



Proyección de Sostenibilidad Técnica y Financiera de la Empresa Procesadora y Comercializadora de Productos Derivados de la Yuca, en el Municipio de Orocué Casanare

María Fernanda Blanco Quintana

Línea de Investigación

Gestión Social, Participación y Desarrollo Regional

Sublínea

Gestión Empresarial, Desarrollo Regional y Finanzas Corporativas

Corporación Universitaria Minuto De Dios

Vicerrectoría Regional Orinoquia

Cede Centro Tutorial Orocué

Administración Financiera

2021

Proyección de Sostenibilidad Técnica y Financiera de la Empresa Procesadora y Comercializadora de Productos Derivados de la Yuca, en el Municipio de Orocué Casanare

María Fernanda Blanco Quintana

Modalidad distancia tradicional presentado como requisito para optar al título de

Administrador Financiero

Asesor

Luis Eduardo Rey Huertas

Magister en administración con énfasis en Finanzas Corporativas

Corporación Universitaria Minuto De Dios

Vicerrectoría Regional Orinoquia

Cede Centro Tutorial Orocué

Administración Financiera

2021

## **Dedicatoria**

La presente tesis la dedico principalmente a Dios, a mi madre por su amor, sacrificio e infinito apoyo en estos años, a mi padre Dagoberto, a mi hermana Majo y mi hija Evelyn por su amor, quiero decirles que ustedes son mi motivación, a mi hermano Jorge por la fortaleza y apoyo moral que le aporta a mi vida.

A todas las personas que me apoyaron brindando conocimiento y que lograron que el trabajo se realizará con éxito.

## Contenido

1	Planteamiento del problema	15
1.1	Formulación del problema	17
2	Objetivos	17
1.1	Objetivo General	17
2.1	Objetivos específicos	17
3	Justificación	18
4	Marco Referencial	19
4.1	Marco Geográfico	19
4.2	Viabilidad Financiera de un proyecto	22
5	Marco teórico	23
5.1	Producto Yuca	23
5.2	Viabilidad Financiera de un proyecto	24
5.3	Cadena productiva	25
5.4	Estudio De Mercado	25
5.5	Marco legal	26
5.5.1	Legislación de Alimentos en Colombia	26
5.5.2	Legislación Laboral	27
5.5.3	Legislación Tributaria	28
5.6	Impuestos nacionales, regionales y municipales	29
6	METODOLOGÍA	30
6.1	Procedimiento metodológico de recolección de información:	31
6.2	Instrumentos de Recolección de la Información.	31
6.2.1	Muestra	32
7	Diagnostico organizacional	35
7.1	Reseña histórica	35
7.2	Misión	36
7.3	Visión	37
7.4	Valores	37
7.5	Principios	37
7.6	Matriz FODA	38
7.6.1	Plan de acciones de las debilidades	38
1.2	Plan de acción de las amenazas	39
8	Estudio de mercado	40
8.1	Presentación del producto	40

8.2	El Usuario	43
8.2.1	Análisis de la Demanda	44
8.2.2	Análisis de la oferta	47
8.2.3	Segmentación de mercado	50
8.2.4	Estrategias de comercialización	51
	Canal propio	51
8.3	Investigación de mercados	51
8.3.1	Encuesta población Orocué	52
8.3.2	Encuesta Establecimientos comerciales	54
8.4	Estudio previo de la empresa ALIMDEORO	56
8.4.1	Ventas promedio mensual	57
8.4.2	Costos de producción	57
8.4.3	Costo de Materia Prima Unitario	58
8.4.4	Flujo de caja actual	61
8.5	Datos de entrada para Punto de equilibrio	64
9	Estudio técnico	67
9.1	Competencias y perfiles	73
9.2	Capacidad de producción	74
9.3	Localización del Proyecto	75
10	Estudio de viabilidad financiera	76
10.1	Total, ingresos por venta	76
10.2	Costos	77
10.3	Gastos	78
10.4	Fuentes de financiación	78
10.5	Flujo de caja	79
10.6	Valor actual neto	81
10.7	Razones financieras	81
10.7.1	Estado de resultados	82
10.7.2	Estado de Situación Financiera año 2026	83
10.8	Ingresos adicionales	84
10.9	Análisis de rentabilidad	84
11	Estrategias de Marketing	85
12	Conclusiones	87
13	Recomendaciones	89
14	Anexos	92

## Indicie de tablas

Tabla 1. <i>Impuestos Municipales</i> .....	29
Tabla 2. <i>Muestra poblacional</i> .....	32
Tabla 3. <i>Plataformas a evaluar</i> .....	32
Tabla 4. <i>Matriz FODA</i> .....	38
Tabla 5. <i>Demanda actual</i> .....	44
Tabla 6. <i>Precio Histórico Mañoco</i> .....	48
Tabla 7. <i>Precio Histórico Casabe</i> .....	48
Tabla 8. <i>Precio Histórico Catibia</i> .....	48
Tabla 9. <i>Precios actuales ALIMDEORO</i> .....	49
Tabla 10. <i>Población Orocué Casanare</i> .....	50
Tabla 11. <i>Ventas actuales</i> .....	57
Tabla 12. <i>Costos de Producción Unitario</i> .....	57
Tabla 13. <i>Costos Materia prima Directa</i> .....	58
Tabla 14. <i>costos de materia prima Casabe</i> .....	58
Tabla 15. <i>Costos de materia prima Casabitos</i> .....	59
Tabla 16. <i>Costos de materia prima Trozos</i> .....	59
Tabla 17. <i>Costos de materia prima Mañoco</i> .....	59
Tabla 18. <i>Costos de materia prima Catibia</i> .....	59
Tabla 19. <i>costos de mano de obra unitario</i> .....	60
Tabla 20. <i>costos indirectos de fabricación</i> .....	60
Tabla 21. <i>Gasto Administrativo</i> .....	60
Tabla 22. <i>Flujo de caja actual a diciembre del año 2021</i> .....	62
Tabla 23. <i>Total, flujo de caja Actual</i> .....	63
Tabla 24. <i>Indicadores de rendimiento</i> .....	63
Tabla 25. <i>Punto de Equilibrio</i> .....	64
Tabla 26. <i>Punto de Equilibrio</i> .....	64
Tabla 27. <i>Estado de Resultados al diciembre del 2021</i> .....	65
Tabla 28. <i>Estado de Situación Financiera a diciembre del 2021</i> .....	66
Tabla 29. <i>Material de apoyo</i> .....	68
Tabla 30. <i>Muebles y enseres</i> .....	68
Tabla 31. <i>Maquinaria y equipo</i> .....	69
Tabla 32. <i>Costo Mano de obra Directa e indirecta</i> .....	71
Tabla 33. <i>Gastos de Administración</i> .....	72
Tabla 34. <i>Perfiles</i> .....	73
Tabla 35. <i>Gastos de administración y ventas</i> .....	73
Tabla 36. <i>Inversión inicial</i> .....	74
Tabla 37. <i>Producción por unidad de tiempo</i> .....	74
Tabla 38. <i>Cantidad de productos Proyectados a Vender</i> .....	76
Tabla 39. <i>Ventas de la producción anual</i> .....	76
Tabla 40. <i>Costos materia Prima</i> .....	77

Tabla 41. <i>Costos Mano de Obra</i> .....	77
Tabla 42. <i>Costos Indirectos de Fabricación</i> .....	77
Tabla 43. <i>Gastos de Operación</i> .....	78
Tabla 44. <i>Fuente de financiación</i> .....	78
Tabla 45. <i>Amortización</i> .....	78
Tabla 46. <i>Flujo de caja proyectado a cinco años</i> .....	80
Tabla 47. <i>Análisis flujo de caja</i> .....	81
Tabla 48. <i>Estado de resultados</i> .....	82
Tabla 49. <i>Estado de Situación Financiera</i> .....	83

## Índice de figuras

Figura 1. <i>Mapa Colombia</i> .....	20
Figura 2. <i>Mapa Casanare</i> .....	20
Figura 3 <i>Mapa Orocué</i> .....	21
Figura 4. <i>Catibia o harina de yuca</i> .....	40
Figura 5. <i>Mañoco</i> .....	41
Figura 6. <i>Casabe</i> .....	42
Figura 7. <i>Casabitos</i> .....	42
Figura 8. <i>Trozos</i> .....	43
Figura 9. <i>Mercado de ventas</i> .....	51
Figura 11. <i>Consumo de mañoco</i> .....	52
Figura 10. <i>Consumo de Casabe y Catibia</i> .....	52
Figura 12. <i>Consumo de Mañoco por la población de Orocué</i> .....	52
Figura 13. <i>Consumo Casabe y Catibia.</i> .....	52
Figura 14. <i>Precio del Mañoco en Orocué</i> .....	53
Figura 15. <i>Precio del Casabe y Catibia en Orocué</i> .....	53
Figura 16. <i>Percepción en el Municipio de la empresa ALIMDEORO</i> .....	54
Figura 17. <i>Compra de Mañoco para el inventario</i> .....	54
Figura 18. <i>Presentación de Mañoco que más rota en el mercado</i> .....	55
Figura 19. <i>Compra de Casabe para inventario</i> .....	55
Figura 20. <i>Percepción de la empresa ALIMDEORO en los establecimientos comerciales</i> ...	56
Figura 21. <i>Proceso de producción del producto</i> .....	67
Figura 22. <i>Definición de espacios y locaciones para la producción</i> .....	71

## Anexo

Anexo 1 Encuestas estudio de mercado .....	92
Anexo 2 Encuestas estudio de mercado a establecimientos comerciales .....	93
Anexo 3. Demanda.....	94
Anexo 4. Costo producción Casabe .....	94
Anexo 5. Costo de producción Mañoco y Catibia .....	94
Anexo 6. Amortización.....	95
Anexo 7 Estado de resultados .....	95
Anexo 8. Estado de Situacion Financiera .....	95

## **Introducción**

El desarrollo de la presente investigación proyecta establecer la sostenibilidad técnica y financiera de la empresa procesadora de productos derivados de la yuca en el municipio de Orocué, por lo cual es importante resaltar la ubicación geográfica del municipio y las condiciones agrícolas que ofrece esta zona del país.

Este proyecto calcula su línea de investigación cuantitativa en el Estudio de Mercado, técnico y de viabilidad financiera, donde se recolectarán datos numéricos como ventas, costos de producción y proyección de ventas, datos que permitirán realizar un análisis para establecer la sostenibilidad técnica y financiera del proyecto.

Para este proyecto es importante resaltar que se busca ser generador de empleo e impactar en el municipio con su idea de industrializar los productos autóctonos de la comunidad saliva del municipio.

## Resumen

*Palabras clave: viabilidad, indicadores financieros, inflación.*

La propuesta y formulación del plan de mejora de una empresa procesadora de productos derivados de la yuca, se realizará por diferentes fases, la primera es realizar un diagnóstico organizacional, adicionalmente fue necesario la construcción de una matriz FODA, que permita un diagnóstico adecuado de la situación de la empresa con el fin de diseñar las estrategias adecuadas en el fortalecimiento del proyecto, la segunda es la construcción de un estudio de mercado orientado a analizar la viabilidad del proyecto de forma empresarial, en la última fase se desarrollara el estudio técnico y financiero. La presente investigación se basa en una metodología de tipo Mixta, debido a que el análisis de datos incluye información cualitativa y cuantitativa que nos permitirá conocer la viabilidad financiera del proyecto, por otro lado, se pretende conocer en el estudio de mercado la oferta y demanda de los productos a comercializar. El trabajo tiene un alcance descriptivo, debido a que nos permite a través de la aplicación de encuestas, conocer la percepción de la comunidad y los posibles compradores de los productos, la muestra es de tipo no estadístico e intencional, ya que las aplicaciones de las herramientas metodológicas se realizarán sobre la totalidad de los supermercados y tiendas del municipio, la encuesta de la percepción de la comunidad se realizará a través de un enlace que será compartido por las redes sociales del municipio.

Como resultado del proyecto, de acuerdo al estudio realizado se espera demostrar la viabilidad de la empresa y conocer el monto de inversión que hace falta al proyecto.

## Abstract

Keywords: viability, financial indicators, inflation.

The proposal and formulation of the improvement plan of a company that processes cassava products will be carried out in different phases, the first is to carry out an organizational diagnosis, additionally it was necessary to build a SWOT matrix, which allows an adequate diagnosis of the The situation of the company in order to design the appropriate strategies to strengthen the project, the second is the construction of a market study aimed at analyzing the viability of the project in a business way, in the last phase the technical and financial study will be developed . The present research is based on a Mixed type methodology, because the data analysis includes qualitative and quantitative information that will allow us to know the financial viability of the project, on the other hand, it is intended to know the supply and demand in the market study of the products to be marketed. The work has a descriptive scope, because it allows us, through the application of surveys, to know the perception of the community and the possible buyers of the products, the sample is non-statistical and intentional, since the applications of the Methodological tools will be carried out on all the supermarkets and shops of the municipality, the survey of the perception of the community will be carried out through a link that will be shared by the social networks of the municipality.

As a result of the project, according to the study carried out, it is expected to demonstrate the viability of the company and to know the amount of investment required for the project.

## Antecedentes

Son pocos los trabajos de investigación realizados sobre el tema y buscando minuciosamente se encontró que en el año 2017 se elaboró una monografía por estudiantes de la universidad pedagógica y tecnológica de Colombia por parte de la escuela de administración de empresas agropecuarias que lleva como título “ANÁLISIS TÉCNICO Y SOCIOECONÓMICO DE LA CADENA AGROINDUSTRIAL DEL MAÑOCO, EN EL RESGUARDO INDÍGENA SÁLIBA EL CONSEJO EN EL MUNICIPIO DE OROCUÉ, CASANARE.” Su objetivo principal fue “Realizar un análisis técnico y socioeconómico de la cadena agroindustrial del mañoco en el Resguardo Indígena Sáliba El Consejo.” El cuál de los 8 resguardos solo se trabajó en El Consejo, y como se menciona en (CAICEDO, 2017, pág. 15) *se identificó las alternativas de optimización y/o mejora de la cadena agroindustrial a partir del reconocimiento de sus características técnicas y económicas y de la determinación de las variables mercadotecnicas de este producto. Para sintetizar se concluyó que no existe un canal de comercialización definido, ni un empaque acorde al Mañoco y se identificó la oferta en el resguardo El Consejo que serían de unas 43 toneladas al año*, los estudiantes recomendaron que es factible, a partir de alianzas entre pequeños productores y promover el desarrollo de agro negocios.

Hubo varias variables encontradas en la parte socioeconómica que permiten promover y mejorar la producción del Mañoco como lo son:

- Mejoramiento técnico del proceso artesanal.
- El desarrollo organizativo el cual permite nuevas experiencias prácticas a los productores.

