

**ALTERNATIVAS DE INVERSIÓN Y DE FINANCIACIÓN PARA LA
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHOCLO MOLIDO, EN EL
MUNICIPIO DE ZARZAL VALLE DEL CAUCA 2014**

ERICA ANDREA GARCIA HOYOLA

DIANA CAROLINA VILLALBA ZAMUDIO

UNIVERSIDAD DEL VALLE

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

CONTADURIA PUBLICA- 3842

ZARZAL VALLE

2014

**ALTERNATIVAS DE INVERSIÓN Y DE FINANCIACIÓN PARA LA
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHOCLO MOLIDO, EN EL
MUNICIPIO DE ZARZAL VALLE DEL CAUCA 2014**

ERICA ANDREA GARCIA HOYOLA

DIANA CAROLINA VILLALBA ZAMUDIO

MONOGRAFIA

DIRECTORA

**NELSY DUQUE CARVAJAL
CONTADORA PÚBLICA**

UNIVERSIDAD DEL VALLE

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

CONTADURIA PUBLICA- 3842

ZARZAL VALLE

2014

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

FECHA ENTREGA, REVISADO

DEDICATORIA

Dedicó este trabajo de Grado a mis Padres y a mi hermano, por sus esfuerzos, su confianza y apoyo incondicional.

A los profesores por el infinito conocimiento aportado en cada una de las etapas de la carrera.

A ti Erica Andrea García, amiga y compañera de tesis, por haber emprendido este proyecto juntas, el que concluimos con éxito.

A todas aquellas personas que compartieron sus conocimientos y acompañamiento durante el proceso de formación profesional.

Diana Carolina Villalba

En la culminación de esta etapa de aprendizaje quisiera dedicar mi trabajo y esfuerzo en primer lugar a Dios quien hoy permite esta finalización, a todas aquellas personas que me han acompañado a lo largo de mi carrera y agradecer de antemano su apoyo incondicional, entre ellas a:

Mi familia quienes con su fortaleza inquebrantable, la unión de esfuerzos y la mejor actitud ante situaciones adversas, me ofrecieron un

confortable ambiente y las condiciones necesarias para llevar a cabo esta etapa educativa.

A los amigos con quienes logramos construir un estrecho lazo de amistad, quienes fueron guías, compañeros y cómplices de la travesía “universidad”, quienes me hicieron reír pero también llorar a lo mejor con sus verdades o mentiras y mostraron con sus experiencias de vida la realidad del mundo.

A Francy Viviana Pérez, Nelly Lizeth Arias y Jhon Edwin Ramírez, todos tan particulares y especiales para mí; por su amistad incondicional, alegría y acompañamiento.

A la compañera Diana Carolina Villalba por su paciencia y dedicación, con quien viví los momentos de luz y el proceso de realización, corrigiéndonos y aprendiendo mutuamente.

A los docentes y la asesora Nelsy Duque quién oriento con empeño y amplio conocimiento este proyecto resultado de nuestra formación profesional.

Erica Andrea García

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darnos la vida, la salud, sabiduría y ser nuestro guía espiritual.

A nuestras familias por ser nuestro pilar durante toda la carrera profesional.

A todos los profesores que influyeron con sus lecciones y experiencias en formarnos, a la profesora y asesora Nelsy Duque, por su atención, colaboración y contribución en el desarrollo de este proyecto.

Gracias a todas las personas que de alguna manera fueron partícipes en este proceso de formación académica.

TABLA DE CONTENIDO

0. INTRODUCCIÓN	20
1. ANTECEDENTES	21
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	24
2.1 APROXIMACIÓN AL PROBLEMA	24
2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	25
2.3 SISTEMATIZACIÓN	25
3. OBJETIVOS	27
3.1 OBJETIVOS GENERALES	27
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	27
4. JUSTIFICACIÓN	28
5. MARCOS REFERENCIALES	30
5.1 MARCO TEÓRICO	30
5.1.1 El espíritu empresarial	30
5.1.2 El plan de negocios	31
5.1.3 Alcances del estudio de proyecto	33
5.1.4 Fuentes de financiación	33
5.1.5 Análisis estructural	34
5.1.6 Descripción y características del maíz	35
5.2 MARCO LEGAL	38
5.2.1 Normatividad para el emprendimiento y funcionamiento de empresas	38
5.2.2 Disposiciones legales sobre los comerciantes, actividades de comercio y tipos de sociedades.	38

5.2.3	Reglamentación de salubridad en las empresas de alimentos	39
5.2.4	Estímulos otorgados por el gobierno nacional	39
5.2.5	Tributarios	39
5.3	MARCO GEOGRÁFICO Y DEMOGRÁFICO	40
5.3.1	Aspectos geográficos	40
5.3.2	Aspectos demográficos	41
6.	DISEÑO METODOLOGICO	43
6.1	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	43
6.2	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	43
6.3	FUENTES Y TECNICAS DE INVESTIGACIÓN	44
6.3.1	Fuentes	44
6.3.2	Técnicas	45
6.4	TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	45
6.4.1	Calculo de la muestra	46
6.4.2	Variables a utilizar	46
7.	ANALISIS EXTERNO	50
7.1	ANALISIS MACRO	51
7.1.1	Entorno económico	51
7.1.2	Entorno político – legal	57
7.1.3	Entorno ambiental	59
7.1.4	Entorno tecnológico	60
7.1.5	Entorno social	61
7.1.6	Entorno cultural	64
7.1.6.1	Colombia un país mega diverso en maíz	65

7.1.7 Entorno demográfico	65
7.2 ANALISIS MICRO	71
7.2.1 Fuerzas de Porter	71
7.2.2 Diamante de Porter	77
8. ALTERNATIVAS DE INVERSION Y FINANCIACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHOCLO MOLIDO, EN EL MUNICIPIO DE ZARZAL VALLE DEL CAUCA 2014.	80
8.1 ESTUDIO DE MERCADO	80
8.1.1 Tabulación e interpretación de encuestas	81
8.1.2 Mercado objetivo	100
8.1.3 El producto	101
8.1.4 Relación de la oferta y la demanda	102
8.1.4.1 La oferta	102
8.1.4.2 La Demanda	102
8.1.5 Criterios para fijación del precio	103
8.1.6 Realizar estrategias de publicidad	103
8.1.7 Determinar los posibles canales de distribución	104
8.2 REQUERIMIENTOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS Y LEGALES	106
8.2.1 Estudio técnico	106
8.2.1.1 Ficha técnica del producto	106
8.2.1.2 Descripción del proceso	107
8.2.1.3 El proceso productivo	109
8.2.1.4 Microlocalización	109
8.2.1.5 Tecnología	110
8.2.2 Estudio administrativo	122

8.2.2.1 Estructura organizacional	122
8.2.2.2 Manual de funciones y competencias	123
8.2.3 Estudio legal	127
8.3 VIABILIDAD DE ALTERNATIVAS DE INVERSION Y DE FINANCIACION EN LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CHOCLO MOLIDO	131
8.3.1 Viabilidad del proyecto con la representación de la estructura financiera (60% recursos propios - 40% recursos externos)	132
8.3.1.1 Inversión inicial	132
8.3.1.2 Balance inicial	133
8.3.1.3 Proyección de la demanda y participación en el mercado	134
8.3.1.4 Requerimiento para la producción	135
8.3.1.5 Ingresos	136
8.3.1.6 Cartera	136
8.3.1.7 Política de inventarios	137
8.3.1.8 Gastos y costos	137
8.3.1.9 Nomina administrativa y de ventas	140
8.3.1.10 Flujo de caja	141
8.3.1.11 Estados financieros proyectados	143
8.3.2 Alternativas de inversión	147
8.4 DESCRIPCION DE LOS ESCENARIOS FAVORABLES Y DESFAVORABLES	150
9. CONCLUSIONES	151
10. RECOMENDACIONES	153
11. BIBLIOGRAFÍA	154
12. CIBERGRAFÍA	158

LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pág.
Ilustración 1. Ubicación geográfica- Zarzal Valle	40
Ilustración 2. Diamante de Porter	78
Ilustración 3. Interrelación de las variables de las fuerzas competitivas	79

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Composición del maíz por cada 100 gr.	37
Cuadro 2. Fórmula para calcular la muestra.	47
Cuadro 3. Distribución de la población por grupos de edad.	48
Cuadro 4. Estratificación del municipio por grupo de edad	49
Cuadro 5. Comportamiento anual del PIB por Ramas de Actividad Económica	53
Cuadro 6. Evolución de la economía Colombiana 2001-2012	54
Cuadro 7. Inflación 2012 en Colombia	55
Cuadro 8. Inflación 2011 en Colombia	55
Cuadro 9. Índice de inflación 1965 – 2012	56
Cuadro 10. IPP mensual y anual 2010-2012	57
Cuadro 11. Trámites requeridos para la creación de empresa	58
Cuadro 12. Matriz del entorno	67
Cuadro 13. Competidores del sector	73
Cuadro 14. Proveedores	74
Cuadro 15. Poder de negociación de los compradores	75
Cuadro 16. Productos sustitutos.	77
Cuadro 17. ¿Su edad oscila entre?	81
Cuadro 18. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	83
Cuadro 19. ¿Cree que su alimentación es 100% saludable?	84

Cuadro 20. De acuerdo con su ritmo de vida, ¿Requiere de productos de fácil preparación?	85
Cuadro 21. ¿Cuál de estos productos consume cotidianamente?	86
Cuadro 22. Si su respuesta a la pregunta anterior, fue e, responda: ¿Por qué consume este producto?	87
Cuadro 23. ¿Qué piensa usted de la introducción del choclo molido al mercado actual?	89
Cuadro 24. ¿Conoce usted los productos derivados del choclo molido y sus diferentes preparaciones (tortas, arepas, envueltos, cremas, coladas, natilla, entre otros)?	90
Cuadro 25. Si su respuesta en la pregunta anterior fue SI, responda: ¿El choclo molido conlleva a la fácil preparación y al ahorro de tiempo?	91
Cuadro 26. ¿Considera que complementa su esquema nutricional?	92
Cuadro 27. ¿Conoce usted algún lugar en el municipio de Zarzal donde pueda adquirir choclo con las siguientes características molido, presentación de una (1) libra, 100% natural, sin colorantes, ni conservantes?	93
Cuadro 28. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una libra de choclo molido con las características anteriormente descritas?	94
Cuadro 29. ¿Con qué frecuencia consumiría el choclo molido?	96

Cuadro 30. ¿En promedio de cuantas libras de choclo molido consumiría a la semana?	97
Cuadro 31. De existir una nueva empresa que le proporcione choclo molido, 100% natural, sin colorantes, ni conservantes, de fácil preparación y que contribuya a complementar su esquema nutricional. ¿Estaría dispuesto a adquirirlo o comprarlo?	98
Cuadro 32. Canal de distribución para el proyecto	105
Cuadro 33. Flujograma del proceso de elaboración del choclo molido	108
Cuadro 34. Datos técnicos de la maquina llenadora de productos de alta viscosidad	112
Cuadro 35. Tipos de sociedades	130
Cuadro 36. Inversión inicial	132
Cuadro 37. Balance inicial	133
Cuadro 38. Proyección de la demanda y participación en el mercado	134
Cuadro 39. Costo por unidad	135
Cuadro 40. Ingresos	136
Cuadro 41. Cartera	136
Cuadro 42. Política de inventario	137
Cuadro 43. Costos y gastos	138
CUADRO 44. Gastos nómina Operarios	140
CUADRO 45. Gastos nómina administrativo	140

Cuadro 46. Flujo de caja	141
Cuadro 47. Estado de resultado y flujo de fondos	143
Cuadro 48. Balance general proyectado	144
Cuadro 49. WACC: Costo promedio ponderado de capital	146
Cuadro 50. VPN- TIR. Modelo estándar	146
Cuadro 51. Primera alternativa. 70% recursos propios – 30% recursos externos.	148
Cuadro 52. Segunda alternativa. 100 % financiado.	148
Cuadro 53. Tercera alternativa. Sin financiación.	148
Cuadro 54. Cuarta alternativa. Participación 15%.	149
Cuadro 55. Quinta alternativa. Participación 10%.	149

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. El entorno externo está conformado por un micro entorno y un macro entorno.	50
Figura 2. Presentación del producto.	101
Figura 3. Diseño de volantes	104
Figura 4. Posibles canales de distribución	105
Figura 5. Etiqueta o Stiker	107
Figura 6. Planta de producción	110
Figura 7. Molino eléctrico	111
Figura 8. Llenadora de líquidos	113
Figura 9. Congeladora industrial	114
Figura 10. Escritorio	115
Figura 11. Silla ejecutiva	115
Figura 12. Sillas de espera	116
Figura 13. Archivador	117
Figura 14. Ventilador	117
Figura 15. Teléfono inalámbrico fax	118
Figura 16. Computador portátil	118
Figura 17. Transporte de carga liviana	119
Figura 18. Dotación	119
Figura 19. Delantal	120

Figura 20. Guantes de nitrilo negro	120
Figura 21. Overol	121
Figura 22. Tapabocas antiséptico	121
Figura 23. Gorro multifuncional	122

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Participación de la población por intervalos de edad	82
Gráfica 2. Participación de la población por estratos	83
Gráfica 3. Estimación de alimentación 100% saludable	84
Gráfica 4. Valoración de la necesidad de productos de fácil preparación	85
Gráfica 5. Estimación del consumo de productos	87
Gráfica 6. Aceptación del choclo molido	88
Gráfica 7. Opiniones sobre el choclo molido en el mercado actual	90
Gráfica 8. Identificación del nivel de conocimiento del choclo molido	91
Gráfica 9. Consideración del ahorro de tiempo y fácil preparación en el consumo del choclo molido	92
Gráfica 10. Estimación de las bondades nutritivas del choclo molido al esquema nutricional de los encuestados	93
Gráfica 11. Identificación de competencia a través de los encuestados	94
Gráfica 12. Disposición económica de los participantes para adquirir el producto	95
Gráfica 13. Frecuencia de consumo	96
Gráfica 14. Consumo promedio semanal	98
Gráfica 15. Aceptación del nuevo negocio	99
Gráfica 16. Grupos etareos	100
Gráfica 17. Organigrama	123

INTRODUCCIÓN

En el municipio de Zarzal Valle del Cauca, se encuentran localizadas grandes, medianas y pequeñas empresas dedicadas a diferentes actividades, que brindan numerosas oportunidades a sus habitantes, como lo son la industria, la agricultura, la pecuaria, el comercio, telecomunicaciones, transporte, mecánica, salud, aseo, producción y venta de alimentos para el consumo humano, entre otras. Todas estas organizaciones son las encargadas de fomentar el empleo y proporcionar una adecuada calidad de vida a los individuos de la región, es relativo mencionar otras actividades que son de una manera u otra poco aprovechadas teniendo en cuenta el potencial que posee el municipio en cuanto a producción agrícola, dentro de estas se hace notoria la ausencia de actividades como la producción y comercialización de Choclo Molido; de la cual se puede decir que otorga alternativas de negocio, ésta es de fácil realización, en otras palabras su proceso no es complejo y adicionalmente se lleva a cabo con poco personal, por tanto se analizó las alternativas de negocio para los inversionistas en la producción de Choclo Molido en el municipio de Zarzal, y de esta manera contribuir al crecimiento económico y al avance social de la región.

Para lograr el objetivo propuesto, se realizó un estudio de mercado, considerando la información obtenida de las teorías aplicables a la situación y la interacción con las personas ubicadas en la zona, basándose inicialmente en los datos históricos, con el fin de que puedan realizarse comparaciones que generen información confiable, de igual manera se tuvo en cuenta el nivel de aceptación del producto, resultado de una serie de cuestionamientos a los individuos conformantes del municipio. A través de los resultados generados en el estudio de mercado se determinaron los requerimientos técnicos del proyecto y se plantearon posibles situaciones de financiamiento, de estructuras administrativas y los respectivos aspectos legales que deben sustentar el desarrollo de la actividad económica que hace referencia a la producción y comercialización de choclo molido.

1. ANTECEDENTES

En los últimos años se han realizado varios trabajos de grado, en el área de Contaduría Pública, en la Universidad del Valle-Sede Zarzal, cuyo objetivo ha sido la creación de empresas en diversas actividades económicas, de los cuales se pueden mencionar:

Título: Creación de una empresa de servicios contables en la ciudad de Villavicencio.

Autores: HAROLD BETANCUR GUTIÉRREZ
JULIÁN MAURICIO OVIEDO

Año: 2.006

Síntesis:

El departamento del Meta y en general la región Orinoquense tienen grandes posibilidades de un crecimiento futuro dentro del contexto nacional (creación de empresas, incremento de la densidad demográfica, entre otros), es por ello que los hechos que hoy rodean nuestra sociedad inciden en forma determinante como parámetros o delimitantes, por lo que se deben interrelacionar las variables externas e internas en la búsqueda de acciones acordes a la comunidad, por ello es importante que los futuros profesionales Contadores se preparen para las demandas de servicios profesionales como la que se plantea en este trabajo¹.

Título: Creación de una empresa de asesorías contables, tributarias, de costos, financiera y de Revisoría Fiscal.

Autores: Paola Andrea Ico
Diana Marcela Palomino

Año: 2.008

Síntesis:

¹ Betancur Harold, Oviedo Mauricio. Creación de una empresa de servicios contables en la ciudad de Villavicencio. Universidad del Valle-Sede Zarzal. 2.006.

A través de este trabajo se evaluó la posibilidad de crear una empresa que apoye a las microempresas de la Unión Valle en sus aspectos fiscales, contables, financieros y de costos, contribuye de forma indirecta en el desarrollo de la Comunidad unionense, puesto que a través de sus servicios ayudará que las empresas de la región, conozcan su verdadera situación económica y financiera y cumplan oportunamente con sus obligaciones fiscales, lo que permitirá que tengan la información pertinente en el momento de tomar decisiones para sostenerse y crecer continuamente, lo que se verá reflejado en la estabilidad laboral y por ende en el progreso social del municipio².

Título: Plan de Negocios de una empresa productora y comercializadora de Refrescos Naturales en el municipio de Zarzal Valle del Cauca.

Autores: Blanca Mónica Morales
Eliana Andrea Bedoya

Año: 2.008

Síntesis:

Se piensa en la construcción de una idea de proyecto a raíz de tantas dificultades para tener una estabilidad social que propenda en un mejoramiento de calidad de vida y permita obtener mejores oportunidades de surgir a nivel personal y profesional creando microempresa que fácilmente pueda brindar oportunidades a las personas involucradas de obtener su propio negocio y a la vez dar empleo a otras personas contribuyendo con cuatro empleos directos y más de cinco empleos indirectos, de esta manera empieza a crecer y consolidarse una idea familiar en un proyecto de empresa rentable y estable considerando las oportunidades y especificidades de la región; para ello es necesario contar con una financiación para obtener la infraestructura adecuada para la fabricación de dicho producto, lo cual no es difícil ni descabellado, ya que se cuenta con un local propio e inversiones en adecuaciones e implementos para el proceso de la fabricación de este producto y además hoy en día se cuenta con el apoyo por parte del gobierno por intermedio de

² ICO, Paola Andrea y PALOMINO, Diana. Creación de una empresa de servicios contables en el Municipio de la Unión Valle. Universidad del Valle-Sede Zarzal. 2.008.

entidades como el **Fondo Emprender**, entre otros; organizaciones que ayudan a sacar adelante ideas de proyectos pequeños y medianas empresas³.

Título: creación de una papelería en el municipio de la Unión Valle del Cauca para el año 2.011

Autores: CAROLINA CHICA JIMÉNEZ
BELKIS PEÑA CORRALES

Año: 2.011

Síntesis:

En el municipio de La Unión (Valle del Cauca) se ha acrecentado la participación de la comunidad en el campo educativo, ya que posee un número representativo de escuelas y de colegios, además de la cercanía de la Universidad del Valle en el municipio de Zarzal y de la Universidad Antonio Nariño en el municipio Roldanillo, así como también de Instituciones Técnicas como el INTEP, lo que ha permitido a sus habitantes tener fácil acceso al Sistema Educativo, generando una alta demanda en la diversidad de útiles académicos y de papelería, por consiguiente, es pertinente aprovechar esta situación y contribuir en que la calidad educativa se potencialice cada vez más, porque aunque no se puede desconocer que existen aproximadamente 10 papelerías en este municipio, sólo existen tres que ofrecen una amplia gama de productos para suplir las necesidades de los estudiantes, por lo tanto, el crecimiento educativo exige que en la región se constituya una nueva papelería que ayude a suplir el incremento en las necesidades frente a los artículos de índole académico, puesto que no de ser así, y al presentarse un crecimiento en la población académica, probablemente se podrá observar un alza a los precios de estos productos y un déficit en la satisfacción de estas necesidades.⁴.

³ Bedoya, Eliana Andrea y MORALES, Blanca Mónica. Plan de Negocios de una empresa productora y comercializadora de Refrescos Naturales en el municipio de Zarzal Valle del Cauca. Universidad del Valle – Sede Zarzal. 2.008.

⁴ CHICA JIMENEZ, Carolina y PEÑA CORRALES, Belkis. creación de una papelería en el municipio de la unión valle del cauca) para el año 2.011. Universidad del Valle – Sede Zarzal. 2.011.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 APROXIMACIÓN AL PROBLEMA

La economía del Municipio de Zarzal Valle del Cauca, se divide en cuatro grandes sectores: **Agroindustrial, ganadería, agricultura y comercialización**. EL Sector Agroindustrial está representado en el cultivo e industrialización de la caña de azúcar (ingenio Riopaila y fábrica de Dulces Colombina), La ganadería tiene su zona fuerte en la parte "Montañosa" del municipio, con algunas grandes haciendas en la parte plana, La agricultura tiene una fuerte influencia, se destaca, algunos cultivos de soya, millo, algodón, maíz y otros cultivos de pancoger en la zona nor-oriental. Por ser Zarzal un cruce geográfico que comunica a varios centros productivos y poblacionales, la actividad comercial tiene dinámica propia, elevada y, desde hace varios años, ascendente.

En cuanto a la actividad industrial y comercial, y teniendo como base la consolidación de datos del registro Mercantil en Zarzal, existen 1.302 establecimientos comerciales, distribuidos en las diferentes actividades económicas. Entre las empresas inscritas se observa que el sector Agropecuario es el mayor generador de empleo del municipio, con un total de 1.821. Le sigue en su orden, la industria que participa con un total de 1.783 personas empleadas, de los cuales el 90% corresponden a la empresa Colombina y Ingenio Riopaila S.A., la más representativa con relación al número de empresas por actividad, el sector más representativo es el comercio, con un 60.2% del total, seguido del sector servicios, que representa el 17.5%, y genera 293 empleos directos.

Se observa que las personas en cuanto a su fuerza de trabajo, son consumidas por las empresas que operan alrededor del municipio como lo son el Ingenio Riopaila (realiza la producción azucarera de la región) Colombina S.A. (dedicada a la fabricación y comercialización de todo tipo de productos alimenticios), Frutales las Lajas, entre otras, lo cual hace que sea poca la presencia de emprendimiento de nuevos proyectos empresariales, y las personas toman la decisión de emplearse, y no aprovechan el potencial que existe del desarrollo de diversas actividades económicas, pudiendo ser generadoras de empleo.

Adicionalmente, a la carencia de espíritu empresarial, otro factor significativo es el de los empresarios que cuentan con recursos, pero no tienen las bases suficientes con respecto a cuáles son las mejores alternativas de negocios en el municipio de Zarzal Valle, lo que necesariamente obstaculiza la toma de decisiones con respecto a incursionar en otros sectores económicos.

De acuerdo con los argumentos expuestos, en un futuro no muy lejano se reflejará una disminución en el desarrollo económico del municipio de Zarzal Valle, que tendrá como resultado la poca generación de ingresos, dado que son muchos los recursos disponibles que no se aprovechan lo cual conllevará al deterioro de la calidad de vida de los habitantes, el empobrecimiento del municipio y a la pérdida del atractivo de inversión en la población zarzaleña. Con respecto a lo anterior, este proyecto propone una alternativa de negocio, siendo ésta la producción y comercialización de choclo molido, dado que es una de las actividades económicas que se pueden explotar en el municipio de Zarzal, opción que tiene varios aspectos favorables tales como: es un producto tradicional, se da en gran variedad de suelos, en todas las épocas del año y en gran parte del país, constituyéndose en un aporte para demostrar que esta actividad económica puede ser aprovechada por diversas personas que deseen invertir, y para aquellas que a pesar de que estén vinculadas a alguna empresa, sientan la necesidad de ser laboralmente independientes.

2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles pueden ser las alternativas de inversión y de financiación para la producción de choclo molido, en el municipio de Zarzal Valle en el año 2014?

2.3 SISTEMATIZACIÓN

- ¿Cuál es el dinamismo del sector en el cual se puede desarrollar la producción de choclo molido?
- ¿Cuál es el nivel de aceptación del producto en el mercado?
- ¿Cuáles son los requerimientos técnicos que demanda la producción de choclo molido?
- ¿Qué estructuras administrativas y legales pueden representar la actividad de producción de choclo molido en Zarzal Valle?
- ¿Qué viabilidades económicas y financieras se pueden alcanzar, teniendo en cuenta diferentes participaciones en el mercado y diversas opciones de financiación?

- ¿Qué escenarios financieros son favorables y desfavorables para la producción de choclo molido?

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar alternativas, de inversión y de financiación para la producción y comercialización de choclo molido, en el municipio de Zarzal Valle del Cauca en el año 2014.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Describir el sector en el cual se puede desarrollar la producción de choclo molido.
- Realizar un estudio de mercado que permita identificar el dinamismo de la compra, venta y aceptación del choclo molido.
- Establecer los requerimientos técnicos, administrativos y legales que requiere la producción del choclo molido en el municipio de Zarzal Valle del Cauca.
- Determinar la viabilidad de la producción y comercialización de choclo molido para diferentes alternativas de inversión y de financiación, con base en varias opciones de cubrimiento de mercado.
- Describir escenarios financieros favorables y desfavorables para la producción del choclo molido.

4. JUSTIFICACIÓN

Al observar factores como la ausencia de opciones de inversión en el sector, debido al cubrimiento de la mano obrera por parte de grandes empresas, al desinterés de algunos profesionales por impulsar el espíritu empresarial y de algunos empresarios que no tienen información idónea frente a diversas alternativas de negocio; se plantea este proyecto que constituye una alternativa para incentivar y atraer a los inversionistas y a quien pueda interesarle a desarrollar nuevas ideas de negocio, impulsando a la población del municipio de Zarzal Valle a que aprovechen las oportunidades de negocio que se les ofrece para mejorar su estabilidad económica, siendo el caso de la producción y comercialización del choclo molido.

Es de destacar que la mayoría de las personas que habitan en el municipio poseen pocos recursos económicos y al atraer a inversionistas interesados en multiplicar su capital, se podría constituir una nueva fuente de ingreso proveniente del alquiler de sus tierras o de la siembra del grano y posterior venta para su transformación, de esta manera se estaría contribuyendo al crecimiento del sector y a la mejora de la calidad de vida.

Desde esta perspectiva este proyecto tendrá un impacto social, en primera instancia para el beneficio de las personas que deseen desvincularse de las empresas en las cuales laboran o de aquellas que en la actualidad no estén laboralmente activas y en segundo término conveniencia de los empresarios que están en busca de nuevas posibilidades de inversión y financiación, también a las personas que directa e indirectamente estén relacionadas con la producción y comercialización de choclo molido como lo son: proveedores, pequeños agricultores y la comunidad en general.

A pesar de que la realización de este trabajo es un requisito para optar el título de Contador Público, es gratificante como profesionales del área contable presentar esta iniciativa para dar a conocer una nueva alternativa de inversión en la producción y comercialización de choclo molido, que beneficiará a la comunidad zarzaleña reactivando la economía del municipio, por ello se elige la monografía como modalidad de grado, ya que este proyecto permite aplicar los conocimientos adquiridos en el proceso académico.

Para garantizar el alcance de los objetivos propuestos se requiere la utilización de herramientas metodológicas como son la observación simple, la encuesta y la entrevista, ya que mediante éstas se interactúa directamente con las personas y se permite recolectar, evaluar y analizar de una manera adecuada la información, que se complementará con estudios bibliográficos para dar alcance a los objetivos planteados.

5. MARCOS REFERENCIALES

5.1. MARCO TEÓRICO

5.1.1 El Espíritu Empresarial. Es de vital importancia nombrar la siguiente teoría, porque en el proyecto se citará con mucha frecuencia el espíritu empresarial y que mejor forma de tenerlo claro que citando la definición de autores conocidos que han realizado estudios importantes.

La propuesta menciona incentivar el espíritu empresarial en las personas, por lo tanto se presenta la definición que otorga Rafael Méndez en su libro “formulación y evaluación de proyectos” el cual define el espíritu empresarial como la capacidad que tienen las personas para identificar oportunidades de desarrollo empresarial, gestionar la ejecución de actividades que implica su puesta en marcha y mantener una actitud de aprendizaje permanente.⁵

También se trae a colación a Rodrigo Varela con Su libro “Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas” en el cual se habla del empresario como la fuerza impulsadora de nuevas empresas, de nueva riqueza y de nuevos empleos, y que estos últimos solo son estables en la medida en que el empresario sea capaz de proyectar competitivamente su organización en el futuro.⁶

Además, nombra en su libro algunas de las características que describen a los empresarios agrupándolos en 4 grandes categorías:

- ✓ Factores motivacionales
- ✓ Características de comportamiento
- ✓ Características físicas y
- ✓ Características intelectuales.

⁵ MENDEZ, Rafael. Formulación y Evaluación de Proyectos. Quinta Edición 2008.icntec internacional; p.10-15.

⁶ VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial, Arte y ciencia en la creación de empresas. Tercera edición 2008 Pearson Pentice Hall.

