

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA PRODUCTORA
DE AGUACATE HASS EN LA VEREDA LA DIADEMA DEL MUNICIPIO DE
TULUA**

**BRYAN STIVEN MONTAÑO AGUDELO
GUIDO ANDRES MORALES CARDONA**

**UNIDAD CENTRAL DEL VALLE DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TULUÁ-VALLE
2021**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA PRODUCTORA
DE AGUACATE HASS EN LA VEREDA LA DIADEMA DEL MUNICIPIO DE
TULUA**

**BRYAN STIVEN MONTAÑO AGUDELO
GUIDO ANDRES MORALES CARDONA**

**TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TÍTULO DE ADMINISTRADOR DE
EMPRESAS Y EL TITULO DE PROFESIONAL EN COMERCIO
INTERNACIONAL**

**DOCENTE
MSc. EUSEBIO DUCUARA CELIS**

**UNIDAD CENTRAL DEL VALLE DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TULUÁ-VALLE
2021**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del Jurado

Firma del presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del del Jurado

Febrero de 2021

DEDICATORIA

BRYAN STIVEN MONTAÑO AGUDELO

Este gran logro va dedicado primero a Dios quien me dio la sabiduría, el entendimiento y la paciencia para llegar hasta aquí.

A mi padre Gutember Montaña Altamirano y a mi madre Virgelina Agudelo Reyes por haberme forjado como la persona que ahora soy con principios y valores, a mi hermana Kellyn por ofrecerme su gran amor y la calidez de una familia, a mi socia Claudia Lorena Sánchez (QEPD) por ser una persona especial en mi vida y brindarme su apoyo incondicional y demás familiares por siempre creer en mi día a día y a todas aquellas personas que me apoyaron durante mi carrera para que este sueño se hiciera realidad.

GUIDO ANDRES MORALES CARDONA

El presente trabajo de grado va dedicado a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas para continuar con mis metas trazadas sin desfallecer.

A mi padre Guido Morales Bedoya y a mi madre María del Socorro Cardona por haberme forjado como la persona que ahora soy con principios y valores, a mi hermano Julián David Morales Cardona por ofrecerme su gran amor y la calidez de una familia, por ser una persona especial en mi vida y brindarme su apoyo incondicional, a mi novia Dayanna Patiño Santamaría por su apoyo incondicional y demás familiares por siempre creer en mi día a día y a todas aquellas personas que me apoyaron durante mi carrera para que este sueño se hiciera realidad.

AGRADECIMIENTOS

BRYAN STIVEN MONTAÑO AGUDELO

Quiero agradecer primero a Dios por bendecirme y guiarme durante este camino llamado vida, por darme fortaleza en momento de dificultad y debilidad.

Agradezco a todos los profesores de la Unidad y a toda la Facultad de Administración por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi profesión, de una manera muy especial quiero agradecer a mi tutor del trabajo de grado Eusebio Ducuara Celis y a la monitora Daniela Díaz Padilla quienes me han guiado con su paciencia, enseñanza y rectitud como docente y finalmente quiero agradecer a mi compañero Guido Andrés Morales Cardona por su valioso aporte para culminar esta gran etapa con éxito.

¡Gracias infinitas a todos!

GUIDO ANDRES MORALES CARDONA

El presente trabajo agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas.

Agradezco a todos los profesores de la Unidad y a toda la Facultad de Administración por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi profesión, de una manera muy especial quiero agradecer a mi tutor del trabajo de grado Eusebio Ducuara Celis y a la monitora Daniela Díaz Padilla quienes me han guiado con su paciencia, enseñanza y rectitud como docente y finalmente quiero agradecer a mi compañero Bryan Stiven Montaña Agudelo por su valioso aporte para culminar esta gran etapa con éxito.

¡Gracias infinitas a todos!

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
AGRADECIMIENTOS.....	5
GLOSARIO.....	13
RESUMEN.....	15
INTRODUCCION.....	16
ABSTRAC.....	17
JUSTIFICACION.....	18
JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	18
JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	18
JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	18
OBJETIVOS.....	19
OBJETIVO GENERAL.....	19
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	19
1 METODOLOGÍA.....	20
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	20
1.2 ANTECEDENTES.....	20
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	22
1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	22
2 MARCO DE REFERENCIA.....	23
2.1 MARCO TEÓRICO.....	23
2.2 ANALISIS DE RAFAEL ALCARAZ RODRÍGUEZ.....	23
3 MARCO CONCEPTUAL.....	35
4 MARCO METODOLÓGICO.....	37
4.1.1 DISEÑO METODOLOGICO.....	37
5 NATURALEZA DEL PROYECTO.....	39
5.1 DETERMINACIÓN DEL PRODUCTO.....	39
5.2 JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.....	41
5.3 PROPUESTA DE VALOR.....	41
5.4 NOMBRE DE LA EMPRESA.....	41
5.5 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	42

5.6	TIPO DE EMPRESA	42
5.6.1	CLASIFICACIÓN POR ACTIVIDAD ECONÓMICA, SECTORIAL Y TAMAÑO DE LA EMPRESA- CÓDIGO CIU.....	42
5.7	CLASIFICACIÓN POR ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	42
5.7.1	UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA	42
5.8	ANÁLISIS FODA	43
5.9	2.7. MISIÓN DE LA EMPRESA.....	44
5.10	VISIÓN DE LA EMPRESA.....	44
5.11	OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	44
5.11.1	CORTO PLAZO.....	44
5.11.2	MEDIANO PLAZO.....	44
5.11.3	LARGO PLAZO	45
5.12	VENTAJA COMPETITIVA	45
5.12.1	DISTINGOS COMPETITIVOS	45
5.12.2	ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA	45
5.13	PRODUCTOS DE LA EMPRESA.....	46
5.14	CALIFICACIONES PARA ENTRAR EN EL ÁREA	46
6	ESTUDIO DE MERCADO	47
6.1	OBJETIVOS DEL MARKETING.....	47
6.1.1	A CORTO PLAZO	47
6.1.2	A MEDIANO PLAZO.....	47
6.1.3	A LARGO PLAZO:.....	47
6.2	INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	47
6.2.1	TAMAÑO DEL MERCADO.....	47
6.2.2	SEGMENTO DEL MERCADO.....	48
6.2.3	CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO	48
6.2.4	PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO.....	48
6.3	ESTUDIO DE MERCADO	49
6.3.1	OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	49
6.3.2	APLICACIÓN DE ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD	50
6.3.3	FORMATO DE PREGUNTAS ENTREVISTA	50
6.3.4	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO REALIZADO	55
6.4	DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA	55
6.5	PROMOCIÓN DEL PRODUCTO	56
6.5.1	PUBLICIDAD	56
6.5.2	PROMOCIÓN DE VENTAS.....	56
6.5.3	MARCA.....	57
6.6	ORGANIGRAMA.....	59
6.6.1	MANUAL DE FUNCIONES.....	59

7	LA PRODUCCIÓN	60
7.1	OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN	60
7.2	ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO.....	60
7.3	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	60
7.4	DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS	61
7.5	CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA.....	62
7.6	MATERIA PRIMA.....	64
7.7	IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES Y COTIZACIONES	66
7.8	DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE CULTIVO	67
7.9	MANO DE OBRA REQUERIDA.....	67
7.10	PROCEDIMIENTOS DE MEJORA CONTINUA.....	69
8	ESTUDIO FINANCIERO	70
8.1	PRECIOS DE VENTA.....	70
8.2	UNIDADES VENDIDAS POR PRODUCTO	70
8.3	CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA.....	70
8.4	TOTAL,, VENTAS	71
8.5	CRONOGRAMA DE INVERSIÓN.....	72
8.6	TOTAL, INVERSIONES FIJAS	76
8.7	COSTOS UNITARIOS	76
8.8	COSTO UNITARIO AGUACATE HASS POR KILO	77
8.9	COSTO MANO DE OBRA DIRECTA.....	77
8.10	TOTAL,, COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA.....	78
8.11	COSTO TOTAL, UNITARIO DE MANO DE OBRA DIRECTA POR PRODUCTO	79
8.12	PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN.....	80
8.13	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	83
8.14	INVERSIONES FIJAS DE OPERACIÓN	85
8.15	CAPITAL DE TRABAJO	88
8.16	ESTRUCTURA DE CAPITAL	89
8.17	MÁRGENES DE PRODUCTOS	90
8.18	ESTADO DE RESULTADOS.....	94
8.19	BALANCE GENERAL.....	95
8.20	FLUJO DE CAJA	97

8.21	PRODUCCIÓN	99
8.22	SALIDAS.....	101
8.23	DEUDAS.....	104
8.24	DIFERIDOS	104
9	CONCLUSIONES	105
10	RECOMENDACIONES	106
11	BIBLIOGRAFIA	107
12	ANEXOS.....	108

LISTA DE TABLAS

	Pag.
TABLA 1.. CUADRO DE DIAGNOSTICO	21
TABLA 2..EL MERCADO	23
TABLA 3..LA PRODUCCIÓN	26
TABLA 4..LA ORGANIZACIÓN.....	27
TABLA 5..LAS FINA.....	27
TABLA 6.. ANÁLISIS DE MERCADO	¡Error! Marcador no definido.
TABLA 7..ANÁLISIS DE MERCADO	29
TABLA 8..ANÁLISIS TÉCNICO	30
TABLA 9..ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	31
TABLA 10..ANÁLISIS LEGAL, AMBIENTAL Y SOCIAL	32
TABLA 11: ANÁLISIS LEGAL, AMBIENTAL Y SOCIAL	32
TABLA 12..ANÁLISIS DE VALORES PERSONALES.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA 13..ANÁLISIS ECONÓMICO	¡Error! Marcador no definido.
TABLA 14..ANÁLISIS FINANCIERO	34
TABLA 15..TABLA 1. LLUVIA DE IDEAS PARA DETERMINAR EL PRODUCTO DE LA EMPRESA.....	39
TABLA 16..EVALUACIÓN DE LAS IDEAS PROPUESTAS POR LA EMPRESA AGRÍCOLA	40
TABLA 17...EVALUACIÓN PARA DETERMINAR EL PRIMER PRODUCTO QUE OFRECERÁ LA EMPRESA AGRÍCOLA.....	40
TABLA 18..ANÁLISIS DOFA GREEN FRUIT	43
TABLA 19..PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA DE AGUACATE HASS	49
TABLA 20..EQUIPO E INSTALACIONES.....	62
TABLA 21..MATERIA PRIMA	64
TABLA 22..PROVEEDORES Y COTIZACIONES.....	66
TABLA 23..MANO DE OBRA REQUERIDA	69
TABLA 25..VARIABLES MACROECONÓMICAS	71

LISTA DE GRAFICOS

	Pag.
Gráfico 1..ORGANIGRAMA	59
Gráfico 2..DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS.....	62
Gráfico 3 COMPORTAMIENTO DE LAS VENTAS DEL PRODUCTO	¡Error!
Marcador no definido.	
Gráfico 4..PUNTO DE EQUILIBRIO GLOBAL DEL PLAN DE NEGOCIOS...;	¡Error!
Marcador no definido.	

LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pag.
ILUSTRACIÓN 1..DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE CULTIVO.....	67
ILUSTRACIÓN 2.. INGRESOS VS COSTOS TOTAL,ES; Error! Marcador no definido.	

GLOSARIO

Activos fijos: Los bienes de la empresa que son tangibles o intangibles y que son necesarios para el funcionamiento de esta.

Área Organizacional: Establece autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas para alcanzar los objetivos propuestos

Costos Fijos: Son los costos que la compañía debe pagar independientemente de su nivel de operación, produzca o no produzca debe pagarlos.

Costos Variables: Hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción

Direccionamiento estratégico: Es el proceso de formulación de estrategias para el desarrollo de la organización, buscando obtener una mayor participación en el mercado

Demanda: Cantidad de bienes o servicios que las personas quieren adquirir.

DOFA: La matriz DOFA nos muestra con claridad cuáles son nuestras debilidades, nuestras oportunidades, nuestras fortalezas y nuestras amenazas, elementos que, al tenerlos claros, nos da una visión global e integral de nuestra verdadera situación.

Empresa: En el código de comercio en el artículo 25 estipula que empresa es toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio

Estudio de mercado: Recolección y análisis de datos e información de los clientes, competidores y el mercado.

Materia prima: Elementos, partes o sustancias de las que se compone un producto o bien; se trata de los insumos necesarios para la presentación de un servicio

Marketing: Proceso de planear el precio, la promoción, la distribución y venta de bienes y servicios que ofrece la compañía. Define el producto o servicio a partir de las preferencias del consumidor para crear intercambio que satisfaga los objetivos de ambos.

Mercado: Determina la existencia real de los clientes que estarían dispuestos a consumir el producto o bien a un precio determinado.

Modelo de negocio: Descripción de la forma en que una organización crea, captura y entrega valor económico social.

Oferta: Cantidad de un bien o servicio que ofrece un vendedor.

Planeación: Es el proceso y resultado de organizar una tarea simple o compleja teniendo en cuenta factores internos y externos orientados a la obtención uno o varios objetivos.

Plan de mercado: Expresa los objetivos y metas propuestas en cuanto a estrategias de posicionamiento, producto, precio, canales de distribución, etc.

Plan de producción: Expresa de forma detallada con qué y cómo se desarrollará los productos o bienes que se van a vender.

Plan de compras: Define las necesidades de los insumos de bienes, servicios y obras de una empresa para un tiempo previamente establecido.

Políticas de precio: Acciones o criterios que se establecen para regular y fijar la cantidad de ingresos que se producen por la venta de bienes o servicios.

Punto de equilibrio: Beneficio igual a cero que hace referencia al nivel de ventas.

Presupuestos de ingresos: Documento que detalla los ingresos y egresos monetarios para un determinado periodo.

Segmentar: A partir de criterios diversos se divide el mercado en secciones con características homogéneas entre si y heterogéneas en cuanto a otros grupos del mercado.

RESUMEN

Es imprescindible que la empresa tenga claras y bien definidas sus metas y propósitos, así todos podrán trabajar en función de la consolidación de los objetivos propuestos, por ende, la administración de empresas es tan importante ya que esta abarca todos aquellos aspectos relevantes de este proceso, que repercuten de manera positiva en el alcance de los objetivos de la empresa. La administración trabaja para desarrollar un proceso sistematizado y estructurado de planificación, organización, ejecución y control de los recursos, en búsqueda del crecimiento y estabilidad de la empresa. El éxito de esta radica en que se logre incrementar y mantener altos niveles de eficacia en cada uno de los elementos humanos, financieros, materiales y tecnológicos que conforman la organización. De tal manera que sea la base para que la organización alcance los resultados esperados.

El proyecto macro de investigación a cargo del docente Eusebio Ducuara denominado, denominado “Escenarios del futuro de las Pymes del municipio de Tuluá – Horizonte 2025”, se dio la oportunidad de iniciar con este proyecto de investigación orientado a las pequeñas empresas del sector comercio y reparaciones, en la que permitió interactuar con diferentes empresas de este sector, mediante encuestas que permitieron analizar las diferentes áreas organizacionales y determinar la falta de conocimiento y destreza, en la cual se pudo orientar el presente proyecto de la siguiente manera:

El primer paso para desarrollar el proyecto es ordenar estructuralmente toda la información relativa a él, enfatizando en las áreas de oportunidad y en las ventajas competitivas que garanticen su éxito

Se identificó el producto potencial de la empresa

Se evaluó la competencia.

Se determinó cual es la situación actual del mercado.

Se organizó el proceso de elaboración del producto y/o la prestación del servicio.

Se estructuró el sistema de administración (organización).

Se desarrolló el estado financiero del proyecto.

Se desarrolló la planeación estratégica y operativa.

Se determinaron los requisitos legales.

INTRODUCCION

Un plan de negocios es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que le coadyuve a seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos. También es un medio para concretar ideas; es una forma de ponerlas por escrito, en blanco y negro, de una manera formal y estructurada, por lo que se convierte en una guía de la actividad diaria del emprendedor.

Cada plan es diferente, tan diverso como el emprendedor mismo y la idea a la que dio origen, por lo que es imposible establecer un patrón completamente igual para todos los proyectos. El objetivo del presente proyecto que corresponde a las pequeñas empresas del sector comercio y reparaciones del municipio de Tuluá, surge del proyecto macro de investigación a cargo del docente Eusebio Ducuara denominado “Escenarios del futuro de las Pymes del municipio de Tuluá – Horizonte 2025”, es de aclarar que este sector de las pequeñas empresas son grandes generadoras de empleos, sin embargo, no se encuentran estructuradas, lo que conlleva a que no estén preparadas para enfrentarse a nuevos riesgos en un futuro, lo que permite finalmente determinar la factibilidad de la creación de una empresa productora de aguacate hass en la vereda la diadema del municipio de Tuluá, a su vez

Un buen modelo de negocio es primordial para todas aquellas organizaciones que quieren conseguir el éxito. Estamos hablando de una descripción que nos permite reflexionar acerca del funcionamiento y encontrar alternativas innovadoras para poder diferenciar los productos que se ofrecen de los posibles competidores. En la actualidad, el modelo de negocio tiene una gran notabilidad debido principalmente a la alta tasa de innovación existente. Los ciclos de vida de los productos son cada vez más cortos, los clientes demandan novedades continuamente y esto obliga de algún modo a evolucionar. Es por ello que es importante desarrollar el presente estudio de factibilidad para determinar un plan estratégico adecuado que le permita el logro de metas y objetivos a nivel organizacional.

