de la competencia.
- Visita a los puntos de venta de la competencia.

8.1.8 Muestra

8.1.8.1 Determinación Del Tamaño De La Muestra. El cálculo del número mínimo de sujetos que debe formar parte de una muestra exhaustiva al azar, se realiza como sigue:

$$\frac{4NPQ}{S^2(N-1) + 4PQ}$$

Donde:

N = Universo = 400

P = probabilidad de éxito = 50%

Q = probabilidad de fracaso 50%

Para un 95% y un error del 5% S = 0.05

S² = varianza

$$n_0 = \frac{4(400)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(400-1) + 4(0.5)(0.5)} = 200$$

ESTRATO	CANTIDAD POR ESTRATO	PORCENTAJE POR ESTRATO	MUESTRA POR ESTRATO
2	100	25%	50
3	80	20%	40
4	120	30%	60
5	60	15%	30
6	40	10%	20



8.1.9 Justificación De Las Preguntas

- **Pregunta 1., 1.1., 1.2.** Con estas preguntas se pretendió conocer las diferentes tendencias alimenticias de los clientes potenciales y advertir que tanto saben de la competencia.
- **Pregunta 2.** Conocer el porcentaje de consumo de los clientes potenciales.
- **Pregunta 3.** Determinar los factores de relevancia al momento de elegir un producto.
- **Pregunta 4.** Conocer el porcentaje de aceptación que tiene nuestro producto en el mercado.
- **Pregunta 5.** La pregunta pretende evidenciar que tanto desean los consumidores, comprar el producto hecho o hacerlo.
- **Pregunta 6.** Determinar los factores representativos al momento de evaluar la presentación del producto.
- **Pregunta 6.1.** Conocer el monto aproximado de pago, para establecer la disponibilidad económica de las personas en cuanto a la adquisición del producto.
- **Pregunta 7.** Llegar a determinar los elementos más relevantes en cuanto a la publicidad del producto.

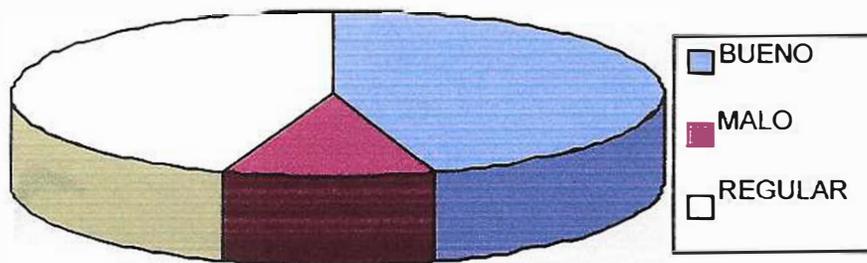
Con los datos personales se pretende establecer el segmento atractivo de mercado según edad, ocupación, dirección de residencia y estado civil de los entrevistados.

Con la variable sexo se busca identificar el consumidor resolutivo (persona que en última instancia toma la decisión de compra), para saber a quien dirigir la publicidad del producto.

8.1.10 Resultados De La Encuesta

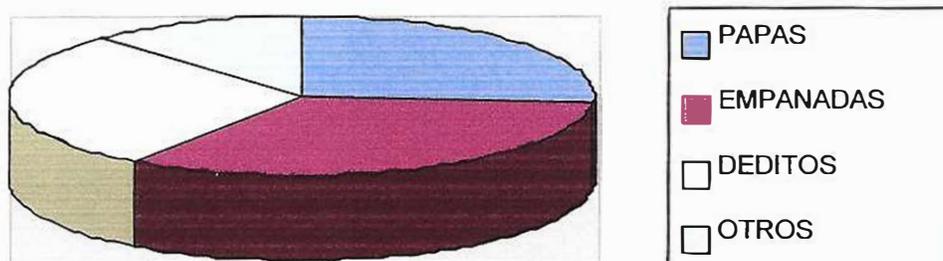
1. ¿Que opina usted de los alimentos precocidos y congelados?

Bueno	:	90-----	45%
Malo	:	21-----	10.5%
Regular	:	89 ---	44.5%



1.1 Cual de los siguientes productos precocidos y congelados conoce:

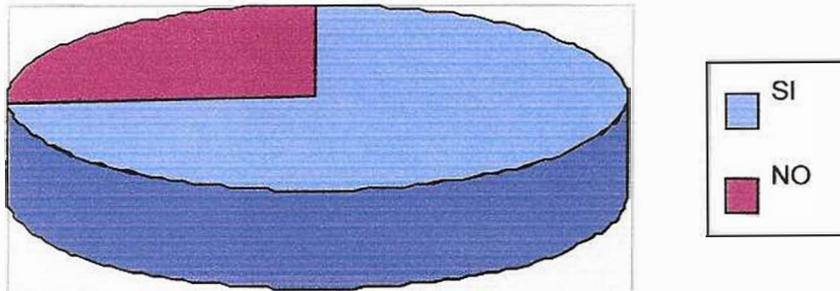
Papas:	52-----	26%
Empanadas:	66----	33%
Deditos:	58-----	29%
Otros:	24----	12%



1.2 ¿Usted ha consumido uno de estos alimentos?

Si: 148----- 74%

No: 52----- 26%

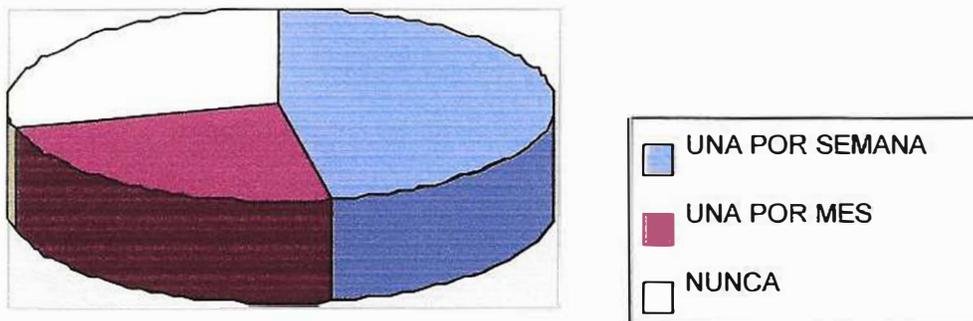


2. ¿Con que frecuencia consume alimentos precocidos y congelados?

Una vez por semana: 94 ---47%

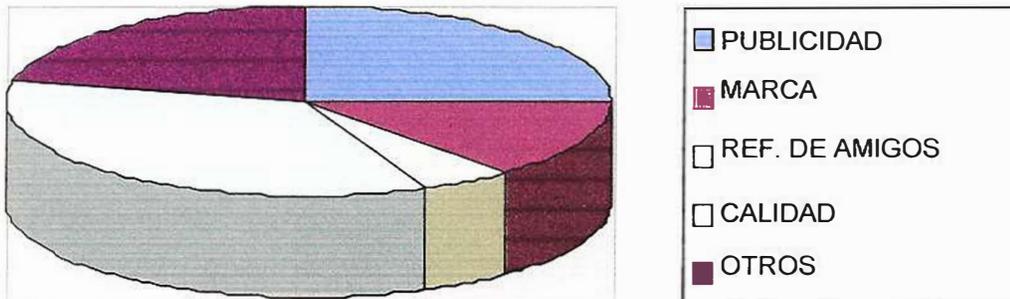
Una vez al mes: 58----- 29%

Nunca: 48 ----- 24%



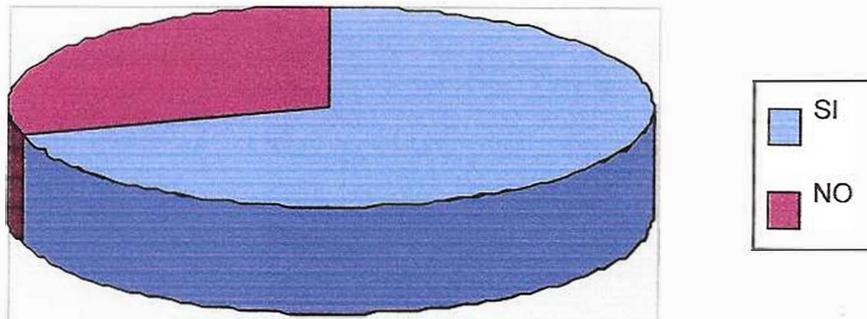
3. ¿Que aspectos influyen en la escogencia de un producto precocido y congelado?

Publicidad: 51----25.5%
Marca: 28---- 12%
Referencia de amigos: 10---- 5%
Calidad: 67---- 35.5%
Otro: 44----- 22%



4. ¿Si se lanzara al mercado un nuevo producto de patacones congelados a base de banano, lo compraría?

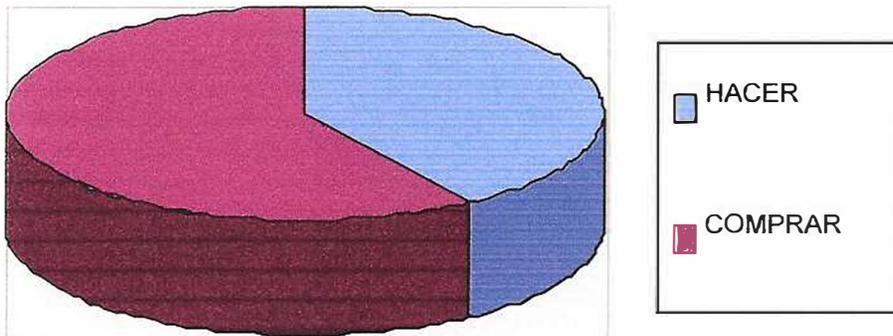
Si: 154----- 77%
No: 46----- 23%



5. Prefiere usted:

Hacer el patacón: 81---- 40.5%

Comprar hecho el patacón: 119----- 59.5%

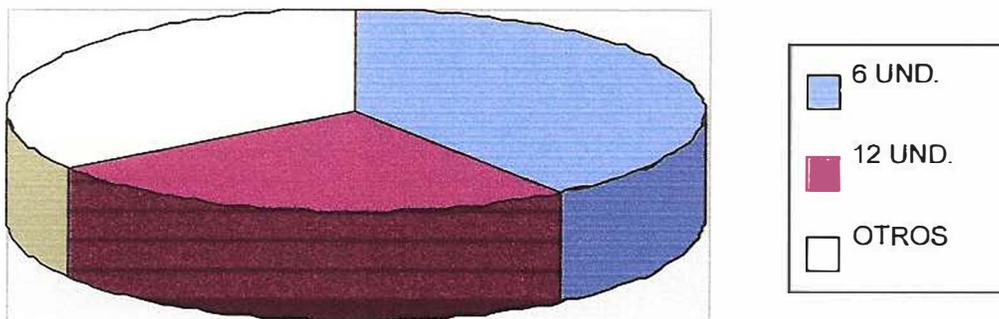


6. ¿En que presentaciones le gustaría estos patacones?:

6 unidades: 76 ----- 38%

12 unidades: 45----- 29%

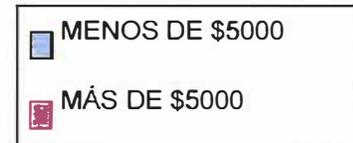
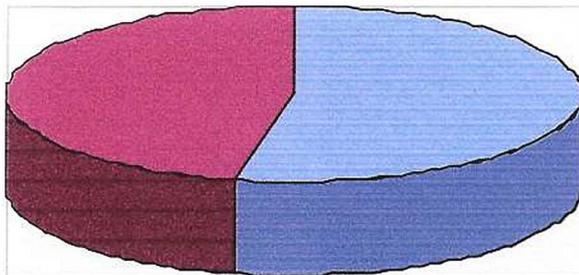
Otros: 66----- 33%



6.1 ¿Que precio estaría dispuesto a pagar por la presentación de 6 unidades?:

Menos de \$5000: 112----- 56%

Mas de \$5000: 88----- 44%



7. ¿Que elementos llaman su atención en un aviso publicitario?

