

**PLAN DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
DE ACEITE DE AGUACATE GOURMET UBICADA EN SALENTO - QUINDÍO**

DINA NAYIBE PEÑA OSPINA

LEIDY JOHANA BERNAL TABARES

NATALIA ALEJANDRA VILLEGAS RAMÍREZ

UNIVERSIDAD EAN

ESPECIALIZACIÓN EN NEGOCIOS Y FINANZAS INTERNACIONALES

ARMENIA QUINDÍO

2012

**PLAN DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
DE ACEITE DE AGUACATE GOURMET UBICADA EN SALENTO - QUINDIO**

DINA NAYIBE PEÑA OSPINA

LEIDY JOHANA BERNAL TABARES

NATALIA ALEJANDRA VILLEGAS RAMÍREZ

Tipo de Estudio:

Plan de Negocios

Asesor del Proyecto

MARTHA CECILIA GIRALDO

UNIVERSIDAD EAN

ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

ARMENIA QUINDIÒ

2012

NOTA DE ACPETACIÓN

Firma del presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Armenia, Julio de 2012

RESUMEN EJECUTIVO

CONCEPTO DEL NEGOCIO

Nombre Comercial: Avocado Life Gourmet

Producto o servicio: Producción y comercialización de aceite de aguacate

Localización: Municipio de Salento, departamento del Quindío

OBJETIVO DEL PROYECTO

Crear una empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate gourmet teniendo en cuenta los aspectos requeridos para ello como estudios de mercado, técnicos, administrativos, legales, ambientales, económicos y financieros.

PERFIL DE LOS AUTORES

NOMBRE	NIVEL DE FORMACIÓN
Dina Nayibe Peña Ospina	Administradora de Empresas
Natalia Alejandra Villegas Ramírez	Administradora de Negocios
Leidy Johana Bernal Tabares	Administradora de Negocios

POTENCIAL DE MERCADO EN CIFRAS

El mercado potencial será principalmente la zona del eje cafetero conformado por los Departamentos de Caldas, Quindío y Risaralda. Así mismo nuestro el mercado objetivo de la empresa según las encuestas son todas las mujeres entre los 25 y 35 años de edad, profesionales,

de estrato 4 en adelante, que les gusta comer bien, vivir de manera saludable, que cuidan su figura, que quieren distinguirse del resto y descubrir sabores nuevos. Además, las personas que se encuentren en el rango de edad de 40 años en adelante también podrían ser potenciales consumidores ya que es aquí donde se presenta un mayor índice de personas que padecen enfermedades cardiovasculares, altos niveles de colesterol y triglicéridos, donde el interés por empezar a cuidar la salud se vuelve cada vez mayor. De acuerdo a lo anterior el mercado potencial es de 1'061.452 consumidores, sin embargo inicialmente se pretende conquistar un 7% de dicho mercado es decir tener 74.301 consumidores durante el primer año de producción de la empresa.

INVERSIONES REQUERIDAS

Las inversiones requeridas para el presente proyecto, son las referentes a maquinaria, equipo y capital de trabajo para el primer año, las cuales suman un total de \$ 139.153.720 en inversión inicial, para esto, los socios aportarán un 40% equivalente a \$ 55.661.488 y el 60% restante se tomará como un crédito bancario a un plazo de 5 años, este préstamo equivale a \$ 83.492.232.

PROYECCIONES DE VENTAS Y RENTABILIDAD

Con respecto a la proyección de ventas y rentabilidad, en el primer año de operaciones se proyecta un total de ventas de 74.301 botellas por litro de aceite de aguacate, a un precio de venta unitario de \$15.930, esto equivale a un total de ventas de \$1.183.614.930, se proyecta un aumento en ventas por año del 5%, lo que significa que para el segundo año se venderán un total de 78.016 unidades, equivalentes a \$ 1.330.173.653, para el tercer año, respectivamente, se proyectan ventas de \$1.490.067.547, resultado \vee la venta de 81.917 unidades, seguidamente, para el cuarto año, las ventas se proyectan con un total de \$1.670.366.539 , equivalentes a 86.013

unidades, por último, para el año número 5, se proyecta vender un total de 90.313 botellas por litro de aceite de aguacate, equivalente en pesos a \$1.873.098.462. Logrando con esto una rentabilidad anual del 34%.

CONCLUSIONES Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD

Según los resultados obtenidos por medio del estudio financiero del proyecto, se indica que el proyecto es rentable económicamente, ya que la Tasa Interna de Retorno (TIR) arroja un porcentaje considerable y en comparación con la TIO, esta es más alta.

Lo anterior indica que la bondad financiera del proyecto, es decir, la tasa real de rendimiento de la inversión comparada con el mercado de capitales, la TIR por ser mayor, muestra que el proyecto es económica y financieramente factible a cinco años.

La relación de los valores presentes netos de los ingresos sobre el valor absoluto del valor presente neto de los egresos determinan la relación costo - beneficio que en este caso es de 12.78, por ser mayor que uno se puede determinar la viabilidad económica positiva del proyecto.

Con respecto al valor presente neto, se arrojó un resultado positivo que es \$ \$ **573.308.151**, lo que indica que la viabilidad económica y financiera del proyecto es positiva.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad predominan las tendencias hacia el consumo de productos naturales que tengan beneficios para la salud, además los productos Light han tenido un gran auge durante los últimos años¹, es por esto que la necesidad de los consumidores se enfoca en este tipo de productos dentro de los cuales el nuestro respondería principalmente, en el ámbito regional, al segmento de las personas que padezcan enfermedades cardiovasculares, que tengan los niveles de colesterol y triglicéridos muy altos, así como las que cuidan su figura y los amantes de la cocina gourmet.

Colombia es uno de los países más biodiversos del mundo cuyos productos agrícolas gozan de una alta calidad por su clima, se evidencia la oportunidad de plantear y desarrollar un proyecto innovador que busque la explotación eficaz de los recursos naturales y al mismo tiempo que contribuya al desarrollo sostenible del ecosistema por medio de productos con alto valor agregado como el aceite de aguacate, siendo este una alternativa nueva en Colombia, contribuyendo a mejorar el manejo de los recursos naturales y de esta manera aprovechando las ventajas competitivas que ofrece el ecosistema de nuestro departamento, convirtiéndose en una herramienta permanente para aumentar la competitividad y diversidad de las distintas actividades de nuestro campo.

Actualmente el cultivo de aguacate es un cultivo en expansión ya que su fruto ha demostrado poseer valiosas propiedades alimenticias, destacándose su alta concentración de proteínas y

¹ The Nielsen Company. (2009, 27 de noviembre). Tendencias de consumo en alimentos frescos y light. *Énfasis alimentación*. Recuperado de <http://www.alimentacion.enfasis.com/notas/15109-tendencias-consumo-alimentos-frescos-y-light->

aceites insaturados y la ausencia de colesterol²; es por esto que la creación de una empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate gourmet en Salento-Quindío, nace por la expectativa de obtener un producto comercial de una fuente como lo es el aguacate que se da en nuestro país y en la región de una manera abundante y de una alta calidad a bajo costo, además de contribuir al desarrollo económico y social del sector industrial, siendo esta una oportunidad para involucrar conocimientos técnicos y administrativos en procesos productivos, con el fin de generar cambios que impulsen el mejoramiento en la calidad de aceites para consumo humano generando desarrollo sostenible y la adopción de tecnologías limpias, que permitan ser competitivos, cumpliendo con normas y estándares de calidad.

Con la implementación de este proyecto se pretende generar alternativas de desarrollo empresarial para la región aplicando las herramientas gerenciales necesarias para impulsar el desarrollo del sector industrial. También, es vital la elaboración de esta propuesta empresarial y académica para contribuir a la formación profesional.

² FINAGRO. (2012). Producción y zonas de producción. Recuperado de http://www.finagro.com.co/html/i_portals/index.php?p_origin=internal&p_name=content&p_id=MI249&p_options#COLOMBIA

TABLA DE CONTENIDO

1.	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	17
1.1.	Planteamiento del problema	17
1.2.	Formulación del problema.....	18
2.	OBJETIVOS.....	19
2.1.	Objetivo General	19
2.2.	Objetivos específicos.....	19
3.	JUSTIFICACIÓN	20
4.	ALCANCE	20
5.	MARCO REFERENCIAL	21
5.1.	Antecedentes.....	21
5.2.	Marco teórico.....	23
5.3.	Marco legal.....	27
5.4.	Marco espacial	30
6.	ESTUDIO METODOLOGICO.....	31
6.1.	Tipo de investigación	31
6.2.	Método de investigación	31
6.3.	Fuentes y técnicas de recolección de datos	31
CAPITULO II - ESTUDIO DE MERCADO		33
1.	DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.....	33
1.1.	Usos y especificaciones	33
1.2.	Ficha técnica.....	35
1.3.	Productos sustitutos y complementarios	35
1.4.	Fuentes de abastecimiento de insumos.....	38
2.	MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	40
2.1.	Mercado potencial.....	41

2.2. Mercado objetivo	41
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	42
3.1. Definición de la población	42
4. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA	42
4.1. Proyección de la demanda.....	42
5. ANÁLISIS DE PRECIOS.....	43
6. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL ACEITE DE AGUACATE.....	45
7. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	46
CAPITULO III – ESTUDIO TÉCNICO	50
1. TAMAÑO DEL PROYECTO	50
1.1.Capacidad instalada.....	50
1.2.Capacidad utilizada	50
1.3.Disponibilidad de Capital.....	50
1.4.Disponibilidad de materia prima	51
2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	51
2.1.Microlocalización /Macrolocalización	51
3. ESTIMULOS FISCALES	54
4. INGENIERIA DEL PROYECTO.....	54
4.1. Análisis del proceso de comercialización	54
4.2. Diagrama de flujo del proceso de producción	55
4.3. Descripción del proceso	58
5. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	59

CAPITULO IV – ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y ORGANIZACIONAL	61
1. MISIÓN.....	61
2. VISIÓN	61
3. OBJETIVOS	61
4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	62
5. ESTRUCTURA SALARIAL	62
CAPITULO V – ESTUDIO LEGAL.....	64
1. NORMAS Y LEYES	64
2. INVIMA	65
3. CONTRATACIÓN	67
CAPITULO VI – ESTUDIO AMBIENTAL.....	68
1. OBJETIVO AMBIENTAL	69
2. NORMATIVA AMBIENTAL	69
3. EVALUACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA AMBIENTAL	71
CAPITULO VII – ESTUDIO FINANCIERO	72
1. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	72
2. FUENTES DE FINANCIACIÓN	73
3. ESTRUCTURA DE COSTOS	74
4. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	79
5. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	80

6. FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO	81
7. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	83
8. BALANCE GENERAL PROYECTADO	83
9. CÁLCULO DE RAZONES FINANCIERAS	84
10. EVALUACIÓN FINANCIERA	87
CONCLUSIONES	89
BIBLIOGRAFÍA.....	90

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Ficha técnica aceite de aguacate	35
Tabla 2. Consumidores potenciales.....	43
Tabla 3. Precio de la competencia.....	44
Tabla 4. Inversión en activos fijos	72
Tabla 5. Inversión diferida	72
Tabla 6. Depreciación	73
Tabla 7. Costo de capital	73
Tabla 8. Amortización.....	74
Tabla 9. Periodo	74
Tabla 10. Presupuesto costo unitario.....	74
Tabla 11. Presupuesto de producción.....	75
Tabla 12. Presupuesto estado de costos	75
Tabla 13. Presupuesto de materia prima	75
Tabla 14. Compras	76
Tabla 15. Costos y gastos año 0	76
Tabla 16. Presupuesto de mano de obra directa	77
Tabla 17. Presupuesto costos indirectos de fabricación	77
Tabal 18. Presupuesto gastos operacionales año 0.....	78
Tabla 19. Presupuesto de ventas	79
Tabla 20. Presupuesto de gastos de ventas.....	79
Tabla 21. Presupuesto de gastos de administración	79
Tabla 22. Punto de equilibrio en pesos	80

Tabla 23. Punto de equilibrio en unidades	80
Tabla 24. Presupuesto de efectivo.....	81
Tabla 25. Presupuesto de cartera.....	82
Tabla 26. Presupuesto de cuantas por pagar	82
Tabla 27. Presupuesto de cuentas por pagar – IVA	82
Tabla 28. Estado de resultados proyectado	83
Tabla 29. Balance general proyectado	83
Tabla 30. Índice de solvencia.....	84
Tabla 31. Razón de endeudamiento	85
Tabla 32. Apalancamiento.....	86
Tabla 33. Rotación del activo total.....	86
Tabla 34. Rendimiento de la inversión.....	87
Tabla 35. Margen bruto de utilidades.....	87
Tabla 36. Evaluación financiera.....	87
Tabla 37. Tasa interna de retorno.....	88
Tabla 38. Valor presente neto	88

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Estructura productiva regional	39
Gráfico 2. Calendario de abastecimiento mercado colombiano.....	40
Gráfico 3. Canal de distribución	45
Gráfico 4. Presentación del producto	48
Gráfico 5. Mapa de Colombia	52
Gráfico 6. Mapa de Salento.....	52
Gráfico 7. Mapa de acceso	53
Gráfico 8. Proceso de producción	55
Gráfico 9. Distribución de la planta	59
Gráfico 10. Organigrama.....	62

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. Formato encuesta aceite de aguacate.	92
Anexo B. Anexos del estudio financiero.....	95
Anexo C. Licencia de autorización de publicación.....	98
Anexo D. Derechos de grado	100

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

El aguacate ha incrementado su consumo a nivel mundial, especialmente en países como Estados Unidos, Francia, Alemania, España y otros, lo que ha traído como consecuencia un gran aumento en las superficies plantadas, en todos los países que la producen como son: México, Colombia, Chile, España, Sudáfrica, Nueva Zelanda, Australia, Perú, Israel y Estados Unidos entre otros. Esta tendencia se incrementará en el futuro, por lo que la industrialización se torna como una alternativa cada vez más importante para comercializar estos volúmenes.

El aguacate, dependiendo de la variedad y madurez alcanza en la pulpa niveles de hasta 25% de aceite, con valores promedios de 15-19%, lo que permite lograr rendimientos de alrededor de 10% de la fruta fresca. Este aceite, contiene un alto nivel de ácidos insaturados. El aceite de aguacate se ha utilizado principalmente para uso cosmético, ya que contiene un esteroide llamado fitosterol, que posee las mismas habilidades que la lanolina. Esta particularidad es muy apropiada para la piel y cremas de masajes (Human 1987; Valenzuela 1986).

Hoy, sin embargo, la tendencia es a utilizar en forma creciente el aceite de aguacate para uso culinario, por tener entre otras cualidades: un alto punto de humo, excelente sabor y un color verde muy atractivo, siendo preferido por los chef de cocina de la alta gastronomía, sustituyendo al aceite de oliva. Reed (2001), comparó el aceite de oliva con el aceite de aguacate, determinando que este último presenta mayores niveles de: clorofila, Índice de Yodo, Vitamina E y un menor nivel de acidez libre, lo que constituye una mejor calidad.³

³ Actas V Congreso Mundial del Aguacate. (2003). INDUSTRIALIZACIÓN DEL AGUACATE: ESTADO ACTUAL Y PERSPECTIVAS FUTURAS. Recuperado de http://www.avocadosource.com/WAC5/Papers/WAC5_p749.pdf

En Colombia se da un cultivo extenso de aguacate, actualmente existen cerca de 22.000 hectáreas dedicadas a este cultivo, principalmente en regiones como el Eje Cafetero (Caldas, Quindío, Risaralda), Antioquia, Valle del Cauca, Tolima y Santander⁴; por lo tanto se debe aprovechar esta abundante producción de tal manera que contribuya al desarrollo económico tanto regional como nacional y de esta forma evitar que los excedentes de producción de esta fruta se pierdan en su totalidad.⁵

Además, según registro en Cámara de Comercio en el país solo existe una empresa llamada *Biocate* que produce aceite de aguacate y utiliza su producción sólo para el mercado internacional, lo cual muestra que en el mercado nacional no existe todavía una empresa comercializadora de este tipo de producto. A partir de esto se ve la necesidad de crear una empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate gourmet a nivel nacional, por medio de la extracción de la fruta del aguacate un aceite rico en ácidos grasos naturales benéficos para el organismo.

1.2. Formulación del problema

¿Qué aspectos de mercado, técnicos, administrativos, legales, ambientales, económicos y financieros se requieren para la creación de una empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate gourmet?

⁴ ICA. (2010). El aguacate colombiano gana terreno entre los consumidores de la UE. Recuperado de <http://www.ica.gov.co/Noticias/Agricola/2010/El-aguacate-colombiano-gana-terreno-entre-los-cons.aspx>

⁵ Universidad EAFIT. Agencia de noticias. (2009). El aguacate subió de estatus: será aceite gourmet. Recuperado de http://www.eafit.edu.co/EafitCn/Noticias/aguacate_sera_gourmet.htm

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo General

Determinar qué aspectos de mercado, técnicos, administrativos, legales, ambientales, económicos y financieros se requieren para la creación de una empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate gourmet.