ABSTRAC

A business plan is a tool that allows the entrepreneur to carry out a planning process that helps him select the right path to achieve his goals and objectives. It is also a means to concretize ideas; It is a way of putting them in writing, in black and white, in a formal and structured way, so it becomes a guide to the daily activity of the entrepreneur.

Each plan is different, as diverse as the entrepreneur himself and the idea that gave rise to it, making it impossible to establish a completely equal pattern for all projects. The objective of this project, which corresponds to small businesses in the commerce and repairs sector of the municipality of Tuluá, arises from the macro research project by the teacher Eusebio Ducuara called "Scenarios of the future of SMEs in the municipality of Tuluá - Horizon 2025", It is clear that this sector of small companies are large job generators, however, they are not structured, which means that they are not prepared to face new risks in the future, which finally allows determining the feasibility of the creation of a hass avocado production company in the diadem sidewalk of the municipality of Tuluá, in turn

A good business model is essential for all those organizations that want to achieve success. We are talking about a description that allows us to reflect on how it works and find innovative alternatives to differentiate the products offered from potential competitors.

Currently, the business model is highly notable mainly due to the high rate of innovation that exists. Product life cycles are getting shorter, customers are continually demanding news and this somehow forces them to evolve. That is why it is important to develop this feasibility study to determine an adequate strategic plan that allows you to achieve goals and objectives at the organizational level.

JUSTIFICACION

JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

Esta investigación se realizó con el fin de aportar conocimiento sobre la creación de una empresa productora d aguacate hass en la vereda de la Diadema en el municipio de Tuluá, es así como se acude como componente teórico a autores que indaguen del tema sobre los modelos de negocio para poner en marcha esto; inicialmente con el autor Rafael Alcázar Rodríguez del libro Emprendimiento, quien describe un modelo de creación, captura y entrega de valor a la empresa como tal que nos permite desarrollar un plan de negocio donde nos permita obtener diversos beneficios a través de la creatividad, trabajo en equipo, modelo de negocio entre otros. Ramírez cita a Rappa (2005), quien señala que el modelo de negocio es “el mecanismo por el cual un negocio describe la mecánica para la creación de valor económico”.

JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Para el logro significativo de los objetivos de estudio, se aplicarán métodos de investigación que para este caso será la descriptiva, la cual nos lleva a conocer las situaciones, costumbres y procesos por medio de encuestas donde se recoge los datos para su respectivo análisis.

JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

Esta investigación se realizó con el fin de determinar la factibilidad de la creación de una empresa productora de aguacate hass en la vereda la diadema del municipio de Tuluá a través de la experiencia adquirida en la carrera de administración de empresas, generando en esta la estructura adecuada mediante los procesos administrativos.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un estudio de factibilidad para una empresa productora de aguacate hass en la vereda la Diadema en el municipio de Tuluá.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Elaborar un estudio de mercado
- Establecer el sistema de producción
- Definir el modelo organizacional
- Diseñar el sistema contable y financiero
- Formular un plan de acción para establecer el negocio

1 METODOLOGÍA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la Vereda la Diadema, ubicada en el Municipio de Tuluá, se encuentra registrado en el Comité Municipal de Cafeteros los agricultores que producen café siendo el más productivo de esta tierra con 140 agricultores, banano, plátano, además de esto se engordan pollos, cerdos y ganado.

Sin embargo, en la vereda existen pocos registros de la producción de aguacate hass, a pesar de contar con buenos climas, altura (m.s.n.m), su alta demanda de este en el mercado internacional y su suave crecimiento en el mercado regional y nacional.

Los agricultores se enfrentan a gran cantidad de problemas para la producción y comercialización de sus productos, entre esta falta de tecnología, altos costos de producción, deficiencias en el control fitosanitario, invasión permanente de plagas y enfermedades en los cultivos, falta de conocimiento, falta de asistencia por parte del gobierno, climas imprevistos y dificultades en la comercialización. Todo esto genera altos costos de producción, desmotivación del agricultor, bajo estándares de calidad, baja competitividad en el mercado nacional e internacional.

De acuerdo a lo anterior, se hace necesario realizar un estudio de factibilidad para crear una empresa productora de aguacate Hass en la vereda la Diadema municipio de Tuluá, que cumpla con todos los parámetros y estándares de calidad para que la comercialización de este producto esté garantizada y así devolverles la motivación a los agricultores para cultivar el campo de esta vereda.

1.2 ANTECEDENTES.

La vereda la Diadema, ubicada en el Municipio de Tuluá se encuentra aproximadamente 140 agricultores que siembran una variedad de cultivos tales como café, banano y plátano donde no son tecnificados y poseen unos altos costos de producción versus a las utilidades que pueden obtener y esto suele ser una de las razones por las cuales no genere un mejor estilillo de vida y los agricultores emigran a las ciudades, por tal razón se realizara mejores cultivos donde genere rentabilidad y estabilidad en el tiempo.

Se puede percibir que en los últimos años en Colombia se han presentado fenómenos relacionados al abandono forzado por el conflicto armado o desinterés de los agricultores en sus tierras, esto puede estar relacionado a malos manejos administrativos y por la falta del acompañamiento de entidades de emprendimiento que impulsen el crecimiento de estas. En Colombia la mayoría de los pequeños

agricultores son impulsados por sus propietarios, pero siguen presentando problemas principalmente para competir en el mercado local, nacional e internacional.

Realizando una revisión bibliográfica en los archivos históricos de los trabajos de grado elaborados por los estudiantes de la UNIDAD CENTRAL DEL VALLE DEL CAUCA (UCEVA) se pudo establecer que se elaboró la tesis de Evaluación del daño directo del barrenador de la semilla *Stenoma Cateniferw*. En una plantación de aguacate, y la implementación de controles físicos para disminuir poblaciones, pero ninguna tiene que ver con la creación para una empresa productora de aguacate has en la vereda la Diadema en el municipio de Tuluá.

De acuerdo a lo anterior se ha elaborado el siguiente diagnóstico de los diferentes problemas que afronta el sector alojamiento y comidas:

Tabla 1: Cuadro de Diagnostico			
Síntomas	Causas	Pronostico	Control al pronostico
Poco apoyo del gobierno para el agro	No hay recursos suficientes para monitorear los cultivos para su exportación	Venta de mercancía sin valor agregado	Diseñar e implementar un modelo donde los recursos sean más eficientes
Falta de una estructura organizacional.	No considera necesario tener una estructura organizacional por ser	No se van a definir las áreas funcionales del manejo del cultivo	Diseñar e implementar una estructura organizacional.
Falta de tecnificación de las fincas	Falta de conocimientos de los productores	Limitación de la comercialización de la fruta	Brindar capacitaciones en la vereda
No se cuenta con un proceso de certificación de los predios	No se conocen los procesos por parte de los agricultores para cumplir con las actividades que se requiere para su certificación.	Sus precios no serán competitivos y perderá valor y credibilidad frente al consumidor nacional e internacional	Diseñar una estructura de procesos y procedimientos para la certificación de predios por parte

Tabla 1: Cuadro de Diagnostico			
Síntomas	Causas	Pronostico	Control al pronostico
			de la entidad correspondiente
Dificultades Financieras.	No se llevan a cabo procesos financieros adecuados	No se pueden tomar decisiones financieras o de inversión para la empresa	Diseñar la estructura contable y financiera de la empresa.
Falta de una estructura ambiental	La empresa desconoce de las normas ambientales	Se pueden generar enfermedades por las malas prácticas alimenticias	Diseñar una estructura ambiental

Fuente: El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo diseñar e implementar un estudio de factibilidad de una empresa productora de aguacate Hass, que permita recuperar la productividad y la confianza de los agricultores en el campo de la vereda la Diadema en el municipio de Tuluá?

1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cómo se realiza un estudio de mercado?
- ¿Cómo se establece un sistema de producción?
- ¿Cómo se hace un modelo organizacional?
- ¿Cómo se diseña un sistema contable y financiero?
- ¿Cómo formular un plan de acción para establecer el negocio

2 MARCO DE REFERENCIA

2.1 MARCO TEÓRICO.

El trabajo como tal analizara el modelo de creación de una empresa productora de aguacate hass en la vereda de la diadema en el municipio de Tuluá donde será necesario plantear algunos parámetros que sirvan de ejes conceptuales. por tal razón entenderemos el concepto de emprendimiento, de la misma manera que es definido por Rafael Alcaraz Rodríguez.

2.2 ANALISIS DE RAFAEL ALCARAZ RODRÍGUEZ

Para el profesor Rafael Alcaraz Rodríguez en su escrito El Emprendedor De Éxito describe un plan de negocio como una herramienta que permite realizar al emprendedor un proceso de dirección que le permita escoger el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos en el maravilloso mundo del emprendimiento, el cual le ofrece al emprendedor diferentes elementos como son la creatividad, trabajo en equipo, propuestas de valor, el mercado, la producción, la organización y las finanzas que le permite aclarar y afianzar su modelo de negocio.

Por otra parte, el plan de negocio describe una serie de pasos importantes para tener éxito en la realización de un proyecto tales como: el producto o servicio, el mercado, la competencia, la organización, estado financiero del proyecto, la planeación estratégica y operativa y los requisitos legales, a continuación, se hace una breve descripción de la estructura de cada uno de ellos.

El Mercado: Dentro de la creación de la empresa productora de aguacate Hass en la vereda de la Diadema en el municipio de Tuluá es importante conocer el mercado donde se va a llevar el producto y sus posibles clientes.

El estudio de mercado nos da como respuesta conocer cuántas empresas o clientes están dispuestos a consumir el producto y sus diferentes precios dependiendo del calibre de la fruta. Para este caso las empresas o clientes dirigidos son las que se encuentra alrededor de Tuluá.

Tabla 2. El Mercado		
CONCEPTO	EXPLICACIÓN	OBSERVACIONES
El mercado	Proceso mediante el cual se determina los clientes reales para los productos a producir, por un precio establecido,	Los clientes, el precio y la demanda del producto se deben de tener claros desde un principio en una empresa pequeña para llegar a ser

Tabla 2. El Mercado		
CONCEPTO	EXPLICACIÓN	OBSERVACIONES
	que satisfaga las necesidades del cliente.	protagonista en el mercado en que se desempeña.
Investigación de mercado	La investigación de mercados permite conocer las necesidades y como satisfacer estas, permitiendo reconocer el tamaño del mercado, el consumo y la demanda.	Analizar el sector en que se desenvuelve una pequeña empresa es importante para saber si se puede entrar a satisfacer una necesidad.
Estudio de mercado	Un estudio de mercado recopila información del producto a ofrecer, analizando opiniones del cliente y qué precio está dispuesto a pagar por dicho producto.	Una pequeña empresa debe de conocer opiniones de su producto, ¿les gusta? ¿Está acorde el precio?, por ello se debe conocer el cliente a fondo.
Distribución y puntos de venta	Se considera que después de un estudio de mercado se requiere hacer llegar al cliente el producto de la manera más eficiente posible.	Las empresas pequeñas necesitan de un sistema de distribución eficaz y sin tantos intermediarios para que no afecte el producto y su precio, por eso es importante llevar lo más rápido posible el producto al cliente.
La promoción	La información del producto o comunicación de este incluye varios aspectos como la publicidad, la promoción de ventas, las marcas y las etiquetas y el empaque.	Dar a conocer el producto de una empresa es supremamente importante porque si se impacta directamente sobre el cliente y esto se verá reflejado en las ventas.
Fijación y políticas de precio	El precio influye sobre la percepción del cliente sobre el producto, sin olvidar a qué tipo de mercado está enfocado. Las políticas de precios por descuentos, volumen o pago inmediato determinan la fijación del precio.	Una empresa pequeña que entrara a un mercado nuevo debe tener referencia de la competencia para la fijación de precios.

Tabla 2. El Mercado		
CONCEPTO	EXPLICACIÓN	OBSERVACIONES
Plan de introducción al mercado	El desarrollo del producto en los primeros meses se debe a un plan de introducción tomando en cuenta diferentes aspectos: La distribución, como se dará a conocer, campañas publicitarias para que garanticen el éxito al entrar al mercado.	Para una empresa pequeña que entrara al mercado, el plan de introducción del producto al mercado se basa en las preferencias del consumidor, en el análisis del consumidor.
Riesgos y oportunidades del mercado	Los riesgos y las oportunidades que se van a presentar en el mercado nuevo deben de estar sustentadas en un listado que permitan desarrollar planes o acciones para la toma de decisiones.	Para los microempresarios nuevos es de gran importancia conocer los riesgos o las oportunidades que se presentaran a lo largo del camino que pueden afectar el desarrollo de la empresa a corto, mediano o largo plazo.
Sistema y plan de ventas	Un plan de ventas consiste en diseñar una mezcla o mix de marketing que ayuden a cumplir con la estrategia de la empresa. La segmentación hace parte de este paso cuando se presentan diferentes mercados.	Una pequeña empresa debe de diseñar un plan de ventas que ayude a vender el producto diseñado y a quien va dirigido, para cumplir con el objetivo principal de una empresa que es vender para lograr una ganancia y sostenerse en el mercado

Fuente: El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición

Al realizar un estudio de mercado es importante ya que arroja información directa sobre los clientes sobre aspectos del producto o servicio tales como: Cuanto está dispuesto a pagar, opiniones de mejora del producto o servicio, que permita tomar decisiones donde podamos mejorar temas de etiquetas, distribución, empaques y frecuencia de consumo que nos permita mejorar y ofrecer un producto o servicio de calidad y un precio atractivo.

La Producción: La transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en Productos requeridos por los consumidores es la producción. Tales productos pueden ser bienes o servicios.

Tabla 3. La Producción		
CONCEPTO	EXPLICACIÓN	OBSERVACIONES
Equipo e instalaciones	El equipo y las instalaciones deben de tener un proceso productivo para la realización del producto determinando actividades para su realización.	Las pequeñas empresas carecen de equipo e instalaciones que permitan el funcionamiento eficaz de la empresa.
Características de la tecnología	La tecnología disponible debe operar de manera que lo haga de una manera eficaz para la elaboración del producto	Para una empresa pequeña la tecnología es importante ya que se adapta más al entorno y al desarrollo a futuro de la empresa.
La producción	La transformación de insumos a través de recursos humanos, físicos y técnicos en productos terminados que satisfacen las necesidades de los consumidores	La producción aporta: -Satisfacción a la necesidad del cliente -Valor agregado - Procesos eficaces que generen calidad en el producto

Fuente: El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición

Es indispensable establecer los objetivos que se pretenden alcanzar en el área de producción, con el propósito de contribuir al cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Los objetivos del área de producción, al igual que los de otras áreas, deben ser cuantificables y medibles, e ir en relación con los recursos disponibles de la empresa.

La organización: La organización es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.

Al igual que en los puntos anteriores, se deben establecer los objetivos del área de acuerdo con las metas empresariales y del resto de las áreas que la conforman.

Tabla 4: La Organización		
CONCEPTO	EXPLICACIÓN	OBSERVACIONES
Estructura organizacional	Las áreas funcionales deben de estar complementadas para que los objetivos se cumplan y se lleguen a las metas propuestas y por ello se necesitan definir diferentes aspectos como: Procesos operativos, Descripción de puestos, definición de cada perfil	Para una empresa pequeña los procesos funcionales son de suma importancia para tener clara las actividades o tareas que se deben de realizar dentro de la empresa para poder cumplir con los objetivos empresariales.
Área organizacional	En el área organizacional se dispone y asigna tareas entre el personal de la empresa para alcanzar los objetivos propuestos.	El área organizacional es importante para una empresa pequeña ya que ayuda a crecerla y ser rentable, dejando definidas las responsabilidades del personal.

Fuente: El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición.

Es necesario que cada área de la empresa este en constante comunicación para que así toda la organización trabaje en pro de los objetivos de la compañía haciéndola mucho más fuerte y que toda su área organizacional trabajen juntos y se complementen definiendo los siguientes aspectos: ¿Qué se hace? ¿Cómo se hace? ¿Con que se hace? ¿Dónde se hace? ¿En cuánto tiempo se hace?

Las Finanzas: El sistema contable de la empresa es una herramienta muy útil y práctica que facilita la toma de decisiones del emprendedor y mantiene un monitoreo constante de las operaciones y salud financiera de la empresa.

El sistema contable es el proceso para llevar ordenadamente las cuentas de la empresa, saber cuál es su situación y buscar opciones atractivas que le permitan ahorrar en costos y/o gastos, así como aumentar sus expectativas de rendimiento.

Tabla 5: Las Finanzas		
CONCEPTO	EXPLICACIÓN	OBSERVACIONES
	Los registros o cuentas, son informes que muestran la	Las pequeñas empresas deben de tener al menos dos estados

Tabla 5: Las Finanzas		
CONCEPTO	EXPLICACIÓN	OBSERVACIONES
Estados financieros	situación económica y financiera para que el empresario visualice como está la empresa y si se están cumpliendo con los objetivos.	financieros como lo son el estado de resultados y el balance general que son los que proporcionan una visión real de la empresa.
Sistema contable	El orden de una empresa es lo primordial y por ello las cuentas deben de tener un orden, para buscar opciones de ahorro en los costos o gastos.	Las empresas deben llevar a cabo el registro de cada operación para llevar un control de sus gastos y costos. Por eso es importante planear como se llevará el proceso.

Fuente: El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición.