- Un mercado interno más sólido y con gestión empresarial y de negociación, permitiendo habilidades de cooperación ya sea pública o privada.

Por último, el apoyo del estado es primordial para estas comunidades y el constante seguimiento para que sean exitosos estos proyectos.

## CAPITULO 1

### 1 Planteamiento del problema

El municipio Orocué Casanare se encuentra ubicado a 180 km de su capital Yopal, cuenta con 120 km pavimentados y 60 km en mal estado, según el SISBEN, el factor socioeconómico se encuentra en situación de vulnerabilidad, debido a la falta de empleo, falta de desarrollo económico y una problemática por el desplazamiento forzado. La principal fuente económica de ingresos obedece a la acción de la explotación de hidrocarburos, una empresa productora de palma de aceite, la ganadería extensiva y una mínima comercialización de excedentes. Se ha venido desarrollando en base a una economía de consumo familiar, por otro lado, se encuentra la alcaldía municipal con la principal fuente de empleo para la comunidad.

Los cultivos permanentes en la región según fuente de la página TERRIDATA, muestra que la producción en toneladas del municipio, es primero palma de aceite con un 97.39% (57.120 tn), la yuca con 1.84% (1.080 tn), el plátano con 0.75% (438 tn) y otros con el 0.02%, esto quiere decir que existe gran producción del producto objeto de estudio con muy pocos márgenes de comercialización, ya que de esta misma fuente se sabe que la mayor parte sale para Yopal, y una menor existencia queda para el consumo local, adicionalmente es necesario mencionar que el rendimiento de la yuca son aproximadamente de unas 6 toneladas por hectárea anuales.

De acuerdo con los datos obtenidos del esquema de ordenamiento territorial del municipio de Orocué podemos afirmar que la geología económica del subsuelo y la precipitación media multianual es de 2235.7 mm, registrando una precipitación máxima mensual de 520.4, en temporadas de lluvias, que significa que Orocué está ubicado geográficamente en un clima tropical húmedo en una franja altitudinal 0 a 1000 m.s.n.m y una temperatura media mensual

mayor a 26 grados centígrados, por lo que la zona es muy apta para el cultivo de yuca, plátano y otros cultivos.

En la línea productiva de la agricultura, es necesario hablar de los pocos canales de comercialización que tiene los derivados de la yuca como el casabe, el mañoco y la catibia, la cadena agroindustrial es desarrollada en su mayoría por los resguardos indígenas que realizan el proceso de manera tradicional y artesanal, donde las labores que requieren largas jornadas en posición ergonómicamente no adecuadas, es necesario aclarar que esta es su principal fuente acompañante de alimentación.

De acuerdo con datos obtenidos en el Esquema de Ordenamiento Territorial 2014 los factores de riesgo por desnutrición el I.C.B.F atiende 400 personas, en 10 unidades de servicio como usuarios de hogares comunitarios, igualmente menciona que la economía del municipio se caracteriza por desarrollar una economía extractiva representada por la ganadería bovina y en menor grado por una agricultura basada en el consumo familiar donde se representan los productos como el maíz, el plátano, la caña y la yuca.

No existen empresas en el municipio de Orocué procesadoras de yuca, que permitan la comercialización de sus derivados en diferentes presentaciones y tamaños que sean asequible en cualquier almacén o tienda de venta de productos, el proceso de comercialización lo realizan los indígenas directamente con el consumidor final, por lo tanto, hay una oportunidad de negocio generador de desarrollo micro empresarial y emprendimiento en la comercialización de un producto esperando masificar su consumo y logre el crecimiento esperado.

## 1.1 **Formulación del problema**

Este trabajo de investigación pretende responder el siguiente interrogante.

¿Es sostenible técnica y financieramente la empresa comercializadora de productos derivados de la yuca en el municipio de Orocué?

## **CAPITULO II**

### **2 Objetivos**

#### **1.1 Objetivo General**

Evaluar la sostenibilidad técnica y financiera proyectada a cinco años de la empresa dedicada a la transformación y comercialización de los derivados a base de yuca en el municipio de Orocué.

#### **2.1 Objetivos específicos**

1. Determinar un diagnóstico organizacional de evaluación interna y externa de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas “FODA” de la empresa ALIMDEORO.
2. Identificar por medio del estudio de mercado la demanda, oferta, precios y sistemas de comercialización.
3. Realizar el estudio técnico y de viabilidad financiera de la empresa para los próximos cinco años.
4. Desarrollar una estrategia de Marketing orientada al fortalecimiento financiero para la sostenibilidad de la empresa ALIMDEORO.

## CAPITULO III

### 3 Justificación

La idea del proyecto nace de la oportunidad de aprovechar los recursos agrónomo que surgen de la región, los suelos del municipio son aptos para los cultivos de palma, plátano, ganadería extensiva y la yuca, (UMATA OROCUE, 2007, pág. 23), este último es bien utilizado como base principal de la alimentación indígena de la etnia Sáliba, debido a que el producto cuenta con una excelente adaptación a las condiciones climáticas de la zona tropical, que permite la facilidad del cultivo y la poca inversión económica para su producción que realizan los pequeños asentamientos campesinos e indígenas.

El proyecto de la creación inicio con la idea de comercializar un producto base en el consumo familiar de la comunidad Orocueseña y por qué no decirlo de la mayoría de la partes del territorio colombiano, la producción realizada por los indígenas en base al consumo familiar, permitió detectar un mercado no satisfecho debido a que deben esperar que los indígenas saquen los derivados de la yuca a la zona urbana para la comercialización de los productos, por lo tanto se visiona una oportunidad de negocio viablemente rentable, como se pretende demostrar en el estudio de mercados.

Como plus adicional al proyecto, podemos afirmar que se contribuye a mejorar las condiciones económicas de los pequeños productores garantizándoles la compra de la yuca amarga, igualmente contribuye con la generación de empleos siendo parte en el funcionamiento y desarrollo de la empresa, lo que garantiza un proyecto auto-sostenible y garantiza ser partícipe del crecimiento económico de la región.

## CAPITULO IV

### 4 Marco Referencial

La yuca es un tubérculo que tiene sus orígenes en Suramérica, esta representa el quinto bien agrícola que más se produce en Colombia después de la caña, plátano, papa y arroz, sus principales cultivos están en la Costa atlántica, los llanos y el cauca, sin embargo, se puede cultivar en cualquiera de los 32 municipios de Colombia.

De acuerdo al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, en el año 2019 la mayor productividad de Yuca en el país se presentó en los departamentos Bolívar con un (17%), Córdoba con (12%) y Sucre del (7%). Igualmente, los departamentos con mayor rendimiento de productividad son: Santander con 21 toneladas por hectárea, Arauca con 18 toneladas por hectárea y Meta con 21 por hectárea. En el país se cultivan dos especies de yuca: Yuca Dulce, dirigida principalmente al consumo humano, y Yuca amarga dirigida a los segmentos industriales de transformación en harinas y más recientemente empaques. (Minagricultura, 2019, págs. 2,3-5)

#### 4.1 Marco Geográfico

Colombia está ubicado en el extremo norte de Sudamérica, se encuentra dividido políticamente en 32 departamentos, estos a su vez en 6 regiones naturales de las cuales, nuestro proyecto se encuentra en la región de la Orinoquia departamento del Casanare, cuenta con una diversidad cultural y ambiental la cual ayuda a que proliferen los diferentes sistemas culturales del país.



## COLOMBIA

**Figura 1.**  
*Mapa Colombia*

Fuente: Elaboración propia (2021)

Casanare es un departamento con una gran riqueza petrolera, principalmente ganadero, recientemente ha venido desarrollando el sector turístico de manera importante. Su variado clima puede estar entre los 22°C y los 27°C y esto lo hace ideal para disfrutar de todos sus festivales. Con una superficie de 44.640 Km<sup>2</sup>. y una Población de 334.027 habitantes representan el 3.9% del territorio nacional y el 17.55 % de la Orinoquía Colombiana. Administrativamente el Departamento está dividido en 19 municipios, así: Yopal, su capital; Aguazul, Paz de Ariporo, Orocuè, San Luis de Palenque, Monterrey, Nunchia, Hato Corozal, Pore, Maní, Tauramena, Trinidad, Sabanalarga, Villanueva, Chámeza, Támara, Sácama, La Salina y Recetor, 15 Corregimientos, 684 veredas, numerosos caseríos y centros poblados.



## CASANARE

**Figura 2.**  
*Mapa Casanare*

Fuente: Elaboración propia (2021)

Orocué es un municipio colombiano ubicado según el ESQUEMA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL MUNICIPIO DE OROCUE 1998-2007, al Sur del Departamento de Casanare región de los llanos orientales, contando con el importante río Meta, y con el caño san Miguel. Presenta una altitud de 187 m.s.n.m. y una temperatura media de 26°C, con una extensión de 41.177 km<sup>2</sup>. A una distancia de 190 km de la capital departamental Yopal y 450 km de Bogotá, con un área de 4.177 km. La población del municipio de Orocué según censo DANE 2021 es de 12.652 habitantes de los cuales 5.660 se encuentran en la cabecera municipal y 6.992 habitantes en el área rural. Según TerraData de acuerdo a la población total el 21,9% son población indígena para un total de 1.838 habitantes.



OROCUE

**Figura 3**  
*Mapa Orocué*

Fuente: Elaboración propia (2021)

Se encuentra constituido políticamente por ocho resguardos y veintiséis veredas denominadas: El Algarrobo - Cumaco - La Palmita - La Libertad Tújua - Aguaverde - La Virgen - La Esmeralda - La Venturosa - Miralindo - La Unión - Mariara - Claveles - San Rafael del Güirripa - La Culebra Güirripa - Carrizales - Brisas del Maremare - El Delirio - De Independencia - Campo Alegre - Guariamena - La Colonia - De Palmarito - La Pradera - Surimena - El Caracaro - El pellizco

Entre los Resguardos Indígena están: El Consejo - El Duya - Saladillo - El Médano - San Juanito - Paravare -Macucuana - El Suspiro.

#### 4.2 **Viabilidad Financiera de un proyecto**

De acuerdo con Naranjo (2015) “La viabilidad Financiera de un Proyecto informa sobre la disponibilidad de recursos monetarios en los momentos en que la ejecución o la operación del Proyecto los necesita. En el caso que el ejecutor previsto sea un ente Público se focaliza la atención en el análisis de los recursos presupuestarios, previstos y ejecutados, en la calidad de la gestión y en el dinamismo exhibido para la ejecución y disposición de los fondos, en la existencia o no de ampliaciones presupuestarias en ejercicios precedentes y en el grado de ejecución logrado en términos históricos”

En esta misma línea Miranda (2005) El estudio de viabilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación.

## CAPITULO V

### 5 Marco teórico

#### 5.1 Producto Yuca

La yuca es un cultivo que tolera un amplio rango de temperatura; sin embargo, esta puede afectar la brotación, el tamaño y la producción de hojas, el llenado de las raíces de almacenamiento y el rendimiento. El rango óptimo de temperatura es de 25-29 °C. (Cásseres 1986, Kumari et al. 2016). Sin embargo, el rango de tolerancia de este cultivo va de los 16 °C a los 38 °C; las temperaturas inferiores a los 16 °C afectan el crecimiento, debido a una menor producción de hojas, la poca formación de raíces tuberosas y un menor engrosamiento de estas (Kumari et al. 2016).

De acuerdo con Aguilar (2017), en el documento del manual del cultivo se refiere a la yuca (*Manihot esculenta* Crantz) “es considerada como una de las principales fuentes de energía para 500 millones de personas en África, Asia y América (Bokanga 1999). La producción mundial de yuca fue superior a los 270 millones de toneladas en 2014. El 53,7 % fue producido por África, el 30,7 % por Asia y el 15,6 % por América. De acuerdo con la FAO (2016), el principal país productor de yuca en 2014 fue Nigeria, con 38,6 millones de toneladas, seguido por Brasil, Tailandia, Indonesia y la República Democrática del Congo, con 23,3, 21,5, 19,2 y 16,0 millones de toneladas, respectivamente, mientras que la producción de Costa Rica fue de 175 500 toneladas”.

La producción de la Yuca en Colombia ha evolucionado, aproximadamente en la década de los años ochenta la mayor parte de la producción se destinada al consumo local, dependiendo

de cada región y solo una pequeña cantidad se comercializaba. Actualmente el potencial del producto ofrece una amplia gama de derivados y posibilidades de procesamiento, de acuerdo con Gottret, Escobar y Salomón (2002) “Es además un producto que hace parte fundamental de la dieta alimentaria básica de la población del país y se constituye como un sustento seguro y un ingreso para familias de escasos recursos asentadas en tierras marginales sin otra alternativa de producción agrícola y cumple esta función no solo entre la gente pobre del campo, sino también de las grandes ciudades (Gottret y Raymond 2000, citado en Gottret, Escobar y Salomón 2002). Por lo tanto, la yuca es considerada la piedra angular en la economía agrícola en la costa atlántica”.

## 5.2 Viabilidad Financiera de un proyecto

De acuerdo con Naranjo (2015) “La viabilidad Financiera de un Proyecto informa sobre la disponibilidad de recursos monetarios en los momentos en que la ejecución o la operación del Proyecto los necesita. En el caso que el ejecutor previsto sea un ente Público se focaliza la atención en el análisis de los recursos presupuestarios, previstos y ejecutados, en la calidad de la gestión y en el dinamismo exhibido para la ejecución y disposición de los fondos, en la existencia o no de ampliaciones presupuestarias en ejercicios precedentes y en el grado de ejecución logrado en términos históricos”

En esta misma línea Miranda (2005) El estudio de viabilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de

éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación.

### 5.3 **Cadena productiva**

Es un conjunto de agentes que se interrelacionan con una actividad económica donde todos los actores contribuyen e intervienen en la transformación de un producto, de acuerdo con la ley 811 de 2003 define las cadenas productivas “como el conjunto de actividades que se articulan técnica y económicamente desde el inicio de la producción y elaboración de un producto agropecuario, hasta su comercialización final”.

El artículo 1 de la ley 811 de 2003, las organizaciones conformadas a nivel nacional o local deben ser inscritas ante el Ministerio de Agricultura y Desarrollo rural en cumplimiento con los siguientes aspectos “Mejora de la productividad y competitividad, Desarrollo del mercado de bienes y factores de la cadena, Disminución de los costos de transacción entre los distintos agentes, Desarrollo de diferentes alianzas y mejora de la información de los agentes de cadena”

### 5.4 **Estudio De Mercado**

Es necesario orientar que los resultados del estudio nos permiten tomar decisiones sobre la viabilidad del proyecto y el campo de acción en el cual vamos a trabajar.