2.2. Objetivos específicos

- Determinar los elementos del mercado que son necesarios para establecer la creación de la empresa.
- Identificar las características que debe tener el producto de manera que garantice su conservación y sea de la aceptación del consumidor.
- Determinar estrategias comerciales que podrían implementarse para la promoción y comercialización de aceite de aguacate gourmet.
- Identificar aspectos técnicos, de ingeniería y logísticos que se requieren para la producción de aceite de aguacate gourmet.
- Establecer los factores organizacionales que son necesarios en la creación de una empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate gourmet.
- Identificar los requerimientos legales que son necesarios para la creación de una empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate gourmet.
- Identificar los requerimientos ambientales son necesarios en la empresa para su adecuado funcionamiento e impacto que generará en su entorno.

- Determinar los estudios económicos y financieros requeridos para la determinación de la viabilidad y montaje de una empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate gourmet.

3. JUSTIFICACIÓN

El presente Plan de Negocios se convierte en una guía que permite conocer mediante el desarrollo de diferentes estudios como de mercado, técnico, financiero, legal, ambiental y de organización la viabilidad para crear una empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate gourmet en el departamento del Quindío específicamente en Salento, por las exigencias del clima, el suelo y la facilidad de las vías de acceso a este municipio.

Al llevar a cabo dicho proyecto se ve la oportunidad de apoyar el crecimiento empresarial de la región, así como de generar empleo, impulsando de esta forma el aparato productivo del Quindío mediante la creación de nuevos productos que le permitan al departamento acelerar su economía y por el ende contribuir al bienestar de la sociedad en general.

Y por último con este proyecto se pretende poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la Especialización en Negocios y Finanzas Internacionales, desarrollando así los conceptos y las teorías aprendidas en cada una de las clases, con la finalidad de obtener de esta forma el título de Especialistas.

4. ALCANCE

En el momento de iniciar a describir el alcance de este Plan de Negocios se tuvo en cuenta el entorno y su implicación directa e indirecta en el proyecto.

El presente trabajo estaría compuesto por las fases de identificación, diseño, ejecución y evaluación. La creación de esta empresa pretende volverse una realidad como generación de empleo para las integrantes del grupo.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1. Antecedentes

Con el fin de sustentar la idea de crear una empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate gourmet se traen a colación los estudios realizados por científicos en México y por estudiantes de la Universidad Nacional y EAFIT de Colombia quienes se han encargado de investigar las propiedades del aceite de aguacate.

En primera instancia se menciona el estudio de científicos en México, ya que éste ha sido el primer productor de aguacate en el mundo, gracias al fomento de este cultivo que se inició en Michoacán desde 1932 con fines de explotación extensiva, perspectivas comerciales y de mercado.⁶ Según estos científicos el aceite de aguacate tiene una composición similar al aceite de oliva cuyo consumo está asociado a menores tasas de enfermedades cardiovasculares, cáncer y trastornos vinculados al envejecimiento. El estudio, presentado en la conferencia de la Sociedad Estadounidense de Bioquímica y Biología Molecular, que se celebra en San Diego, Estados Unidos, encontró que el aguacate tiene compuestos que ayudan a combatir los daños que causan los llamados "radicales libres". Éstos son compuestos de moléculas de oxígeno que pueden

⁶ EL ACEITE DE AGUACATE EN MÉXICO. *Revista ANIAME Año XVI, Vol. 8, Número 37, 2002*. Recuperado de http://www.mundialsiglo21.com/aceite_articulo_01.pdf

desencadenar reacciones químicas en el organismo y causar daños en las células provocando enfermedades como cáncer.⁷

Por otro lado están las investigaciones de dos estudiantes de Ingeniería de Procesos, de la Universidad EAFIT, quienes exploran otro potencial del aguacate usándolo como materia prima para la elaboración de un aceite extra virgen, tipo gourmet, para uso culinario, a base de la variedad hass o aguacate mantequilla. Según Elizabeth Ocampo Cifuentes, coordinadora del proyecto, éste surge debido a la necesidad que existe en el sector de utilizar la totalidad de las cosechas, diversificar y evitar el desperdicio, que en la actualidad equivale al 30 por ciento de la producción anual. También menciona que para obtener 250 mililitros se necesitan 1.760 gramos de pulpa, es decir, cerca de 10 frutos, y el costo de producción directo de esta cantidad es de unos 8.900 pesos aproximadamente. Igualmente detectaron que por sus propiedades, este aceite es idóneo para fines culinarios, pues no se quema. Además, agrega la coordinadora, por su suave sabor, también es ideal para preparar vinagretas y aderezar ensaladas.

Por otra parte el Estudio de mercado realizado por estas investigadoras arrojó que en un sondeo en almacenes de cadena, restaurantes y tiendas gourmet encontraron que, a pesar del escaso conocimiento sobre el producto, existe un gran interés hacia él por sus propiedades alimenticias.⁸

Por último se encuentra el estudio de dos ingenieras químicas de la Universidad Nacional Sede Bogotá. Ellas vieron la posibilidad de darles valor agregado a los aguacates sobrantes en la

⁷ BBC MUNDO. (2012). El aceite de aguacate, tan beneficioso como el aceite de oliva. [en línea]: La grasa derivada del aguacate -o palta- puede tener efectos protectores de la salud similares a los que tiene el aceite de oliva. Recuperado de http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/04/120423_aguacate_beneficios_salud_men.shtml

⁸ Universidad EAFIT. Agencia de noticias. (2009). El aguacate subió de estatus: será aceite gourmet. Recuperado de http://www.eafit.edu.co/EafitCn/Noticias/aguacate_sera_gourmet.htm

producción del país que, aunque de buena calidad, no alcanzan a ser adquiridos por el consumidor. De las 143.508 toneladas producidas al año, el 30% se pierde. En la investigación se encontró que Colombia aporta aproximadamente el 5% del aguacate que se produce en el mundo y que la variedad mas comercializada es el Hass. Por su exquisito sabor, quienes lo han probado prefieren decirle aguacate mantequilla. Y este nombre no es gratuito, pues el 13% de su pulpa es pura grasa, y de buena calidad. Contrario a lo dañino que algunos imaginan que puede ser, el aguacate Hass contiene ácidos grasos benéficos para el organismo. También es rico en calorías, proteínas, carbohidratos, fibra, calcio, fósforo, hierro y agua, según los análisis de laboratorio adelantados por las ingenieras químicas. Este fruto, despreciado por muchos por ser pequeño, rugoso y morado, fue el insumo básico del nuevo aceite de aguacate que, por sus cualidades nutricionales, podría sustituir en parte las importaciones de aceite de oliva en el país, calculadas en 158.000 toneladas al año.⁹

5.2. Marco teórico

Las siguientes teorías son las aplicadas para plantear estudios respectivos con la finalidad de determinar la viabilidad del estudio que se propone, e identificar si es factible la creación de una empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate gourmet.

Teoría Clásica de la Administración de Henry Fayol

La teoría clásica se distingue por el énfasis en la estructura y en las funciones que debe tener una organización para lograr la eficiencia.

⁹ Universidad Nacional Agencia de noticias. (2012). Aceite virgen de aguacate, excelente sustituto del aceite de oliva. Recuperado de <http://historico.unperiodico.unal.edu.co/Ediciones/101/17.html>

“Para Fayol, los principales aspectos de la teoría son tratados en: la división del trabajo, autoridad y responsabilidad, unidad de mando, unidad de dirección, centralización y jerarquía o cadena escalar.

La Teoría Clásica de la Administración nace de la necesidad de encontrar lineamientos para administrar organizaciones complejas, fue el primero en sistematizar el comportamiento gerencial, establece catorce principios de la administración, dividió las operaciones industriales y comerciales en seis grupos que se denominaron funciones básicas de la empresa, las cuales son:

- Funciones Técnicas: Relacionadas con la producción de bienes o de servicios de la empresa.
- Funciones Comerciales: Relacionadas con la compra venta e intercambio.
- Funciones Financieras: Relacionadas con la búsqueda y gerencia de capitales.
- Funciones de Seguridad: Relacionadas con la protección y preservación de los bienes de las personas.
- Funciones Contables: Relacionadas con los inventarios, registros balances, costos y estadísticas.
- Funciones Administrativas: Relacionadas con la integración de las otras cinco funciones. Las funciones administrativas coordinan y sincronizan las demás funciones de la empresa, siempre encima de ellas.

La ciencia de la administración, como toda ciencia, se debe basar en leyes o principios; Fayol adopta la denominación principio, apartándose de cualquier idea de rigidez, por cuanto nada hay

de rígido o absoluto en materia administrativa. Tales principios por lo tanto, son maleables y se adaptan a cualquier circunstancia, tiempo o lugar.»¹⁰

Los principios de esta teoría señalan y guían que se llevara a cabo la eficiencia que se requiere tener, ya que se enfatizará en la estructura y en las funciones las cuales aportarán para el desarrollo de las actividades deseadas por la empresa; se aumentará la eficiencia ya que se focalizarán las personas en su respectiva actividad por lo cual ejecutarán sus obligaciones de una manera mucho más productiva y cada uno será responsable de sus deberes y el líder comandará diferentes áreas al tiempo si estas cuentan con el mismo objetivo. Todo esto basado en los principios administrativos de Fayol que se adoptan a la flexibilidad del ambiente y a la adaptabilidad de la empresa para diferentes situaciones.

Teoría de Calidad de Kaoru Ishikawa

Kaoru Ishikawa define a la calidad como: "Desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor"¹¹. Esta teoría está centrada en la permanente satisfacción de las expectativas del cliente con la finalidad de satisfacer el cliente externo como interno, ser más competitivo y llevar procesos de mejora continua en las empresas; de esta manera estos principios básicos dirigen por el camino correcto de aplicabilidad de estrategias para desarrollo del producto como innovador en el mercado, manteniéndolo en una línea económica accesible para diferentes estratos y mantener su calidad a largo plazo para mantener en continua satisfacción al cliente.

¹⁰ Gestipolis.com. (2007). Teoría clásica de la administración. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/teoria-clasica-de-la-administracion.htm>

¹¹ Gestipolis.com. (2007). Calidad total. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/caltotalmemo.htm>

Teoría de Competitividad de Michael Porter

“Michael Porter afirmaba que la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. Para hablar de competitividad continua, Porter, habría que irse a la empresa, y al sector, e identificar cuáles son los factores que determinan que las empresas generen valor añadido y que ese valor se venda en el mercado, y si realmente esos factores son sostenibles en el mediano y largo plazo.

El ser competitivo hoy en día, significa tener características especiales que hacen ser escogidos dentro de un grupo de empresas que se encuentran en un mismo mercado buscando ser los seleccionados. Es diferenciarse por la calidad, por las habilidades, por las cualidades, por la capacidad que se tiene de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a los clientes, sean internos o externos, con los bienes y servicios, lo cual se traduciría en un generador de riquezas.”¹²

“Porter identificó tres estrategias genéricas que podían usarse individualmente o en conjunto, para crear en el largo plazo esa posición defendible que sobrepasara el desempeño de los competidores en una industria. Esas tres estrategias genéricas fueron: El liderazgo en costos, La diferenciación, El enfoque.”¹³

¹² Porter y La Competitividad. Recuperado de <http://www.sangrefria.com/blog/2005/02/09/porter-y-la-competitividad/>

¹³ La Ventaja Competitiva de Michael Porter. Recuperado de <http://uproadmon.blogspot.com/2007/03/la-ventaja-competitiva-de-michael.html>

Esta teoría establece que la organización debe tener una diferenciación y un liderazgo en un servicio o producto ante la competencia, por lo tanto se establecerá en la investigación enfocándose no solo establecer una ventaja competitiva para la empresa, que no durará por mucho tiempo en este mercado tan cambiante, si no también estar alerta al cambio y ser muy ágil en encontrar nuevas ventajas competitivas.

Plan de negocios

Como el presente proyecto se basa en el diseño de un Plan de Negocios se define a continuación este concepto:

Un plan de negocios, también conocido como plan de empresa, consiste en un documento escrito en donde se describe un negocio o proyecto que está por realizarse y todo lo que esté relacionado con ello, tal como los objetivos del negocio o proyecto, las estrategias que permitirán alcanzar dichos objetivos, el estudio del mercado al cual se va a incursionar, la forma en que se van a comercializar los productos o servicios, la inversión que se va a realizar, el financiamiento requerido, la proyección de los ingresos y egresos, la evaluación financiera y la organización del negocio o proyecto. (CN crece negocios.com, 2010)

5.3. Marco legal

Para el correcto funcionamiento de la empresa, el presente proyecto se encuentra soportado en las siguientes normativas y leyes:

En cuanto al establecimiento y funcionamiento:

Artículo 19 del código del comercio. Obligaciones de los comerciantes. Es obligación de todo comerciante:

- 1) Matricularse en el registro mercantil;
- 2) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad;
- 3) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;
- 4) Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;
- 5) Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y
- 6) Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

Ley 232 de 1995 "Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales".

Artículo 2: Es obligatorio para el ejercicio del comercio que los establecimientos abiertos al público reúnan los siguientes requisitos:

- Cumplir con todas las normas referentes al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación expedida por la autoridad competente del respectivo municipio. Las personas interesadas podrán solicitar la expedición del concepto de las mismas a la entidad de planeación o quien haga sus veces en la jurisdicción municipal o distrital respectiva;
- Cumplir con las condiciones sanitarias descritas por la Ley 9ª de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia;

- Tener matrícula mercantil vigente de la Cámara de Comercio de la respectiva jurisdicción;
- Comunicar en las respectivas oficinas de planeación o, quien haga sus veces de la entidad territorial correspondiente, la apertura del establecimiento.

En cuanto a sanidad

Ley 9 De 1979- Título V- Alimentos

Artículo 243: En este título se establecen las normas específicas a que deberán sujetarse:

- a. Los alimentos, aditivos, bebidas o materias primas correspondientes o las mismas que se produzcan, manipulen, elaboren, transformen, fraccionen, conserven, almacenen, transporten, expendan, consuman, importen o exporten;
- b. Los establecimientos industriales y comerciales en que se realice cualquiera de las actividades mencionadas en este artículo, y
- c. El personal y el transporte relacionado con ellos.

En la presente ley, se encuentran normativas sobre Requisitos de funcionamiento, Equipos y utensilios, Operaciones de elaboración, proceso y expendio. Empaques, envases y envolturas, Rótulos y publicidad, Patronos y trabajadores y establecimientos industriales, que van desde el artículo 244 al 287 de la presente ley.

En cuanto al recurso humano

Ley 100 de 1993

Artículo 1: Sistema de seguridad social integral

Artículo 3: Del derecho a la seguridad social

Artículo 8: Conformación del sistema de seguridad social integral.

Artículo 9: Destinación de los recursos.

Artículo 10: Objeto del sistema general de pensiones.

Artículo 11: Campo de aplicación.

Ley 1295 de 1994

Artículo 1: Del sistema general de riesgos profesionales.

Artículo 2: Objetivos del sistema general de riesgos profesionales.

Ley 776 de 2002

Artículo 1: Derecho a las prestaciones.

En cuanto a lo ambiental

Ley 9 de 1979 – Protección al medio ambiente

Artículo 1: Para la protección al medio ambiente.

Artículo 3: Para el control sanitario de los usos del agua.

Artículo 13: Cuando por almacenamiento de materias primas o procesadas existe la posibilidad de que estas alcancen los sistemas de alcantarillado o aguas.

5.4. Marco espacial

El marco espacial se desarrollará en el plano del municipio de Salento en el Departamento del Quindío, donde se ubicará la empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate gourmet.

6. ESTUDIO METODOLÓGICO

6.1. Tipo de investigación

La investigación del presente proyecto orientada a un plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate gourmet, será de tipo *descriptivo*, ya que permite describir y caracterizar cada uno de los componentes y las variables que hacen parte del problema de investigación. Por consiguiente, será necesaria la aplicación de algunos métodos como entrevistas, observación y cuestionarios para la recolección de datos que sea necesaria.

6.2. Método de investigación

El método de investigación que se utilizará en el plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate gourmet, es el *Inductivo* con el objetivo de formular conclusiones a través de premisas particulares y esto a través de sus cuatro etapas: la observación y el registro de todos los hechos; el análisis y la clasificación de todos los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos y la contrastación.

6.3. Fuentes y técnicas de recolección de datos

Al ser este un estudio de tipo descriptivo lo que se busca con las técnicas e instrumentos de recolección de la información es mostrar la mayor realidad posible en la investigación, es por ello, que a continuación describiremos cada una y cómo será el proceso de obtención de la información necesaria para el objetivo final de este trabajo.

Fuentes primarias

La recolección de información para el desarrollo del Plan de Negocios se hará a través de encuestas dirigidas al consumidor como principal ente, para recibir información de primera mano detallada de cada uno de las variables a investigar.

Estas entrevistas se podrán realizar de manera sistemática o libre y también de manera estructurada con el fin de recolectar la mayor información posible de datos pertinentes para este trabajo.

Fuentes secundarias

Análisis Documental: se precisará en información correspondiente principalmente a páginas en internet especializadas en los temas estudiados, en las cuales su información deberá ser comprobable mediante, encuestas, entrevistas, estudios de mercado, etc., que logren brindar un panorama específico del sector, producto y mercado objetivo.

CAPITULO II - ESTUDIO DE MERCADO

1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

1.1. Usos y especificaciones

El Aceite de Aguacate posee un color verde intenso, suave aroma, delicado sabor, es muy saludable, bajo en calorías, es el único aceite comestible vegetal que tiene los tres omegas 3, 6 y 9, posee un elevado punto de quemado, 250°C a diferencia del aceite de oliva que es de 180°C, que lo hace un excelente producto para fines culinarios, ya que no se quema al cocinarlo y tampoco libera ácidos grasos dañinos para la salud.