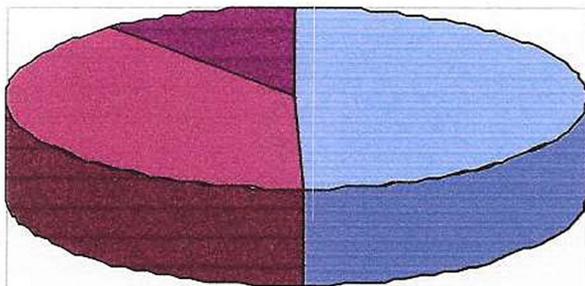
Precio: 99----- 49.5%

Promociones: 79----- 39.5%

Fotos: 0

Tamaño: 0

Otros: 22 ----- 11%

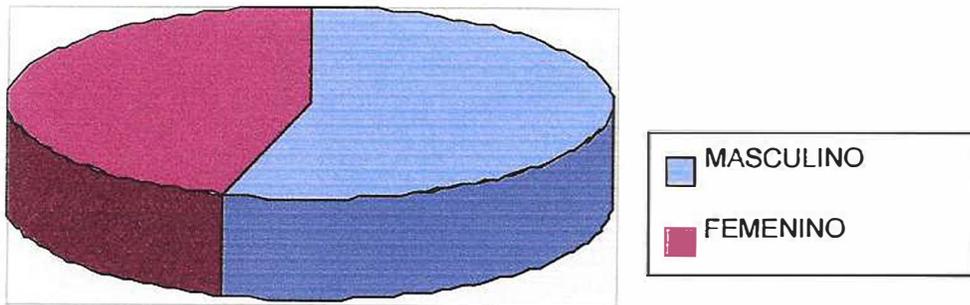


8.1.11 Resultados De Personas Encuestadas

SEXO

Femenino: 109----- 54.5 %

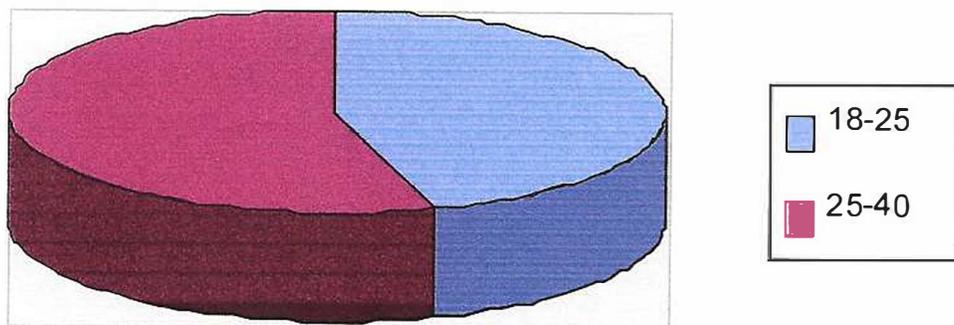
Masculino: 91-----45.5%



EDAD

De 18 a 25: 90----- 45%

De 25 a 40: 110-----55%

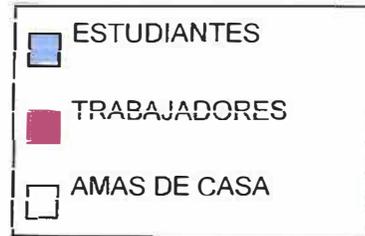
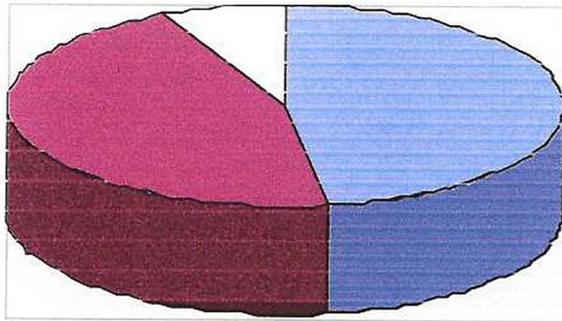


OCUPACIÓN

Estudiantes universitarios: 95----- 47.5%

Trabajadores: 90----- 45%

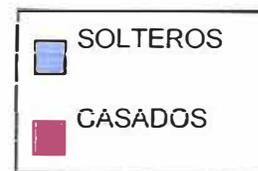
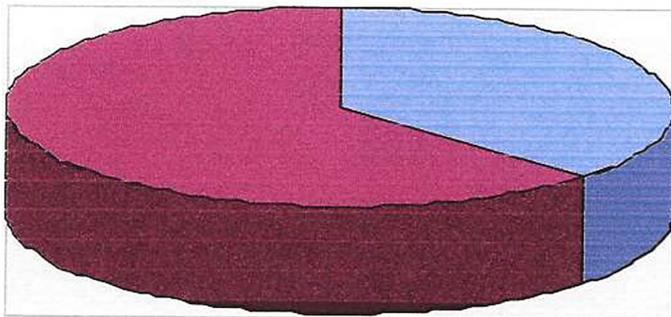
Amas de Casa: 15----- 7.5%



ESTADO CIVIL

Soltero. 74----- 37%

Casado: 126----- 63%



ESTRATO

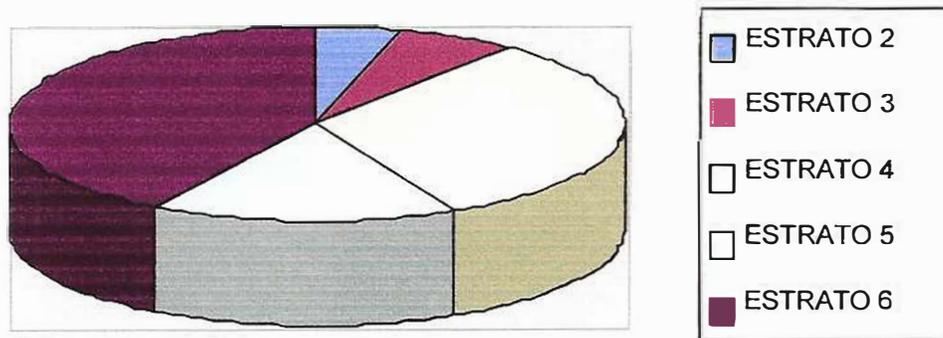
Estrato 2: 9-----4.5%

Estrato 3: 10 ---- 6%

Estrato 4: 84---32%

Estrato 5: 33---- 16.5%

Estrato 6. 64 -----41%



8.1.12 Análisis De La Encuesta. Los datos personales nos muestran quién toma la decisión de la compra. En este caso son las mujeres representadas en un 54.5%. los hombres en un 45.5%.

Otros aspectos que muestran estos datos son los rasgos de edades; entre 18 y 25 o porcentaje de 45% y 26 a 40 años un porcentaje de 55% de clientes potenciales. Las tendencias según ocupación fueron: estudiantes con un porcentaje de 47.5%, trabajadores con el 45%, amas de casa con 7.5%. Para la dirección de residencia el porcentaje se presento para el estrato 2 4.5%, estrato 3 6%, estrato 4 32%, estrato 5 16.5% y estrato 6 6.41%.

La tendencia alimenticia de la muestra se ve afectada por el desconocimiento del valor nutricional que tienen los alimentos precocidos y congelados. Esto se refleja en el 44.5% de ella que respondieron que este tipo de producto les parecía

regular. Pero hay que tener en cuenta que el 45% de la muestra tuvieron una opinión favorable en cuanto a ellos.

Con respecto al conocimiento de la competencia se puede apreciar que es amplia y esto no favorece en la incursión de nuestro producto, por el consumo de este en un 74% de la muestra.

En proporción, el 29% de los encuestados ha consumido productos congelados y precocidos una vez al mes, el 24% una vez por semana y el 47% no lo han consumido.

Dentro de los factores que motivan a los clientes en el momento de elegir los productos congelados y precocidos, tienen relevancia; la calidad 33.5%, la publicidad 22.5%, otro 22%, marcas 12% y la referencia de amigos 5%; esto nos indica que básicamente que el factor determinante es la calidad del producto.

Los consumidores están dispuestos a adquirir un producto nuevo como lo muestra el 77% de los encuestados, siendo un porcentaje de aceptación alta para nuestro producto.

A la mayoría de las personas en un 59.5% le gusta comprar el producto hecho y un 40.5% lo harían ellos mismos. Esto indica básicamente que la mayoría de los consumidores acogería nuestro producto.

De los encuestados el 38% prefiere combinaciones de paquetes de 6 y 12 unidades lo que permite tomar esta respuesta como un aporte básico en la presentación final del producto.

Con respecto al precio del producto, un 56% de los encuestados estarían dispuestos a pagar menos de \$5,000 por la referencia de 6 unidades lo cual indica un precio opcional del producto.

En los avisos publicitarios lo que mas llama la atención a los encuestados son los precios en un 49.5%, el cual se convierte en el elemento mas relevante para el diseño y publicidad del producto sin dejar atrás las promociones en un 39.5%.

8.1.13 Análisis Del Sector. El desarrollo de la industria alimenticia es una de las actividades industriales más importantes del mundo. En muchos países desarrollados, el procesado y conservación de alimentos representa entre el 10 y el 15% de las manufacturas totales, y el sector de fabricación de alimentos y minoristas aporta entre el 15 y el 20% del producto interno bruto.

Con la creciente y mejora de calidad de vida en muchos países desarrollados, sus ciudadanos dedican un porcentaje menor del total de sus ingresos a la compra de alimentos. Una parte cada vez mayor de los alimentos que compran son fabricados o preparados. Las personas con menor capacidad adquisitiva, conscientes de la energía esencial que aportan los alimentos, gastan en comida una proporción mayor de sus escasos ingresos. La gente con mayores ingresos, por otra parte, suele ver la comida más en términos de disfrute y busca una mayor calidad en los ingredientes del producto, y una mayor variedad de los mismos, alternado entre dietas equilibradas y otra que no lo son tanto. En general, los ciudadanos empiezan a tomar conciencia de la influencia de la dieta en su salud; quienes disfrutan de mayor prosperidad y educación adoptan sus decisiones dietéticas en función de consejos profesionales o a la vista de los beneficios que ellos mismos perciben.

Aunque algunos pueden consumirse crudos, por ejemplo, la fruta, la mayoría requieren algún tipo de procesamiento para hacerles seguros y atractivos al paladar. Para ofrecer una amplia gama de productos alimenticios seguros y apetitosos, los minoristas y fabricantes usan la tecnología de los alimentos, y recurren a científicos y técnicos para colaborar en sus empresas.

8.1.14 Análisis Del Mercado. Para la realización de este plan se llevó a cabo una encuesta con el fin de determinar el mercado objetivo (anexo 1). Los factores que se tomaron en cuenta para elaborar fueron: introducción del producto, problema a analizar, líneas de acción, etc.

8.1.15 Análisis De La Competencia. En la ciudad de Barranquilla la competencia será:

- CONGELADOS DE COLOMBIA "PICADITAS", la cual produce y distribuye pasabocas congelados y listos y pastelería francesa. Esta empresa se encuentra ubicada en la cra 45 # 67-01 y en la calle 79 # 51-49.
- PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y CONGELADOS MAJA, productor y distribuidor de pasabocas congelados y listos para consumir. Tiene su centro de operaciones en la cra 41 # 52-49.
- CONGELADOS NENA LELA, la cual ofrece variadas comidas, servicio de picadas, menú típico e internacional. Su planta física se encuentra ubicada en la cra 49c # 75-47.
- RAPIPAPA, distribuye comida congelada. Se encuentra ubicada en la vía 40 # 71-197 bodega 403 Centro Industrial Marisol.
- MORDISCOS, produce y comercializa picadas congeladas. Se encuentra ubicada en la calle 93 # 46-90.
- CONGELADOS SELE, produce y comercializa alimentos congelados. Se encuentra ubicada en vía 40 # 71-197.



Dado que en Barranquilla no existe una empresa productora de patacones precocidos y congelados de banano, nuestra empresa sería pionera en la elaboración de este tipo de alimentos que satisfagan las necesidades y expectativas de los consumidores con facilidad de adquirirlos a buen precio.

8.1.16 Estrategias De Mercadeo

8.1.16.1 Concepto Del Producto. Nuestro producto será Patacones Precocidos y Congelados de Banano, ofrecido en distintas presentaciones: Patacones sin sal x 6 unidades.

Este producto será elaborado a partir de trozos de banano verde los cuales se someten a fritura, se prensan y posteriormente se someten a los procesos de conservación en precocido y congelado.

El principal insumo es el banano en estado de maduración verde desarrollado fisiológicamente.

El empaque será de polietileno y llevará impreso la información nutricional del producto, el contenido neto y todos los datos de la empresa.

La mayor fortaleza de nuestro producto será la alta calidad de la materia prima con que será elaborado además de ser un excelente sustituto de cualquier comida elaborada al instante.

Como debilidad está la disminución del valor nutricional del banano al ser sometido a procesos de conservación.

La evolución de este proyecto irá de la mano con las exigencias y requerimientos del mercado, para lo cual el departamento de marketing realizará investigaciones de mercado para analizar el comportamiento de los consumidores.

8.1.16.2 Estrategias de Distribución. Para la distribución de los patacones se utilizará el canal fabrica-distribuidor-consumidor final.

El proceso empezará con la entrega de productos a los distribuidores que en este caso serán las cadenas de almacenes en los cuales los consumidores finales podrán adquirir el producto.

El propósito de utilizar este canal será venderle a uno solo, tener una sola cartera fácil de manejar, utilizar el mayor tiempo posible para otra actividad relacionada con el producto y tener mayor fuerza de venta. Esta estrategia de distribución trae consigo algunas desventajas como los descuentos especiales obligatorios que tiendan a disminuir las utilidades de la empresa y los convenios publicitarios y promocionales con los intermediarios.

Las ventas se realizaran al por mayor y se manejará una forma de pago con el 70% de contado y el 30% de crédito. Inicialmente el transporte del producto de la fábrica al distribuidor se hará utilizando los servicios de empresas transportadoras de alimentos, pero se prevé como objeto a largo plazo obtener un medio de transporte propio de la empresa.

8.1.16.3 Estrategias de Precio.

- Se trabajará con precios fijos.
- Solo se darán descuentos a quienes paguen de contado en efectivo
- Las políticas de precios se reformaran cada seis meses.

8.1.16.4 Estrategias de Promoción y Comunicación. Se promocionará el producto a través de medios masivos como la prensa y la radio local. Se realizarán presentaciones del producto puerta a puerta, degustaciones en tiendas y

supermercados de la ciudad, además se colocaran avisos publicitarios (pasacalles y folletos) en puntos estratégicos de la ciudad.

8.1.16.5 Estrategias de Servicio. Se contará con un Departamento de Mercadeo encargado de visitar a los clientes, tomar el pedido correspondiente y negociar las formas de pago y tiempos de entrega. Contaremos además con una línea gratuita para conocer las inquietudes de los clientes para poderles dar solución con el fin de conservar la buena imagen de la empresa.

- **CONCLUSIONES**

Al finalizar el estudio de mercados podemos concluir que cuando la persona decide o piensa comprar alimentos congelados es muy importante las referencias de los amigos o familiares y también la información que puedan obtener de la publicidad. En este mercado la gente presta mucha atención a los anuncios llamativos que observa al recorrer la ciudad.

Las personas tienden de acuerdo a estos resultados a guiarse o dejarse llevar por la calidad de los productos y por la atención que se les brinde. Este último aspecto hay que tenerlo muy en cuenta debido a la alta competencia del mercado.

Las personas de nivel socioeconómico bajo no tienen acceso a adquirir fácilmente dichos productos, debido a el costos que estos tienen, aunque esto es bastante general para todas las empresas del sector.