El área de finanzas de la empresa debe tener objetivos claros y concretos, ya que todo el manejo económico depende de ella y cualquier error se reflejará en su salud financiera.

Análisis Rodrigo Varela

Para Rodrigo Varela en su libro Innovación Empresarial el modelo de negocio es un mecanismo que busca proyectar la empresa en el futuro, prever dificultades y dar una posible solución ante falencias que se presenten. Una empresa establecida tiene una gran ventaja respecto a una nueva ya que tiene demasiada información sobre la cual se trabajará en el estudio de factibilidad.

Este grafico muestra los elementos de modelo de empresa que emplea Rodrigo Varela.

GRÁFICO 1..ELEMENTOS DE MODELO DE EMPRESA QUE EMPLEA RODRIGO VARELA.



Fuente: Innovación Empresarial (Fig.7) – Rodrigo Varela Villegas – 3ra Edición.

Desarrollo del Plan De Empresas.

El Mercado: El análisis de mercado busca establecer la existencia de los clientes y la disposición de estos para pagar el precio establecido de cada uno de los productos que se van a producir mediante la cantidad demandada por los clientes; entre otras cosas busca la identificación de los canales de distribución que se van a utilizar, la identificación de ventajas y desventajas competitivas y el entorno económico en el cual se va actuar.

Tabla 7: Análisis de Mercado		
CONCEPTO	EXPLICACIÓN	OBSERVACIONES
Plan de mercadeo	En el plan de mercadeo son las estrategias pertinentes que se van a tomar para lograr resultados en el volumen de ventas.	El volumen de ventas para una empresa pequeña es importante y para cumplir esto deben definir objetivos comerciales, estrategias y acciones con el fin de alcanzar cada objetivo.
Análisis del sector y de la compañía	El sector debe de ser muy bien estudiado para saber qué está pasando dentro de este y esperar	Una empresa pequeña tiene la opción de relacionar su producto con el de la competencia para conocer las características de este,

Tabla 7: Análisis de Mercado		
CONCEPTO	EXPLICACIÓN	OBSERVACIONES
	lo que suceda en un tiempo determinado en el cual se va a entrar.	Identificar cuales clientes y en donde están, es una de las ventajas de analizar el sector para conocer el comportamiento de los consumidores, buscando las fortalezas y debilidades de las empresas competitivas en el sector.

Fuente: Innovación Empresarial– Rodrigo Varela Villegas – 3ra edición.

Este análisis es el punto de partida para todo el proyecto y, por ello, es necesario dedicar un gran esfuerzo a la elaboración de un análisis de mercado muy bien estructurado que le permita llevar la compañía al éxito

Análisis Técnico: Para Rodrigo Varela un análisis técnico tiene como objetivo central definir la posibilidad de lograr el producto o servicio deseado en la cantidad, con la calidad y al costo requeridos. Esto origina la necesidad de identificar procesos productivos, proveedores de materias primas, equipos, tecnología, recursos humanos y suministros.

Tabla 8: Análisis Técnico		
CONCEPTO	EXPLICACIÓN	OBSERVACIONES
Plan de compras	Programar las compras a realizar en un periodo determinado de materias primas e insumos, teniendo en cuenta los proveedores y la calidad de los productos, precios, descuentos, etc.	La planificación en los procesos de compras ayuda a mejorar en la calidad del producto o servicio y en el precio del producto o servicio. Por ello a la hora de planificar en una empresa pequeña se estará cumpliendo con los objetivos del gerente de compras.
Plan de producción	El plan de producción detalla cómo y con que se va a desarrollar los productos que se han previsto vender coordinando el plan de ventas junto con las políticas de inventario y de producto en proceso.	Saber lo que se va a producir y como se va a realizar es importante para una micro empresa porque recoge los aspectos técnicos y organizativos para la fabricación de productos
Equipos y maquinarias	Para Rodrigo Varela en esta sección se deben identificar los equipos y maquinarias	Las pequeñas empresas carecen de equipo e instalaciones que

Tabla 8: Análisis Técnico		
CONCEPTO	EXPLICACIÓN	OBSERVACIONES
	requeridas para la elaboración del producto. Los equipos deberán tener especificaciones para el proceso del producto, medir la capacidad productiva y que personal se utilizara para operar.	permitan el funcionamiento eficaz de la empresa.

Fuente: Innovación empresarial– Rodrigo Varela Villegas – 3ra edición.

Análisis Administrativo: El análisis administrativo tiene como objetivo central definir el perfil del equipo empresarial y del personal que la empresa exige; las estructuras y los estilos de dirección; los mecanismos de control, las políticas de administración de personal y de participación del equipo empresarial en la gestión y en los resultados; y, claro está, la posibilidad de contar con todos estos elementos.

Tabla 9: Análisis Administrativo		
CONCEPTO	EXPLICACIÓN	OBSERVACIONES
Análisis administrativo	El análisis administrativo mejora los problemas que se presentan en una organización mediante estilos de dirección, mecanismos de control y políticas de administración de personal, etc.	Planear, organizar, direccionar, Controlar, siempre será importante para cualquier empresa como en el análisis técnico que parte de estos pasos para mejorar problemas que se presenten en el camino.

Fuente: Innovación empresarial– Rodrigo Varela Villegas – 3ra edición.

Entonces el análisis administrativo es un proceso que se actualiza constantemente y se aplica dependiendo del tamaño de la empresa, el tipo y cada una de las normas internas de una organización. Cada organización se adapta a su proceso administrativo de tal forma que le genere resultados positivos ajustándose a la estructura de la organización.

Análisis Legal, Ambiental y Social: Este análisis tiene como objetivo establecer la empresa legalmente, ambientalmente y socialmente para que pueda operar y examina la importancia que el proyecto tiene sobre la sociedad.

Tabla 10. Análisis Legal, Ambiental y Social		
CONCEPTO	EXPLICACIÓN	OBSERVACIONES
Análisis legal, ambiental y social	Para que la empresa opere de forma debida, deberá cumplir con algunos aspectos como: aspectos legales, aspectos de legislación urbana, análisis ambiental y social	Una empresa pequeña puede operar de manera indebida ante la sociedad y por ello no ven hacia el futuro con el propósito de hacer crecer la empresa a largo plazo y poder operar en diferentes partes, por ello se debe tener muy en cuenta el análisis legal, ambiental y social.

Fuente: Innovación empresarial– Rodrigo Varela Villegas – 3ra edición.

Se tiene como objetivo definir la empresa en todo su término legal y social para su buen funcionamiento cuando es establecida y opere con toda normalidad, cumpliendo con todas sus obligaciones tributarias, comerciales y laborales.

Análisis de Valores Personales

Es el que determinar la adecuación de la posición personal del grupo empresarial en aspectos éticos, morales y de gusto personal, en relación con la actividad en sí misma o con las condiciones operativas que exige la empresa.

TABLA 11: Análisis de Valores Personales		
CONCEPTO	EXPLICACIÓN	OBSERVACIONES
Análisis de valores personales	Este análisis busca los aspectos éticos, morales y de gusto personal de cada trabajador y de la posición personal del grupo empresarial que representa la empresa.	Para una empresa pequeña los valores personales son importantes conocerlos, ya que con estos se conoce la integralidad y personalidad de la persona.

Fuente: Innovación empresarial– Rodrigo Varela Villegas – 3ra edición

Análisis Económico: En el análisis económico es importante determinar cada una de las características económicas del proyecto, identificando los siguientes elementos.

Tabla 12. Análisis Económico		
CONCEPTO	EXPLICACIÓN	OBSERVACIONES
Presupuesto de ingresos	Teniendo en cuenta el análisis del mercado se elaborará un presupuesto de ingresos el cual aborde las políticas de ventas, descuentos y cartera. Este presupuesto ayudara a financiar los gastos con los recursos que se esperan obtener en el año	Para una empresa pequeña planear un presupuesto de ingresos ayuda a controlar los gastos esperados mediante la obtención de recursos en las operaciones consecutivas en un año.
Inversión en activos fijos	Teniendo en cuenta el análisis técnico ya realizado anteriormente. Se debe determinar los montos y los momentos de inversión para la adquisición de todos los activos fijos para realizar las operaciones de la empresa	Una pequeña empresa deberá invertir en activos fijos para poder brindar una atención cómoda al cliente, para realizar el producto y el transporte de este. Ejemplo: adquirir, muebles, herramientas, maquinaria y equipo, vehículos, etc.
Presupuesto de personal	Basado en el análisis administrativo se elabora un presupuesto que cuantifique los ingresos y egresos de dinero que los trabajadores esperan tener en un tiempo determinado.	En una pequeña empresa es de suma importancia el presupuesto de personal. Pero mucho más importante el control y seguimiento de este cada vez que se vaya incurriendo en gastos.

Fuente: Innovación empresarial– Rodrigo Varela Villegas – 3ra edición.

El análisis económico tiene como meta establecer cualquier solución frente a cualquier crisis que la compañía puede obtener, buscando como suplir la necesidad y buscar alternativas maximizando sus utilidades y así alcanzar sus objetivos.

Análisis Financiero: Determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de ellas, y las posibilidades de tener acceso real a dichas fuentes. Asimismo, debe determinar, en el caso de que se use financiación, los gastos financieros y los pagos de capital propios del préstamo.

Tabla 14: Análisis Financiero		
CONCEPTO	EXPLICACIÓN	OBSERVACIONES
Análisis financiero	El análisis financiero facilita la toma de decisiones en cuanto a préstamos, inversiones, o inversionistas que estén interesados en la situación financiera de la empresa.	El crecimiento de una empresa pequeña es sumamente importante y al tener un análisis financiero podemos tener inversionistas potenciales que estén interesados en nuestra empresa.

Fuente: Innovación empresarial– Rodrigo Varela Villegas – 3ra edición.

Dentro de los componentes que comprende el análisis financiero “flujo de caja, estado de resultados, balance general” es posible determinar las necesidades de los recursos y las posibilidades de obtener acceso a fuentes de financiación.

3 MARCO CONCEPTUAL

Activos fijos: Los bienes de la empresa que son tangibles o intangibles y que son necesarios para el funcionamiento de esta.

Área Organizacional: Establece autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas para alcanzar los objetivos propuestos

Costos Fijos: Son los costos que la compañía debe pagar independientemente de su nivel de operación, produzca o no produzca debe pagarlos.

Costos Variables: Hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción

Demanda: Cantidad de bienes o servicios que las personas quieren adquirir.

DOFA: La matriz DOFA nos muestra con claridad cuáles son nuestras debilidades, nuestras oportunidades, nuestras fortalezas y nuestras amenazas, elementos que, al tenerlos claros, nos da una visión global e integral de nuestra verdadera situación.

Empresa: En el código de comercio en el artículo 25 estipula que empresa es toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio

Estudio de mercado: Recolección y análisis de datos e información de los clientes, competidores y el mercado.

Materia prima: Elementos, partes o sustancias de las que se compone un producto o bien; se trata de los insumos necesarios para la presentación de un servicio

Marketing: Proceso de planear el precio, la promoción, la distribución y venta de bienes y servicios que ofrece la compañía. Define el producto o servicio a partir de las preferencias del consumidor para crear intercambio que satisfaga los objetivos de ambos.

Mercado: Determina la existencia real de los clientes que estarían dispuestos a consumir el producto o bien a un precio determinado.

Modelo de negocio: Descripción de la forma en que una organización crea, captura y entrega valor económico social.

Oferta: Cantidad de un bien o servicio que ofrece un vendedor.

Plan de mercado: Expresa los objetivos y metas propuestas en cuanto a estrategias de posicionamiento, producto, precio, canales de distribución, etc.

Plan de producción: Expresa de forma detallada con qué y cómo se desarrollará los productos o bienes que se van a vender.

Plan de compras: Define las necesidades de los insumos de bienes, servicios y obras de una empresa para un tiempo previamente establecido.

Políticas de precio: Acciones o criterios que se establecen para regular y fijar la cantidad de ingresos que se producen por la venta de bienes o servicios.

Punto de equilibrio: Beneficio igual a cero que hace referencia al nivel de ventas.

Presupuestos de ingresos: Documento que detalla los ingresos y egresos monetarios para un determinado periodo.

Segmentar: A partir de criterios diversos se divide el mercado en secciones con características homogéneas entre sí y heterogéneas en cuanto a otros grupos del mercado.

4 MARCO METODOLÓGICO

4.1.1 DISEÑO METODOLOGICO.

Enfoque: El enfoque que se va aplicar en el proyecto de investigación es un enfoque mixto, ya que se implementa los enfoques cualitativos y cuantitativos y de la combinación de ambos se lleva a cabo un proceso que recolecta, analiza y vincula dichos enfoques en un mismo estudio para dar respuesta a un planteamiento. La meta de esta investigación es utilizar las fortalezas de ambos enfoques para tratar de minimizar las debilidades potenciales.

Tipo de Investigación: Los tipos de investigación determinaran los pasos a seguir del estudio, sus técnicas y métodos que se van a emplear, es un paso importante en la metodología y se clasifican en descriptivos, exploratorios y analíticos.

Descriptivo: Este tipo de investigación consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables

Exploratorio: Este tipo de investigación es aquella que estudia un tema desconocido o poco estudiado para que nos permita obtener nuevos datos y elementos que lleven a formular con mayor precisión una hipótesis acerca del mismo.

Analítica: Este tipo de investigación consiste en comparar las variables y los datos que se recolectan sin manipular las variables.

Métodos de Estudio: Los métodos que emplearan en la investigación son inductivos, deductivos y lógicos.

Método Inductivo: Este método se basa en la observación, el estudio y la experimentación para llegar a una conclusión que involucre el estudio que se está realizando.

Método Deductivo: Este método se parte de lo general del estudio para obtener una conclusión de un caso en particular, este permite inferir nuevos conocimientos no conocidos.

Método Lógico: Este método es el conjunto de reglas o medios que se han de emplear aplicando los métodos anteriormente mencionados y contemplando lo básico y lo común en cada una de las partes, el pensamiento se eleva desde ellas al todo que las incluye en su unidad.

Fuentes de Información: Las fuentes de información que se aplicaran en el estudio de investigación son las siguientes:

Fuentes Primarias: estas se refieren al contenido de información original y se accede a ellas directamente.

Fuentes Secundarias: son aquellas que contienen material ya conocido, siendo el resultado de aplicar el análisis de las fuentes primarias.

Técnicas: Las técnicas son indispensables ya que integra la estructura por medio del cual se organiza el proyecto de investigación y se usaran las siguientes:

La Entrevista: Es una técnica en donde se recopila información mediante una conversación, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma. La entrevista puede estar o no estructurada mediante un cuestionario previamente elaborado.

La Encuesta: Es una técnica de adquisición de información, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. En la encuesta a diferencia de la entrevista, el encuestado lee previamente el cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de persona alguna de los que colaboran en la investigación

Instrumentos de Medición: Son los recursos que utilizaremos para registrar datos sobre las variables siendo confiables, objetivos y con validez. Durante el proceso de investigación de acuerdo a los datos cuantitativos y cualitativos se pueden utilizar graficas de tortas, grafico de tablas y medidas de frecuencia que nos lleven a interpretar la información de forma clara y precisa.

5 NATURALEZA DEL PROYECTO

En este capítulo se describirá la justificación que apoya la idea de la producción de aguacate Hass que se utilizará para iniciar la nueva empresa, se elaborará la propuesta de valor además se seleccionará un nombre para la nueva empresa se redactará la misión, visión y objetivos de esta y se solicitará los apoyos necesarios para la implementación de esta.

Lluvia de ideas para determinar el producto o servicio para una empresa productora de aguacate Hass en la vereda de la Diadema Municipio de Tuluá

5.1 DETERMINACIÓN DEL PRODUCTO

En la tabla número 1 se establece una cédula que ejemplifica una determinada lluvia de ideas para determinar el producto que se va a desarrollar y se va a potencializar en la empresa.

Tabla 15. Lluvia de Ideas Para Determinar el Producto de la Empresa		
Producto o servicio	Características	Necesidad o problema que satisface
1. Plátano	1. Empacado al vacío	1. Agilidad en la preparación de comidas
2. Pollos de engorde	2. Pollo campesino y orgánico	2. Muy poca existencia en el mercado
3. Aguacate Hass	3. Venta en fresco	3. Abastecer el mercado mundial
4. Asistencia técnica en los cultivos	4. Seguimiento y control en los cultivos con agrónomos	4. Sacar un buen producto y ser competitivo en el mercado
5. Café orgánico	5. Café saludable	5. Producto saludable

Fuente: El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición.

En vista de lo anterior, con la lluvia de ideas de productos, se inicia el proceso de evaluación con el fin de seleccionar la mejor de ellas.

T

Tabla 16. Evaluación de las Ideas Propuestas por la Empresa Agrícola					
Criterio Ideas	Niveles de innovación	Mercado potencial	Conocimiento técnico	Requerimiento de capital	Total,
1. Plátano	2	3	4	4	13
2. Pollos de engorde	3	4	4	5	16
3. Aguacate Hass	4	5	5	5	19
4. Asistencia técnica en los cultivos	3	2	2	4	11
5. Café orgánico	2	3	3	4	12

Nota: Evaluar de 1-5, donde 5 implica que cumple más satisfactoriamente con el criterio evaluado.

Fuente: El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición.

Una vez realizado el proceso de evaluación de cada producto, se resaltan los números en negrita donde se resaltan tres productos potenciales. En la tabla 2.2 mostramos la evaluación realizada, con los criterios seleccionados y la calificación que tuvo cada idea.