Nombre comercial: Avocado Life

Slogan: Salud con Exquisito Sabor.

Propiedades:

Ácidos Grasos Saturados (AGS): El aceite de aguacate solo contiene una cantidad de Ácidos grasos saturados como el ácido palmítico, comparable al de al aceite de girasol, de maíz, de oliva, de soya y de cacahuate, depende de la variedad y el estado de madurez.

Ácidos Grasos Monoinsaturados: (AGM) El ácido oleico es el más abundante en la naturaleza. Un AGM está presente en todas las grasas y aceites, y en algunos aceites como el de oliva, canola y aguacate es el principal ácido graso. El ácido oleico llega a alcanzar hasta un 70% de los ácidos grasos en el aceite de aguacate.

Ácidos Grasos Poliinsaturados (AGP): El aceite de aguacate está en una posición intermedia entre los aceites vegetales respecto al contenido de los AGP, contiene niveles más elevados que el aceite de oliva o de palma, pero sus niveles de AGP son más bajos que el aceite de maíz, de soya, de algodón y de girasol. Los ácidos grasos poliinsaturados se clasifican en Omega 6, Omega 3 Y Omega 9.

Además contiene alfa-tocoferol, que se ha relacionado con la reducción de las enfermedades cardiovasculares, se encuentra aproximadamente en una cantidad de 12 a 15 mg/g de aceite en el producto obtenido por presión en frío.

Los niveles de beta-sitosterol son aproximadamente de 4.5 mg/g de aceite. Los fitoesteroles (incluyendo β -sitosterol) inhiben la absorción intestinal de colesterol en el ser humano, disminuyendo los niveles plasmáticos de colesterol total y de LDL, y pueden prevenir el cáncer de colon, mama y próstata. Se detectó una amplia gama de pigmentos liposolubles (carotenoides) en el aceite obtenido por presión en frío, como carotenos, xantofilas y una cantidad importante de clorofila.

La vitamina E, presente en el aceite de aguacate en mayor cantidad que en el aceite de oliva, es un antioxidante natural importante en el cuidado de la piel y estudios científicos sugieren que un elevado consumo de vitamina E podría reducir el riesgo de enfermedades coronarias. En resumen, el aceite de Aguacate es un aporte alimenticio completo y necesario para el organismo y el buen vivir.

Usos: El aceite de aguacate puede emplearse para cocinar, aderezar ensaladas, marinar carnes, pescado, pollo y mariscos, o como base para preparar aderezos.

Vida útil del producto: La vida útil del aceite de aguacate es por lo menos año y medio.

1.2. Ficha técnica

Tabla 1. *Ficha técnica aceite de aguacate*

CARACTERÍSTICAS FÍSICO-QUÍMICAS	
Ácidos Grasos Libres	0.7 % max
Índice de Peróxido	10 meq O ₂ /kg max
PERFIL DE ACIDOS GRASOS TÍPICO	
Ácido Palmítico C16:0	12.0 %
Ácido Palmitoléico C16:1	3.9 %
Ácido Esteárico C18:0	0.6 %
Ácido Oleico C18:1	69.0 %
Ácido Linoléico C18:2	10.5 %
Ácido Linolénico C18:3	0.7 %
OTRA INFORMACIÓN	
Producto	Aceite de aguacate extra virgen
Color	Verde esmeralda
Textura	Oleosa y agradable al paladar
Envase	Botella de vidrio de 1000ml
Duración	18 meses almacenado en un lugar fresco y protegido de la luz

Fuente: ACONCAGUA OIL & EXTRACT S.A.

1.3. Productos sustitutos y complementarios

Los productos sustitutos del aceite de aguacate son, como su nombre lo indica, productos que sustituyen el consumo de este por otros, es decir, que una persona tenga la opción de elegir entre variedad de productos que le satisfagan la misma necesidad que este aceite.

Entre estos productos, Actualmente la necesidad del producto en el mercado se satisface con la gama de aceites gourmet, aceites vegetales, mantecas, margarinas y mantequilla. Dentro de los aceites vegetales se encuentran como principales competidores:

*Aceite de palma

*Aceite de girasol

*Aceite de soya

*Aceite de canola

*Aceite de oliva

Aceite de Palma

Se presenta naturalmente en estado semisólido y tiene un alto grado de ácidos grasos saturados (50%). Es el aceite más resistente a frituras por su punto de humo más alto, disminuyendo su propensión a la oxidación. Este aceite se divide en fracciones líquidas (oleica) y sólidas (estearina).

Temperaturas: Se encuentra en estado semisólido a temperaturas entre 21°C y 27 °C.

Aplicaciones: Mantecas y margarinas vegetales, pastelerías, snacks, helados, frituras, pastas y mezclas de sopas.

Aceite de Soya

Aceite de gran utilización a nivel mundial, tiene un muy alto nivel de ácido Linolénico. Es un aceite muy estable y es fuente primordial de los ácidos grasos tipo Omega 3 y Omega 6. Además es fuente importante de vitamina E.

Temperaturas: Se encuentra en estado líquido a temperaturas entre 21°C y 27°C y se mantiene así a temperatura de refrigeración 2°C a 4°C.

Aplicaciones: Frituras, aplicación en ensaladas, margarinas, mezcla de aceites, snacks, mezcla de panadería, coberturas, horneados, salsas.

Aceite de Oliva

Aceite obtenido del fruto del Olivo por procesos mecánicos sin causar alteraciones a su presentación natural, con sabor y olor marcados y característicos, es uno de los pocos aceites aromatizados. Tiene alto grado de grasas monoinsaturadas y reduce la incidencia del colesterol negativo en el cuerpo humano.

Aplicaciones: Aderezo para ensaladas, uso en carnes, pastas y arroces, salsas, marinar.

Aceite de Girasol

Aceite muy estable con altos niveles de ácido Linoléico, puede ser hidrogenado y tiene bajo contenido de grasas saturadas y alto contenido de vitamina E, en especial Tocoferoles.

Temperaturas: Se encuentra en estado líquido a temperaturas entre 21°C y 27 °C.

Aplicaciones: Cobertura para galletas, aderezos para ensaladas, cubiertas de helados, frituras, margarinas, mezclas de aceites.

Aceite de Girasol alto contenido oleico

Es una variedad de girasol híbrido que se cultiva solo en algunas zonas de Argentina.

Temperaturas: Se encuentra en estado líquido a temperaturas entre 21°C y 27 °C. Se recomienda una temperatura para el freído de 180°C.

Aceite de Canola

Es extraído de una semilla donde Canadá es el mayor productor y consumidor, contiene cerca del 20% de aceite. Se ha trabajado genéticamente para reducir el contenido de ácido Erúxico el cual en grandes cantidades puede ser nocivo para la salud.

Temperaturas: Se encuentra en estado líquido a temperaturas entre 21°C y 27 °C. Se recomienda una temperatura para el freído de 180°C.

1.4. Fuentes de abastecimiento de insumos

Nuestros principales proveedores serán básicamente las fincas de la región que tengan gran cantidad de cosechas de Aguacate y puedan suplir nuestros requerimientos en cuanto a calidad, precios, cantidades, condiciones de crédito, plazos de entrega y cumplimiento de los mismos. Teniendo en cuenta lo anterior nuestros proveedores son 7 fincas ubicadas en Calarcá, Salento, Circasia y Finlandia, cada una con un cultivo aproximado de aguacate de 7 hectáreas donde por cada hectárea se obtiene una cosecha de 10 toneladas de aguacate semestralmente.

Gráfico 1. Estructura productiva regional

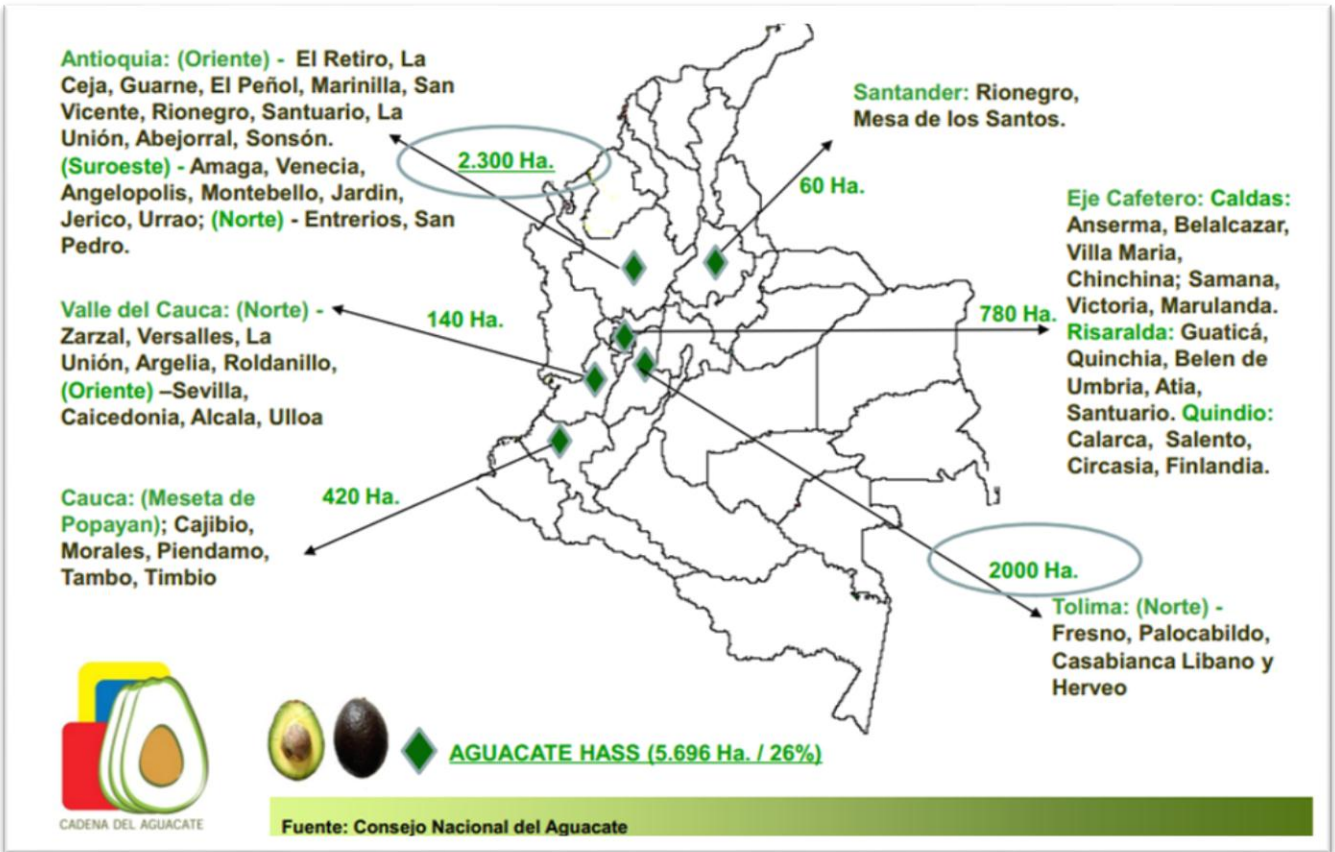
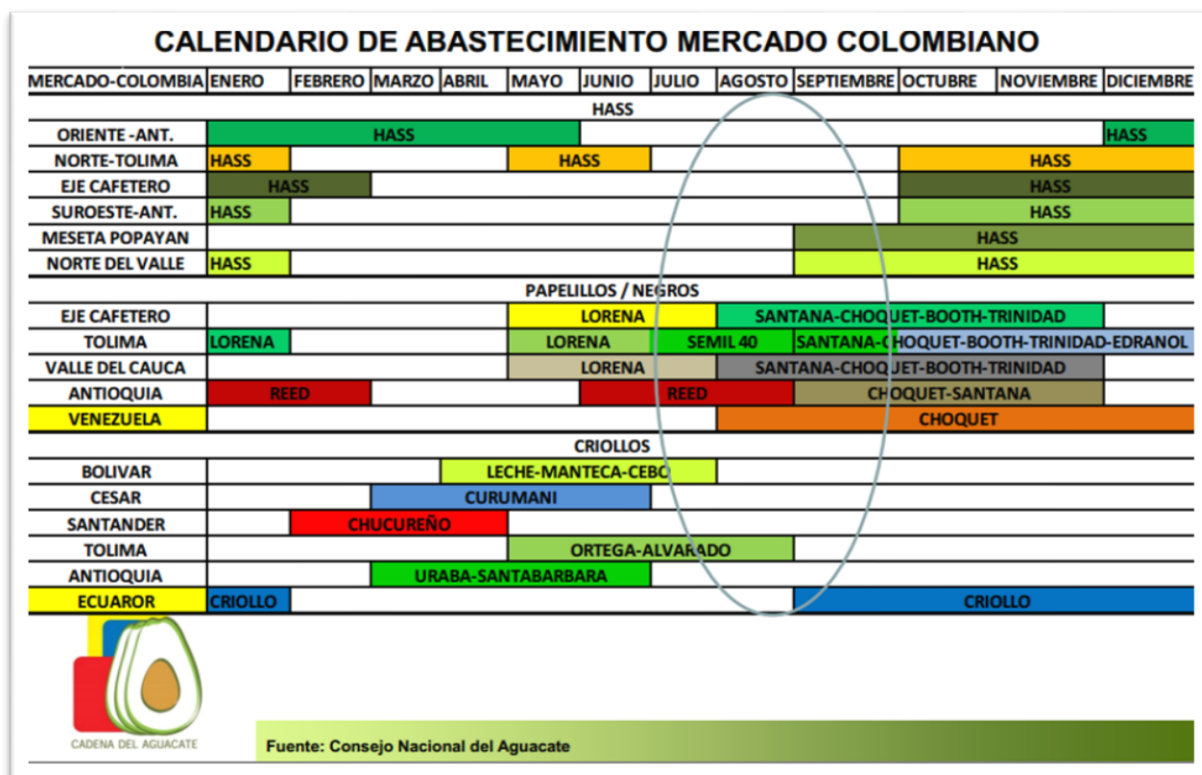


Gráfico 2. Calendario de abastecimiento mercado colombiano



2. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

Para definir el mercado potencial y objetivo de la empresa se analizaron los estudios realizados sobre el consumo de aceite de oliva en Colombia tomándose este como referencia por ser el producto mas parecido en propiedades fisicoquímicas al aceite de aguacate. Por lo tanto en cuanto al tamaño del mercado se podría decir que se trata de un país de renta media, con 42 millones de habitantes, que ha mantenido un crecimiento sostenido en los últimos años y con gran estabilidad política.

Los aceites suponen un porcentaje importante del gasto básico en alimentos de todos los estratos socioeconómicos. Lo anterior es importante si se tiene en cuenta que aproximadamente 40% de los ingresos de los colombianos son gastados en alimentos. Sin embargo, podríamos afirmar que el aceite de oliva y por consiguiente el aceite de aguacate en Colombia es considerado un bien de lujo y su consumo está limitado exclusivamente a la clase alta de la sociedad. El resto de clases sociales colombianas utilizan los productos sustitutos como el aceite de girasol, aceite de soya o margarinas, ya que su precio en el mercado es muy inferior al del aceite de oliva.¹⁴

2.1. Mercado potencial

El mercado potencial será principalmente la zona del eje cafetero conformado por los Departamentos de Caldas, Quindío y Risaralda.

Inicialmente se pretende llegar a este mercado con el fin de conocer la aceptación del producto por parte de los consumidores, de esta forma y analizando la tendencia de consumo se irá ampliando el mercado hasta llegar a conquistar el mercado nacional.

2.2. Mercado objetivo

El mercado objetivo de la empresa son todas las mujeres entre los 25 y 35 años de edad, profesionales, de estrato 4 en adelante, que les gusta comer bien, vivir de manera saludable, que cuidan su figura, que quieren distinguirse del resto y descubrir sabores nuevos; para ello el aceite de aguacate extra virgen es la elección ideal.

¹⁴ ICEX. (2008). El mercado del Aceite de Oliva en Colombia. Recuperado de http://www.calidadsj.com.ar/v2/images/doc/Estudios%20de%20Mercado/Aceites/ACSJ_Mercado%20de%20aceite%20de%20Oliva%20en%20Colombia%2003_2008.pdf

Además, las personas que se encuentren en el rango de edad de 40 años en adelante también podrían ser potenciales consumidores ya que es aquí donde se presenta un mayor índice de personas que padecen enfermedades cardiovasculares, altos niveles de colesterol y triglicéridos, donde el interés por empezar a cuidar la salud se vuelve cada vez mayor optando por estos productos que ayudarán a la regulación y prevención de los malos hábitos alimenticios, propicios de la edad.