Entre los factores motivacionales hace mención a:

- ❖ La necesidad de recibir beneficios monetarios
- ❖ La necesidad de aprobación
- ❖ La necesidad del desarrollo personal

En cuanto a las características de comportamiento de los empresarios hablan del:

- ❖ Liderazgo, toma de iniciativa, la honestidad, humor, la responsabilidad personal, las relaciones.

Las características físicas mencionan la energía, la buena salud y el trabajo duro. Algunas de las características intelectuales son la imaginación, el realismo, la inteligencia, la capacidad de análisis, Entre otros.

5.1.2 El plan de negocios. Se hace necesario citar un plan de negocios, en donde se tracen los objetivos propuestos por ello a continuación se cita la siguiente teoría.

El plan de negocios es un bloque de información, expresada textualmente en un documento, para ser comprendido por todo aquel interesado en interpretarlo, en él se evidencia el pensamiento estratégico en cuanto a estudios posibles realizados y enfocados al análisis del éxito o fracaso en una situación específica.

Desde este enfoque podríamos decir que:

Un **proyecto de inversión** es: “un paquete discreto de inversiones, insumos y actividades diseñados con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr uno o más productos o beneficios, en términos del aumento de la productividad y el mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado periodo de tiempo”.⁷

Esta iniciativa pretende contestar si es o no adecuado realizar la respectiva

⁷ Collins f. Bruce, Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión, Mc Graw Hill, interamericana. 1982.p123

inversión en las cuales se incluyen diversos criterios a tener en cuenta algunos factores como datos supuestos, pronosticados, estimados, estudios técnico - operativos y financieros.

Según Germán Arboleda Vélez en su libro “proyectos formulación, evaluación y control” intervienen 3 grandes fases en un proyecto de inversión: la pre-inversión, la inversión, y la fase operativa.

De acuerdo con lo anterior la idea del proyecto surge de la identificación de problemas a resolver o del aprovechamiento de las oportunidades.

Después de tener la idea clara o tema a desarrollar pasamos a la fase de **pre-inversión**, ésta se inicia en el momento en que nace la posibilidad de invertir en un negocio o empresa, existente o nuevo, el cual aparenta ser atractivo.

A la vez está compuesta por unas fases:

- 1) Identificación de oportunidades de inversión.
- 2) Selección y definición preliminares del proyecto
- 3) Formulación del proyecto
- 4) Evaluación final y decisión de invertir.

La fase de **inversión** se promueve con el establecimiento de la organización que se encargará de realizar el proyecto.

Y por último la fase **operacional** comienza cuando por primera vez sale hacia el mercado el bien o se presta el servicio.

Los pasos anteriores son de gran importancia, ya que con la determinación de estos; se podrá establecer lo que finalmente se busca como lo es la rentabilidad.

“la realización de un estudio para medir la rentabilidad de un proyecto, no debe verse solo como un requisito impuesto por una institución financiera para prestar recursos financieros, sino que principalmente como un instrumento que provee una importante información a los inversionistas respecto a su propia conveniencia de llevarlo a cabo”⁸

⁸ SAPANG CHAIN, Nassir. Criterios de evaluación de proyectos. Mc Graw Hill, interamericana. 1993; p1.

5.1.3 Alcances del estudio de proyecto. Conociendo la importancia de realizar estudios previos se pretende realizar el respectivo análisis de viabilidad y factibilidad de este proyecto, teniendo en cuenta la diversidad, en cuanto a la tipología existente.

Además, cabe resaltar que “el resultado de un estudio de viabilidad, no es sino un antecedente para ayudar al inversionista a tomar la decisión de llevar a cabo una determinada iniciativa de inversión. Su carácter anticipado determina, incluso, que su resultado pueda estar totalmente equivocado”⁹. Y no necesariamente se le atribuye al investigador el calificativo de poco profesional o incompetente, ya que el resultado dependerá del comportamiento de las variables que lo condicionan y sobre las cuales este no tiene ningún grado de control.

5.1.4 Fuentes de financiación. Respecto a las fuentes de financiación que se utilizarán en la investigación se encuentra que: “para un proyecto de inversión privada las fuentes de financiación se clasifican en dos grandes rubros: capital contable y pasivos. El capital contable se refiere a la aportación que hace el inversionista comprometido en el proyecto. El pasivo o deudas están representados por el monto de los créditos que el inversionista decide contratar para cubrir el valor restante de la inversión inicial, o inversiones durante las operaciones del proyecto. Esta mezcla de capital contable y pasivos determinan lo que denominamos la estructura financiera del proyecto”.¹⁰

El costo financiero de una deuda, correspondiente al pago de intereses sobre aquella parte de la inversión financiada con préstamo, como cualquier costo, es deducible de impuesto y, en consecuencia, tiene un efecto tributario positivo que debe incluirse en el flujo de caja cuando se busca medir la rentabilidad de los recursos propios invertidos en un proyecto.¹¹

⁹ SAPANG CHAIN, Nassir. Criterios de evaluación de proyectos. McGraw Hill, interamericana. 1993;p.8

¹⁰ MEZA OROZCO, Jhonny de Jesús ,Evaluación Financiera de Proyectos, editorial linotipia Bolivar s. en c.2010 p. 212

¹¹ SAPANG CHAIN, Nassir. Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación. Pretice Hall. 2007;p.127

5.1.5 Análisis Estructural. Se mencionarán las teorías planteadas por los autores Michael Porter y Philip Kotler, en donde se identifican las estrategias de mercado y como obtener ventaja competitiva.

“Las cinco fuerzas de Michael Porter, es un modelo elaborado en 1979, en que se describen cinco fuerzas que influyen en la estrategia competitiva de una compañía, que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado, o algún segmento de éste. Las primeras cuatro fuerzas se combinan con otras variables para crear una quinta fuerza, el nivel de competencia en una industria.¹²

Para Porter, existen diferentes tipos de fuerzas que marcan el éxito o fracaso de un sector o de una empresa:

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores
2. Poder de negociación de los proveedores
3. Poder de negociación de los compradores
4. Amenaza de ingreso de productos sustitutos
5. La rivalidad entre los competidores

De acuerdo con el modelo de la ventaja competitiva de Porter, la estrategia competitiva toma acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar una rentabilidad sobre la inversión; “la base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria, es la ventaja competitiva sostenible”.

Tipos básicos de ventaja competitiva

1. Liderazgo en costos
2. Diferenciación
3. Enfoque o alta segmentación.

¹² PORTER, Michael E. Estrategia Competitiva. México 2000. McGraw-Hill; Pág. 51

5.1.6 Descripción y características del Maíz. El maíz es plantado y cosechado en todas las superficies aptas para la agricultura en este planeta. Pero no siempre fue así: hasta hace 500 años su uso estaba restringido a lo que ahora conocemos como América, desde Chile hasta Canadá.

Su popularidad comenzó cuando los primeros europeos descubrieron su existencia: los exploradores hablaban de "una clase de grano, que llaman maíz, de buen sabor cocinado, seco y en harina".

Todo parece indicar que el cultivo de esta planta de la familia de las gramíneas comenzó a practicarse en los actuales México y América Central hace miles de años. Los vestigios más antiguos de su producción encontrados en esa zona tienen unos 7.000 años. Y de allí proviene también la palabra maíz, "sustento de la vida".

Su presencia fue fundamental para la dieta y aún para la cultura de antiguas civilizaciones americanas.

En América el producto es conocido con diferentes palabras: maíz, choclo, jojoto, corn, milho, elote. Y hay que hacer notar que existen seis tipos fundamentales de maíz: dentado, duro, blando, o harinoso, dulce, reventón y envainado.

Más allá de sus virtudes como alimento (donde demuestra una increíble capacidad para transformarse en harinas, hojuelas, pastas, etc.), el maíz tiene reservadas otras sorpresas: tiene usos como ingrediente básico para procesos industriales. Está en la raíz de productos como almidón, aceite y proteínas, bebidas alcohólicas, edulcorantes alimenticios y combustible.

Dada su importancia para la humanidad, las referencias al maíz son infinitas. Aparecen cientos de recetas de las más diversas culturas, además de esto se diverge sobre sus inicios, encontrando distintas versiones.¹³

El maíz forma parte del grupo de alimentos que han constituido la base de la alimentación de todas las civilizaciones debido a sus características nutritivas, su moderado precio y a la sencillez de la utilización culinaria de su materia prima: los cereales. Los cereales pertenecen a la familia de las gramíneas, que se caracterizan por que la semilla y el fruto forman prácticamente la misma

¹³ Disponible en internet en: <http://www.tierramerica.net/global/conectate0408.shtml>

estructura: el grano. Así se conoce bajo la denominación de cereal a las plantas gramíneas (Familia Poaceae) y a sus frutos maduros, enteros, sanos y secos.¹⁴

Es preciso mencionar entonces los diferentes tipos de maíz:

- Dentado
- Duro
- Blando o harinoso
- Dulce
- Reventón y
- Envainado.

A continuación se presenta las propiedades del maíz:

¹⁴ Disponible en internet en: <http://www.eufic.org/article/es/rid/pan-alimento-basico-de-nuestra-dieta/>

Composición del maíz por cada 100 gramos.

Cuadro 1. Composición por cada 100 gramos.

Composición de maíz por cada 100 gr.		
	Seco	Fresco
Agua	10,3 gr.	75,9 gr.
Calorías	365 Kcal	86 Kcal
Grasa	4,7 gr.	1,18 gr.
Proteína	9,4 gr.	3,22 gr.
Hidratos de carbono	74,2 gr.	19,02 gr.
Fibra	1 gr.	2,7 gr.
Potasio	287 mg.	270 mg.
Fósforo	210 mg.	89 mg.
Hierro	2,7 mg.	0,52 mg.
Sodio	35 mg.	15 mg.
Manganeso	0,48 mg.	0,16 mg.
Magnesio	127 mg.	37 mg.
Calcio	7 mg.	2 mg.
Zinc	2,21 mg.	0,45 mg.
Selenio	15,5 mcg.	0,6 mcg.
Vitamina C	0	6,8 mg.
Vitamina A	469 UI	281 UI
Vitamina B1 (Tiamina)	0,38 mg.	0,20 mg.
Vitamina B2 (Riboflavina)	0,20 mg.	0,06 mg.
Vitamina E	0,78 mg.	0,090 mg.
Niacina	3,62 mg.	1,7 mg.

15

FUENTE. Cuadro disponible en internet en: <http://www.botanical-online.com/maizpropiedades.htm>

¹⁵ Disponible en internet en: <http://www.botanical-online.com/maizpropiedades.htm>

5.2 MARCO LEGAL

Al analizar el estudio de mercado y desarrollar las diferentes alternativas de negocio que se desea implementar para el Municipio de Zarzal, este estará enmarcado bajo las disposiciones legales actuales en el país, tanto a nivel nacional, departamental y municipal, entre ellas tenemos las diferentes leyes, decretos y beneficios tributarios que el estado Colombiano brinda a la población campesina. Que se citarán a continuación:

5.2.1 Normatividad para el emprendimiento y funcionamiento de empresas

❖ *LEY 590 de julio de 2000 (Ley miPyme).*

El objetivo de esta ley es promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, estimular la formación de mercados altamente competitivos y crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización. La presente ley ha sido modificada en varios artículos por la Ley 905 de 2004¹⁶.

❖ *LEY 232 del 26 de diciembre de 1995 (Decreto 1879 de 2008).*

Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales.

5.2.2 Disposiciones legales sobre los comerciantes, actividades de comercio y tipos de sociedades.

❖ *Decreto 410 de 1971*

Por el cual, se expide el Código de Comercio y se dictan disposiciones sobre los comerciantes, actividades de comercio y los tipos de sociedades.¹⁷

¹⁶ Disponible en internet en: www.acopi.org.co/images/storie/leymipyme590.doc

¹⁷ CÓDIGO DE COMERCIO, República de Colombia- Autoedición Yolanda Madero
T. Portada: Diseño Gráfico-Patricia Díaz, Impresión Lito Perla Impresores Ltda.

5.2.3 Reglamentación de salubridad en las empresas de alimentos.

- ❖ *Decreto 3075 de 1997.*

Por el cual, se reglamenta parcialmente la Ley 09 de 1979 y se dictan otras disposiciones, donde se establecen las condiciones básicas, el ámbito de aplicación y demás aspectos importantes en la fabricación de alimentos.

- ❖ *LA OMS*

Es la Organización Mundial de la Salud, que coordina las situaciones de emergencia sanitaria y emite normas legales para cada sector empresarial.

- ❖ *LEY 9 DE 1979*

Por el cual se establece el código sanitario.

5.2.4 Estímulos otorgados por el Gobierno Nacional.

- ❖ *LEY 114 de 1994*

El objetivo de esta ley es fomentar y legalizar la producción de los cereales en el país.

- ❖ *Resolución 0089 de 2012*

Mediante la cual el Ministerio de Agricultura y desarrollo rural asignó una partida de \$ 1000.000.000 para poner en marcha el incentivo al transporte del maíz amarillo excedentario, principalmente para el departamento del Tolima.

5.2.5 Tributarios

- ❖ *Ley 1607 del 2012*

Modifica el artículo 424 del estatuto tributario, en lo referente a las partidas arancelarias entre ellas la 10.05.90 Maíz para uso industrial pasó de ser gravado con el 10% al 5%.

5.3 MARCO GEOGRAFICO Y DEMOGRAFICO

5.3.1. Aspectos geográficos.

Ilustración 1. Ubicación geográfica Zarzal - Valle¹⁸-



FUENTE: Disponible en internet en:

<http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=18>

El municipio de Zarzal Valle de Cauca, está ubicado al Norte del Departamento, a 140 kilómetros de la ciudad de Cali; posee una población aproximada a los 43.041 habitantes. Fue fundado en el año de 1.809 por José María Aldana y Margarita Girón, y fue decretado (Decreto 155) Municipio, el 1 de febrero de 1.912. Tiene como superficie total 362 km², conformada principalmente por terreno plano y colinas, pertenecientes al valle orográfico del río cauca; al norte y al oriente se observan algunos accidentes orográficos de poca elevación que hacen parte del piedemonte (93 km², clima medio) de la vertiente occidental de la cordillera central. Entre estas elevaciones se destacan el cerro de Pan de Azúcar, los Altos de la Aurora y Montenegro, la sierra del Salado y la sierra de Zarzal, el Cerro de Cara de Perro y la Loma de la Cruz. La cabecera municipal se encuentra situada en los 4°23'24" de latitud norte y 76°04'28" de longitud oeste. Tiene una temperatura de 26°C y dispone de todos los servicios públicos (agua, energía, alcantarillado, gas natural y telecomunicaciones); adicionalmente posee ocho colegios, veinticuatro escuelas, una Universidad (Universidad del Valle), un hospital (Hospital San

¹⁸ Disponible en internet en: <http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=18>

Rafael), seis entidades financieras (Banco Agrario, Banco de Bogotá, Banco AVvillas, Davivienda, Banco de la Mujer y Coprocenva). Y para los aficionados al deporte, Zarzal tiene un estadio, el Club de la casa, pesca y tiro Los Guaros y el Cartódromo internacional de Milán).

Como atractivos naturales están; el paseo eco turístico La Paila y sus balnearios naturales, el lago deportivo de pesca “El Placer”, el bosque de caracolés, el cerro Caré y el parque recreacional Cumba. Desde un punto de vista hidrográfico, el río Cauca marca un límite occidental del municipio; a él desembocan las aguas del río la Paila, de las quebradas las Cañas y la Honda, de los zanjones Murillo, las Lajas y Limones y el río la Vieja. El municipio limita por el norte, con el municipio de la Victoria y el departamento del Quindío, por el sur con el municipio de Bugalagrande, por el occidente con los municipios de Roldanillo y Bolívar, y por el oriente con el municipio de Sevilla.

Las principales actividades económicas en Zarzal Valle son: la agricultura, en especial el cultivo de caña de azúcar, indispensable para la obtención del azúcar, dulces, panela, miel, otros derivados y suplir los ingenios de su territorio. Otros cultivos son maíz, algodón, soya, yuca, plátano, arroz, cacao y frutas. La especialidad culinaria es el pescado frito, sancocho de gallina y galletas negras. También son importantes el comercio y la ganadería.

Origen del nombre: Derivado de la planta silvestre llamada Zarza.

Altura sobre el nivel del mar: El casco urbano del municipio de Zarzal se encuentra ubicado a 916 m.s.n.m.

Corregimientos: Vallejuelo, Guasimal, Quebradanueva, Limones y La Paila.

Festividades: Fiestas Civiles del municipio en junio, dulces fiestas de La Paila en mayo y el encuentro de coros en el mes de noviembre.¹⁹

5.3.2 Aspectos Demográficos. El municipio de Zarzal Valle, cuenta con una población aproximada de 43.041 habitantes, entre sexo masculino y femenino y se caracteriza por concentrar 71,8% de la población en su cabecera. Dentro de esta población, desempeñan las ocupaciones de estudiantes, trabajadores (Obreros, administrativos, mecánicos, eléctricos, médicos, etc.) amas de casa, pensionados y desempleados. Los habitantes del municipio, cuentan con un nivel de

¹⁹ ATLAS DEL VALLE DEL CAUCA, 2006 1ed. Escar E.U.; p.62.

escolaridad desde la básica primaria, secundaria, universitaria y profesional. Se tienen diversidad de religiones entre ellas, la católica, cristiana, apostólica, nóstica, entre otras.

6. DISEÑO METODOLOGICO

6.1 Tipo de Investigación

El trabajo aquí expuesto se enmarca dentro de una investigación de tipo descriptivo, según Carlos Méndez, “la investigación descriptiva se ocupa de la descripción de las características que identifican los diferentes elementos y componentes, y su interrelación. Esto lo define el estudio descriptivo, cuyo propósito es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación, haciendo posible: establecer las características demográficas de las unidades investigadas, identificar formas de conducta y actitudes de las personas que se encuentran en el universo de investigación, establecer comportamientos concretos y, descubrir y comprobar la posible asociación de variables de investigación”²⁰

En cuanto a lo descriptivo se detallaron las diferentes variables como los gustos y preferencias en el consumo de maíz, el nivel de ingresos de la comunidad, el aspecto ambiental, los beneficios alimenticios y la producción industrial de maíz, que serán analizados para obtener de ellos la información adecuada y completa que a su vez visualicen alternativas para su elaboración, financiación y posterior distribución del producto choclo molido.

6.2 Método de Investigación

En el desarrollo del estudio de las alternativas de negocio para invertir en la producción de choclo molido en el municipio de Zarzal, se empleó el método deductivo, yendo de aspectos generales del contexto que se consideran verdades que han sido validadas, para deducir por medio del razonamiento lógico varias suposiciones que guiarán el avance del proyecto. Carlos Méndez (2008)²¹ expresa que “el método deductivo permite que las verdades particulares contenidas en las verdades universales se vuelvan explícitas.”

²⁰ MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología. Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación. 4ed. México: Limusa, 2008, p134.

²¹ MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología. Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación. 4ed. México: Limusa, 2008, p141.

Otro concepto con que se caracteriza la investigación al ser deductiva es, “El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios etc., de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.”²²

Haciendo referencia a lo anterior se determina la producción de choclo molido como aspecto general, los gustos y preferencias, índices y análisis medioambiental como lo particular de este estudio, ya que por medio de este se puntualizó el nivel de aceptación del producto en cuanto a su consumo, adquisición y requerimientos técnicos. Lo que dio como resultado determinar los posibles escenarios de financiación.

6.3. FUENTES Y TECNICAS DE INVESTIGACIÓN

6.3.1 Fuentes.

- ❖ *Primarias*: es toda información oral o escrita recopilada directamente por el investigador, e implican la utilización de técnicas y procedimientos los cuales proporcionan información adecuada, obteniéndose de observación simple, entrevistas, cuestionarios y encuestas. Para el proyecto las fuentes primarias son las personas que conocen sobre el proceso productivo, y que tienen cierta trayectoria en el oficio de cultivo y manejo del producto, la comunidad en general, (gustos y preferencias, capacidad de compra, producto demandado) y los proveedores (porque conocen los precios de comercialización y costos de la materia prima, maquinaria y proveedores de financiamiento) del municipio de Zarzal.
- ❖ *Secundarias*: estas suministran información básica e histórica.

Se catalogan fuentes secundarias a los libros de investigación acordes a la actividad agropecuaria, como textos especializados en producción agrícola, técnicas de producción sistematizada, las propiedades alimenticias del maíz y sus derivados; además libros acerca de Emprendimiento, evaluación financiera de proyectos de inversión, información de internet y datos

²²BERNAL, Cesar Augusto. Metodología de la investigación. 2ed. Pearson Prentice Hall. México, 2006. Página 56.

históricos tales como índices, porcentajes de participación y crecimiento (en el mercado nacional).

6.3.2 Técnica. La técnica de recolección de datos es uno de los pasos prominentes del marco metodológico, puesto que con ella se obtienen los datos requeridos para elaborar la conclusión final, con lo que respecta a las opciones de negocio para los inversionistas del proyecto. En este proyecto las técnicas empleadas son:

❖ ***Observación simple.***

La observación se realizó en sitios estratégicos donde se encontró la materia prima, la maquinaria necesaria para operar y los escenarios adecuados para la inversión y la financiación de los recursos con los que se podría llevar a cabo el proyecto.

❖ ***Encuestas***

Se diseñaron preguntas basadas en los objetivos planteados y se clasificaron según el gremio de personas (amas de casa, niños, jóvenes, personas de la tercera edad, comerciantes, etc.); de tal manera determinó una conclusión puntual, con el fin de obtener información acerca de lo que piensan las personas acerca del producto, su capacidad de adquisición, frecuencia del consumo de esta clase de cereal, entre otros aspectos que permitieron identificar el medio en el cual participa el choclo molido.

❖ ***Entrevistas***

Se realizaron entrevistas, a personas involucradas con la agricultura y el comercio en la región, ya que se pretendió obtener información que permita determinar el precio, la presentación, la transformación y lo que conlleva al consumo de este grano.

6.4. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

El tratamiento que se le dio a la información fue de tipo cualitativo y cuantitativo, el primer término describe las relaciones del medio y busca explicar las razones de los diferentes aspectos de las alternativas disponibles.

En cuanto al segundo término permitió examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la estadística.

Una vez recolectado los datos necesarios producto de la investigación cuantitativa y cualitativa se procedió a analizar, evaluar y tomar las decisiones apropiadas que permitieron visualizar las alternativas de inversión del proyecto.

6.4.1 Calculo de la Muestra²³ El cálculo del tamaño de la muestra es uno de los aspectos a concretar en las fases previas de la investigación y determina el grado de credibilidad que dé los resultados obtenidos.

Una fórmula muy extendida que orienta sobre el cálculo del tamaño de la muestra para datos globales es la siguiente:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

6.4.2. Variables a utilizar²⁴

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

k: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%.

e: es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.

²³Disponible en internet en: http://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/76895T7T000.PDF

²⁴Disponible en internet en: <http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculador.html>

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura. En este caso este valor pertenece a los habitantes del municipio de Zarzal valle, obtenido de censos general, perfil Zarzal Valle del cauca que realizó el departamento administrativo nacional de estadística para el año 2012.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$.

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

Para calcular la muestra se tomó como base la participación de los habitantes, estratificados en grupos de edad, el municipio cuenta con una población estimada de 43.041 habitantes, lo que representa el 0,98% de la población total del departamento del Valle. Su cabecera municipal concentra el 70,52% del total de su población y 29,48% restante son habitantes de la zona rural, los cuales no son partícipes de la investigación.

Es de esta manera como la población a la cual se le aplicara la fórmula será: $43.041 \times 70,52\%$ cabecera municipal = 30.352 población a investigar.

Cuadro 2. Fórmula para calcular la muestra.

k	1,93
p	0,5
q	0,5
n	30.352
e	7%

Fuentes: Las autoras 2014.

$$(1,93^2)(0,5)*(0,5)*(30.352)$$

$$((0,07^2)*(30.352-1))+ ((1,93^2)*(0,5)*(0,5))$$

$$=190$$

De acuerdo con el cálculo de la muestra el número personas a encuestar fue de 190, las cuales se realizaron en el municipio de Zarzal Valle, con el objeto de conocer la información necesaria para analizar la aceptación del choclo molido, de esta manera la investigación estuvo representada entre sus actores por personas del común.

Puntualizando fueron 195 el número de personas a encuestar, para tener un mayor acercamiento a la conclusión y dar cumplimiento a los objetivos propuestos que condujeron al posterior análisis financiero, por lo cual se tomó la distribución de la población por grupos de edad y su participación porcentual, información consignada en el plan de desarrollo del municipio, a continuación se muestra la estratificación del municipio por grupos de edad en el siguiente cuadro:

Cuadro 3. Distribución de la población por grupos de edad.

EDAD	Participación de la Población
10 a 14	8,35%
15 a 19	9,05%
20 a 24	8,52%
25 a 29	7,74%
30 a 34	7,44%
35 a 39	6,96%
40 a 44	7%
45 a 49	6,62%
50 a 54	5,45%
55 a 59	4,48%
60 a 64	3,67%
65 a 69	2,89%
70 a 74	2,18%
75 a 79	1,65%
80 y mas	1,61%
Total	100%

FUENTE: PLAN DE DESARROLLO DEL MUNICIPIO DE ZARZAL. Acuerdo 335 del 2012 (Junio 19 de 2012).

Cuadro 4. Estratificación del municipio por grupos de edad.

EDAD	Participación de la Población	Participación de Población	Total de muestra
10 a 14	8,35%	20,72%	39
15 a 19	9,05%		
20 a 24	8,52%	19,36%	37
25 a 29	7,74%		
30 a 34	7,44%	17,14%	32
35 a 39	6,96%		
40 a 44	7%	17%	32
45 a 49	6,62%		
50 a 54	5,45%	26,11%	50
55 a 59	4,48%		
60 a 64	3,67%		
65 a 69	2,89%		
70 a 74	2,18%		
75 a 79	1,65%		
80 y mas	1,61%		
Total	100%	100%	190

Fuente: Las autoras 2014.

7. ANALISIS EXTERNO

El análisis externo es aquella herramienta que permite identificar diversos factores y evaluar acontecimientos y tendencias que suceden en el entorno; que están más allá de su control y que podrían beneficiar o perjudicarla significativamente en el desarrollo de la actividad, entre esos factores los más importantes son: económico, político, ambiental, tecnológico, social, cultural, demográfico.

Figura 1. El entorno externo está formado por un micro entorno y un macro entorno.



Fuente: CESAR Augusto Bernal Torres, HERNÁN Darío Sierra Arango. Proceso administrativo para las organizaciones del siglo XXI. Pearson. Prentice Hall. Primera Edición. P, 30.

7.1 ANALISIS MACRO

De la misma manera en que las decisiones y las acciones de los gerentes estratégicos pueden a menudo modificar la estructura competitiva de una industria, también pueden hacerlo las condiciones o fuerzas cambiantes en el macro entorno, es decir, el contexto político, social, demográfico, tecnológico y económico más amplio en el que las empresas e industrias se encuentran insertas. Los cambios en las fuerzas del macroambiente tienen un impacto directo sobre cualquiera o sobre todas las fuerzas del modelo de Porter, con lo cual modifican la fuerza relativa de estas fuerzas y, con ello, el atractivo de una industria.²⁵

7.1.1 Entorno económico

❖ **Entorno macroeconómico nacional.** Según un informe de la ANDI (Asociación Nacional de Industriales), “Colombia, termina el año 2012 con un ambiente que se puede calificar de moderado optimismo. Este año nuevamente se ha puesto a prueba la solidez de la economía Colombiana y logramos superar exitosamente el impacto de la crisis internacional así lo demuestra nuestro crecimiento alrededor de 4%, nivel que muy pocos países pueden mostrar. Sin embargo, el 2012 también ha sido un año de creciente inestabilidad e incertidumbre con un panorama que se ha ido complicando.”²⁶

❖ **Análisis departamental.** A nivel departamental el Valle del Cauca es líder en la mayor parte de las actividades económicas de la región y aporta alrededor de las tres cuartas partes de su PIB.²⁷ La actividad agrícola en el 2011 se concentra en tres productos en los cuales ocupan los siguientes en el total nacional:

- Caña de azúcar: 1º puesto

²⁵ CHARLES W. HILL, GARETH R. JONES. Administración Estratégica; Un Enfoque Integrado. Sexta edición. McGraw Hill INTERAMERICANA EDICIONES, S.A.DE C.V. P, 64.

²⁶ www.larepublica.co/sites/default/files/larepublica/andi.pdf

²⁷ http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/regional/ESER/2013/eser_52_suroccidente_2013.pdf

- Maíz tecnificado: 2º puesto
- Plátano: 6º puesto.

En otros productos se destaca:

- El 2º productor de soya
- El 4º productor de café (en trilla, grano verde)
- El 5º productor de sorgo.²⁸

❖ **A nivel municipal.** El municipio cuenta con una producción bruta anual de 61.476 millones de pesos, Importaciones en materia prima por 2.110 millones de pesos, Exportaciones por 16.787 millones de pesos y una inversión en cuanto a la industria Manufacturera de 1.051 millones de pesos²⁹

A continuación se muestra los índices económicos en los que se basa el proyecto y los cuales dan una visión del entorno económico.

❖ **PIB**

Para especificar se toma como base el PIB (Producto interno Bruto), ya que determina el valor total de la producción corriente de todos los bienes y servicios de un país.

Según el periódico el Tiempo el PIB creció 4 por ciento, por encima del 3,8 por ciento esperado por expertos pero inferior al crecimiento de 6,6 por ciento del

²⁸ Ministerio de agricultura y desarrollo rural. Anuario estadístico 2011.