Tabla 17. Evaluación para Determinar el Primer Producto que Ofrecerá la Empresa Agrícola.				
Criterio / Ideas	Barrera de entrada	Disponibilidad de materia prima	Costo del producto	Total,
1. Plátano	3	4	2	9
2. Pollos de engorde	4	3	4	11
3. Aguacate Hass	5	4	4	13

Nota: Evaluar de 1-5, donde 5 implica que cumple más satisfactoriamente con el criterio evaluado.

Fuente: El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición.

Una vez realizado el análisis un análisis más profundo de la lluvia de ideas, se hizo el debido procedimiento de evaluación sobre cuál era la más innovadora y que lograra satisfacer mayores necesidades; la idea seleccionada fue el **aguacate Hass**.

5.2 JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

El aguacate Hass es un producto esencial en la alimentación de las personas, las propiedades de su composición lo convierten en un alimento extraordinario, que su vez, proporciona a su consumidor habitual gran serie de beneficios para las personas debido a que este producto es rico en vitaminas, así como una carga saludable de minerales que hacen que el alimento sea prácticamente imprescindible para el consumo de las personas y más aún en las dietas vegetales altas en grasa.

5.3 PROPUESTA DE VALOR

A diferencia del aguacate común, el aguacate Hass contiene un mayor contenido de grasa, que son en realidad muy saludables, los aceites de estos aguacates se consideran muy sanos para el corazón y para la piel de las personas, su amplio periodo de recolección, calidad y sabor del fruto, facilita su mayor extensión en el mercado en el que se considera desempeñarse, además es importante resaltar que su cultivo se realizara en un área donde es beneficiado por la situación climática, lo que le permite un gran potencial en el área del cultivo con un gran potencial de crecimiento.

5.4 NOMBRE DE LA EMPRESA

Para determinar el nombre de la empresa, se realiza una serie de propuestas con su debida discusión y orden de ideas que nos permitiera su elección, aquel nombre que sea definido como el más representativo sobre el producto, en ese orden de ideas se presentaron las siguientes ideas:

- Green Fruits
- Agrohass
- Hass del valle
- Prodecam

Es así como de estas tres propuestas para la empresa, se selecciona el nombre **Green Fruits**, el cual con su debida evaluación se concluye que este nombre identifica al producto y es bastante cautivador para sus clientes.

5.5 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Con el debido análisis de la organización se desarrollan las siguientes condiciones:

5.6 TIPO DE EMPRESA

La empresa como unidad económica en Colombia se clasifica según la actividad económica, la forma jurídica y según el tamaño.

Para la empresa Green Fruit la clasificación sería de la siguiente manera

5.6.1 CLASIFICACIÓN POR ACTIVIDAD ECONÓMICA, SECTORIAL Y TAMAÑO DE LA EMPRESA- CÓDIGO CIIU.

El código CIIU es la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (revisión 3.1 de Naciones Unidas y adaptada para Colombia por el DANE) tiene el propósito de clasificar las actividades económicas de los empresarios del país de la manera más precisa; por consiguiente, el código de la empresa Green Fruit se encuentra ubicado en 0121

5.7 CLASIFICACIÓN POR ACTIVIDAD ECONÓMICA

Agrícola: Entidad que desarrolla su actividad en el sector agrícola. Se dedica a la producción de recursos derivados de la agricultura. Puede ser una gran empresa, una pequeña empresa o una cooperativa.

5.7.1 UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA

La empresa estará ubicada en la vereda la Diadema en el municipio de Tuluá, es un lugar de fácil acceso para hacer llegar las materias primas necesarias para su proceso de agricultura de aguacate Hass además que las condiciones del clima le permiten que su cosecha sea perdurable, pero, sobre todo, el sitio le permite a la empresa tener una mejor distribución de sus productos a sus clientes potenciales. El valle del cauca es uno de los departamentos con mayor potencial para la producción de aguacate Hass, debido a la disponibilidad de terreno

La empresa está catalogada como una empresa del sector agrícola (industrial), siendo esta una microempresa, contará con menos de 30 empleados.

5.8 ANÁLISIS FODA

Este análisis nos permitirá evaluar la viabilidad actual y futura de la empresa, que facilitará la toma de decisiones.

Se denomina FODA por sus cuatro componentes: Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas.¹

Se plantea el siguiente análisis FODA para la empresa Green Fruit:

Tabla 4. Análisis DOFA Green Fruit	
Positivas	Negativas
Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Demanda creciente de exportación• Preferencia por productos agropecuarios en los futuros tratados internacionales• -Avances de tipo tecnológico y productivo• Tendencia creciente respecto a la preferencia por el consumo de productos frescos, saludables	Amenazas <ul style="list-style-type: none">• Plagas (picudos)• Rearme de grupos armados ilegales de Colombia• Cambio climático• -Mucha competencia
Fortalezas <ul style="list-style-type: none">• Clima apto para los cultivos (Luminosidad y horas de calor).• Altos rendimientos y buena calidad.• Mano de obra disponible y barata.• -Asociación de pequeños productores para abarcar un mercado más grande.	Debilidades <ul style="list-style-type: none">• Baja cultura de consumo interno de aguacate hass• -Vías de transporte interno en mal estado• -Bajo volumen comparado a la competencia

Fuente: El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición.

¹ Fuente: formato tomado de: El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición – Análisis FODA

5.9 2.7. MISIÓN DE LA EMPRESA

Garantizas la producción de aguacate Hass con responsabilidad social, el respeto con el medio ambiente y la confianza del consumidor, asegurando con ello el liderazgo, la competitividad de la empresa y fidelidad del mercado.

5.10 VISIÓN DE LA EMPRESA

Constituirse en una empresa reconocida en la producción de aguacate Hass de alta calidad a través de la eficiencia y eficacia, comprometidos con la responsabilidad social, el respeto por el medio ambiente y la confianza del consumidor.

5.11 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Los objetivos son puntos intermedios de la misión. Es el segundo paso para determinar el rumbo de la empresa y acercar los proyectos a la realidad (el primer paso fue redactar la misión). En los objetivos los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo. Así, la misión deja de ser una intención para convertirse en una realidad concreta.²

5.11.1 CORTO PLAZO

Comprende en un lapso de seis meses iniciar el proceso de consolidación de empresa y su debida comercialización nacional. El propósito es consolidarse como la mejor empresa proveedora de aguacate Hass del país, para ello se implicará un importante recorrido publicitario que le permita a al mercado un reconocimiento del ingreso de una nueva empresa potencial.

5.11.2 MEDIANO PLAZO

Se pronostica ampliar la distribución del mercado al lapso de un año, aumentar el reconocimiento de la empresa con el fin de obtener más clientes, así como aumentar los niveles del proceso de agricultura, con el fin de obtener rangos mayores de comercialización, lo que permitirá que la distribución del producto inicie los procesos a nivel internacional, e iniciar los debidos análisis de mercados potenciales en el exterior, y por ultimo alcanzar el mayor potencial de ventas y, por ende, ganancias con el fin de inversión que le permita a la empresa consolidarse como gran empresa.

² Fuente: formato tomado de: *El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición- Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazos.*

5.11.3 LARGO PLAZO

Comprende un lapso de 2 años, en el cual se estima permanecer en el mercado en el que se estará desempeñando en aquel momento, garantizando al cliente mayor productividad, siendo una de las empresas agrícolas más grande del país y experta en comercialización internacional.

5.12 VENTAJA COMPETITIVA

Todo producto de una empresa debe de satisfacer la necesidad de un mercado definido. Lo anterior hace parte del posible éxito de una unidad de negocio, por lo que se deben de establecer de manera concreta esos elementos de éxito. Si se cumple, los productos poseerán diferencias de otros similares del mercado por lo cual existen dos términos que describen dichas diferencias: Ventajas competitivas y Distingos Competitivos.³

El producto cuenta con ventajas competitivas tales como:

- Hectáreas que brindan que este producto sea de gran potencial y se espera sigan creciendo el número de plantaciones
- Producto de mayor calidad nutritiva
- Las tendencias de consumo son altas
- Disponibilidad de las condiciones climáticas

5.12.1 DISTINGOS COMPETITIVOS

- Alta calidad del producto
- Alta calidad en los insumos de producción
- Alta logística interna
- Efectiva distribución del producto terminado

5.12.2 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

En el análisis del sector se establecen las condiciones actuales en el que participa la unidad de negocio, obteniendo información sobre el crecimiento de las industrias o sectores en los últimos años, ubicando los principales riesgos y oportunidades que el sector ofrece.⁴ Para la empresa Green Fruit:

³ Fuente: formato tomado de: *El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición – Ventajas competitivas.*

⁴ Fuente: formato tomado de: *El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición – Análisis de la industria o sector*

Dada su ubicación geográfica, Colombia cuenta con las condiciones ideales para consolidarse como el cuarto proveedor mundial del aguacate, por detrás de México, Perú y Chile⁵. La producción de aguacate en Colombia, dura casi todo el año, excepto en los meses de julio y agosto, esto está directamente relacionado con los diferentes pisos térmicos del país y teniendo cosechas más tempranas en los climas más cálidos y cosechas más tardías en climas más fríos. Esto favorece la disponibilidad de aguacate Hass casi todo el año; El aguacate en Colombia se distribuye en diferentes regiones, y cuenta con una producción durante 10 meses del año, Es importante resaltar el valor del aguacate en el mercado internacional ha aumentado debido al incremento de la demanda de aguacate, en especial en países en los que años atrás no se escuchaba el nombre de esta fruta.

Otro factor a favor es el hábito de consumo que aumentan la demanda de productos nutritivos o enriquecidos, productos naturales y orgánicos, productos verdes, comida rápida verde o nuevas presentaciones y envasados, el surgimiento de nuevos enfoques de la agricultura, la producción y consumo de alimentos más sostenibles.

5.13 PRODUCTOS DE LA EMPRESA

El producto principal de la empresa Green Fruit es el aguacate Hass, es un producto de piel dura, gruesa y áspera, su pulpa es amarilla y su sabor similar al de los frutos secos. Es una variedad relativamente más pequeña que el resto de las variedades que se comercializan, pero con más proporción de pulpa. Se conoce también como “la fruta del corazón”, no sólo por su similitud con el órgano vital sino porque sus aceites son benéficos para reducir el colesterol y proteger el sistema cardiovascular.⁶

5.14 CALIFICACIONES PARA ENTRAR EN EL ÁREA

Las calificaciones que tienen los emprendedores de Green Fruit para entrar en el área, el alto conocimiento en el área de producción del proceso de agricultura de los aguacates Hass; se poseen todos los conocimientos necesarios para el comercializar productos de alta calidad e higiene, además los emprendedores tienen los conocimientos necesarios de administración y comercio internacional.

⁵ <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/01-2019-abren-la-mayor-planta-del-pais-de-aguacate-hass-para-exportacion>

⁶ <http://www.interempresas.net/Distribucion-Hortofruticola/FeriaVirtual/Producto-Aguacate-Hass-61819.html>

6 ESTUDIO DE MERCADO

6.1 OBJETIVOS DEL MARKETING

Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado⁷

6.1.1 A CORTO PLAZO

El fin de la empresa es introducir al aguacate hass como un producto potencial en el mercado y de igual manera darlo a conocer a nuestros clientes potenciales (intermediarios). Es por ello con los cálculos de la respectiva siembra en un lapso de 10 meses se planea producir 1500 kg En cuanto a distribución se inicia el proceso de en la vereda la Diadema, ubicada en el Municipio de Tuluá.

6.1.2 A MEDIANO PLAZO.

Se proyecta a cabo de dos años el proceso de aceptación del producto sea alto y así mismo la producción aumente a 4500 kg. Es allí donde se inicia el proceso analizar la distribución a nivel nacional en almacenes de cadena reconocidos y a nivel internacional. Con esto se espera aumentar el nivel de clientela que consuma aguacate hass y que sean de su preferencia. Es importante considerar que el posicionamiento del producto será amplio de manera que aumente la demanda del mismo.

6.1.3 A LARGO PLAZO:

En tres años se proyecta aumento de siembra, producción y distribución del producto 7.500 kg. Su distribución internacional cada vez será más fuerte al igual que su permanencia en el mercado.

6.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercados permite conocer las necesidades de los clientes satisfaciendo las mismas, permitiendo reconocer el tamaño del mercado, el consumo y la demanda.

6.2.1 TAMAÑO DEL MERCADO

⁷ Fuente: *El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición – Objetivos del marketing.*

Los clientes a los que se pretende llegar son: empresas intermediarias quienes se encargaran de su distribución y venta, el mercado que abarca son aquellos entes interesados en el producto que es producido con los estándares establecidos de alta calidad.

6.2.2 SEGMENTO DEL MERCADO

El segmento de mercado elegido para le empresa Green Fruit son aquellas empresas que se dedican a la exportación que para la empresa serian empresas intermediarias ubicadas en el municipio de rozo “Pacific Fruits International S.A.S” y en Zarzal “Frutales Las Lajas”.

6.2.3 CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO

Pacific Fruits International S.A.S: Empresa colombiana dedicada a la producción, empaque y comercialización de productos agrícolas tales como aguacate hass, limón Tahití y piña md-2. “Exportamos a nivel mundial frutas tradicionales y exóticas colombianas de excelente calidad cumpliendo con los estándares y condiciones requeridos en el mercado nacional e internacional mediante la conformación de alianzas estratégicas y la promoción del desarrollo socioeconómico, la calidad de vida de las familias y el talento humano que le integran”⁸

Frutales Las Lajas: Brinda servicio de selección y empaque a pequeños, medianos y grandes agricultores que no contaran con la infraestructura apta para exportar su producto; Se tomó la decisión de independizar las líneas de selección y empaque de aguacate Hass y lima ácida Tahití por lo que se instaló una nueva máquina de selección únicamente para aguacate Hass con una capacidad de hasta 35 toneladas por hora. La más grande en el país.⁹

Hass diamond: Aliado estratégico en Colombia para la comercialización de aguacate Hass, enfocados principalmente en los mercados internacionales; con un equipo humano competente, capacidad instalada con los mayores estándares de calidad, acompañamiento en toda la cadena productiva, procesos estandarizados, responsables con el medio ambiente y con la seriedad y compromiso para con todos los actores de la cadena, valores fundamentales para nuestra compañía.¹⁰

6.2.4 PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO

Es importante considerar que la competencia con la que se cuenta antes de iniciar labores la empresa es la siguiente:

⁸ <https://fruitspacific.com/nosotros/>

⁹ <https://www.frutaleslaslajas.com/index.php/nosotros>

¹⁰ <http://www.hassdiamond.co/nosotros>

Tabla 19. Participación de la Competencia de Aguacate Hass			
Nombre del competidor	Ubicación	Principal ventaja	Porcentaje de participación en el mercado
Finca el jardín	Vereda la diadema – Marina	Alta producción	30%
Finca la bonita	Fenicia – Rio frio	Vías de transporte	5%
Finca el horizonte	La Tulia	Certificaciones establecidas	15%
Empresa camposol	Bolívar valle	Alto capital de inversión	50%

Fuente: Los autores, Septiembre/2019 (El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición.)

Acciones para posicionarse: Se llevará a cabo estrategias publicitarias en cuanto a radio, televisión en los canales locales y un diseño de publicidad mediante redes sociales que le permita resaltar las ventajas del producto para generar una buena imagen comercial.

6.3 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos¹¹

6.3.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo del estudio de mercado es conocer la perspectiva que tienen las personas sobre el aguacate hass y así mismo la introducción del producto del mercado y de una u otra manera conocer la disposición de las personas al adquirir este tipo de productos. Es importante que el cliente tenga una gran aceptación del producto y se incorpore en su vida habitual el consumo de aguacate hass, que sea considerado como un producto de alta calidad y buen sabor; esto no solo lo reflejará en el consumo de los hogares, sino también en la demanda de nuestros clientes intermediarios. Para la empresa es muy importante que la atracción del producto se considere en cuanto a su elaboración debido a que esta es Total,mente natural y es elaborado con los estándares de alta calidad aportando a sus consumidores un alto nivel de proteínas y beneficios.

¹¹ Fuente: El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición – 7.4 Estudio de mercado

6.3.2 APLICACIÓN DE ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

6.3.3 FORMATO DE PREGUNTAS ENTREVISTA

PREGUNTAS ENTREVISTA GREEN FRUIT

1. ¿Cuál es el proceso de exportación?
2. ¿Cómo se estructura?
3. ¿Qué apoyos tienen?
4. ¿Tienen asistencia técnica para los productos?
5. ¿Cuáles son las condiciones de negociación?
6. ¿Cuál es el proceso de pago?
7. ¿De qué manera se definen las compras de segundas y terceras?
8. ¿Cuáles son las condiciones de calidad?
9. ¿Cómo se definen las condiciones de calidad?
10. ¿Qué tipo de calibres manejan?
11. ¿Qué tipo de peso es el requerido?
12. ¿Cuál es la escala de precios que manejan?
13. ¿El pago es completo o por partes?
14. ¿Qué factores inciden en el pago?
15. ¿Cuándo se recibe el pago?
16. ¿En qué momento se hace el envío?
17. ¿Cómo es el ingreso de la fruta?
18. ¿Es a nombre o a varias cédulas?
19. ¿Qué tipo de contrato utilizan?
20. ¿Es posible que el contrato se registre en la bolsa?
21. ¿Cuáles son las implicaciones del contrato?
22. ¿Existe asistencia técnica?
23. ¿Qué tipo de ayudas brindan?
24. ¿De qué manera se emplea el transporte?
25. ¿Brindan canastillas o se deben poner?