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1. Definición de la población

Con el fin de conocer la aceptación del producto se realizaron encuestas en los supermercados de las principales ciudades (Armenia, Pereira y Manizales) de los departamentos mencionados anteriormente, donde se evidenció una notable aceptación por el aceite de aguacate gourmet, lo cual arrojó que aunque el consumidor no conoce el producto si despertó interés en que éste saliera al mercado para poder comprarlo y conocer sus usos. Ver anexo A. *Formato encuesta aceite de aguacate gourmet.*

4. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

4.1. Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda del aceite de aguacate se analizó la población del 2010 que según estadísticas del DANE se encuentra entre los rangos de edades estipulados para nuestro nicho de mercado, es decir las mujeres entre los 25 y 35 años de edad y las personas mayores de 40, para

cada uno de los departamentos, así como su estratificación económica; todo esto con el fin de calcular los potenciales consumidores del producto. Así las cosas tenemos los siguientes datos:

Tabla 2. *Consumidores potenciales*

Departamento	Mujeres / 25 a 35	Ambos sexos / Mas de 40
Caldas	66.848	354.509
Quindío	39.120	201.162
Risaralda	71.052	328.761

Fuente: DANE

Según los datos anteriores se tiene un mercado potencial de 1'061.452 posibles consumidores, sin embargo inicialmente se pretende conquistar un 7% de dicho mercado es decir tener 74.301 consumidores durante el primer año de producción de la empresa.

5. ANÁLISIS DE PRECIOS

Precio de la competencia

El producto no tiene competencia directa por ser un producto nuevo en el mercado así que se tomaron como referentes los precios del aceite de oliva considerando que este es el competidor más directo que tiene el aceite de aguacate gourmet.

Estos son los precios de la competencia con los cuales se entrará a competir en el mercado de los aceites gourmet:

Tabla 3. *Precio de la competencia*

Producto	Cantidad	Precio
Olivetto extra virgen	750ml	\$24.300
Olivetto extra light	750ml	\$23.300
Carmen Olivado	1lt	\$11.550
Borges Aceite de Oliva extra virgen	500ml	\$24.350
Borges Aceite de Oliva	500ml	\$22.500
Borges Aceite de Oliva con Ajo	250ml	\$13.550
Aceite de Oliva Español	1000ml	\$34.350
	500ml	\$18.900
Aceite de Oliva virgen	1000ml	\$37.190
La Coruña Aceite de Oliva	2000ml	\$48.550
Aceite de Oliva Premier	250ml	\$10.460
Aceite de Oliva Premier extra virgen	250ml	\$10.560
Olitalia Di Olio extra virgen	500ml	\$18.500
Aceite de Oliva “O” puro	1 lt	\$25.160
	500ml	\$13.200
Aceite de Oliva “O” extra virgen	1 lt	\$26.120
	500ml	\$13.360
Oliosoya con Oliva	5000ml	\$29.860
Oliosoya	250ml	\$1.720
	500ml	\$3.600
	1000ml	\$5.540
	5000ml	\$26.570
Aceite Vivi	1000ml	\$4.400
	3000ml	\$12.600
Aceite Riquísimo	1000ml	\$4.600
Oleocali	1000ml	\$5.400
Oleocali Vegetal	1000ml	\$5.400
Oleocali Canola	1000ml	\$6.480
Oleocali Girasol	1000ml	\$7.250
Aceite la Garza	1000ml	\$5.350
Aceite de Girasol Premier	500ml	\$4.250
	1000ml	\$7.800
Aceite de Girasol Premier Light	1000ml	\$9.820
Aceite de Girasol Premier	1000ml	\$9.100

Canola		
Canola Life	1lt	\$10.700
	2lt	\$21.140
Aceite Gourmet	1000ml	\$8.140
	5000ml	\$39.500

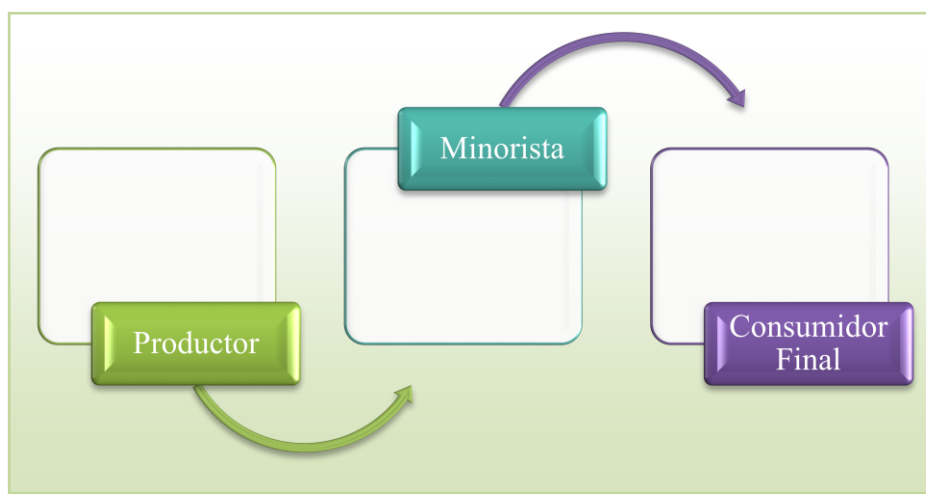
Fuente: Elaboración propia del autor

6. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL ACEITE DE AGUACATE

El canal de distribución se basa en la comercialización del producto tanto en los supermercados como en las grandes superficies con el fin de darlo a conocer y llevarlo a un gran flujo de personas y de esta forma contribuir a la satisfacción de las necesidades de los consumidores consolidando la empresa en el mercado como una de las preferidas por los clientes.

El nivel del canal de distribución es el uno:

Gráfico 3. *Canal de distribución*



Fuente: Elaboración propia del autor

Productor

Industrias Avoro S.A.S.

Minorista

Centenario, Súper Inter, Ventanilla Verde, Laureles, Éxito, Carrefour, Carulla, SAO.

El papel que juegan cada uno de estos minoristas es distribuir nuestro producto hasta llevarlo al consumidor final. Se eligieron estos canales de distribución porque son grandes almacenes que tienen una ubicación estratégica a nivel regional y nacional, los cuales cuentan con el reconocimiento de los demandantes, por lo que se hace fácil darlo conocer a los consumidores.

Consumidor Final

Es el que se beneficia del consumo del producto.

7. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

La estrategia de publicidad y promoción del producto de la marca “**Avocado Life Gourmet**” se basa en la generación de contenido gráfico y audiovisual, el cual está establecido en el manejo de una paleta de colores diseñada con un propósito fundamental, el de conquistar la confianza de los clientes. Por el tamaño de la empresa estas estrategias se implementarán a través de brochures en clínicas, hoteles y restaurantes con el objetivo de promocionar las propiedades fisicoquímicas benéficas para la salud y los diferentes usos culinarios del producto. También se utilizarán medios escritos tales como periódicos y revistas de gastronomía, adicionalmente se creará una página de Internet donde se encuentre información acerca del contenido nutricional, presentaciones, precios, distribuidores y propiedades del producto en general; y cuñas radiales.

El desarrollo publicitario se debe proyectar basado en un plan de medios de comunicación, con el fin de desarrollar una etapa de promoción masiva, que impacte al público objetivo y quiera conocer el producto de primera mano en los diferentes puntos de venta.

Análisis de las piezas graficas publicitarias y de promoción

Logo: La paleta de colores del Logo, está diseñada de forma tal que genere un impacto visual que invite a consumir el producto, además, el diseño está creado para que genere confianza en los clientes y pueda ser competitivo con diferentes marcas de la canasta familiar.

Eslogan: “*Salud con exquisito sabor*” le dice al cliente que puede confiar en que el producto le dará un sabor exquisito además de contribuir a la buena salud.

Etiqueta: La etiqueta del producto está diseñada para que abrace totalmente la botella, y lo haga ver como un producto de excelente categoría. Para el diseño de la etiqueta se utilizará la combinación entre el color dorado, amarillo, verde y negro, con el fin de darle un toque de elegancia y frescura al producto.

Empaque: El empaque para el producto será una botella de vidrio verde oscuro la que estará en contacto directo con el producto para proteger el aceite contra la oxidación de la luz y que además conservara el aroma y el sabor original del aceite; a su vez este es el empaque que el consumidor visualizará a la hora de hacer la compra dándole la imagen al producto, se podrá encontrar en presentación de 1000ml en un envase clásico de diseño elegante, con tapa metálica y dosificador de plástico, características físicas que le darán un nivel de selectividad y exclusividad.

Embarque: El embarque se realizara en cajas de cartón con una capacidad para 24 botellas del producto, las cuales en su interior estarán separadas por líneas de cartón para proteger estas botellas ya que son muy frágiles por su material.

Portafolio y descripción del producto: El portafolio, el cual tiene la misión de describir las características del producto, es la primera herramienta de acercamiento con el cliente, para luego entrar a cerrar el negocio con la degustación.

Gráfico 4. *Presentación del producto*



Fuente: elaboración propia del autor

Pendón: Los pendones se entregan en los diferentes puntos de venta, para que apoyen la comercialización y potencialicen la presentación del producto y genere una buena imagen y expectativa en la mente de los consumidores. Además se les da un apoyo publicitario a los clientes y una relación directa de responsabilidad y compromiso de ambas partes.

Plan de Medios: De manera general se describirán los diferentes canales de comunicación que se tomarán en cuenta para impactar al mercado y los clientes:

1. Se otorgará un comercial en medio magnético para que sea proyectado en eventos y pantallas de establecimientos.
2. Se crearán cuñas de radio para diferentes emisoras regionales.
3. Creación de una página de internet con la información general del producto, forma de vinculación como cliente y datos interesantes sobre la producción del producto y la importancia de consumir Aceite de aguacate gourmet.
4. Manejo de redes sociales en todas las áreas.

El hecho de generar contenido publicitario en todos los campos posibles, garantizará el éxito de la acreditación del producto y la marca en la mente de los consumidores y los clientes, convirtiendo a la empresa en la primera opción a la hora de comprar y consumir un producto exquisito y saludable.

CAPITULO III – ESTUDIO TÉCNICO

1. TAMAÑO DEL PROYECTO

1.1. Capacidad instalada

Para la producción de aceite de aguacate con los equipos con los que cuenta la empresa, en un periodo de tiempo de 1 día, trabajando 8 horas diarias, es posible fabricar 500 botellas de aceite de aguacate con 6 operarios.

Lo anterior equivale a: 500 botellas de aceite de aguacate al día / 2500 botellas de aceite de aguacate a la semana / 10.000 botellas de aceite de aguacate al mes / 120.000 botellas de aceite de aguacate al año

1.2. Capacidad utilizada

Al hablar de la capacidad utilizada, se refiere a los porcentajes a los que trabajará la fábrica de aceite de aguacate, es decir, los porcentajes de utilización de la capacidad de operación a la cual trabajará la maquinaria y equipo existentes. Se utilizará el 63% de capacidad de la planta, trabajando 5 días a la semana, se producirá:

315 botellas de aceite de aguacate al día / 1.575 botellas de aceite de aguacate a la semana / 6.300 botellas de aceite de aguacate al mes / 75.600 botellas de aceite de aguacate al año (Respondiendo a la demanda del primer año que son 75.333)

1.3. Disponibilidad de Capital

Existen fuentes de financiación para que las empresas puedan conseguir el capital necesario para establecer su planta de producción, estos son:

- Fondo emprender.
- Créditos con entidades financieras.
- El banco de la mujer.

- Créditos Bancoldex.
- Actuar Famiempresas.

1.4. Disponibilidad de materia prima

Para determinar quienes los proveedores de materia prima se realizó un estudio que nos permitió identificar cuantas fincas poseen cultivos de aguacate Hass en la región, así como la disponibilidad de este de acuerdo a las temporadas de cosecha. De esta forma y como se mencionó anteriormente se tienen disponibles 10 toneladas de aguacate semestralmente para producir el aceite, en donde sus temporadas de cosecha en el departamento son en los meses de enero, febrero, octubre, noviembre y diciembre.

Por otra parte, se contactarán empresas del sector industrial para comprar o importar la maquinaria requerida que son básicamente una Marmita, un Decantador Centrífugo Horizontal y una Centrífuga. En cuanto a envases se entrará a negociar con empresas como Envases del Quindío o con otras dependiendo de factores como la cantidad, el precio, condiciones de pago y entrega entre otros; y por el lado de la promoción y publicidad se llevaran a cabo contratos con agencias de publicidad, las cuales se encargarán del diseño de los medios gráficos y audiovisuales utilizados para la promoción del producto en el mercado.

2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

2.1. Microlocalización /Macrolocalización

Macrolocalización

La empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate gourmet, quedará ubicada dentro del Estado Colombiano, en el departamento del Quindío y en particular en el municipio de Salento.

Gráfico 5. *Mapa de Colombia*



Gráfico 6. *Mapa de Salento*



Fuente: Google imágenes

Quindío es un departamento muy bien hidratado, pues es afortunado al tener muchas quebradas y ríos. Como el río Quindío, que atraviesa todo el departamento dándole así grandes riquezas, como la de nutrir las palmas de cera del valle de Cócora, y haciendo que sea una tierra fértil y verde, ideal para el cultivo y producción del aguacate.

Debido a las diferentes alturas que tiene la geografía del Quindío, su clima también varía, desde frío de páramo hasta calor moderado de tierras bajas.

Microlocalización

La empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate gourmet se ubicará en el municipio de Salento. Salento está situado al norte de la ciudad de Armenia a nueve kilómetros por la margen derecha de la carretera que de Armenia conduce a Pereira, luego de abandonar la autopista por un tramo de carretera en muy buen estado en un trayecto de otros nueve kilómetros. Específicamente la empresa y su planta de producción se ubicarán en una zona rural de este municipio en la Finca La Esperanza propiedad familiar de una de las socias. Allí se desarrollara todo el proceso de producción ya que la finca se encuentra en una zona central y de fácil acceso a la capital del departamento como se mencionó anteriormente.

Gráfico 7. Mapa de acceso



Fuente: Google Maps

3. ESTIMULOS FISCALES

Los estímulos fiscales con los que se beneficiará la empresa, en general, se encuentran contenidos en la ley 1429 de 2010, que estimula la creación de nueva empresa, por medio de esta, se obtienen algunos descuentos y exenciones de impuesto por año, como:

- En Cámara de comercio: El primer año se paga 0%, 2do año 50%, 3er año 75%, al 4to el 100%.
- Impuesto de Renta – Retefuente – IVA: A los 2 años 0%, 3er año paga 25%, 4to el 50%, el 5to 75% y del 6to en adelante el 100%.

4. INGENIERIA DEL PROYECTO

4.1. Análisis del proceso de comercialización

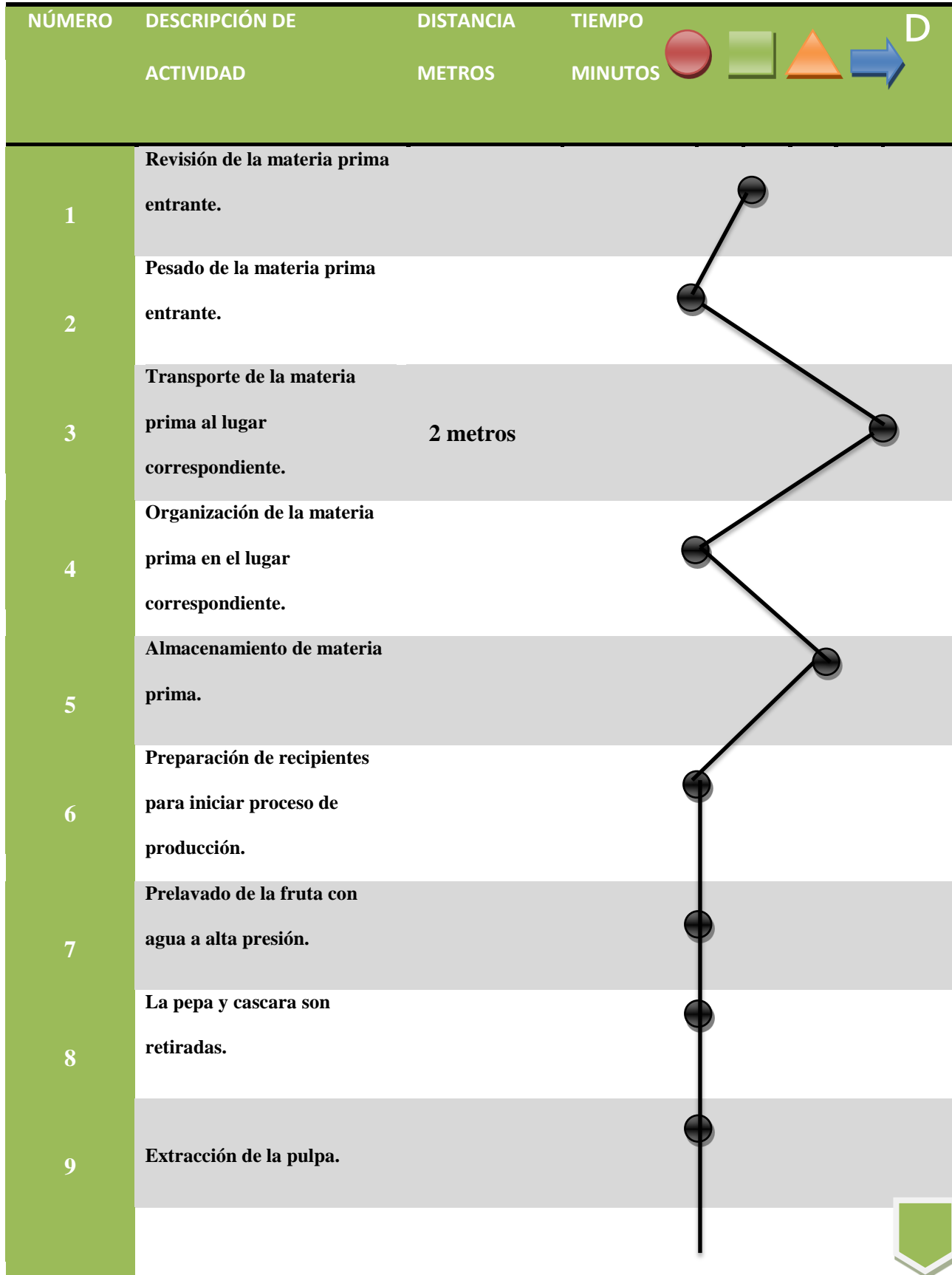
Este análisis está dirigido a establecer una buena implementación del Merchandising en los puntos de venta, tales como promocionar el producto a través de impulsadoras en los diferentes supermercados 2 ó 3 días a la semana para que den a conocer el producto por medio de degustaciones, preparación de recetas, demostraciones, pendones y broeshore con información acerca del contenido nutricional, propiedades naturales benéficas para la salud que contiene este aceite gourmet y recetas para la aplicación del producto; también se utilizará una imagen y decoración llamativa con el fin de conquistar la atención del cliente logrando así que el producto se diferencie de los demás distribuidos en la sección.