²⁹ PLAN DE DESARROLLO DEL MUNICIPIO DE ZARZAL. Acuerdo 335 del 2012 (Junio 19 de 2012). Por medio del cual se adopta el plan de desarrollo del municipio de zarzal, valle del cauca, para la vigencia fiscal 2012-2015. p.80.

2011; los sectores que mejor desempeño tuvieron fueron minas y finanzas, el único sector que cayó, fue el industrial.³⁰ En el siguiente cuadro se destaca el comportamiento de PIB por ramas de actividad económica del respectivo periodo.

Cuadro 5. Comportamiento anual del PIB por Ramas de Actividad Económica.

Ramas de actividad	2011	2012
Agropecuaria, silvicultura, caza y pesca	2,4	2,6
Explotación de minas y canteras	14,4	5,9
Industria manufacturera	5,0	-0,7
Electricidad, gas de ciudad y agua	2,9	3,5
Construcción	10,0	3,6
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	6,0	4,1
Transporte, almacenamiento y comunicación	6,2	4,0
Establecimientos financieros, seguros, inmuebles y servicios a las empresas	7,0	5,5
Servicios sociales, comunales y personales	2,9	4,9
Subtotal valor agregado	6,3	3,9
Impuestos menos subvenciones sobre la producción e importaciones	10,9	4,7
PRODUCTO INTERNO BRUTO	6,6	4,0

Fuente: DANE-Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales.

El sector agropecuario, silvicultura, caza y pesca presentó un aumento del valor agregado en 2,1% al compararlo con el mismo periodo del 2011. Esta variación se explica por el aumento en la producción de otros productos agrícolas en 0,9%; del sector pecuario en 4,2% y de la silvicultura, extracción de madera, pesca, producción de peces en criaderos y granjas piscícolas y actividades conexas en 2,1%. Por el contrario, se presentó disminución en la producción de café pergamino en 1,3%.

El consumo de los hogares también disminuyó su dinámica, pero siguió siendo el gasto con mayor contribución al desempeño del PIB. En los primeros tres meses de 2012 dicho gasto creció 5,9%, cifra inferior en 20 pb que el registro de un trimestre atrás, aunque superior al promedio calculado desde 2000.³¹

³⁰ Disponible en internet en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bolet_PIB_IVtrim12.pdf

³¹ Disponible en internet en: http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/inflacion/2012/isi_jun_2012.pdf

“Al cierre de este año (2012) las exportaciones Colombianas superarán los 60 mil millones de dólares, según estimación hecha, dentro de la entrega de los premios portafolios por el presidente de la república Juan Manuel Santos, quien dijo que, con esto, se superaría ampliamente la meta de los 50 mil millones de dólares que habían sido propuestos para este cuatrienio.

Dicha estimación está alineada con el hecho que las exportaciones de los dos últimos meses del año han ascendido al 18% del total de las ventas del país al extranjero durante los últimos tres años, según cálculos de portafolio, y se apalancaría en el impulso que dio a la economía local la entrada en vigencia del tratado del libre comercio con Estado Unidos, la llegada a mercados como el chino (cuyo crecimiento ha sido del 700% en los últimos 4 años), la reactivación del comercio con el mercado colombiano y el interesante desarrollo que ha tenido productos que no se exportaban tradicionalmente” ³²

El PIB de los últimos años se ubicó en:

Cuadro 6. Evolución de la economía Colombiana 2001-2012

Variación porcentual (%)	
Años	Total Año
2001	1,7
2002	2,5
2003	3,9
2004	5,3
2005	4,7
2006	6,7
2007	6,9
2008	3,5
2009	1,7
2010	4,0
2011	6,6
2012	4,0

Fuente: DANE-Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales.

❖ INFLACIÓN

La inflación es el incremento persistente de los precios de los bienes y servicios producidos por la economía de un país, lo que conlleva a la pérdida del poder adquisitivo de la moneda. La inflación tiene causas muy complejas, siendo la más

³² Disponible en internet en: www.portafolio.co/negocios/exportaciones-colombia-2012

importante el aumento del dinero circulante sin un aumento equivalente de la producción de bienes y servicios. Al aumentar la cantidad de moneda en circulación la gente tiene más dinero en su poder para consumir y la tendencia es a gastarlo, aumentando de esta manera la demanda de bienes y servicios, y al no haber un aumento de la oferta, los precios suben.³³

Cuadro 7. Inflación 2012 en Colombia.

Período	IPC	Variación anual
Enero	110,05	3,54%
Febrero	110,72	3,55%
Marzo	110,85	3,40%
Abril	111	3,43%
Mayo	144,3	3,44%
Junio	144,42	3,20%
Julio	144,39	3,03%
Agosto	144,45	3,11%
Septiembre	144,87	3,08%
Octubre	145,1	3,06%
Noviembre	144,89	2,77%
Diciembre	145,02	2,44%

Fuente: Inflación.com.co

Cuadro 8. Inflación 2011 en Colombia.

Período	IPC	Variación anual
Enero	106,19	3,40%
Febrero	106,83	3,17%
Marzo	107,12	1,19%
Abril	107,25	2,84%
Mayo	107,55	3,02%
Junio	107,89	3,23%
Julio	108,05	2,42%

³³ MEZA OROZCO, Jhonny de Jesús. Matemáticas financieras aplicadas, 4ªed. Bogotá. Ecoe Ediciones, 2011

Agosto	108,02	3,27%
Septiembre	108,35	3,73%
Octubre	108,55	4,02%
Noviembre	108,8	3,96%
Diciembre	109,25	3,73%

Fuente: Inflación.com.co

Para el año 2012 la inflación cerró en 2,44% porcentaje inferior al obtenido en el año 2011 con 3,73%. “Sin duda el renglón que más contribuyó a la caída de la inflación en 2012 fue el de alimentos. Hay que tener presente que el buen comportamiento de este renglón en los últimos cuatro meses de 2012 se originó en parte en la circunstancia de que durante los últimos cuatro meses de 2011, que es la base de comparación, la inflación de alimentos se disparó debido a fenómenos climatológicos adversos.”³⁴

Cuadro 9. Índice de inflación 1965-2011

AÑO	INFLACIÓN ANUAL	AÑO	INFLACIÓN ANUAL	AÑO	INFLACIÓN ANUAL	AÑO	INFLACIÓN ANUAL	AÑO	INFLACIÓN ANUAL
2012	2,44%	2004	5,50%	1994	22,60%	1984	18,26%	1974	26,06
2011	3,73%	2003	6,49%	1993	22,61%	1983	16,66%	1973	23,48%
2010	3,17%	2002	6,99%	1992	25,14%	1982	24,04%	1972	13,86%
2009	2%	2001	7,76%	1991	26,82%	1981	26,36%	1971	13,91%
2008	7,67%	2000	8,75%	1990	32,37%	1980	25,96%	1970	6,83%
2007	5,69%	1999	9,23%	1989	26,23%	1979	28,82%	1969	8,26%
2006	4,48%	1998	16,70%	1988	28,12%	1978	18,73%	1968	6,48%
2005	4,85%	1997	17,68%	1987	24,03%	1977	28,30%	1967	7,46%
		1996	21,64%	1986	20,95%	1976	25,79%	1966	12,92%
		1995	19,47%	1985	22,45%	1975	17,69%	1965	14,84%

Fuente: Incp-Instituto Nacional de Contadores Públicos Colombia³⁵

❖ IPP (índice de precios del productor)

El índice de precios del productor (IPP) es un indicador de la evolución de los precios de venta del productor, correspondientes al primer canal de comercialización o distribución de los bienes transados en la economía. La

³⁴ Disponible en internet en: <http://lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/Colombia-cerro-2012-con-inflacion-de-244.html>

³⁵ Disponible en internet en: <http://www.incp.org.co/indicadores-economicos-e-informacion-financiera-incp/indice-de-inflacion-1955-2011/>

diferencia con el índice de precios al consumidor (IPC) se explica por qué un bien puede ser comercializado o distribuido por diferentes intermediarios que modificarán el precio de venta hasta llegar al consumidor final.

Cuadro 10. IPP mensual y anual 2010-2012

**Variación mensual y anual. Oferta Interna
IPP – Índice de Precios del Productor
2010 –2012 Diciembre**

Año	Variaciones %	
	Anual	Mensual
2010	4,38	1,64
2011	5,51	0,14
2012	-2,95	-0,74

Fuente: DANE

En lo recorrido de 2013, la variación de Índice de Precios del Productor IPP fue 0,49%. Esta tasa es superior en 1,07 puntos porcentuales frente a la registrada en el mismo periodo de 2012, cuando se ubicó en -0,58%.³⁶

7.1.2 Entorno político - legal

El desempleo en Colombia en el año 2012 fue del 10,4 por ciento, según reveló el director del estatal Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Jorge Bustamante.

La cifra representa una disminución de 0,4 puntos porcentuales frente a la que se observó en 2011 que fue de 10,8 % y además es la más baja de los últimos 11 años, asegura el DANE.³⁷

³⁶Disponible en internet en:
http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipp/cp_ipp_mar13.pdf

Lo anterior se dio como resultado de la puesta en marcha de las políticas gubernamentales entre las cuales tenemos la ley My Pymes ley 590 del 2000, por el cual dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.

Actualmente la reforma tributaria advierte equidad más empleo y formalización tiene como objetivo principal que tanto trabajadores como empleadores ganen con las nuevas medidas, según el Gobierno.

Punto de vista organizacional. Es de destacar que en Colombia se debe de cumplir con ciertas condiciones de orden político, económico y social para llevar a cabo el nacimiento de una nueva empresa.

Por tanto “desde mediados de los años noventa, el gobierno colombiano empezó a establecer leyes para promover la creación de organismos y programas a los cuales los potenciales empresarios pudieran acudir para concretar su idea de negocio”.³⁸

Cuadro 11. Trámites requeridos para la creación de empresa

TRÁMITES REGISTRALES		TRÁMITES ESPECÍFICOS		TRÁMITES LABORALES	
Trámites hasta el registro correspondiente	Código	Trámites relacionados según la ubicación de la empresa	Código	Trámites relacionados con la vinculación de personal	Código
Certificado de homonimia	TR1	Certificado del uso del suelo	TRE1	Aportes parafiscales	
Escritura pública	TR2	Paz y Salvo y/o recibo de pago de impuesto de Industria y Comercio	TRE2	Afiliación en la Caja de Compensación Familiar	TRL1
Inscripción ante	TR3	Certificado de	TRE3	Afiliación en la	TRL2

³⁷Disponible en internet en: <http://www.vanguardia.com/actualidad/colombia/193977-el-desempleo-en-colombia-en-2012-fue-del-104-segun-el-dane>

³⁸Disponible en internet en: http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/21/politica_publica_creacion_empresas.pdf

la Cámara de Comercio		Condiciones de Sanidad		EPS	
Registro mercantil	TR4	Certificado de seguridad y Prevención	TRE4	Afiliación en la Administradoras de Riesgos Profesionales, ARP	TRL3
Matrícula mercantil	TR5	Certificado de Condiciones ambientales	TRE5	Registro de los contratos laborales	TRL4
Certificado de existencia y Representación Legal	TR6	Certificado de Sayco y ACIMPRO	TRE6		
Registro Único Tributario, RUT	TR7				
Otro Trámites para iniciar la actividad					
Apertura de cuenta corriente	TR8				
Registro de libros de comercio	TR9				
Registro único de proponentes	TR10				

Fuente: Disponible en internet en: http://www.slideshare.net/alvaro_R/legalizacion-de-una-empresa

7.1.3 Entorno ambiental. “A partir de 1990, el país se insertó en la propuesta de globalización promovida por los países de mayor desarrollo tecnológico y concentración de capital. Estos dos tipos de modelos (proteccionismo y globalización) han determinado la forma cómo ha evolucionado la industria, el comercio y la agricultura colombiana y su interrelación con los recursos naturales y el medio ambiente”.³⁹

Están directamente relacionados la economía y los recursos naturales, ya que el medio natural provee a la actividad económica recursos para el consumo y la recreación, los efectos del crecimiento económico del mundo han llevado a que se ponga en peligro el planeta tierra siendo el medioambiente receptor de los

³⁹ Sánchez Pérez Germán, Desarrollo y medio ambiente: una mirada a Colombia pdf.

desechos de la dinámica productiva y con ello ocasionando daños irreversibles que en términos biológicos, es el sustento de la vida misma.

Son diversos los factores que causan el deterioro ambiental, entre los que destacan: el libre acceso a la mayoría de los recursos naturales, falta de políticas que conduzcan a concienciar creando una nueva cultura de cuidado ambiental; sin embargo fenómenos como el calentamiento global, los gases de invernadero, la deforestación, la contaminación del aire, entre otros han repercutido en la salud del ser humano lo que ocasiona la creación de mecanismos para controlar el abuso de los recursos naturales.

Entre ellas se tiene la constitución política:

Artículo 79. Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines.

Para el caso de la siembra y cosecha, el maíz ha sido afectado principalmente por las condiciones climáticas que en el año 2011 ocasionaron grandes cambios y obstaculizaron esta actividad, hecho que lleva a tomar acciones preventivas en épocas de invierno, teniendo en cuenta que esta labor no genera daños ambientales, ya que el choclo molido se somete a una mínima transformación que no incluye químicos adicionalmente sus residuos son reutilizados para la alimentación de bovinos, contrarrestando la contaminación y garantizando la conservación del medioambiente.

7.1.4 Entorno tecnológico. Incluye nuevos enfoques para la producción de bienes y servicios. Abarcan procedimientos y equipos, o estado general del desarrollo y disponibilidad de tecnología en el ambiente, incluidos la investigación y desarrollo y los avances científicos.

Las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC). La incorporación de tecnologías mediante la inversión en maquinarias y equipos. En particular, las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) han sido uno de los rubros que mayor relevancia ha adquirido en los últimos años.

Los cambios en la infraestructura informática y de comunicaciones inciden principalmente sobre las operaciones rutinarias. Los beneficios para la empresa se expresan en especial en la automatización de procedimientos, en la producción de choclo molido también se evidencia los avances tecnológicos, aún se observa el molino manual para procesar la materia prima al modernizarlo es de aclarar que aunque no es una tecnología de punta el utilizar un molino eléctrico hace posible la optimización del tiempo.

En cuanto al proceso para llevar acabo la producción de choclo molido en el municipio de Zarzal, se requiere de tecnología (computador, celular, teléfono-fax, impresora, molinos, congelador), por tanto la utilización de un programa sencillo en la que se puede llevar la información de la empresa en cuanto a sus inventarios, ventas, compras, gastos y el tener medios de comunicación serán suficientes para tener un control de las actividades de la empresa y a su vez facilitar el manejo de la misma, realizando la actividades administrativas de forma más sencilla y eficaz.

7.1.5 Entorno social. El municipio de Zarzal tiene la oportunidad de contar con la Universidad del Valle, la cual proporciona mayores opciones de progreso en la región norte vallecaucana, adicionalmente cuenta con instituciones educativas, un coliseo, patinódromo, estadio deportivo, ludoteca, casas de la cultura entre otros sitios para la recreación y el deporte.

Adicionalmente, es de resaltar que la mayoría de la población oscila entre los 5 y 39 años de edad con un porcentaje del 39,08% del total de la población, lo cual se entiende como una población relativamente joven.⁴⁰ Por tanto se debe considerar una problemática de alto grado de importancia él continuar con una cultura de hábitos de dinero fácil desenlazará en la pérdida de las buenas tradiciones, de los valores, la conciencia y la concepción de hogar tradicional

Es de considerar que la problemática del municipio se basa en varios factores fundamentales como: La educación, la vivienda, la cobertura de servicios públicos, el empleo y la pobreza.

- ❖ En cuanto a la educación: “El aspecto problemático está relacionado con la baja cobertura educativa que tiene el municipio. Teniendo en cuenta los rangos de edad de 5-24 años del total de la población en edad de estudiar

⁴⁰PLAN DE DESARROLLO DEL MUNICIPIO DE ZARZAL, VALLE DEL CAUCA, PARA LA VIGENCIA FISCAL 2012-2015, Acuerdo No. 334, p.40.

(primaria, secundaria y superior), la cual corresponde a 14.832 personas, como también la cantidad de alumnos matriculados que corresponde a 10.423 estudiantes, se puede decir, que existe una población de 4.409 personas que no están insertos en el sector educativo.”⁴¹

- ❖ En cuanto a vivienda: La alcaldía en su actual administración lleva a cabo planes para otorgar subsidios familiares de vivienda, de los cuales se estipulan tres (3) modalidades:

- ✓ Adquisición de vivienda nueva
- ✓ Construcción en sitio propio
- ✓ Mejoramiento de vivienda

El sector vivienda en el plan de desarrollo 2012-2015, tiene como objetivo sectorial: Implementar una política pública de vivienda encaminada al acompañamiento y gestión de los planes de vivienda, enmarcados dentro de las áreas de expansión aprobadas por sus planes parciales, atendiendo necesidades del déficit y de asentamientos vulnerables.

- ❖ En lo referente a servicios públicos domiciliarios: El acueducto de la cabecera municipal y alcantarillado sanitario son del manejo y administración de ACUAVALLE.

La energía está a cargo de la EPSA S.A. Entidad encargada de la prestación del servicio tanto en el suelo urbano como en el rural, alcanzando una cobertura promedio del 95 %.

La recolección, transporte y disposición de desechos sólidos domésticos, comerciales y especiales en la cabecera municipal, Corregimiento de La Paila, Quebrada nueva, Vallejuelo y Limones es realizada por la Alcaldía Municipal a través de Proactiva de Servicios S.A. E.S.P.; las demás localidades disponen sus basuras a nivel individual.⁴²

⁴¹PLAN DE DESARROLLO DEL MUNICIPIO DE ZARZAL, VALLE DEL CAUCA, PARA LA VIGENCIA FISCAL 2012-2015, Acuerdo No. 334, p,49.

⁴²PLAN DE DESARROLLO DEL MUNICIPIO DE ZARZAL, VALLE DEL CAUCA, PARA LA VIGENCIA FISCAL 2012-2015, Acuerdo No. 334, P, 77.

Lo anteriormente descrito nos indica que zarzal es un municipio que está casi en su totalidad cubierto con estos servicios en su zona urbana, en las rurales aún se tienen algunas falencias como lo indica el diagnóstico en cobertura de servicios públicos domiciliarios.

- ❖ En cuanto al empleo: “Desde el punto de vista de la fuerza de trabajo y la ocupación de la misma, se ha encontrado que la PEA es del 44,3 % de la población del municipio, es decir 17.439 personas (de estos, el 29% son registrados como empleo formal), mientras que la PET (población en edad de trabajar) es de 27.556 personas, con lo cual se puede deducir una TGP (tasa global de participación – PEA/PET) del 63,3%, decir una tasa de desocupación del 36,7%, la cual es extremadamente alta si se tiene en cuenta que el promedio nacional es de 20,4%.”

A modo de observación el municipio es pequeño y como se mencionó anteriormente la población es relativamente joven lo cual concentra la fuerza de trabajo y genera desempleo.

“En términos de empleos la actividad de mayor peso relativo es la Industria Manufacturera, con un 55% (2.789 personas) del empleo total (según registros de cámara de comercio de Tuluá), le siguen en su orden actividades como Comercio (24%) indicando la importancia que tiene este sector en la dinámica económica del municipio”.

“Otra actividad de gran importancia son los Servicios personales con un 12% del total empleado. Nótese como la agricultura sola tiene un 5% del total de empleo, lo cual refleja una alta tecnificación de este tipo de actividad económica, básicamente asociada al monocultivo de la caña, en la cual el coeficiente tecnológico está determinado por una relación hombre-máquina, en la cual esta última es la determinante. En general las principales actividades de la economía zarzaleña pertenecen a tres grandes sectores: Agroindustria, Ganadería y Agricultura, sin embargo el Comercio o tercerización de la economía urbana ha venido ganando espacio en importancia como sector económico en el Municipio.”⁴³

⁴³PLAN DE DESARROLLO DEL MUNICIPIO DE ZARZAL, VALLE DEL CAUCA, PARA LA VIGENCIA FISCAL 2012-2015, Acuerdo No. 334, P, 80.

- ❖ En cuanto a la pobreza: Se tiene Según datos de DANE el 17.34 % de la población zarzaleña no ha logrado satisfacer sus necesidades básicas, siendo más alta la proporción de pobreza en la población rural, 22.7 %. Con un promedio de NBI en la cabecera de 15.06%.

Sirve como reflexión que el municipio ha tenido participación en la historia del narcotráfico, dejando como herencia el estigmatismo del “dinero fácil”, lo cual conlleva a varios fenómenos entre estos el sicariato, al microtráfico, la prostitución y la desorientación de la juventud zarzaleña.

Otros factores influyentes son: la inadecuada administración del presupuesto del municipio, el mal uso de las nuevas tecnologías, la pérdida de los buenos hábitos y costumbres, la divulgación por parte de los medios de comunicación que incitan al alcoholismo y a la drogadicción, la deficiencia en cuanto a la educación sexual y reproductiva, que acarrea embarazos no deseados a temprana edad, también la creación de nuevos espacios que fomentan una vida nocturna y sedentaria, la falta de oportunidades de empleo, entre otros.

7.1.6 Entorno cultural. El territorio de Colombia, desde la época prehispánica, ha sido un punto geográfico clave para el contacto terrestre entre el sur y el centro/norte de América. De esta manera jugó un papel muy importante en la distribución temprana del maíz, así como de otros alimentos (Bernal 1992). Las características ambientales, sociales, tecnológicas y culturales presentes en las diferentes regiones geográficas del país, han generado condiciones propicias para el desarrollo de muchas razas, variedades, híbridos y eco tipos nativos de maíz adaptadas a diferentes condiciones del clima, de disponibilidad de agua y resistencia a plagas y enfermedades, entre otras.

De esta manera, en Colombia se ha cultivado maíz en casi todos los ecosistemas en donde ha existido agricultura, con mayor intensidad en las tierras bajas tropicales del Caribe y en las zonas templadas y frías de la región Andina.

7.1.6.1 Colombia un país mega diverso en maíz. En el país, el maíz ha sido uno de los alimentos básicos desde antes de la llegada de los españoles. Es una de las especies que más influencia ha presentado en los sistemas productivos pues es primordial en la seguridad alimentaria como lo evidencia la cantidad de variedades presentes en todo el territorio nacional.⁴⁴

El departamento del Valle del Cauca especialmente en el municipio de Zarzal están ubicados al occidente del país, influenciados gastronómicamente por las regiones del pacífico y eje cafetero, teniendo una fuerte incidencia de afrodescendientes y paisas lo que conlleva a la diversidad de alimentos entre ellos: Bandeja paisa, sancocho de gallina, tamales, arepas de maíz, envueltos.

Todo lo anterior gracias al clima favorable, a la fertilidad de los suelos, a la variedad de semillas que se adaptan fácilmente y al espíritu empresarial de las personas, y aquella que por tradición practican la agricultura.

Otro aspecto a tener en cuenta en el municipio es la salud y la vanidad, ya que se complementan observándose una mayor dedicación al cuidado de la apariencia física, consumiendo comidas saludables entre ellas los cereales, que poseen fibra, gozan de beneficios nutricionales y de una fácil preparación a la hora de consumir alimentos ricos y sanos como el maíz.

7.1.7 ENTORNO DEMOGRÁFICO. El municipio cuenta con una población estimada de 43.041 habitantes, según proyecciones de población para el año 2012. Para el año 2015: 59.007 Habitantes (45.234 en la cabecera y 13.773 en el resto). Para el año 2018: 60.234 habitantes (46.599 en la cabecera y 13.635 en el resto) Y, para el 2020: 61.417 habitantes (47.534 en la cabecera y 13.883 en el resto). La anterior distribución indica la importancia que tiene la cabecera municipal, como eje aglutinador de la mayor parte de la población del municipio, y pertenecientes al estrato socioeconómico número 2; realizadas por el DANE. Lo que representa el 0,98% de la población total del Departamento del Valle. Su

⁴⁴ Disponible en internet en: <http://www.semillas.org.co/sitio.shtml?apc=c1a1--&x=20154614>

cabecera municipal concentra el 70,52% del total de su población y el 29,48% restante son habitantes de Zona Rural.⁴⁵

De acuerdo al género, se estima que el 51,40%, esto es 22.344 del total de la población son mujeres y el 48,60%, es decir 21.127 son hombres. Tomando en cuenta la edad, la población es relativamente joven ya que los jóvenes entre 25 a 34 años representan aproximadamente el 42,90% del total de la población.

Para un mayor entendimiento de la investigación llevada a cabo en este proyecto se realizó la estratificación de la población por grupos de edad y de esta manera identificar los gustos y preferencias.

⁴⁵ PLAN DE DESARROLLO DEL MUNICIPIO DE ZARZAL. Acuerdo 335 del 2012 (Junio 19 de 2012). Por medio del cual se adopta el plan de desarrollo del municipio de zarzal, valle del cauca, para la vigencia fiscal 2012-2015. p.38.

Cuadro 12 Matriz del entorno.

MATRIZ DEL ENTORNO

ENTORNO	VARIABLES	RELACIÓN	IMPACTO	¿POR QUÉ?
Económico	PIB	Indirecta	Medio positivo	Se tuvo una disminución con respecto al año anterior, lo cual sustenta que no se utilizaron al máximo los recursos que hicieron que el país fuera poco productivo.
	Inflación	Directa	Medio Negativa	A pesar de que el costo de vida para el 2012 disminuyó con respecto al año anterior, lo que indica que las personas tienen mayor poder de compra, siempre el factor inflacionario determinará un incremento en el valor de los bienes y de los servicios.
	Tasa de interés	Directa	Medio positivo	El gobierno con la política expansionista que trae consigo la reducción de las tasas de interés, aumentan el dinero en circulación lo que conlleva a satisfacer necesidades y favorecer la inversión, como la del choclo molido.
Político legal	Políticas de	Directa	Alta	La tasa de desempleo ha disminuido producto de las estrategias del gobierno, entre otras

	Gobierno		positivo	disposiciones, actualmente se tiene la reforma tributaria que promueve beneficios para trabajadores y empleadores planteando ganancias con las nuevas medidas.
	Trámites para la constitución de una empresa	Directa	Alta positivo	Para la producción y comercialización de choclo molido es importante tener claro los lineamientos que requiere una entidad legalmente constituida, al optar por cualquiera de las modalidades de asociación o de empresa.
AMBIENTAL	Globalización	Indirecta	Media Positiva	En el proceso productivo del choclo molido no afecta el medio ambiente puesto que conserva el proceso semi-artesanal.
	Tratamiento de residuos.	Directa	Media positiva	Se debe contribuir al medio ambiente puesto que existen leyes, por lo tanto los residuos del proceso del choclo molido se reutilizaran a favor de la naturaleza.
TECNOLOGICO	Sistemas de información	Directa	Media positiva	El uso de estas herramientas permite estar a la vanguardia para prestar un mejor servicio, estar informados de las necesidades, gustos y preferencia de las personas. En resumen para

				interactuar con los consumidores, clientes y entidades en general.
	Maquinaria	Directa	Media positiva	La maquinaria hace una parte del proceso, gran parte del proceso es realizado el recurso humano.
SOCIAL	Empleo	Directa	Alta positiva	A raíz de la tasa de desocupación se puede contar con suficiente capital humano para emplearse en la producción de choclo molido.
	Pobreza	Directa	Media Negativa	Las personas primero suplen sus necesidades básicas alimenticias, por lo tanto su capacidad de compra es limitada, situando el choclo como un producto alternativo en la alimentación.
CULTURAL	Diversidad	Directa	Alta positiva	Diversidad climática y de suelos que permiten obtener la materia prima (maíz tierno), todas las épocas del año y en las mejores condiciones.
	Tradición	Directa	Alta positiva	El maíz que ha sido heredado de los ancestros, constituye un alimento base para la nutrición de la familia, es de vital importancia conservar el gusto que por él se tiene promoviendo el consumo de choclo molido.

DEMOGRAFICO	Estratificación	Directa	Baja Negativa	Según estudios en Zarzal las personas están concentradas en el estrato 2, por tanto la capacidad económica de las personas es regular, su poder adquisitivo es limitado.
	Población	Indirecta	Media positiva	Según las proyecciones del DANE la población es creciente, aspecto a tener en cuenta desde el punto de vista empresarial, ya que aumentaría el consumo de choclo molido y la generación de empleo, con esto el mejoramiento de la calidad de vida

Fuente: Las autoras 2014.

7.2. ANALISIS MICRO

La introducción y puesta en marcha de estrategias para el sostenimiento de las organizaciones es producto de estudiar permanentemente aquellos factores que ocasionan cambios en su entorno, entre los más conocidos se tiene:

7.2.1 Fuerzas de Porter.⁴⁶ Toda empresa está rodeada de cinco actores fundamentales dentro de una industria que hay que aprender a controlar para sobrevivir en el mercado y así tomar buenas decisiones, de manera que se llegue al éxito con altas tasas de rentabilidad.

1. AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES

La posibilidad y facilidad con la que pueden entrar nuevos competidores es un elemento importante para medir la rentabilidad de un mercado. Esta facilidad o dificultad está determinada por las barreras de entrada.

Estas barreras pueden ser de muchos tipos como naturales o creadas.

Porter identificó seis barreras de entrada que podían usarse para crearle a la corporación una ventaja competitiva:

- ❖ **Economías de Escala:** Sus altos volúmenes le permiten reducir sus costos, dificultar a un nuevo competidor entrar con precios bajos. Para el proyecto no se evidencia competidores que tengan economías de escala, principalmente porque no hay una organización legalmente constituida que se dedique a esta producción en particular.
- ❖ **Diferenciación del Producto:** Asume que si la corporación diferencia y posiciona fuertemente su producto, la compañía entrante debe hacer cuantiosas inversiones para reposicionar a su rival. El choclo molido se diferencia de otros productos por ser un producto que no contiene conservantes, ni colorantes, ni demás sustancias químicas constituyéndose como un producto cien por ciento natural, tradicional, rico en nutrientes, y propiedades alimenticias.