26. ¿Brindan subsidio por fertilizantes?
27. ¿Cómo es el proceso de certificación?
28. ¿Qué costos tiene el proceso de certificación
29. ¿Qué insecticidas se manejan para los frutos?
30. ¿Qué feticidas se manejan para los frutos?

RESULTADOS OBTENIDOS DEL ESTUDIO

Entrevista Numero 1 realizada a:

¿Cuál es el proceso de exportación?

El proceso de exportación consiste en el cumplimiento de los parámetros para poder exportar, no se exporta directamente si no que se realiza por medio de empresas exportadoras intermediarias las cuales piden requisitos a los productores, requisitos que se requieren para el proceso de exportación e ingreso de la fruta según sea el destino país. Cuando se habla de requisitos se habla de Registro Ica Previo exportador y BPA (Buenas Prácticas Agrícolas), que los regula el ICA y genera el documento que cumple con los estrictos cumplimientos de que la empresa está capacitada para el proceso de exportación.

¿Cómo se estructura?

La estructura en cuanto a los requerimientos para que la empresa pueda realizar el proceso de exportación consta de dos factores, primero el Registro Ica Previo exportador el cual requiere de unas estructuras en la finca que constan de focetas de desinfección, áreas de preparación de insumos, señalización correspondiente de ingreso, numeración de los árboles, registros de las actividades que se realizan dentro de las operaciones, área de herramientas, área de insumos químicos, área de insumos no químicos, área de maquinaria y equipo, y por ultimo cuando todo lo del registro ICA previo exportador está correctamente, se procede al trámite con el ICA para el aval para la debida inspección y resultado del certificado.

¿Qué apoyos tienen?

Los apoyos se deben de hacer por parte del productor.

¿Tienen asistencia técnica para los productos?

La asistencia técnica, hablando de las empresas exportadoras, están tienen agrónomos que proporcionan a los productores, lo que beneficia a la empresa ya que no es un costo que se debe asumir por parte de la misma. Las empresas

exportadoras de aguacate brindan la asistencia técnica mientras haya una alianza estratégica en cuando a la venta de los productos.

¿Cuáles son las condiciones de negociación?

Hoy en día la mayoría de las empresas manejan dos condiciones de negociación, la primera es precios estables, en esta se tienen unos rangos de precio que son estables de acuerdo al calibre y la segunda es precios variables, aquí varían los precios, pero varían de acuerdo al dólar, sin embargo, la empresa te garantiza un mínimo de pago al productor.

¿Cuál es el proceso de pago?

El proceso de pago consiste en que se hace el pago de un valor del 50%, a determinado número de días los cuales establece la empresa, y este es el factor por el cual compiten todas las empresas exportadoras del mercado.

¿De qué manera se definen las compras de segundas y terceras?

La empresa productora debe realizar una preselección, porque hay aguacate que no aplica para las compras de primera, segunda o tercera, porque puede haber daños en el fruto, estos frutos la empresa exportadora lo considera como frutos de descarte, una opción para la productora es que con este fruto se realices otros procedimientos de fabricación como aceites, materia orgánica y demás productos que no le permitan la pérdida del fruto y se le pueda obtener alguna ganancia.

La otra fruta que se va para exportación, está la seleccionan unas máquinas que distribuyen por peso y tiene unos procesos de lavado, secado y distribución, finalmente lo clasifican dependiendo de las características del aguacate de acuerdo al país al que se va a dirigir la fruta.

¿Cuáles son las condiciones de calidad? Y ¿Cómo se definen las condiciones de calidad?

La calidad se define por calibres y el calibre se define dependiendo al peso del aguacate, por ende, están establecidos unos rangos como 90 gramos a 120 gramos de 120g a 160g, de 120g a 190g, de 190g a 200g y así sucesivamente y claro está que entre más grande sea el calibre mayor será el pago.

¿Qué tipo de calibres manejan?

Las empresas manejan calibres diferentes, el productor decide que calibre va a producir y va a dar más fruto, por ende, a que empresa exportadora le va a vender y que le dé un mejor precio de acuerdo a esos calibres.

¿Qué tipo de peso es el requerido?

El tipo de peso requerido es de 90 gramos hacia arriba.

¿Cuál es la escala de precios que manejan?

Cada empresa maneja escala de precios diferente.

¿El pago es completo o por partes?

El pago es por partes, pero hay empresas que hacen el pago completo, es por eso importante no vincularse uno directamente a una empresa ya que con esto no podrías venderle directamente al mejor postor si no que solo le podrías vender a esa empresa exportadora.

¿Qué factores inciden en el pago?

No existe factores que incidan en el pago puesto que las empresas tienen diferentes formas de pago, entonces el productor selecciona la empresa que mejor le convenga para venderle.

¿Cuándo se recibe el pago?

El pago se recibe a convenio dependiendo de la empresa con la que se venda el producto.

¿En qué momento se hace el envío?

El envío de la fruta como productor a empresa exportadora se realiza en el momento en el que la fruta ya está jecha, después del análisis de materia seca que se le hace a la fruta, cuando el resultado de porcentaje es de 23% o 24% ya está para cosecha, las empresas exportadoras reciben entre 23% y 26%, el porcentaje ideal para cosechar es 25%.

¿Cómo es el ingreso de la fruta?

La fruta a la planta debe de llegar en buenas condiciones, limpia y muy bien presentada, y se pesa la fruta para el debido proceso de clasificación.

¿Es a nombre o a varias cédulas?

Es a nombre de cada productor, de hecho, cada predio está plenamente identificado.

¿Qué tipo de contrato utilizan?

Entre productor y empresa exportadora no se realiza ningún tipo de contrato.

¿Es posible que el contrato se registre en la bolsa?

No es posible porque no hay un contrato establecido.

¿Cuáles son las implicaciones del contrato?

No aplica porque no hay un contrato

¿Existe asistencia técnica?

Si, por parte de los agrónomos de las empresas comercializadoras exportadoras.

¿Qué tipo de ayudas brindan?

Implementadores, guiar al productor en que debe de hacer para certificar la finca, asesoría técnica por parte del implementador.

¿De qué manera se emplea el transporte?

El transporte lo envía la empresa exportadora, solo se coordina con la empresa, la cantidad de camiones de acuerdo a la cantidad de cosecha.

¿Brindan canastillas o se deben poner?

La empresa exportadora envía las canastillas en el mismo transporte que la empresa emplea.

¿Brindan subsidio por fertilizantes?

No, estas empresas no brindan ese tipo de ayuda

¿Cómo es el proceso de certificación?

El proceso de certificación de la finca, estas empresas brindan la ayuda del implementador para realizar todos los tipos de adecuaciones para la finca, estas adecuaciones corren por cuenta del productor.

¿Qué costos tiene el proceso de certificación?

El proceso de certificación no tiene un costo fijo como tal, puesto que cuando se certifica varía depende a que certificación vayas a sacar, y de acuerdo a las adecuaciones que tengas que hacer.

¿Qué insecticidas y feticidas se manejan para los frutos?

Normalmente en un cultivo de aguacate, lo ideal es que se manejen aquellos insecticidas y feticidas que estén aprobados para aguacate, porque existen unos en especial que no se pueden utilizar para aguacate.

6.3.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO REALIZADO

Con las respuestas obtenidas en la entrevista son muchas las ideas y propuestas que se plantearon:

- El productor debe de tener un asistente técnico “Agrónomo”, la cual tenga control de la guía de insumos para el tema de nutrición de los árboles
- Para el proceso de exportación la finca debe estar Total,mente certificada por el ICA para tener predio exportador con las debidas adecuaciones que este indique para poder exportar.
- Las empresas exportadoras se enfocan mucho en las condiciones de calidad de los frutos, el buen calibre, el manejo y transporte adecuado.
- Las condiciones de negociación varían de acuerdo a la empresa y las condiciones de producción de la fruta.
- El transporte de la fruta lo suministra la empresa exportadora de acuerdo a la cantidad y volumen del producto.

6.4 DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA

Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado. Para ello se deben escoger rutas mediante las cuales, de la manera más eficiente posible, se transporte el producto desde el centro de producción hasta el consumidor¹²

El producto aguacate hass se venderá a organizaciones intermediarias que exportan, por lo tanto, el canal de distribución será:

Productor —————> **Mayorista** —————> **Minorista** —————> **Consumidor final**

¹² Fuente: *El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición – Distribución y puntos de venta.*

El productor, quien es el encargado de producir, hacer o elaborar el aguacate hass. El mayorista es un intermediario entre el productor y el usuario intermedio (minorista).

El minorista es aquel que vende directamente a los consumidores finales, esta compra a un mayorista para vender directamente al público

El consumidor final es aquella persona que adquiere el producto, para su consumo final o definitivo.

6.5 PROMOCIÓN DEL PRODUCTO

La publicidad es una de las formas de la comunicación que se establece entre la empresa y el consumidor, a continuación, se presenta cómo se va a realizar la publicidad en Green Fruit.

6.5.1 PUBLICIDAD

Es de suma importancia dar a conocer sobre el producto y que impacte directamente sobre el cliente, es por ello que se seleccionan como medios de promoción las redes sociales ya que estas son económicas efectivas para que las personas conozcan el producto y su valor nutricional de una manera más rápida, es fundamental ya que por este medio la interacción del producto con el cliente es directa es por ello que se implementará la creación de redes sociales más empleadas.

6.5.2 PROMOCIÓN DE VENTAS

Sistema de promoción de ventas, actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa; la promoción de ventas debe llevarse a cabo para que el cliente ubique al producto o servicio de la empresa en el mercado, ejemplo de estas actividades son: muestras gratuitas, regalos en la compra del producto, ofertas de introducción, patrocinio y/o participación en actividades sociales, educativas, culturales o deportivas de la comunidad, etcétera. ¹³

Toda la producción, es vendida a empresas intermediarias que se encargan de su compra y distribución del producto es por ello que se les harán descuentos por volumen de venta, lo que permitirá que el aguacate inicie su proceso de reconocimiento dentro del mercado, pero no es indiferente como empresa a realizar un aporte publicitario en las redes sociales para aumentar la cultura y el consumo a nivel general.

¹³ Fuente: *El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición – Promoción.*

Se diseñará una prueba gratuita de bajo costo y un alto impacto de efectividad para el cliente.

6.5.3 MARCA

LOGO PRINCIPAL



TIPO SELLO NEGATIVO Y POSITIVO



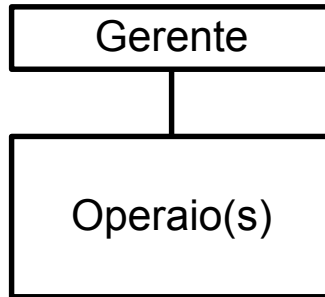
APLICACIONES



6.6 ORGANIGRAMA

El organigrama del área de ventas es el siguiente:

EL ÁREA DE VENTAS
GRÁFICO 1..ORGANIGRAMA



6.6.1 MANUAL DE FUNCIONES

Gerente: Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y liderar todos los procesos de la empresa agrícola.

Operario(s): Ejecutar operaciones auxiliares en cultivos agrícolas tales como: realizar actividades de control de enfermedades y plagas, almacenar cosechas, preparar el terreno para plantación, cultivar plantas, realizar actividades de multiplicación de plantas, fertilizar, manejar maquinaria agrícola.

7 LA PRODUCCIÓN

7.1 OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN

A continuación, se muestran los objetivos de producción que esperaría vender mensualmente de Green Fruit.

En el área de producción tenemos planeado producir a corto plazo (18 meses) un tal aproximado de 2000 árboles que equivalen a 10.500 kilos de aguacate hass. A mediano plazo se espera un incremento de 33.500 kilos, mediante un incremento progresivo de la empresa y finalmente se espera a largo plazo un nivel constante de producción de 33.500 kilos acorde a las condiciones del mercado, pero ya en un contexto internacional. Con el propósito de contribuir a los objetivos organizacionales de la empresa.

7.2 ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO

El producto es elaborado mediante el proceso de agricultura de Aguacate hass, originado a partir de una semilla de raza guatemalteca; El aguacate de la especie Hass es un árbol grande, De rápido desarrollo, de producción abundante pero alterna, es sensible a la humedad ambiental baja, al frío, a la sequía y a la salinidad. El fruto es oval-periforme, pequeño de corteza rugosa, que se oscurece en la madurez, tomando un tono violeta, la pulpa es cremosa y de excelente sabor y fibra, la semilla es esférica, características que proporcionan una gran capacidad de almacenamiento en el árbol.

7.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

El **proceso de producción** es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o para prestar un servicio. En él se conjuntan la maquinaria, la materia prima y los recursos humanos necesarios para realizar el proceso.¹⁴

Cosecha: Una vez cosechado el aguacate hass, es importante determinar el momento exacto, el aguacate debe estar en estado de madurez fisiológica; la recolección se hace a mano, se corta el pedúnculo por encima de la inserción con el fruto, es importante que los aguacates conserven 2 – 3 mm de pedúnculo para evitar el ingreso de hongos y bacterias a la pulpa.

¹⁴ Fuente: *El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición – Descripción del proceso de producción o prestación del servicio.*

Selección: Los frutos deben tener la forma, el tamaño y la coloración típica de la variedad; deben estar libres de defectos tales como malformaciones, quemaduras de sol, heridas y manchado (raspaduras, daños por insecto, daños por uñas, cicatrices causadas por el viento), ausencia de enfermedades. El procesamiento del fruto para su empaque, conservación y transporte comprende los siguientes pasos: Se somete la fruta a una primera selección donde se separan los frutos que no reúnen los requisitos fijados como mínimos.

Un lavado de la fruta para prevenir el desarrollo de las enfermedades, seguido de un secado del fruto y una ligera cepillada, con lo que adquiere una apariencia brillante.

Clasificación de la fruta por tamaño (diámetro) o peso, en este paso del proceso se separa la fruta por el criterio de calibres más pequeño.

Se continúa con el empaque, donde se efectúa con cuidado el proceso de este para ser enviado a la empresa distribuidora, el producto se empaqueta en canastillas con capacidad de 20 o 22 kilos.

El proceso de transporte del producto se realizará en vehículos apropiados con las condiciones higiénicas adecuadas y que no se expongan los frutos al sol, viento y humedad y que se reduzcan las causas del daño mecánico ya sea por vibración, compresión o impacto.

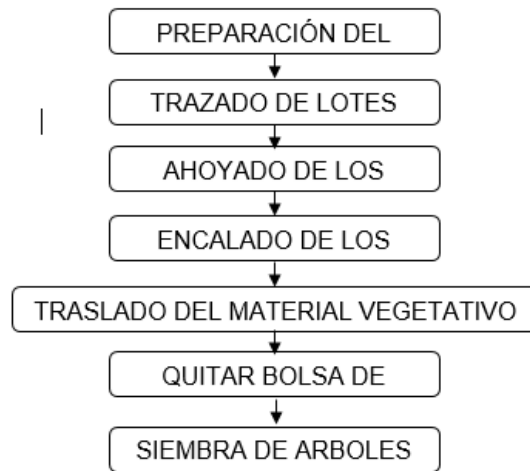
7.4 DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS

Es una secuencia especialmente gráfica de las operaciones de la empresa, que sirve para detallar de manera clara y analizar los procesos de producción, mediante el uso de un diagrama de flujo.¹⁵

¹⁵ Fuente: Adaptación del modelo propuesto en L: *El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición – Diagrama de flujo de proceso.*

GRÁFICO 1..DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS

GRÁFICO 2.. DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS



¹⁵ Fuente: *El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición – Diagrama de flujo de proceso.*

7.5 CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA

La tecnología para la producción de aguacate hass, no es necesaria, pero es importante a medida del crecimiento del cultivo ir implementando ciertas tecnologías para estar a la vanguardia del mercado, tales como drones fertilizadores, sistemas de riego sistematizado, cosecha mecanizada, entre otros.

Tabla 26. Equipo e Instalaciones	
EQUIPO/HERRAMIENTAS	CANTIDAD
Machetes	2
Guadua	10
Kilo de alambre # 18	5
Machetes	1
Guadua	3
Disco corte de madera 4/2	16
Puntillas de 2 pulgadas	5
Pinpina	1
16 metros de polisombra	1

Tabla 26. Equipo e Instalaciones	
EQUIPO/HERRAMIENTAS	CANTIDAD
Cabuya de 700 metros	2
Paquete de amarras	3
Palín	2
Cabo para palín	2
Limas	1
Par de guantes	2
Masilla rally	4
Cadena sthil	1
Palas	4
Tensor 236	1
Disco para guadaña	1
Manguera	1
Tubo de grasa	1
Careta para guadaña	2
Bisturí	8
Estivas	15
Baldes de arena de pega	24
Limas Nicholson con cabo	1
Alicate diablo	1
Disco de pulir	1
Cuchilla	1
Tornillos	1
Kilo de grapas	1
Tapón rosca 1"	1
Codo hembra 1"	1
Rastrillo plástico	1
Bola triple pollo	2
Brocha	2
Cuchilla Guadaña	3
EQUIPOS	
Pluviómetro	2

Tabla 26. Equipo e Instalaciones	
EQUIPO/HERRAMIENTAS	CANTIDAD
Probeta plástica	1
Bomba de espalda	2
Guadañas	2

Fuente: Los autores

Los servicios necesarios para la producción son agua, energía, gas natural; en cuanto a las instalaciones requiere centro de acopio, centro de insumos, corte de herramienta, centro de bienestar para trabajadores, parqueadero; además el mantenimiento de equipos es preventivo de manera que los equipos estén en buen estado para la manipulación en las labores de campo, es necesario hacer los mantenimientos cada mes o cuando estos lo requiera.