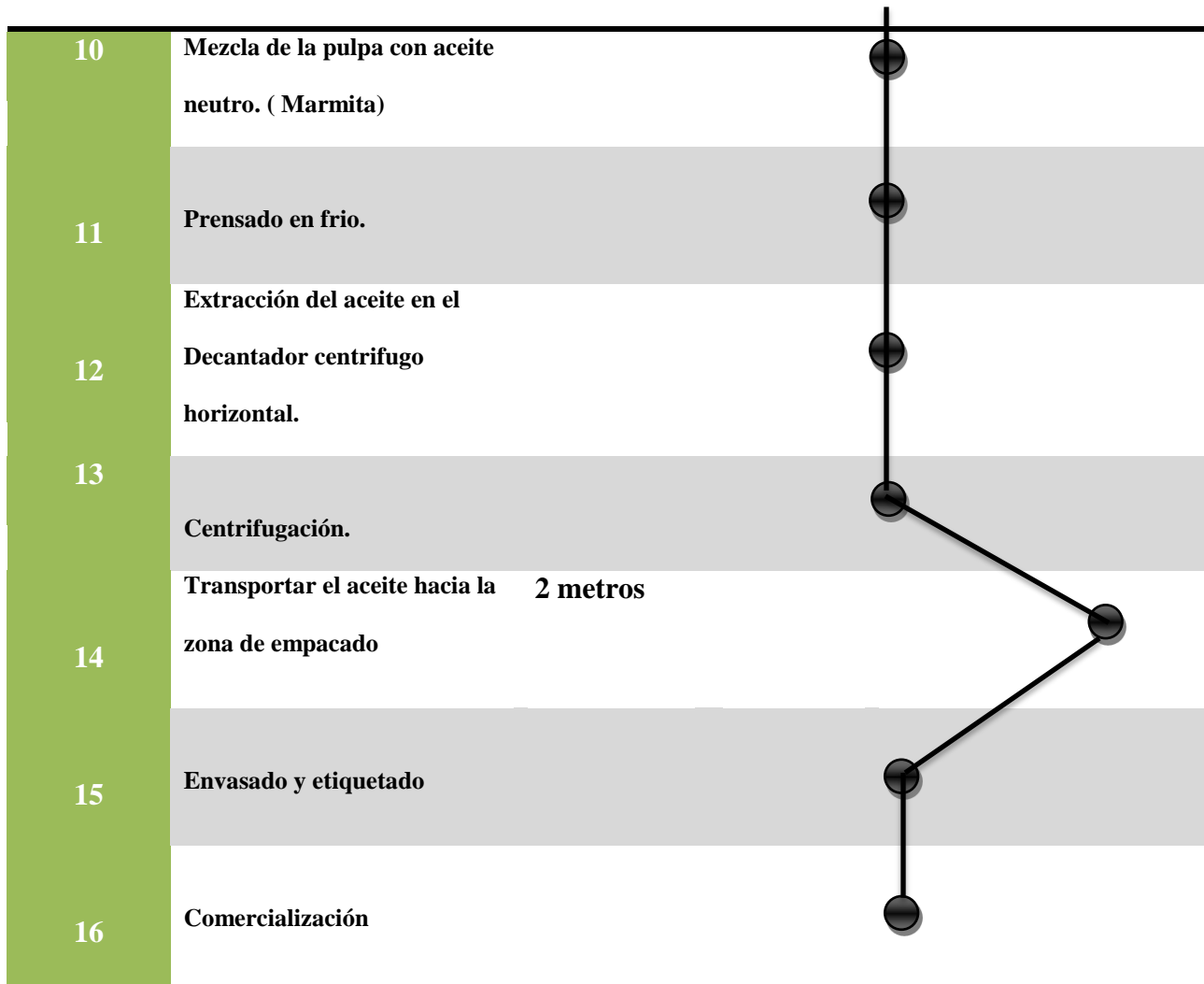
Por otro lado se participará en las diferentes ferias y muestras empresariales tanto a nivel regional como a nivel Nacional así como en festivales gastronómicos de cocina gourmet, pues allí asiste un gran número de personas y posibles compradores potenciales.

4.2. Diagrama de flujo del proceso de producción

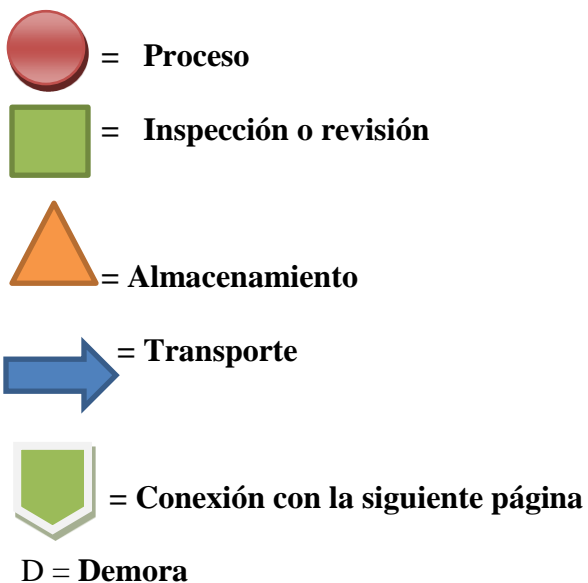
Gráfico 8. *Proceso de producción*

DIAGRAMA DE FLUJO DE PRODUCCIÓN





Fuente: Elaboración propia del autor



4.3. Descripción del Proceso

Avocado Life Gourmet es aceite de aguacate obtenido a través de un proceso 100% natural de prensado en frío, su proceso de producción es el siguiente:

- En la primera etapa de la extracción, se cuida la calidad del aguacate fresco que llega a la planta.
- Se hace un prelavado de la fruta con agua a alta presión, con lo cual se limpian elementos residuales procedentes del transporte y almacenaje de la fruta.
- La pepa y la cáscara son retiradas antes de realizar el proceso de prensado en frío, pues el aceite es obtenido de la pulpa del aguacate.
- El aceite de aguacate resulta de la primera extracción de la fruta.
- La pulpa obtenida es mezclada y agitada con un aceite neutro utilizado como disolvente para que las enzimas mantengan constantes sus propiedades naturales, en una marmita para homogenizar la pulpa y llevarla a la temperatura de extracción 50°C.
- El proceso de extracción de aceite maneja temperaturas no superiores a 50°C.
- El prensado en frío a estas temperaturas garantiza que no se presenten daños y cambios en los nutrientes del aceite, lo cual contribuye a que las bondades y beneficios del uso del aceite se preserven.
- Posteriormente pasa al decantador centrífugo horizontal (máquina para la extracción del aceite).
- El aceite obtenido del decantador, es centrifugado para terminar de separar completamente agua, grasa y aceite.

- Finalmente el aceite es envasado y etiquetado inmediatamente sale del proceso de centrifugado, esto lo protege de la influencia negativa de la luz y el oxígeno.
- Por último Avocado Life Gourmet es comercializado en los diferentes puntos de distribución.

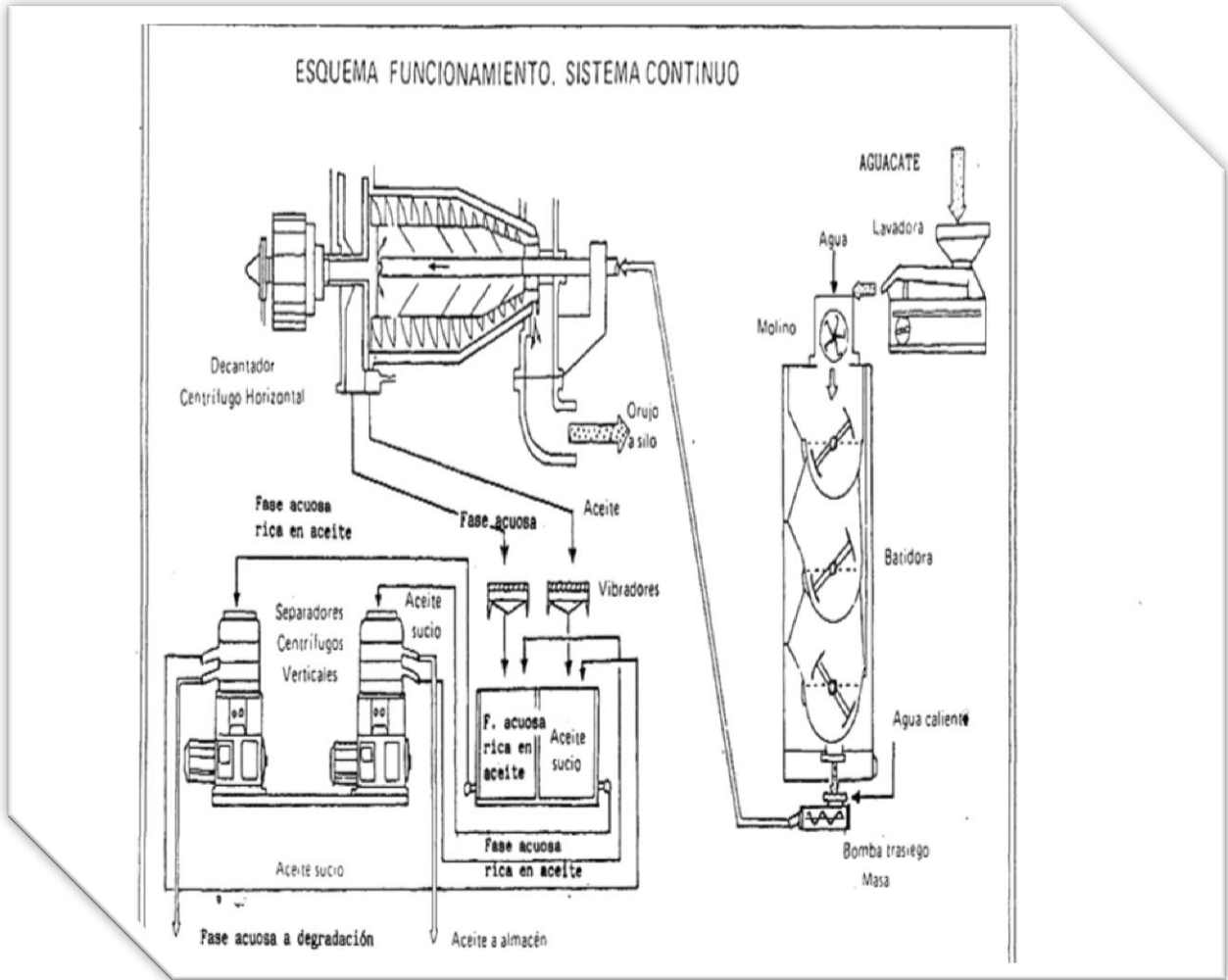
Avocado Life Gourmet no es sometido a procesos industriales que alteren las propiedades del aceite virgen. El aceite no es refinado, blanqueado, desodorizado, hidrogenado, ni se remueve el color u otro componente natural del aceite.

Avocado Life Gourmet tiene una apariencia cristalina, de color verde oliva y tiene el olor característico del aguacate.

Toda la línea de producción utiliza maquinaria en acero inoxidable lo cual evita la contaminación del producto.

5. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Gráfico 9. Distribución de la planta



Fuente: L. Martínez Nieto Departamento de ingeniería de química U. de Granada

CAPITULO IV – ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y ORGANIZACIONAL

1. MISIÓN

Somos una empresa del sector agroindustrial dedicada a la producción y comercialización de aceite de aguacate, a través de una oferta integral y oportuna de nuestro producto; así mismo satisfacemos las necesidades de nuestros clientes en el contexto nacional, contando con el mejor talento humano y la tecnología apropiada para el desarrollo de nuestra actividad empresarial, sin dejar de lado el compromiso y la responsabilidad con la sociedad y el medio ambiente.

2. VISIÓN

En el año 2015 seremos líderes en la producción y comercialización de aceite de aguacate en Colombia, siendo reconocidos por nuestra calidad, contribuyendo así al progreso de nuestros colaboradores y clientes. Además Avocado Life será conocido en diferentes regiones del país aumentando su nicho de mercado e idealizando una importante calidad de clientes tanto corporativos como individuales en todo el territorio colombiano, garantizando el posicionamiento de marca en la mente del consumidor.

3. Objetivos de Responsabilidad Social Empresarial

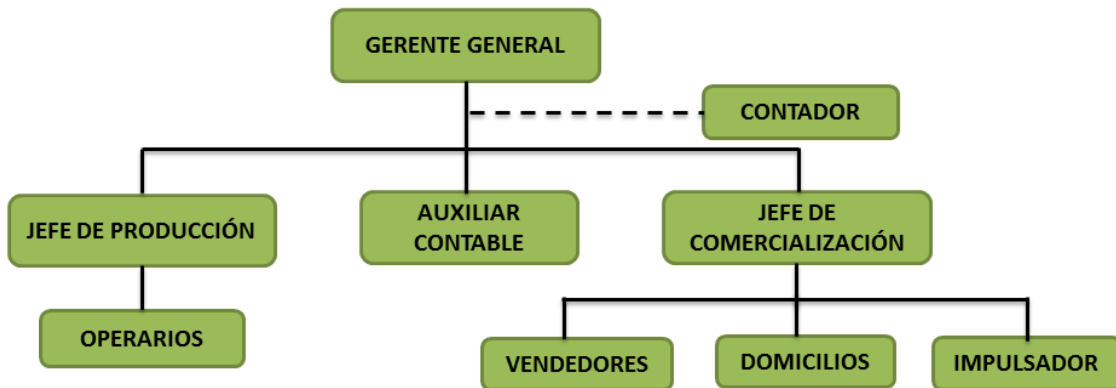
- ✓ Mantener una comunicación y motivación continua con los empleados en cuanto a la responsabilidad social empresarial.
- ✓ Formular un programa de actividades para con la comunidad y los empleados.
- ✓ Analizar, observar y comprender el entorno de la empresa en general, como; la comunidad, proveedores, clientes, medio ambiente y empleados.
- ✓ Identificación de problemas e inconformidades tanto internas como externas.

- ✓ Identificar la comunidad a la cual se le está generando un impacto con la actividad desarrollada por la empresa.
- ✓ Mantener comunicación y dialogo constante con la comunidad.
- ✓ Mantener a la empresa inmersa en las actividades que realiza la comunidad.
- ✓ Generar un plan de mejoras.

4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Tipo de empresa: SAS Sociedad por acciones simplificada. **Número de socios:** 3 socios

Gráfico 10. *Organigrama*



Fuente: Elaboración propia del autor

5. ESTRUCTURA SALARIAL

La estructura salarial que manejará la empresa se fundamentará en el Salario Minio Mensual Legal Vigente que rige para Colombia, además de las siguientes obligaciones con las que debe cumplir el empleador:

- Afiliación al sistema integral de seguridad social en

Pensiones (ISS, sociedades administradoras de fondos de pensiones).

Salud (EPS)

Riesgos profesionales (ARP)

- Afiliación a la caja de compensación familiar
- Firma del contrato de trabajo y entrega de copia al trabajador
- Abrir una carpeta con la hoja de vida del trabajador

CAPITULO V – ESTUDIO LEGAL

1. NORMAS Y LEYES

La empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate gourmet, se creará para el sector comercial en el departamento del Quindío, acogiéndose de esta manera a las leyes que rigen el comercio colombiano. La sociedad se conformará con la razón social “Industrias Avoro”, seguida de la palabra Sociedad por Acciones Simplificada, “S.A.S” y se registrará para todos sus efectos por la ley 1258 de 2008.

En la empresa se implementarán estrategias basadas en la disminución del impacto ambiental y buscará además la forma de contribuir con el cuidado de éste; igualmente con el fin de cumplir con todos los aspectos sanitarios y controles de calidad en los alimentos mediante las normas establecidas por el INVIMA en lo referente al producto como empaque, transporte, cuidados del producto, fecha de vencimiento entre otros.

La sociedad S.A.S será constituida con un documento privado y su duración será indefinida. Además sus accionistas solo tendrán responsabilidades tributarias hasta con el monto de sus aportes.