⁴⁶ PORTER. Michael. Ventaja Competitiva; Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior. México: McGraw Hill, 1992.

❖ **Inversiones de Capital:** Con respecto con la cuantía del capital que se debe tener presente para constituir una empresa que se dedique a la producción de choclo molido, se debe hacer referencia a que, éste en términos relativos es bajo para que cualquier entidad participar en el mercado este capital estará representado en adquisición de bienes materiales, en la parte administrativa computador, teléfono-fax, impresora y para la parte operativa molinos eléctricos, mesas, canastillas, refrigerador, utensilios de aseo y de cocina, entre otros que en el desarrollo de la actividades van surgiendo, los cuales permitan optimizar el tiempo y realizar un producto de excelente calidad.

❖ **Desventaja en Costos:** No existe impedimento con esta variable, al haber una carencia de competencia organizada o legalmente constituida y al no elaborar el choclo molido para comercializar, sino solo comercializar el maíz o la mazorca sin ningún proceso de elaboración.

❖ **Acceso a los Canales de Distribución:** Para la distribución del producto se requiere de transporte el cual permitirá que llegue justo a tiempo a los diferentes clientes y así atender la demanda del mismo, por tanto puede ser de dos tipos: directo (fabricante al consumidor), corto (fabricante-detallistas-consumidor).

En la medida que los canales de distribución para un producto estén bien atendidos, los nuevos competidores deben convencer a los distribuidores que acepten sus productos mediante reducción de precios y aumento de márgenes de utilidad, siendo el choclo molido pionero en el municipio de Zarzal, los competidores tienen que ingeniarse la manera de ser más rápidos y efectivos a la hora de entregar el producto final.

❖ **Políticas Gubernamentales:** Es de suma importancia ya que constituye el ambiente externo, y el medio ambiente en el cual se va a desarrollar, se debe tener presente las normas que rigen dicha actividad en este caso la actividad agrícola, también tener en cuenta los lineamientos a la hora de elegir la modalidad empresarial y el sector en el cual se va incursionar la empresa; esto garantiza legalidad y transparencia contribuyendo socialmente.

Adicional los competidores tendrán el reto de legalizarse y realizar sus procesos mitigando el impacto medio ambiental de su producción.

2. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES

La rivalidad entre los competidores define la rentabilidad de un sector: cuanto menos competido se encuentre un sector, normalmente será más rentable y viceversa.

Se toma como referencia la industria harinera que presenta una elevada competitividad entre sus rivales potenciales, ya que se enfrenta diariamente a guerra de precios, promociones y campañas publicitarias costosas.

- ❖ **Competencia actual:** Existen personas que poseen sus tierras y comercializan la mazorca sin ningún proceso de transformación o de forma artesanal (para su propio consumo), se puede observar que el municipio carece de una empresa que se dedique a la producción de forma organizada de choclo molido.

Cuadro 13. Competidores del sector.

Competidores	Productos que ofrece	Lugar de localización
Personas sin una organización o empresa legalmente constituida.	Maíz o mazorca natural sin ningún proceso de transformación.	En los supermercados: El Inter, Olímpica, Revuelterías, La galería.

Fuente: Las autoras 2014.

- ❖ **Competencia potencial:** Dentro de las principales empresas que se podrían considerar potenciales que trabajan con maíz son:

- Promasa
- Industria Harina de Occidente
- Alimentos del Cauca S.A.
- Harinera del Valle

Se aclara que las empresas mencionadas comercializan la harina de maíz precocidad, más no el choclo en su estado natural es decir el maíz tierno y están ubicadas generalmente en ciudades con un amplio rango de acción.

3. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Un segmento del mercado no será atractivo, cuando los proveedores impongan sus condiciones, en el caso del choclo molido es probable que el poder de negociación de los proveedores ocasione integración hacia delante, ya que se convertirían en competidores potenciales, al observar lo semi-artesanal de la producción, los canales de distribución y el gusto que por tradición se tiene por el producto, se observa una oportunidad de negocio aprovechable.

Cuadro 14. Proveedores.

Empresa	Producto o servicio	Ciudad
Mi casita	Maíz tierno	Zarzal-Roldanillo
Medianos y pequeños productores	Maíz tierno	Zonas rurales de Zarzal.
Plásticos Zarzal	Sello plus de 32 onzas	Zarzal
Quesera Zarzal	Sello plus de 32 onzas	Zarzal
Molinos Tuluá	Molinos industriales	Tuluá
Epsa	Energía	Zarzal
Acuavalle	Agua y alcantarillado	Zarzal
Proactiva	Aseo y vigilancia	Zarzal
Telefónica Movistar	Teléfono e internet	Zarzal
Particular	Transporte (flete)	Zarzal
Aytex, dotaciones Ltda.	Dotación de uniformes	Tuluá
Librería y Papelería Panorama	Papelería	Zarzal
Entidad financiera (Banco Bogotá, Banco Agrario, Coprocenva, Banco Davivienda)	Créditos financieros	zarzal

Fuentes: Las autoras 2014.

4. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES

Si en un sector de la economía entran nuevas empresas, la competencia aumentará y provocará una ayuda al consumidor logrando que los precios de los productos de la misma clase disminuyan; pero también ocasionará un aumento en los costos, ya que si la organización desea mantener su nivel en el mercado deberá realizar gastos adicionales.

Crear estrategias para las cadenas de supermercados y hogares, que conlleven a la diferenciación del producto en lo referente a calidad, precio, innovación y servicio (atención al cliente) es de vital importancia, pues no es conveniente que exista una integración hacia atrás, y los compradores produzcan sus propios insumos afectando el margen de utilidad de la corporación.

Se podrían llamar compradores o Consumidores clasificándose así:

consumidores institucionales o industriales y clientes finales u hogares, entre los primeros se tiene grandes consumidores del producto tales como, supermercados de cadena, pequeños supermercados, Bienestar Familiar, batallón, puntos de venta de comida rápida, colegios, universidades, etc.

Y en cuanto a los hogares están las amas de casa y todas aquellas personas que gustan de preparar diversidad de alimentos ricos en nutrientes.

Cuadro 15. Poder de Negociación de los Compradores.

Variable	Incidencia en el sector
Concentración de los clientes	En el sector no hay concentración de clientes, porque este producto es adquirido por todas aquellas personas que gusten de él.
Importancia del producto para el usuario	El choclo molido es un producto que cubre gran parte de las necesidades nutricionales, ya que contiene infinidad de bondades alimenticias beneficiosas

	para el consumidor
Las ventas se concentran en pocos usuarios	Las ventas choclo no se concentran en pocos usuarios, ya que es dirigido a toda la comunidad y asequible por cualquier persona.
Posibilidad de integración hacia atrás	Los clientes tienen la posibilidad de integrarse hacia atrás, y constituir rivalidad por la fácil obtención de materia prima y lo artesanal de su transformación.
Nivel de información del cliente	Dadas las características del producto es muy poca la información que tienen, al conocer la facilidad y la implementación de poca tecnología, podrían convertirse en una competencia futura.

Fuente: las autoras 2014.

En conclusión, el poder de negociación de los compradores es relativamente alto, porque no existen condiciones que limiten la decisión de compra ya que las preferencias, los gustos y tendencias pueden variar de manera impredecible.

5. AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad. El choclo molido no es un producto el cual tenga un sustituto directo no obstante los alimentos como las arepas, tortas galletas, tostadas y panes, entre otros, también constituyen posibles sustitutos; por tanto la amenaza es alta.

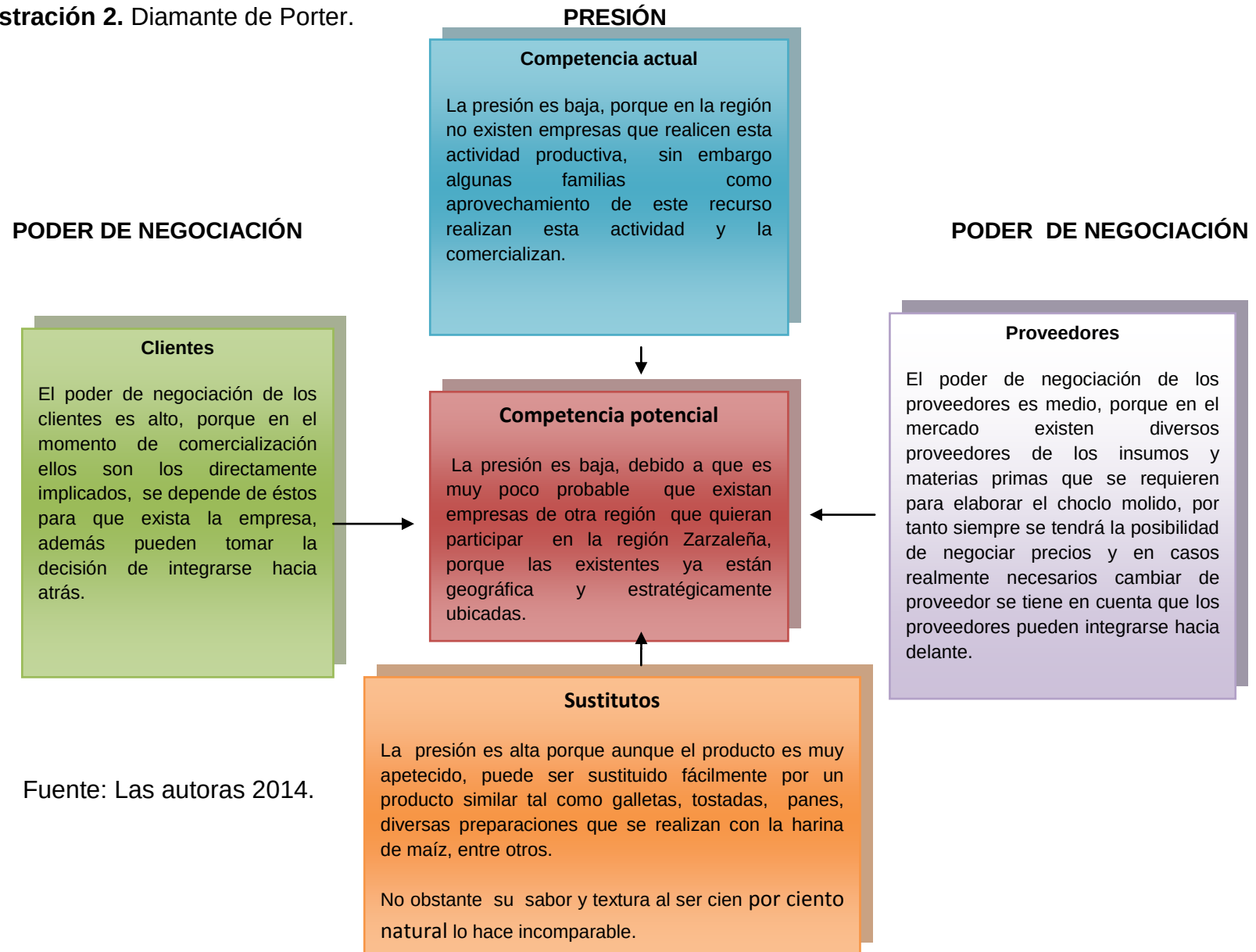
Cuadro 16. Productos Sustitutos.

Marca- empresa	Producto
Doña arepa, promasa, harina P.A.N., Ricamasa	Harina precocidad de maíz amarillo
Haz de oros, harina Corona, harina farallones, aguileña	Harina de trigo
Mi tierra,	Harina de soya
Yucarina de Maizena, anónimo.	Harina de yuca
Maizena	Fécula de maíz
Panaderías, grupo bimbo, tostadas la gitana, ricopan, mamipan.	Galletas, tostadas y panes

Fuente: Las autoras 2014.

7.2.2. Diamante de Porter. Sirve para determinar las consecuencias de la rentabilidad de un mercado a largo plazo por medio de la evaluación de sus objetivos y recursos frente a las 5 fuerzas que rigen la competitividad.

Ilustración 2. Diamante de Porter.



Fuente: Las autoras 2014.

Ilustración 3. Interrelación de las variables de las Fuerzas Competitivas



Fuente: Las autoras 2014.

8. ALTERNATIVAS DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHOCLO MOLIDO, EN EL MUNICIPIO DE ZARZAL VALLE DEL CAUCA 2013

Al observar el potencial de inversión del sector productivo que se tiene en Colombia, se evidencia la carencia de alternativas que permitan tomar la decisión de invertir en un programa o proyecto que represente beneficios económicos, por medio de una investigación previa sustentada; para objetar lo anterior se presentan alternativas de inversión y financiación de una actividad agrícola como lo es la producción y comercialización de choclo molido, en este caso se deben identificar para una mayor comprensión tipos de estudio como de mercado, técnico, administrativo y legal.

8.1 ESTUDIO DE MERCADO

Definición

Según German Arboleda Vélez en su libro Proyectos formulación, evaluación y control define: “El mercado es el área en la cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar”.

OBJETIVOS

Objetivo General: identificar el dinamismo de la compra, venta y aceptación del choclo molido en el municipio de Zarzal para el año 2014.

Objetivos Específicos:

- ❖ Verificar la posible aceptación del choclo molido.
- ❖ Identificar la población objetivo.

- ❖ Describir el producto.
- ❖ Establecer la relación de la oferta y la demanda.
- ❖ Fijar criterios para la determinación del precio se tendrá en cuenta el costo más el margen el precio en el mercado de otras ciudades concepto de competencia leal equilibrio
- ❖ Realizar estrategias de publicidad
- ❖ Determinar los posibles canales de distribución.

8.1.1. Tabulación e interpretación de encuestas

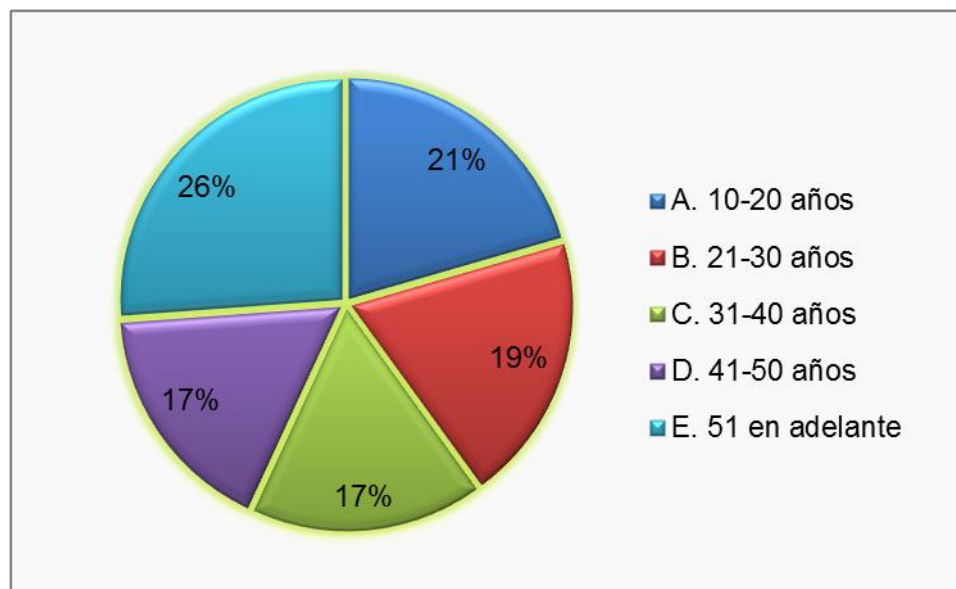
Al realizar un estudio oportuno de mercado, se identifican variables útiles para el proyecto, con este fin se realizaron encuestas estratificadas en grupos de edad, aplicadas de acuerdo con la participación de dicho grupo en el municipio de Zarzal y por medio de éstas se analizó su opinión respecto al producto, a lo cual la comunidad respondió:

Cuadro 17. ¿Su edad oscila entre?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fa	Fr
De 10 a 20 años	40	21%
De 21 a 30 años	36	19%
De 31 a 40 años	32	17%
De 41 a 50 años	32	17%
De 51 años en adelante	50	26%
Total	190	100%

Fuente: Las autoras 2014.

Gráfica 1. Participación de la población por intervalos de Edad.



Fuente: Las autoras 2014.

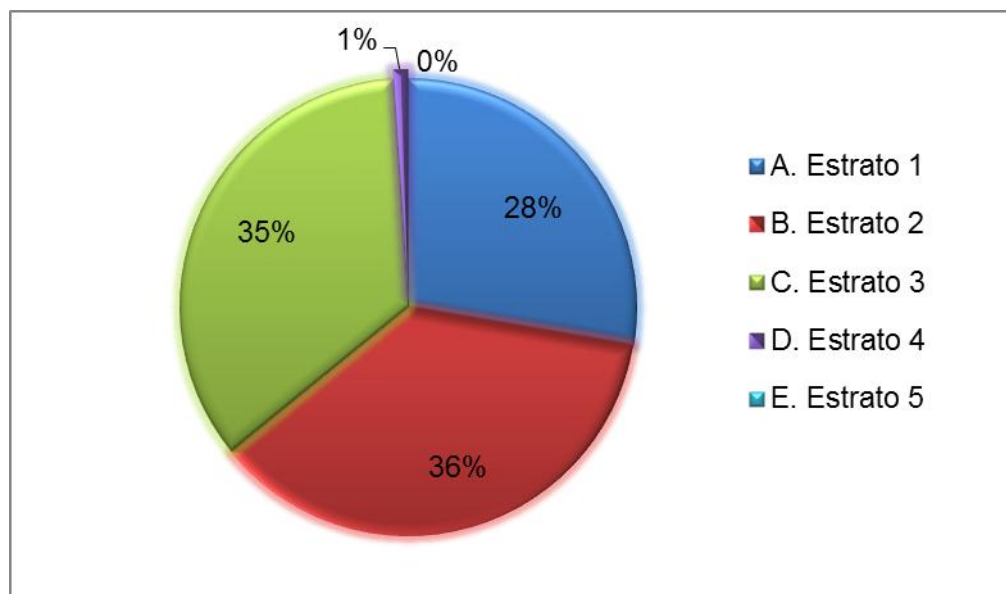
De acuerdo con los resultados de las encuestas se evidenció que del total de los encuestados el 26% de los mismos tienen edades superiores a los 51 años, lo cual determina una asertividad en las respuestas que ellos dieron respecto a la preferencia del producto, continuo con esto se evidencia una participación del 21% de edades de 10 a 20 años, lo cual probablemente condiciona que las respuestas de este grupo sean subjetivas, por tanto se tiende a depender del momento, más no por poseer un conocimiento concreto a la hora de contestar la encuesta. Se refleja una participación del 19% con relación a las edades de 21 a 30 años, lo cual señala que las respuestas obtenidas por este grupo son de gran relevancia, ya que las personas tienen un mayor conocimiento con respecto a los productos alimenticios y tienen un poder de adquisición de bienes y servicios significativos. Se obtuvo un 17% entre las edades de 31 a 40 años y de 41 a 50 años, garantizando una autenticidad a las respuestas recolectadas por este público que tiene una gran convicción de lo que quiere en su dieta diaria.

Cuadro 18. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fa	Fr
Estrato 1	53	28%
Estrato 2	68	36%
Estrato 3	67	35%
Estrato 4	2	1%
Estrato 5	0	0%
Total	190	100%

Fuente: Las autoras 2014.

Gráfica 2. Participación de población por estratos.



Fuente: Las autoras 2014.

Según la encuesta se puede determinar que el 36% de las personas pertenecen al estrato 2, por tanto esta cifra permite determinar que necesariamente la concentración de la venta del producto se centrará para este estrato, situación que debe tenerse presente en el momento de fijar el precio del producto. Con respecto

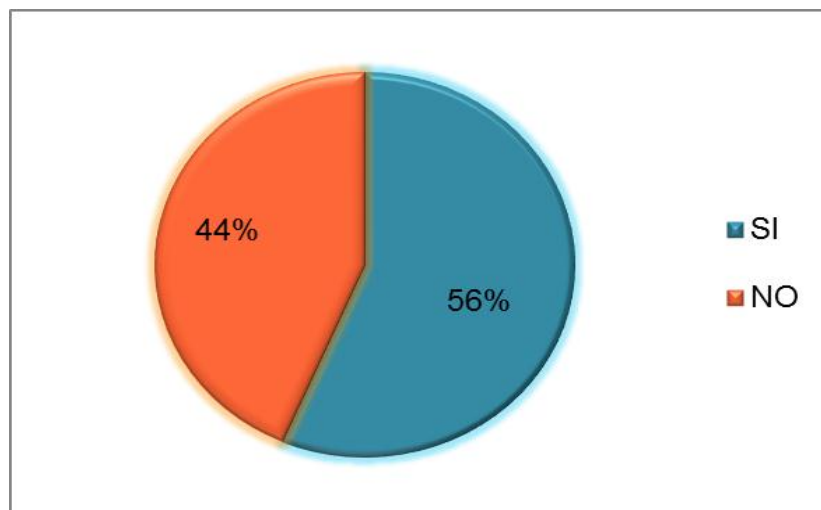
a la participación del estrato 3, esta es del 35% lo que permite de manera positiva contar con una amplia clientela que tendrá la capacidad de adquirir el producto, y por último se muestra la participación del estrato 1 con una proporción del 28%, lo cual es un porcentaje que surge que se debe ofrecer un producto que llegue a satisfacer este porcentaje que tiene un grado de importancia en la comunidad Zarzaleña.

Cuadro 19. ¿Cree que su alimentación es 100% saludable?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fa	Fr
SI	106	56%
NO	84	44%
Total	190	100%

Fuente: Las autoras 2014.

Gráfica 3. Estimación de alimentación 100% saludable.



Fuente: Las autoras 2014.

Un porcentaje del 56% población encuestada refirió que su alimentación es cien por ciento saludable siendo esto representativo para la investigación porque a los

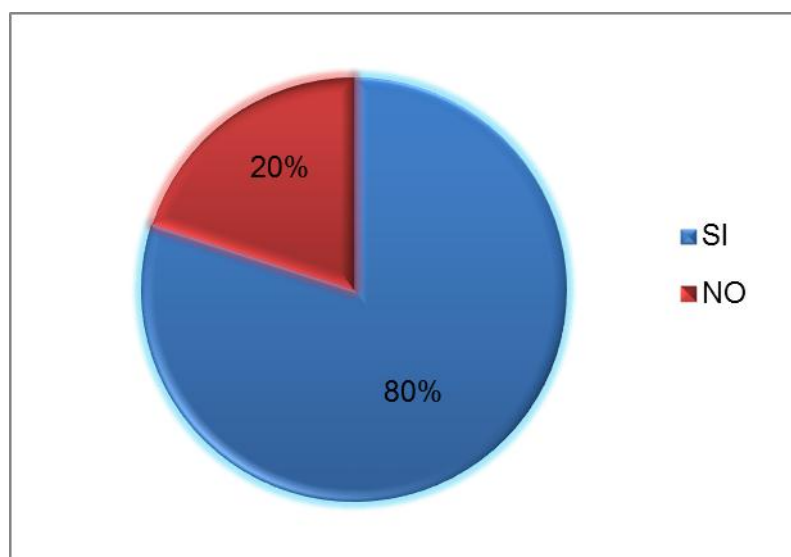
Zarzaleños les gusta alimentarse saludablemente y buscan alimentos, naturales y nutritivos, el 44% restante determinó que no lo consideraban así, puesto que argumentaban que consumían grasas y comidas chatarra, por tanto es de considerar la necesidad de contar con un producto como el choclo molido que es bajo en grasa, no contiene conservantes, ni adictivos.

Cuadro 20. De acuerdo con su ritmo de vida ¿Requiere de productos de fácil preparación?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fa	Fr
SI	152	80%
NO	38	20%
Total	190	100%

Fuente: Las autoras 2014

Gráfica 4. Valoración de la necesidad de productos de fácil preparación.



Fuente: Las autoras 2014

Un 80% de las personas encuestadas respondieron que si requieren de productos de fácil preparación por tanto es una buena opción el choclo molido porque facilita

la forma de preparar los alimentos y poder contribuir a la nutrición de todas las personas que necesitan optimizar el tiempo.

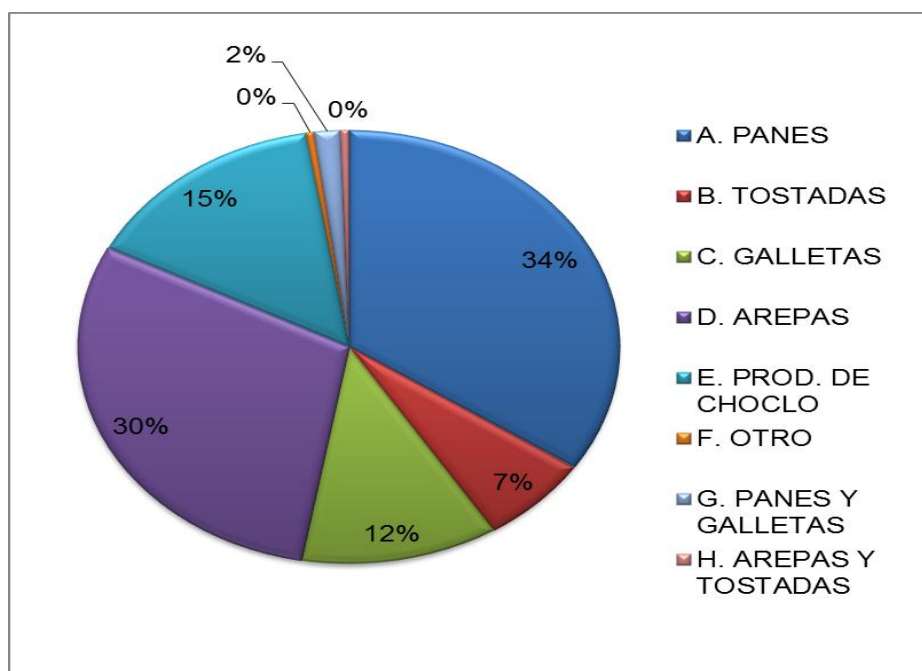
Un 20% respondieron que no requieren productos de fácil preparación, por lo que se tiene el paradigma de que los productos de procesados no son saludables, en cuanto al choclo molido deciden realizar el proceso manualmente.

Cuadro 21. ¿Cuál de estos productos consume cotidianamente?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fa	Fr
A. Panes	65	34%
B. Tostadas	13	7%
C. Galletas	23	12%
D. Arepas	57	30%
E. Productos de choclo	28	15%
F. Otro	0	0%
G. Pan y galletas	4	2%
H. Arepas y tostadas	0	0%
Total	190	100%

Fuente: Las autoras 2014.

Gráfica 5. Estimación del consumo de productos.



Fuente: Las autoras 2014.

Como se puede notar el pan es el producto más consumido por los Zarzaleños con un porcentaje del 34% constituyéndose como uno de los sustitutos con más fuerza en el sector, seguido de las arepas con un 30%, productos del choclo con un 15%, razones por las cuales su consumo es medio es la poca oferta del producto, el proceso es dispendioso, conlleva tiempo y esfuerzo. Interrumpido del porcentaje de galletas 12%. Tostadas 7%, panes y galletas con 2% y en último lugar otros y arepas y tostadas con un porcentaje del 0%. Como conclusión en la investigación el porcentaje del choclo molido es muy representativo, ya que se consolida como una opción para aprovechar el espacio del mercado con este producto, además de tener diversos beneficios para los consumidores como variar la dieta, producto bajo en grasa y poseer numerosos compuestos y vitaminas.

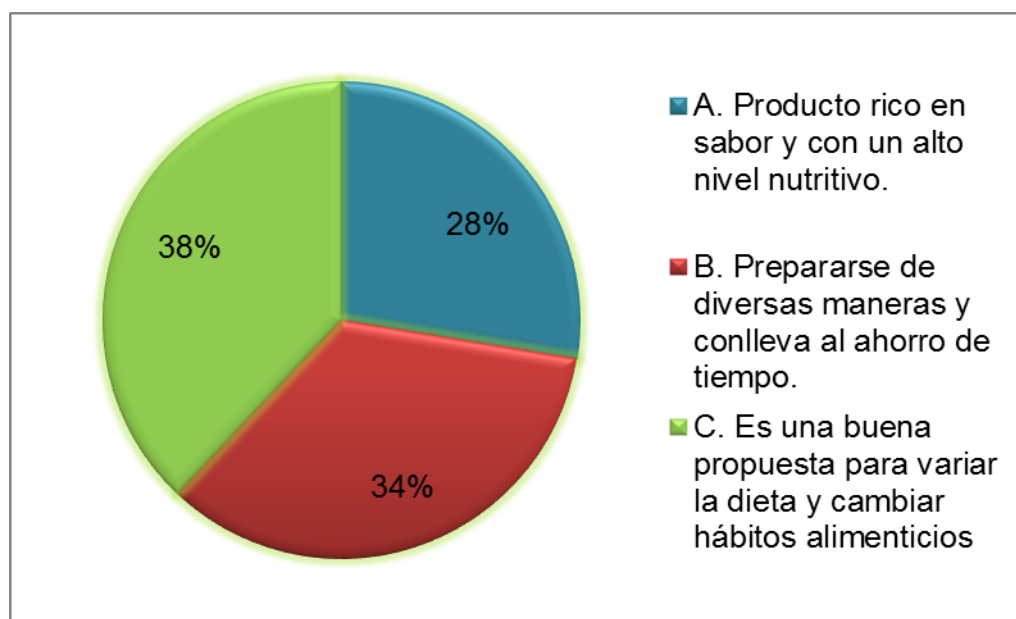
Cuadro 22. Si su respuesta a la pregunta anterior, fue e responda: ¿Por qué consume este producto?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fa	Fr
Producto rico en sabor y con un alto nivel nutritivo.	8	28%

Prepararse de diversas maneras y conlleva al ahorro de tiempo.	10	34%
Es una buena propuesta para variar la dieta y cambiar hábitos alimenticios	11	38%
Total	29	100%

Fuente: Las autoras 2014.