7.6 MATERIA PRIMA

Para la producción de aguacate hass, se opta por establecer la materia prima requeridas para la producción de 1496 kilos de aguacates que en Total, son 646 árboles.

Tabla 21. Materia Prima	
MATERIA PRIMA	CANTIDAD
Cal dolomita	12
Aceite de 2 tiempos	1
ACPM	2
Tordon xt sl	1
stop west x 20 (glifosato)	1
Cal dolomita	1
5 kilos de cal	1
Aceite de 2 tiempos	2
Eugenio arboles	2
Gasolina	1
D.A.P Bulto * 50 kilos	1
D.A.P* Kilos	13
Micorriza * 50 kilos	2
Pimpina de gasolina	2
Micorriza x 50 kilos	1
Orbiagro x 40 kilos	1

Tabla 21. Materia Prima	
MATERIA PRIMA	CANTIDAD
Omex bio * litro	1
Miel por bolsa	3
Tottal por litro	1
Safermix por 500 gramos	1
Aceite de 2 tiempos	1
Gasolina	1
Tornillos	2
Cemento	3
Pinpina de gasolina	1
Tarro de grasa	1
Aceite de 2 tiempos	1
Zincobor * litro	1
Nufosol sl * litro	1
Lorsban * 250cc	1
Hormonagro * 250cc	1
Supercal * 10 kilos	1
Oxicloruro de cobre * kilo	1
Fertifoliar * 1 litro	1
Acrotex * 500g	1
DAP	2
Acronal * 500g	1
Aceite de 2 tiempos	1
SAfermix *500 grms	1
Safersoil * 500 grms	1
Neofat CE Litro	1
Estudio de suelo	1
Acronal * 500g	1
Rofos (13 26 10 3) * 50 kilos	1
Agrimins (menores) 50 kilos	1
Pimpina de gasolina	1

Fuente: Los autores, febrero de 2020

7.7 IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES Y COTIZACIONES

La identificación de los proveedores facilita la selección del tipo de materia prima que se desee utilizar en los procesos de producción. Por ello es recomendable identificar a varios proveedores y evaluar a cada uno¹⁶.

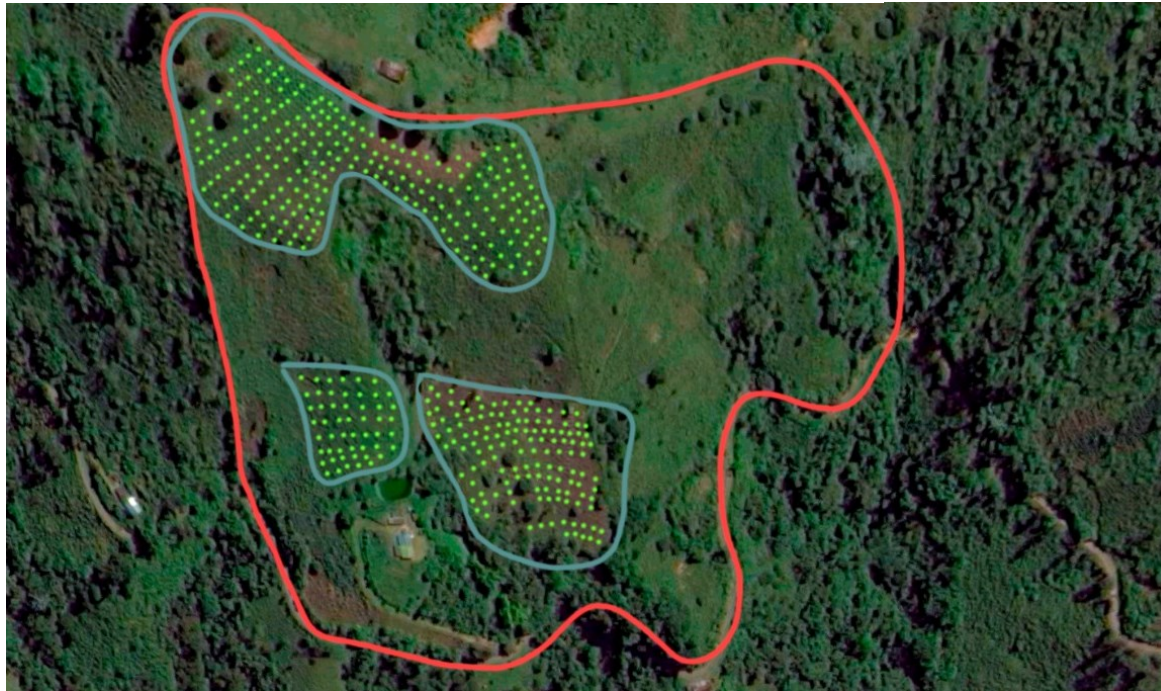
MATERIA PRIMA	PROVEEDOR	CALIDAD	PROVEEDOR SELECCIONADO
INSUMOS AGRÍCOLAS – MAQUINARIA	HACENDAGRO	BUENA	X
INSUMOS AGRÍCOLAS	AGSSE	BUENA	X
COMPRA MAQUINARIA	FERRIAGRO	BUENA	X

Fuente: Los investigadores, febrero de 2020

Los requerimientos de compra dependerán en su Totalidad del precio y de la demanda del producto, pues se asume que la calidad de la materia prima es excelente, es por ello que el producto se caracteriza por su calidad.

¹⁶ Fuente: El emprendedor de éxito- Rafael Alcázar Rodríguez -5ta edición – Identificación de proveedores y cotizaciones.

7.8 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE CULTIVO



Fuente: Los autores

7.9 MANO DE OBRA REQUERIDA

El proceso de producción se realiza entre dos personas, yo y 1 persona más que es fija. La persona que es fija se encarga de todas las labores y mantenimiento del cultivo en el tema de fertilización, mantenimiento, riegos, limpieza; las otras dos personas supervisan las labores del operario 1, manejo de las dosis, compra de insumos, control de las

aplicaciones, evaluación del clima para aplicación de insumos, comercialización, calibración y mantenimiento de equipos.

Tabla 23. Mano de Obra Requerida										
Cargo	Número meses en el cargo primer año operación	Número de ocupantes del cargo	Número de ocupantes del cargo	Número de ocupantes del cargo	Número de ocupantes del cargo	Número de ocupantes del cargo	Salario Mensual	Salario Anual	Prestaciones	Costo Total,
Nómina										
Jefe de campo	9,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	908.526	10.902.312	4.238.892	15.141.204
Operario de campo 1	9,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	908.526	10.902.312	4.238.892	15.141.204
Operario de campo 2	9,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	908.526	10.902.312	4.238.892	15.141.204
Fuente: Los autores										

7.10 PROCEDIMIENTOS DE MEJORA CONTINUA

La calidad del producto se va a mantener, ya que se va a manejar unas buenas prácticas agrícolas como es el manejo de arvenses, aplicaciones correctas de insumos apegados al plan de fertilización anual dictado por el agrónomo, podas de formación, podas de mantenimiento, podas de aireación, que le permiten al producto estar en buen estado, tener un buen cuaje, gruesos del fruto, buen manejo de maquinaria para evitar daños en los árboles, teniendo buena calidad de personal con capacitaciones continuas que le permitan al empleado hacer su trabajo correcto y óptimo.

Además, se plantea certificar los predios para que exista un mayor valor agregado del pago de las frutas, como son las implementaciones de la BPA (Buenas Prácticas Agrícolas), el ICA (Instituto Colombiano Agropecuario), las GLOBAL GAP que son las normas agrícolas dedicadas a las Buenas Prácticas de Agricultura (GAP).

8 ESTUDIO FINANCIERO

8.1 PRECIOS DE VENTA

Tabla 24. Precio de venta							
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precios, Volúmenes y Ventas Totales							
Precio por Producto							
Precio	AGUACATE	\$ /	6.000	6.223	6.444	6.665	6.939
HASS POR KILO		unid.					

8.2 UNIDADES VENDIDAS POR PRODUCTO

Tabla 25. Unidades Vendidas Por Producto							
Unidades Vendidas por Producto			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades	AGUACATE	unid.	10.500	33.500	33.500	33.500	33.500
HASS POR KILO							

8.3 CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA

Tabla 26. Capacidad instalada y utilizada							
Capacidad Instalada y Utilizada			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capacidad Instalada			3.500	3.630	3.759	3.888	4.048
Maquinaria y Equipos	unid.						
Capacidad Utilizada			210	420	420	420	420
Maquinaria y Equipos	unid.						
% Utilización	%		6,0%	11,6%	11,2%	10,8%	10,4%
Capacidad Instalada							

Tabla 27. Variables Macroeconómicas					
	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
Índice de inflación	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%
Índice de Devaluación	-7,53%	-7,53%	-7,53%	-7,53%	-7,53%
IPP	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%
DTF T.A.	5,43%	5,43%	5,43%	5,43%	5,43%

Fuente: Cálculo los investigadores

8.4 TOTAL, VENTAS

Tabla 28. Total, ventas						
Total, Ventas		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio Promedio	\$	6.000,0	6.223,2	6.444,1	6.665,2	6.939,1
Ventas	unid.	10.500	33.500	33.500	33.500	33.500
Ventas	\$	63.000.000	208.477.200	215.878.141	223.282.761	232.459.682

8.5 CRONOGRAMA DE INVERSIÓN

Tabla 29. CRONOGRAMA DE INVERSIÓN										
CRONOGRAMA DE INVERSIONES DEL PROYECTO *	Unidad	Canti- dad	Precio Promedio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total,	Financiado con
Inversiones Fijas										
Infraestructura: Terrenos y Construcciones										
Terrenos										
Construcciones y Edificios	Unidad	2	500.000	1.000.000					1.000.000	Fondo Emprender
Adecuaciones y Mejoras	Unidad	4	2.250.000	9.000.000					9.000.000	Recursos Emprendedor
Subtotal, Infraestructura				10.000.000					10.000.000	
Maquinaria y Equipos										
Fumigadora estacionaria honda GP 200	Unidad	1	1.900.000	1.900.000					1.900.000	Fondo Emprender
Rollo de manguera 100 mtrs para estacionaria	Unidad	3	280.000	840.000					840.000	Fondo Emprender
Guadaña stihl F5 280	Unidad	1	3.200.000	3.200.000					3.200.000	Fondo Emprender
Motosierra MS 310 espada de 63 centímetros	Unidad	1	1.690.000	1.690.000					1.690.000	Fondo Emprender
Tijera para podar	Unidad	4	22.000	88.000					88.000	Fondo Emprender
Tijera para podar ramas altas balko	Unidad	1	125.000	125.000					125.000	Fondo Emprender
Canillera proteccion	Unidad	3	37.000	111.000					111.000	Fondo Emprender
Casco guadañador stihl	Unidad	3	195.000	585.000					585.000	Fondo Emprender
Bota plastica agricola bata	Unidad	3	27.000	81.000					81.000	Fondo Emprender

Tabla 29. CRONOGRAMA DE INVERSIÓN										
CRONOGRAMA DE INVERSIONES DEL PROYECTO *	Unidad	Canti- dad	Precio Promedio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total,	Financiado con
Tina plastica de 1000 litros supertank	Unidad	1	450.000	450.000					450.000	Fondo Emprender
Machetes	Unidad	3	20.000	60.000					60.000	Fondo Emprender
Pala redonda numero 2 con cabo de madera	Unidad	1	58.000	58.000					58.000	Fondo Emprender
Cubiertas	Unidad	3	13.000	39.000					39.000	Fondo Emprender
Guantes	Unidad	4	6.000	24.000					24.000	Fondo Emprender
Palin de hierro con cabo de hierro	Unidad	2	26.000	52.000					52.000	Fondo Emprender
Gramera	Unidad	2	22.000	44.000					44.000	Fondo Emprender
Pesa inalambrica de 400 kilos	Unidad	1	380.000	380.000					380.000	Fondo Emprender
Hidrolabadora hyundai 1523 PSI 1400 w 6.81	Unidad	1	310.000	310.000					310.000	Fondo Emprender
Estivas de madera 100*70 cm	Unidad	20	16.000	320.000					320.000	Fondo Emprender
Canastillas	Unidad	100	9.000	900.000					900.000	Fondo Emprender
Sistema de transporte de carga por cable aéreo	Unidad	1	35.400.000	35.400.000					35.400.000	Fondo Emprender
Cosechadora	Unidad	3	190.000	570.000					570.000	Fondo Emprender
Pala draga con cabo de madera	Unidad	2	50.000	100.000					100.000	Fondo Emprender

Tabla 30. CRONOGRAMA DE INVERSIÓN DE MUEBLES Y ENSERES										
Muebles y Enseres	Unidad	Canti- dad	Precio Promedio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total,	Financiado con
Muebles y Enseres	Unidad	1	289.900	289.900					289.900	Fondo Emprender
Sillas	Unidad	3	35.000	105.000					105.000	Fondo Emprender
SubTotal, Muebles y enseres				394.900					394.900	

Tabla 31. CRONOGRAMA DE INVERSIÓN DE EQUIPOS COMUNICACIONE, COMPUTACIÓN Y HERRAMIENTAS										
Equipos Comunicaciones, Computación y Herramientas	Unidad	Canti- dad	Precio Promedio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total,	Financiado con
(computador, impresora)	global	1	2.000.000	2.000.000					2.000.000	Fondo Emprender
SubTotal, Equipos Comunicaciones, Computación y Herramientas				2.000.000					2.000.000	

TABLA 32. CRONOGRAMA DE INVERSIÓN DE CULTIVOS PERMANENTES									
	Unidad	Canti- dad	Precio Promedio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total,
Semilla de aguacate Hass	Unidad	1.300	12.000	15.600.000					15.600.000
Semilla de aguacate Hass_aporte del emprendedor	Unidad	700	8.000	5.600.000					5.600.000
SubTotal, cultivos permanentes				21.200.000					21.200.000

TABLA 33. INVERSIONES CORRIENTES		
Inversión Corriente (Capital de Trabajo)		TOTAL,
Efectivo		- 27.814.907
Cuentas por cobrar		
Inventarios de Materia Primas		7.197.236
Inventarios de Productos en Proceso		5.614.907

TABLA 33. INVERSIONES CORRIENTES		
Inversión Corriente (Capital de Trabajo)		TOTAL,
Inventarios de Productos Terminados		
Total, Inversión Corriente		- 15.002.764

TABLA 34. INVERSIÓN DIFERIDA									
Inversión Diferida (Gastos Período Preoperativo)	Unidad	Canti- dad	Precio Promedio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total,
Gastos Notariales	Unidad	1	30.000	30.000					30.000
Matrícula Mercantil	Unidad	1	243.424	243.424					243.424
Gastos de Constitución	Unidad	1	500.000	500.000					500.000
Arrendamientos	Unidad	1	104.200	104.200					104.200
Nómina Empleados (no incluye Gerente)	Unidad	9	200.000	1.800.000					1.800.000
Nómina Operarios	Unidad	9	4.876.395	43.887.552					43.887.552
Nómina Gerente Emprendedor	Unidad	9	1.219.099	10.971.888					10.971.888
Honorarios Contador	Unidad	9	450.000	4.050.000					4.050.000
Servicios Públicos	Unidad	9	22.222	200.000					200.000
Dotaciones	Unidad	1	60.000	60.000					60.000
Sistema de Seguridad Industrial / Plan de Emergencia	Unidad	1	527.826	527.826					527.826
Seguro Todo Riesgo	Unidad	1	600.000	600.000					600.000
Publicidad y Mercadeo	global	1	400.000	400.000					400.000
Evento de Lanzamiento									
SubTotal, Diferidos Financiables Especificados				63.374.890					63.374.890

TABLA 35. DIFERIDOS NO FINANCIABLES					
Otros Diferidos No Financiables No Especificados	Unidad	Cant,	Precio promedio	AÑO 1	TOTAL,
Certificación Global Gap	global	1	4.000.000	4.000.000	4.000.000

8.6 TOTAL, INVERSIONES FIJAS

TABLA 36. TOTAL, INVERSIONES FIJAS			
		AÑO 1	TOTAL,
Total,, Inversiones Fijas		80.921.900	80.921.900

8.7 COSTOS UNITARIOS

TABLA 37. COSTOS UNITARIOS MP					
Costos Unitarios Materia Prima	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 6
	\$ / unidad	\$ / unidad	\$ / unidad	\$ / unidad	\$ / unidad
Costo MP AGUACATE HASS POR KILO	1.522	1.578	1.634	1.690	1.749
Costo Total, Promedio de Materia Prima	1521,60	1578,20	1634,23	1690,28	1748,88