Ley 1258 /2008

Artículo 1º. Constitución. La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

Artículo 2º. Personalidad jurídica. La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Artículo 3º. Naturaleza. La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

2. INVIMA

Se requiere registro sanitario de un alimento que se expenda directamente al consumidor bajo marca de fábrica y con nombres determinados, deberá obtenerlo ante el INVIMA.

Se debe tramitar

- Solicitud Registro Sanitario o Solicitud Modificación Registro Sanitario
- Solicitud Certificado de Calidad de Alimentos y Bebidas Alcohólicas, Aprobación de Empaques y Rótulos
- Certificado de Capacidad de Producción Técnica
- Certificado de Capacidad de Buenas Prácticas de Manufactura

Pasos a seguir

- Descargar del sitio web o reclamar el formulario oficial adoptado por la entidad
- Cancelar en una sucursal del Banco Davivienda o por transferencia electrónica, el valor correspondiente por concepto de la tarifa del trámite
- Radicar la solicitud de Registro Sanitario en la Oficina de Atención al Usuario del INVIMA con los documentos requeridos
- Surtir la notificación personal del acto administrativo emitido por la Entidad, so pena de que la misma le notifique por edicto

Requisitos

- Perfil: Persona Natural y Jurídica
- Cumplimiento de especificaciones o estándares. Formulario oficial establecido por la entidad
- Estar inscrito/afiliado en. Estar constituida legalmente la entidad peticionaria
- Estar inscrito/afiliado en. Estar constituido legalmente el fabricante(s), cuando el alimento sea fabricado por persona diferente al interesado
- Cumplimiento de especificaciones o estándares. Haber realizado el pago de acuerdo a la tasa vigente por derechos de expedición del registro sanitario.

Pago requerido

En concepto de Grasas, aceites, margarinas, emulsiones para untar, emulsiones, minarinas, aliñados grasos, mezclas de aceites, mantecas comestibles. Cod. 2014 \$ 2.472.000¹⁵.

3. CONTRATACIÓN

La contratación del personal se hará de forma escrita y será a término fijo a un año. Se cumplirán con todas las disposiciones legales establecidas en el código sustantivo del trabajo, considerando la ley 100 de 1993 sobre la seguridad social y pensión, la ley 1295 de 1994 sobre el sistema general de riesgos profesionales; y los trabajadores contarán con todas las prestaciones que se establecen en un contrato de este tipo en Colombia.

¹⁵ CERTIFICADOS DE CALIDAD DE ALIMENTOS Y BEBIDAS ALCOHOLICAS. (2012). Recuperado de http://www.invima.gov.co/Invima//tramites/docs_tarifas/tarifas_certificados.htm

CAPITULO VI – ESTUDIO AMBIENTAL

Actualmente, la tendencia hacia el cuidado del medio ambiente sigue su transcurso y se penetra en cada proceso que lleven a cabo las empresas sin importar al sector al que pertenezcan, con el fin de continuar con el desarrollo sostenible de la humanidad.

Consecuentes con esta realidad, se implementarán acciones que conlleven a la concientización de la conservación del medio ambiente, con el objeto de ir desarrollando cultura ambiental en las personas involucradas en las actividades de la empresa.

En la empresa productora y comercializadora aceite de aguacate gourmet, se implementarán políticas ambientales las cuales conllevarán a la continua aplicación de actividades que impliquen el cuidado del medio ambiente, para que esta sea sostenible durante su periodo de producción, con el fin de que su compromiso y responsabilidad ambiental sea continuo.

Entre los tipos de contaminación que generará la empresa están los residuos sólidos los cuales se clasifican en dos: los orgánicos e inorgánicos y los residuos líquidos.

Los residuos sólidos orgánicos, son biodegradables y tienen la propiedad de desintegrarse o degradarse rápidamente, transformándose en otra materia orgánica. Por Ejemplo: Restos de fruta. Estos se generan en el proceso de producción y se controlaran almacenando adecuadamente estos sólidos para su eliminación posterior.

Por su parte, los residuos sólidos inorgánicos, tienen características químicas, lo que permite que tengan una descomposición lenta. Muchos de ellos no son biodegradables como el vidrio.

Además, los residuos líquidos que se generarán se clasifican como: aguas negras provenientes de servicios higiénicos y aguas grises provenientes de servicios de la cocina, entre otros.

Para contrarrestar el impacto ambiental que generará la empresa, se manejará adecuadamente los recursos y se implementarán guías de manejo de residuos sólidos y líquidos para aplicar el adecuado, a los generados por la producción del aceite.

1. OBJETIVO AMBIENTAL

El objetivo es implementar actividades para el buen uso de los materiales reciclables y dar el manejo adecuado y correspondiente a los desechos sólidos y líquidos que produzca la empresa, además de crear conciencia de la importancia del manejo oportuno de dichos desechos en el personal de la empresa.

2. NORMATIVA AMBIENTAL

- **Decreto ley 2811 de 1974**¹⁶ Código nacional de los recursos naturales renovables RNR y no renovables y de protección al medio ambiente. El ambiente es patrimonio común, el estado y

¹⁶ Normatividad ambiental y sanitaria. (2012). Recuperado de http://www.upme.gov.co/guia_ambiental/carbon/gestion/politica/normativ/normativ.htm

los particulares deben participar en su preservación y manejo. Regula el manejo de los RNR, la defensa del ambiente y sus elementos.

- **Ley 99 de 1993**¹⁷ Crea el Ministerio del Medio Ambiente y Organiza el Sistema Nacional Ambiental (SINA). Reforma el sector Público encargado de la gestión ambiental. Organiza el sistema Nacional Ambiental y exige la Planificación de la gestión ambiental de proyectos. Los principios que se destacan y que están relacionados con las actividades portuarias son: La definición de los fundamentos de la política ambiental, la estructura del SINA en cabeza del Ministerio del Medio Ambiente, los procedimientos de licenciamiento ambiental como requisito para la ejecución de proyectos o actividades que puedan causar daño al ambiente y los mecanismos de participación ciudadana en todas las etapas de desarrollo de este tipo de proyectos
- **Decreto 1753 de 1994**¹⁸ Define la licencia ambiental LA: naturaleza, modalidad y efectos; contenido, procedimientos, requisitos y competencias para el otorgamiento de LA.

Normatividad sobre residuos sólidos

- **Ley 09 de 1979**¹⁹ Medidas sanitarias sobre manejo de residuos sólidos.
- **Documento CONPES 2750 de 1994**²⁰ Políticas sobre manejo de residuos sólidos.

¹⁷ Normatividad ambiental y sanitaria. (2012). Recuperado de http://www.upme.gov.co/guia_ambiental/carbon/gestion/politica/normativ/normativ.htm

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Ibid.

- **Decreto 605 de 1996**²¹Reglamenta la ley 142 de 1994. En cuanto al manejo, transporte y disposición final de residuos sólidos.

3. EVALUACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA AMBIENTAL

El tipo de procesos que llevará a cabo la empresa implica impacto ambiental en cuanto al manejo indirecto de los residuos inorgánicos no biodegradables, los cuales la empresa no manejará cuando el producto esté en manos del consumidor final, pero en la etiqueta por medio de advertencia se generará conciencia de un adecuado tratamiento por parte del cliente para crear un mejor destino de este. No se desarrolla impacto ambiental negativo en cuanto a los residuos del producto, ya que estos tienen una degradación de corta duración y no se producen desechos tóxicos. La utilización de recursos naturales será medida dependiendo del requerimiento de la producción propendiendo por la conservación del medio ambiente.

²¹ibid.

CAPITULO VII – ESTUDIO FINANCIERO

Las tablas que a continuación se numeran son elaboradas por el propio autor.

1. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Tabla 4. *Inversión en activos fijos*

	VALOR	VIDA UTIL	DEPRECIACION
INVERSION FIJA			
MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	50.250.000		5.025.000
Molino triturador	8.200.000	10	820.000
Termobatidora horizontal	3.250.000	10	325.000
Bomba de traciego	4.900.000	10	490.000
Decantador centrifugo horizontal	12.500.000	10	1.250.000
Tamiz Vibratorio	4.550.000	10	455.000
Separadores centrifugos verticales	11.800.000	10	1.180.000
Pesa	650.000	10	65.000
Marmita	4.400.000	10	440.000
Vehiculos	7.000.000	5	1.400.000
Moto carro	7.000.000	5	1.400.000
EQUIPO DE OFICINA	1.270.000		254.000
Equipo de computación	1.100.000	5	220.000
Teléfonos	170.000	5	34.000
MUEBLES Y ENSERES	840.000	10	84.000
Escritorio gerente	300.000	10	30.000
Sillas auxiliares (2)	120.000	10	12.000
Archivador	420.000	10	42.000
INVERSION FIJA	59.360.000		6.763.000
GASTOS DIFERIDOS	2.639.720	5	527.944
CAPITAL DE TRABAJO	77.154.000		
TOTAL INVERSION	139.153.720		

Inversión diferida

Tabla 5. *Inversión diferida*

INVERSIÓN DIFERIDA	
INVERSIÓN DIFERIDA	VALOR TOTAL
Adecuación instalación	\$ 450.000
Gastos de constitución	\$ 2.189.720
Total	\$ 2.639.720
Amortización diferida a 5 años	527.944

Depreciación

Tabla 6. Depreciación

DEPRECIACION				
	VALOR	PRODUCCION	ADMON	VENTAS
MUEBLES Y ENSERES	84.000		67.200	16.800
MAQUINARIA	5.025.000	5.025.000		
VEHICULOS				
EQUIPO DE OFICINA	254.000		203.200	50.800
TOTAL	5.363.000	5.025.000	270.400	67.600

CONCEPTO	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
CDF	5.025.000	5.025.000	5.025.000	5.025.000	5.025.000
GASTOS DE ADMINISTRACION	270.400	270.400	270.400	270.400	270.400
VENTAS	67.600	67.600	67.600	67.600	67.600

2. FUENTES DE FINANCIACIÓN

La realización del proyecto contará con dos fuentes de financiación, donde el 40% serán recursos propios de cada socio que equivale a \$54.323.888 y el 60% a través de un préstamo bancario a un interés anual del 20% a 5 años donde el monto corresponde a \$81.485.832.

Costo de capital

Tabla 7. Costo de capital

COSTO DE CAPITAL					
	MONTO	%	COSTO	COSTO CON IMPUESTO	CCPP
RECURSOS PROPIOS	55.661.488	40%	30%	30%	12%
DEUDA	83.492.232	60%	20%	13%	8%
TOTAL	139.153.720	100%	50%		20%

Amortización

Tabla 8. Amortización

TABLA DE AMORTIZACION		
PRESTAMO	83.492.232	
INTERES	20%	ANUAL
PLAZO	5	AÑOS

Periodo

Tabla 9. Periodo

PERIODO	INTERES	AMORTIZACION	CUOTA	SALDO
-				83.492.232
1	16.698.446	11.219.661	27.918.108	72.272.571
2	14.454.514	13.463.594	27.918.108	58.808.977
3	11.761.795	16.156.312	27.918.108	42.652.665
4	8.530.533	19.387.575	27.918.108	23.265.090
5	4.653.018	23.265.090	27.918.108	0

3. ESTRUCTURA DE COSTOS

Presupuesto de costo unitario

Tabla 10. Presupuesto costo unitario

PRESUPUESTO DE COSTO UNITARIO							
CONCEPTO	ESTANDAR	VALOR	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
Aguacate	6,0000	1.000	6.000,00	6.480,00	6.998,40	7.558,27	8.162,93
Aceite neutro	41,0000	43	1.763,00	1.904,04	2.056,36	2.220,87	2.398,54
MOD			950	1.009	1.057	1.107	1.160
CIF			1.730	1.786	1.820	1.854	1.889
COSTO UNITARIO			10.443	11.179	11.931	12.740	13.611

Presupuesto de producción

Tabla 11. *Presupuesto de producción*

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN					
CONCEPTO	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
UNIDADES A VENDER	74.301	78.016	81.917	86.013	90.313
INVENTARIO INICIAL		1.032	1.084	1.138	1.195
INVENTARIO FINAL	1.032	1.084	1.138	1.195	1.254
UNIDADES A PRODUCIR	75.333	78.068	81.971	86.070	90.373

Presupuesto estado de costos

Tabla 12. *Presupuesto estado de costos*

PRESUPUESTO ESTADO DEL COSTO					
CONCEPTO	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
CONSUMO DE MATERIA PRIMA	584.919.517	653.777.493	741.503.140	840.864.422	953.540.253
INVENTARIO INICIAL	0	8.012.596	9.075.827	10.291.848	11.670.954
COMPRAS	592.932.113	654.840.724	742.719.160	842.243.528	955.104.161
INVENTARIO FINAL	8.012.596	9.075.827	10.291.848	11.670.954	13.234.861
MOD	71.603.577	78.763.935	86.640.328	95.304.361	104.834.797
CIF	135.713.982	145.190.301	155.329.962	166.179.399	177.788.297
COSTO DE PRODUCCION	792.237.076	877.731.728	983.473.430	1.102.348.182	1.236.163.347
INVENT INIC PROD PROC	0	0	0		
INVENT FINAL PROD PROC	0	0	0		
INVENT INIC PRODT TERMIN	0	10.851.059	12.192.999	13.660.390	15.311.687
INVENT FINAL PROD TERMIN	10.851.059	12.192.999	13.660.390	15.311.687	17.170.533
COSTO DE PROD VENDIDO	781.386.017	876.389.788	982.006.039	1.100.696.885	1.234.304.502

Presupuesto de materia prima

Tabla 13. *Presupuesto de materia prima*

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA					
CONCEPTO	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
Aguacate					
UNIDADES A PRODUCIR	75.333	78.068	81.971	86.070	90.373
MAT PRIMA CONSUMIDA	451.998	468.406	491.826	516.417	542.238
INVENTARIO INICIAL	0,0	6.277,7	6.505,6	6.830,9	7.172,5
INVENTARIO FINAL	6.277,7	6.505,6	6.830,9	7.172,5	7.531,1
MAT PRIMA A COMPRAR	458.275	468.634	492.151	516.759	542.597
COSTO UNITARIO	1.000	1.080	1.166	1.260	1.360
TOTAL COMPRAS	458.275.497	506.124.481	574.045.467	650.967.560	738.197.213

BRUTAS					
IIMP.	0	6.192.912	7.014.680	7.954.539	9.020.446
MATERIA PRIMA DISPONIBLE	458.275.497	512.317.393	581.060.148	658.922.099	747.217.659
IFM.P.	6.192.912	7.014.680	7.954.539	9.020.446	10.229.186
VALOR DEL CONSUMO	452.082.584	505.302.712	573.105.609	649.901.653	736.988.473

Aceite neutro					
UNIDADES A PRODUCIR	75.333	78.068	81.971	86.070	90.373
MAT PRIMA CONSUMIDA	3.088.651	3.200.774	3.360.812	3.528.853	3.705.295
INVENTARIO INICIAL	0	42.898	44.455	46.678	49.012
INVENTARIO FINAL	42.897,9	44.455,2	46.677,9	49.011,8	51.462,4
MAT PRIMA A COMPRAR	3.131.549	3.202.331	3.363.035	3.531.187	3.707.746
COSTO UNITARIO	43	46	50	54	59
TOTAL COMPRAS BRUTAS	134.656.617	148.716.243	168.673.693	191.275.968	216.906.948
IIMP.	0	1.819.684	2.061.147	2.337.309	2.650.508
MATERIA PRIMA DISPONIBLE	134.656.617	150.535.927	170.734.840	193.613.277	219.557.455
IFM.P.	1.819.684	2.061.147	2.337.309	2.650.508	3.005.676
VALOR DEL CONSUMO	132.836.933	148.474.780	168.397.531	190.962.769	216.551.780
COSTO UNITARIO	43	46	50	54	59

Compras

Tabla 14. *Compras*

COMPRAS	592.932.113	654.840.724	742.719.160	842.243.528	955.104.161
IVA	94.869.138	104.774.516	118.835.066	134.758.964	152.816.666
COMPRAS + IVA	687.801.251	759.615.240	861.554.226	977.002.492	1.107.920.826

Costos y gastos año 0

Tabla 15. *Costos y gastos año 0*

CUADRO DE COSTO Y GASTOS AÑO 0			
	ADMON	VENTAS	PRODUCCIÓN
ARRENDAMIENTO	0	0	0
SERVICIOS PUBLICOS	3.600.000	3.600.000	18.109.200
MANTENIMIENTO			200.000
HONORARIOS	7.200.000		
ASEO Y CAFETERIA	80.010	80.010	186.690
PAPELERIA	1.200.000		
DOTACIÓN			524.400
GASTOS	2.189.770	5.760.000	
TOTAL	14.269.780	9.440.010	19.020.290

Presupuesto de mano de obra directa

Tabla 16. *Presupuesto de mano de obra directa*

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA			
PERSONAL	CANTIDAD	MOD SALARIO	TOTAL ANUAL
OPERARIO	6	566.700	40.802.400
CESANTIAS	8,33%		3.805.477
INTERES A LAS CESANTIAS	1,00%		456.657
VACACIONES	4,17%		1.701.460
PRIMA SERVICIOS	8,33%		3.805.477
APORTES PARAFISCALES Y SOCIALES	31,94%		16.150.505
SUBSIDIO TRANSPORTE	6	67.800	4.881.600
TOTAL MOD	53,77%		71.603.577