Gráfica 6. Aceptación del choclo molido.



Fuente: Las autoras 2014.

Como se puede notar el porcentaje de personas que eligieron el choclo molido como opción, argumentaron con un 38% que es una buena propuesta para variar la dieta y cambiar hábitos alimenticios, continuo de un 34% que puede prepararse de diversas maneras y conlleva al ahorro de tiempo, en último lugar el 28% que lo describen como un producto rico en sabor y con un alto nivel

nutritivo.

Para el proyecto es muy importante establecer que se tiene como opción el choclo molido, a pesar de que su participación con respecto a la preferencia de otros productos es baja, es un mercado atractivo para atender.

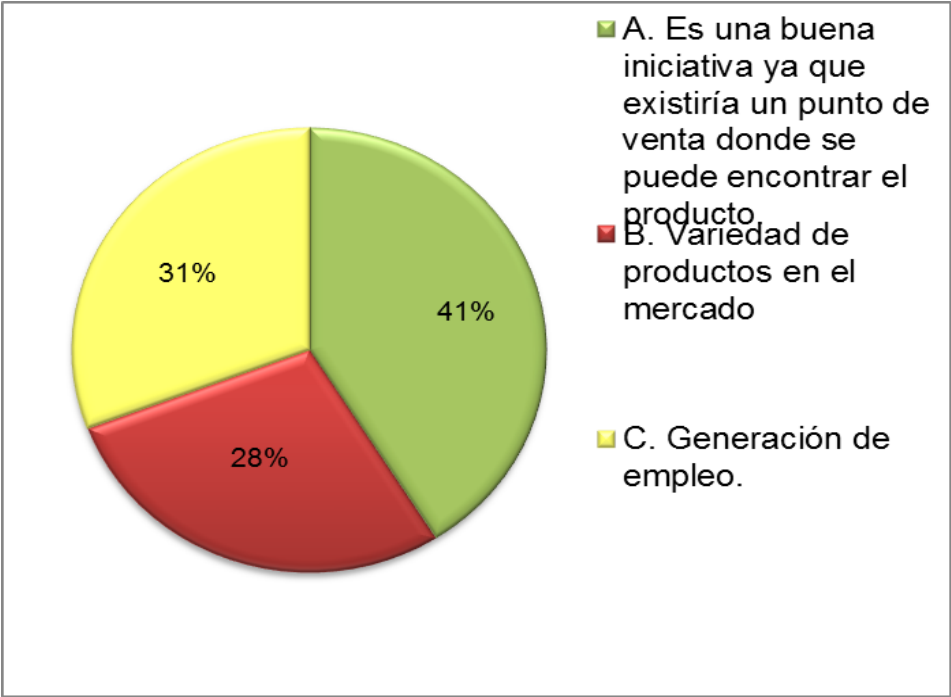
Todas estas respuestas son satisfactorias y beneficiosas para el proyecto al tener en cuenta el grado de conciencia en el que se encuentra la población encuestada a cerca del producto.

Cuadro 23. ¿Qué piensa usted de la introducción del choclo molido al mercado actual?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fa	Fr
Es una buena iniciativa ya que existiría un punto de venta donde se puede encontrar el producto.	78	41%
Variedad de productos en el mercado.	53	28%
Generación de empleo.	59	31%
Total	190	100%

Fuente: Las autoras 2014.

Gráfica 7. Opiniones sobre el choclo molido en el mercado actual.



Fuente: Las autoras 2014.

Un 41% opinó que es muy buena la iniciativa, ya que existiría un punto de venta donde se puede encontrar fácilmente en tiendas y supermercados el producto, con un nivel avanzado de preparación listo para el consumo. El 31% argumentó que contribuiría con la generación de empleo, al crearse un nuevo establecimiento se convocaría personal. Un 28% opina que el choclo molido aporta variedad de productos al mercado, evidenciando un hostigamiento por los productos existentes y la expectativa por productos nuevos que llamen su atención y satisfagan necesidades pendientes.

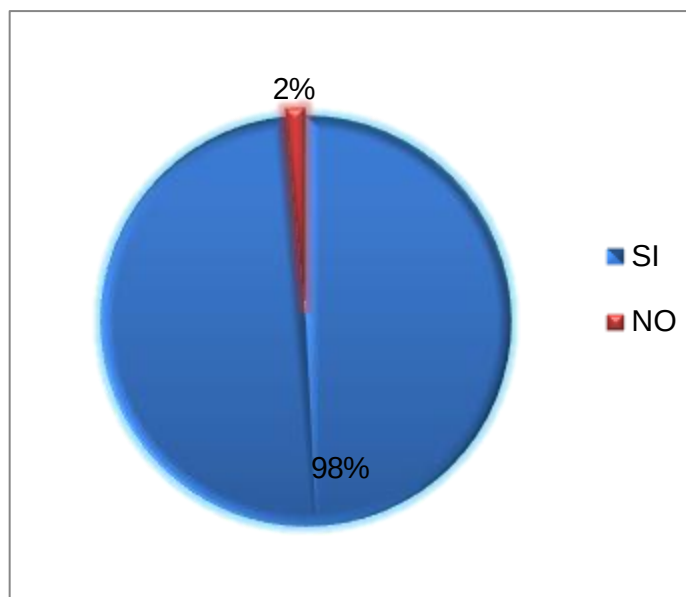
Cuadro 24. ¿Conoce usted los productos derivados del choclo molido y sus diferentes preparaciones (tortas, arepas, envueltos, cremas, coladas, natillas, entre otros.)?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fa	Fr
SI	186	98%

NO	4	2%
Total	190	100%

Fuente: Las autoras 2014.

Gráfica 8. Identificación del nivel de conocimiento del choclo molido.



Fuente: Las autoras 2014.

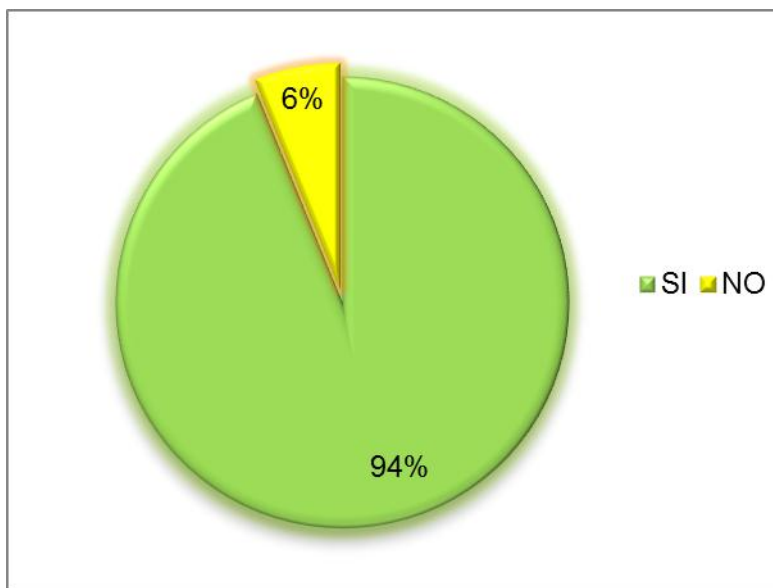
El 98% de los encuestados argumentó conocer los productos derivados del choclo por tanto el mercado objetivo estará necesariamente bien identificado, ya que no se necesita publicidad excesiva para que las personas conozcan el producto.

Cuadro 25. Si su respuesta en la pregunta anterior fue SI responda: ¿El choclo molido conlleva a la fácil preparación y al ahorro de tiempo?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fa	Fr
SI	179	94%
NO	11	6%
Total	190	100%

Fuente: Las autoras 2014.

Gráfica 9. Consideración del ahorro de tiempo y fácil preparación en el consumo del choclo molido



Fuente: Las autoras 2014

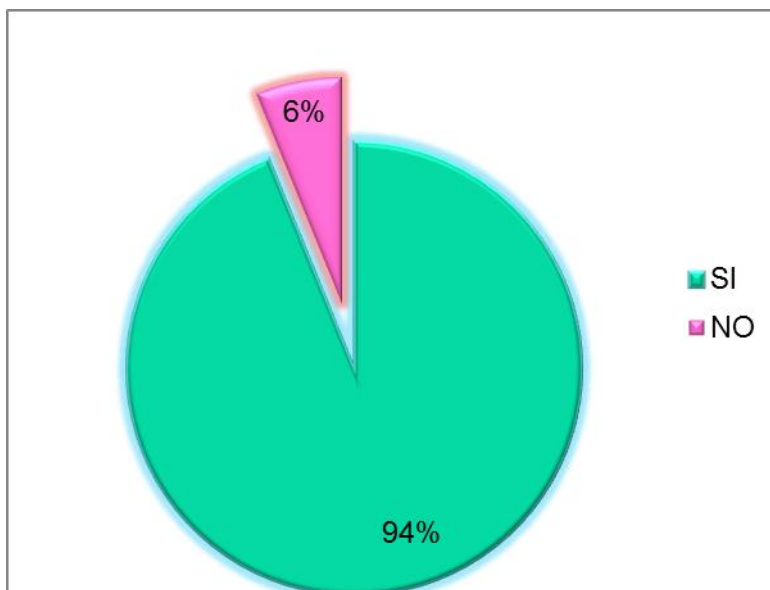
El 94% de los encuestados reconoce que el producto lleva al ahorro de tiempo factor importante al momento de adquirirlo, ya que se ciñe al tiempo que actualmente se maneja para cocinar y la preocupación por la alimentación saludable.

Cuadro 26. Teniendo en cuenta que el choclo molido goza de infinidad de bondades nutritivas tales como: Hidratos de Carbono, proteínas, almidón, azúcares, fibras y vitaminas del Grupo B. y según su forma de preparación se obtendría un producto bajo en grasa. ¿Considera que complementa su esquema nutricional?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fa	Fr
SI	179	94%
NO	11	6%
Total	190	100%

Fuente: Las autoras 2014.

Gráfica 10. Estimación de las bondades nutritivas del choclo molido al esquema nutricional de los encuestados.



Fuente: Las autoras 2014.

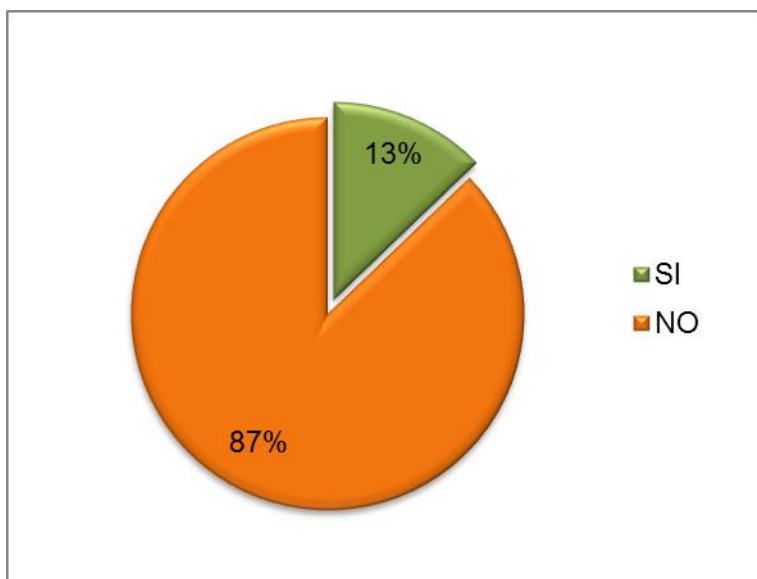
El 94% de las personas afirman que al consumir este producto clasificado como un cereal natural, de muchas propiedades beneficiosas para la salud y elaborándose de una manera que contenga una cantidad mínima de grasa complementaria su esquema nutricional.

Cuadro 27. ¿Conoce usted algún lugar en el municipio de ZARZAL donde pueda adquirir choclo con las siguientes características: molido, presentación de 1 libra, 100% natural, sin colorantes ni conservantes?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fa	Fr
SI	25	13%
NO	165	87%
Total	190	100%

Fuente: Las autoras 2014.

Gráfica 11. Identificación de competencia a través de los encuestados.



Fuente: Las autoras 2014.

Con una participación del 87% no concertó un lugar donde adquirir el choclo molido, por tanto se da a entender que el mercado no está satisfecho y que se requiere de productos fáciles de encontrar en diferentes puntos de venta, por otra parte un 13% saben dónde comprarlo pero no son cien por ciento naturales sino pre-cocidos, con adictivos y con conservantes.

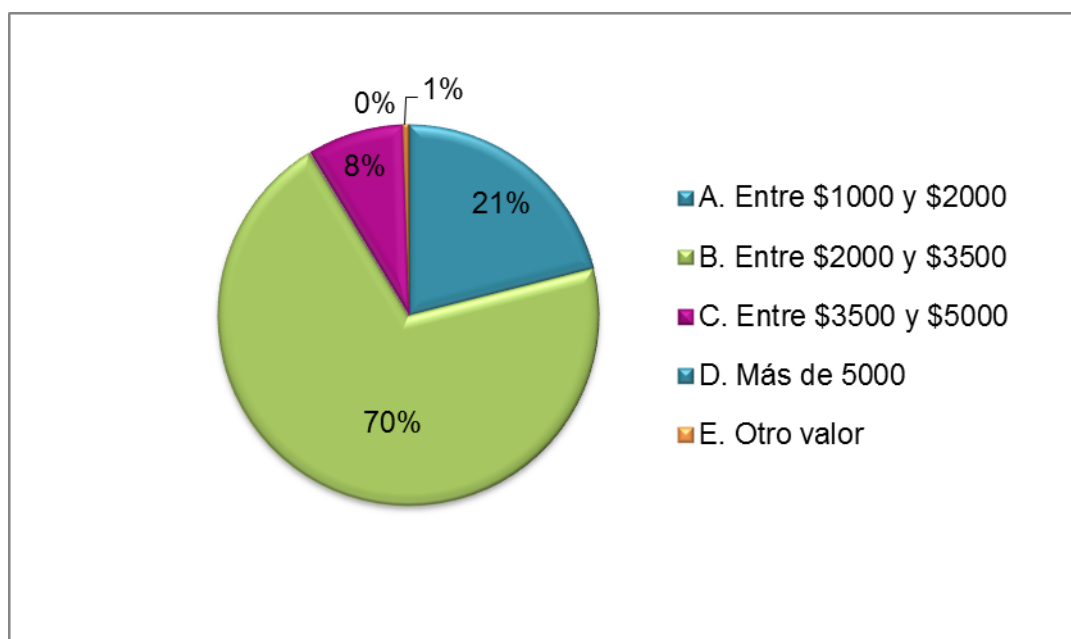
Cuadro 28. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una libra de choclo molido con las características anteriormente descritas?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fa	Fr
A. entre \$1000 y \$2000	40	21%
B. entre \$2000 y \$3500	133	70%
C. entre \$3500 y \$5000	15	8%
D. más de \$5000	0	0%

E. otro valor	2	1%
Total	190	100%

Fuente: Las autoras 2014.

Gráfica 12. Disposición económica de los participantes para adquirir el producto.



Fuente: Las autoras 2014.

Un 70% estaría dispuesto a pagar entre \$2.000 y \$3.500 pesos, por un libra de choclo molido, lo cual nos genera un criterio para fijar el precio de venta, ya que se cuenta con la disposición.

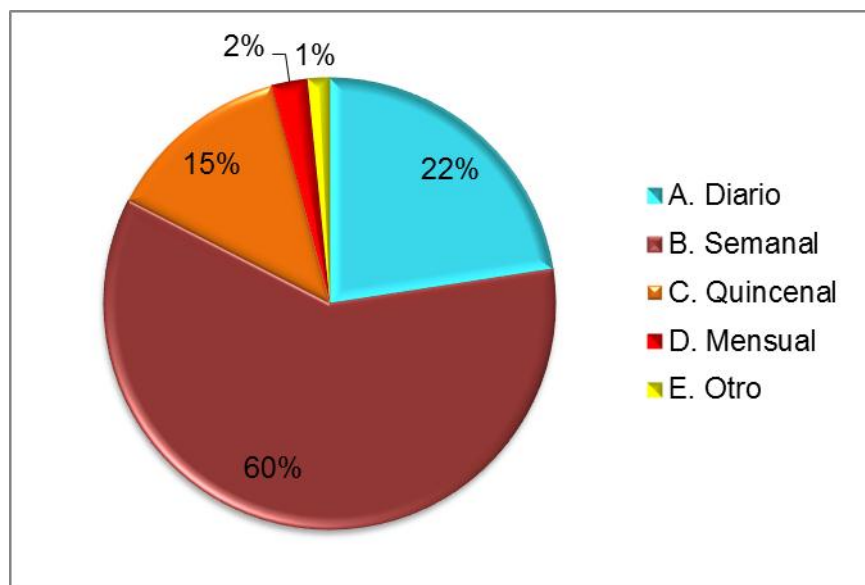
Un 21% se dispone a pagar entre \$1.000 y \$2.000 pesos, participación que se debe tener en cuenta a la hora de ofrecer el producto, siendo este un porcentaje representativo.

Cuadro 29. ¿Con qué frecuencia consumiría el choclo molido?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fa	Fr
A. Diario	42	22%
B. Semanal	114	60%
C. Quincenal	28	15%
D. Mensual	4	2%
E. Otro	2	1%
Total	190	100%

Fuente: Las autoras 2014.

Gráfica 13. Frecuencia del consumo.



Fuente: Las autoras 2014.

Se optó en un 60% por consumir el producto semanalmente, seguido del 22% diario un 15% quincenal, 2% mensual y el 1% otros. Se evidencia que consumirlo semanalmente es significativo para el núcleo familiar, por lo que es rico en vitaminas, por tradición y por variedad alimentaria, adicionalmente al implementarse el proyecto se apoyaría en los datos obtenidos y las preferencias identificadas, para crear estrategias de venta y establecer una demanda en el municipio.

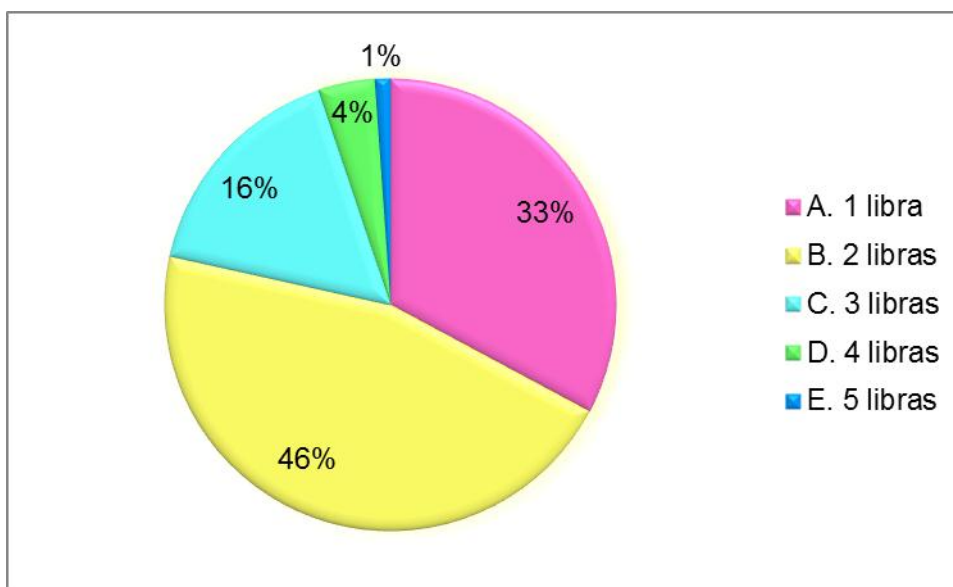
El 60% es un buen indicio porque a la gente le gustaría consumirlo semanalmente lo que se asume que por lo menos en una cantidad de un libra, según cada encuestado visión favorable para una producción creciente.

Cuadro 30. ¿En promedio cuántas libras de choclo molido consumiría en la semana?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fa	Fr
A. 1 Libra	63	33%
B. 2 Libras	87	46%
C. 3 Libras	30	16%
D. 4 Libras	8	4%
E. 5 Libras	2	1%
Total	190	100%

Fuente: Las autoras 2014.

Gráfica 14. Consumo promedio semanal.



Fuente: Las autoras 2014.

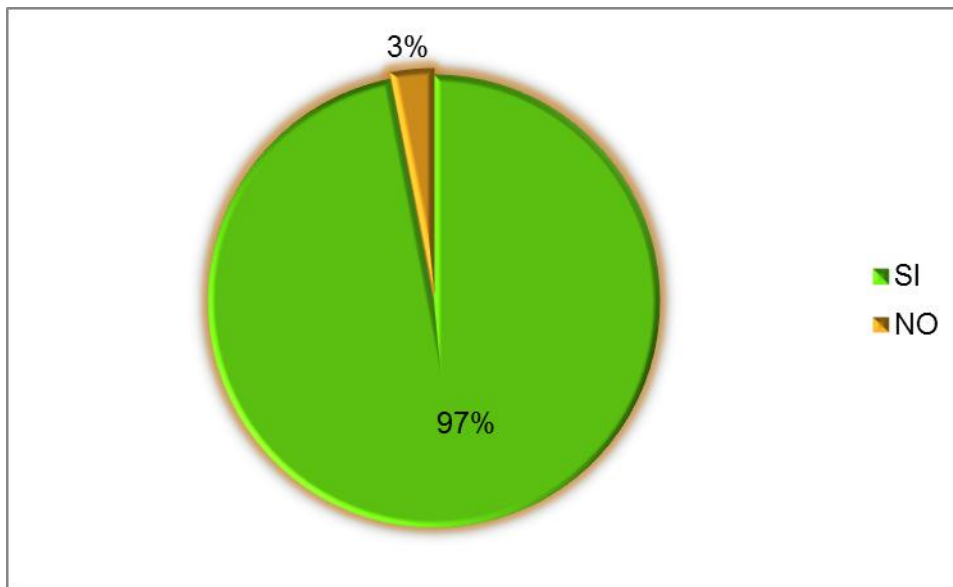
El 46% prefieren consumir este producto en promedio 2 libras, el 33% optó por una libra, el 16% prefiere 3 libras, el 4% 4 libras y el 1% 5 libras. Aspecto relevante en la determinación de la demanda futura, al saber el consumo preferente y la aceptación del producto.

Cuadro 31. De existir una nueva empresa que le proporcione choclo molido, 100% natural, sin colorantes, ni conservantes, de fácil preparación y que contribuya a complementar su esquema nutricional. ¿Estaría dispuesto a adquirirlo o comprarlo?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fa	Fr
SI	184	97%
NO	6	3%
Total	190	100%

Fuente: Las autoras 2014.

Gráfica 15. Aceptación del nuevo negocio.



Fuente: Las autoras 2014.

El 97% de los encuestados manifestó disposición para adquirir el choclo molido al existir una empresa, esto demuestra la aceptación del producto por parte del pueblo Zarzaleño, y asegura la necesidad de una empresa que proporcione un producto que carece en el mercado, que sea saludable, apetecido y asequible.

INFORME FINAL DE LA TABULACIÓN

A pesar que la mayoría de las personas aseguran que su alimentación es saludable, existe un porcentaje considerable que piensa que no lo es, citando como argumento que consumían alimentos con mucha grasa y comida chatarra.

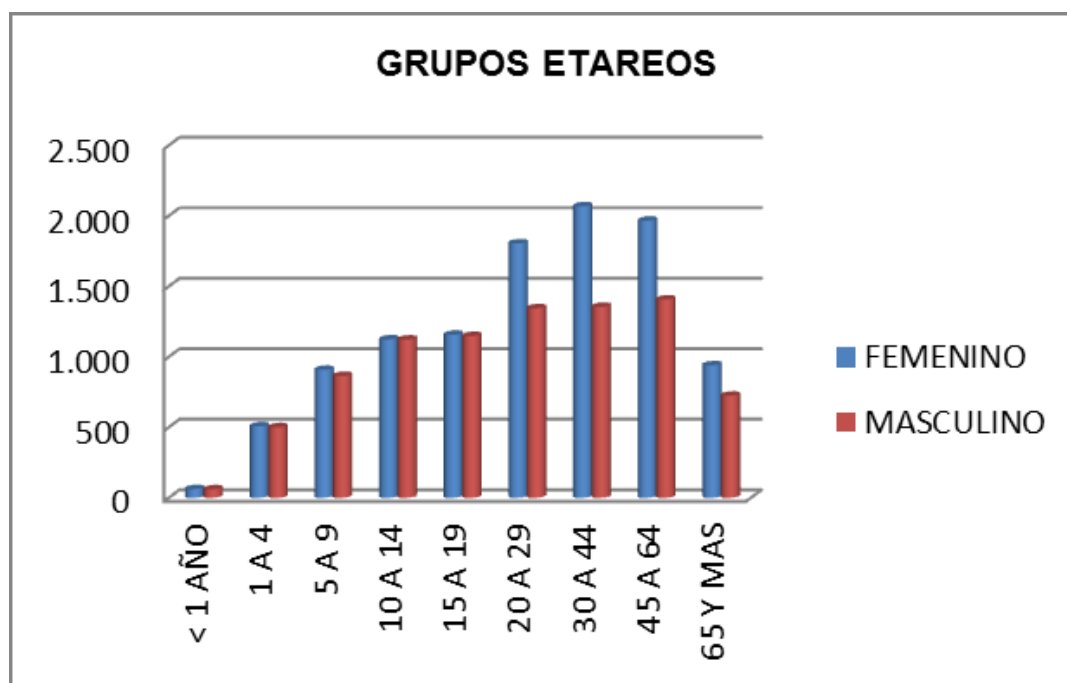
Se puede notar que culturalmente el ritmo de vida de las personas está cambiando, esto se debe a su forma de pensar, ya que son personas activas en el mundo laboral y disponen de poco tiempo para cocinar sus alimentos saludablemente. Dentro de los productos que más consumen los zarzaleños están el pan, las arepas, los productos derivados del choclo, las galletas y las tostadas; para el proyecto es muy importante establecer que se tiene como opción el choclo molido, ya que este mercado puede ser aprovechado por inversores.

Tanto el producto como sus preparaciones son ampliamente conocidos, los encuestados opinan que complementa su esquema nutricional, que no conocen un lugar en el municipio de zarzal donde puedan adquirirlo, lo consumiría semanalmente en una cantidad de 2 libras, estarían dispuesto a pagar por él entre \$2000 y \$3500 pesos, y si hubiese un lugar donde lo comercializarán están dispuestos a adquirirlo.

8.1.2. Mercado objetivo. El mercado potencial del proyecto está conformado por toda la comunidad Zarzaleña, y el mercado objetivo corresponde a las personas que tengan edades mayores a 31 años, ya que este grupo de edad representa la mayor parte de la población y en términos generales son quienes toman la decisión de la compra de productos alimenticios para su núcleo familiar.

Se estima que el 51,40%, esto es 22.123 del total de la población son mujeres y el 48,60%, son 20.918 hombres

Gráfica 16. Grupos etareos.



Fuente: Plan de desarrollo del municipio de Zarzal.

8.1.3. El producto. Es el resultado final del proceso productivo, se clasifican en tres grandes categorías productos de consumo, intermedios y de capital.

- Los productos de consumo pueden ser el vestuario, los alimentos, utensilios de cocina, electrodomésticos entre otros.
- Los productos intermedios son aquellos que se utilizan para transformar, ejemplo: la mayoría de los insumos y materias primas industriales.
- Los productos de capital, Ejemplo: un tractor agrícola, un torno, etc.

En el caso es el choclo molido esté constituye un producto de consumo. Un posible slogan: ¡sabor y textura 100 % natural e incomparable!

Figura 2. Presentación del producto.



Fuente: Las autoras 2014.

El choclo molido contiene: agua, calorías, grasa, proteínas, hidratos de carbono, fibra, potasio, fósforo, hierro, sodio, manganeso, magnesio, calcio, cinc, selenio, vitaminas como la C, A, B1 (tiamina), B2 (riboflavina), E y niacina.

Según los resultados que generaron las encuestas el choclo molido es un producto consumido por tradición, aceptado y sus diversas preparaciones son conocidas generalmente por lo que se ha caracterizado por ser sustento de las civilizaciones a través de la historia.

Además, se alude a la posibilidad del ahorro de tiempo para aquellas personas que actualmente su ritmo de vida va en aumento.

8.1.4 Relación de la oferta y la demanda.

8.1.4.1 La Oferta. En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas para comparar lo que sea, en un determinado momento.⁴⁷

En el municipio de Zarzal no hay empresas que se dediquen a la actividad de producir y comercializar choclo molido, por tanto la oferta está representada por el proyecto mismo, ya que promueve esta iniciativa, en cuanto al mercado se nota un espacio para desarrollar esta actividad por ende puede ser cubierto y aprovechado.

8.1.4.2 La Demanda. “La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción”.⁴⁸

Para la demanda del choclo molido según las encuestas analizadas se estima que:

El 15% de la población encuestada lo consumiría cotidianamente, es decir que lo prefieren.

Un 60% lo consumiría semanalmente, y un 46% en una cantidad de 2 libras.

⁴⁷ Disponible en internet en: https://www.google.com.co/?gws_rd=cr&ei=eCo3UpHYHI_69gSd-YDQAw#q=oferta&tbs=dfn:1

⁴⁸ PROYECTO, formulación, evaluación y control, German Velez Arboleda. Cargraphics S.A. - Impresión Digital

- ❖ **Aplicado a la población se observa:** 43.041 habitantes * 15% que consumen cotidianamente el producto: 6.456 personas y de estas un 60% lo consumirá semanal:

6.456*60%: 3.874 personas; a su vez de este porcentaje el 46% consumirían cantidades equivalentes a 2 libras semanales.