Los mercados potenciales que la empresa podría explorar son básicamente aquellos que se encuentran entre el nivel socioeconómico medio - alto de los cuales podría aprovechar una buena parte de su demanda, Además la empresa podría explorar otros segmentos de mercado a nivel geográfico, ahora que la economía empieza a restablecerse.

En lo relacionado con la competencia, es de anotar los precios de la empresa son competitivos, la calidad también se ajusta a las condiciones del mercado competitivo.

ESTUDIO TECNICO



8.2 ESTUDIO TÉCNICO

8.2.1 Objetivo. Dentro del estudio técnico se procura contestar las preguntas:

- ¿Cómo producir lo que el mercado demanda?.
- ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos?.
- ¿Dónde producir?.
- ¿Que materias primas e insumos se requieren?.
- ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan?.
- ¿Cuánto y cuándo producir?.

8.2.2 Ficha Técnica Del Producto. Los patacones son rodajas de banano verde precocidas y congeladas reducidas a un grosor de 0.5 cm. empacadas en paquetes con diseño de marca y un contenido de 6 unidades. Su preparación final requiere de un máximo de cinco minutos en aceite caliente dando como resultado un “snack” muy sabroso, nutritivo y fresco.

Entre la producción y la venta, y después en la conservación del hogar es vital que nunca se interrumpa la cadena de frío. En efecto, la congelación no destruye todas las bacterias y las que sobreviven se reactivan en cuanto se descongelan y empiezan a desarrollarse muy rápidamente. Los patacones a pesar de ser congelados tienen las mismas propiedades nutricionales y organolépticas que los frescos.

8.2.3 Estado De Desarrollo. Los patacones precocidos y congelados son una alternativa adicional para aquellas personas que no disponen del tiempo necesario para preparar en casa una comida común y corriente. Además, el producto tiene un precio muy económico haciéndolo accesible a cualquier persona que por comodidad u otra razón opta por consumir alimentos congelados.

8.2.4 Descripción Del Proceso. El procedimiento para la elaboración de los patacones es el siguiente:

- El banano a trabajar debe ser lo más fresco y verde posible.
- Debe realizarse un lavado al ser recibido en una solución de hipoclorito de sodio en una concentración de 0.6%/Kg.
- Seguidamente se procede al pelado en donde luego de realizar la operación se cortan en trozos y se les realiza un lavado con agua y ácido cítrico en una concentración aproximada de 0.5% que es equivalente a 1lt/ 0.5 gramos. El ácido cítrico es un aditivo eficaz para evitar el oscurecimiento que se produce rápidamente en las superficies cortadas de algunas frutas y otros vegetales.
- Se agrega el antioxidante BHT al aceite, el cual es efectivo en muy pequeñas concentraciones y no solo retarda el enranciamiento sino que protege el valor nutricional de los alimentos al disminuir la oxidación de las vitaminas.
- Luego de esto, son transportados en las canastillas al freidor en donde se lleva a cabo la pretritura para luego dejarlos escurrir completamente.
- Una vez hayan quedado completamente secos se ponen en el formador en donde se les da la forma con espesor aproximado de 0.5 cm.
- Luego de que se han enfriado se colocan en bandejas y se meten en las neveras industriales hasta alcanzar una temperatura de 1-10 °C.
- Por último se empacan en papel parafinado para evitar la humedad (paquetes de 6 unidades) y se dejan en refrigeración.

La congelación retrasa el deterioro de los alimentos y prolonga su seguridad evitando que los microorganismos se desarrollen y ralentizando la actividad enzimática que hace que los alimentos se echen a perder. Cuando el agua de los alimentos se congela, se convierte en cristales de hielo y deja de estar a disposición de los microorganismos que la necesitan para su desarrollo. No obstante, la mayoría de los microorganismos (a excepción de los parásitos) siguen viviendo durante la congelación, así pues, es preciso manipular los alimentos con cuidado tanto antes como después de esta.

8.2.5 Diseño Higiénico de las Areas. El diseño higiénico de las áreas en que se manipulan alimentos está relacionado directamente con la prevención de riesgos microbianos, aunque incluirá también consideraciones sobre sanidad ocupacional, conveniencia de la manipulación o incluso aspectos estéticos. En términos de microbiología esto incluye evitar la contaminación del producto y eliminar la multiplicación y difusión de microorganismos en el medio ambiente

La razón por la que se limpian y desinfectan las superficies que contactan con los alimentos y el ambiente es para ayudar en el mantenimiento y control microbiológico. Si se realiza con eficacia y en el momento apropiado, su efecto neto será la eliminación o el control de la población microbiana. La higiene es básica para la inocuidad y calidad de los alimentos en todo el mundo. Influye no solamente sobre los alimentos producidos y consumidos localmente sino también sobre los alimentos que lleguen al comercio internacional.

Existen ciertos principios útiles en la limpieza y desinfección como son la elección del tipo de limpieza pudiendo ser esta húmeda o seca; además se deben considerar puntos como la frecuencia de la limpieza y desinfección la cual depende de factores relacionados con el proceso. Es así como en algunos casos puede ser necesario eliminar una acumulación de residuos del producto que interfiere sobre el rendimiento del equipo o reduce la calidad del producto. La



frecuencia depende de la naturaleza del producto que es procesado y del tipo de equipo que se emplea.

El objetivo buscado es limpiar y desinfectar el equipo y el medio ambiente con la frecuencia necesaria para mantener el control microbiológico; para asegurar la inocuidad aceptable del producto y para complementar los requisitos corporativos, del consumidor y de las normas o estándares de higiene.

Otro punto es la selección de los agentes para la limpieza y desinfección, la cual debe tener en cuenta a los organismos oficiales que tienen competencia sobre el alimento que se produce, la información y asistencia de los suministradores de productos para limpieza y desinfección, y los objetivos de la empresa. Una vez seleccionado el método, la frecuencia y los detergentes para efectuar la limpieza de los equipos, se debe controlar una contaminación, multiplicación y supervivencia microbiana que resulta inaceptable, la comprobación debe determinar si el nivel de higiene es aceptable para responder a tiempo y efectuar las correcciones necesarias para mantener el control del proceso. Por esta razón, el método más comúnmente utilizado para comprobar la higiene consiste en inspeccionar el equipo que haya sido limpiado para determinar que parece y huele a limpio. Esta forma de comprobación depende de la preparación y experiencia del inspector, quien debe ser capaz de establecer diferencias entre equipo limpio y sucio, estar familiarizado con las pequeñas diferencias probables y sobre todo, estar capacitado para situar en su perspectiva correcta el impacto de la higiene y de la desinfección sobre la sanidad y calidad del alimento que se procesa.

La limpieza aparente puede inducir a engaño, por consiguiente, suele ser deseable confirmar el nivel de limpieza y desinfección mediante análisis microbiológicos de muestras procedentes del equipo o del medio.

Dicha información puede ser usada para establecer límites a los niveles microbianos sobre el equipo. Esto permite a la empresa establecer el programa de limpieza y desinfección y realizar cambios si los datos indican que son necesarios.

Otro planteamiento de confirmación es medir los niveles microbianos en o sobre el alimento una vez finalizadas todas las operaciones de manipulación y preparación. Un tercer planteamiento consiste en el muestreo del diagrama de flujo, el cual consiste en determinar los niveles microbianos en o sobre muestras del alimento obtenidas tras cada etapa en la secuencia de su preparación.

Un papel importante en el tema de la desinfección lo tiene la dirección de la empresa. La dirección de los establecimientos dedicados al procesado de alimentos es responsable del mantenimiento de un nivel aceptable de higiene. La forma en que se logra es una decisión del equipo directivo

8.2.6 Salud e Higiene Del Personal¹⁴. Las personas que recolectan, sacrifican, transportan, almacenan, procesan o preparan alimentos son responsables frecuentemente de la contaminación microbiana de dichos alimentos. Los manipuladores de alimentos que son infectados o colonizados por agentes patógenos pueden contaminar los alimentos que tocan. Cualquier manipulador de alimentos puede transferir agentes patógenos desde los alimentos crudos a los alimentos que no serán calentados posteriormente para asegurar su inocuidad. Unos métodos de procesado mal controlados pueden aumentar el riesgo al permitir la supervivencia o multiplicación de microorganismos patógenos o alterantes.

8.2.7 Manipulación Higiénica de los Alimentos. La contaminación de los alimentos puede ser evitada o, al menos, reducida a unos mínimos tomando precauciones especiales cuando se manipulan alimentos crudos y cocinados.

¹⁴ www.alberto.tripud.com.co

Los alimentos crudos se contaminan frecuentemente con agentes patógenos transmitidos por los alimentos que contaminan fácilmente las manos de las personas que los manipulan y que son transferidos a paños y toallas usadas en zonas donde se preparan alimentos crudos.

8.2.8 Higiene Del Personal¹⁵. La contaminación de los alimentos puede evitarse o, al menos, reducirse al mínimo mediante una higiene personal como son:

- Lavado de las manos.
- Empleo de antisépticos cutáneos.
- Cubrecabezas.
- Mascarillas faciales.
- Ropa de colores claros limpia.
- Prohibición de comer, fumar y masticar en la zona de manipulación y/o producción de alimentos.
- Higiene personal.
- Instalaciones sanitarias apropiadas.

8.2.9 Necesidades y Requerimientos

8.2.9.1 Materia Prima. Banano verde.

8.2.9.2 Insumos. Aceite de maíz, antioxidante BHT, ácido cítrico, hipoclorito de sodio, papel parafinado, cinta adhesiva.

8.2.10 Máquinas y Equipos.

- Freidor en acero con termostato
- Formador o aplanador.

¹⁵ Ibid.

- Neveras industriales
 - Selladora
 - Piscina para el lavado
 - Canastillas
 - Bandejas
- **PRESUPUESTO DE INVERSION EN ACTIVOS FIJOS**

Equipos (3 años)	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador	2	1500000	3000000
Impresora	1	350000	350000
Fax	1	350000	350000
Teléfonos	1	20000	20000
Conmutador	1	150000	150000
abanicos industriales	2	200000	400000
aire acondicionado		1000000	1000000
elementos de laboratorio		2000000	2000000
TOTAL EQUIPOS			7270000
Muebles y enseres (5 AÑOS)			
Escritorio	2	348000	696000
Archivadores	1	321000	321000
sillas ergonómicas	2	60000	120000
Útiles de oficina		100000	100000
Sillas	10	30000	300000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			1537000
Total Inv. Activos Fijos			8807000

8.2.11 Mano de Obra Requerida. La empresa PATACONES DE COLOMBIA para llevar a cabo sus operaciones requiere del siguiente recurso humano:

- Gerente general.
- Jefe de producción.
- Jefe de mercadeo y ventas.
- Jefe de recursos humanos
- Jefe de contabilidad.
- Operarios de lavado pelado, corte, fritura, aplanado y empaque



- Secretaria.
- Auxiliar de oficios varios.
- Vigilante

8.2.12 Plan De Compras. Después de haber realizado un estudio de costos y calidad de materiales y servicio, Patacones de Colombia decidió que contará con los siguientes proveedores:

- **Aprovisionamiento de materia prima:** Gran Central de Abastos de Barranquilla, FAGRAVE, Droguerías Juliao.
- **Adquisición de máquinas y equipos:** Famapan del Caribe, Almacén el Campesino, Muebles Jamar, Creditítulos.

La empresa trabajará sobre pedido pero siempre manteniendo un pequeño inventario para casos eventuales.

Las compras se realizarán dependiendo de la cantidad de pedidos y solo se comprarán las cantidades de materia prima necesaria ya que en el caso de los bananos mantener inventarios grandes implica un riesgo para la empresa por la tendencia de estos a madurarse rápidamente.

Una vez llegue la materia prima a la empresa se hará una inspección de calidad para verificar que esta se encuentre en óptimas condiciones. Se realizará también una inspección a los productos en proceso para constatar que se están elaborando bajo las especificaciones técnicas requeridas. Finalmente se hará una inspección a los productos terminados para asegurar la calidad y confiabilidad del producto antes de que llegue a manos del cliente.

8.2.13 Localización De La Empresa. PATACONES DE COLOMBIA Ltda. estar ubicada en la zona industrial de Barranquilla lejos de todo factor contaminante que pueda alterar la calidad y confiabilidad de nuestro producto .El área de la planta será de 400 mt² .Las instalaciones contarán con todos los servicios necesarios para realizar las operaciones como son: agua, luz, aseo, gas, teléfono, alcantarillado.



DIAGRAMA DE PROCESOS



- **CONCLUSIONES**

Después de realizar el estudio Técnico podemos decir que es muy importante realizar controles de calidad a las materias primas, los productos en proceso y al producto terminado de manera exhaustiva y estar pendiente de las devoluciones para corregir los errores.

Los locales deben estar lo mejor presentados para que los clientes sientan una sensación agradable al visitar la empresa. La presentación incluye aseo, organización, exhibición de los productos, etc. Así mismo una atención al cliente como un tinto o un dulce puede dar una mejor impresión para los clientes.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

8.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

8.3.1 Objetivo. A partir de este estudio se pretende determinar los perfiles y puestos del personal, el organigrama de la empresa y la asignación de tareas por puestos.