CONCEPTO	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
MOD	71.603.577	78.763.935	86.640.328	95.304.361	104.834.797

Presupuesto CIF

Tabla 17. *Presupuesto costos indirectos de fabricación*

PRESUPUESTO DE CIF					
CONCEPTO	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016
MOI	118.041.792	126.304.717	135.146.048	144.606.271	154.728.710
ARRENDAMIENTO	0	0	0	0	0
SERVICIOS PUBLICOS	7.200.000	7.704.000	8.243.280	8.820.310	9.437.731
MANTENIMIENTO		0	0	0	0
FOTOCOPIAS	300.000	321.000	343.470	367.513	393.239
ASEO Y CAFETERIA	160.020	171.221	183.207	196.031	209.754
PAPELERIA	1.200.000	1.284.000	1.373.880	1.470.052	1.572.955
GASTOS	7.949.770	8.506.254	9.101.692	9.738.810	10.420.527
DOTACION	524.400	561.108	600.386	642.413	687.381
SUBTOTAL	135.375.982	144.852.301	154.991.962	165.841.399	177.450.297
DEPRECIACION	338.000	338.000	338.000	338.000	338.000
TOTAL	135.713.982	145.190.301	155.329.962	166.179.399	177.788.297

Presupuesto gastos operacionales año 0

Tabal 18. *Presupuesto gastos operacionales año 0*

PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES AÑO 0										
	BÁSICO ANUAL	CESANTIAS	INTERESES CESANTIAS	VACACIONES	PRIMA	APORTES PARAFISCALES	SALUD	PENSIÓN	ARP	TOTAL PAGADO
GERENTE	14.400.000	1.199.520	143.940	600.480	1.199.520	1.296.000	1.224.000	1.728.000	75.168	21.866.628
JEFE DE PRODUCCIÓN	12.000.000	999.600	119.952	500.400	999.600	1.080.000	1.020.000	1.440.000	62.640	18.222.192
JEFE DE COMERCIALIZACIÓN	12.000.000	999.600	119.952	500.400	999.600	1.080.000	1.020.000	1.440.000	62.640	18.222.192
CONTADOR	7.200.000									7.200.000
AUXILIAR CONTABLE	6.800.400	634.236	76.104	319.572	634.236	612.036	578.028	816.048	35.496	10.506.156
VENDEDOR 1	6.800.400	634.236	76.104	319.572	634.236	612.036	578.028	816.048	35.496	10.506.156
VENDEDOR 2	6.800.400	634.236	76.104	319.572	634.236	612.036	578.028	816.048	35.496	10.506.156
DOMICILIOS	6.800.400	634.236	76.104	319.572	634.236	612.036	578.028	816.048	35.496	10.506.156
IMPULSADOR	6.800.400	634.236	76.104	319.572	634.236	612.036	578.028	816.048	35.496	10.506.156
TOTAL										118.041.792

4. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

Presupuesto de ventas

Tabla 19. *Presupuesto de ventas*

PRESUPUESTO DE VENTAS					
5%					
CONCEPTO	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
UNIDADES A VENDER	74.301	78.016	81.917	86.013	90.313
PRECIO DE VENTA UNIT	15.930	17.050	18.190	19.420	20.740
VENTAS TOTALES	1.183.614.930	1.330.173.653	1.490.067.547	1.670.366.539	1.873.098.462
IVA	189.378.389	212.827.784	238.410.808	267.258.646	299.695.754
VENTAS MAS IVA	1.372.993.319	1.543.001.437	1.728.478.354	1.937.625.186	2.172.794.216

Presupuesto de gastos de ventas

Tabla 20. *Presupuesto de gastos de ventas*

PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS					
CONCEPTO	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
SUELDOS	42.024.624	45.386.594	49.017.521	52.938.923	57.174.037
ARRENDAMIENTO	0	0	0	0	0
SERVICIOS PUBLICOS	3.600.000	3.888.000	4.199.040	4.534.963	4.897.760
MANTENIMIENTO	0	0	0	0	0
FOTOCOPIAS	0	0	0	0	0
ASEO Y CAFETERIA	80.010	86.411	93.324	100.790	108.853
PAPELERIA	0	0	0	0	0
PUBLICIDAD	5.000.000	5.400.000	5.832.000	6.298.560	6.802.445
SUB TOTAL	50.704.634	54.761.005	59.141.885	63.873.236	68.983.095
DEPRECIACION	67.600	67.600	67.600	67.600	67.600
TOTAL	50.772.234	54.828.605	59.209.485	63.940.836	69.050.695

Presupuesto de gastos de administración

Tabla 21. *Presupuesto de gastos de administración*

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACION					
CONCEPTO	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
SUELDOS	65.511.012	70.751.893	76.412.044	82.525.008	89.127.009
ARRENDAMIENTO	0	0	0	0	0
SERVICIOS PUBLICOS	3.600.000	3.888.000	4.199.040	4.534.963	4.897.760
MANTENIMIENTO	0	0	0	0	0
FOTOCOPIAS	300.000	324.000	349.920	377.914	408.147
ASEO Y CAFETERIA	80.010	86.411	93.324	100.790	108.853
PAPELERIA	1.200.000	1.296.000	1.399.680	1.511.654	1.632.587
PAPELERIA	4.200.000	4.536.000	4.898.880	5.290.790	5.714.054

SUBTOTAL	74.891.022	80.882.304	87.352.888	94.341.119	101.888.409
DEPRECIACION	270.400	270.400	270.400	270.400	270.400
PROVISION DE CARTERA	1.144.161	141.673	154.564	174.289	195.974
AMORTIZACION DIFERIDA	527.944	527.944	527.944	527.944	527.944
TOTAL	76.833.527	81.822.321	88.305.796	95.313.752	102.882.727

5. PUNTO DE EQUILIBRIO

Punto de equilibrio en pesos

Tabla 22. *Punto de equilibrio en pesos*

PUNTO DE EQUILIBRIO					
VENTAS	923.680.119	1.027.495.228	1.141.283.115	1.268.482.006	1.410.890.941
COSTO DE VENTAS	781.386.017	876.389.788	982.006.039	1.100.696.885	1.234.304.502
GASTOS OPERACIONALES	125.595.656	136.650.926	147.515.281	159.254.588	171.933.422
GASTOS FINANCIEROS	16.698.446	14.454.514	11.761.795	8.530.533	4.653.018
UTILIDAD NETA	0	0	0	0	0
VENTAS REALES	1.183.614.930	1.330.173.653	1.490.067.547	1.670.366.539	1.873.098.462
PORCENTAJE	1	1	1	1	1

Punto de equilibrio en unidades

Tabla 23. *Punto de equilibrio en unidades*

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	
PRECIO DE VENTA UNITARIO	15.930
COSTO VARIABLES UNITARIO	10.515
MARGEN DE CONTRIBUCION UNITARIO	5.415
GASTOS DE ADMINISTRACION	76.833.527
GASTOS DE VENTAS	50.772.234
TOTAL GASTOS FIJOS	127.605.761
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	23.565

Cuando se refiere al punto de equilibrio, se indica la cantidad de producto que se debe de vender al precio determinado de tal manera que la utilidad antes de impuestos sea igual a cero, lo que quiere decir que no hay perdida ni utilidad en el ejercicio.

Después del cálculo del punto de equilibrio, se determinó que este punto se alcanza al tener un volumen de ventas de \$883.226.222 de producto. En unidades, la empresa requiere vender 17.272 unidades a un precio de \$, para obtener su punto de equilibrio. Quiere decir que al vender este número de unidades, el valor de ingresos y el valor de la sumatoria de los costos y gastos son igual.

6. FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

Presupuesto de efectivo

Tabla 24. *Presupuesto de efectivo*

PRESUPUESTO DE EFECTIVO						
CONCEPTO		2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
INGRESOS						
SALDO INICIAL DE CAJA		77.154.000	294.545.366	408.057.005	535.005.342	680.414.444
RECAUDO DE CARTERA		629.288.604	764.417.047	856.510.972	960.098.142	1.076.598.398
VENTAS DE CONTADO		686.496.659	771.500.718	864.239.177	968.812.593	1.086.397.108
APORTES DE SOCIOS	55.661.488					
PRESTAMO	83.492.232					
TOTAL INGRESOS	139.153.720	1.392.939.264	1.830.463.132	2.128.807.155	2.463.916.076	2.843.409.950
EGRESOS						
PAGO PROVEEDORES		315.242.240	376.815.370	426.529.655	483.690.902	548.505.483
COMPRAS DE CONTADO		343.900.626	379.807.620	430.777.113	488.501.246	553.960.413
MOD		71.603.577	78.763.935	86.640.328	95.304.361	104.834.797
CIF		135.375.982	144.852.301	154.991.962	165.841.399	177.450.297
GASTOS DE ADMINISTRACION		74.891.022	80.882.304	87.352.888	94.341.119	101.888.409
GASTOS DE VENTAS		50.704.634	54.761.005	59.141.885	63.873.236	68.983.095
GASTOS FINANCIEROS		16.698.446	14.454.514	11.761.795	8.530.533	4.653.018
AMORTIZACION LARGO PLAZO		11.219.661	13.463.594	16.156.312	19.387.575	23.265.090
PAGO DE LA INVERSION FIJA	59.360.000					
GASTOS DIFERIDOS	2.639.720					
IVA PAGADO		78.757.709	105.795.932	117.655.330	130.345.692	144.482.520
IMPUESTOS		0	87.694.400	102.910.664	118.586.707	136.640.741
DIVIDENDOS		0	85.115.153	99.883.880	115.098.862	132.621.896
TOTAL USOS	61.999.720	1.098.393.898	1.422.406.127	1.593.801.813	1.783.501.632	1.997.285.759
SUPERAVIT O DEFICIT	77.154.000	294.545.366	408.057.005	535.005.342	680.414.444	846.124.191

Presupuesto de cartera

Tabla 25. Presupuesto de cartera

PRESUPUESTO DE CARTERA					
CONCEPTO	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
VENTAS A CREDITO	686.496.659	771.500.718	864.239.177	968.812.593	1.086.397.108
CUENTAS POR COBRAR INICIALES	0	57.208.055	64.291.727	72.019.931	80.734.383
AUMENTOS	629.288.604	707.208.992	792.219.246	888.078.210	995.864.015
PAGO DE CLIENTES	629.288.604	764.417.047	856.510.972	960.098.142	1.076.598.398
CUENTAS POR COBRAR	57.208.055	64.291.727	72.019.931	80.734.383	90.533.092

Presupuesto de cuentas por pagar

Tabla 26. Presupuesto de cuantas por pagar

PRESUPUESTO DE CUENTAS POR PAGAR					
CONCEPTO	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
COMPRAS A CREDITO	343.900.626	379.807.620	430.777.113	488.501.246	553.960.413
CUENTAS POR PAGAR INICIALES	0	28.658.385	31.650.635	35.898.093	40.708.437
AUMENTOS	315.242.240	348.156.985	394.879.020	447.792.809	507.797.045
PAGO DE PROVEEDORES	315.242.240	376.815.370	426.529.655	483.690.902	548.505.483
CUENTAS POR PAGAR	28.658.385	31.650.635	35.898.093	40.708.437	46.163.368

Presupuesto de cuentas por pagar – IVA

Tabla 27. Presupuesto de cuentas por pagar - IVA

PRESUPUESTO DE CUENTAS POR PAGAR					
CONCEPTO	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
IVA DE VENTAS	189.378.389	212.827.784	238.410.808	267.258.646	299.695.754
IVA DE COMPRAS	94.869.138	104.774.516	118.835.066	134.758.964	152.816.666
IVA	94.509.251	108.053.269	119.575.742	132.499.682	146.879.088
IVA INICIAL	0	15.751.542	18.008.878	19.929.290	22.083.280
AUMENTOS	78.757.709	90.044.390	99.646.452	110.416.402	122.399.240
IVAPAGADO	78.757.709	105.795.932	117.655.330	130.345.692	144.482.520
IVA POR PGAR	15.751.542	18.008.878	19.929.290	22.083.280	24.479.848

7. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Tabla 28. *Estado de resultados proyectado*

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
CONCEPTO	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
VENTAS BRUTAS	1.183.614.930	1.330.173.653	1.490.067.547	1.670.366.539	1.873.098.462
COSTO DE VENTAS	781.386.017	876.389.788	982.006.039	1.100.696.885	1.234.304.502
UTILIDAD BRUTA VENTAS	402.228.913	453.783.864	508.061.508	569.669.655	638.793.960
GASTOS DE ADMINISTRACION	76.833.527	81.822.321	88.305.796	95.313.752	102.882.727
GASTO DE VENTAS	50.772.234	54.828.605	59.209.485	63.940.836	69.050.695
UTILIDAD OPERACIONAL	274.623.152	317.132.938	360.546.227	410.415.067	466.860.538
GASTOS FINANCIEROS	16.698.446	14.454.514	11.761.795	8.530.533	4.653.018
OTROS INGRESOS					
UTILIDAD ANTES DE IMP	257.924.706	302.678.424	348.784.432	401.884.534	462.207.520
IMPUESTOS 34%	87.694.400	102.910.664	118.586.707	136.640.741	157.150.557
UTILIDAD NETA	170.230.306	199.767.760	230.197.725	265.243.792	305.056.963
DIVIDENDOS 50%	85.115.153	99.883.880	115.098.862	132.621.896	152.528.482
RESERVA OBLIGAT 10%	17.023.031	19.976.776	23.019.772	26.524.379	30.505.696
UTILIDAD DE RESERVA 40%	68.092.122	79.907.104	92.079.090	106.097.517	122.022.785

8. BALANCE GENERAL PROYECTADO

Tabla 29. *Balance general proyectado*

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
CONCEPTO		2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
ACTIVOS						
CAJA	77.154.000	294.545.366	408.057.005	535.005.342	680.414.444	846.124.191
CXC		57.208.055	64.291.727	72.019.931	80.734.383	90.533.092
DEUDAS MALAS		-1.144.161	-1.285.835	-1.440.399	-1.614.688	-1.810.662
INVENT FINAL PROD TERMIN		10.851.059	12.192.999	13.660.390	15.311.687	17.170.533
INVENTARIO MAT PRIMA		8.012.596	9.075.827	10.291.848	11.670.954	13.234.861
ACTIVOS CORRIENTES	77.154.000	369.472.915	492.331.723	629.537.112	786.516.780	965.252.015
GASTOS DIFERIDOS	2.639.720	2.111.776	1.583.832	1.055.888	527.944	0
ACTIVOS FIJOS	59.360.000	59.360.000	59.360.000	59.360.000	59.360.000	59.360.000
DEPRECIACION		-5.363.000	-10.726.000	-16.089.000	-21.452.000	-26.815.000
ACTIVOS FIJOS	61.999.720	56.108.776	50.217.832	44.326.888	38.435.944	32.545.000
TOTAL ACTIVOS	139.153.720	425.581.691	542.549.555	673.864.000	824.952.724	997.797.015

PASIVO						
CUENTAS POR PAGAR		28.658.385	31.650.635	35.898.093	40.708.437	46.163.368
IVA POR PAGAR		15.751.542	18.008.878	19.929.290	22.083.280	24.479.848
IMPUESTO X P		87.694.400	102.910.664	118.586.707	136.640.741	157.150.557
DIVIDENDO X P		85.115.153	99.883.880	115.098.862	132.621.896	152.528.482
TOTAL PASIVO CORRIENTE		217.219.480	252.454.057	289.512.952	332.054.355	380.322.254
OBLIGACION FINANCIERA L.P.	83.492.232	72.272.571	58.808.977	42.652.665	23.265.090	0
TOTAL PASIVOS	83.492.232	289.492.051	311.263.034	332.165.617	355.319.445	380.322.254
PATRIMONIO						
CAPITAL	55.661.488	55.661.488	55.661.488	55.661.488	55.661.488	55.661.488
RESERVA LEGAL		17.023.031	36.999.807	60.019.579	86.543.958	117.049.655
UTILIDAD DEL EJERCICIO		68.092.122	147.999.226	240.078.316	346.175.833	468.198.618
TOTAL PATRIMONIO	55.661.488	140.776.641	240.660.521	355.759.383	488.381.279	640.909.761
TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	139.153.720	430.268.691	551.923.555	687.925.000	843.700.724	1.021.232.015
	-	(4.687.000)	(9.374.000)	(14.061.000)	(18.748.000)	(23.435.000)

9. CÁLCULO DE RAZONES FINANCIERAS

Razones de Liquidez

Las razones de liquidez, permiten a la organización conocer la capacidad que tiene esta para responder a las obligaciones a corto plazo que se han adquirido a medida que estas se van venciendo. Esta razón también permite conocer la habilidad de la empresa para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes. Para indicar esta razón se tuvo en cuenta el índice de solvencia de la empresa, el cual es el resultado del activo corriente sobre pasivo corriente, se presenta a continuación:

Tabla 30. *Índice de solvencia*

INDICE DE SOLVENCIA Activo corriente/Pasivo Corriente				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
369.472.915	492.331.723	629.537.112	786.516.780	965.252.015
217.219.480	252.454.057	289.512.952	332.054.355	380.322.254
1,70	1,95	2,17	2,37	2,54

Con el resultado anterior, se indica que, en el primer año de operación, la empresa Avocado Life por cada peso que debe, cuenta con 1,70 pesos para responder por la deuda. En el segundo año, la empresa por cada peso que debe, cuenta con 1,95 pesos para responder. En el tercer año, la empresa por cada peso que debe cuenta con 2.17 pesos para responder. En el cuarto año, la empresa por cada peso que debe, cuenta con 2.37 pesos para responder, y finalmente en el quinto año, la empresa, por cada peso de la deuda, cuenta con 2.54 pesos para responder por esta.