8.8 COSTO UNITARIO AGUACATE HASS POR KILO

TABLA 38. COSTO UNITARIO AGUACATE HASS POR KILO												
Costos Unitarios Materia Prima (MP) e Insumos (I)	Unidad	Canti- dad	Vr	Vr	Vr	Vr	Vr	Vr	Vr	Vr	Vr	Vr
			Unitario	Unitario	Unitario	Unitario	Unitario	Unitario	Total,	Total,	Total,	Total,
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
AGUACATE HASS POR KILO												
Fertilizantes	KILO	0,20	2.200,00	2.281,84	2.362,85	2.443,89	2.544,33	435,60	451,80	467,84	483,89	503,78
Insecticidas	CC	6,00	80,00	82,98	85,92	88,87	92,87	480,00	497,86	515,53	533,21	557,21
Fungicidas	CC	5,40	40,00	41,49	42,96	44,43	44,43	216,00	224,04	231,99	239,95	239,95
Fertilizante foliar	CC	4,80	50,00	51,86	53,70	55,54	56,98	240,00	248,93	257,76	266,61	273,48
Coadyuvante	CC	3,00	50,00	51,86	53,70	55,54	58,15	150,00	155,58	161,10	166,63	174,46
Total,								1.521,60	1.578,20	1.634,23	1.690,28	1.748,88

8.9 COSTO MANO DE OBRA DIRECTA

TABLA 39. COSTO MANO DE OBRA DIRECTA										
Cargo	Número meses en el cargo primer año operación	Número de ocupantes del cargo	Número de ocupantes del cargo	Número de ocupantes del cargo	Número de ocupantes del cargo	Número de ocupantes del cargo	Salario Mensual	Salario Anual	Prestaciones	Costo Total,
Nómina										
Jefe de campo	9,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	908.526	10.902.312	4.238.892	15.141.204
Operario de campo 1	9,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	908.526	10.902.312	4.238.892	15.141.204
Operario de campo 2	9,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	908.526	10.902.312	4.238.892	15.141.204

Tabla 42. Total,, contratos			
Contrato	Número meses en el cargo primer año operación	Valor Mensual del Contrato	Valor Anual del Contrato
Contrato de Servicios Mano de Obra Directa			
Ingeniero agrónomo (1 visita al mes)	11	200.000	2.400.000

8.10 TOTAL,, COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA

Tabla 41.Total, Costo de Mano de Obra Directa	
Factor Prestacional - Componentes	
Prima	8,3%
Vacaciones	4,2%
Cesantias	8,3%
Interes cesantias	1,0%
pension 12%	12,0%
Riesgos profesionales	1,0%
Caja compensacion 4%	4,0%
Factor Prestacional Total,	38,9%

8.11 COSTO TOTAL, UNITARIO DE MANO DE OBRA DIRECTA POR PRODUCTO

Tabla 42. Total,, Costo Unitario De Mano De Obra Directa Por Producto						
Costo Unitario de Mano de Obra Directa por Producto	Duración Proc	Vr Unit	Vr Unit	Vr Unit	Vr Unit	Vr Unit
	Producción *	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Unitario MOD AGUACATE HASS POR KILO	120,00	3.454,07	1.487,53	1.542,86	1.597,64	1.652,44

Tabla 43. Costo Total, de Mano de Obra Directa por Producto					
Costo Total, de Mano de Obra Directa por Producto	Vr Unit	Vr Unit	Vr Unit	Vr Unit	Vr Unit
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Total, MOD AGUACATE HASS POR KILO	36.267.708,07	49.832.202,41	51.685.960,34	53.520.811,93	55.356.575,78

Tabla 44. Duración del proceso de producción por unidad de tiempo						
Duración del Proceso de Producción por Unidad de Tiempo	Valor unitario	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Duración Procesos Producción AGUACATE HASS POR KILO	120,00	1.260.000,00	4.020.000,00	4.020.000,00	4.020.000,00	4.020.000,00

8.12 PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN

TABLA 45. PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DEL PROYECTO						
	Proveedores	Deuda	Fondo Emprender ***	Capital Emprendedor	TOTAL,	Verificación
Inversiones Fijas *	0	0	49.721.900	9.000.000	80.921.900	
Verificación Inversiones Fijas **						58.721.900
Terrenos					-	-
Construcciones y Edificios					1.000.000	-
Adecuaciones y Mejoras				9.000.000	9.000.000	9.000.000
Maquinaria y Equipo			47.327.000		47.327.000	47.327.000
Muebles y Enseres			394.900		394.900	394.900
Equipo de Transporte y Carga					-	-
Equipos de Comunicaciones, Computación y Herramientas			2.000.000		2.000.000	2.000.000
Semovientes			0	0	-	-
Cultivos Permanentes					21.200.000	-
Inversión Corriente (Capital de Trabajo) *	0	0	7.197.236	0	(15.002.764)	

TABLA 45. PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DEL PROYECTO						
	Proveedores	Deuda	Fondo Emprender ***	Capital Emprendedor	TOTAL,	Verificación
Verificación Inversión Corriente **						7.197.236
Efectivo					(27.814.907)	-
Cuentas por cobrar					-	-
Inventarios de Materia Primas			7.197.236		7.197.236	7.197.236
Inventarios de Productos en Proceso					5.614.907	-
Inventarios de Productos Terminados					-	-
Inversión Diferida (Total, Gastos durante Período Preoperativo) *	0	0	62.601.466	4.773.424	67.374.890	
Verificación Inversión Diferida **						67.374.890
Gastos Notariales				30.000	30.000	30.000
Matrícula Mercantil				243.424	243.424	243.424
Gastos de Constitución				500.000	500.000	500.000
Arrendamientos			104.200		104.200	104.200
Nòmina Empleados (no incluye Gerente)			1.800.000		1.800.000	1.800.000
Nòmina Operarios			43.887.552		43.887.552	43.887.552

TABLA 45. PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DEL PROYECTO						
	Proveedores	Deuda	Fondo Emprender ***	Capital Emprendedor	TOTAL,	Verificación
Nómina Gerente Emprendedor			10.971.888		10.971.888	10.971.888
Honorarios Contador			4.050.000		4.050.000	4.050.000
Servicios Públicos			200.000		200.000	200.000
Dotaciones			60.000		60.000	60.000
Sistema de Seguridad Industrial / Plan de Emergencia			527.826		527.826	527.826
Seguro Todo Riesgo			600.000		600.000	600.000
Publicidad y Mercadeo			400.000		400.000	400.000
Evento de Lanzamiento					-	-
Otros Diferidos Financiables No Especificados				0	-	-
Otros Diferidos No Financiables				4.000.000	4.000.000	4.000.000
TOTAL, INVERSIONES	0	-	119.520.602	13.773.424	133.294.026	133.294.026
Verificación Total, Inversiones **	-	-	119.520.602	13.773.424		133.294.026
* Hay que distribuir el valor Total, de las inversiones fijas, corriente y diferida (Columna H) en las fuentes de financiación según los rubros financiables de acuerdo al Reglamento del Fondo						
** El valor de verificación debe coincidir con el valor de cada una de las inversiones (fijas, capital de trabajo y diferida) horizontalmente y con las fuentes de financiación verticalmente.						

TABLA 45. PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DEL PROYECTO						
	Proveedores	Deuda	Fondo Emprender ***	Capital Emprendedor	TOTAL,	Verificación
*** Tenga en cuenta para determinar los recursos máximos del Fondo Emprender el número de empleos generados por el proyecto.						
Salario Mínimo Mensual Legal Vigente (1)		908.526				
Monto Solicitado (2)		119.520.602				
Indice Número de Salarios Solicitados (2/1)		131,55				

8.13 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

Tabla 46. Salarios Colaboradores Administración y Ventas								
Factor Prestacional		38,9%						
Cargos Primer Año de Operación	Número meses en el cargo primer año operación	Número de Ocupantes	Salario Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administración								
Gerente (EMPRENDEDOR)	9,0	1,0	908.526	11.355.903	15.777.134	16.364.044	16.944.967	17.526.179

Tabla 47. Gastos de Administración						
Rubros	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos a empleados de administración		11.355.903	15.777.134	16.364.044	16.944.967	17.526.179
contador	450.000	4.050.000	4.282.875	4.529.140	4.789.566	5.064.966
Agua+ energía, telefonía e internet	100.000	900.000	951.750	1.006.476	1.064.348	1.125.548
suministros de oficina	10.000	120.000	126.900	134.197	141.913	150.073
dotación de administración * por 1 mes	60.000	60.000	126.900	134.197	141.913	150.073
Seguro todo riesgo	90.000	900.000	951.750	1.006.476	1.064.348	1.125.548
Seguridad y salud en el trabajo	266.667	1.066.668	1.128.001	1.192.861	1.261.451	1.333.984
Cargos por servicios bancarios	20.000	240.000	249.600	257.338	265.315	273.274
auxilio de transporte administrador	88.211	793.899	1.119.398	1.183.763	1.251.829	1.323.810
Arrendamientos	100.000	104.200	108.076	111.913	115.752	120.509
Total,		19.590.670	24.822.385	25.920.404	27.041.402	28.193.964

Tabla 48. Gastos de Ventas							
Rubros	% sobre Ventas	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos a empleados de ventas			0	0	0	0	0
Gastos Fijos de Ventas							
Publicidad		50.000	300.000	311.160	322.206	333.258	346.955

8.14 INVERSIONES FIJAS DE OPERACIÓN

Tabla 49. Inversiones fijas de operación	
	Año 0
Inversiones Fijas - Período de Operación	
Infraestructura: Terrenos y Construcciones	
Terrenos	0
Construcciones y Edificios	1.000.000
Adecuaciones y Mejoras	9.000.000
SubTotal, Infraestructura	10.000.000
Maquinaria y Equipos	
Fumigadora estacionaria honda GP 200	1.900.000
Rollo de manguera 100 mtrs para estacionaria	840.000
Guadaña stilhl F5 280	3.200.000
Motosierra MS 310 espada de 63 centímetros	1.690.000
Tijera para podar	88.000
Tijera para podar ramas altas balko	125.000
Canillera proteccion	111.000
Casco guadañador sthil	585.000
Bota plastica agricola bata	81.000
Tina plastica de 1000 litros supertank	450.000
Machetes	60.000
Pala redonda numero 2 con cabo de madera	58.000
Cubiertas	39.000
Guantes	24.000
Palin de hierro con cabo de hierro	52.000
Gramera	44.000
Pesa inalambrica de 400 kilos	380.000
Hidrolabadora hyundai 1523 PSI 1400 w 6.81	310.000

Tabla 49. Inversiones fijas de operación	
	Año 0
Estivas de madera 100*70 cm	320.000
Canastillas	900.000
Sistema de transporte de carga por cable aereo	35.400.000
Cosechadora	570.000
Pala draga con cabo de madera	100.000
	0
SubTotal, Maquinaria y Equipos	47.327.000
Muebles y Enseres	
Muebles y Enseres	289.900
Sillas	105.000
SubTotal, Muebles y Enseres	394.900
Equipo de Transporte y Carga	
SubTotal, Equipo de Transporte y Carga	0
Equipos Comunicaciones, Computación y Herramientas	
(computador, impresora)	2.000.000
SubTotal, Equipos de Comunicaciones, Computación y Herr	2.000.000
Semovientes Pie de Cría	
SubTotal, Semovientes	0
Cultivos Permanentes	
Semilla de aguacate Hass	15.600.000
Semilla de aguacate Hass_aporte del emprendedor	5.600.000
SubTotal, Cultivos Permanentes	21.200.000
Total, Inversiones Fijas	80.921.900
Inversión Diferida (Gastos Período Preoperativo)	
Gastos Notariales	30.000

Tabla 49. Inversiones fijas de operación	
	Año 0
Matrícula Mercantil	243.424
Gastos de Constitución	500.000
Arrendamientos	104.200
Nòmina Empleados (no incluye Gerente)	1.800.000
Nòmina Operarios	43.887.552
Nómina Gerente Emprendedor	10.971.888
Honorarios Contador	4.050.000
Servicios Públicos	200.000
Dotaciones	60.000
Sistema de Seguridad Industrial / Plan de Emergencia	527.826
Seguro Todo Riesgo	600.000
Publicidad y Mercadeo	400.000
Evento de Lanzamiento	0
SubTotal, Diferidos Financiables Especificados	63.374.890
SubTotal, Diferidos Financiables No Especificados	
	0
SubTotal, Otros Diferidos Financiables No Especificados	0
Otros Diferidos No Financiables No Especificados	
Certificación Global Gap	4.000.000
	0
SubTotal, Otros Diferidos No Financiables	4.000.000
Total,, Inversión Diferida	67.374.890
Total,, Inversión Fija + Diferida	148.296.790

8.15 CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 50. Capital de Trabajo							
CAPITAL DE TRABAJO		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital de Trabajo							
Cuentas por cobrar	Descripción						
Rotación Cartera Clientes	días		0	0	0	0	0
Cartera Clientes	\$	0	0	0	0	0	0
Cartera Clientes (Var.)	\$		0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar	%						
Provisión Cuentas por Cobrar	\$		0	0	0	0	0
Provisión Período	\$		0	0	0	0	0
Inventarios							
Invent. Prod. Final Rotación	días costo de ventas		0	0	0	0	0
Invent. Prod. Final	\$	0	0	0	0	0	0
Invent. Prod. Final Variación	\$		0	0	0	0	0
Invent. Prod. en Proceso Rotación	días costo producción		30	30	30	30	30
Invent. Prod. Proceso	\$	5.614.907	5.614.907	9.819.700	10.130.586	10.439.975	10.756.526
Invent. Prod. Proceso Variación	\$		0	-4.204.793	-310.886	-309.389	-316.551
Invent. Materia Prima Rotación	días costo MP consumida		120	30	30	30	30
Invent. Materia Prima	\$	7.197.236	7.197.236	4.756.218	4.588.132	4.744.491	4.908.659
Invent. Materia Prima Variación	\$		0	2.441.018	168.086	-156.359	-164.167
Total, Inventario	\$	12.812.143	12.812.143	14.575.918	14.718.718	15.184.466	15.665.185

Tabla 50. Capital de Trabajo							
CAPITAL DE TRABAJO		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar							
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	\$						
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar (Variación)	\$		0	0	0	0	0
Cuentas por Pagar							
Cuentas por Pagar Proveedores	días						
Cuentas por Pagar Proveedores	\$	0	0	0	0	0	0
Cuentas por Pagar Proveedores (Variación)	\$		0	0	0	0	0
Acreeedores Varios	\$						
Acreeedores Varios (Variación)	\$		0	0	0	0	0
Otros Pasivos	\$						
Otros Pasivos (Variación)	\$		0	0	0	0	0

8.16 ESTRUCTURA DE CAPITAL

Tabla 51. Estructura de Capital							
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Impuestos Renta							
Patrimonio	\$	13.773.424	-77.871.023	-12.363.769	33.242.122	80.563.151	130.706.254

Renta Presuntiva sobre patrimonio Liquido	%		1,50%	1,50%	1,50%	1,50%	1,50%
Renta Presuntiva	\$		206.601	-1.168.065	-185.457	498.632	1.208.447
Renta Liquida	\$		-91.644.447	65.507.255	68.068.493	70.628.401	74.840.452
Tarifa Impuesto de Renta	%		33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%
Impuesto Renta							
Impuestos por Pagar	\$		0	0	22.462.603	23.307.372	24.697.349
Pago de Impuesto Renta	\$		0	0	0	22.462.603	23.307.372
Estructura de Capital							
Capital Socios	\$	13.773.424	13.773.424	13.773.424	13.773.424	13.773.424	13.773.424
Capital Adicional Socios	\$		0	0	0	0	0
Obligaciones Fondo Emprender	\$	119.520.602	119.520.602	119.520.602	119.520.602	119.520.602	119.520.602
Obligaciones Financieras	\$	0			0	0	0
Patrimonio							
Capital Social	\$	13.773.424	13.773.424	13.773.424	13.773.424	13.773.424	13.773.424
Reserva Legal Acumulada	\$		0	0	6.550.725	6.886.712	6.886.712
Utilidades Retenidas	\$		0	-91.644.447	-32.687.918	12.581.986	59.903.015
Utilidades del Ejercicio	\$		-91.644.447	65.507.255	45.605.890	47.321.029	50.143.103
TOTAL, PATRIMONIO	\$						
Dividendos							
Utilidades Repartibles	\$		0	0	0	12.581.986	59.903.015
Dividendos	%		0%	0%	0%	0%	0%
Dividendos	\$		0	0	0	0	0

8.17 MÁRGENES DE PRODUCTOS

Tabla 51. Márgenes de productos						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MÁRGENES POR PRODUCTOS						

Tabla 51. Márgenes de productos						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto AGUACATE HASS POR KILO						
Ingresos AGUACATE HASS POR KILO		63.000.000	208.477.200	215.878.141	223.282.761	232.459.682
Costo Materia Prima Consumida AGUACATE HASS POR KILO		15.976.800	52.869.818	54.746.696	56.624.508	58.587.356
Mano de Obra AGUACATE HASS POR KILO		36.267.708	49.832.202	51.685.960	53.520.812	55.356.576
Margen \$ AGUACATE HASS POR KILO		10.755.492	105.775.180	109.445.484	113.137.441	118.515.751
Margen % AGUACATE HASS POR KILO		17,1%	50,7%	50,7%	50,7%	51,0%
Producto						
Ingresos		0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Consumida		0	0	0	0	0
Mano de Obra		0	0	0	0	0
Margen \$		0	0	0	0	0
Margen %		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Producto						
Ingresos		0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Consumida		0	0	0	0	0
Mano de Obra		0	0	0	0	0
Margen \$		0	0	0	0	0
Margen %		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Producto						
Ingresos		0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Consumida		0	0	0	0	0
Mano de Obra		0	0	0	0	0
Margen \$		0	0	0	0	0
Margen %		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Producto						