- **VISIÓN**

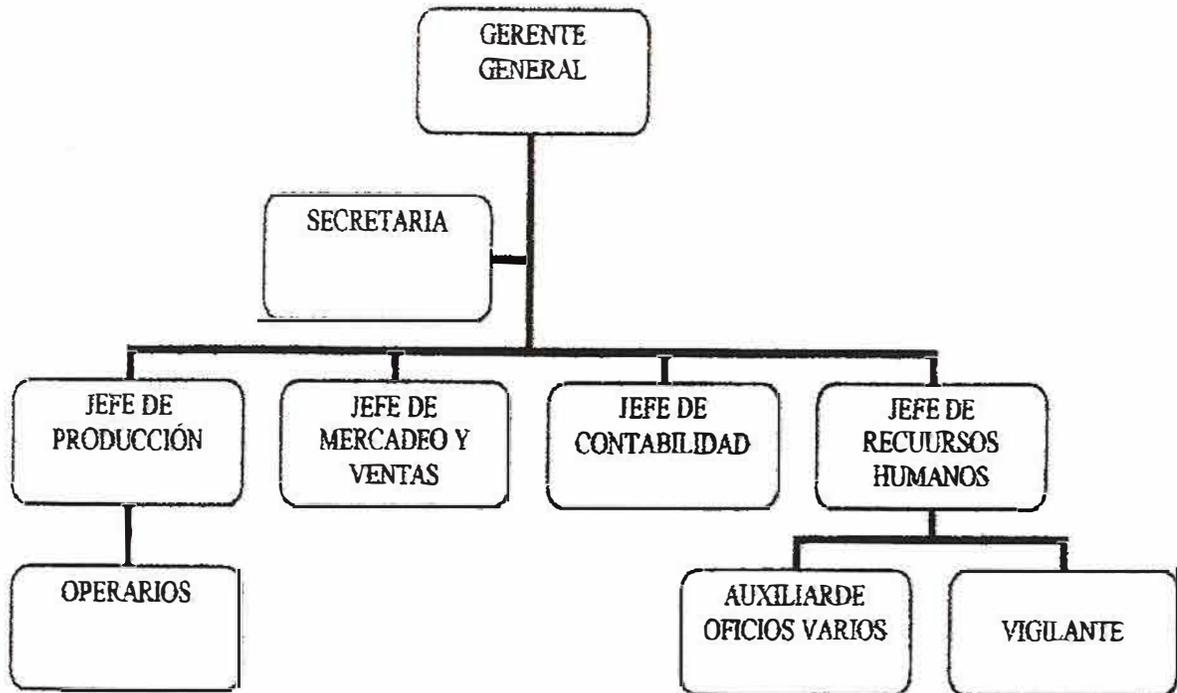
Ser la empresa líder en el procesamiento y comercialización de los patacones congelados de banano y posicionarlos ante nuestros clientes como una marca nutritiva, de buen sabor y calidad.

- **MISIÓN**

Procesar patacones congelados de banano de muy buena calidad convirtiéndonos en líderes en el mercado de la costa. Obtener la mejor rentabilidad de nuestras operaciones con el mejor equipo humano, motivado y comprometido, practicando nuestros valores, respetando la ley y participando como protagonistas en el desarrollo de la región.

ORGANIGRAMA

PATACONES DE COLOMBIA LTDA. Estará constituida de la siguiente manera:



- **VALORES**

EN PATACONES DE COLOMBIA Ltda. Tendrá en cuenta los siguientes valores:

- **SERVICIO AL CLIENTE:** Trabajamos para ofrecer a nuestros clientes calidad y profesionalismo en nuestros productos.
- **COMPETITIVIDAD:** Ofrecemos productos y planes de ventas novedosos.
- **TRASCENDENCIA:** Encaminamos nuestros actos para constituirnos en una organización modelo.
- **PARTICIPACIÓN Y PERTENENCIA:** Fomentamos el trabajo en equipo, de forma que cada miembro contribuya a lograr los objetivos y obtener así cooperación e integración entre los diferentes departamentos.
- **INTEGRIDAD:** Actuamos y nos regimos en forma correcta y apropiada en el desarrollo de nuestras actividades, frente a la sociedad, el estado, nuestros proveedores, compañeros y la competencia.

8.3.2 Políticas de Administración de Personal.

8.3.2.1 Reclutamiento y Selección. Para adelantar el proceso de selección EN PATACONES DE COLOMBIA LTDA. Se tiene las siguientes pautas:

- Todo aspirante a un cargo deberá diligenciar la solicitud de empleo.
- No se hará discriminación por sexo, partido político, religión, condición social, edad o raza.

- No se contratará personal menor de edad salvo quienes se vinculen en calidad de aprendices SENA.
- No se admitirán personas con parentesco de consanguinidad ni afinidad. Sin embargo si el personal vinculado contrae matrimonio entre si no se exigirá el retiro de ninguno de los dos cónyuges.
- El reintegro de personas que se han desvinculado de la empresa debe ser autorizado por el Gerente General y para tal efecto se adelantará la investigación sobre antecedentes de desempeño.
- El personal masculino deberá tener definida su situación militar.
- En ningún caso se aceptaran personas indocumentadas.
- Cuando se presente un vacante se realizará una evaluación interna para proveerla, siempre que en la empresa se encuentren personas vinculadas que acrediten los requisitos exigidos para desempeñar el cargo. Se velará porque se de cumplimiento a las políticas de ascender y promocionar a los empleados que se superen y capaciten.
- La verificación de referencias deberá ser exhaustiva y se extremarán las averiguaciones para tener certeza sobre la honestidad de los aspirantes a ingresar en la compañía.

8.3.2.2 Selección. En el proceso de selección se manejan diferentes etapas:

- Reclutamiento: interno, externo.
- Estudio y preselección de hojas de vida.
- Evaluación de conocimientos.

- Entrevista por parte del Gerente General.
- Entrevista con el jefe de inmediato.
- Informe sobre conclusiones y recomendaciones.
- Escogencia.

Desde el nivel de jefe el gerente general se vinculara al proceso. Los niveles inferiores serán provistos con autonomía por parte de cada jefe cuando se trate de reemplazar a personal retirado.

Cuando se trate de reemplazo de personal que se retira de la empresa por renuncia o terminación de contrato con o sin justa causa seguirá la pauta indicada en el párrafo anterior. Lo mismo ocurrirá si se trata de un reemplazo por vacaciones del titular.

Para los reemplazos por maternidad o incapacidad por enfermedad por periodos superiores a 15 días, se harán solicitud a la Gerencia General para los cargos de jefes, para los otros cargos los jefes, tendrán autonomía para buscar los reemplazos necesarios.

8.3.3 Contratación e Inducción. Una vez que se ha tomado la decisión de una determinada persona se tendrá que contemplar la siguiente documentación:

- Certificados que acrediten los estudios.
- Certificados que acrediten la experiencia laboral.
- Dos fotografías.
- Fotocopia de cédula de ciudadanía.
- Fotocopia de la libreta militar (personal masculino)
- Exámenes médicos:
- Examen general: pulmones y prueba de sangre.
- Prueba de embarazo (para el personal femenino)

Quien maneje efectivo, valores o bienes de la compañía debe firmar una letra en blanco con fiadores.

No se firmará contrato con la persona hasta que no presente todos los documentos. Sin embargo a criterio de la persona encargada de autorizar el ingreso y dependiendo de las circunstancias se podrá permitir que el seleccionado ingrese y después complete los papeles.

Los contratos de trabajo que se diligenciarán serán contrato de duración indefinida o contrato a término fijo, según sea el caso.

El uso de contrato escrito es obligatorio. No se admitirá contrato verbal.

El primer día de trabajo de toda persona que se vincule se firmará el contrato de trabajo y se diligenciará la hoja de entrada de datos al sistema, el aviso de ingreso a la ARP y las afiliaciones respectivas.

El personal que se vincula a la empresa conocerá los reglamentos de higiene, el interno y los específicos.

Toda persona que se vincule tendrá un programa de inducción el cual perseguirá relacionar al nuevo trabajador con la empresa y facilitarle el conocimiento, desarrollo de sus funciones, de la ubicación de su puesto física y estructuralmente.



PATACONES DE
COLOMBIA LTDA.

PERFILES DEL CARGO

PERFIL DEL GERENTE GENERAL

EDUCACION: Profesional en Administración de empresas, Ingeniería Industrial, con especialización y dominio del idioma Inglés.

EXPERIENCIA: Requiere una experiencia mínima de 5 años en el mismo cargo.

SEXO: No aplica

EDAD: De 30 a 40 años

COMPETENCIAS:

- Capacidad de liderazgo alto
- Alto nivel de comunicación
- Capacidad para resolución de conflictos alta
- Excelentes relaciones interpersonales
- Profesional dinámico.





PERFILES DEL CARGO

PERFIL DEL JEFE DE PRODUCCION

EDUCACION: Profesional en Ingeniería Industrial, con cursos de actualización.

EXPERIENCIA: Requiere una experiencia mínima de 3 años en cargos similares.

SEXO: No aplica

EDAD: De 25 a 40 años

COMPETENCIAS:

- Capacidad de liderazgo alto
- Alto nivel de comunicación
- Capacidad para resolución de conflictos alta
- Excelentes relaciones interpersonales
- Capacidad para trabajar en equipo



PATACONES DE
COLOMBIA LTDA.

PERFILES DEL CARGO

PERFIL DEL JEFE DE MERCADEO Y VENTAS

EDUCACION: Profesional en Ingeniería de mercados, con especialización.

EXPERIENCIA: Requiere una experiencia mínima de 3 años en cargos similares.

SEXO: No aplica

EDAD: De 25 a 40 años

COMPETENCIAS:

- Capacidad de liderazgo alto
- Alto nivel de comunicación
- Capacidad para resolución de conflictos alta
- Excelentes relaciones interpersonales
- Capacidad para trabajar en equipo
- Con alta capacidad creativa y de iniciativa
- Dinámico





PATACONES DE
COLOMBIA LTDA.

PERFILES DEL CARGO

PERFIL DEL JEFE DE CONTABILIDAD

EDUCACION: Profesional en Contaduría, con curso de actualización y /o especialización.

EXPERIENCIA: Requiere una experiencia mínima de 5 años en el mismo cargo

SEXO: No aplica

EDAD: De 25 a 40 años

COMPETENCIAS:

- Alto nivel de comunicación
- Capacidad para resolución de problemas alta
- Excelentes relaciones interpersonales
- Capacidad para trabajar en equipo
- Alto nivel de concentración
- Capacidad de Liderazgo
- Destreza y habilidad para trabajar bajo presión



PERFILES DEL CARGO

PERFIL DEL JEFE DE RECURSOS HUMANOS

EDUCACION: Profesional en áreas de psicología, trabajo social, administración de empresa o ingeniería industrial con cursos o diplomados especiales en el área.

EXPERIENCIA: Requiere una experiencia mínima de 2 años y medio en cargos similares.

SEXO: No aplica

EDAD: De 25 a 40 años

COMPETENCIAS:

- Capacidad de liderazgo alto
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Excelentes relaciones interpersonales
- Con alta capacidad creativa y de iniciativa
- Dinámico, flexible a los cambios

PERFIL DE SECRETARIA

EDUCACION: Técnico en Secretariado General, con cursos de actualización

EXPERIENCIA: Requiere una experiencia mínima de 1 año en el cargo.

SEXO: Femenino

EDAD: De 20 a 28 años

COMPETENCIAS:

- Capacidad para resolución de problemas alta
- Recursividad
- Capacidad para trabajar en equipo
- Alto nivel de concentración
- Destreza y habilidad para trabajar bajo presión
- Excelentes relaciones interpersonales
- Facilidad de expresión.
- Habilidad en manejo y atención de público



PERFILES DEL CARGO

PERFIL DEL OPERARIO

EDUCACION: Técnico en mantenimiento industrial

EXPERIENCIA: Requiere una experiencia mínima de 1 año en cargos similares.

SEXO: Masculino

EDAD: De 20 a 28 años

COMPETENCIAS:

- Capacidad para resolución de problemas
- Alta recursividad
- Capacidad para trabajar en equipo
- Excelentes relaciones interpersonales
- Alta confidencialidad
- Destreza y habilidad para trabajar bajo presión
- Responsabilidad de honradez



PERFILES DEL CARGO

PERFIL DE AUXILIAR DE OFICIOS VARIOS

EDUCACION: Bachiller

EXPERIENCIA: No requiere.

SEXO: Femenino

EDAD: 18 a 35 años

COMPETENCIAS:

- Excelentes relaciones interpersonales
- Habilidad y destreza para atención de público
- Amabilidad
- Paciencia
- Tolerancia

PERFIL DEL VIGILANTE

EDUCACION: Bachiller, con cursos básicos de vigilancias

EXPERIENCIA: Requiere una experiencia mínima de 5 años en cargos similares.