Razón de endeudamiento

La razón de endeudamiento permite conocer el monto del dinero de terceros que se utiliza para generar utilidades en la empresa, es de decir, indica la proporción en la cual participan terceros sobre el valor total de la empresa.

Tabla 31. *Razón de endeudamiento*

RAZON DE ENDEUDAMIENTO (RE) Pasivo total / Activo total				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
289.492.051	311.263.034	332.165.617	355.319.445	380.322.254
425.581.691	542.549.555	673.864.000	824.952.724	997.797.015
0,680	0,574	0,493	0,431	0,381

El resultado anterior, indica que la proporción del total de activos aportados por los acreedores de la empresa en el año 1 es de 0.680, en el segundo año es de 0.574, en el tercer año es de 0.493, en el cuarto año es de 0.431, en el quinto año es de 0.381.

Razones de Apalancamiento

Las razones de apalancamiento, indican hasta qué punto está comprometido el patrimonio de los socios con respecto a sus acreedores, esta razón también compara la financiación proveniente de los socios con la proveniente de los acreedores.

Tabla 32. *Apalancamiento*

APALANCAMIENTO Pasivo/Patrimonio				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
289.492.051	311.263.034	332.165.617	355.319.445	380.322.254
140.776.641	240.660.521	355.759.383	488.381.279	640.909.761
2,06	1,29	0,93	0,73	0,59

Razones de Rentabilidad

Las razones de rentabilidad permiten analizar y evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños. Para presentar estas razones se tuvo en cuenta: la rotación del activo total, el rendimiento sobre la inversión y el margen bruto de utilidades, los cuales se presentan a continuación:

Tabla 33. *Rotación del activo total*

ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL (RAT) Ventas anuales/activos totales				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1.183.614.930	1.330.173.653	1.490.067.547	1.670.366.539	1.873.098.462
425.581.691	542.549.555	673.864.000	824.952.724	997.797.015
2,78	2,45	2,21	2,02	1,88

La rotación del activo total, indica la eficiencia con la cual la empresa puede utilizar sus activos para generar ventas.

Tabla 34. *Rendimiento de la inversión*

RENDIMIENTO DE LA INVERSION (REI) Utilidades netas despues de x / Activos totales				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
170.230.306	199.767.760	230.197.725	265.243.792	305.056.963
425.581.691	542.549.555	673.864.000	824.952.724	997.797.015
0,40	0,37	0,34	0,32	0,31

El rendimiento de la inversión, determina la efectividad total de la administración para producir utilidades con los activos que dispone.

Tabla 35. *Margen bruto de utilidades*

MARGEN BRUTO DE UTILIDADES (MB)				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
402.228.913	453.783.864	508.061.508	569.669.655	638.793.960
1.183.614.930	1.330.173.653	1.490.067.547	1.670.366.539	1.873.098.462
34%	34%	34%	34%	34%

El resultado anterior, indica el porcentaje que queda sobre las ventas después que la empresa ha pagado sus existencias, entonces se dice que del año 1 al 5 se obtendrá un 34% de utilidad.

10. EVALUACIÓN FINANCIERA

Tabla 36. *Evaluación financiera*

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA						
		2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
VENTAS BRUTAS		1.183.614.930	1.330.173.653	1.490.067.547	1.670.366.539	1.873.098.462
COSTO DE VENTAS		781.386.017	876.389.788	982.006.039	1.100.696.885	1.234.304.502
UTILIDAD BRUTA VENTAS		402.228.913	453.783.864	508.061.508	569.669.655	638.793.960
GASTOS DE ADMINISTRACION		76.833.527	81.822.321	88.305.796	95.313.752	102.882.727
GASTO DE VENTAS		50.772.234	54.828.605	59.209.485	63.940.836	69.050.695
UTILIDAD OPERACIONAL		274.623.152	317.132.938	360.546.227	410.415.067	466.860.538

GASTOS FINANCIEROS		16.698.446	14.454.514	11.761.795	8.530.533	4.653.018
OTROS INGRESOS						
UTILIDAD ANTES DE IMP		257.924.706	302.678.424	348.784.432	401.884.534	462.207.520
IMPUESTOS 34%		96.721.765	113.504.409	130.794.162	150.706.700	173.327.820
UTILIDAD NETA		161.202.941	189.174.015	217.990.270	251.177.834	288.879.700
DERPECIACION		5.363.000	5.363.000	5.363.000	5.363.000	5.363.000
AMORTIZACION DIFERIDA		527.944	527.944	527.944	527.944	527.944
PROVISION DE CLIENTES		1.144.161	141.673	154.564	174.289	195.974
MAQUINARIA	(50.250.000)					
EQUIPO DE OFICINA	(1.270.000)					
MUEBLES Y ENSERES	(840.000)					
GASTOS DIFERIDOS	(2.639.720)					
CAPITAL DE TRABAJO	(77.154.000)					
VALOR DE SALVAMENTO						32.545.000
PRESTAMO	83.492.232					
AMORTIZACION DEUDA		(11.219.661)	(13.463.594)	(16.156.312)	(19.387.575)	(23.265.090)
FLUJO DE CAJA NETO	(48.661.488)	157.018.385	181.743.039	207.879.466	237.855.492	304.246.529

Resultados del VPN, la TIR y la Relación Costo Beneficio:

Tabla 37. Tasa interna de retorno

TIR	338%
COSTO DE CAPITAL	20%

Tabla 38. Valor presente neto

VPN	\$ 573.308.151
BENEFICIO/ COSTO	12,78

CONCLUSIONES

Una vez terminada la investigación requerida para la creación de la empresa productora y comercializadora de ACEITE DE AGUACATE GOURMET se puede concluir:

La investigación de mercado y las encuestas realizadas arrojaron que existe una población que tiene gran interés en el consumo de productos naturales que ofrezcan bienestar para la salud, donde además el cuidado por la figura se ha convertido en una prioridad más, y por consiguiente al no existir en el mercado actual un producto que satisfaga totalmente esas necesidades, se crea INDUSTRIAS AVORO S.A.S como una empresa nueva, la cual pretende con una excelente campaña de comunicación masiva alcanzar un posicionamiento alto en poco tiempo, por tener un producto novedoso con un precio accesible al nicho de mercado.

Por otra parte la creación de la nueva empresa se encuentra beneficiada con estímulos fiscales, los cuales permiten tener mayores facilidades de tipo económico a la hora de establecer la organización. Así mismo se identificaron las normas y las leyes necesarias para operar legalmente. Para este tipo de proyectos, es esencial tener en cuenta normativas sanitarias, con el fin de ofrecer un producto no perjudicial y aceptable para la sociedad en general. La empresa se constituirá de acuerdo al tipo de sociedad S.A.S, que se registrará por las reglas aplicables a las sociedades anónimas; es decir, la empresa será contribuyente declarante del régimen ordinario del impuesto sobre la renta y sus complementarios.

Por último En el estudio financiero se determinó que en el cálculo del valor presente neto, arrojó un resultado positivo, lo que indica que la viabilidad económica y financiera del proyecto es positiva.

BIBLIOGRAFÍA

ACEITE DE PALTO O AGUACATE "HASS". Propiedades nutricionales del aceite de aguacate o palto, variedad "hass". [En línea]. <<http://aceiteaguacatehass.blogspot.com/2008/10/aceite-extravirgen-de-aguacate-hass.html>>

ACONCAGUA OIL & EXTRACT S.A. [En línea]. <http://paltita.com/pdf/Ficha_es.pdf>

AGUACATE QUE VALE ORO. [En línea]. <<http://www.eluniversal.com.mx/articulos/46518.html>>

ALIMENTACIÓN SANA. El aceite de palta o aguacate. [En línea]. <<http://www.alimentacion-sana.com.ar/Portal%20nuevo/actualizaciones/aceiteaguacate.htm>>

BIOCATE. Proceso 100% Natural. [En línea]. <<http://www.biocatecolombia.com/proceso.html>>

CENTRO DE ESCRITURA JAVERIANO. Normas APA. [En línea]. <<http://portales.puj.edu.co/ftpcentroescritura/Recursos/Normasapa.pdf>>

DANE. <www.dane.gov.co>

EL ACEITE DE AGUACATE Y SUS PROPIEDADES NUTRICIONALES. Universidad de Guadalajara, México. (2005). [En línea]. <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/html/730/73000310/index.htm>>

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN COLOMBIA. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bogotá. [En línea]. <http://www.calidadsj.com.ar/v2/images/doc/Estudios%20de%20Mercado/Aceites/ACSJ_Mercado%20de%20aceite%20de%20Oliva%20en%20Colombia%2003_2008.pdf>

EL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA EN COLOMBIA. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España. [En línea]. <http://www.icex.es/staticFiles/Id%20338959%20Aceite%20Oliva%20Colombia_7514_.pdf>

INVIMA. <www.invima.gov.co>

ANEXOS

Anexo A. Formato encuesta aceite de aguacate

Por favor rellene esta pequeña encuesta.

La información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado de un nuevo producto.

La encuesta dura cinco minutos aproximadamente.

Gracias.

Aceite de aguacate gourmet para uso culinario

1. En una escala del 1 al 6, donde 6 es "muy interesante" y 1 es "nada interesante".

¿Cómo de interesante es aceite de aguacate gourmet para usted?

6 5 4 3 2 1

2. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen del producto?

- Simplicidad
- Facilidad de uso
- Esta de moda
- Saludable
- Ninguno de los anteriores
- Otro(por favor, especifique)

3. ¿En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar este producto?

- Internet
- Tienda
- Supermercados
- Otro(por favor, especifique)

4. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?

- Internet
- Anuncios
- Correo
- Televisión
- Brochure
- Otro(por favor, especifique)

5. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos no le atraen del producto?

- No lo necesito
- Es aburrido
- Es complicado
- Es costoso
- Otro(por favor, especifique)

6. Partiendo de la base que el precio de este producto le pareciera aceptable...
¿qué probabilidad hay de que lo compre?

- Lo compraría en cuanto estuviese en el mercado
- Lo compraría en un tiempo
- Puede que lo compre en un tiempo
- No creo que lo compre
- No lo compraría

7. ¿Compraría este producto a un precio de \$25.000 y \$35.000?

- Muy probablemente
- Probablemente
- Es poco probable
- No es nada probable
- No lo sé

8. Este producto es de la empresa Industrias AVORO S.A.S
¿Eso lo hace más, o menos interesante para usted?

- Más interesante
- Menos interesante
- Ni más ni menos interesante, no hay diferencia
- No lo sé

9. ¿Tiene algún comentario o sugerencia para AVORO S.A.S sobre el producto?

10. Sexo:

11. Edad:

Anexo B. Anexos del estudio financiero

➤ NÓMINA

La tabla que se presenta a continuación, es la nómina para cada uno de los empleados de la empresa, esta tabla soporta el cálculo del presupuesto de gastos operacionales año 0, gastos de administración y ventas (sueldos), entre otros presentes en el estudio financiero. La empresa, contará con 4 empleados administrativos, que son el gerente, el jefe de producción, el jefe de comercialización y el contador, los cuales no devengarán auxilio de transporte. De estos, al contador se le pagará por honorarios.

El contador estará constantemente apoyado por el auxiliar contable, quien hará parte activa de la organización.

En el área de comercialización, se encuentran presentes 2 vendedores, 1 impulsador y el encargado de los domicilios.

En el área de producción, estarán presentes 6 operarios.

NÓMINA											
CARGO	Básico	Auxilio de Transporte	Salud (8,5%)	Pensión (12%)	ARP	Prima de servicios	Cesantías	Intereses cesantías	Vacaciones	Aportes parafiscales	TOTAL Devengado
Gerente	1.200.000		102000	144000	6264	99960	99960	11995,2	50040	108000	1.822.219
Jefe de producción	1.000.000		85000	120000	5220	83300	83300	9996	41700	90000	1.518.516
Jefe de Comercialización	1.000.000		85000	120000	5220	83300	83300	9996	41700	90000	1.518.516
Vendedor 1	566.700	67800	48169	68004	2958	52853	52853	6342	23631	51003	940.316
Vendedor 2	566.700	67800	48169	68004	2958	52853	52853	6342	23631	51003	940.316
Auxiliar contable	566.700	67800	48169	68004	2958	52853	52853	6342	23631	51003	940.316
Impulsador	566.700	67800	48169	68004	2958	52853	52853	6342	23631	51003	940.316
Operario 1	566.700	67800	48169	68004	2958	52853	52853	6342	23631	51003	940.316
Operario 2	566.700	67800	48169	68004	2958	52853	52853	6342	23631	51003	940.316
Operario 3	566.700	67800	48169	68004	2958	52853	52853	6342	23631	51003	940.316
Operario 4	566.700	67800	48169	68004	2958	52853	52853	6342	23631	51003	940.316
Operario 5	566.700	67800	48169	68004	2958	52853	52853	6342	23631	51003	940.316
Operario 6	566.700	67800	48169	68004	2958	52853	52853	6342	23631	51003	940.316
Operarios Domicilios	566.700	67800	48169	68004	2958	52853	52853	6342	23631	51003	940.316
Contador	7.200.000										7.200.000
TOTAL											22.402.730

➤ **COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**

A continuación se presenta el costo promedio del consumo de los servicios públicos;

Costo de consumo de agua				
SERVICIO	M3/DIA	COSTO/ M3	COSTO DIA	COSTO AÑO
Agua	38,41	500	19205	7009825
Cargo fijo				120000
Recolección de basura				360025
Alcantarillado				720000
Consumo de <u>admon</u>	5	500	2500	912500
Total				9122350

Costo de Energía				
SERVICIO	KW/DIA	COSTO/KW	COSTO DIA	COSTO AÑO
Maquinaria	35,6	500	17800	6497000
Computador	1,28	500	640	233600
Iluminación	40,5	500	20250	7391250
Consumo de oficina	10	500	5000	1825000
Alumbrado público				240000
Total				16186850

CONSUMO SERVICIOS PUBLICOS PROYECTADO	
AÑO	S.P PROYECTADO
AÑO 1	25.309.200
AÑO 2	26.701.206
AÑO 3	28.169.772
AÑO 4	29.719.110
AÑO 5	31.353.661
Total 5 años	141.252.949

A los empleados, se les hará una dotación para producción de los siguientes elementos;

DOTACIÓN DE OPERARIOS					
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO		VALOR 1 DOTACIÓN	VALOR ANUAL TOTAL
Guantes de caucho	2	4500		9000	18000
Guantes <u>latex</u>	6	400		2400	14400
Gorros	6	5000		30000	60000
Tapa bocas	6	1000		6000	12000
Guantes de malla	2	150000		300000	300000
Delantal de tela	6	10000		60000	120000
Total				407400	524400

- **CAPITAL**

El capital necesario para inicio de operaciones es de \$139.153.720 de inversión inicial , de los cuales los socios aportarán el 40% que equivale a \$ 55.661.488 y el 60% que equivale al \$83.492.232, se solicita como préstamo en el Banco AV Villas, a una tasa del 20% anual a un plazo de 5 años.

Anexo C. Licencia de autorización de publicación

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Dina Nayibe Peña Ospina

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 28549.951

Nombre Completo Leidy Johana Bernal Tabares

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 1094917578

Nombre Completo Natalia Alejandra Villegas Ramirez

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 1094892343

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Plan de negocios de una empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate gourmet

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI NO
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>Dina Myibe Peña Ospina</u>	NOMBRE COMPLETO: <u>Natalia Alejandra Villegas Ramirez</u>
FIRMA: <u>[Firma]</u>	FIRMA: <u>[Firma]</u>
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>28549951</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>1094892343</u>
FACULTAD: <u>Postgrados</u>	FACULTAD: <u>Postgrados</u>
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Esp. Finanzas y negocios</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Esp. Finanzas y negocios</u>

NOMBRE COMPLETO: <u>Leidy Johana Bernal Tabares</u>	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: <u>[Firma]</u>	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>1094917578</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: <u>Postgrados</u>	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Esp. Finanzas y negocios</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: Julio 25 de 2012

Anexo D. Derechos de grado

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca promover y difundir la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto(manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los), suscritos es (son) el (los)autor(es) exclusivo(s), fue producto de mi(nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizo(zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo(tenemos) la titularidad sobre la misma, en vista de lo expuesto, asumo(asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración , presentación y contenido de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos actos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá DC

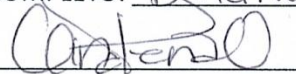
NOMBRE COMPLETO: Leidy Johana Bernal Tabares

FIRMA: Leidy Johana Bernal T.

DOCUMENTO DE IDENTIDAD: C.C. 1.094.917.578

FACULTAD: FACULTAD DE POSTGRADOS

NOMBRE COMPLETO: Dinanyibe Peña Ospina

FIRMA: 

DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 28.549.951

FACULTAD: FACULTAD DE POSTGRADOS

NOMBRE COMPLETO: Natalia Alejandra Villegas Ramirez

FIRMA: Natalia A. Villegas Ramirez

DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 1.044.892.343

FACULTAD: FACULTAD DE POSTGRADOS