De acuerdo con Córdoba (2006), “un estudio de mercados busca estimar la cantidad de bienes o servicios que la población adquirirá a determinado precio. De igual forma se plantean cinco fuerzas para determinar el atractivo de un mercado, generadas cada una por amenazas para el desarrollo del proyecto”

En esta misma línea Sapag (2000) “Al estudiar el mercado de un proyecto es preciso reconocer todos y cada uno de los agentes que tendrán algún grado de influencia sobre las decisiones que se tomarán al definir su estrategia comercial”, para esto es necesario tener en cuenta a los diferentes actores que interactúan en el desarrollo y comercialización de un producto como los proveedores, competidores, distribuidores y consumidores.

## 5.5 Marco legal

El desarrollo de este capítulo nos permitirá observar la aplicación de la normatividad vigente en los procesos administrativos internos y externos, los requerimientos de espacio, personal y equipos, que ayuden para la evaluación financiera del proyecto.

Resolución 2674 de 2013 requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos. (ministerio de salud y proteccion social, 2013)

Resolución 2184 de 2019 uso racional de las bolsas plásticas en el país, así como la generación del código de colores para el manejo de los residuos sólidos. (sostenible, 2019).

### 5.5.1 Legislación de Alimentos en Colombia

Resolución 2674 del 2013 Requisitos sanitarios y BPM, indica cuales son los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas. (Ministerio de Salud y Protección Social, 2013)

La Resolución 2184 de 2013 busca fortalecer el uso racional de las bolsas plásticas en el país, así como la generación del código de colores para el manejo de los residuos sólidos,

fomentando la cultura ciudadana en este aspecto. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2019)

La Resolución 666 de 2020 adapta el Protocolo General de Bioseguridad para mitigar, Controlar y manejar el Adecuado Manejo de la Pandemia del Coronavirus COVID-19. (Ministerio de Salud y Protección social, 2020).

La Resolución 2115 resuelve las características que tiene que tener el agua para consumo humano, así como las características, instrumentos y frecuencias del sistema de control y vigilancia para la calidad de la misma. (MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL, 2007).

La Resolución 5109 de 2005 resolución establece los requisitos de Rotulado o Etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados o materias primas para consumo humano. (Ministerio de Protección Social, 2005).

La Resolución 719 de 2015 establece la clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo al riesgo para la salud pública que estos pueden presentar. (Ministerio de la protección social, 2015).

### 5.5.2 **Legislación Laboral**

La legislación laboral está direccionada ampliamente a la regulación de las actividades laborales por medio de normas y leyes, incluyen los derechos y obligaciones del empleado/empleador.

La ley 50 de 1990 sobre el contrato de trabajo en Colombia, en sus artículos 22 a 75, donde indica los elementos necesarios para que exista un contrato de trabajo, modalidades de

contratación, duración, indemnización en caso que el despido sea injustificado. (FuncionPublica, 1990, pág. 1)

Ley 10 de 1990 artículo 1, por el cual se reglamenta la Seguridad Social en Salud, en todo el territorio nacional, tanto como servicio público esencial como servicio de interés público a cargo de particulares o del propio Estado, el tipo de participantes del Sistema, la afiliación al Régimen de Seguridad Social en Salud y los derechos de los afiliados. (Ley 10, 1998).

De acuerdo a la ley 1788 del año 2006 articulo 306, en el cual garantiza al trabajador el derecho prestacional de pago de prima, que corresponde a 30 días de salario por año y se realizaran en dos pagos, uno en junio y el segundo en diciembre. (Sistema Unico de Información Normativa , 2016).

### 5.5.3 **Legislación Tributaria**

De acuerdo a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, Resolución 52 del 21 de junio de 2016, Por la cual se regula el trámite de inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) y su actualización de oficio a través de las Cámaras de Comercio. (DIAN, 2019)

De acuerdo con el artículo 6 de la Resolución 000055 de julio 14 de 2016, los trámites de solicitud de autorización, habilitación e inhabilitación de numeración y vigencia de las autorizaciones de facturación deben adelantarse a través de los sistemas informáticos electrónicos de la DIAN.

Se debe realizar un proceso al pasar los dos años de vigencia de la Resolución de Autorización de Facturación, si todavía tiene numeración de facturación sin utilizar y diligenciar

solicitud en formulario 1302 “Solicitud sobre numeración para Facturación” en original y copia, se debe anexar el documento de identidad del representante legal de la empresa.

De acuerdo al Congreso de Colombia a la ley 2010 de 2019 impuesto a las ventas e impuesto al consumo. (Congreso de Colombia, 2019)

De acuerdo a la ley 1607 de 2012, Se deberá presentar la declaración del IVA, estos pagos se pueden pagar en períodos bimestrales, cuatrimestrales y anuales; estos formularios deben presentarse a la DIAN y deberá contener la información del artículo 602 del E.T. El formulario para esta declaración es el Número 300.

Se deberá presentar declaración por Impuesto de Industria y Comercio (ICA) y este impuesto se presenta con en el formulario que brinda Secretaría de Hacienda Municipal y lo indique cada ente.

## 5.6 Impuestos nacionales, regionales y municipales

**Tabla 1.**

*Impuestos Municipales*

<b>IMPUESTO MUNICIPAL</b>	
<b>Industria y Comercio</b>	1% de las ventas anuales basado en la declaración en la DIAN
<b>Avisos y tableros</b>	15% sobre el valor de industria y comercio

Elaboración propia (2021)

## CAPITULO VI

### 6 METODOLOGÍA

La presente investigación se basa en una metodología de tipo Mixta, por un lado es necesario la utilización de datos cuantitativos para conocer la viabilidad financiera del proyecto y por otro lado se pretende conocer en el estudio de mercado la percepción de la comunidad sobre los productos a comercializar, Según Sampiere (2010), la investigación cuantitativa es un proceso sistemático que utiliza la recolección y análisis de datos para afinar preguntas de investigación o revelar nuevos interrogantes en el proceso de interpretación.

El estudio cuenta con un alcance descriptivo, a través de la aplicación de herramientas metodológicas para el caso de estudio de mercado la encuesta que se va a realizar sobre los posibles compradores de nuestro producto, de acuerdo con Sampieri (2010) este alcance “consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es detallar como son y cómo se manifiestan” (p. 92). Quiere decir que en el desarrollo del proceso de estudio se van a recolectar información de manera independiente la captación de recursos monetarios.

Se realizará una estrategia de fortalecimiento financiero de la empresa Alimdeoro, a partir de procesos de marketing, posicionamiento en la región, no solamente en el mercado nicho que es Orocué. Igualmente se fortalecerá a partir de la legalidad de la empresa con todos los componentes. Otro método de fortalecimiento es la adquisición de alianzas, convenios, contratos con los entes públicos.

### 6.1 **Procedimiento metodológico de recolección de información:**

Para el desarrollo del primer objetivo específico se realizará un diagnóstico organizacional, mediante levantamiento de la información de factores internos y externos que permitirán la construcción de una matriz FODA.

En el segundo objetivo específico es Identificar por medio del estudio de mercado la demanda, oferta, precios y sistemas de comercialización. Este proceso se llevará a cabo por medio de una encuesta dirigida a los establecimientos comerciales de víveres y abarrotes del municipio, que permitan obtener información pertinente sobre la rotación de inventarios, ingresos, volumen de ventas y costos del producto.

Para el tercer objetivo se realizará un proceso de análisis de datos obtenidos de las encuestas realizadas a los establecimientos comerciales que permitirán desarrollar la proyección de viabilidad financiera a cinco años mediante la construcción del flujo de caja, apalancamiento financiero e ingresos proyectados.

Para el último objetivo específico se desarrollará con propuestas de Marketing, orientadas a formular prácticas sustentables de negociación de los productos y de relaciones con los clientes, orientadas a obtener un mayor retorno financiero.

### 6.2 **Instrumentos de Recolección de la Información.**

Para la recolección de la información se tendrá como fuente primaria la realización de encuestas estructuradas que permitan conocer la realidad de la situación del producto desde una identificación de la percepción sobre el consumo en cantidades medibles.

### 6.2.1 Muestra

El estudio es de tipo no probabilística - intencional, debido a que la muestra no se seleccionara por formula, el proceso de recolección de datos se realizara a la totalidad de la población de los posibles establecimientos comerciales que compren el producto al por mayor, según referencia de la tabla 2.

**Tabla 2.**  
*Muestra poblacional*

Sector	Población (N)
<b>Población Universo de Supermercados y Tiendas.</b>	45
<b>Población muestra</b>	45

Elaboración propia (2021)

**Tabla 3.**  
*Plataformas a evaluar*

Participantes Población Objeto de estudio		
Razón Social	NIT	Dirección
Almacén Dona Letty	238341642	Calle 2a Nro. 6 - 26
Almacén Las Cuatro Esquinas	41864923	Diagonal 5 N. 6-81
Mini tienda La Pitufa	403780499	Diagonal 5 N. 6-20
Mini mercado Don Paco	94325355	Carrera 18 N. 03
Súper Tienda La Reina De Orocué	238352502	Calle 2 N 13 - 27
Tienda Y Restaurante Canta Rana	11185349361	Verda Carrizales
Inversiones Orocué 1	9013468151	Diagonal 5 8- 100
Víveres Daniel	403946352	Calle 3 14 - 77

Tienda Y Estadero Sol Y Sombra De Orocué	748459705	Calle 4a N. 14-68
Tienda Elisa De Orocue	182218318	Barrio San Gregorio Etapa 2
Tienda Brisas Del Meta	404433832	Diagonal 4 N. 14-11
N.Y. Dotaciones I Tornivarios	327751895	Diagonal 4 N. 18-95
Almacén Y Servicios La Profe	378196791	Inspección Algarrobo
Tienda Los Amigos De Aurora	242483663	Calle 4f N. 18-32 Lt 453
Tienda Los Puchitos	238353414	Calle 3 N. 19-70
Hiperbodega Central Del Llano	73646671	Calle 3 N 11-36 P 1
El Propio No 1	11165466377	Calle 3 No 11 - 51
Panadería y víveres El Viajero	528668911	Vereda Carrizales
Tienda San Francisco De Orocue	212442333	Calle 4j N. 16-03
Autoservicio El Konuko	402198146	Calle 4h N. 10-04
Tienda Y panadería Pastipan	474269376	Calle 4a N. 18-67
Tienda Ana López	212404198	Cra 16 N. 3a-34
Autoservicio Pablito	11166658588	Calle 4 C 18 A 03
Minitienda La Manga	212204859	Carrera 10a 05 04
El N° 1 De La Canasta	238351378	Calle 4 N. 8-56
Minitienda Estela	11173234567	Mañana 8 Casa 6
Tienda La Guanota 2	96550534	Calle 4 Nro. 17a - 77
Almacén Y Variedades Alex De Orocue	403872644	Calle 4 N 8 - 37

Tienda El Esquinazo Fran Sebas	860388802	Manzana 8 Casa 20 Barrio Jacinto Moreno
Variedades Edkar	11158622264	Calle 4 N° 7 - 31
Variedades De Toditos.	401882862	Calle 2a N. 6 -36
Miscelánea Danna Yesenia	474421163	Centro Poblado Algarrobo
Metro Fruver Max	11187040406	Calle 4 8-45
Maxi tienda El Ahorro	11218269934	Calle 4l Nro. 16-8
Inversiones Orocue 2	9013468151	Calle 4 9-83
Tienda Elit	238350971	Calle 3 N 17 175
Comercializadora La Villa Orocue	11173253281	Calle 2 Nro. 11-81
Supermercado San Nicolas	10520203849	Carrera 16 4a-14
Tienda Bar Donde Rubi		Cr 14 4 A 05
Tienda Casadiego Orocue	11273822609	Diagonal 4a Nro.20-03
Súper Tienda Campesina Orocue	309393836	Calle 2 Nro.14-96
Tienda Y Expendio De Carnes La Dorada	748463836	Vereda Venturosa
Tienda David Y S	11173233458	Vereda La Colonia
Tienda La Especial Orocue	403987169	Carrera 14 Nro.3-42
Tienda De Repuestos La Mirla	748489368	Resguardo El Duya

Fuente: Cámara y Comercio de Casanare

## CAPITULO VII

### 7 Diagnostico organizacional

El desarrollo del presente capítulo permitirá conocer la situación real del entorno socioeconómico y cultural en que se desarrolla el proceso de producción y comercialización de la yuca, en la reseña histórica se podrá resaltar la elaboración de los derivados de la yuca de manera artesanal, el mañoco, el cazabe y la catibia es un producto que se ha mantenido a través del tiempo como base alimenticia del pueblo indígena.

Adicionalmente encontraremos el plan estratégico de la empresa en su misión, y hasta donde tiene proyecto llegar en el tiempo, por último, se hace un análisis de la matriz FODA, el cual permite conocer los diferentes aspectos que intervienen en el análisis de factores internos y externos de la empresa.

#### 7.1 Reseña histórica

Durante años en el municipio de Orocué se ha elaborado productos autóctonos de la región, los cuales se elaboran de manera artesanal por los indígenas Sáliba, estos producen el denominado Mañoco y Casabe, este alimento es base fundamental de la alimentación de los llanos orientales y es por esto, que viendo que son productos nuestros y no tenían una presentación adecuada para el mercado, se dio a la tarea desde el año 2015 empezar a materializar la idea de negocio.

De acuerdo a la tradición indígena y sus presentaciones en sus productos, se elaboraron varias muestras de las presentaciones y como se podría introducir en el mercado regional y

nacional. Con estas pruebas se lograron varios avances, pero a su vez se suspendió durante cinco años el proyecto.

Pasado los cinco años se retomaron las ideas y se empezó a rediseñar de acuerdo al mercado, varias presentaciones las cuales finalmente fueron lanzadas en el año 2020, pero a su vez la crueldad de la pandemia ha tenido una dura situación en las ventas, así mismo la innovación de los empaques que se diseñaron ha tenido una gran acogida por el consumidor local y nacional.

En una primera etapa se lanzaron al mercado tres productos Mañoco, Casabe y Harina de Yuca en varias presentaciones, los cuales se distribuyeron en el mercado local, teniendo un gran apoyo en la mayoría, estos nos anima a seguir creciendo para formar una gran fábrica de productos a base de yuca.

Varios componentes creados y desarrollados para mostrar el desarrollo endógeno del municipio, y a su vez volverlo exógeno, es el nombre de la empresa, Alimdeoro que se compone principalmente de las palabras Alimentos de Orocué, que es el punto de partida de la creación del ingenio de producción de alimentos autóctonos de la región todos estos a base de yuca.

Para el crecimiento empresarial se tienen varios proyectos conjuntos con el inicial, que es incluir más variedades e enriquecer el catálogo de alimentos que se fabrican en el municipio, esto apunta a tener una industria propia, auto sostenible que pueda generar muchos empleos directos e indirectos para la región.