SEXO: Masculino

EDAD: De 30 a 40 años

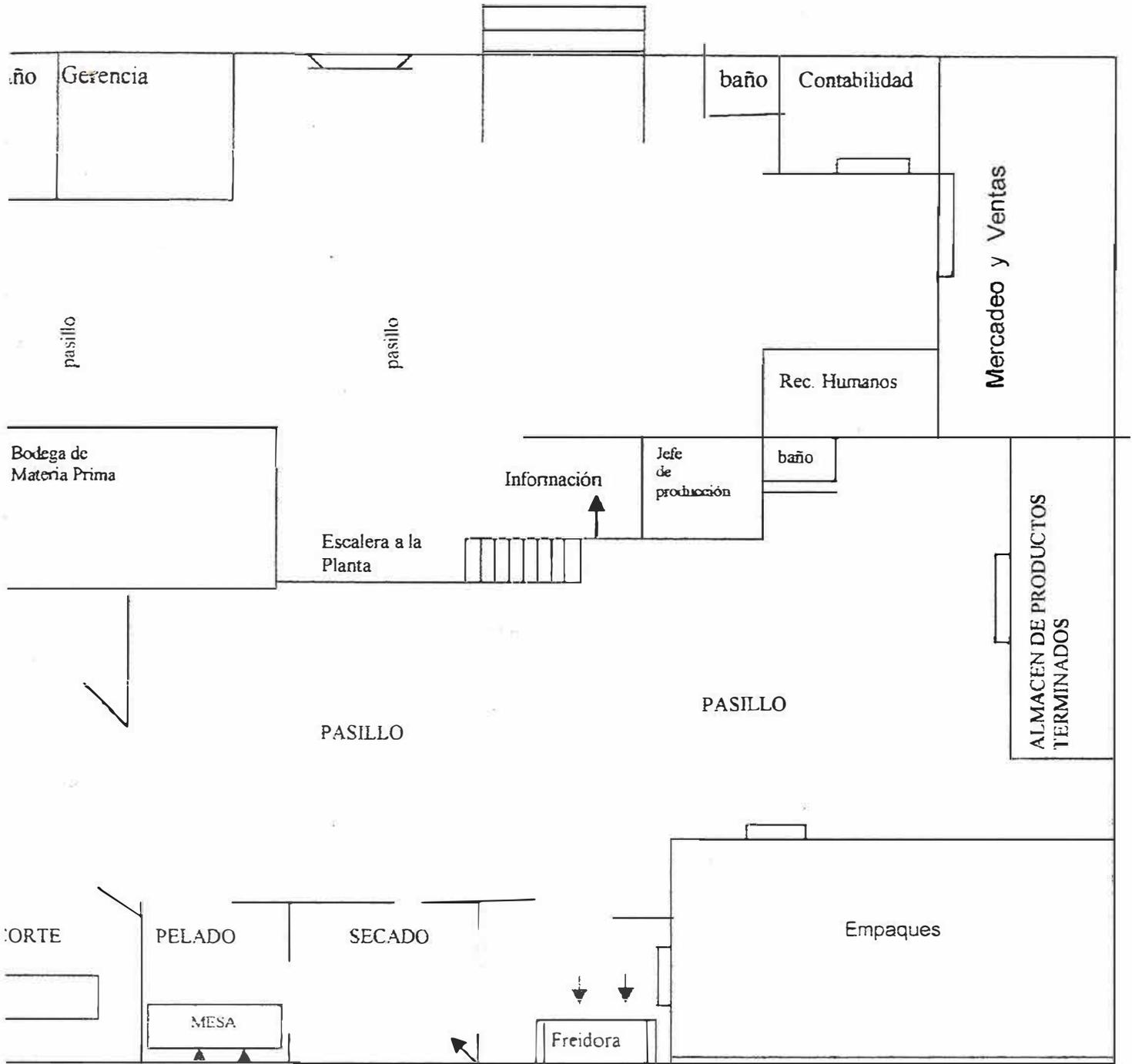
COMPETENCIAS:

- Capacidad para resolución de conflictos
- Recursividad
- Alto nivel de concentración
- Destreza y habilidad para trabajar bajo presión
- Relaciones interpersonales excelentes.
- Habilidad y destreza para atención de público
- Honestidad
- Seriedad
- Tolerancia.



DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

Entrada Principal



ORTE

PELADO

SECADO

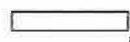
MESA

Freidora

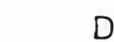
Empaques



Operarios



Puertas y Ventanas



Divisiones

- **CONCLUSIONES**

Al personal se le debe instruir y dar a conocer la importancia de las relaciones humanas, y la importancia del cliente para la empresa. El departamento de relaciones humanas debe encargarse de fomentar dicho aspecto dentro de la empresa (personal la empresa) y fuera de ella (relación con los clientes). De igual forma las políticas de la empresa deben estar orientadas hacia un proceso de mejora continua para el logro de las metas y objetivos organizacionales.

ESTUDIO FINANCIERO

8.4 ESTUDIO FINANCIERO

8.4.1 Objetivo. Con la realización de este estudio se pretende determinar rentabilidad del negocio, el capital de trabajo, las fuentes de financiamiento y definición de mínimo de ventas mensuales.

8.4.2 Inversión. Para llevar a cabo la puesta en marcha del proyecto se requiere una inversión de \$97.461.332 la cual se financiara a una entidad bancaria con una tasa de interés del 24% anual durante un periodo de 4 años.

TOTAL INVERSIÓN	
DESCRIPCIÓN	VALOR
COMPRA DE MP	7719894
MOD	3841438
CIF	56400000
GASTOS DE ADMON Y VENTAS	11700000
MAQUINARIA Y EQUIPO	16000000
COSTOS NOTARIALES	1800000
TOTAL	97461332

8.4.3 Presupuestos

8.4.3.1 Presupuesto Trimestral De Ventas

	trim 1	trim 2	trim 3	trim 4	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Cantidades a vender	50700	54600	62400	62400	230100	253110	278421	306263,1
precio de venta unitario	2000	2000	2000	2000	2000	2200	2420	2662
Total ventas	101400000	109200000	124800000	124800000	460200000	556842000	673778820	815272372
Venta de contado (60%)	60840000	65520000	74880000	74880000	276120000	334105200	404267292	489163423
Venta a crédito (40%)	40560000	43680000	49920000	49920000	184080000	222736800	269511528	326108949

8.4.3.2 Recaudo de Caja Esperado

	trim 1	trim 2	trim 3	trim 4	Total
ventas trim 1	60840000	40560000			
ventas trim 2		65520000	43680000		
ventas trim 3			74880000	49920000	
ventas trim 4				74880000	
recaudos totales	60840000	106080000	118560000	124800000	410280000

8.4.3.3 Presupuesto De Producción

	Trim 1	trim 2	trim 3	trim 4	total
ventas presupuestadas	50700	54600	62400	62400	230100
Inv. Final deseado	5070	5460	6240	6240	
Necesidades	55770	60060	68640	68640	
Inv. Inicial		5070	5460	6240	
unidades a producir	55770	54990	63180	62400	236340

8.4.3.4 Presupuesto De Materiales Directo

	trim 1	trim 2	trim 3	trim 4	total
unidades a producir	55770	54990	63180	62400	236340
nec.materiales/ud	3	3	3	3	3
necesidades para producir	167310	164970	189540	187200	709020
Inv. Final deseado	16497	18954	18720	18720	72891
necesidades totales	183807	183924	208260	205920	781911
inventario inicial		16497	18954	18720	54171
materiales a comprar	183807	167427	189306	187200	727740
Precio por unidad	70	70	70	70	70
valor compras	12866490	11719890	13251420	13104000	50941800
compras de contado (60%)	7719894	7031934	7950852	7862400	30565080
compras a crédito (40%)	5146596	4687956	5300568	5241600	20376720

8.4.3.5 Egresos por Pago a Proveedores

	Trim 1	trim 2	trim 3	trim 4	total
compras trim 1	7719894	5146596			12866490
compras trim 2		7031934	4687956		11719890
compras trim 3			7950852	5300568	13251420
compras trim 4				7862400	7862400
egresos totales	7719894	12178530	12638808	13162968	45700200

8.4.3.6 Presupuesto Trimestral de Mano de Obra Directa

	trim 1	trim 2	trim 3	trim 4	total
unidades a producir	55770	54990	63180	62400	236340
HMOD por unidad	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04
Horas totales MOD	2230,8	2199,6	2527,2	2496	9453,6
Costo HMOD	1722	1722	1722	1722	1722
Costo total HMOD	3841437,6	3787711,2	4351838,4	4298112	16279099



8.4.3.7 Presupuesto de CIF

	trim 1	trim 2	trim 3	trim 4	total
TOTAL CIF PRESUPUESTADO	56400000	56400000	56400000	56400000	225600000
DESEMBOLSO EN EFECTIVO	56400000	56400000	56400000	56400000	225600000

8.4.3.8 Costo Unitario Producto Terminado

	cantidad	costo unitario	CIF total	costo unidad
materiales directo por unidad	3	70		210
MOD por unidad	0,04	1722		68,9
CIF por unidad	236340		225600000	954,6
Total costo unitario				1233,4

8.4.3.9 Valoración de Inventarios Finales

	cantidad	unidad	costo unitario	valor total
materiales directos	18720	bananos	70	1310400
producto terminado	6240	paquetes	1233,4	7696646,8

8.4.3.10 Presupuesto de Gastos de Admón. y Ventas

	trim 1	trim 2	trim 3	trim 4	Total
sueldos administrativos	6000000	6000000	6000000	6000000	24000000
Arrendamiento	5400000	5400000	5400000	5400000	21600000
Útiles y papelería	300000	300000	300000	300000	1200000
depreciación de muebles	682683,3	682683,3	682683,3	682683,3	2730733,2
total gastos	12382683,3	12382683,3	12382683	12382683	49530733
Desembolso en efectivo	11700000	11700000	11700000	11700000	46800000

8. 3.11 Estado de Costo de Producto Vendido

INVENTARIO INICIAL DE MATERIALES	0
MAS COMPRA DE MATERIALES	45700200
MATERIAL DISPONIBLE	45700200
MENOS INVENTARIO FINAL DE MATERIALES	1310400
COSTO DE MATERIALES USADOS	44389800
MAS MOD	16279099
MAS CIF	225600000
COSTO DE PRODUCTOS TERMINADOS	286268899
MAS INVENTARIO INICIAL DE PRODUCTOS TERMINADOS	7696646,8
PRODUCTO DISPONIBLE PARA LE VENTA	293965546
MENOS INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS TERMINADOS	7696646,8
COSTO DE MERCANCIA VENDIDA	286268899

8.4.3.12 Presupuesto de Efectivo

	trim 0	trim 1	trim 2	trim 3	trim 4	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
SALDO INICIAL DE CAJA		79661332	51195992	63565743	87391089	79661332	116986002	262215872	516264634
VENTAS DE CONTADO		60840000	65520000	74880000	74880000	276120000	334105200	404267292	489163423
CREDITO BANCARIO	97461332								
ABONO DE CLIENTES		0	40560000	43680000	49920000	134160000	184080000	222736800	269511528
TOTAL DISPONIBLE	97461332	140501332	157275992	182125743	212191089	489941332	635171202	889219964	1274939585
PAGO A PROVEEDORES		7719894	12178530	12638808	13162968	45700200	45700200	45700200	45700200
INVERSION FIJA	16000000								
INVERSION DIFERIDA	1800000								
MOD		3841437,6	3787711,2	4351838,4	4298112	16279099	16279099	16279099	16279099,2
CIF		56400000	56400000	56400000	56400000	225600000	225600000	225600000	225600000
GASTOS DE ADMON Y VENTAS		11700000	11700000	11700000	11700000	46800000	46800000	46800000	46800000
IMPUESTO RENTA		0	0	0	0		0		
ABONO A CAPITAL		3796327,804	4024107,5	4265553,9	4521487,2	16607476	20966556	26469794	33417505,3
INTERESES		5847679,896	5619900,2	5378453,8	5122520,5	21968554	17609475	12106237	5158525,48
TOTAL DESEMBOLSO	17800000	89305339,3	93710249	94734654	95205088	372955330	372955330	372955330	372955330
SALDO FINAL DE CAJA	79661332	51195992	63565743	87391089	116986002	116986002	262215872	516264634	901984255

8.4.3.13 Estado De Resultado

ESTADO DE RESULTADOS		
VENTA DE MERCANCIA		460200000
MENOS COSTO DE VENTA		286268899
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		173931101
MENOS GASTO DE ADMON Y VENTAS		49530733
SUELDO DE ADM. Y VENTAS	24000000	
ARRIENDO	21600000	
DEPRECIACION DE MUEBLES	2730733,2	
IMPUESTOS	0	
UTILES Y PAPALERIA	1200000	
UTILIDAD NETA DE OPERACIÓN		124400368
MENOS GASTOS FINANCIEROS		21968554
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		102431813
MENOS 35% DE IMPUESTOS		35851135
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		66580679

8.4.3.14 Balance General

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
CAJA	116986002	CUENTAS POR PAGAR	5241600
CUENTAS POR COBRAR	49920000	IMPUESTOS POR PAGAR	35851135
INVENTARIO DE MATERIALES	1310400	OBLIGACIONES FINANCIERAS	80853855
INVENTARIO DE PROD TERMINADOS	7696646,844	TOTAL PASIVO	121946590
INVERSION DIFERIDA	1800000		
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	177713048	PATRIMONIO	
		ACCIONES COMUNES	0
		UTILIDADES RETENIDAS	0
		UTIL. NETA DEL EJERCICIO	66580679
		TOTAL PATRIMONIO	66580679
ACTIVOS FIJOS			
MAQUINARIA Y EQUIPO	7193000		
DEPRECIACION ACUMULADA	2455046,7		
MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA	8807000		
DEPRECIACION ACUMULADA	2730733,3		
TOTAL ACTIVO FIJO	10814220,0		
TOTAL ACTIVOS	188527268,4	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	188527268,4

8.4.3.15 Cuadro de Amortizaciones

Trimestre	anualidad	interés	abono	saldo
0	0	0	0	97461332
1	9644007,7	5847679,896	3796327,8	93665004
2	9644007,7	5619900,228	4024107,5	89640896
3	9644007,7	5378453,779	4265553,9	85375342
4	9644007,7	5122520,544	4521487,2	80853855
5	9644007,7	4851231,315	4792776,4	76061079
6	9644007,7	4563664,732	5080343	70980736
7	9644007,7	4258844,154	5385163,5	65595572
8	9644007,7	3935734,341	5708273,4	59887299
9	9644007,7	3593237,939	6050769,8	53836529
10	9644007,7	3230191,754	6413815,9	47422713
11	9644007,7	2845362,797	6798644,9	40624068
12	9644007,7	2437444,103	7206563,6	33417505
13	9644007,7	2005050,287	7638957,4	25778547
14	9644007,7	1546712,842	8097294,9	17681253
15	9644007,7	1060875,151	8583132,5	9098120
16	9644007,7	545887,1976	9098120,5	-1

8.4.316 Cálculo del Vpn

	FLUJO DE CAJA	(1+i) ⁿ	VP(Ingresos)
AÑO 1	116986002	1,24	94343550
AÑO 2	262215872	1,54	170535817
AÑO 3	516264634	1,91	270774224
AÑO 4	901984255	2,36	381515525
TOTAL VP(Ingresos)			917169115
TOTAL VP(Egresos)			97461332
VPN(24%)			819707784

I A TIR ES 201.41%

- **CONCLUSIÓN**

Al finalizar el estudio financiero podemos concluir que PATACONES DE COLOMBIA LTDA tiene una TIR de 201.41% la cual es un atractivo importante para cualquier persona que quiera invertir su dinero en un negocio beneficioso, debido a que representa una mayor rentabilidad que la que actualmente se ofrece en el mercado.