3.874*46%: 1.782 personas.

1782 personas x 2 libras semanales = 3.564 libras semanales x 52 semanas = 185.328 libras al año.

La relación de oferta y demanda para el municipio de Zarzal está dada, por las condiciones de la oferta y factores como capacidad instalada, personal, cubrimiento del mercado demandado e inversión.

Para la proyección de la demanda se consideró el consumo promedio según lo analizado en las encuestas y el método de regresión múltiple que implica la utilización de las variables económicas más representativas y que tienen relación con el proyecto, en este caso el índice de precios al productor, el producto interno bruto del sector agricultura y la inflación.

Como no se encuentran datos exactos del consumo del choclo molido en el país o región, se tomó como demanda histórica un 10% de la producción según el análisis de las encuestas.

Según las unidades proyectadas se decide participar de un 20% del mercado.

8.1.5 Criterios para fijación del precio. Para establecer un posible precio se tiene el costo de transformarlo, más utilidad esperada, también se tendrá en cuenta el precio del producto o similares en otras plazas u otras ciudades con el fin de tener un equilibrio y obtener un concepto de competencia leal.

8.1.6. Realizar estrategias de publicidad. Si el proyecto llegase a ser implementado, se puede tomar como estrategia la creación de publicidad para que el municipio se dé por enterado de la iniciativa de los inversionistas no solo para promocionar el producto sino para promover un ambiente de desarrollo que incentive a las personas por medio de la creación de empleos; para tal fin se puede tener:

- ❖ **Volantes informativos:** Un volante es un medio de publicidad, que muchas veces se entrega en la mano, o se coloca en algún lugar específico para que la gente lo tome y lo lea.

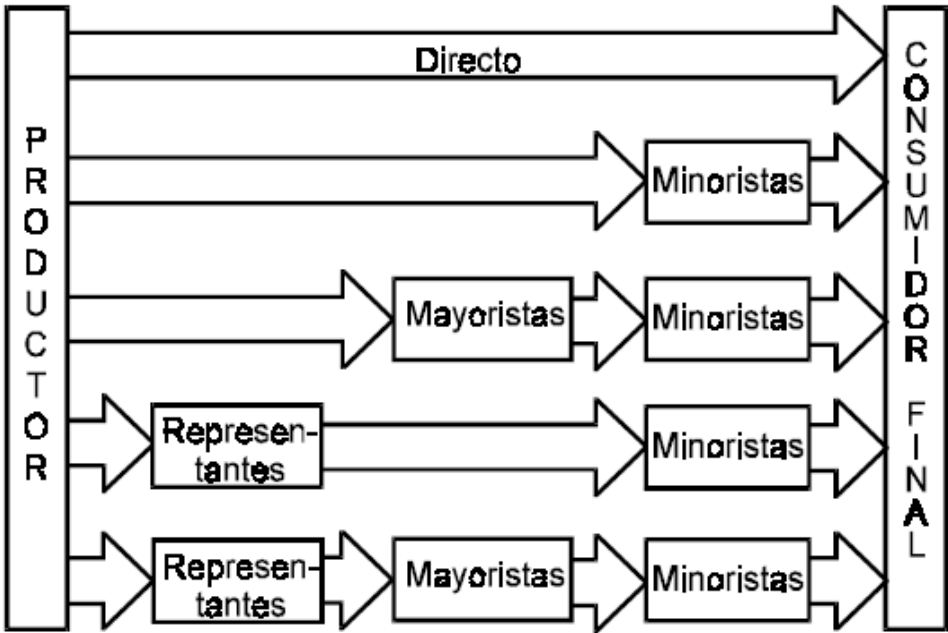
Figura 3. Diseño de volantes.



Fuente: Las autoras 2014.

8.1.7. Determinar los posibles canales de distribución. En el proceso de comercialización el objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor; para cumplir este fin se requiere establecer canales de distribución bien identificados y efectivos de tal manera se ilustra algunos canales básicos de distribución.

Figura 4. Posibles canales de distribución.



Fuente: Proyecto, formulación, evaluación y control, German Vélez Arboleda. Cargraphics S.A. - Impresión Digital página 56.

La imagen anterior muestra la existencia de una distribución o canal directo (productor-consumidor), y un canal indirecto donde intermediarios se encuentran entre el productor y el consumidor. De igual manera para la comercialización del choclo molido se toma el modelo básico (productor-consumidor), ya que se realiza la venta directa con beneficios como cercanía y calidad, estando la organización ubicada en el municipio de Zarzal, estos beneficios garantizan el servicio por medio de un proceso de retroalimentación y críticas constructivas.

Cuadro 32. Canal de distribución para el proyecto.



Fuente: Las autoras 2014.

8.2 REQUERIMIENTOS TÉCNICOS, ADMINISTRATIVOS Y LEGALES

A continuación se presentan diferentes estudios que permiten visualizar con una mayor especificidad lo planteado en el trabajo de investigación.

8.2.1 Estudio técnico. Se determinan los procesos y los requerimientos del proyecto.

8.2.1.1 Ficha técnica del producto

- ❖ **Nombre del producto:** Choclo Express.
- ❖ **Presentación:** Preparación de maíz tierno.
- ❖ **Capacidad:** 500 gramos.
- ❖ **Empaque y Embalaje:** Sello pluss medida 16 onzas equivalentes a (1 libra), material plástico.
- ❖ **Tecnología:** Se cuenta con una producción semi-artesanal, puesto que no se cuenta con máquinas de tecnología de punta.
- ❖ **Condiciones Climáticas:** Mantenerse congelado.
- ❖ **Cualidades:**
 - ✓ Choclo molido congelado 100% natural.
 - ✓ Facilidad en la manipulación y preparación.
 - ✓ No contiene conservantes ni adictivos de ningún tipo.
 - ✓ Durabilidad máxima de 6 meses, en congelación.
 - ✓ Numerosas propiedades nutricionales
- ❖ **Diseño:** La descripción de la etiqueta del producto se presenta en cuatro colores: *amarillo, verde, blanco y rojo*. El nombre del producto CHOCLO EXPRESS en letras de color rojo con sombra blanca, debajo una mazorca y al lado derecho hay varias mazorcas, también se resalta el ingrediente, el registro

INVIMA, una frase de manténgase refrigerado y producto 100% natural. Adicionalmente se discrimina la cantidad en gramos que contiene el producto, su valor nutricional por cada 100gr, lote, fecha de producción y fecha de vencimiento, y una figurita de reciclaje.

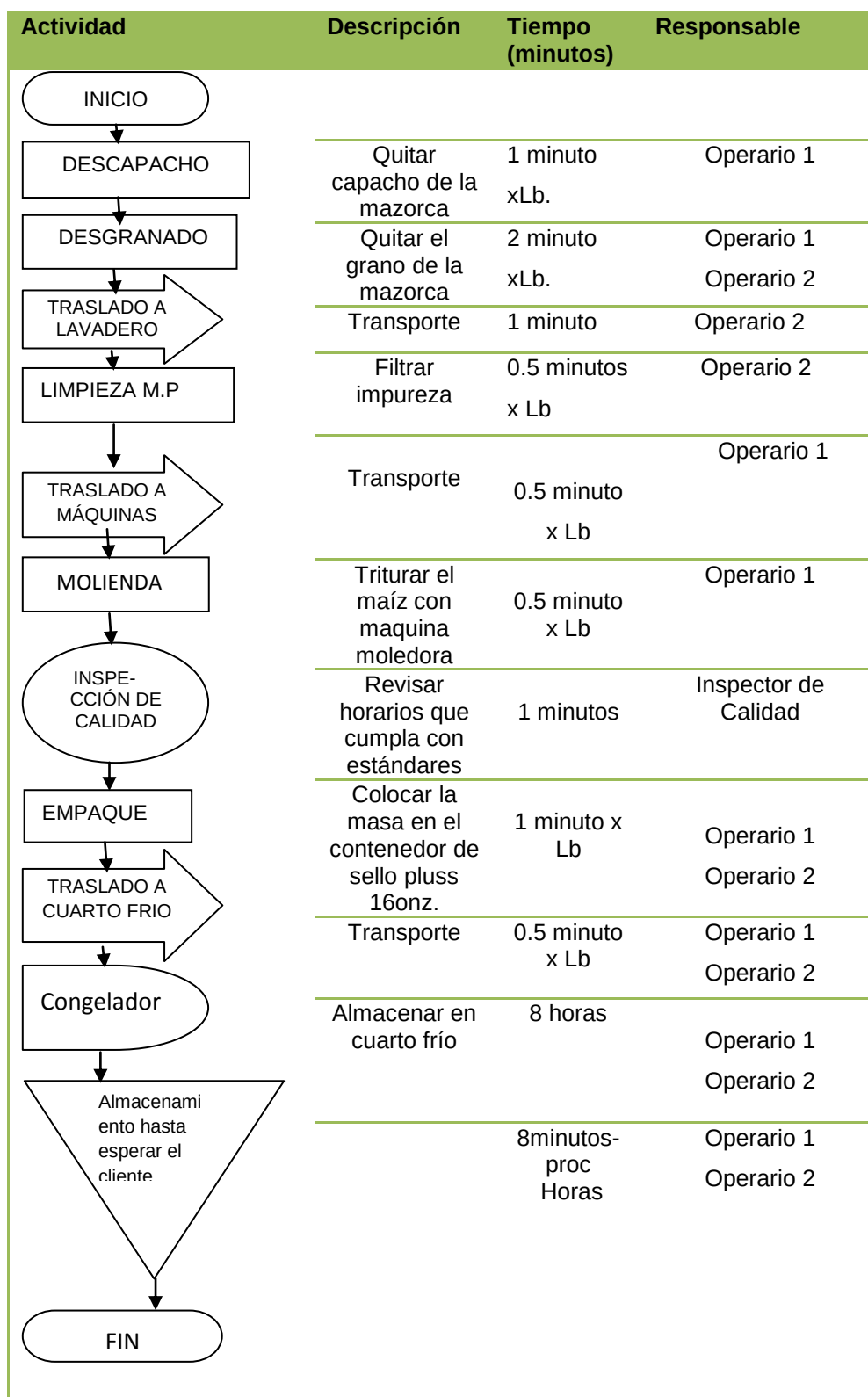
Figura 5. Etiqueta o Stiker.



Fuente: Las autoras 2014.

8.2.1.2 Descripción del proceso. Para describir las distintas operaciones y el tiempo que compone el procedimiento se establece el flujograma, que representa gráficamente la secuencia de actividades necesarias para obtener el producto final el choclo molido.

Cuadro 33. Flujograma del proceso de elaboración del choclo molido.



Fuente: Las autoras 2014

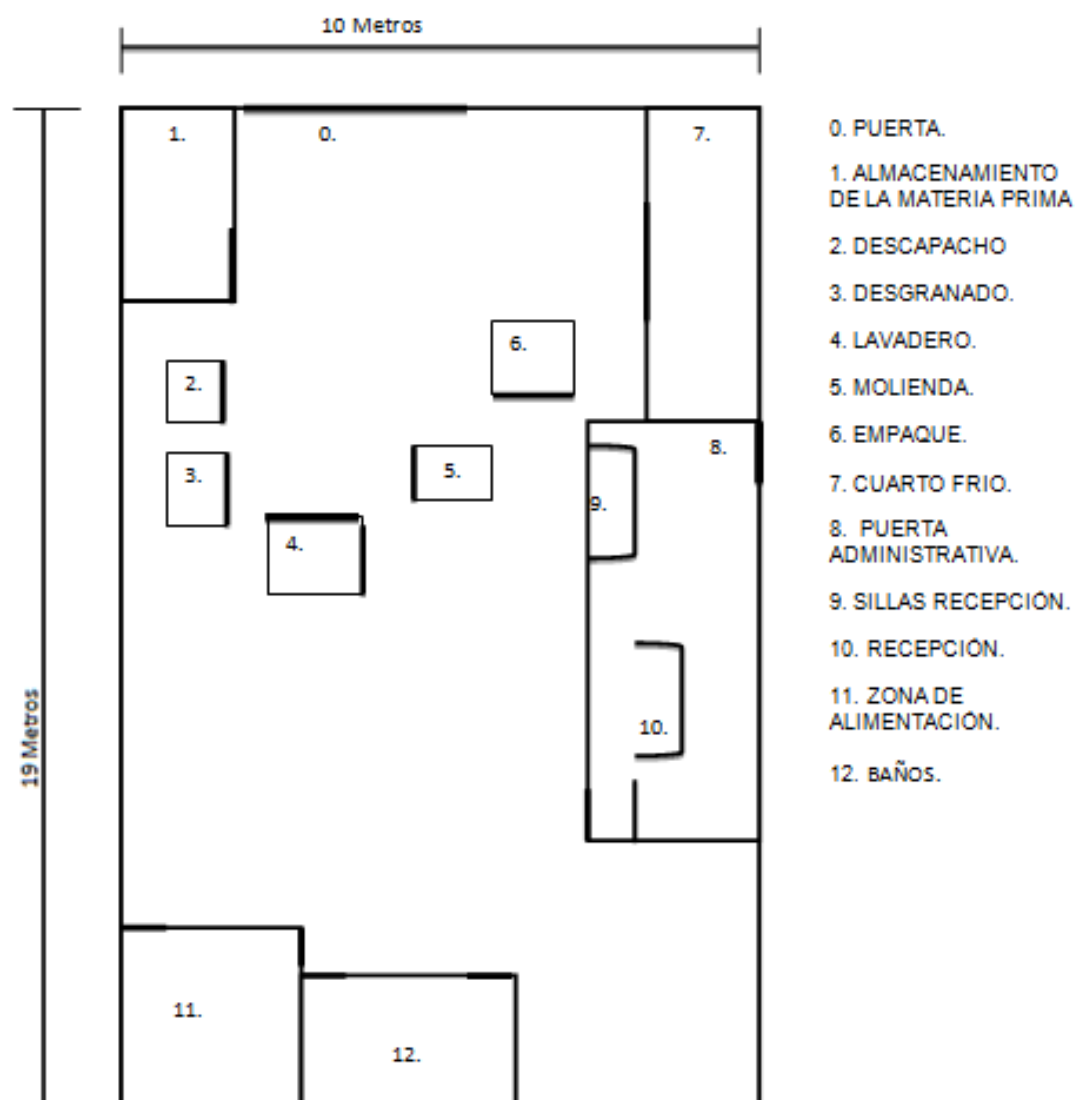
8.2.1.3 El proceso productivo. Este consiste en llevar a cabo las actividades productivas para obtener un producto terminado.

Dentro del proceso se encuentra en primer lugar obtener la materia prima que es la mazorca tierna, para luego descapachar proceso hecho a mano por la persona encargada, seguido de desgranar la mazorca trasladarla al lavadero donde es lavada y se realiza un proceso de limpieza que al ser terminado estos granos de maíz son llevados a los molinos, donde un operario es encargado de moler y hacer la respectiva revisión del producto final para ser empacado por una tercera persona y ser trasladado a los congeladores donde se almacena hasta el momento de la comercialización haciendo uso del canal de distribución planteado anteriormente.

8.2.1.4 Microlocalización: La empresa estará ubicada en Zarzal Valle, específicamente en el centro.

En la figura 9 se muestra la distribución de la planta de producción y la parte administrativa.

Figura 6. Planta de producción.



Fuente: Las autoras 2014

8.2.1.5 Tecnología: Es necesario definir qué cantidad y cuál es la tecnología a utilizar, ya que esta determina la capacidad de producción y delimitaciones de planta.

❖ Maquinaria y equipo

Para no subutilizar la capacidad de la maquinaria y equipo, se analizó según las unidades demandadas la participación del mercado, es decir las unidades a producir, de esta manera se evita incurrir en gastos innecesarios.

La adquisición de máquinas con capacidad adecuada para producir las unidades que se requieren en el tiempo que se necesita, es el mínimo análisis que se debe realizar; a continuación se muestra las máquinas y equipos a utilizar para la producción de choclo molido.

Molino: Molino eléctrico, de disco para maíz, motor de ½ HP (caballos de fuerza), precio \$310.000.

Figura 7. Molino eléctrico.



Fuente: Disponible en internet en: http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-409349995-vendo-molinos-de-discps-para-maiz-cafe-carne-y-granos-_JM

Llenadora De Líquidos De Alta Viscosidad

Máquina automática de llenado para productos de alta viscosidad:

Característica:

1. Adecuado para el llenado de líquidos de viscosidad como la salsa, mermelada, miel, crema, champú, loción, perfume, etc., con suave partículas.

2. Adecuada para la mayoría de los envases tales como botellas, latas, vasos, jarras, ollas, etc.
3. Control del PLC, fácil su funcionamiento, de quitar y de limpiar; equipo ideal para llenar materiales inflamables, explosivos.
4. Uso de acero inoxidable 316L Material contacto líquido, el resto de la maquina es de 304 inoxidable de acero con acabado de superficie y el trato especial que le garantizan una buena calidad.
5. El Equipo del cilindro, de alta precisión de llenado Airtac.

Cuadro 34. Datos técnicos de la maquina llenadora de productos de alta viscosidad.

Artículos	OPFP-A11	Velocidad de llenado	30-40botellas/minute
Rango de llenado	100-1000ml	Precisión de relleno	1%
Rango de presión de aire	4-6kg/cm2	Peso	100kg
Tamaño del anfitrión	2000 * 650 * 1380mm	Max. potencia	0.5kw / AC220V 50/60Hz

Fuente: Disponible en internet en: <http://www.preciolandia.com/co/llenadora-de-liquidos-de-alta-viscosidad-6que5l-a.html#&panel1-2>

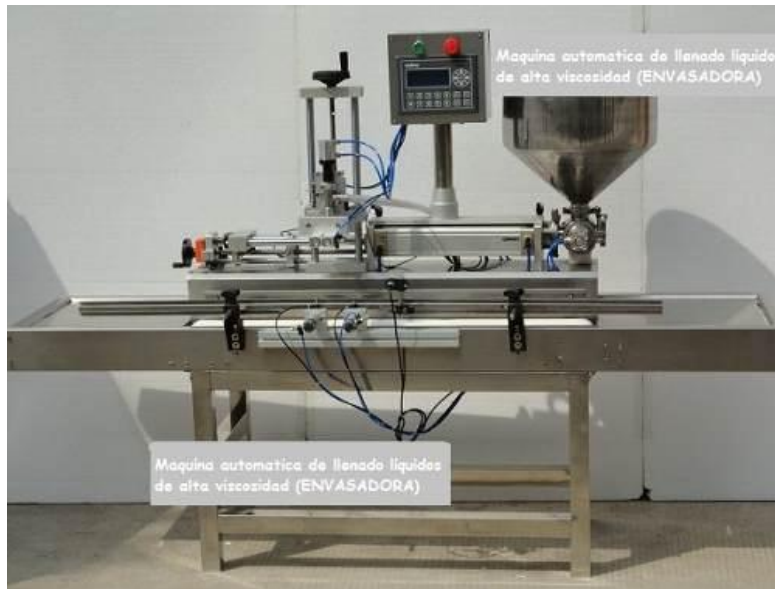
Aplicación:

1) puede llenar goma, crema, salsa, gel, champú, loción, aceite, jugo, perfume, tinta, agua, etc., para los envases tales como botellas, tarros, latas, etc.

2) Ampliamente utilizado en cosmético, bebidas, producto químico, medicamentos, alimentaria, que puede mejorar altamente la productividad y calidad del producto.

Precio: \$16.000.000

Figura 8. Llenadora de Líquidos de alta viscosidad.



Fuente: Disponible en internet en: <http://www.preciolandia.com/co/llenadora-de-liquidos-de-alta-viscosidad-6que5l-a.html#&panel1-2>

Congelador Industrial True 49f. Descripción General Modelo vertical T de dos cuerpos, línea clásica y de excelente presentación de TRUE®, incorporan su unidad condensadora en la parte inferior, contándose así con toda su capacidad útil de 49 pies cúbicos. Han sido diseñados especialmente para conservar sus productos a la temperatura ideal. Conformado por un gabinete con iluminación de servicio, panel frontal y piso interior en lámina de acero inoxidable AISI 304, atractivo interior en lámina de aluminio anodizado blanco aprobado por NSF, laterales, parte trasera y superior también en lámina de aluminio anodizado. Aislamiento térmico en poliuretano inyectado de alta densidad, libre de CFC (Clorofluorcarbonos) que afectan la capa de ozono. Dos puertas sólidas con mecanismo de auto cierre, provistas de aislamiento térmico, cerraduras tipo barril, bisagras y resortes de torsión. Empaques magnéticos que permiten un cierre hermético, manijas en bajo relieve con marco en polietileno. Seis parrillas interiores de altura graduable, construidas en alambre y revestidas en PVC. El sistema de refrigeración por aire forzado circular en 360° para un enfriamiento uniforme está operado mediante compresor hermético de 1/2 HP sellado en fábrica, viene sobredimensionado, balanceado y prelubricado para una larga vida, está equipado con refrigerante R134a, manteniendo un rango de temperatura + 0.5°C a 3.3°C (+33°F a 38°F) verificable en el termómetro análogo incorporado en

su panel frontal superior derecho. El refrigerador se apoya sobre cuatro ruedas giratorias de 5" con freno. Por todo eso y mucho más TRUE® le ofrece los mejores equipos de refrigeración Industrial y Comercial del mundo. Características Especiales Detalles: Equipo Uso del producto Refrigerar Productos Alimenticios. Capacidad 1.388 Litros / 49 Pies³ Características Específicas- Potencia Unidad Compresora Hermética 1/2 HP. - Refrigerante Del Sistema R134a. - Potencia Eléctrica 1.093 Vatios.

Medidas 54"X30"X78" Dimensiones Alto: 198.2 cm Frente: 137.2 cm Fondo: 75 cm. Precio: 2.336.233,60

Figura 9. Congelador Industrial.



Fuente: Disponible en internet en

http://www.truemfg.com/catalog.aspx?language_id=2&event_id=2686&categoryId=2706&productName=T-49FG

❖ Muebles y enseres

Escritorio: Superficie De Trabajo Hogar U Oficina 150 X 90 Cm. **Precio:** \$150.000.

Figura 10. Escritorio.



Fuente: Disponible en internet en: <http://listado.mercadolibre.com.co/escritorio-mesa-de-trabajo>

Silla ejecutiva: silla de estructura confortable, diseño elegante, tapizada en cuero sintético color negro. **Precio: \$145.000**

Figura 11. Silla ejecutiva.



Fuente: Disponible en internet en: <http://listado.mercadolibre.com.co/equipamiento-para-oficinas-muebles>

Sillas de espera: Dimensiones: 2m de largo - 75cm de altura, sillín plástico base metálica. **Precio: \$ 80.000**

Figura 12. Sillas de espera.



Fuente: Disponible en internet en: <http://listado.mercadolibre.com.co/sillas-de-espera%3A>

Archivador: RE-MANUFACTURADO

Tipo archivador

En aglomerado enchapado

Renovación de acabado exterior al duco

Tono negro

Compuesto de dos gavetas y un puesto inferior para archivo de carpetas

Incluye cerradura para el cajón superior

Completamente funcional.

Dimensiones aproximadas:

50*50*70cm de altura. **Precio: \$95.000**

Figura 13. Archivador.



Fuente: Disponible en internet en: <http://listado.mercadolibre.com.co/archivador>

Ventilador Torre: Con Velocidades Programables Bt 38 Bionaire. **Precio: \$109.900**

Figura 14. Ventilador.



Fuente: Disponible en internet en: <http://listado.mercadolibre.com.co/ventilador-torre>

❖ **Equipo de computación y comunicación.**

Teléfono inalámbrico fax: Panasonic multifunción kx--f1050. **Precio: \$ 60.000**

Figura 15. Teléfono inalámbrico fax.



Fuente: Disponible en internet en: <http://listado.mercadolibre.com.co/tel%C3%A9fono-inal%C3%A1mblico-fax%3A>

Computador portátil: hp g4 1364la 4gb 500gb core i3 video 1gb. **Precio: \$749.999**

Figura 16. Computador portátil.



Fuente: Disponible en internet en: <http://listado.mercadolibre.com.co/computador-port%C3%A1til>

❖ Equipo de transporte

Transporte de carga liviana: Transporte de alimentos en canastillas, Chevrolet Súper Carry Pick Up Mt 1000cc. **Precio: \$9.500.000**

Figura 17. Transporte de carga liviana.



Fuente: Disponible en internet en: <http://listado.mercadolibre.com.co/chevrolet-s%C3%BAper-carry-pick-up-mt-1000cc.-precio%3A-%249.500.000>

❖ Dotación

La dotación de uniforme comprende: overol en drill, manga larga con refuerzos en hombros y rodillas y cofias estilo gorra estirada⁴⁹. Esta dotación se realizará 2 veces al año, según lo estipula la ley vigente.

Figura 18. Dotación.



Fuente: Disponible en internet en: <http://listado.mercadolibre.com.co/toda-la-dotacion>

⁴⁹ Empresa Idla, La Paila

Delantal: hecho en pvc, medidas 75x80 cm, **precio: 8.000.**

Figura 19. Delantal.



Fuente: Disponible en internet en: <http://listado.mercadolibre.com.co/delantal>

Guantes de nitrilo negro: Ideales para manipulación de alimentos precio: caja por 50 guantes. **Precio: \$13.000.**

Figura 20. Guantes de nitrilo negro.



Fuente: Disponible en internet en: <http://listado.mercadolibre.com.co/guantes-de-nitrilo-negro>

Overol: manga larga dril. **Precio: \$30.000.**

Figura 21. Overol.



Fuente: Disponible en internet en: <http://listado.mercadolibre.com.co/overol%3A>

Tapabocas antiséptico: multifuncional caja por 50 unidades. **Precio: 7.500.**

Figura 22. Tapabocas antiséptico.



Fuente: Disponible en internet en: <http://listado.mercadolibre.com.co/tapabocas-antis%C3%A9ptica>

Gorro multifuncional: por 50 unidades. **Precio:7.000.**

Figura 23. Gorro multifuncional.

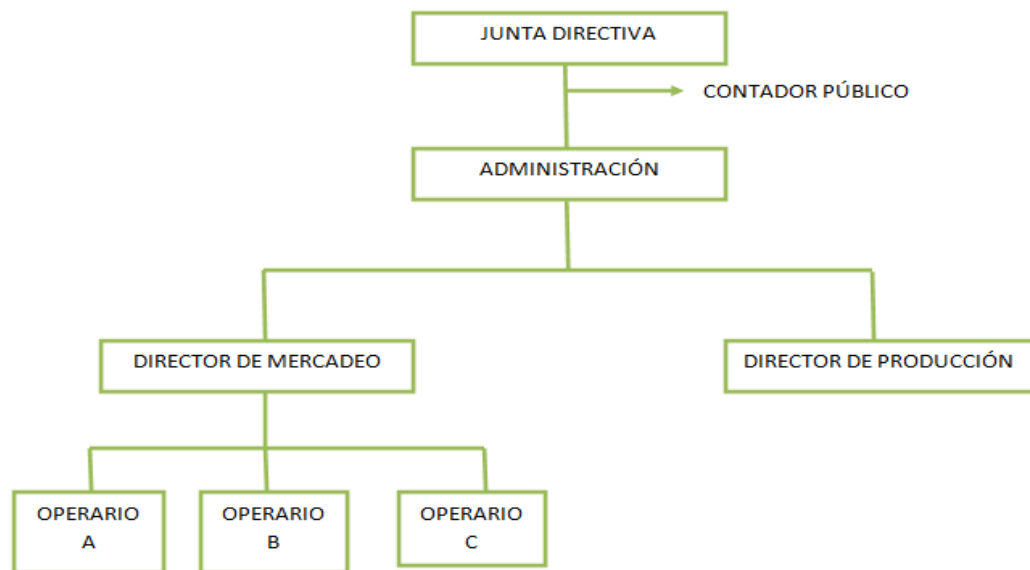


Fuente: Disponible en internet en: <http://listado.mercadolibre.com.co/gorros-desechables>

8.2.2 Estudio administrativo

8.2.2.1 Estructura organizacional. Es la organización de cargos y responsabilidades que deben cumplir los miembros de una organización; es un sistema de roles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar en equipo, de forma óptima y alcanzar las metas propuestas en el plan estratégico y plan de empresa.

Gráfica 17. Organigrama.



Fuente: Las autoras 2014.

8.2.2.2 MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS.

Manual de funciones – Administrador

Nombre del Cargo: administrador

Número de personas en el cargo: 1

Objetivo General: Gestionar el adecuado funcionamiento de la organización.

Funciones: presentar informes de evaluación de desempeño, unificar los esfuerzos de la organización para cumplir los objetivos propuestos; preservar un ambiente de trabajo tranquilo; velar por el bienestar de los individuos de la empresa; verificar que lo realizado se cumpla a cabalidad con lo legalmente establecido.

Perfil de cargo: Apoyo a la junta directiva en la ejecución de las decisiones y responsable directo de las operaciones.

Requisitos intelectuales: administrador de empresas titulado con conocimientos en salud ocupacional.

Experiencia: 1 año.

Actitudes: Dinámico, activo, responsable, discreción, puntualidad, orden.

Ambiente: Oficina.

Riesgo: Mínimo.

Manual de funciones- Director de producción

Nombre del Cargo: Director de producción

Jefe inmediato: Administrador

Número de personas en el cargo: 1

Objetivo General: Llevar a cabo la producción con altos estándares de calidad.

Funciones: Supervisar los operarios, organizar los horarios o los turnos de la producción, realizar evaluaciones de desempeño, verificar la producción en sus tres fases: materia prima, producto en proceso y producto terminado.