## 7.2 Misión

Alimdeoro es una empresa Orocuesña dedicada a la fabricación de alimentos a base de yuca utilizando las BMP (buenas prácticas de manufactura) las cuales nos permiten cumplir los

requerimientos generales de higiene, con el objeto de garantizar que los productos cumplan con las condiciones sanitarias adecuadas disminuyendo los riesgos inherentes a la producción.

Teniendo en cuenta la inclusión del talento humano que tiene nuestro municipio, creando conciencia ambiental y teniendo en cuenta nuestros recursos naturales y su uso más adecuado en la elaboración de nuestros productos.

### 7.3 **Visión**

Para el año 2025 Alimdeoro proyecta ser la principal empresa fabricante de productos alimenticios a base de yuca del municipio, ser un referente de crecimiento empresarial en el departamento y lograr llevar nuestros productos a muchos países, tener una de las plantas de procesamiento de yuca más grandes del país, para brindar productos de calidad derivados de la yuca a nuestros clientes, canales de distribución y estar a la vanguardia del mercado, con tecnología de punta.

### 7.4 **Valores**

- Esfuerzo y tenacidad.
- Respeto y generosidad.
- Autoestima racional.
- Entusiasmo (y actitud positiva).
- Flexibilidad, adaptación proactiva a los cambios.

### 7.5 **Principios**

- Rigor y eficiencia en nuestra labor.
- Desempeño; compromiso con los objetivos y resultados.
- Asegurar y promover la iniciativa y la responsabilidad.
- Trabajo en equipo.
- Compromiso con la empresa (trabajadores y socios), clientes y proveedores, sociedad y medio ambiente.

## 7.6 Matriz FODA

**Tabla 4.**  
*Matriz FODA*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento para la fabricación de los productos</li> <li>• Producto de consumo regional</li> <li>• Calidad de los productos</li> <li>• Oportuna entrega de los pedidos</li> <li>• Disponibilidad de materia prima permanentemente</li> <li>• Productos que llaman la atención por la composición 100% natural</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento del mercado</li> <li>• Generación de empleo</li> <li>• Adquisición de maquinaria eficiente</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No contar con el INVIMA</li> <li>• Falta de adecuaciones para un mejor funcionamiento y fabricación</li> <li>• Falta de posicionamiento del producto en el mercado</li> <li>• Falta de infraestructura en los procesos de distribución</li> <li>• Falta de adecuados equipos y maquinaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mal estado de las vías de acceso</li> <li>• Competencias en precios</li> <li>• Aumento del precio de la materia prima</li> <li>• Sellamiento por falta del Invima</li> <li>• Ventas bajas de los productos</li> </ul>

Elaboración propia (2021)

### 7.6.1 Plan de acciones de las debilidades

Para convertir las debilidades en fortalezas se debe tener conciencia de ellas y buscarle métodos de solución y estar un paso adelante, este sería el plan de acción.

- Solicitar los diferentes permisos de acuerdo a la ley para el correcto funcionamiento de la empresa
- Adecuar los espacios de la fábrica de acuerdo a la normativa vigente en cuanto a los acabados y espacios de trabajo del punto de fábrica.
- Realizar campañas publicitarias para dar a conocer los productos en diferentes lugares del país y así aumentar los clientes y el consumo.
- Realizar una estrategia para la financiación del vehículo de reparto, el cual nos ayudara a cumplir con las entregas en diferentes partes del país.

- Diseñar y fabricar las diferentes máquinas para conversión de la materia prima ya que en el mercado no se encuentran todas las máquinas para llevar a cabo el proceso de fabricación.

Entre estas tenemos:

- Peladora de yuca
  - Rayadora de yuca
  - Planchas asadoras industriales
  - Selladora industrial
  - Estantes para almacenamiento
  - Tanques para la fermentación en acero inoxidable.
  - Impresoras
- Tener varios proveedores de materia prima o en su defecto tener los cultivos necesarios para la fabricación de los productos y responder a la demanda.
  - Tener los diferentes insumos necesarios para empacar las diferentes presentaciones de los productos, entre estos tenemos:
    - Diferentes empaques plásticos para las presentaciones de los productos
    - Etiquetas
    - Material de oficina

## **1.2 Plan de acción de las amenazas**

- Teniendo un adecuado vehículo de transporte se podría dar solución al mal estado de la vía y llevar los productos a los diferentes lugares del país
- Para tener una adecuada competencia entre los demás fabricantes de algunos de nuestros productos, es tener equilibrada los precios y calidad de ellos, siendo la calidad primordial en el desarrollo de los productos.
- Para evitar que el aumento del costo de la materia prima nos llegue afectar, es contar con los cultivos necesarios para satisfacer la demanda.
- En muchos casos la demora de los envíos se debe al no contar con un vehículo de transporte de la mercancía y a la demora de las empresas de envíos.
- En cuanto a la venta baja de productos se debe realizar los diferentes planes de promociones y promotores encargados de no dejar caer las ventas.

## CAPITULO VIII

### 8 Estudio de mercado

Para el desarrollo del proyecto es de vital importancia analizar el producto para su comercialización, el análisis de oferta y demanda que permitan comprender la proyección del mercado local, por otro lado la evaluación financiera esta soportada en el proceso de recolección de información realizada en este capítulo que permitió realizar la proyección de ventas, conocer la apreciación de los clientes sobre el producto y se logró establecer una relación en aspectos fundamentales como comprender el potencial del mercado, comprender el análisis e influencia de la competencia y establecer planes de marketing en el posicionamiento del producto.

#### 8.1 Presentación del producto

Estos productos son elaborados rescatando la riqueza gastronómica, herencia de nuestros ancestros indígenas que encontraron en la yuca una fuente de energía. Ideal para acompañar todas las comidas, puede comerse seco o húmedo y es libre de gluten.

#### **Figura 4.**

*Catibia o harina de yuca*



Fuente: Fotografía Donada a ALIMDEORO por la fundación ISANA (2020)

- Presentación de 250 gramos
- Bolsa
- mono orientado, calibre 3, transparente
- Sellado manual de 1kl de presión con perilla para calibrar
- Formas de preparar: Agregar queso, sal o azúcar al gusto

**Figura 5.**  
*Mañoco*



Fuente: Fotografía Donada a ALIMDEORO por la fundación ISANA (2020)

- Presentación de 450 gramos
- Sellado manual de 1 kilo de presión con perilla para calibrar
- Formas de preparar:
  - ✓ En bebidas: Verter en un vaso de agua o leche, 2 cucharadas soperas de Granulado de Yuca Alimdeoro, agregar azúcar, miel o panela al gusto y mezclar.
  - ✓ Con sus comidas: En cada plato de sopa o caldos al momento de servir, agregue de 2 a 3 cucharadas soperas de Granulado de Yuca Alimdeoro.

**Figura 6.**  
*Casabe*



Fuente: Fotografía Donada a ALIMDEORO por la fundación ISANA (2020)

- Presentación 4 tortas de Casabe deshidratado con 14cm de diámetro
- Bolsa mono orientado, calibre 3, transparente
- Sellado manual de 1kl de presión con perilla para calibrar

**Figura 7.**  
*Casabitos*



Fuente: Fotografía Donada a ALIMDEORO por la fundación ISANA (2020)

- Presentación de 10 tortas deshidratadas de Casabitos con 7cm de diámetro
- Bolsa mono orientado, calibre 3, transparente
- Sellado manual de 1kl de presión con perilla para calibrar

**Figura 8.**  
*Trozos*



Fuente: Fotografía Donada a ALIMDEORO por la fundación ISANA (2020)

- Presentación de 250 gramos de casabe en trozos
- Bolsa mono orientado, calibre 3, transparente
- Sellado manual de 1kl de presión con perilla para calibrar

## 8.2 El Usuario

Inicialmente ofrecer la comercialización de estos productos a los diferentes establecimientos comerciales del municipio de Orocué, quienes serán los encargados de hacer llegar el producto al consumidor final. Los consumidores de este producto sería la población Orocueseña ya que, por su cultura y tradición este alimento derivado de la yuca hace parte de la base alimenticia, utilizada como producto sustituto de la papa y el arroz.

### 8.2.1 Análisis de la Demanda

No se cuenta con datos históricos del producto ya que, el principal productor es la población indígena y su comercialización la realizan de manera informal en las temporadas de verano, ya que en invierno por las fuertes lluvias se alteran las vías de acceso al municipio y no comercializan el producto de manera continua.

En el análisis de la demanda actual, se realizó un estudio sobre los supermercados y tiendas que obtienen el producto en sus diferentes presentaciones para la venta.

**Tabla 5.**  
*Demanda actual*

<b>Descripción</b>	<b>Presentación del producto</b>	<b>Venta promedio mensual</b>
<b>Almacén Las Cuatro Esquinas</b>	Casabe (4 unidades)	12
	Casabitos 10unidades)	12
	Trozos (250 gr)	10
	Mañoco (460 gr)	25
	Catibia (300 gr)	15
<b>Mini tienda La Pitufa</b>	Casabe (4 unidades)	15
	Casabitos 10unidades)	15
	Trozos (250 gr)	0
	Mañoco (460 gr)	12
	Catibia (300 gr)	10
<b>Viveres Daniel</b>	Casabe (4 unidades)	24
	Casabitos 10unidades)	24
	Trozos (250 gr)	24
	Mañoco (460 gr)	30
	Catibia (300 gr)	15
<b>Tienda Brisas Del Meta</b>	Casabe (4 unidades)	10
	Casabitos 10unidades)	15
	Trozos (250 gr)	15
	Mañoco (460 gr)	15
	Catibia (300 gr)	5
<b>Tienda Los Amigos De Aurora</b>	Casabe (4 unidades)	10
	Casabitos 10unidades)	25
	Trozos (250 gr)	25

---

	Mañoco (460 gr)	15
	Catibia (300 gr)	5
<b>Inversiones 2</b>	Casabe (4 unidades)	36
	Casabitos 10unidades)	36
	Trozos (250 gr)	25
	Mañoco (460 gr)	50
	Catibia (300 gr)	25
<b>Inversiones 1</b>	Casabe (4 unidades)	36
	Casabitos 10unidades)	36
	Trozos (250 gr)	25
	Mañoco (460 gr)	50
	Catibia (300 gr)	45
<b>El Propio No 1</b>	Casabe (4 unidades)	40
	Casabitos 10unidades)	40
	Trozos (250 gr)	35
	Mañoco (460 gr)	50
	Catibia (300 gr)	50
<b>Tienda San Francisco De Orocue</b>	Casabe (4 unidades)	10
	Casabitos 10unidades)	15
	Trozos (250 gr)	25
	Mañoco (460 gr)	15
	Catibia (300 gr)	10
<b>Autoservicio El Konuko</b>	Casabe (4 unidades)	25
	Casabitos 10unidades)	25
	Trozos (250 gr)	18
	Mañoco (460 gr)	12
	Catibia (300 gr)	25
<b>Tienda Y panadería Pastipan</b>	Casabe (4 unidades)	10
	Casabitos 10unidades)	25
	Trozos (250 gr)	25
	Mañoco (460 gr)	20
	Catibia (300 gr)	15
<b>Autoservicio pablito</b>	Casabe (4 unidades)	12
	Casabitos 10unidades)	12
	Trozos (250 gr)	12
	Mañoco (460 gr)	10
	Catibia (300 gr)	10
<b>Variedades De Toditos.</b>	Casabe (4 unidades)	10
	Casabitos 10unidades)	10
	Trozos (250 gr)	10
	Mañoco (460 gr)	12
	Catibia (300 gr)	0
<b>Minitienda Estela</b>	Casabe (4 unidades)	12

---

---

	Casabitos 10unidades)	12
	Trozos (250 gr)	12
	Mañoco (460 gr)	12
	Catibia (300 gr)	10
<b>Tienda El Esquinazo Fran</b>	Casabe (4 unidades)	15
<b>Sebas</b>	Casabitos 10unidades)	25
	Trozos (250 gr)	20
	Mañoco (460 gr)	30
	Catibia (300 gr)	25
<b>Variedades Edkar</b>	Casabe (4 unidades)	15
	Casabitos 10unidades)	15
	Trozos (250 gr)	12
	Mañoco (460 gr)	10
	Catibia (300 gr)	10
<b>Variedades De Toditos.</b>	Casabe (4 unidades)	25
	Casabitos 10unidades)	25
	Trozos (250 gr)	25
	Mañoco (460 gr)	30
	Catibia (300 gr)	0
<b>Metro Fruver Max</b>	Casabe (4 unidades)	35
	Casabitos 10unidades)	35
	Trozos (250 gr)	35
	Mañoco (460 gr)	25
	Catibia (300 gr)	30
	Casabe (4 unidades)	35
	Casabitos 10unidades)	25
<b>Maxi tienda El Ahorro</b>	Trozos (250 gr)	25
	Mañoco (460 gr)	45
	Catibia (300 gr)	10
<b>Tienda Elit</b>	Casabe (4 unidades)	22
	Casabitos 10unidades)	10
	Trozos (250 gr)	10
	Mañoco (460 gr)	25
	Catibia (300 gr)	5
<b>Comercializadora La</b>	Casabe (4 unidades)	10
<b>Villa Orocué</b>	Casabitos 10unidades)	25
	Trozos (250 gr)	25
	Mañoco (460 gr)	15
	Catibia (300 gr)	0
<b>Supermercado San</b>	Casabe (4 unidades)	30
<b>Nicolas</b>	Casabitos 10unidades)	25
	Trozos (250 gr)	30
	Mañoco (460 gr)	25

---

---

	Catibia (300 gr)	50
<b>Súper Tienda Campesina Orocué</b>	Casabe (4 unidades)	30
	Casabitos 10unidades)	25
	Trozos (250 gr)	25
	Mañoco (460 gr)	30
	Catibia (300 gr)	30
<b>Tienda Santa Rita</b>	Casabe (4 unidades)	25
	Casabitos 10unidades)	25
	Trozos (250 gr)	25
	Mañoco (460 gr)	30
	Catibia (300 gr)	10
<b>Tienda David YS</b>	Casabe (4 unidades)	10
	Casabitos 10unidades)	10
	Trozos (250 gr)	10
	Mañoco (460 gr)	12
	Catibia (300 gr)	10
<b>Tienda La Especial Orocué</b>	Casabe (4 unidades)	12
	Casabitos 10unidades)	20
	Trozos (250 gr)	20
	Mañoco (460 gr)	15
	Catibia (300 gr)	12
	Casabe (4 unidades)	12
	Casabitos 10unidades)	12
	Trozos (250 gr)	12
<b>San Gregorio</b>	Mañoco (460 gr)	25
	Catibia (300 gr)	12

---

Elaboración propia (2021)

### 8.2.2 Análisis de la oferta

En el municipio de Orocué no existen empresas dedicadas a la producción de mañoco, casabe y catibia, la oferta de estos productos la realizan las familias de los resguardos indígenas y su producción es manera informal, por lo que se ve una oportunidad de negocio en la región.