ESTUDIO LEGAL



8.5 ESTUDIO LEGAL

8.5.1 Objetivo. Mediante la realización del Estudio legal se pretende conocer los requisitos legales que debe cumplir la empresa para empezar a funcionar dentro del marco legal del país.

8.5.2 Gestiones para Crear, Constituir y Formalizar Empresa ¹⁰

- **PASOS PREVIOS**

1. Consulta de nombres

El nombre o razón social de la empresa y/o establecimiento debe cumplir con la condición de no presentar homonimia con otros nombres ya registrados en Cámara. Antes de protocolizar las escrituras es necesario verificar, de manera gratuita, este hecho en las notarias de Barranquilla y Unica de Soledad.

2. Consulta de Antecedente Marcario

Si el producto o servicio que generará la empresa será de comercialización masiva, la marca que elija no debe coincidir con marcas, lemas o enseñas ya registradas por otras empresas ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

3. Consulta de Actividad Económica

La actividad económica en que se clasifique, tiene implicaciones tributarias y es un requisito indispensable para las gestiones ante Cámara de Comercio CAE.

4. Consulta de Uso de Suelo

¹⁶ Cámara de Comercio de Barranquilla.

Es importante que se establezca si el lugar donde se instalará el establecimiento tiene uso permitido, restringido o prohibido de acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial. Sin embargo, se prefiere certificado de uso de suelo, puede obtenerlo a través de la Secretaría de Planeación Distrital.

5. Gestiones de Creación y Constitución''

Ahora en el CAE, se podrá gestionar y cumplir en un único paso, mediante diligenciamiento de un Formulario compuesto por Carátula Unica Empresarial, con las siguientes obligaciones y tramitaciones:

- Inscripción en el Registro Mercantil
- Pago de Impuesto de Registro
- Matrícula de los establecimientos de comercio
- Asignación de NIT
- Inscripción en RUT
- Inscripción en Registro de Industria y Comercio, avisos y Tableros.
- Registro Nacional de Vendedores
- Notificación de apertura de Establecimiento de Comercio en Planeación Distrital.

Complementariamente usted deberá:

- Registrar sus libros de contabilidad ante la Cámara de Comercio: Para esta gestión, deberá traer sus libros debidamente numerados e identificados y radicar la solicitud.
- Opcionalmente si está interesado en contratar con el Estado deberá realizar el Registro Unico de Proponentes RUP. Para esto, reclame el formulario correspondiente.

¹⁷ Ibid.

Una vez la empresa ha sido constituida, el empresario debe realizar una serie de gestiones para garantizar el legal funcionamiento de su empresa y/o establecimiento.

6. Gestiones de funcionamiento

- **Seguridad**

El empresario está obligado a cumplir con las regulaciones mínimas de seguridad para su establecimiento abierto al público o actividad productiva.

- **Permisos Ambientales**¹⁸

Si el establecimiento o actividad genera emisiones atmosféricas, de ruido, vertimientos, residuos, entre otros, el empresario debe dirigirse al Departamento Técnico Administrativo de Medio Ambiente de Barranquilla (DAMAB).

- **Sanidad**

De acuerdo al tipo de actividad que desarrolle su empresa estará obligada a cumplir con determinadas reglamentaciones en materia de instalaciones sanitarias, manipulación de alimentos, transporte de3 alimentos, etc.

- **Registro de Marcas**

Si la empresa desea proteger la marca de sus productos o servicios, debe iniciar el Registro de Marca, Lema o Enseña Comercial correspondiente a la Superintendencia de Industria y Comercio.

- **Registro Sanitario ante el INVIMA**

Si piensa fabricar o comercializar localmente o como exportador/importador alimentos, medicamentos, productos de aseo, bebidas alcohólicas, farmacéuticos

¹⁸ Ibid.

o cosméticos, debe obtener Registro Sanitario del INVIMA. Los valores varían de acuerdo al tipo de producto.

7. Gestiones de Legalización Laboral

Una vez la empresa inicia funcionamiento, adquiere unas obligaciones laborales y patronales así:

- Inscribirse ante una Administradora de Riesgos Profesionales (Privada o ISS): Si la empresa tiene uno o más empleados, tiene la obligación de inscribirse ante una ARP y pagar mensualmente un porcentaje sobre el monto total de la nómina que varía de acuerdo al tipo de riesgo que genera su actividad.
- Inscribir a los empleados en una caja de Compensación Familiar; Si la empresa tiene uno o más trabajadores permanentes, tiene la obligación de inscribirse como empresa ante una caja de Compensación Familiar de su jurisdicción y afiliar a los trabajadores, pagando mensualmente un porcentaje sobre el monto total de la nómina. La caja también realiza los recaudos por concepto de aportes al ICBF y SENA.
- Afiliación al régimen de salud, pensión y cesantías: Los trabajadores deciden libremente con qué entidad se afilian él y sus familias al sistema de protección social. El empleador está en la obligación de tramitar las correspondientes afiliaciones.
- Elaborar el Reglamento de trabajo e inscribirlo en el Ministerio de Protección Social: Si la empresa tiene más de diez trabajadores deberá elaborar y registrar el reglamento de trabajo.

- Elaborar un programa de seguridad industrial, de salud ocupacional y un reglamento de higiene para la empresa: Independientemente del número de trabajadores debe cumplir con esta obligación.

8. 5.3 Registro de una Sociedad¹⁹. Se entiende por una sociedad un acuerdo en el que dos o mas personas se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes cuantificables en dinero, con el fin de repartirse entre si las utilidades obtenidas en la empresa o la actividad que realicen.

8.5.3.1 Requisitos para Construir una Sociedad. Las sociedades podrán constituirse mediante escritura pública otorgados en cualquier notaria del país.

Los requisitos deben contener la escritura pública de constitución según artículo 110 del código de comercio, son los siguientes:

- El nombre y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes. Si se trata de personas naturales debe indicarse su nacionalidad y número de identificación. Si es jurídica, debe indicarse la ley, decreto o escritura en que se derive su existencia.
- Denominación o razón social de las personas jurídicas, indicando la clase o tipo de sociedad que se constituye. Antes de asignarle nombre a la sociedad, le recomendamos constatar en esta cámara de comercio que no exista nombre similar o igual.
- El capital social, indicando la parte del mismo que se suscribe y paga por cada asociado. En las sociedades por acciones, deberá indicarse además el capital suscrito y pagado con el respectivo valor nominal de las acciones representativas.

¹⁹ Ibid.

- La forma de administrar los negocios sociales, indicando las funciones y atribuciones de los representantes legales.
- La época y la forma de convocar a la asamblea o junta de socios a sesiones ordinarias o extraordinarias.
- La fecha en que debe hacerse los inventarios y balances generales y la forma como han de distribuirse las utilidades sociales, con indicación de las respectivas reservas legales.
- El término de duración precisa de la sociedad, así como las causales de disolución.
- La forma de hacer la liquidación, una vez disuelta la sociedad.
- Cláusula de arbitraje, en caso de diferencia entre los asociados. Para tal efecto, se sugiere, la siguiente redacción: "toda controversia o diferencia relativa a este documento y a su ejecución, liquidación o interpretaciones se resolverá por un tribunal de arbitramento que se sujetará a las reglas del centro de conciliación y arbitraje de la cámara de comercio de Barranquilla
- El nombre y domicilio de la persona que han de representar legalmente a la sociedad, precisando sus facultades y obligaciones.
- Facultades y obligaciones del revisor fiscal, cuando el cargo esté previsto en la ley o en los estatutos.

8.5.3.2 Requisitos para su Registro²⁰. Se debe adquirir un juego de formularios de matrícula de sociedad y establecimiento de comercio en nuestras cajas, las cuales deberán ser diligenciados y firmados por el representante legal de la sociedad. A dicho formulario deberá adjuntar los siguientes documentos:

- Copia autenticada de la escritura pública de constitución.
- Si las personas designadas para su cargo de junta directiva, representación legal o revisor fiscal, no firma la escritura pública de constitución, debe anexar la respectiva carta de aceptación al cargo con indicación de su documento de identidad.

Por ultimo, se debe presentar los documentos y pague los derechos de matrícula, así como los de inscripción e impuesto de registro correspondientes. Se obtendrá constancia de pago y de la recepción de los documentos, a través de la factura de venta.

8.5.4 La Licencia Ambiental²¹. Es la autorización que otorga la autoridad ambiental competente, mediante acto administrativo, a una persona, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que conforme a la ley y a los reglamentos, pueda producir deterioro grave a los recursos naturales renovables o al medio ambiente o introducir modificaciones considerables o notorias al paisaje, y en las que se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el beneficiario de la Licencia Ambiental debe cumplir para prevenir, mitigar, corregir, compensar y manejar los efectos ambientales del proyecto, obra o actividad autorizada, todo ello de conformidad con la Ley 99 de 1993, el decreto 1753 de 1994, la Resolución 655 de 1996 y demás normas concordantes

²⁰ Ibid.

²¹ www.cda.gov.co



8.5.4.1 Procedimiento Para La Obtención De Licencias Ambientales

- El interesado en obtener licencia ambiental deberá formular petición por escrito dirigida a la autoridad ambiental competente, en la cual solicitará que se determine si el proyecto, obra o actividad por realizar requiere o no de la elaboración de Diagnóstico Ambiental de Alternativas; de igual manera solicitará que se fijen los términos de referencia de los estudios ambientales correspondientes, cuando estos no estuvieran definidos por la autoridad ambiental y allegará la siguiente información:

a) Nombre o razón social, número de identificación, domicilio y nacionalidad del solicitante;

b) Nombre del representante legal;

c) Poder debidamente otorgado, cuando se actúe mediante apoderado;

d) Certificado de existencia y representación legal para el caso de persona jurídica, el cual debe haber sido expedido dentro del mes anterior a la fecha de presentación de la solicitud;

e) Descripción explicativa del proyecto, obra o actividad, que incluya por lo menos su localización, dimensión y costo estimado;

f) Descripción de las características ambientales generales del área de localización del proyecto, obra, o actividad;

g) Información sobre la presencia de comunidades, incluidas campesinas, negras e indígenas, localizadas en el área de influencia del proyecto, obra o actividad propuesta;

h) Indicar, si el proyecto, obra o actividad afecta el Sistema de Parques Nacionales Naturales y sus zonas de amortiguación, cuando estas estén definidas;

i) Relación de los recursos naturales renovables que requieren ser usados, aprovechados o afectados durante la ejecución del proyecto, obra o actividad;

j) Autoliquidación del cobro por la prestación de los servicios de la evaluación de los Estudios Ambientales del proyecto, obra o actividad, para las solicitudes radicadas ante el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial.

- Con base en la información suministrada, la autoridad ambiental dictará dentro de los diez (10) días hábiles siguientes, acto de iniciación de trámite que se notificará y publicará en los términos del artículo 70 de la Ley 99 de 1993. De igual forma, en los casos en que haya lugar, decidirá sobre la necesidad o no de presentar el Diagnóstico Ambiental de Alternativas y definirá sus términos de referencia, cuando estos no hayan sido previamente establecidos para el sector.

- Igualmente, en este mismo término, al detectarse conflicto de competencias, entre autoridades ambientales, se suspenderán los términos del trámite hasta tanto el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, defina en un plazo no mayor de quince (15) días hábiles la autoridad ambiental competente, la cual proseguirá el trámite en el estado en que se encuentre.

- Presentado el Diagnóstico Ambiental de Alternativas, la autoridad ambiental competente elegirá en un plazo de quince (15) días hábiles, contados a partir de su presentación, la alternativa o las alternativas sobre las cuales debe elaborarse el correspondiente estudio de impacto ambiental.

- Si no es necesario la presentación de un Diagnóstico Ambiental de Alternativas, o elegida(s) la(s) alternativa(s) sobre las cuales debe elaborarse el

estudio de impacto ambiental, la autoridad ambiental competente en un término que no podrá exceder de treinta (30) días hábiles, fijará los términos de referencia, para la elaboración del estudio de impacto ambiental, cuando estos no hayan sido definidos previamente para el sector.

- Dentro de los treinta (30) días hábiles siguientes a la presentación del estudio de impacto ambiental, se podrá pedir al interesado la información adicional que se considere indispensable. En este caso se interrumpirán los términos que tiene la autoridad para decidir.
- Allegada la información requerida, la autoridad ambiental dispondrá de quince (15) días hábiles adicionales para solicitar a otras autoridades o entidades los conceptos técnicos o informaciones pertinentes, los cuales deben ser remitidos en un plazo no superior de treinta (30) días hábiles, contados desde la fecha de radicación de la comunicación correspondiente.
- Recibida la información o vencido el término de requerimiento de informaciones adicionales a otras autoridades o entidades, se expedirá el auto de trámite que declare reunida toda la información requerida. La autoridad ambiental competente decidirá sobre la viabilidad ambiental del proyecto, obra o actividad y otorgará o negará la respectiva licencia ambiental, en un término de quince (15) días hábiles, contados a partir de la expedición del citado auto.
- Contra la resolución por la cual se otorga o se niega la Licencia Ambiental procede el recurso de reposición ante la misma autoridad ambiental que profirió el acto, y el recurso de apelación ante el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, cuando el acto sea expedido por las demás autoridades ambientales competentes.