Tabla 51. Márgenes de productos						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Consumida		0	0	0	0	0
Mano de Obra		0	0	0	0	0
Margen \$		0	0	0	0	0
Margen %		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Producto						
Ingresos		0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Consumida		0	0	0	0	0
Mano de Obra		0	0	0	0	0
Margen \$		0	0	0	0	0
Margen %		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Producto						
Ingresos		0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Consumida		0	0	0	0	0
Mano de Obra		0	0	0	0	0
Margen \$		0	0	0	0	0
Margen %		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Producto						
Ingresos		0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Consumida		0	0	0	0	0
Mano de Obra		0	0	0	0	0
Margen \$		0	0	0	0	0
Margen %		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Producto						
Ingresos		0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Consumida		0	0	0	0	0
Mano de Obra		0	0	0	0	0

Tabla 51. Márgenes de productos						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen \$		0	0	0	0	0
Margen %		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Producto						
Ingresos		0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Consumida		0	0	0	0	0
Mano de Obra		0	0	0	0	0
Margen \$		0	0	0	0	0
Margen %		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
RESUMEN Productos						
Ingresos Productos		63.000.000	208.477.200	215.878.141	223.282.761	232.459.682
Costo Materia Prima Consumida Productos		15.976.800	52.869.818	54.746.696	56.624.508	58.587.356
Mano de Obra Productos		36.267.708	49.832.202	51.685.960	53.520.812	55.356.576
Margen \$ Productos		10.755.492	105.775.180	109.445.484	113.137.441	118.515.751
Margen % Productos		17,1%	50,7%	50,7%	50,7%	51,0%

8.18 ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 52. Estado de resultados					
ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	63.000.000	208.477.200	215.878.141	223.282.761	232.459.682
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	52.244.508	102.702.020	106.432.657	110.145.320	113.943.931
Depreciación	10.894.380	10.894.380	10.894.380	10.894.380	10.894.380
Agotamiento	4.240.000	4.240.000	4.240.000	4.240.000	4.240.000
Costos de Fabricación	0	0	0	0	0
Utilidad Bruta	-4.378.888	90.640.800	94.311.104	98.003.061	103.381.371
Gasto de Administración	19.590.670	24.822.385	25.920.404	27.041.402	28.193.964
Gastos de Ventas	300.000	311.160	322.206	333.258	346.955
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Diferidos	67.374.890	0	0	0	0
Utilidad Operativa	-91.644.447	65.507.255	68.068.493	70.628.401	74.840.452
Otros ingresos	0	0	0	0	0
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	-91.644.447	65.507.255	68.068.493	70.628.401	74.840.452
Impuesto renta	0	0	22.462.603	23.307.372	24.697.349
Utilidad Neta Final	-91.644.447	65.507.255	45.605.890	47.321.029	50.143.103

8.19 BALANCE GENERAL

Tabla 53. Balance General						
BALANCE GENERAL	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo						
Efectivo	-27.814.907	-36.950.085	41.927.776	124.987.848	187.822.278	254.009.020
Cuentas x Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas x Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	7.197.236	7.197.236	4.756.218	4.588.132	4.744.491	4.908.659
Inventarios de Producto en Proceso	5.614.907	5.614.907	9.819.700	10.130.586	10.439.975	10.756.526
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras C x C		0	0	0	0	0
Total, Activo Corriente:	-15.002.764	-24.137.942	56.503.693	139.706.566	203.006.744	269.674.204
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	1.000.000	950.000	900.000	850.000	800.000	750.000
Adecuaciones y mejoras	9.000.000	8.100.000	7.200.000	6.300.000	5.400.000	4.500.000
Maquinaria y Equipo de Operación	47.327.000	37.861.600	28.396.200	18.930.800	9.465.400	0
Muebles y Enseres	394.900	315.920	236.940	157.960	78.980	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	2.000.000	1.600.000	1.200.000	800.000	400.000	0
Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	21.200.000	16.960.000	12.720.000	8.480.000	4.240.000	0
Total,, Activos Fijos:	80.921.900	65.787.520	50.653.140	35.518.760	20.384.380	5.250.000
Total, Inversión Diferida:	67.374.890	0	0	0	0	0

Tabla 53. Balance General						
BALANCE GENERAL	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total, Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	133.294.026	41.649.578	107.156.833	175.225.326	223.391.124	274.924.204
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	0	0	22.462.603	23.307.372	24.697.349
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
Obligacion Fondo Emprender (Contingente)	119.520.602	119.520.602	119.520.602	119.520.602	119.520.602	119.520.602
PASIVO	119.520.602	119.520.602	119.520.602	141.983.204	142.827.974	144.217.951
Patrimonio						
Capital Social	13.773.424	13.773.424	13.773.424	13.773.424	13.773.424	13.773.424
Reserva Legal Acumulada	0	0	0	6.550.725	6.886.712	6.886.712
Utilidades Retenidas	0	0	-91.644.447	-32.687.918	12.581.986	59.903.015
Utilidades del Ejercicio	0	-91.644.447	65.507.255	45.605.890	47.321.029	50.143.103
Revalorizacion patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	13.773.424	-77.871.023	-12.363.769	33.242.122	80.563.151	130.706.254
PASIVO + PATRIMONIO	133.294.026	41.649.578	107.156.833	175.225.326	223.391.124	274.924.204

8.20 FLUJO DE CAJA

Tabla 54. Flujo de Caja						
FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		-91.644.447	65.507.255	68.068.493	70.628.401	74.840.452
Depreciaciones		10.894.380	10.894.380	10.894.380	10.894.380	10.894.380
Amortización Diferidos		67.374.890	0	0	0	0
Agotamiento		4.240.000	4.240.000	4.240.000	4.240.000	4.240.000
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	0	0	-22.462.603	-23.307.372
Neto Flujo de Caja Operativo		-9.135.178	80.641.635	83.202.873	63.300.178	66.667.460
Flujo de Caja Inversión						
Variacion Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Variacion Inv. Materias Primas e insumos	-7.197.236	0	2.441.018	168.086	-156.359	-164.167
Variacion Inv. Prod. En Proceso	-5.614.907	0	-4.204.793	-310.886	-309.389	-316.551
Variacion Inv. Prod. Terminados	0	0	0	0	0	0
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar	0	0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	-12.812.143	0	-1.763.774	-142.801	-465.748	-480.718
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	-1.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Adecuaciones y Mejoras	-9.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-47.327.000	0	0	0	0	0

Tabla 54. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión en Muebles	-394.900	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-2.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	-21.200.000	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos	-80.921.900	0	0	0	0	0
Inversión Diferida	-67.374.890	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	- 161.108.933	0	-1.763.774	-142.801	-465.748	-480.718
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	119.520.602					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados		0	0	0	0	0
Capital	13.773.424	0	0	0	0	0
Otros Ingresos No Operacionales		0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	133.294.026	0	0	0	0	0
Neto Periodo	-27.814.907	-9.135.178	78.877.860	83.060.072	62.834.430	66.186.741
Saldo anterior		-27.814.907	-36.950.085	41.927.776	124.987.848	187.822.278
Saldo siguiente	-27.814.907	-36.950.085	41.927.776	124.987.848	187.822.278	254.009.020

8.21 PRODUCCIÓN

Tabla 55. Producción							
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Variables Unitarios							
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ / unid.		1.521,6	1.578,2	1.634,2	1.690,3	1.748,9
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$ / unid.		3.454,07	1.487,53	1.542,86	1.597,64	1.652,44
Materia Prima y M.O.	\$ / unid.		4.975,7	3.065,7	3.177,1	3.287,9	3.401,3
Costos Producción Inventariables							
Unidades Producidas Estimadas			11.628	34.872	33.598	33.594	33.593
Compras Materia Prima			28.788.943	54.633.592	54.889.497	57.090.256	59.068.074
Costo de la Materia Prima Consumida (CMPC)			21.591.707	57.074.611	55.057.583	56.933.897	58.903.907
Materia Prima de lo vendido	\$		15.976.800	52.869.818	54.746.696	56.624.508	58.587.356
Mano de Obra	\$		36.267.708	49.832.202	51.685.960	53.520.812	55.356.576
Costo MP + MO (de lo vendido)	\$		52.244.508	102.702.020	106.432.657	110.145.320	113.943.931
Depreciación	\$		10.894.380	10.894.380	10.894.380	10.894.380	10.894.380
Agotamiento	\$		4.240.000	4.240.000	4.240.000	4.240.000	4.240.000
Costos de Producción			0	0	0	0	0
Costo de Manufactura			72.993.795	122.041.193	121.877.923	125.589.089	129.394.862
Costo de Producción			67.378.888	117.836.400	121.567.037	125.279.700	129.078.311
Total Costo de Ventas	\$		67.378.888	117.836.400	121.567.037	125.279.700	129.078.311
Margen Bruto	\$		-6,95%	43,48%	43,69%	43,89%	44,47%

Tabla 55. Producción							
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Ventas							
Inventario Inicial de MP			0	7.197.236	4.756.218	4.588.132	4.744.491
más Compras			28.788.943	54.633.592	54.889.497	57.090.256	59.068.074
Inventario Final de MP			7.197.236	4.756.218	4.588.132	4.744.491	4.908.659
Costo de la MP Consumida			21.591.707	57.074.611	55.057.583	56.933.897	58.903.907
Mano de Obra Directa			36.267.708	49.832.202	51.685.960	53.520.812	55.356.576
Depreciación + Agotamiento			15.134.380	15.134.380	15.134.380	15.134.380	15.134.380
Costos de Fabricación			0	0	0	0	0
Costo de Manufactura			72.993.795	122.041.193	121.877.923	125.589.089	129.394.862
Inventario Inicial de PP			0	5.614.907	9.819.700	10.130.586	10.439.975
Inventario Final de PP			5.614.907	9.819.700	10.130.586	10.439.975	10.756.526
Costo de Producción			67.378.888	117.836.400	121.567.037	125.279.700	129.078.311
Inventario Inicial de PT			0	0	0	0	0
Inventario Final de PT			0	0	0	0	0
Costo de Ventas			67.378.888	117.836.400	121.567.037	125.279.700	129.078.311

8.22 SALIDAS

Tabla 56. Salidas						
Supuestos Macroeconómicos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Variación Anual IPC		4,20%	3,72%	3,55%	3,43%	4,11%
Devaluación		4,40%	3,90%	3,80%	4,25%	4,50%
Variación PIB		2,60%	3,00%	3,90%	4,60%	4,70%
DTF ATA		4,59%	4,81%	5,00%	5,11%	4,86%
Supuestos Operativos						
Variación precios		N.A.	3,7%	3,6%	3,4%	4,1%
Variación Cantidades vendidas		N.A.	219,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Variación costos de producción		N.A.	74,9%	3,2%	3,1%	3,0%
Variación Gastos Administrativos		N.A.	26,7%	4,4%	4,3%	4,3%
Rotación Cartera (días)		0	0	0	0	0
Rotación Proveedores (días)		0	0	0	0	0
Rotación inventarios (días del Costo de Ventas)		68,5	44,5	43,6	43,6	43,7
Indicadores Financieros Proyectados						
Liquidez - Razón Corriente		N.A.	N.A.	6,2	8,7	10,9
Prueba Acida		0,0	0,0	5,6	8,1	10,3
Rotación cartera (días de ventas),		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rotación Inventarios (días del Costo de Ventas)		68,5	44,5	43,6	43,6	43,7
Rotacion Proveedores (días del Costo de MP Consumida)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Tabla 56. Salidas						
Supuestos Macroeconómicos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nivel de Endeudamiento Total		287,0%	111,5%	81,0%	63,9%	52,5%
Concentración Corto Plazo		0%	0%	16%	16%	17%
Ebitda / Gastos Financieros		N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Ebitda / Servicio de Deuda		N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Rentabilidad Operacional		-145,5%	31,4%	31,5%	31,6%	32,2%
Rentabilidad Neta		-145,5%	31,4%	21,1%	21,2%	21,6%
Rentabilidad Patrimonio		117,7%	-529,8%	137,2%	58,7%	38,4%
Rentabilidad del Activo		-220,0%	61,1%	26,0%	21,2%	18,2%
Flujo de Caja y Rentabilidad						
Flujo de Operación		- 91.644.447	65.507.255	68.068.493	70.628.401	74.840.452
Impuestos		0	0	0	22.462.603	23.307.372
Utilidades después de impuestos		- 91.644.447	65.507.255	68.068.493	48.165.798	51.533.080
Depreciac + Amortizac + Agotamiento + Provisiones		82.509.270	15.134.380	15.134.380	15.134.380	15.134.380
Flujo de Inversión	- 133.294.026	0	-1.763.774	-142.801	-465.748	-7.380.441
Flujo de Financiación	133.294.026	0	0	0	0	0
Flujo de caja para evaluación	- 133.294.026	-9.135.178	78.877.860	83.060.072	62.834.430	59.287.019

Tabla 56. Salidas						
Supuestos Macroeconómicos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tasa de descuento Utilizada		9%	9%	9%	9%	9%
Factor	1,00	1,09	1,19	1,30	1,41	1,54
Flujo de caja descontado	- 133.294.026	-8.380.897	66.389.917	64.137.616	44.513.494	38.532.495
Criterios de Decisión						
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	9%					
TIR (Tasa Interna de Retorno)	24,29%					
VAN (Valor actual neto)	71.898.599					
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2,42					
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación). en meses	3 mes					
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	89,67%					
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	12 mes					
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes).	36 mes					

8.23 DEUDAS

Tabla 57. Deudas						
Deuda	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
DTF T.A. + puntos		4,59%	4,81%	5,00%	5,11%	4,86%
DTF EA		4,72%	4,96%	5,16%	5,28%	5,01%
Nueva Deuda Final año	0	0	0	0	0	0

8.24 DIFERIDOS

Tabla 58. Diferidos						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos durante el período						
Permanentes	67.374.890	0	0	0	0	0

9 CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio de factibilidad del presente proyecto, se tiene información necesaria, eficaz y suficiente que permita llegar a las siguientes conclusiones:

- Una vez elaborado el estudio de mercado se determina que el nivel de conocimiento del producto por parte del consumidor objetivo es significativo, por lo tanto, se puede decir que si existe un mercado objetivo para el aguacate hass de la empresa Green Fruit.
- Una vez establecido el sistema de producción permitió llevar un control de la creación del producto empezando por los insumos, la transformación y el resultado llevando una secuencia cronológica satisfaciendo las necesidades de los clientes
- Se definió el modelo organizacional y a su vez permitió el direccionamiento estratégico en lo referente a la misión, objetivos y estrategias.
- De acuerdo al diseño del sistema contable y financiero permitió establecer que la factibilidad económica del proyecto se mantiene, incluso frente a eventuales variaciones en el precio de venta, cantidades y gastos operativos; como lo demuestra la simulación empresarial realizada.
- Se formula un plan de acción para establecer el negocio de tal manera que se realice una evaluación continua del proceso de ejecución del proyecto de acuerdo con las tareas que se deben realizar, asignando responsables, tiempo y recursos para el logro de los objetivos.

10 RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar un plan de marketing que dé a conocer el producto al consumidor objetivo, con el fin de potencializar la comercialización de los productos y así generar mayores beneficios a la población del Centro del Departamento del Valle del Cauca y a su vez garantizar la factibilidad del presente proyecto.
- Obtener una amplia innovación tecnológica, que permita desarrollo, diferenciación de la competencia, información tiempo real, productividad y ventaja competitiva.
- Realizar alianzas estratégicas, con el fin de generar ventajas competitivas y mayores oportunidades.
- Por último, se recomienda implementar el proyecto, por su alta rentabilidad ante diferentes escenarios.

11 BIBLIOGRAFIA

Alcázar Rodríguez, Rafael Eduardo El emprendedor de éxito quinta edición ISBN: 978-607-15-1278-9 Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Reg Núm. 736 Impreso en México

Méndez, Carlos Eduardo Metodología; diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales/ Carlos Eduardo Méndez Álvarez. 4ta. Ed. México: Limusa 2009 ISBN-13: 978-968-18-7177-2

Varela V., Rodrigo Innovación Empresarial, Arte y ciencia en la creación de empresas— 3a ed. —Pearson Educación de Colombia, Ltda, © 2008 ISBN: 978-958-699-101-9

Ahoy, Christopher, Administración de operaciones enfocadas en el cliente, México, McGraw-Hill, 2009.

Álvarez, Marín, Manual de planeación estratégica, México, Panorama Editorial, 2006

Chesbrough H, Rosenbloom RS, “The role of the business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation’s technology spin-off companies”, Industrial & Corporate Change 11, 2001, pp. 529-555.

Dessler, Gary, Administración de recursos humanos, México, Pearson, 2009.

Osterwalder, Alexander y Yves Pigneur, “Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers”, 2009, en www.businessmodelgeneration.com, consultado el 11 de noviembre de 2010.

Puchol, Luis, El libro del emprendedor, cómo crear tu empresa y convertirte en tu propio jefe, 2a. ed., España, Editorial Díaz de Santos, 2005.

Rodríguez Rocha, José Francisco, Manual de contabilidad práctica, México, Editorial Trillas, 2009.

Serrak, Guy, Diccionario de mercadotecnia, México, Editorial Trillas, 2008. Tabrizi, Bahnam, La empresa en tiempo real, México, 2007.

<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=NORMAS+ICONTEC>

12 ANEXOS

Anexo evidencia fotográfica