**Tabla 6.**  
*Precio Histórico Mañoco*

<b>PRECIO HISTORICO Y ACTUAL DEL MAÑOCO</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>Precio por libra 2018</b>	<b>Precio por libra 2019</b>	<b>Precio por libra 2020</b>
<b>Resguardo Piñalito</b>	\$ 2.500	\$ 2.700	\$ 4.000
<b>Resguardo el Concejo</b>	\$ 2.500	\$ 2.700	\$ 4.000
<b>Resguardo San Juanito</b>	\$ 2.500	\$ 2.700	\$ 4.000

Elaboración propia (2021)

**Tabla 7.**  
*Precio Histórico Casabe*

<b>PRECIO HISTORICO Y ACTUAL DE LA TORTA DE CASABE 60 Dm</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>Precio Torta 2018</b>	<b>Precio Torta 2019</b>	<b>Precio Torta 2020</b>
<b>Resguardo Piñalito</b>	\$ 2.500	\$ 3.000	\$ 3.000
<b>Resguardo el Concejo</b>	\$ 2.500	\$ 3.000	\$ 3.000
<b>Resguardo San Juanito</b>	\$ 2.500	\$ 3.000	\$ 3.000

Elaboración propia (2021)

**Tabla 8.**  
*Precio Histórico Catibia*

<b>PRECIO HISTORICO Y ACTUAL DE LA CATIBIA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>Precio por libra 2018</b>	<b>Precio por libra 2019</b>	<b>Precio por libra 2020</b>
<b>Resguardo Piñalito</b>	\$ 2.000	\$ 2.500	\$ 4.000
<b>Resguardo el Concejo</b>	\$ 2.000	\$ 2.500	\$ 4.000
<b>Resguardo San Juanito</b>	\$ 2.000	\$ 2.500	\$ 4.000

Elaboración propia (2021)

**Tabla 9.**  
*Precios actuales ALIMDEORO*

<b>ALIMDEORO</b>	
<b>PRODUCTO</b>	<b>PRECIO 2021</b>
<b>MAÑOCO (460 gr)</b>	\$ 3.500
<b>CASABE EN TROZOS (250 gr)</b>	\$ 2.500
<b>CASABE 14 dm (4 unidades)</b>	\$ 2.500
<b>CASABITOS 7 dm (10 unidades)</b>	\$ 2.000
<b>Catibia (460 gr)</b>	\$ 3.500

Elaboración propia (2021)

Se cuenta con aproximadamente 13 proveedores de pequeños productores de yuca, a los cuales se les compra la materia prima y la empresa se encarga del proceso de transformación de la Yuca a sus derivados como mañoco, catibia y casabe.

1. Por cada cuatro arrobas de yuca fresca sin procesar se obtiene 1 arroba de mañoco lista para empacar.
2. Por cada arroba de yuca se obtienen 3 presentaciones:
  - 7 Casabes de 14 centímetros de diámetro
  - 22 Casabitos de 07 centímetros de diámetro
  - Trozos 250 g
3. Por una arroba de yuca rayada y deshidratada se obtienen entre 10 y 15 libras de Catibia

Los procesos de transformación que se realizan en cada presentación tienen una pérdida del 40%, ya que se extrae el yare o agua de la yuca cuando se deshidrata, el proceso de deshidratación se realiza con el fin de evitar que el producto adquiera hongos (moho), es importante resaltar que no se aplican conservantes, es 100% natural.

### 8.2.3 Segmentación de mercado

El mercado objetivo es principalmente la población local del municipio de Orocué ya que, por su tradición y cultura, este producto es utilizado como un alimento principal en su canasta familiar, igualmente existe población inmigrante de otras zonas del país que se han acostumbrado al consumo de esta base alimenticia, gracias a ello se ha logrado expandir las ventas a diferentes zonas de Colombia.

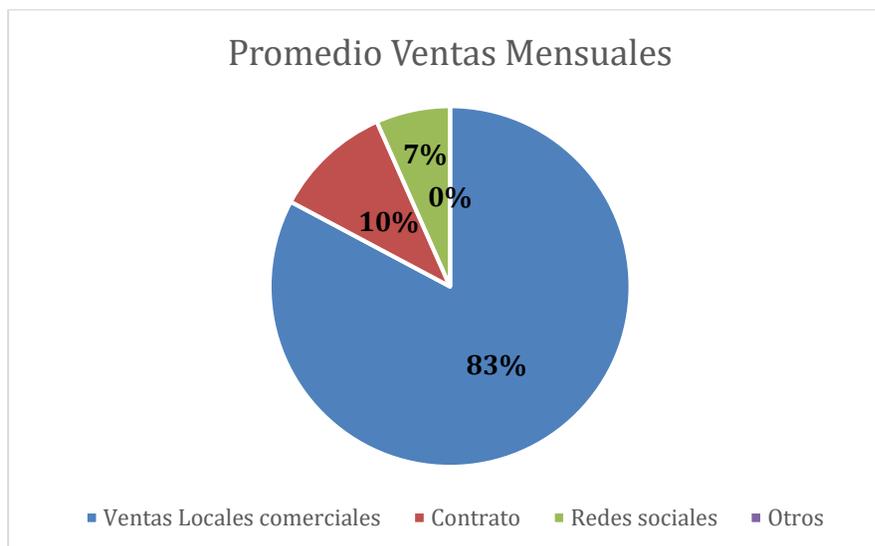
**Tabla 10.**  
*Población Orocué Casanare*

<b>Descripción</b>	<b>Cabecera</b>	<b>Resto</b>	<b>Total</b>
<b>Población Orocué</b>	5.525	2.964	8.489

Fuente: DANE 2020

El mercado actual de ALIMDEORO está sujeto a 23 establecimientos, entre los cuales se encuentran almacenes, mini mercados y tiendas de barrio, este mercado también incluye un contrato con la asociación de autoridades indígenas Sáliba Municipales de Orocué (ASAI SOC) es una organización no gubernamental del municipio, igualmente ALIMDEORO abarca un pequeño mercado externo por medio de las redes sociales a diferentes zonas del país.

**Figura 9.**  
*Mercado de ventas*



Elaboración propia (2021)

#### 8.2.4 Estrategias de comercialización

##### Canal propio

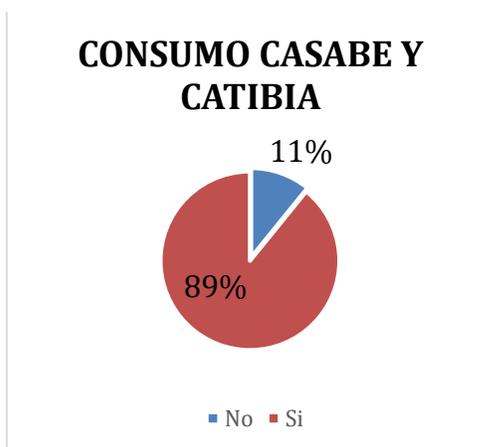
1. Mercado local: ventas en tiendas, mini mercados, supermercados y comunidad en general mediante vendedor puerta a puerta.
2. Mercado regional: despacho de productos por medio de mensajería directo a locales comerciales.
3. Ventas virtuales: venta de productos mediante plataformas digitales como mercado libre, Facebook e Instagram, realizando envíos a nivel nacional.

#### 8.3 Investigación de mercados

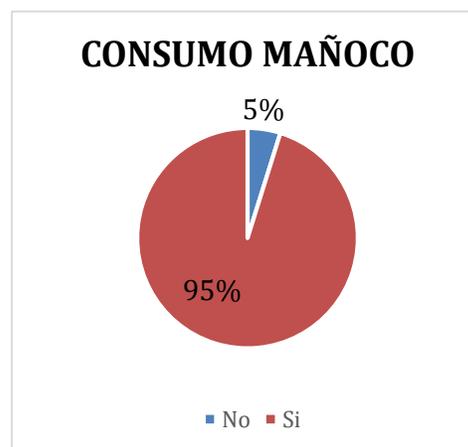
Se diseñaron y aplicaron dos encuestas dirigidas a la comunidad Orocueseña y a los establecimientos comerciales dedicados a la venta de alimentos, con el fin de obtener información para el análisis de datos.

### 8.3.1 Encuesta población Orocué

**Figura 11.**  
*Consumo de Casabe y Catibia*



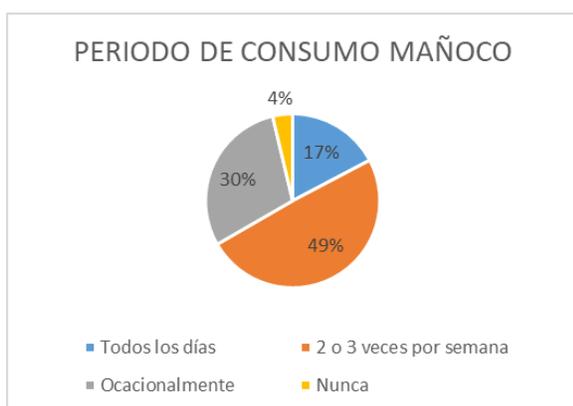
**Figura 10.**  
*Consumo de mañoco*



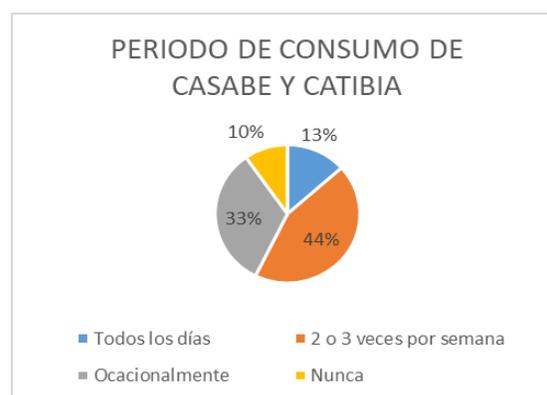
Fuente: Encuesta a la población estudio de mercado

Como se muestra en las gráficas 09 y 10, el consumo del mañoco del 100% de la población encuestada el 95% lo consume y el 89% consume casabe y catibia, con esto se puede asegurar la rentabilidad a la alta demanda del consumo de los productos.

**Figura 12.**  
*Consumo de Mañoco por la población de Orocué.*



**Figura 13.**  
*Consumo Casabe y Catibia.*



Fuente: Encuesta a la población estudio de mercado

En las gráficas 12 y 13 se puede observar que el 95% de la comunidad encuestada consume mañoco un 17% consume todos los días, de manera ocasional lo consumen el 30%, el 4% nunca consume y un 49% lo consumen de 2 a 3 veces por semana, lo que quiere decir que la adquisición del producto en casa es alta. Al observar la gráfica del consumo del casabe y catibia muestra un comportamiento igual al del consumo del mañoco donde el mayor consumo es de 2 a 3 veces por semana con un 44%.

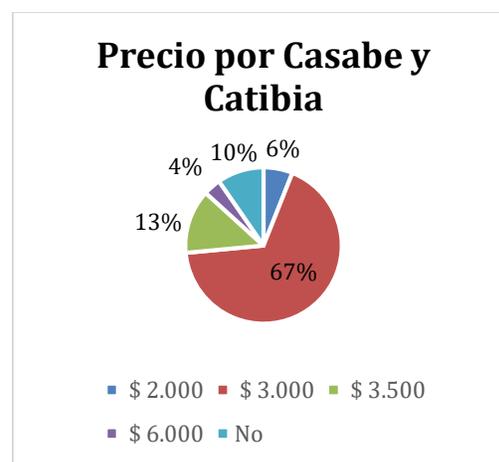
**Figura 14.**

*Precio del Mañoco en Orocué*



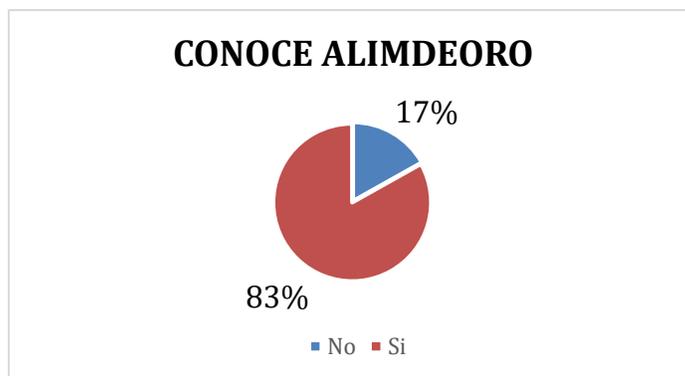
**Figura 15.**

*Precio del Casabe y Catibia en Orocué*



Fuente: Encuesta a la población estudio de mercado

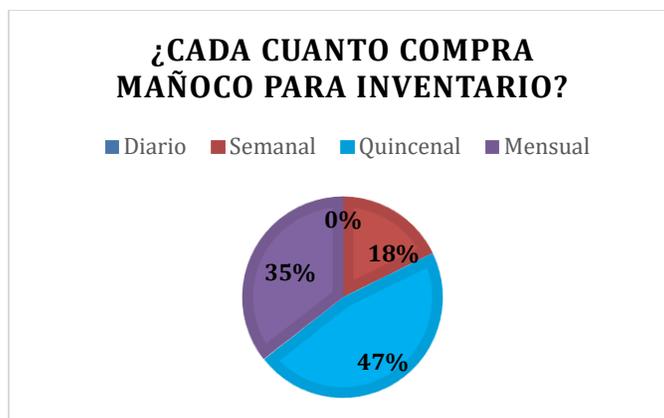
Se puede observar en las gráficas 13 y 14 que los precios que pagan los consumidores oscilan entre \$4.000 a \$5.000 indicando un 45% de la población, mientras que la compra del casabe y catibia se evidencia que el 67% de la población paga hasta \$3.000 por presentación de los productos.

**Figura 16.***Percepción en el Municipio de la empresa ALIMDEORO*

Fuente: Encuesta a la población estudio de mercado

De acuerdo a la población encuestada el 83% confirma conocer la empresa ALIMDEORO, mientras que el 17% no la conoce. Con esto se puede evidenciar que gran parte de la población conoce o ha escuchado sobre la existencia de la empresa en el municipio, se podría decir que se ha logrado impactar en el municipio con este emprendimiento, ya sea por la idea de negocio, precios económicos o calidad de productos.

### 8.3.2 Encuesta Establecimientos comerciales

**Figura 17.***Compra de Mañoco para el inventario*

Fuente: Encuesta a la población estudio de mercado

Se observan en los resultados de la gráfica 16 que el 47% de los establecimientos comerciales evaluados, compran el producto quincenalmente y el 35% compran mensual, por otro lado, se observa que ningún establecimiento compra diariamente los productos.