- Para los efectos de la publicidad de las decisiones que pongan fin a la actuación, se observará lo dispuesto en el artículo 71 de la Ley 99 de 1993.

Cuando se trate de proyectos, obras o actividades de competencia del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, el peticionario deberá igualmente radicar una copia del estudio de impacto ambiental ante las respectivas autoridades ambientales regionales, según sea del caso y allegar una constancia de su radicación con destino al expediente, con el fin de que estas emitan el pronunciamiento de su competencia.

En los casos relacionados con actividades mineras que requieran de licencias ambientales se estará al procedimiento señalado en el artículo 282 de la Ley 685 del 2001 - Código de Minas.

8.5.4.2 Contenido de la Licencia Ambiental²². El acto administrativo en virtud del cual se otorga una licencia ambiental contendrá:

- La identificación de la persona natural o jurídica, pública o privada a quien se autoriza la ejecución o desarrollo de un proyecto, obra o actividad, indicando el nombre o razón social, documento de identidad y domicilio.
- El objeto general y localización del proyecto, obra o actividad.
- Un resumen de las consideraciones y motivaciones de orden ambiental que han sido tenidas en cuenta para el otorgamiento de la licencia ambiental.
- Lista de las diferentes actividades y obras que se autorizan con la licencia ambiental.

²² Ibid.



- Los recursos naturales renovables que se autorizan utilizar, aprovechar y/o afectar, así mismo las condiciones, prohibiciones y requisitos de su uso.
- Los requisitos, condiciones y obligaciones adicionales al plan de manejo ambiental presentado que debe cumplir el beneficiario de la licencia ambiental durante la construcción, operación, mantenimiento, desmantelamiento, abandono o terminación del proyecto, plan
- La publicación del acto administrativo, conforme al artículo 71 de la Ley 99 de 1993.
- Las demás que estime la autoridad ambiental competente.

8.5.5 Tramite para solicitar Registro Sanitario ante el INVIMA

8.5.5.1 Nombre del Trámite. SOLICITAR REGISTRO SANITARIO O RENOVACION DE REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS PRODUCIDOS O ENVASADOS EN EL PAIS. (NACIONALES). MODALIDAD: FABRICAR Y VENDER.

8.5.5.2 En qué consiste el Trámite. El usuario como persona jurídica o natural que desee solicitar la expedición o renovación de un registro sanitario **AUTOMATICO** para Alimentos producidos o envasados en Colombia (Nacionales), debe:

- Diligenciar el Formulario único de Solicitud Registro Sanitario Automático de Alimentos - Expedición y Renovación, (Original y copia), suministrado por el INVIMA sin costo alguno en la oficina de atención al usuario, ó a través de la pagina Web de la entidad.

- Cancelar el valor de la tarifa legal vigente en BANCAFE, cuenta empresarial No. 02699010-1. Este valor será suministrado en el Grupo Funcional Alimentos de la Subdirección de Licencias y Registros, en la Oficina de Atención al usuario, ó consultando la pagina Web de la entidad (Link tramites y Servicios - Tarifas legales vigentes por tipo de Producto). El pago debe efectuarse en forma individual es decir una consignación por cada producto ó trámite solicitado.
- Presentar en la ventanilla de verificación documental del centro de Atención al Usuario el formulario debidamente diligenciado junto con la documentación requerida, con el objeto de obtener visto bueno para radicar el trámite.
- Radicar el formulario de solicitud de trámite debidamente aprobado, junto con la documentación requerida en la ventanillas de Radicación de Trámites del centro de Atención al Usuario.
- Notificarse y reclamar el acto administrativo (resolución) mediante el cual el INVIMA concede el registro sanitario automático en la ventanilla de Notificación de Resoluciones del Centro de Atención al Usuario.

Las Renovaciones de los registros sanitarios de Alimentos se realizaran siguiendo el mismo procedimiento de su expedición en lo que hace referencia a los documentos exigidos incluido el pago de la tarifa correspondiente, diferenciándose únicamente en marcar en el formulario único de solicitud la casilla correspondiente a Renovación de registro Sanitario.

8.5.5.3 Requisitos y Documentos necesarios para el Trámite. El formulario único de solicitud y los documentos solicitados deben presentarse en forma ordenada indicando los folios respectivos y en expediente cuya carátula y contracaratula sea de color **BLANCO** lo cual identifica a los alimentos de los demás productos bajo vigilancia y control del INVIMA.



- Copia al carbón del recibo de pago realizado en BANCAFE.
- Formato de relación de documentos que constituyen el expediente indicando los folios respectivos.
- Formulario único de Solicitud Registro Sanitario Automático de Alimentos Expedición y renovación (original y copia).
- Certificado de existencia y representación legal del interesado, cuando se trate de persona jurídica o registro mercantil cuando se trate de persona natural.
- Certificado de existencia y representación legal o matrícula mercantil del fabricante, cuando el alimento sea fabricado por persona diferente al interesado.

8.5.6 Afiliación a la ARP SURATEP. Dentro de las obligaciones administrativas del empleador está la de afiliar a sus trabajadores oportunamente al Sistema General de Riesgos Profesionales. Este proceso debe realizarse cada vez que se presente el ingreso de trabajadores en la empresa. El Decreto 1295 de 1994, en su artículo 4° habla de la cobertura del Sistema General de Riesgos Profesionales: “La cobertura del Sistema se inicia de FORMULARIO “NOVEDADES-INGRESO Y RETIRO DE TRABAJADORES”.

Para el caso de los ingresos se requiere el diligenciamiento completo de los campos del formulario.

Para el caso de los retiros sólo basta con diligenciar los siguientes campos del formulario NOVEDADES - INGRESO y RETIRO DE TRABAJADORES:

Una vez diligenciado el formulario, se debe enviar vía fax al 511-70-00 (en Medellín) y a los números 01800 051 4329 - 01800 094 4329 para el resto del País.

En el mismo formulario pueden relacionarse los ingresos y retiros de trabajadores. Se sugiere colocar todos los ingresos primero y, luego, todos los retiros. Se debe utilizar un nuevo formulario cada vez que se necesite realizar un envío. Las líneas y casillas no utilizadas deben inhabilitarse con una raya oblicua. Los formularios pueden obtenerse gratuitamente en la oficina SURATEP más cercana a su empresa.

Se entiende por centro de trabajo toda edificación o área a cielo abierto en el que laboran los trabajadores, destinada a una actividad económica en una empresa determinada.

Cuando una empresa tenga más de un centro de trabajo, los trabajadores de uno o más de ellos en una clase de riesgo diferente, siempre que se cumplan algunas condiciones.

Condiciones que debe cumplir un centro de trabajo:

- Debe existir una clara diferenciación de las actividades desarrolladas en cada uno de ellos.
- Las edificaciones y/o áreas a cielo abierto de los centros de trabajo deben ser independientes entre sí, de tal modo que los trabajadores de otras áreas no laboren parcial o totalmente en la misma edificación o área a cielo abierto.

- Los factores de riesgo determinados por la actividad económica del centro abajo no deben implicar exposición directa o indirecta para los trabajadores del otro u otros centros de trabajo, ni viceversa.

CENTRO DE TRABAJO PAGADOR

Es el centro de trabajo de la empresa que se encarga de realizar el pago de aportes.

8.5.7 Afiliación a la EPS SALUDCOOP

- Fotocopia del Nit de la Empresa
- Fotocopia cédula de cotizante
- Copia original del registro de Cámara de Comercio
- Fotocopia de la afiliación a una A.R.P. (Administradora de Riesgos Profesionales)
- Fotocopia de los documentos de identidad de los beneficiarios.

8.5.8 Número de Identificación Tributaria. NIT. En la dirección de impuestos y aduanas nacionales **DIAN** se realizarán los trámites correspondientes para la inscripción en el registro único tributario (RUT).

8.5.8.1 Requisitos para el Trámite. Presentar el certificado de existencia y representación legal de la empresa. Adjuntando una fotocopia de la cedula del representante legal de la empresa

8.5.8.1.2 Trámite.

- Solicitar un formulario de inscripción al registro único tributario (RUT).

- Diligenciar correctamente el formulario, detallando en él la actividad económica a la que se dedica la empresa, los datos de terceros como el revisor fiscal y el contador.
- Marcar el numeral 1 (asignación: solicitud de NIT por primera vez).
- Esperar quince 15 días hábiles para que la DIAN entregue la tarjeta provisional que contiene el número de identificación tributaria (NIT).
- Transcurrido seis 6 meses se procede a reclamar con la tarjeta provisional, la tarjeta oficial con el NIT

La obtención del NIT no tiene ningún valor.

8.5.9 Impuesto a la Venta y Retención en la Fuente. Los impuestos a las ventas (IVA) y la redefuente tienen que ser pagados a la DIAN de acuerdo al calendario de pago. En el caso del IVA es necesario inscribirse en el registro nacional de vendedores.

8.5.10 Permisos y Licencia. Se debe diligenciar ante la Alcaldía Distrital los siguientes documentos y formularios exigidos para el legal funcionamiento de la empresa.

8.5.10.1 Impuesto de Industria y Comercio. Las tarifas para este impuesto se encuentran establecidos en el acuerdo del Consejo de Barranquilla 004 (10 de febrero de 1999) la cual refugia las actividades industriales de producción de alimentos de consumo humano y envasado del mismo.

8.5.10.2 Requisitos. Inscribirse en el registro de Impuestos Distritales.

8.5.10.3 Trámites.

- Presentar en la oficina de industria y comercio la solicitud de inscripción en el registro de Impuestos Distritales.
- Anexar a la anterior solicitud el original del certificado de la cámara de comercio y original y copia del NIT de la empresa.
- Una vez se halle inscrito en el registro, para cancelar el impuesto se debe comprar en los sitios autorizados el formulario para el pago de impuesto de industria y comercio.
- Diligenciar correctamente el formulario en original y tres copias.
- Efectuar el pago correspondiente al impuesto según los ingresos que haya tenido la empresa durante el año.

El trámite de la inscripción o el pago del impuesto de industria y comercio se realizan en un día.

8.5.10.4 Costo. Las tarifas de industria y comercio serán del 3.5*1000 sobre los ingresos netos gravables recibidos en el bimestre a declarar.

Conjuntamente con el impuesto de industria y comercio se debe cancelar el impuesto de avisos y tableros que corresponde al 15%.

8.5.10.5 Certificado de Seguridad y Prevención. Es un certificado que expide el cuerpo de bomberos donde establece que las que la empresa cumple con las condiciones mínimas de protección y seguridad contra incendios.

8.5.10.6 Requisitos. Cumplir con las normas mínimas de seguridad industrial.

8.5.10.6.1 Trámites. Realizar una petición por escrita para efectuar la inspección a las instalaciones de la empresa.

8.5.11 Requisitos para Afiliación a la Caja de Compensación Familiar Comfamiliar.

- Diligenciar formulario de afiliación.
- Registro de la Cámara de Comercio.
- Copia de la Última Nómina.
- Paz y Salvo de la Caja a la que la empresa se encuentra afiliada. Si fuera el caso.

Certificación del representante legal, donde conste que no está afiliada a ninguna Caja de Compensación.

- Listado de empleados, con los datos del conyugue y número de cedula.
- Certificado del revisor fiscal o contador que están a paz y salvo con las **EPS** y **A.R.P.**

- **CONCLUSIÓN**

Dentro de los requisitos legales exigidos por Gobierno Colombiano para la constitución de una empresa se deben tener en cuenta la preservación del Medio Ambiente, Cuidados de los Suelos y cumplir con ciertos requisitos exigidos por entidades como la DIAN la Cámara de Comercio y el INVIMA para brindar un producto con los altos estándares de calidad.

De igual forma dicho estudio hace referencia a todo lo que tiene que ver con la afiliación de los empleados a una EPS y a una ARP para poder brindarles a ellos un oportuno servicio cuando lo necesiten.

9. ANÁLISIS DE RESULTADOS

- ANÁLISIS DEL MERCADO

SITUACIÓN DEL ENTORNO ECONÓMICO

El desarrollo de la industria alimenticia es una de las actividades industriales más importantes del mundo. En muchos países desarrollados, el procesado y conservación de alimentos representa entre el 10 y el 15% de las manufacturas totales, y el sector de fabricación de alimentos y minoristas aporta entre el 15 y el 20% del producto interno bruto.

Con la creciente y mejora de calidad de vida en muchos países desarrollados, sus ciudadanos dedican un porcentaje menor del total de sus ingresos a la compra de alimentos. Una parte cada vez mayor de los alimentos que compran son fabricados o preparados. Aunque algunos pueden consumirse crudos, por ejemplo, la fruta, la mayoría requieren algún tipo de procesamiento para hacerles seguros y atractivos al paladar.

Los hábitos de los tiempos actuales han popularizado el consumo de los productos congelados, ya que cada vez son más los compradores que carecen de tiempo para ir al mercado todos los días para comprar productos frescos, por lo que optan por adquirir los alimentos periódicamente según sus posibilidades. Según estudios realizados en la ciudad de Barranquilla siete de cada diez hogares consume alimentos congelados al menos una vez por semana. Es evidente que el consumo de diferentes tipos de alimentos congelados se presenta hoy en día como una buena solución. Además, aunque normalmente se asume que los alimentos frescos son de mayor calidad, en tanto que conservan mejor sus características originales, los congelados mantienen unos estándares de calidad adecuados y



aceptados. Los consumidores saben que los congelados que compran pueden conservarse durante bastante tiempo en sus neveras (dependiendo de las características de su congelador), lo cual es un valor añadido cada vez más importante por la comodidad que representa mantener comida en casa y que permanezca en óptimas condiciones durante mucho tiempo para cuando sea necesaria.

En la actualidad en Barranquilla encontramos seis empresas dedicadas a la producción de alimentos congelados. Sin embargo, no existe ninguna que dentro de su línea de productos, ofrezca patacones congelados de banano lo cual percibimos como una ventaja competitiva a la hora de posicionar la empresa en este mercado.