Perfil de cargo: Coordinar los esfuerzos de los operarios en la producción.

Requisitos intelectuales: tecnología en alimentos.

Experiencia: 1año.

Actitudes: Observador, creativo, trabajar bajo presión, solucionador de problemas, responsable, innovador.

Ambiente: Planta de producción

Riesgo: Medio.

Manual de funciones - Operarios

Nombre del Cargo: Operario

Jefe inmediato: Director de producción.

Número de personas en el cargo: 1

Objetivo General: Realizar la actividad de producción

Funciones: recibir la materia prima, descapachar, desgranar, realizar el filtro de impureza, moler, empacar y refrigerar el producto terminado, generar un ambiente laboral sano

Perfil de cargo: realizar las actividades que conllevan a obtener el producto terminado.

Requisitos intelectuales: Bachiller.

Experiencia: Sin experiencia.

Actitudes: responsable, activo(a), dinámico, innovador, creativo, eficiente.

Ambiente: Planta de producción.

Riesgo: Medio

Manual de funciones – Director de mercadeo

Nombre del Cargo: Director de mercadeo.

Jefe inmediato: Administrador.

Número de personas en el cargo: 1

Objetivo General: Adquirir clientes para aumentar las ventas del producto.

Funciones: Realizar estrategias para la captación de clientes, realizar estrategias de publicidad, rendir informes al administrador.

Perfil de Cargo: Asistir y atender temas relacionados con los pedidos de producción.

Requisitos intelectuales: Técnico en mercadeo.

Experiencias: 6 meses

Actitudes: Ordenado, creativo, innovador,

Ambiente: Oficina y Ambiente externo.

Riesgo: Bajo

Manual de funciones – Secretaria

Nombre del Cargo: Secretaria (o)

Jefe inmediato: Administrador

Número de personas en el cargo: 1

Objetivo General: Ayudar a llevar un orden de los archivos y documentos de la empresa.

Funciones: Recibir, revisar, contestar, enviar y archivar la correspondencia y documentos de la empresa, hacer y recibir las llamadas telefónicas,

Perfil de cargo: Servir de apoyo y coordinación para que los servicios administrativos y ejecutivos para que se desarrollen adecuada y eficientemente.

Requisitos intelectuales: bachiller comercial, atención al cliente, técnico en sistemas.

Experiencia: 2 años

Actitudes: honesto, responsable, respetuoso, tolerante, criterio, autonomía, puntualidad, orden, discreción, compromiso.

Ambiente: oficina

Riesgo: mínimo

El contador representa una figura por fuera del esquema, ya que es pagado por honorarios.

8.2.3 ESTUDIO LEGAL.⁵⁰ Para la constitución legal de cualquier tipo societario en Colombia se debe tener en cuenta los siguientes pasos:

a) En cuanto a lo comercial Con el propósito de reducir los trámites ante el Estado, el registro mercantil y el registro único de proponentes se integrarán en el Registro Único Empresarial, a cargo de las Cámaras de Comercio, el cual tendrá validez general para todos los trámites, gestiones y obligaciones, sin perjuicio de lo previsto en las disposiciones especiales sobre materias tributarias, arancelarias y sanitarias.

- ❖ Verificar en la Cámara de Comercio que no exista nombre o razón social igual o similar al establecimiento de comercio
- ❖ Registrar los libros de contabilidad en la Cámara de Comercio, así; Diario, Mayor y Balances; Inventarios y Balances; Actas.

b) En cuanto a la Seguridad laboral

- ❖ Obtener el número patronal en el instituto de Seguro social, ISS.
- ❖ Inscribir a los trabajadores en Seguridad social: EPS, fondo de pensiones, fondo de cesantías, riesgos profesionales.
- ❖ Inscribir la empresa en el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, ICBF, el Servicio Nacional de Aprendizaje; SENA y la caja de Compensación Familiar que elija.

c) En cuanto al funcionamiento

- ❖ Obtener el registro de Industria y Comercio en la Tesorería Distrital o Municipal.

⁵⁰ ARENAS, Isabel Cristina. Diseño de producción y comercialización del superchoclo molido 100% natural en el mercado del norte del Valle. Universidad del Valle – Sede Zarzal. 2.008.

- ❖ Solicitar la licencia de funcionamiento en la Alcaldía Municipal correspondiente. Requisitos: 1) Obtener la licencia de funcionamiento; 2) Obtener el registro de INVIMA y 3) Licencia ambiental.

d) En cuanto a lo tributario. Solicitar el formulario de Registro Único Tributario, RUT, en la Administración de Impuestos Nacional.

- ❖ Solicitar el número de identificación tributaria, NIT, en la Administración de Impuestos Nacional, Requisitos:
 - ✓ Presentar copia de la escritura pública de constitución.
 - ✓ Presentar copia de certificado de existencia y representación legal.
 - ✓ Inscribir la empresa en el Registro Único Tributario, como responsable del impuesto del valor agregado y diligenciar formulario.
 - ✓ Establecer si es o no agente retenedor.

- La Ley 99 de Dic. de 1993 expresa la Obligatoriedad de la Licencia Ambiental.

Se entiende por Licencia Ambiental la autorización que otorga la autoridad ambiental competente para la ejecución de una obra o actividad, sujeta al cumplimiento por el beneficiario de la licencia de los requisitos que la misma establezca en relación con la prevención, mitigación, corrección, compensación y manejo de los efectos ambientales de la obra o actividad autorizada.

Las Licencias Ambientales serán otorgadas por el Ministerio del Medio Ambiente, las Corporaciones Autónomas Regionales y algunos municipios y distritos, de conformidad con lo previsto en esta Ley.

INVIMA está encargado de ejecutar políticas en materia de vigilancia sanitaria y de control de calidad de medicamentos, productos biológicos, alimentos, bebidas, cosméticos, dispositivos y elementos médico-quirúrgicos, odontológicos, productos naturales, homeopáticos y los generados por biotecnología, reactivos de diagnóstico y otros que puedan tener impacto en la salud individual y colectiva.

Regula y controla el cumplimiento de normas contenidas en el Decreto 3075 de 1997 el cual expresa que las empresas productoras de alimentos deben tener Registro Sanitario y Certificado de Calidad, para obtener el registro INVIMA.

A continuación se ilustra un cuadro comparativo de las diferentes figuras asociativas que los inversionistas o personas interesadas en el proyecto pueden elegir según su criterio.

CUADRO 35. Tipos de sociedades.

TIPOS DE SOCIEDADES

ITEM	SOCIEDAD COLECTIVA	SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE	SOCIEDAD EN COMADITA POR ACCIONES	SOCIEDAD ANÓNIMA	SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA (SAS)
Tipo de socios	socios	Dos categorías de socios: a) Colectivos o gestores: administran la sociedad. b) Comanditarios: no intervienen en la administración de la misma.	Dos categorías de socios: a) colectivos o gestores: administran la sociedad. b) Comanditarios: no intervienen en la administración de la misma.	Accionistas	Socios	accionistas
Capital social	El capital se divide en partes de interés cuyo valor puede ser desigual. Cada socio tiene un voto, sin importar el valor de su participación. El aumento o disminución del capital requiere reforma estatutaria.	El capital se divide en partes de interés cuyo valor puede ser desigual. Cada socio tiene un voto, sin importar el valor de su participación. El aumento o disminución del capital requiere reforma estatutaria.	El capital se divide en acciones de igual valor. Se integra con los aportes de capital de los socios comanditarios y de los colectivos (si estos aportes existen). El aumento del capital autorizado requiere reforma estatutaria.	El capital se divide en acciones de igual valor. Las acciones en circulación corresponden al capital pagado por los accionistas. Se puede emitir acciones privilegiadas, acciones de goce o industria, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, y bonos obligatoriamente convertibles en acciones.	El capital se divide en cuotas de igual valor. El aumento o disminución del capital social requiere reforma estatutaria.	El capital se divide en acciones de igual valor. Las acciones en circulación corresponden al capital pagado por los accionistas. Se puede emitir acciones privilegiadas, acciones de goce o industria, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, y bonos obligatoriamente convertibles en acciones.
Número de socios o accionistas	Mínimo dos socios y no hay límite máximo.	Mínimo un socio gestor y máximo 25 socios comanditarios	Mínimo un socio gestor y 5 comanditarios, y no hay límite máximo.	Mínimo 5 accionistas y no hay límite máximo	Mínimo 2 socios y máximo 25	Mínimo 1 accionista y no tiene un límite máximo.
Responsabilidad de los socios	Solidaria e ilimitada	Solidaria e ilimitada la de los socios gestores.	Hasta el monto de sus aportes, la de los socios comanditarios.	Hasta el monto de sus aportes.	Hasta el monto de sus aportes	Limitada, al monto de los aportes, salvo en casos de fraude a la ley o abuso de la SAS en perjuicio de terceros.
Órganos sociales	Junta de socios Representante legal	Junta de socios Representante Legal	Asamblea de asociados Representante Legal	Asamblea general de accionistas Junta de socios Representante Legal	Junta de socios Representante Legal	Junta de socios Representante Legal
Cesión de participación sociales	Requiere autorización expresa de los consocios. Requiere reforma estatutaria.	Los socios comanditarios pueden ceder sus cuotas libremente. Los socios gestores requieren autorización expresa de los demás comanditarios. Requiere reforma estatutaria.	Las acciones son libremente negociables, salvo que se pacte derecho de preferencia. No requiere reforma estatutaria.	Las acciones son libremente negociables, salvo que se pacte derecho de preferencia. No requiere reforma estatutaria.	Existe derecho de preferencia. No requiere reforma estatutaria.	Las acciones son libremente negociables.
Pago de capital	En la escritura de constitución de la sociedad los socios se obligan a hacer un aporte.	Pagar la totalidad del capital en el momento de la constitución de la sociedad.	Suscribir el 50% del capital autorizado y pagar la tercera parte del capital suscrito.	Suscribir el 50% del capital autorizado y pagar la tercera parte del capital suscrito.	Pagar la totalidad del capital en el momento de la constitución de la sociedad.	El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
Revisor fiscal	No requiere	No requiere	Requiere	Requiere	No Requiere	No Requiere

Fuente: Emprendimiento simple.

8.3 VIABILIDAD DE ALTERNATIVAS DE INVERSIÓN Y DE FINANCIACIÓN EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHOCLO MOLIDO

En este punto del proyecto se presenta las diferentes alternativas de inversión y financiación para la producción y comercialización de choclo molido, puesto que, se hace indispensable para percibir con mayor claridad la interacción de las diversas variables en cada opción que se mostrará a los posibles inversores.

Para este estudio se optó por la opción de 60% recurso propio y 40% recurso externo, siendo este el escenario base, el cual se modificará con el fin de obtener información útil para el inversor, determinar la viabilidad del proyecto y las posibles opciones que puede llegar a tomar.

Se utilizaron dos métodos de reconocida aceptación universal para evaluar proyectos de inversión: valor presente neto (VPN), “por ser de fácil aplicación y porque todos los ingresos y egresos se transforman a pesos de hoy, para así ver si los ingresos son mayores que los egresos, y así determinar si hay ganancia o pérdida o si el proyecto es indiferente”⁵¹. Y la tasa interna de retorno (TIR), que permite obtener “la tasa de rentabilidad promedio anual que el proyecto paga a los inversionistas por invertir sus fondos allí, esta tasa se compara contra lo que se deseaba ganar como mínimo es decir con el WACC”⁵², por lo tanto estos dos métodos son los que nos permiten analizar y determinar la viabilidad del proyecto.⁵³

⁵¹ MEZA OROZCO, Jhonny de Jesús. Matemáticas financieras aplicadas, cuarta edición, ECOE Ediciones. P,513.

⁵² LIRA BRICEÑO, PAÚL, De regreso a lo básico, artículo Disponible en internet en: <http://blogs.gestion.pe/deregresoalobasico/2010/10/la-tasa-interna-de-retorno-fac.html>

8.3.1 Viabilidad del proyecto con la representación de la estructura financiera (60% recurso propio - 40% recurso externo). Se ha elegido esta opción como escenario estándar por ser una de las más óptimas en cuanto a estructuras financieras. Ya que si la razón de endeudamiento se sitúa por encima del 60% significaría que la empresa está dejando a terceros su financiación, perdiendo autonomía. Si, por el contrario, la razón de endeudamiento es inferior al 40% indica que la empresa presenta un nivel de exceso de capitales propios superior al recomendable.⁵⁴

8.3.1.1 Inversión inicial. Para iniciar con el proyecto se estimó una participación en el mercado del 20% y recursos como los gastos legales, los costos de los dos primeros meses y la propiedad, planta y equipo.

CUADRO 36. Inversión inicial.

INVERSION	%	VALOR
RECURSOS INTERNOS	60%	27.367.086
RECURSOS EXTERNOS	40%	18.244.724
		45.611.809

Fuente: Las autoras 2014.

⁵⁴ Urbano Medina, Hernández, Alicia, Correa Rodríguez. Cómo evaluar un proyecto empresarial: Una visión práctica, pág. 263.

8.3.1.2 Balance inicial. De esta manera se planteó los movimientos contables iniciales.

CUADRO 37. Balance inicial.

BALANCE INICIAL	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
CAJA	\$ 10.249.444
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 10.249.444
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	
MAQUINARIA Y EQUIPO	23.792.466
MUEBLES Y ENSERES	470.000
EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTO	919.899
EQUIPO DE TRANSPORTE	9.500.000
ADECUACIONES LOCATIVAS	680.000
TOTAL PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	35.362.365
TOTAL ACTIVOS	45.611.809
PASIVOS	
PASIVO CORRIENTE	
BANCOS NACIONALES	2.083.980
TOTAL PASIVO CORRIENTE	2.083.980
PASIVO NO CORRIENTE	
BANCOS NACIONALES	16.160.744
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	16.160.744
TOTAL PASIVO	18.244.724
PATRIMONIO	
CAPITAL	27.367.086
TOTAL PATRIMONIO	27.367.086
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	45.611.809

Fuente: Autoras 2014

8.3.1.3 Proyección de la demanda y participación en el mercado. A través del método de regresión múltiple se determinó las unidades demandadas tomando variables macroeconómicas para este caso el PIB (producto interno bruto), la inflación (variable que mide el nivel de la calidad de vida de las personas) y el IPP (índice de precios al productor); se decidió participar de un 20% del mercado objetivo.

CUADRO 38. Proyección de la demanda y participación en el mercado.

Años	Unid. Demandadas	Part. En el mdo.	Unid. A vender
2.014	198.404	20%	39.681
2.015	214.401	20%	42.880
2.016	230.398	20%	46.080
2.017	246.395	20%	49.279
2.018	262.392	20%	52.478

Fuente: Las autoras 2014

8.3.1.4 Requerimientos para la producción. Se estimó para la producción de una libra de choclo molido los siguientes costos: Materia prima, mano de obra y CIF (Costos indirectos de fabricación).

CUADRO 39. Costos por unidad.

ELEMENTOS DE COSTO	Descripción	Cant.	Valor unit.	Total
MATERIA PRIMA				
Mazorcas de maíz tierno	GRS	750	1	413
Empaque sello pluss de 16 onzas	sello pluss 16 onzas	1	230	230
TOTAL MP				643
MANO DE OBRA				
Min/hombre	Minutos	8	58	461
TOTAL MOD				461
CIF				
Servicios públicos	Minutos	8	1	12
Logotipo	Sticker	1	25	25
Depreciación de máquinas	Minutos	8	5	37
Mantenimiento y reparación de equipos	1 x año	8	1	9
Alquiler local		8	6	46
TOTAL CIF				129
TOTAL				1.232

Fuente: Las autoras 2014

8.3.1.5 Ingresos. Al obtener la participación en el mercado, los costos y el precio de venta se determinan los ingresos proyectados.

CUADRO 40. Ingresos.

Años	Unidades a vender	Precio de venta	Ingresos totales
2014	39.681	\$ 2.738	\$ 108.648.493
2015	42.880	\$ 3.208	\$ 137.553.040
2016	46.080	\$ 3.341	\$ 153.935.813
2017	49.279	\$ 3.479	\$ 171.439.319
2018	52.478	\$ 3.623	\$ 190.128.276

Fuente: Las autoras 2014.

8.3.1.6 Cartera. Según la política de cartera el 90% será de contado y se brindara un 10% de crédito a los clientes.

CUADRO 41. Cartera.

	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS	\$ 108.648.493	\$ 137.553.040	\$ 153.935.813	\$ 171.439.319	\$190.128.276
IVA	17.383.759	22.008.486	24.629.730	27.430.291	30.420.524
TOTAL A COBRAR	126.032.252	159.561.526	178.565.543	198.869.610	220.548.800
CONTADO 90%	113.429.027	143.605.374	160.708.989	178.982.649	198.493.920
CREDITOS 10% ANUAL	12.603.225	15.956.153	17.856.554	19.886.961	22.054.880
RECAUDO MENSUAL	1.050.269	1.329.679	1.488.046	1.657.247	1.837.907
TOTAL	126.032.252	159.561.526	178.565.543	198.869.610	220.548.800

Fuente: Las autoras 2014

8.3.1.7 Política de inventarios. En esta política se realiza la producción de las unidades a vender proyectada, teniendo en cuenta un stock de inventario del 10% de la próxima producción.

CUADRO 42. Política de inventarios.

UNIDADES A PRODUCIR	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018
VENTAS	39.681	42.880	46.080	49.279	52.478
INVENTARIO FINAL 10%	4.288	4.608	4.928	5.248	5.248
INVENTARIO INICIAL	0	4.288	4.608	4.928	4.928
UNIDADES A PRODUCIR	43.969	43.200	46.400	49.599	52.798

Fuente: Las autoras 2014

8.3.1.8 Gastos y costos. Se presentan las siguientes erogaciones determinando el porcentaje perteneciente al costo y al gasto, para lo cual se recurre a la participación en porcentaje del precio de venta.

Las cifras representadas en el cuadro 42 se incrementan año por año con el factor promediado de la inflación proyectada.

CUADRO 43. Costos y gastos.

Concepto	2014	2015	2016	2017	2018
Servicios públicos	768.000	799.795	832.907	867.389	903.299
Costo	345.600	319.918	333.163	346.956	361.320
Gasto	422.400	479.877	499.744	520.433	541.979
Total	768.000	799.795	832.907	867.389	903.299
Servicio de aseo	32.000	33.325	34.704	36.141	37.637
Costo	14.400	13.330	13.882	14.456	15.055
Gasto	17.600	19.995	20.823	21.685	22.582
Total	32.000	33.325	34.704	36.141	37.637
Alquiler local	3.000.000	3.124.200	3.253.542	3.388.239	3.528.512
Costo	1.350.000	1.249.680	1.301.417	1.355.295	1.411.405
Gasto	1650000	1.874.520	1.952.125	2.032.943	2.117.107
Total	3.000.000	3.124.200	3.253.542	3.388.239	3.528.512
Dotación de uniformes	283.000	294.716	306.917	319.624	332.856
Costo	127.350	117.886	122.767	127.850	133.143
Gasto	155.650	176.830	184.150	191.774	199.714
Total	283.000	294.716	306.917	319.624	332.856
Stiker	1.099.221	1.124.716	1.258.024	1.400.442	1.552.496
Costo	494.649	449.886	503.210	560.177	620.999
Gasto	604.571	674.829	754.814	840.265	931.498
Total	1.099.221	1.124.716	1.258.024	1.400.442	1.552.496

Implementos	220.000	229.108	238.593	248.471	258.758
Costo	99.000	91.643	95.437	99.388	103.503
Gasto	121.000	137.465	143.156	149.082	155.255
Total	220.000	229.108	238.593	248.471	258.758
Papelería y publicidad	40.900	42.593	44.357	46.193	48.105
Gasto	40.900	42.593	44.357	46.193	48.105
Mantenimiento	600.000	624.840	650.708	677.648	705.702
Costo	600.000	624.840	650.708	677.648	705.702
Transporte gasolina	412.800	429.890	447.687	466.222	485.523
Costo	412.800	429.890	447.687	466.222	485.523
TOTAL COSTOS	3.443.799	3.297.074	3.468.271	3.647.992	3.836.649
TOTAL GASTOS	3.012.121	3.406.109	3.599.169	3.802.376	4.016.240
TOTAL A PAGAR	6.455.921	6.703.183	7.067.440	7.450.368	7.852.889
VALOR MENSUAL	537.993	558.599	588.953	620.864	654.407
VALOR A PAGAR	5.917.927	6.144.584	6.478.486	6.829.504	7.198.482

Fuente: Las autoras 2014

8.3.1.9 Nómina Administrativa y de ventas

CUADRO 44. Gastos nómina Operarios

CONCEPTO	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018
SUELDOS	22.176.000	23.094.086	24.050.182	25.045.859	26.082.758
AUXILIO DE TRANSPORTE	2.592.000	2.699.309	2.811.060	2.927.438	3.048.634
DEDUCCIONES NOMINA S. P	1.774.080	1.847.527	1.924.015	2.003.669	2.086.621
PAGO	\$ 22.993.920	\$ 23.945.868	\$ 24.937.227	\$ 25.969.628	\$ 27.044.771

Fuente: Las autoras 2014.

CUADRO 45. Gastos nómina administrativo.

CONCEPTO	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018
SUELDOS	25.200.000	26.243.280	27.329.752	28.461.204	29.639.497
AUXILIO DE TRANSPORTE	2.592.000	2.699.309	2.811.060	2.927.438	3.048.634
DEDUCCIONES NOMINA S. P	2.016.000	2.099.462	2.186.380	2.276.896	2.371.160
PAGO	25.776.000	26.843.126	27.954.432	29.111.745	30.316.972

Fuente: Las autoras 2014.

8.3.1.10 Flujo de caja.

CUADRO 46. Flujo de caja.

DESCRIPCION	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018
Saldo inicial	10.249.444	32.420.450	64.644.276	58.108.956	42.811.578
Ventas de contado	113.429.027	143.605.374	160.708.989	178.982.649	198.493.920
Ventas a crédito	11.552.956	14.626.473	16.368.508	18.229.714	20.216.973
TOTAL INGRESOS	135.231.428	190.652.297	241.721.772	255.321.320	261.522.472
EGRESOS					
compra de terrenos	0	0	32.000.000	45.000.000	54.000.000
Pago de gastos legales	1.220.242	0	0	0	0
Compra de materia prima	28.179.343	28.832.931	32.250.384	35.901.384	39.799.410
Pago de salarios operarios	22.993.920	23.945.868	24.937.227	25.969.628	27.044.771
Pago salud (11 meses)	3.036.190	3.161.888	3.292.791	3.429.112	3.571.077
Pago pensión (11 meses)	3.252.480	3.387.133	3.527.360	3.673.393	3.825.471
Pago prestaciones	5.299.680	5.519.087	5.747.577	5.985.527	6.233.327
Pago costos (11 meses)	3.443.799	3.297.074	3.468.271	3.647.992	3.836.649
Pago gastos (11meses)	3.012.121	3.406.109	3.599.169	3.802.376	4.016.240
Pago de salario administrador	17.184.000	17.895.418	18.636.288	19.407.830	20.211.314
Pago salud	2.300.144	2.395.370	2.494.538	2.597.812	2.705.362
Pago pensión	2.464.000	2.566.010	2.672.242	2.782.873	2.898.084
Pago prestaciones	3.973.280	4.137.774	4.309.078	4.487.473	4.673.255
Pago de salud y pensión año ant. (1 mes)	0	1.004.801	1.046.400	1.089.721	1.134.835

pago iva	0	15.971.261	20.563.227	23.013.169	25.630.723
Pago cuota de la deuda	6.451.778	6.451.778	6.451.778	6.451.778	6.451.778
pago de dividendos	0	4.035.521	18.616.487	25.269.673	32.527.299
TOTAL EGRESOS	102.810.978	126.008.021	183.612.816	212.509.741	238.559.596
SALDO FINAL	32.420.450	64.644.276	58.108.956	42.811.578	22.962.876

Fuente: Las autoras 2014.

8.3.1.11 Estados financieros proyectados

CUADRO 47. Estado de resultados y Flujo de fondos

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS	108.648.493	137.553.040	153.935.813	171.439.319	190.128.276
COSTO DE VENTAS	64.384.400	70.814.580	75.911.844	81.313.866	87.037.143
UTILIDAD BRUTA	44.264.093	66.738.460	78.023.969	90.125.453	103.091.133
GASTOS ADMON	30.385.750	29.576.585	30.712.833	31.896.122	33.128.399
GASTOS DE VENTAS	3.012.121	3.406.109	3.599.169	3.802.376	4.016.240
UAI	10.866.221	33.755.766	43.711.967	54.426.955	65.946.493
INTERESES	4.367.798	3.777.525	3.020.062	2.048.052	800.728
UAI	6.498.423	29.978.240	40.691.905	52.378.903	65.145.765
IMPUESTO	1.624.606	7.494.560	10.172.976	13.094.726	16.286.441
UTILIDAD	4.873.818	22.483.680	30.518.929	39.284.177	48.859.324
CREE 8%	389.905	1.798.694	2.441.514	3.142.734	3.908.746
UTILIDAD ANTES DE RESERVA	4.483.912	20.684.986	28.077.414	36.141.443	44.950.578
RESERVA LEGAL 10%	448.391	2.068.499	2.807.741	3.614.144	4.495.058
UTILIDAD NETA	4.035.521	18.616.487	25.269.673	32.527.299	40.455.520
DEPRECIACION	4.510.226	4.510.226	4.510.226	4.510.226	4.510.226
AMORTIZACIONES	537.648	537.648	537.648	537.648	537.648
INTERESES	4.367.798	3.777.525	3.020.062	2.048.052	800.728
FLUJO DE CAJA BRUTO (FBC)	13.451.193	27.441.887	33.337.609	39.623.225	46.304.123
REPOSIC KT	512.472	527.846	543.682	559.992	576.792
REPOSIC ACT FIJOS	1.060.871	1.092.697	1.125.478	1.159.242	1.194.020
FLUJO DE CAJA LIBRE (FCL)	11.877.850	25.821.343	31.668.450	37.903.991	44.533.311

Fuente: Las autoras 2014

➤ Balance general proyectado

CUADRO 48. Balance general proyectado.

	BALANCE GRAL	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018
1	ACTIVOS					
	ACTIVOS CORRIENTES					
1105	CAJA	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
1110	BANCO	31.620.450	63.844.276	57.308.956	42.011.578	22.162.876
1305	CLIENTES	1.050.269	2.379.948	3.867.994	5.525.241	7.363.148
1430	INVENTARIO	4.842.581	5.218.857	5.610.710	6.018.787	6.443.757
	TOTAL ACTIVO CORRIENTE	38.313.299	72.243.080	67.587.661	54.355.606	36.769.781
	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO					
1504	TERRENO	0	0	32.000.000	77.000.000	131.000.000
1520	MAQUINARIA Y EQUIPO	23.792.466	23.792.466	23.792.466	23.792.466	23.792.466
1524	MUEBLES Y ENSERES	470.000	470.000	470.000	470.000	470.000
1528	EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTO	919.899	919.899	919.899	919.899	919.899
1540	EQUIPO DE TRANSPORTE	9.500.000	9.500.000	9.500.000	9.500.000	9.500.000
1592	DEPRECIACION	-4.510.226	-9.020.453	-13.530.679	-18.040.906	-22.551.132
	TOTAL PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	30.172.139	25.661.912	21.151.686	16.641.459	12.131.233
	TOTAL ACTIVOS	68.485.438	97.904.993	120.739.347	147.997.065	179.901.014
2	PASIVOS					
2105	BANCOS NACIONALES	16.160.744	13.486.491	10.054.775	5.651.050	0
2205	PROVEEDORES	1.483.123	3.000.646	4.698.035	6.587.581	8.682.287
2370	RET. Y APOR.DE NOM. SALUD	485.121	505.205	526.121	547.902	570.585
2380	FONDO DE PENSION	519.680	541.195	563.600	586.933	611.232
2408	IVA	15.971.261	20.563.227	23.013.169	25.630.723	28.425.566
26	PARA OBLIGACIONES FISCALES	2.014.511	11.307.766	23.922.256	40.159.716	60.354.903

	TOTAL PASIVO	36.634.440	49.404.530	62.777.957	79.163.906	98.644.574
3	PATRIMONIO					
3105	CAPITAL	27.367.086	27.367.086	27.367.086	27.367.086	27.367.086
3305	RESERVA	448.391	2.516.890	5.324.631	8.938.776	13.433.833
3605	UTILIDAD DEL EJERCICIO	4.035.521	18.616.487	25.269.673	32.527.299	40.455.520
	TOTAL PATRIMONIO	31.850.998	48.500.463	57.961.390	68.833.160	81.256.439
	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	68.485.438	97.904.993	120.739.347	147.997.065	179.901.014

Fuente: Las autoras 2014.

➤ **Tasa interna de retorno con el valor de la empresa**

Para hallar el costo promedio ponderado, se determinó el costo de capital y el costo de la deuda; posteriormente con la tasa de descuento se calculó el VPN.