**Figura 18.**

*Presentación de Mañoco que más rota en el mercado*



Fuente: Encuesta a la población estudio de mercado

De acuerdo a la pregunta de cuál es la presentación de maíz que más fácil rota en su establecimiento, se observa que el 51% vende por libra, el 31% por arroba y el 18% por kilo.

**Figura 19.**

*Compra de Casabe para inventario*

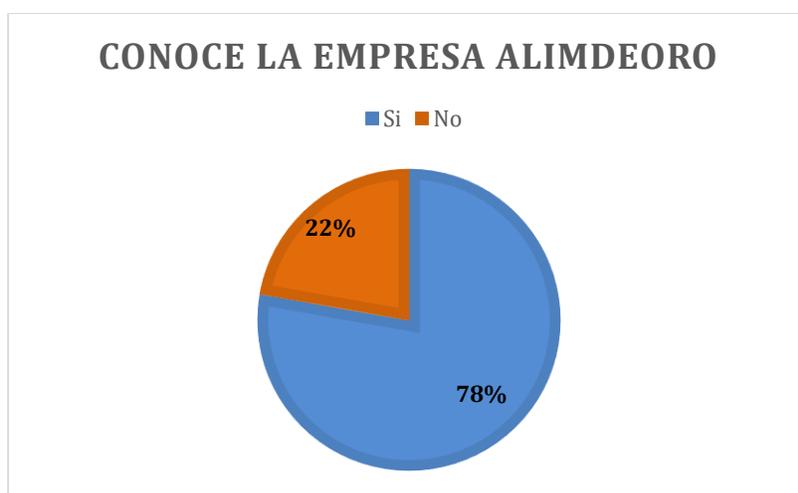


Fuente: Encuesta a la población estudio de mercado

Se observa que la compra del casabe en sus diferentes presentaciones no es variable entre los establecimientos o preferencias del mercado. El 34% de los establecimientos venden el casabe de 60 diámetros y el 66% venden el casabe en las presentaciones personales.

**Figura 20.**

*Percepción de la empresa ALIMDEORO en los establecimientos comerciales*



Fuente: Encuesta a la población estudio de mercado

De acuerdo al estudio realizado se evidencia que el 78% de los establecimientos encuestados conocen la empresa ALIMDEORO y solo un 22% no.

#### 8.4 Estudio previo de la empresa ALIMDEORO

De acuerdo al estudio realizado a la empresa ALIMDEORO se observó que el capital de inversión inicial fue de \$ 8.322.661 los cuales fueron distribuidos en la conformación legal de la empresa, compra de materia prima (yuca), bolsas, etiquetas, y maquinaria artesanal.

La empresa inicio actividades de ventas en diciembre del año 2020, para el desarrollo del análisis financiero actual, se tomó como insumo el comportamiento de las unidades vendidas en los primeros nueve meses del presente año.

#### 8.4.1 Ventas promedio mensual

**Tabla 11.**  
*Ventas actuales*

<b>Ventas</b>				
<b>Producto</b>	<b>Presentaciones</b>	<b>Precio</b>	<b>Unidades</b>	<b>Anual</b>
<b>Casabe</b>	(4 unidades) Cada torta de 14 cm	\$ 2.500	7.003	\$ 17.506.610
	(10 unidades) Cada torta de 07 cm	\$ 2.000	7.221	\$ 14.441.966
	Trozos (250 gr)	\$ 2.500	6.609	\$ 16.521.536
<b>Mañoco</b>	Bolsa de (460 gr)	\$ 3.500	9.786	\$ 34.251.000
<b>Catibia</b>	Bolsa de (460 gr)	\$ 3.500	5.680	\$ 19.879.073
<b>TOTAL</b>				<b>\$102.600.185</b>

Elaboración propia (2021)

La tabla numero 11 muestra el comportamiento en ventas del primer año, estos ingresos se calcularon a partir de los precios establecidos por ALIMDEORO y las unidades vendidas en este periodo. De esta manera se refleja un comportamiento de ingresos operacionales anuales de \$102.600.185.

#### 8.4.2 Costos de producción

**Tabla 12.**  
*Costos de Producción Unitario*

<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN POR UNIDAD</b>				
<b>PRODUCTOS</b>	<b>Materia prima</b>	<b>Mano de obra</b>	<b>CIF</b>	<b>Total</b>
<b>Casabe (4 unidades)</b>	\$ 794	\$ 800	\$ 216	\$ 1.810
<b>Casabitos 10unidades)</b>	\$ 585	\$ 800	\$ 216	\$ 1.601
<b>Trozos (250 gr)</b>	\$ 770	\$ 800	\$ 216	\$ 1.786
<b>Mañoco (460 gr)</b>	\$ 1.745	\$ 800	\$ 216	\$ 2.761
<b>Catibia (300 gr)</b>	\$ 1.375	\$ 800	\$ 216	\$ 2.391
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.269</b>	<b>\$ 3.999</b>	<b>\$ 1.081</b>	<b>\$ 10.349</b>

Elaboración propia (2021)

Como se muestra en la tabla anterior la empresa ALIMDEORO tiene actualmente un costo de producción unitario total de \$10.349, distribuidos así; **costo de producción de materia prima** de \$5.269 (casabe \$794, Casabitos \$585, trozos \$ 770, Mañoco \$ 1.745 y Catibia \$1.375), **Costos de producción Mano de Obra** por \$3.999 distribuidos (\$800 por cada producto) y **Costos Indirectos de fabricación** por valor de \$1.081 distribuidos en \$216 por cada producto.

#### 8.4.3 Costo de Materia Prima Unitario

**Tabla 13.**

*Costos Materia prima Directa*

<b>COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA</b>				
<b>Materia prima</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>	<b>Costos Unitarios</b>
		<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>V/unitario</b>
<b>Bolsas</b>	<b>Bolsa Casabes</b>	2.000	\$ 190.000	\$ 95
	<b>Bolsa Casabitos</b>	2.000	\$ 140.000	\$ 70
	<b>Bolsa trozos</b>	2.000	\$ 180.000	\$ 90
	<b>Bolsa Catibia</b>	2.000	\$ 140.000	\$ 70
	<b>Bolsa mañoco</b>	2.000	\$ 160.000	\$ 80
<b>Etiquetas</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>V/unitario</b>
	<b>papel adhesivo Casabes</b>	2.000	\$ 450.000	\$ 225
	<b>papel adhesivo Casabitos</b>	2.000	\$ 260.000	\$ 130
	<b>papel adhesivo trozos</b>	2.000	\$ 450.000	\$ 225
	<b>papel adhesivo Catibia</b>	2.000	\$ 450.000	\$ 225
	<b>papel adhesivo mañoco</b>	2.000	\$ 450.000	\$ 225

Elaboración propia (2021)

**Tabla 14**

*costos de materia prima Casabe*

<b>CASABE</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Unidad de compra</b>	<b>Costos unidad</b>	<b>Cantidad útil</b>	<b>Costos por unidad</b>
<b>Yuca</b>	Paquete	\$ 119	4	\$ 474
<b>Bolsa</b>	Paquetes	\$ 95	1	\$ 95
<b>Etiqueta</b>	Paquetes	\$ 225	1	\$ 225
			<b>Total</b>	\$ 794

Elaboración propia (2021)

**Tabla 15.**  
*Costos de materia prima Casabitos*

<b>CASABITOS</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Unidad de compra</b>	<b>Costos</b>	<b>Cantidad útil</b>	<b>Costos por unidad</b>
<b>Yuca</b>	Paquete	\$ 39	10	\$ 385
<b>Bolsa</b>	Paquetes	\$ 70	1	\$ 70
<b>Etiqueta</b>	Paquetes	\$ 130	1	\$ 130
	<b>Total</b>			\$ 585

Elaboración propia (2021)

**Tabla 16.**  
*Costos de materia prima Trozos*

<b>TROZOS</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Unidad de compra</b>	<b>Costos</b>	<b>Cantidad útil</b>	<b>Costos por unidad</b>
<b>Yuca</b>	Gramos	\$ 116	250	\$ 455
<b>Bolsa</b>	Paquetes	\$ 90	1	\$ 90
<b>Etiqueta</b>	Paquetes	\$ 225	1	\$ 225
	<b>Total</b>			\$ 770

Elaboración propia (2021)

**Tabla 17.**  
*Costos de materia prima Mañoco*

<b>Mañoco</b>	<b>Unidad de compra</b>	<b>Costos</b>	<b>Cantidad útil</b>	<b>Costos por unidad</b>
<b>Yuca</b>	Arroba	\$ 36.000	25	\$ 1.440
<b>Bolsa</b>	Paquetes	\$ 80	1	\$ 80
<b>Etiqueta</b>	Metro	\$ 225	1	\$ 225
	<b>Total</b>			\$ 1.745

Elaboración propia (2021)

**Tabla 18.**  
*Costos de materia prima Catibia*

<b>Catibia</b>	<b>Unidad de compra</b>	<b>Costos</b>	<b>Cantidad útil</b>	<b>Costos por unidad</b>
<b>Catibia</b>	Arroba	\$ 27.000	25	\$ 1.080
<b>Bolsa</b>	Paquetes	\$ 70	1	\$ 70
<b>Etiqueta</b>	Metro	\$ 225	1	\$ 225
	<b>Total</b>			\$ 1.375

Elaboración propia (2021)

**Tabla 19.**  
*costos de mano de obra unitario*

<b>COSTO MANO DE OBRA UNITARIO</b>				
<b>Producto</b>	<b>Cantidad promedio de ventas mensuales</b>	<b>% de participación frente al total</b>	<b>Costo mano de Obra total</b>	<b>Costo Unitario mano de Obra</b>
<b>Casabe (4 unidades)</b>	584	19%	\$ 466.698	800
<b>Casabitos (10unidades)</b>	602	20%	\$ 481.249	800
<b>Trozos (250 gr)</b>	551	18%	\$ 440.438	800
<b>Mañoco (460 gr)</b>	816	27%	\$ 652.198	800
<b>Catibia (300 gr)</b>	473	16%	\$ 378.531	800
<b>TOTAL</b>	<b>3.025</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 2.419.114</b>	<b>3.999</b>

Elaboración propia (2021)

**Tabla 20.**  
*costos indirectos de fabricación*

<b>COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION</b>				
<b>Producto</b>	<b>Cantidad promedio de ventas mensuales</b>	<b>% de participación frente al total</b>	<b>Costo mano de Obra total</b>	<b>Costo Unitario mano de Obra</b>
<b>Casabe (4 unidades)</b>	584	19%	\$ 126.209	\$ 216
<b>Casabitos 10unidades)</b>	602	20%	\$ 130.144	\$ 216
<b>Trozos (250 gr)</b>	551	18%	\$ 119.107	\$ 216
<b>Mañoco (460 gr)</b>	816	27%	\$ 176.373	\$ 216
<b>Catibia (300 gr)</b>	473	16%	\$ 102.366	\$ 216
<b>TOTAL</b>	<b>3.025</b>	<b>100%</b>	<b>\$654.198,00</b>	<b>\$ 1.081</b>

Elaboración propia (2021)

**Tabla 21.**  
*Gasto Administrativo*

<b>Gastos Administrativos</b>	
<b>Nomina Gerente</b>	\$ 1.209.557
<b>arriendo</b>	\$ 100.000
<b>servicios públicos</b>	\$ 30.000
<b>publicidad</b>	\$ 80.000
<b>Teléfono e internet</b>	\$ 90.000
<b>Total</b>	<b>\$ 1.509.557</b>

Elaboración propia (2021)

#### 8.4.4 **Flujo de caja actual**

A partir de los resultados de los ítems anteriores de construyo un flujo de caja actual para evaluar cuál será el comportamiento en los tres meses faltantes para culminar el año, de acuerdo que se observó un crecimiento en ventas del 13% de los primeros diez meses de operación analizados del presente año, el cual se presenta a continuación.