Actualmente el entorno es muy competitivo, por tanto el sector de los congelados debe mejorar sus procesos productivos y de distribución a fin de poder ofrecer a los clientes productos de alta calidad porque de ello va a depender la permanencia de la empresa en el mercado.

- **El Producto**

Los consumidores de alimentos congelados de los estratos 4,5 y 6 de Barranquilla podrán disfrutar de las ventajas que ofrecen este tipo de alimentos frente a los frescos como son la comodidad. Ya que permiten al consumidor espaciar sus compras y guardar comestibles en buenas condiciones en su hogar durante mucho tiempo, el ahorro. Normalmente, los alimentos congelados son más baratos y la fácil preparación ya que los congelados no tienen desperdicios, están preparados para que los cocinemos directamente sin que tengamos que limpiarlos.

PATACIONES DE COLOMBIA LTDA. Ofrece patacones congelados de banano en paquetes de seis unidades y se convierte en pionero en la ciudad de Barranquilla por ofrecer un producto congelado a base de banano.

Para la fabricación de este producto se utiliza banano fresco y verde. Se procesa sometiendo al banano a un proceso de lavado con hipoclorito de sodio agregando durante el proceso ácido cítrico y antioxidante BHT para evitar el enranciamiento de la fruta.

A nuestro producto se le realizará un estricto control de calidad que garantice su consumo y evitar riesgos de contaminación. Empacados en papel parafinado para protegerlo de la humedad y con etiquetas que describan las características y el valor nutricional del alimento.

- **El Mercado**

A pesar de que la mayoría de la gente consume alimentos frescos se ha notado una considerable demanda de alimentos congelados.

Los clientes potenciales de nuestra empresa son los consumidores de los estratos 4, 5, y 6 de la ciudad de Barranquilla donde se consumen alimentos congelados en promedio una vez a la semana. Nuestro mercado objetivo será de \$460200000 millones de pesos al año.

Los consumidores potenciales de nuestro productos en la ciudad de Barranquilla, de los estratos 4,5 y 6 de un total aproximadamente de 400.000 habitantes donde 10% corresponde a consumidores de productos congelados, con un consumo promedio de 3 Kg. al año a un precio promedio de \$3800 por Kg. tenemos un mercado potencial de 460200000 millones de pesos al año con incrementos anuales estimados del 10 y 20%

- **Competencia**

En Barranquilla hay seis empresas dedicadas a la producción de alimentos congelados, sin embargo PATACONES DE COLOMBIA LTDA. Es la única que ofrece patacones congelados de banano.

En el punto de venta los clientes tendrán oportunidad de comprar los patacones congelados a base de banano con un alto grado de confiabilidad.

La distribución de nuestros productos se realizará cumpliendo con las fechas y condiciones pactadas con nuestros clientes.

- **Plan De Ventas**

La siguiente es la proyección de ventas de nuestro producto de manera trimestral para el primer año y globales para el segundo y tercer año:

1. PRESUPUESTO TRIMESTRAL DE VENTAS				
	trim 1	trim 2	trim 3	trim 4
cantidades a vender	50700	54600	62400	62400
precio de venta unitario	2000	2000	2000	2000
total ventas	101400000	109200000	124800000	124800000
Venta de contado (60%)	60840000	65520000	74880000	74880000
Venta a crédito (40%)	40560000	43680000	49920000	49920000

	Año 1	Año 2	Año 3
cantidades a vender	230100	253110	278421
precio de venta unitario	2000	2200	2420
total ventas	<u>460200000</u>	<u>556842000</u>	<u>673778820</u>
Venta de contado (60%)	276120000	334105200	404267292
Venta a crédito (40%)	184080000	222736800	269511528

- **Estrategias de precio**

Nuestros precios son más competitivos que los de nuestros competidores, se encuentran en un 30% por debajo.

El precio de un paquete de patacones de seis unidades es de \$2000.

Las ventas se realizarán 60% de contado y 40% a crédito.

- **Estrategias de Venta**

Para la distribución de los patacones se utilizará el canal fabrica-distribuidor-consumidor final.

El proceso empezará con la entrega de productos a los distribuidores que en este caso serán las cadenas de almacenes en los cuales los consumidores finales podrán adquirir el producto.

El propósito de utilizar este canal será venderle a uno solo, tener una sola cartera fácil de manejar, utilizar el mayor tiempo posible para otra actividad relacionada con el producto y tener mayor fuerza de venta. Esta estrategia de distribución trae consigo algunas desventajas como los descuentos especiales obligatorios que

tiendan a disminuir las utilidades de la empresa y los convenios publicitarios y promocionales con los intermediarios.

Las ventas se realizaran al por mayor y se manejará una forma de pago con el 60% de contado y el 40% de crédito. Inicialmente el transporte del producto de la fábrica al distribuidor se hará utilizando los servicios de empresas transportadoras de alimentos, pero se prevé como objeto a largo plazo obtener un medio de transporte propio de la empresa.

- **Promoción**

Se promocionará el producto a través de medios masivos como la prensa y la radio local. Se realizarán presentaciones del producto puerta a puerta, degustaciones en tiendas y supermercados de la ciudad, además se colocaran avisos publicitarios (pasacalles y folletos) en puntos estratégicos de la ciudad.

- **Estrategias De Servicio**

Se contará con un Departamento de Mercadeo y ventas encargado de visitar a los clientes, tomar el pedido correspondiente y negociar las formas de pago y tiempos de entrega. Contaremos además con una línea gratuita para conocer las inquietudes de los clientes para poderles dar solución con el fin de conservar la buena imagen de la empresa.

- **ANÁLISIS TÉCNICO**

Para lograr la fabricación de nuestro producto, PATACONES DE COLOMBIA LTDA. Deberá realizar sus procesos productivos de la siguiente forma:

El banano a trabajar debe ser lo más fresco y verde posible.

Debe realizarse un lavado al ser recibido en una solución de hipoclorito de sodio en una concentración de 0.6%/Kg.

Seguidamente se procede al pelado en donde luego de realizar la operación se cortan en trozos y se les realiza un lavado con agua y ácido cítrico en una concentración aproximada de 0.5% que es equivalente a 1lt/ 0.5 gramos. El ácido cítrico es un aditivo eficaz para evitar el oscurecimiento que se produce rápidamente en las superficies cortadas de algunas frutas y otros vegetales.

Se agrega el antioxidante BHT al aceite, el cual es efectivo en muy pequeñas concentraciones y no solo retarda el enranciamiento sino que protege el valor nutricional de los alimentos al disminuir la oxidación de las vitaminas.

Luego de esto, son transportados en las canastillas al freidor en donde se lleva a cabo la pretritura para luego dejarlos escurrir completamente.

Una vez hayan quedado completamente secos se ponen en el formador en donde se les da la forma con espesor aproximado de 0.5 cm.

Luego de que se han enfriado se colocan en bandejas y se meten en las neveras industriales hasta alcanzar una temperatura de 1-10 °C.

Por último se empacan en papel parafinado para evitar la humedad (paquetes de 6 unidades) y se dejan en refrigeración.

- **Desarrollo del producto**

El producto ofrecido por PATACONES DE COLOMBIA LTDA. Contará con la garantía de haber sido procesado con una excelente higiene que evite su



contaminación y deterioro. El producto ofrecido será fabricado utilizando materia prima e insumos de excelente calidad para lograr un producto final que satisfaga las necesidades y requisitos de los clientes.

- **Localización de la Empresa**

PATACONES DE COLOMBIA va a estar ubicada en la zona industrial de Barranquilla en un local 4000mt² lejos de todo factor contaminante que pueda alterar la calidad y confiabilidad de nuestro producto. Las instalaciones cumplen con todos los servicios públicos y domiciliarios necesarios para la ejecución de las actividades como son: agua, aseo, energía, alcantarillado, teléfono, gas.

Con un alquiler mensual de \$1800000.

- **Equipos, maquinaria e infraestructura**

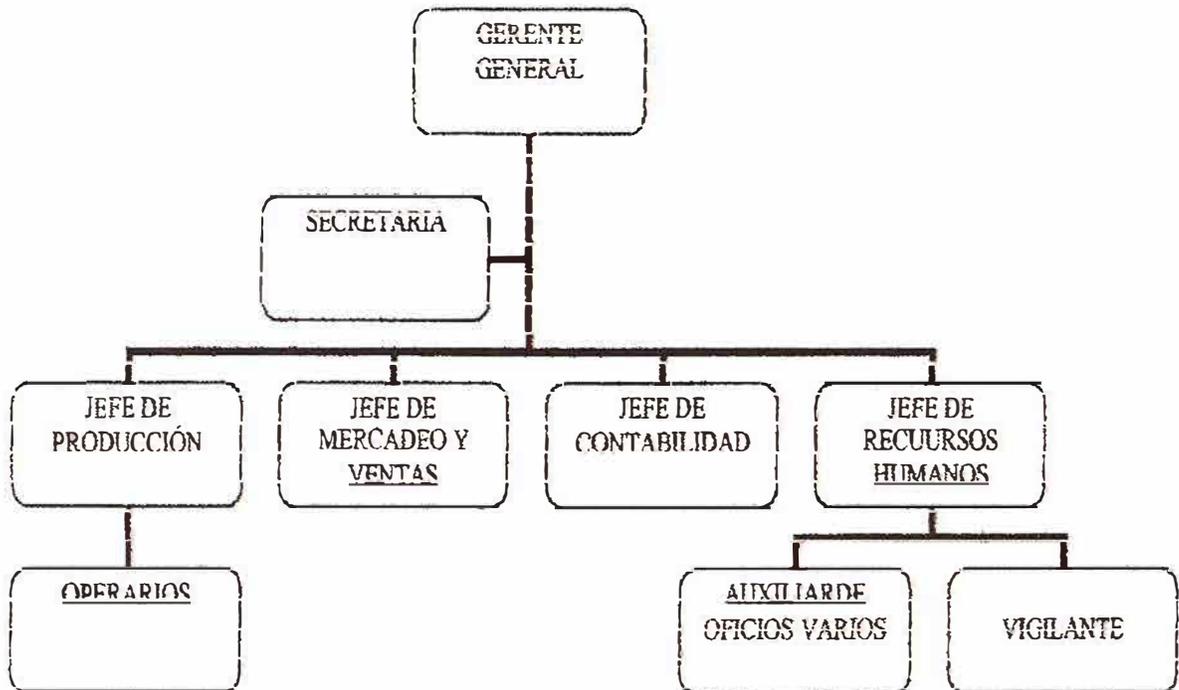
Para la realización de sus operaciones PATACONES DE COLOMBIA requiere de los siguientes equipos y maquinarias:

- Freidor en acero con termostato
- Formador o aplanador.
- Neveras industriales
- Selladora
- Piscina para el lavado
- Canastillas
- Bandejas

- ANALISIS ADMINISTRATIVO

ORGANIGRAMA

PATACONES DE COLOMBIA LTDA estará constituida de la siguiente manera:



- **ANALISIS LEGAL**

Para la constitución de PATACONES DE COLOMBIA LTDA. Se debe solicitar la expedición de un registro sanitario **AUTOMATICO** para Alimentos producidos o envasados en Colombia (Nacionales), debe:

- Diligenciar el Formulario único de Solicitud Registro Sanitario Automático de Alimentos - Expedición y Renovación, (Original y copia), suministrado por el INVIMA sin costo alguno en la oficina de atención al usuario, ó a través de la pagina Web de la entidad.
- Cancelar el valor de la tarifa legal vigente en BANCAFE, cuenta empresarial No. 02699010-1. Este valor será suministrado en el Grupo Funcional Alimentos de la Subdirección de Licencias y Registros, en la Oficina de Atención al usuario, ó consultando la pagina Web de la entidad (Link tramites y Servicios - Tarifas legales vigentes por tipo de Producto). El pago debe efectuarse en forma individual es decir una consignación por cada producto ó trámite solicitado.
- Presentar en la ventanilla de verificación documental del centro de Atención al Usuario el formulario debidamente diligenciado junto con la documentación requerida, con el objeto de obtener visto bueno para radicar el trámite.
- Radicar el formulario de solicitud de trámite debidamente aprobado, junto con la documentación requerida en la ventanillas de Radicación de Trámites del centro de Atención al Usuario
- Notificarse y reclamar el acto administrativo (resolución) mediante el cual el INVIMA concede el registro sanitario automático en la ventanilla de Notificación de Resoluciones del Centro de Atención al Usuario.

10. CONCLUSIONES GENERALES

Una vez finalizados cada uno de los capítulos requeridos por el plan de negocios se puede concluir que PATACONES DE COLOMBIA LDTA. Tiene altas posibilidades de éxito si se logra poner en funcionamiento.

Con el estudio de mercados se puede determinar que el mercado que se pretende abarcar es bastante amplio lo cual garantiza una demanda apreciable del producto ofrecido.

Al desarrollar el estudio técnico se logró identificar la facilidad del proceso y accesibilidad a la maquinaria.

Con el desarrollo del estudio administrativo se ha encontrado que la empresa requiere de un equipo humano comprometido y que además cuenta con unas políticas clara para la gestión eficaz de los procesos productivos y administrativos de la empresa.

En el estudio financiero se logró calcular la TIR la cual es muy positiva y muestra la factibilidad financiera de la empresa.

Finalmente una vez estudiados los trámites legales para la constitución y puesta en marcha de la empresa se puede concluir que estos requisitos son fáciles de cumplir.

BIBLIOGRAFIA

www.minambiente.gov.co

www.cda.gov.co

www.invima.gov

www.corpamag.gov.co

www.agrocadenas.gov.co

www.probarranquilla.org/43.htm

Raulalberto.tripud.com.co/paginadealimentos/index.html