CUADRO 49. WACC: Costo promedio ponderado de capital

D: valor deuda	18.244.724
P:valor patrimonio	27.367.086
Kdt:	21,240%
Ke:	6,39%
WACC: $Kdt * (D/(D+P)) + Ke (P/(D+P))$	
WACC:	12,33%

CUADRO 50. VPN- TIR. Modelo estándar

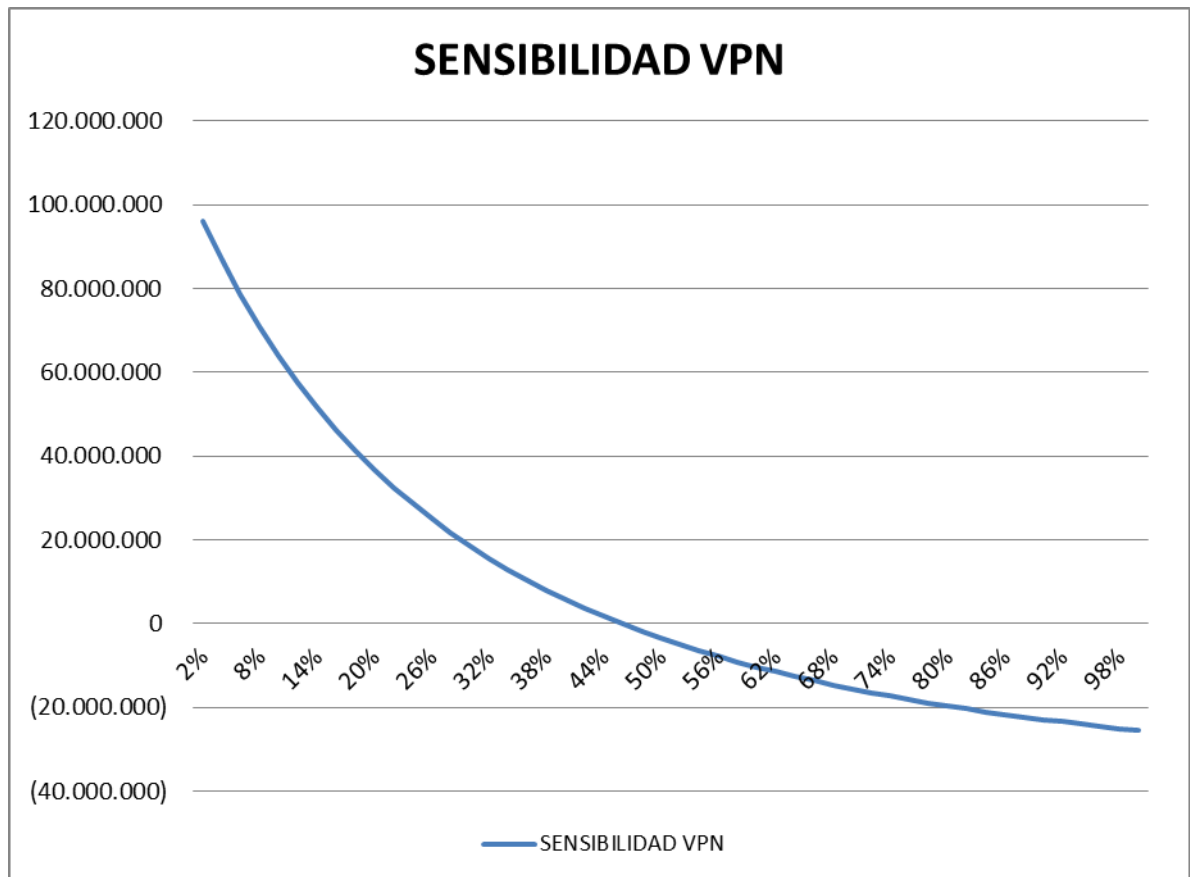
VPN INGRESOS	\$ 102.089.502
VPN EGRESOS	\$ 45.611.809
VPN TOTAL	\$ 56.477.692
TIR	45,85%

Fuente: Las autoras 2014.

Se puede decir que el proyecto es altamente viable, puesto que su valor presente neto es mayor que cero, y su Tasa Interna Retorno de 45,85% es la máxima tasa de interés, a la que los inversionistas estarían dispuestos a pedir prestado dinero para financiar la totalidad del proyecto, pagando con los beneficios (flujos netos de efectivo) la totalidad del capital y de sus intereses, sin perder un solo centavo.⁵⁵

⁵⁵ MEZA OROZCO, Jhonny de Jesús. Matemáticas Financieras Aplicadas. Editorial ECOEDICIONES. P, 517.

Gráfica 18. Sensibilidad VPN.



Fuente: Las autoras 2014.

8.3.2 Alternativas de inversión

Además, del modelo estándar que es 60% recursos propios y 40% recursos externos, se presentan diferentes alternativas de inversión como son 70% recursos propios y 30% recursos externos, 100% financiado, sin financiación, con una participación en el mercado del 15% y por ultimo con una participación en el mercado del 10%, con el fin de mostrar los resultados de cada alternativa a las personas interesadas para una acertada toma de decisiones:

Cuadro 51. Primera alternativa. 70% recursos propios - 30% recursos externos.

Teniendo en cuenta que el proyecto se evaluó con una participación de 60% recursos propios y 40% recursos externos, a continuación se presenta, cómo se comportaría el proyecto con una participación de 70% recursos propios y 30% recursos externos.

VPN INGRESOS	\$ 105.161.072
VPN EGRESOS	\$ 45.611.809
VPN TOTAL	\$ 59.549.262
TIR	45%

Fuente: Las autoras 2014.

Cuadro 52. Segunda alternativa. 100% Financiado.

En este cuadro se muestra el comportamiento del proyecto cuando se tiene una participación 100% con recursos externos o deuda.

VPN INGRESOS	\$ 87.209.367
VPN EGRESOS	\$ 45.611.809
VPN TOTAL	\$ 41.597.557
TIR	52%

Fuente: Las autoras 2014.

Cuadro 53. Tercera alternativa. Sin financiación.

Se presenta esta alternativa donde el riesgo lo asume el inversionista, puesto que no se tendrán gastos financieros. A continuación el comportamiento del proyecto cuando se tiene una participación 100% capital propio.

VPN INGRESOS	\$ 115.695.570
VPN EGRESOS	\$ 45.611.809
VPN TOTAL	\$ 70.083.760
TIR	42%

Fuente: Las autoras 2014.

Cuadro 54. Cuarta alternativa. Participación del 15%.

Teniendo en cuenta que en las anteriores alternativas (primera, segunda, tercera alternativa), se tuvo una participación en el mercado del 20%. A continuación se muestra cómo se comporta el proyecto cuando se tiene una participación del 15% del mercado.

VPN INGRESOS	\$ 37.653.497
VPN EGRESOS	\$ 43.218.698
VPN TOTAL	\$(5.565.206)
TIR	10%

Fuente: Las autoras 2014.

Cuadro 55. Quinta alternativa. Participación del 10%.

A continuación se presenta cómo se comporta el proyecto cuando se tiene una participación del 10% del mercado.

VPN INGRESOS	\$ 23.902.446
VPN EGRESOS	\$ 40.825.587
VPN TOTAL	\$ (64.728.034)
TIR	No se determina.

Fuente: Las autoras 2014.

8.4 DESCRIPCIÓN DE LOS ESCENARIOS FAVORABLES Y DESFAVORABLES

Como se mostró anteriormente los escenarios favorables son:

El modelo 70% recursos propios - 30% financiado como se puede observar no es de gran incidencia respecto al escenario base, puesto que dio una tasa de rentabilidad del 45% lo que indica que es viable el proyecto.

Al tomar 100% de financiación la TIR aumentó en un 7% con respecto al escenario 70-30, con ésto se puede decir que el proyecto puede sacrificar los recursos externo; financiado hasta una tasa del 52%, siendo el proyecto viable.

El proyecto se puede llevar a cabo sin financiación, pero se debe tener en cuenta el riesgo que se asume al invertir recursos propios, teniendo en cuenta el dinamismo de otras alternativas que ofrecen los beneficios similares esperados sin poner en riesgo todo su capital.

Los escenarios desfavorables son:

Al disminuir la participación a un 15% con respecto al escenario estándar en el que se tiene una participación del 20% se nota que la tasa interna de retorno es del 10%, lo que significa que el proyecto no es viable; comparando la Tir con la tasa de descuento por lo tanto esta alternativa no se debe aceptar, es importante mencionar que al participar menos en el mercado la obtención de beneficios financieros es menor; lo que permite notar que lo más incidente en el proyecto es el mercado. Teniendo en cuenta que los ingresos se determinan con las unidades a vender y estas a su vez dependen del mercado, se puede decir que se tuvo un impacto en los ingresos proyectados reduciéndose estos en gran proporción y esto define la viabilidad del proyecto.

Cuando la participación en el mercado se disminuye en un 10%, se obtiene un valor presente neto de \$-64.728.034 y una tasa interna de retorno que no se determina, lo que indica que el proyecto no es viable, puesto que hubo una disminución en los ingresos, y por ende se afectan las utilidades, ya que no alcanza a cubrir sus obligaciones financieras por lo tanto es un escenario desfavorable. El valor negativo del VPN además de indicar que esta opción no es viable, enseña lo que falta en pesos de hoy para que la inversión genere lo esperado. Se debe tener en cuenta que la participación en el mercado tiene un impacto importante para el sostenimiento y evolución de la empresa de choclo molido y cubrir este porcentaje no es atractivo para el inversionista.

9. CONCLUSIONES

- Se puede reconocer el gran potencial que tiene el municipio de Zarzal Valle en cuanto a la producción agrícola, por tanto es pertinente llevar a cabo una actividad en la que se puede producir y comercializar choclo molido, planteada como alternativas de negocio, ya que es una actividad que tiene aspectos favorables que puede ser aprovechada tanto por el inversionista como por personas que quieren ser laboralmente independientes.
- Puede observarse que al presentar un proyecto de emprendimiento como el de alternativas de inversión y financiación para la producción de choclo molido en el municipio de Zarzal, se hace presencia la generación de empleo en el municipio y por ende en la región valle caucana.
- Al presentar las alternativas de negocio permite incentivar y atraer posibles inversionistas interesados en invertir en el proyecto de producción y comercialización de choclo molido, contribuyendo así al crecimiento económico y al avance social del municipio.
- El incentivar y atraer a los inversionistas interesados en multiplicar su capital; se constituirá una nueva fuente de ingresos para los habitantes del municipio contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida, es decir este proyecto crea un impacto social beneficiando a todas aquellas personas que se involucren directa o indirectamente con el proyecto.
- El no aprovechar los recursos naturales disponibles en la región conlleva a la generación de falta de oportunidades, progreso social y económico, produciéndose a su vez un impacto negativo en el consumo de alimentos que no contribuyen en beneficio de la salud, por lo que se genera una necesidad de brindar un producto cien por ciento natural que aporte bienestar a la salud de la población.

- El maíz es un cereal con características nutritivas, con moderado precio y sencilla utilización culinaria; considerado como la base de la alimentación de todas las civilizaciones.
- La fabricación de un producto 100% natural como es el choclo molido permite beneficiar a las personas en el consumo de alimentos naturales, producido en la región y a su vez genera ingresos para la misma.
- Con la buena planeación y organización de las actividades, permite que se ejecute exitosamente el proyecto fomentando la inversión en la región fortaleciendo la economía de la misma.
- Se presenta varias alternativas de inversión con las cuales se pretende brindar información a los posibles inversionistas para que estos tomen una decisión de llevarlo a cabo según su conveniencia.

10. RECOMENDACIONES

- Ofrecer los conocimientos respecto a la agricultura, aprovechamiento y sostenimiento de los recursos naturales que se producen en la región que generen oportunidades de desarrollo social.
- Dar a conocer los diferentes productos alimenticios que se producen de manera artesanal en la región, con el fin de celebrar contratos de venta con supermercados de cadena o empresas interesadas en adquirir los productos para disminuir la incertidumbre en cuanto a las ventas esperadas.
- Promover la fabricación y el consumo de alimentos naturales y nutritivos que aporte vitaminas y nutrientes a la salud de las personas, por medio de campañas publicitarias que hablen de los beneficios de la buena alimentación natural.
- Fomentar el espíritu empresarial en el municipio de Zarzal, para que se genere proyectos de inversión, donde se lleven a cabo negocios comerciales e industriales generando empleo y desarrollo en la región.
- Incentivar a posibles inversores a invertir en el municipio, resaltando los beneficios de ingresos o ganancias adicionales, que pueden obtener al destinar su dinero o capital a proyectos de emprendimiento en la región.
- Se recomienda a la Universidad del Valle fortalecer el espíritu empresarial de los estudiantes a partir de las cátedras, para que se desarrollen proyectos que se lleven a la realidad con el fin de contribuir al progreso de la región.
- Se advierte que si el inversionista decide tomar algún escenario, contemple ampliar el mercado objetivo, ya que Zarzal es un cruce geográfico que comunica a varios centros productivos y poblacionales como Roldanillo, la Unión, la Victoria, entre otros.

11. BIBLIOGRAFÍA

Betancur Harold, Oviedo Mauricio. Creación de una empresa de servicios contables en la ciudad de Villavicencio. Universidad del Valle-Sede Zarzal. 2.006.

ICO, Paola Andrea y PALOMINO, Diana. Creación de una empresa de servicios contables en el Municipio de la Unión Valle. Universidad del Valle-Sede Zarzal. 2.008

Bedoya, Eliana Andrea y MORALES, Blanca Mónica. Plan de Negocios de una empresa productora y comercializadora de Refrescos Naturales en el municipio de Zarzal Valle del Cauca. Universidad del Valle – Sede Zarzal. 2.008.

CHICA JIMENEZ, Carolina y PEÑA CORRALES, Belkis. creación de una papelería en el municipio de la unión valle del cauca) para el año 2.011. Universidad del Valle – Sede Zarzal. 2.011.

MENDEZ, Rafael. Formulación y Evaluación de Proyectos. Quinta Edición 2008.icntec internacional; p.10-15.

VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial, Arte y ciencia en la creación de empresas. Tercera edición 2008 Pearson Pentice Hall

Collins f. Bruce, Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión, Mc Graw Hill, interamericana. 1982.p123

SAPANG CHAIN, Nassir. Criterios de evaluación de proyectos. Mc Graw Hill, interamericana. 1993; p1.

SAPANG CHAIN, Nassir. Criterios de evaluación de proyectos. McGraw Hill, interamericana. 1993;p.8

MEZA OROZCO, Jhonny de Jesús ,Evaluación Financiera de Proyectos, editorial linotipia Bolivar s. en c.2010 p. 212

SAPANG CHAIN, Nassir. Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación. Pretice Hall. 2007;p.127

PORTER, Michael E. Estrategia Competitiva. México 2000. McGraw-Hill; Pág. 51

CÓDIGO DE COMERCIO, República de Colombia- Autoedición Yolanda Madero T. Portada: Diseño Gráfico-Patricia Díaz, Impresión Lito Perla Impresores Ltda.

ATLAS DEL VALLE DEL CAUCA, 2006 1ed. Escar E.U.; p.62.

Sánchez Pérez Germán, Desarrollo y medio ambiente: una mirada a Colombia pdf

Proceso administrativo para las organizaciones del siglo XXI. Cesar Augusto Bernal Torres, Hernán Darío Sierra Arango. P, 30.

CHARLES W. HILL, GARETH R. JONES. Administración Estratégica; Un Enfoque Integrado. Sexta edición. McGraw Hill INTERAMERICANA EDICIONES, S.A.DE C.V. P, 64.

MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología. Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación. 4ed. México: Limusa, 2008, p134, 141.

BERNAL, Cesar Augusto. Metodología de la investigación. 2ed. Pearson Prentice Hall. México, 2006. Página 56

PLAN DE DESARROLLO DEL MUNICIPIO DE ZARZAL. Acuerdo 335 del 2012 (Junio 19 de 2012). Por medio del cual se adopta el plan de desarrollo del municipio de zarzal, valle del cauca, para la vigencia fiscal 2012-2015. págs.8, 38, 40, 49, 77.

MEZA OROZCO, Jhonny de Jesús. Matemáticas financieras aplicadas, 4°ed. Bogotá. Ecoe Ediciones,2011

PORTER. Michael. Ventaja Competitiva; Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior. México: McGraw Hill, 1992

PROYECTO, formulación, evaluación y control, German Velez Arboleda. Cargraphics S.A. - Impresión Digital

ARENAS, Isabel Cristina. Diseño de producción y comercialización del superchoclo molido 100% natural en el mercado del norte del Valle. Universidad del Valle – Sede Zarzal. 2.008.

MEZA OROZCO, Jhonny de Jesús. Matemáticas financieras aplicadas, cuarta edición, ECOE Ediciones. P,513.

Urbano Medina, Hernández, Alicia, Correa Rodríguez. Cómo evaluar un proyecto empresarial: Una visión práctica, pág. 263

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. BAPTISTA LUCIO, Pilar. Fundamentos de metodología de la investigación. 2da ed. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S.A.U, 2007.

12.CIBERGRAFÌA

<http://www.tierramerica.net/global/conectate0408.shtml>

<http://www.eufic.org/article/es/rid/pan-alimento-basico-de-nuestra-dieta/>

<http://www.botanical-online.com/maizpropiedades.htm>

www.acopi.org.co/images/storie/leymipyme590.doc

<http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=18>

http://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/76895T7T000.PDF

<http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calcular.html>

[www.larepublica.co/sites/default/files /larepublica/andi.pdf](http://www.larepublica.co/sites/default/files/larepublica/andi.pdf)

http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/regional/ESER/2013/eser_52_suroccidente_2013.pdf

http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bolet_PIB_IVtrim12.pdf

http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/inflacion/2012/isi_jun_2012.pdf

www.portafolio.co/negocios/exportaciones-colombia-2012

<http://lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/Colombia-cerro-2012-con-inflacion-de-244.html>

<http://www.incp.org.co/indicadores-economicos-e-informacion-financiera-incp/indice-de-inflacion-1955-2011/>

http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipp/cp_ipp_mar13.pdf

<http://www.vanguardia.com/actualidad/colombia/193977-el-desempleo-en-colombia-en-2012-fue-del-104-segun-el-dane>

http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/21/politica_publica_creacion_empresas.pdf

<http://www.semillas.org.co/sitio.shtml?apc=c1a1--&x=20154614>

https://www.google.com.co/?gws_rd=cr&ei=eCo3UpHYHI_69gSd-YDQAw#q=oferta&tbs=dfn:1

<http://blogs.gestion.pe/deregresoalobasico/2010/10/la-tasa-interna-de-retorno-fac.html>

ANEXOS

ANEXO A. Determinación del costo promedio.

COSTO DE CAPITAL DPS DE IMPUESTOS (CCPP-WACC)			COST. EA DE IMPTOS	PONDERACIÓN
Recurso propio (costo de capital)	27.367.086	60%	6,39%	3,83%
Recurso externo (costo de deuda)	18.244.724	40%	21,240%	8,50%
Total	45.611.809	100		12,33%

Fuente: Las autoras 2014

ANEXO B. Depreciación

DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPO				
	VALOR	CANTIDAD	TOTAL	
LINEA RECTA				
MOLINO	310.000	2	620.000	12
MENSUAL		120	5.167	62.000
DIARIO 24 HORAS		30	172	
HORA		24	7	
MINUTO		60	0	
EMPACADORA	18.500.000	1	18.500.000	12
MENSUAL		120	154.167	1.850.000
DIARIO 24 HORAS		30	5.139	
HORA		24	214	
MINUTO		60	4	
CONGELADOR	2.336.233	2	4.672.466	12
MENSUAL		120	38.937	467.247
DIARIO 24 HORAS		30	1.298	
HORA		24	54	
MINUTO		60	1	
				2.379.247
DEPRECIACION EQUIPO DE OFICINA 10 años	470.000			12
MENSUAL		120	3.917	47.000

DIARIO 24 HORAS		30	131	
HORA		24	5	
MINUTO		60	0	
DEPRECIACION EQUIPO DE COM.Y COMPUT 5 años	919.899			12
MENSUAL		60	15.332	183.980
DIARIO 24 HORAS		30	511	
HORA		24	21	
MINUTO		60	0	
DEPRECIACION EQUIPO DE TRANSPORTE 5 años	9.500.000			12
MENSUAL		60	158.333	1.900.000
DIARIO 24 HORAS		30	5.278	
HORA		24	220	
MINUTO		60	4	

ANEXO C. Tabla de amortización.

Préstamo: 18.244.724

Interés: 2.1% Mensual

CUOTA	MES	INTERES	PAGO MENSUAL	ABONO A CAPITAL	DEUDA DESPUES DE PAGO
					18.244.724
1	Enero del 2.014	383.139	537.648	154.509	18.090.215
2	Febrero del 2.014	379.895	537.648	157.754	17.932.461
3	Marzo del 2.014	376.582	537.648	161.066	17.771.395
4	Abril del 2.014	373.199	537.648	164.449	17.606.946
5	Mayo del 2.014	369.746	537.648	167.902	17.439.044
6	Junio del 2.014	366.220	537.648	171.428	17.267.615
7	Julio del 2.014	362.620	537.648	175.028	17.092.587
8	Agosto del 2.014	358.944	537.648	178.704	16.913.883
9	Septiembre del 2.014	355.192	537.648	182.457	16.731.427
10	Octubre del 2.014	351.360	537.648	186.288	16.545.139
11	Noviembre del 2.014	347.448	537.648	190.200	16.354.938
12	Diciembre del 2.014	343.454	537.648	194.194	16.160.744
13	Enero del 2.015	339.376	537.648	198.273	15.962.471
14	Febrero del 2.015	335.212	537.648	202.436	15.760.035

15	Marzo del 2.015	330.961	537.648	206.687	15.553.348
16	Abril del 2.015	326.620	537.648	211.028	15.342.320
17	Mayo del 2.015	322.189	537.648	215.459	15.126.860
18	Junio del 2.015	317.664	537.648	219.984	14.906.876
19	Julio del 2.015	313.044	537.648	224.604	14.682.273
20	Agosto del 2.015	308.328	537.648	229.320	14.452.952
21	Septiembre del 2.015	303.512	537.648	234.136	14.218.816
22	Octubre del 2.015	298.595	537.648	239.053	13.979.763
23	Noviembre del 2.015	293.575	537.648	244.073	13.735.690
24	Diciembre del 2.015	288.449	537.648	249.199	13.486.491
25	Enero del 2.016	283.216	537.648	254.432	13.232.059
26	Febrero del 2.016	277.873	537.648	259.775	12.972.285
27	Marzo del 2.016	272.418	537.648	265.230	12.707.054
28	Abril del 2.016	266.848	537.648	270.800	12.436.254
29	Mayo del 2.016	261.161	537.648	276.487	12.159.768
30	Junio del 2.016	255.355	537.648	282.293	11.877.475
31	Julio del 2.016	249.427	537.648	288.221	11.589.253
32	Agosto del 2.016	243.374	537.648	294.274	11.294.980
33	Septiembre del 2.016	237.195	537.648	300.454	10.994.526
34	Octubre del 2.016	230.885	537.648	306.763	10.687.763
35	Noviembre del 2.016	224.443	537.648	313.205	10.374.558
36	Diciembre del 2.016	217.866	537.648	319.782	10.054.775
37	Enero del 2.017	211.150	537.648	326.498	9.728.277
38	Febrero del 2.017	204.294	537.648	333.354	9.394.923
39	Marzo del 2.017	197.293	537.648	340.355	9.054.568
40	Abril del 2.017	190.146	537.648	347.502	8.707.066
41	Mayo del 2.017	182.848	537.648	354.800	8.352.266
42	Junio del 2.017	175.398	537.648	362.251	7.990.016
43	Julio del 2.017	167.790	537.648	369.858	7.620.158
44	Agosto del 2.017	160.023	537.648	377.625	7.242.533
45	Septiembre del 2.017	152.093	537.648	385.555	6.856.978
46	Octubre del 2.017	143.997	537.648	393.652	6.463.327
47	Noviembre del 2.017	135.730	537.648	401.918	6.061.408
48	Diciembre del 2.017	127.290	537.648	410.359	5.651.050
49	Enero del 2.018	118.672	537.648	418.976	5.232.074
50	Febrero del 2.018	109.874	537.648	427.775	4.804.299
51	Marzo del 2.018	100.890	537.648	436.758	4.367.541
52	Abril del 2.018	91.718	537.648	445.930	3.921.612
53	Mayo del 2.018	82.354	537.648	455.294	3.466.317
54	Junio del 2.018	72.793	537.648	464.855	3.001.462

55	Julio del 2.018	63.031	537.648	474.617	2.526.844
56	Agosto del 2.018	53.064	537.648	484.584	2.042.260
57	Septiembre del 2.018	42.887	537.648	494.761	1.547.499
58	Octubre del 2.018	32.497	537.648	505.151	1.042.349
59	Noviembre del 2.018	21.889	537.648	515.759	526.590
60	Diciembre del 2.018	11.058	537.648	526.590	0

18.244.724

ANEXO D. Balance de prueba.

	INICIAL		2.014			2.015			2.016			2.017			2.018			
CUENTA	DEBE	HABER	SALDO	DEBE	HABER	SALDO	DEBE	HABER	SALDO	DEBE	HABER	SALDO	DEBE	HABER	SALDO	DEBE	HABER	SALDO
CAJA	10.249.444		10.249.444	124.981.984	102.810.978	32.420.450	158.231.847	126.008.021	64.644.276	177.077.497	183.612.816	58.108.956	197.212.363	212.509.741	42.811.578	218.710.893	238.559.596	22.962.876
CLIENTES				1.050.269		1.050.269	1.329.679		2.379.948	1.488.046		3.867.994	1.657.247		5.525.241	1.837.907		7.363.148
INVENTARIOS				4.842.581		4.842.581	376.276		5.218.857	391.854		5.610.710	408.076		6.018.787	424.971		6.443.757
TERRENOS										32.000.000		32.000.000	45.000.000		77.000.000	54.000.000		131.000.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	23.792.466		23.792.466			23.792.466			23.792.466			23.792.466			23.792.466			23.792.466
MUEBLES Y ENSERES	470.000		470.000			470.000			470.000			470.000			470.000			470.000
EQUIPO DE COM. Y COMPUT.	919.899		919.899			919.899			919.899			919.899			919.899			919.899
EQUIPO DE TRANSPORTE	9.500.000		9.500.000			9.500.000			9.500.000			9.500.000			9.500.000			9.500.000
DEPRECIACION ACUMULADA				4.510.226		-4.510.226	4.510.226		-9.020.453	4.510.226		-13.530.679	4.510.226		-18.040.906	4.510.226		-22.551.132
GASTOS PAGADOS X ANTIC.	680.000		680.000		680.000	0			0			0			0			0
						68.485.438			97.904.993			120.739.347			147.997.065			179.901.014
BANCOS NACIONALES		18.244.724	18.244.724	2.083.980		16.160.744	2.674.253		13.486.491	3.431.716		10.054.775	4.403.725		5.651.050	5.651.050		0
PROVEEDORES					1.483.123	1.483.123		1.517.523	3.000.646		1.697.389	4.698.035		1.889.547	6.587.581		2.094.706	8.682.287
RET. Y APOR.DE NOM. SALUD				5.336.334	5.821.455	485.121	6.042.380	6.062.464	505.205	6.292.534	6.313.450	526.121	6.553.045	6.574.826	547.902	6.824.341	6.847.024	570.585
FONDO DE PENSION				5.716.480	6.236.160	519.680	6.472.822	6.494.337	541.195	6.740.797	6.763.203	563.600	7.019.866	7.043.199	586.933	7.310.489	7.334.788	611.232
IVA				1.412.498	17.383.759	15.971.261	17.416.520	22.008.486	20.563.227	22.179.787	24.629.730	23.013.169	24.812.738	27.430.291	25.630.723	27.625.681	30.420.524	28.425.566
PARA OBLIGACIONES FISCALES					2.014.511	2.014.511		9.293.255	11.307.766		12.614.491	23.922.256		16.237.460	40.159.716		20.195.187	60.354.903
total pasivo						36.634.440			49.404.530			62.777.957			79.163.906			98.644.574
CAPITAL		27.367.086	27.367.086			27.367.086			27.367.086			27.367.086			27.367.086			27.367.086
RESERVA				448.391		448.391		2.068.499	2.516.890		2.807.741	5.324.631		3.614.144	8.938.776		4.495.058	13.433.833
UTILIDAD DEL EJERCICIO				4.035.521		4.035.521	4.035.521	18.616.487	18.616.487	18.616.487	25.269.673	25.269.673	25.269.673	32.527.299	32.527.299	40.455.520		40.455.520
total patrimonio						31.850.998			48.500.463			57.961.390			68.833.160			81.256.439
INDUSTRIA MANUFACTURERA				108.648.493	108.648.493	0	137.553.040	137.553.040	0	153.935.813	153.935.813	0	171.439.319	171.439.319	0	190.128.276	190.128.276	0
GASTOS LEGALES				1.220.242	1.220.242	0			0			0			0			0
DE PERSONAL				26.354.528	26.354.528	0	27.445.605	27.445.605	0	28.581.854	28.581.854	0	29.765.142	29.765.142	0	30.997.419	30.997.419	0
DEPRECIACIONES				2.130.980	2.130.980	0	2.130.980	2.130.980	0	2.130.980	2.130.980	0	2.130.980	2.130.980	0	2.130.980	2.130.980	0
DIVERSOS				680.000	680.000	0			0			0			0			0
SERVICIOS				3.012.121	3.012.121	0	3.406.109	3.406.109	0	3.599.169	3.599.169	0	3.802.376	3.802.376	0	4.016.240	4.016.240	0
FINANCIEROS				4.367.798	4.367.798	0	3.777.525	3.777.525	0	3.020.062	3.020.062	0	2.048.052	2.048.052	0	800.728	800.728	0
COSTO DE PRODUCCION				40.977.013	40.977.013	0	42.285.662	42.285.662	0	43.972.486	43.972.486	0	45.730.580	45.730.580	0	47.562.956	47.562.956	0
COMPRA DE MATERIA PRIMA				28.249.968	28.249.968	0	28.905.194	28.905.194	0	32.331.212	32.331.212	0	35.991.362	35.991.362	0	39.899.158	39.899.158	0
IGUALES	45.611.809	45.611.809		361.065.269	361.065.269		442.083.413	442.083.413		535.790.293	535.790.293		603.244.546	603.244.546		670.448.386	670.448.386	

Fuente: Las autoras 2014