**Tabla 22.**  
*Flujo de caja actual a diciembre del año 2021*

Flujo de Caja Actual													
conceptos	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>inversion</b>	<b>\$ 8.322.661</b>												
Saldo de caja	\$ 8.322.661	\$ 7.738.954	\$ 8.325.749	\$ 8.841.011	\$ 9.370.765	\$ 10.009.441	\$ 10.657.205	\$ 11.376.021	\$ 12.113.552	\$ 12.757.345	\$ 13.472.272	\$ 14.237.036	
<b>Flujo de Efectivo Operativo</b>	<b>\$ 17.007.161</b>	<b>\$ 16.168.454</b>	<b>\$ 16.648.749</b>	<b>\$ 17.182.011</b>	<b>\$ 17.873.265</b>	<b>\$ 18.528.941</b>	<b>\$ 19.271.205</b>	<b>\$ 20.030.521</b>	<b>\$ 20.624.052</b>	<b>\$ 21.361.825</b>	<b>\$ 22.153.492</b>	<b>\$ 22.972.522</b>	
ingresos por vtas	\$ 8.684.500	\$ 8.429.500	\$ 8.323.000	\$ 8.341.000	\$ 8.502.500	\$ 8.519.500	\$ 8.614.000	\$ 8.654.500	\$ 8.510.500	\$ 8.604.480	\$ 8.681.220	\$ 8.735.485	
<b>total de ingresos</b>	<b>\$ 8.684.500</b>	<b>\$ 8.429.500</b>	<b>\$ 8.323.000</b>	<b>\$ 8.341.000</b>	<b>\$ 8.502.500</b>	<b>\$ 8.519.500</b>	<b>\$ 8.614.000</b>	<b>\$ 8.654.500</b>	<b>\$ 8.510.500</b>	<b>\$ 8.604.480</b>	<b>\$ 8.681.220</b>	<b>\$ 8.735.485</b>	
<b>Egresos</b>													
Compra M/equipo Y Gastos Legales	\$ 1.350.990												
compra de materia prima	\$ 3.353.281	\$ 3.278.768	\$ 3.243.801	\$ 3.247.310	\$ 3.299.888	\$ 3.307.799	\$ 3.331.247	\$ 3.353.032	\$ 3.302.771	\$ 3.325.616	\$ 3.352.519	\$ 3.364.734	
Mano de obra directa	\$ 2.419.115	\$ 2.419.115	\$ 2.419.115	\$ 2.419.115	\$ 2.419.115	\$ 2.419.115	\$ 2.419.115	\$ 2.419.115	\$ 2.419.115	\$ 2.419.115	\$ 2.419.115	\$ 2.419.115	
Costos indirectos de fabricación	\$ 654.198	\$ 654.198	\$ 654.198	\$ 654.198	\$ 654.198	\$ 654.198	\$ 654.198	\$ 654.198	\$ 654.198	\$ 654.198	\$ 654.198	\$ 654.198	
Gastos de Administración	\$ 1.509.557	\$ 1.509.557	\$ 1.509.557	\$ 1.509.557	\$ 1.509.557	\$ 1.509.557	\$ 1.509.557	\$ 1.509.557	\$ 1.509.557	\$ 1.509.557	\$ 1.509.557	\$ 1.509.557	
<b>total de egresos</b>	<b>\$ 9.287.141</b>	<b>\$ 7.861.637</b>	<b>\$ 7.826.671</b>	<b>\$ 7.830.179</b>	<b>\$ 7.882.758</b>	<b>\$ 7.890.669</b>	<b>\$ 7.914.117</b>	<b>\$ 7.935.902</b>	<b>\$ 7.885.641</b>	<b>\$ 7.908.486</b>	<b>\$ 7.935.389</b>	<b>\$ 7.947.603</b>	
<b>sub total</b>	<b>\$ 7.720.020</b>	<b>\$ 567.863</b>	<b>\$ 496.329</b>	<b>\$ 510.821</b>	<b>\$ 619.742</b>	<b>\$ 628.831</b>	<b>\$ 699.883</b>	<b>\$ 718.598</b>	<b>\$ 624.859</b>	<b>\$ 695.994</b>	<b>\$ 745.831</b>	<b>\$ 787.882</b>	
depreciacion	\$ 18.933	\$ 18.933	\$ 18.933	\$ 18.933	\$ 18.933	\$ 18.933	\$ 18.933	\$ 18.933	\$ 18.933	\$ 18.933	\$ 18.933	\$ 18.933	
intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
<b>Utilidad A.I</b>	<b>\$ 7.738.954</b>	<b>\$ 586.796</b>	<b>\$ 515.262</b>	<b>\$ 529.754</b>	<b>\$ 638.676</b>	<b>\$ 647.764</b>	<b>\$ 718.817</b>	<b>\$ 737.531</b>	<b>\$ 643.792</b>	<b>\$ 714.927</b>	<b>\$ 764.764</b>	<b>\$ 806.815</b>	
impuesto	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
<b>utilidad D.I</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 7.738.954</b>	<b>\$ 586.796</b>	<b>\$ 515.262</b>	<b>\$ 529.754</b>	<b>\$ 638.676</b>	<b>\$ 647.764</b>	<b>\$ 718.817</b>	<b>\$ 737.531</b>	<b>\$ 643.792</b>	<b>\$ 714.927</b>	<b>\$ 764.764</b>	<b>\$ 806.815</b>
depreciacion	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
amortizacion	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
valor de salvamento													
<b>flujo de caja neto</b>	<b>-\$ 8.322.661</b>	<b>-\$ 583.707</b>	<b>\$ 586.796</b>	<b>\$ 515.262</b>	<b>\$ 529.754</b>	<b>\$ 638.676</b>	<b>\$ 647.764</b>	<b>\$ 718.817</b>	<b>\$ 737.531</b>	<b>\$ 643.792</b>	<b>\$ 714.927</b>	<b>\$ 764.764</b>	<b>\$ 806.815</b>
<b>flujo de caja acumulado</b>		<b>\$ 7.738.954</b>	<b>\$ 8.325.749</b>	<b>\$ 8.841.011</b>	<b>\$ 9.370.765</b>	<b>\$ 10.009.441</b>	<b>\$ 10.657.205</b>	<b>\$ 11.376.021</b>	<b>\$ 12.113.552</b>	<b>\$ 12.757.345</b>	<b>\$ 13.472.272</b>	<b>\$ 14.237.036</b>	<b>\$ 15.043.851</b>

Elaboración propia (2021)

**Tabla 23.***Total, flujo de caja Actual*

<b>Total flujo de caja Actual</b>	
<b>conceptos</b>	<b>AÑO</b>
<b>ingresos por vtas</b>	\$ 102.600.185
<b>total de ingresos</b>	\$ 102.600.185
<b>Egresos</b>	
<b>Compra M/equipo Y</b>	\$ 1.350.990
<b>Gastos Legales</b>	
<b>compra de materia prima</b>	\$ 39.760.765
<b>Mano de obra directa</b>	\$ 29.029.374
<b>Costos indirectos de fabricación</b>	\$ 7.850.376
<b>Gastos de Administración</b>	\$ 18.114.687
<b>total de egresos</b>	\$ 96.106.193
<b>sub total</b>	\$ 6.493.993
<b>depreciación</b>	\$ 227.198
<b>intereses</b>	\$ -
<b>Utilidad</b>	<b>\$ 6.721.191</b>

Elaboración propia (2021)

**Tabla 24.***Indicadores de rendimiento*

<b>TEMAR</b>	<b>6,80%</b>
<b>Inflación</b>	3,80%
<b>tasa riesgo</b>	3%
<b>TIO</b>	6,8%
<b>V.P.N</b>	-\$ 4.275.495
<b>TIR</b>	-2,63%

Elaboración propia (2021)

Con una tasa de riesgo del 3% y una inflación estimada anual del 3,8% se obtiene una tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) de 6,80% que al calcular esta tasa en el valor presente neto arroja -\$ 4.275.495, esto quiere decir que, en el primer año 2021 no se recupera la inversión inicial de capital propio por un valor \$ 8.322.661, de acuerdo a la tasa interna de retorno de -2,63%, permite identificar que la empresa no genera rentabilidad, debe aumentar la

producción y venta mensual para incrementar las ganancias. Esto se logrará si se realiza una inversión de capital.

## 8.5 Datos de entrada para Punto de equilibrio

**Tabla 25.**  
*Punto de Equilibrio*

<b>Calculo Datos de entrada Punto de equilibrio</b>					
<b>Productos</b>	<b>Casabe</b>	<b>Casabitos</b>	<b>Trozos</b>	<b>Mañoco</b>	<b>Catibia</b>
<b>Precios de ventas</b>	\$ 2.500	\$ 2.000	\$ 2.500	\$ 3.500	\$ 3.500
<b>Costos variables</b>	\$ 794	\$ 585	\$ 770	\$ 1.745	\$ 1.375
<b>Participación</b>	19%	20%	18%	27%	16%
<b>Margen de contribución</b>	\$ 1.706	\$ 1.415	\$ 1.730	\$ 1.755	\$ 2.125
<b>Margen de contribución Ponderado</b>	\$ 324	\$ 283	\$ 311	\$ 474	\$ 340
<b>Costos fijos</b>	\$ 4.582.869	\$ 4.582.869	\$ 4.582.869	\$ 4.582.869	\$ 4.582.869
<b>Costos fijos por producto</b>	\$ 870.745	\$ 916.574	\$ 824.916	\$ 1.237.375	\$ 733.259
<b>Punto de equilibrio por producto</b>	503	529	476	714	423
<b>Punto de equilibrio en unidades monetarias</b>	\$ 1.256.598	\$ 1.058.188	\$ 1.190.461	\$ 2.499.969	\$ 1.481.463

Elaboración propia (2021)

**Tabla 26.**  
*Punto de Equilibrio*

<b>Punto de equilibrio de la Empresa</b>					
	<b>PEQ p=</b>	\$ 4.582.869	=	2.645	
		\$ 1.732			
<b>Yp=</b>	<b>PV p</b>	<b>PEQ p</b>	=	\$ 7.486.678	
	\$ 2.830	2.645			

Elaboración propia (2021)

Para realizar el punto de equilibrio se tomaron en cuenta los costos fijos por un valor de \$4.582.869 y costos variables por un valor de \$5.269 La tabla 24 presenta los datos necesarios para hallar el cálculo del punto de equilibrio, los cuales comprenden, el precio de venta, costos Variables, costos fijos y participación. Datos que son necesarios para resolver la ecuación de Punto de equilibrio. En cuanto a la tabla 25 muestra que el punto de equilibrio en cuanto a las unidades es de 2.645 y el punto de equilibrio de ventas por periodo es de \$ 7.486.678, para que la empresa pueda cubrir los costos y gastos.

**Tabla 27.**

*Estado de Resultados al diciembre del 2021*

<b>ESTADO DE RESULTADOS A DICIEMBRE DE 2021</b>	
<b>Ingresos Operacionales</b>	\$ 102.600.185
<b>Ventas</b>	\$ 102.600.185
<b>Menos Costo de producción</b>	\$ 76.640.515
<b>Costo de Mano de Obra</b>	\$ 29.029.374
<b>Costo de Materia Prima</b>	\$ 39.760.765
<b>CIF</b>	\$ 7.850.376
<b>Margen Contribución bruto</b>	\$ 25.959.670
<b>Menos Gastos Operacionales</b>	\$ 18.329.687
<b>Nomina Gerente</b>	\$ 14.514.687
<b>Publicidad</b>	\$ 960.000
<b>Arriendo</b>	\$ 1.200.000
<b>Servicios</b>	\$ 1.440.000
<b>Gasto legal</b>	\$ 215.000
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	\$ 7.629.983
<b>Gastos Financieros</b>	\$ 0
<b>Impuestos</b>	\$ 0
<b>Utilidad Neta</b>	\$ 7.629.983

Elaboración propia (2021)

**Tabla 28.**  
*Estado de Situación Financiera a diciembre del 2021*

<b>Estado de Situación Financiera 2021</b>			
<b><u>ACTIVOS</u></b>		<b><u>PASIVOS</u></b>	
	<b><u>Corriente</u></b>		<b><u>Corriente</u></b>
Caja	\$ 15.043.851	Proveedores	\$ -
Inventario	\$ -	Cuentas por pagar	\$ -
Cuentas por cobrar	\$ -	Impuestos por pagar	\$ -
<b><u>Total Activo</u></b>	\$ 15.043.851	<b><u>Total Pasivo Corriente</u></b>	\$ -
<b><u>Activo No corriente</u></b>		<b><u>Pasivo No corriente</u></b>	
Maquinaria	\$ 1.135.990	Obligaciones Bancarias	\$ -
Muebles y Enseres	\$ -	<b><u>Total Pasivo No Corriente</u></b>	\$ -
Depreciación	-\$ 227.198	<b><u>TOTAL PASIVO</u></b>	\$ -
<b><u>Total Activo No</u></b>	\$ 908.792	<b><u>PATRIMONIO</u></b>	
<b><u>Corriente</u></b>		Capital aportado	\$ 8.322.661
<b><u>TOTAL ACTIVO</u></b>	\$ 15.952.643	Utilidades retenidas	\$ -
		Utilidades del ejercicio	\$ 7.629.983
		<b><u>TOTAL PATRIMONIO</u></b>	\$ 15.952.643
		<b><u>TOTAL PASIVO Y</u></b>	\$ -
		<b><u>PATRIMONIO</u></b>	\$ 15.952.643

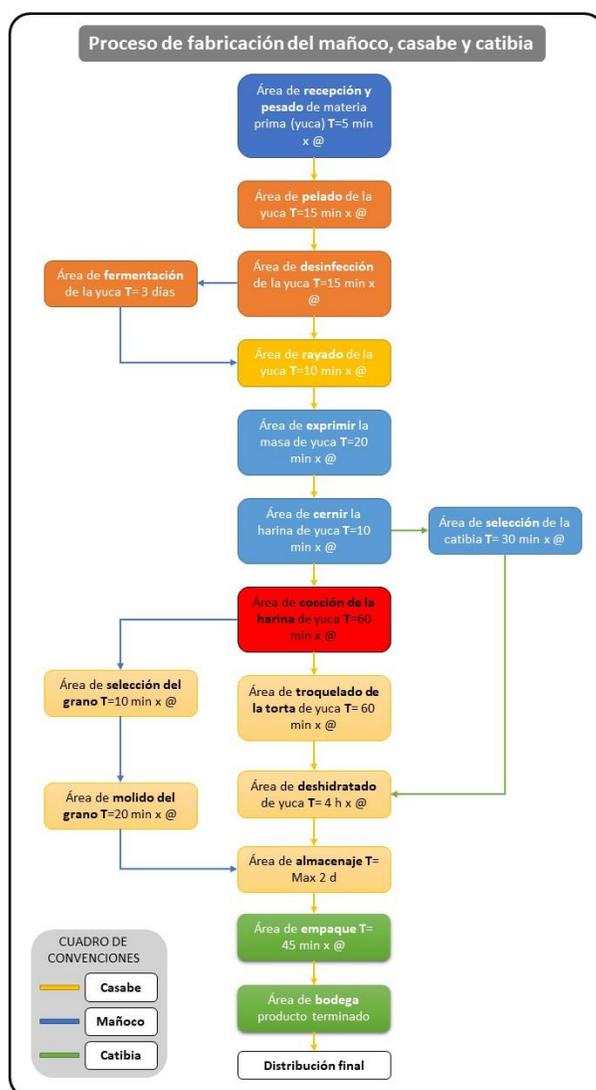
Elaboración propia (2021)

## CAPITULO IX

### 9 Estudio técnico

En este capítulo encontraremos la estructura del proceso de producción, la ubicación de la planta, los activos fijos en maquinaria y equipo que permiten la operación y el funcionamiento administrativo de la organización

**Figura 21.**  
*Proceso de producción del producto*



Elaboración propia (2021)

En este caso, la empresa ALIMDEORO no cuenta con una planta física y maquinaria necesaria para lograr una mayor producción, deberá disponer de una planta de producción con maquinaria industrial y mano de obra ajustada, donde se asegure la permanencia por más de tres años, para que sea otorgado el registro Invima, de igual manera tendrá la capacidad de producción ideal y de esta manera proyectar más ventas.

**Tabla 29.**

*Material de apoyo*

	<b>METERIAL DE APOYO</b>	<b>Unitario</b>	<b>Mensual</b>
2	Gorro de cocina lavable	\$3.000	\$ 6.000
<b>Bioseguridad</b>			
1	tapabocas *100	\$ 10.000	\$ 10.000
1	alcohol * 500 ml	\$ 25.000	\$ 25.000
2	Jabón anti bacterial 500 ml	\$ 15.000	\$ 15.000
		<b>Total</b>	<b>\$ 56.000</b>

Elaboración propia (2021)

**Tabla 30.**

*Muebles y enseres*

<b>Muebles y Enceres</b>			
1	Computador	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
1	Impresora	\$ 450.000	\$ 450.000
2	Escritorio	\$ 230.000	\$ 460.000
1	Punto ecológico	\$ 130.000	\$ 130.000
2	Silla Ergonómica	\$ 120.000	\$ 120.000
2	Archivador	\$ 65.000	\$ 130.000
5	Silla interlocutora	\$ 40.000	\$ 160.000
			\$ 3.450.000

Elaboración propia (2021)

El costo de inversión que deberá realizar en muebles y enseres es de un valor de \$3.450.000 los cuales tienen una vida útil de 5 años, con el fin de ser asignados para el buen funcionamiento del área administrativa y financiera de la empresa.

**Tabla 31.**  
*Maquinaria y equipo*

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>		
<b>INVERSIÓN</b>	<b>IMAGEN</b>	<b>PRECIO</b>
<b>MAQUINA</b> <b>Rayadora</b>		\$1.500.000
<b>Estufa industrial tipo</b> <b>plancha a gas</b>		\$2.500.000
<b>Peladora industrial de</b> <b>yuca</b>		\$2.500.000

---

**Peso, empacadora y  
selladora industrial**

\$5.000.000



**Tanque de  
almacenamiento en  
acero antiácido**

\$1.000.000



**Exprimidora de yuca**

\$1.300.000



**TOTAL**

**\$13.800.000**

---

Elaboración propia (2021)



<b>sociales (Empresa)</b>	<b>Intereses sobre las Cesantías</b>	\$ 10.150	\$ 10.150
	<b>Dotación</b>	\$ 71.049	\$ 71.049
	<b>Vacaciones</b>	\$ 42.325	\$ 42.325
	<b>Caja de compensación</b>	\$ 36.341	\$ 36.341
	<b>Costo Total de Mano de Obra</b>	\$ 1.552.319	\$ 1.552.319
	<b>Neto pagado</b>	\$ 942.298	\$ 942.298

Elaboración propia (2021)

**Tabla 33.**  
*Gastos de Administración*

	<b>Cargo</b>	<b>Gerente</b>
<b>Devengado</b>	<b>Salario básico</b>	\$ 908.526
	<b>Días liquidados</b>	\$ 30
	<b>Salario devengado</b>	\$ 908.526
	<b>Auxilio de transporte</b>	\$ 106.454
<b>Deducciones empleado</b>	<b>Salud</b>	\$ 36.341
	<b>Pensión</b>	\$ 36.341
<b>Deducciones empleador</b>	<b>Salud</b>	\$ 77.225
	<b>Pensión</b>	\$ 109.023
	<b>Riesgos Laborales</b>	\$ 22.132
	<b>Total devengado</b>	\$ 1.014.980
<b>Provisión Prestaciones sociales (Empresa)</b>	<b>Prima de Servicios</b>	\$ 84.548
	<b>Cesantías</b>	\$ 84.548
	<b>Intereses sobre las Cesantías</b>	\$ 10.150
	<b>Dotación</b>	\$ 71.049
	<b>Vacaciones</b>	\$ 42.325
	<b>Caja de compensación</b>	\$ 36.341
	<b>Costo Total de Mano de Obra</b>	\$ 1.552.319
	<b>Neto pagado</b>	\$ 942.298

Elaboración propia (2021)

El costo de mano de obra directa será por un valor mensual de \$ 3.104.639, donde se requieren dos empleados operativos y el costo de mano de obra indirecta de \$ 1.552.319, donde está incluido los pagos parafiscales y de ley. El costo de mano de obra directa se obtiene de la tabla número 29 y el gasto de personal administrativo se obtiene de la tabla 30.

## 9.1 Competencias y perfiles

**Tabla 34.***Perfiles*

N°	CARGO	COMPETENCIAS	SALARIO
1	<b>Gerente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar</li> <li>• Dirigir</li> <li>• Administrar</li> <li>• Organizar</li> <li>• Pagar nomina</li> <li>• Archivo</li> <li>• Entre otros</li> </ul>	\$ 1.552.319
1	<b>Operador 1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar que la materia prima este en buen estado</li> <li>• Verificar el pedido</li> <li>• Almacenar</li> <li>• Contabilizar materia prima disponible</li> <li>• Pelar la yuca</li> <li>• Desinfectar la yuca</li> <li>• Almacenar la yuca en los tanques de fermentación</li> </ul>	\$ 1.552.319
1	<b>Cocinero(a)</b>	Cocina la harina de la yuca para el Casabe y mañoco	\$ 1.552.319
<b>Total</b>			<b>\$ 4.656.958</b>

Elaboración propia (2021)

**Tabla 35.***Gastos de administración y ventas*

<b>Gastos de administración y ventas 2021</b>	
<b>Nomina Gerente</b>	\$ 1.552.319
<b>arriendo</b>	\$ 100.000
<b>servicios públicos</b>	\$ 30.000
<b>publicidad</b>	\$ 200.000
<b>Teléfono e internet</b>	\$ 90.000
<b>total final</b>	<b>\$ 1.972.319</b>

Elaboración propia (2021)

**Tabla 36.***Inversión inicial*

<b>NUEVA INVERSION</b>	
<b>Maquinaria y Equipo</b>	\$ 13.800.000
<b>Muebles y Enceres</b>	\$ 3.450.000
<b>Registro INVIMA</b>	\$ 5.000.000
<b>Total</b>	<b>\$ 22.250.000</b>

Elaboración propia (2021)

De acuerdo a la tabla 33, teniendo en cuenta los cuadros anteriores se estima que se requiere aproximadamente \$ 22.250.000 de inversión para el sostenimiento financiero de la empresa ALIMDEORO en los próximos cinco años, de acuerdo a la tabla número 23 del flujo de caja proyectado a diciembre del año 2021, el capital que se requiere para la inversión de mejora, se obtendrá de un crédito con el Banco Agrario por un valor de \$22.250.000 aproximadamente.

## 9.2 Capacidad de producción

**Tabla 37.***Producción por unidad de tiempo*

<b>PRODUCCIÓN POR UNIDAD DE TIEMPO</b>			
<b>Ventas</b>	<b>Casabe/ Casabitos/Trozos</b>	<b>Mañoco</b>	<b>Catibia</b>
<b>Diarias</b>	83	43	28
<b>Mensuales</b>	1.992	1.022	678
<b>Producción anual</b>	<b>23.909</b>	<b>12.266</b>	<b>8.131</b>

Elaboración propia (2021)

La producción diaria del Casabe en sus diferentes presentaciones será de 83 bolsas las cuales están distribuidas por 27 bolsas de casabe, 30 Casabitos y 26 bolsas de trozos, es decir que se realizará una producción mensual de 1.992 unidades, la producción diaria de Mañoco será de 43 bosas y mensualmente de 1.022 y la producción de la Catibia será de 28 unidades diarias, mensualmente de 678.

### 9.3 **Localización del Proyecto**

La ubicación de la planta procesadora de yuca se ubicará en el sector urbano del municipio de Orocué tomando en arriendo una bodega de 400 m<sup>2</sup>, donde se ubicará la maquinaria y equipo necesario, para lograr la producción proyectada en los próximos años.

## CAPITULO X

### 10 Estudio de viabilidad financiera

El desarrollo del presente capítulo, permitirá establecer la viabilidad financiera de la empresa ALIMDEORO proyectada a cinco años, esto se verá reflejado en el flujo de caja final, el cual permitirá ver la utilidad neta del ejercicio, las diferentes tablas del total de ingresos, costos y fuentes de financiación hacen parte estructural del análisis financiero de la empresa.

#### 10.1 Total, ingresos por venta

**Tabla 38.**

*Cantidad de productos Proyectados a Vender*

<b>Cantidad de productos Proyectados a Vender</b>							
<b>Producto</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>Total</b>
<b>Casabe (4 unidades)</b>	7.298	7.553	7.818	8.091	8.374	8.667	47.802
<b>Casabitos 10unidades)</b>	7.481	7.743	8.014	8.294	8.585	8.885	49.002
<b>Trozos (250 gr)</b>	6.844	7.084	7.332	7.589	7.854	8.129	44.832
<b>Mañoco (460 gr)</b>	10.135	10.489	10.857	11.237	11.630	12.037	66.384
<b>Catibia (300 gr)</b>	5.885	6.091	6.304	6.525	6.753	6.990	38.548

Elaboración propia (2021)

**Tabla 39.**

*Ventas de la producción anual*

<b>PRODUCTOS</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>Total</b>
<b>Casabe (4 unidades)</b>	\$ 20.393.660	\$ 22.796.033	\$ 25.481.406	\$ 28.483.116	\$ 31.838.427	\$ 120.856.554
<b>Casabitos 10unidades)</b>	\$ 16.724.479	\$ 18.694.623	\$ 20.896.849	\$ 23.358.498	\$ 26.110.129	\$ 99.112.316
<b>Trozos (250 gr)</b>	\$ 19.126.829	\$ 21.379.970	\$ 23.898.530	\$ 26.713.777	\$ 29.860.660	\$ 113.349.084
<b>Mañoco (460 gr)</b>	\$ 39.650.065	\$ 44.320.843	\$ 49.541.838	\$ 55.377.867	\$ 61.901.379	\$ 234.973.525
<b>Catibia (300 gr)</b>	\$ 23.023.925	\$ 25.736.143	\$ 28.767.861	\$ 32.156.715	\$ 35.944.776	\$ 136.443.981
<b>TOTAL</b>	\$ 118.918.958	\$ 132.927.612	\$ 148.586.484	\$ 166.089.972	\$ 185.655.371	\$ 704.735.460

Elaboración propia (2021)

## 10.2 Costos

**Tabla 40.**  
*Costos materia Prima*

<b>Costos de materia prima</b>						
<b>PRODUCTOS</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>Total</b>
<b>Casabe</b>	\$ 5.998.620	\$ 6.208.572	\$ 6.425.872	\$ 6.650.777	\$ 6.883.554	\$ 32.167.395
<b>Casabitos</b>	\$ 4.533.066	\$ 4.691.723	\$ 4.855.933	\$ 5.025.891	\$ 5.201.797	\$ 24.308.411
<b>Trozos</b>	\$ 5.451.468	\$ 5.642.270	\$ 5.839.749	\$ 6.044.140	\$ 6.255.685	\$ 29.233.313
<b>Mañoco</b>	\$ 18.304.064	\$ 18.944.707	\$ 19.607.771	\$ 19.607.771	\$ 21.004.335	\$ 97.468.649
<b>Catibia</b>	\$ 8.375.105	\$ 8.668.234	\$ 8.971.622	\$ 9.285.628	\$ 9.610.625	\$ 44.911.214
<b>TOTAL</b>	\$ 42.662.324	\$ 44.155.505	\$ 45.700.948	\$ 46.614.209	\$ 48.955.998	\$ 228.088.982

Elaboración propia (2021)

**Tabla 41.**  
*Costos Mano de Obra*

<b>PROYECCION MANO DE OBRA</b>					
<b>Concepto/Año</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Mano de Obra</b>	\$ 38.311.240	\$ 39.396.725	\$ 40.512.966	\$ 41.660.833	\$ 42.841.224

Elaboración propia (2021)

**Tabla 42.**  
*Costos Indirectos de Fabricación*

<b>Costos indirectos de producción</b>	
<b>arriendo</b>	\$ 300.000
<b>Depreciación</b>	\$ 287.500
<b>Bioseguridad</b>	\$ 50.000
<b>servicios públicos</b>	\$ 150.000
<b>mantenimiento maquina</b>	\$ 100.000
<b>Total mensual</b>	\$ 887.500
<b>Total Anual</b>	<b>\$ 10.650.000</b>

Elaboración propia (2021)

### 10.3 Gastos

**Tabla 43.**  
*Gastos de Operación*

<b>Gastos de Operación</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Nomina Gerente</b>	\$ 1.552.319	\$ 1.596.302	\$1.641.530	\$1.688.040	\$ 1.735.868	\$ 1.785.051
<b>arriendo</b>	\$ 100.000	\$ 103.690	\$ 107.516	\$ 111.484	\$ 115.597	\$ 119.863
<b>servicios públicos</b>	\$ 30.000	\$ 31.107	\$ 32.255	\$ 33.445	\$ 34.679	\$ 35.959
<b>publicidad</b>	\$ 200.000	\$ 207.380	\$ 215.032	\$ 222.967	\$ 231.194	\$ 239.726
<b>Teléfono e internet</b>	\$ 90.000	\$ 93.321	\$ 96.765	\$ 100.335	\$ 104.038	\$ 107.877
<b>Total</b>	\$ 1.972.319	\$ 2.031.800	\$2.093.098	\$2.156.271	\$2.221.376	\$2.288.475
<b>Meses</b>	\$ 12	\$ 12	\$ 12	\$ 12	\$ 12	\$ 12
<b>Subtotal Anual</b>	23.667.832	24.381.596	25.117.177	25.875.252	26.656.518	27.461.696
<b>Depreciación</b>		3.450.000	3.450.000	3.450.000	3.450.000	3.450.000
<b>Total Anual</b>		<b>27.831.596</b>	<b>28.567.177</b>	<b>29.325.252</b>	<b>30.106.518</b>	<b>30.911.696</b>

Elaboración propia (2021)

### 10.4 Fuentes de financiación

**Tabla 44.**  
*Fuente de financiación*

<b>BANCO BANAGRARIO</b>	
VALOR CREDITO	\$22.250.000
<b>PERIODICIDAD DE PAGO ANUAL</b>	
TASA	13%
<b>SISTEMA DE AMORTIZACIÓN</b>	
PLAZO	5

Elaboración propia (2021)

**Tabla 45.**  
*Amortización*

	<b>Interés</b>	<b>Capital</b>	<b>22.250.000</b>
<b>1</b>	-\$6.325.999	\$2.892.500	-\$3.433.499
<b>2</b>	-\$6.325.999	\$2.446.145	-\$3.879.853
<b>3</b>	-\$6.325.999	\$1.941.764	-\$4.384.234
<b>4</b>	-\$6.325.999	\$1.371.814	-\$4.954.185
<b>5</b>	-\$6.325.999	\$727.770	-\$5.598.229
		<b>\$9.379.993</b>	<b>-\$22.250.000</b>

Elaboración propia (2021)

De acuerdo con la tabla 38 podemos ver el cuadro de la amortización del crédito con el banco Agrario, con una tasa de interés del 13% EA, por un periodo de 60 meses, en el cual el pago del interés del primer año sería de \$2.892.000 variando cada mes, cancelando menos interés y más al capital.

#### 10.5 Flujo de caja

El siguiente flujo de caja proyectado a cinco años con el fin de determinar el efectivo que posee después de cumplir con todas sus obligaciones, así mismo se tomara en cuenta el periodo de inversión de la organización. Para la variabilidad del precio de los productos se tomara como base 3,5 por ciento de acuerdo al promedio calculado de los índices del precio al consumidor (IPC).

**Tabla 46.**  
*Flujo de caja proyectado a cinco años*

conceptos	0	2022	2023	2024	2025	2026
<b>inversión</b>	\$ 8.322.661					
<b>Saldo de caja</b>		\$ 30.572.661	\$ 8.360.461	\$ 18.692.227	\$ 37.093.900	\$ 65.416.541
Flujo de Efectivo Operativo		\$ 149.491.619	\$ 141.288.072	\$ 167.278.711	\$ 203.183.872	\$ 251.071.911
<b>ingresos por ventas</b>		\$ 118.918.958	\$ 132.927.612	\$ 148.586.484	\$ 166.089.972	\$ 185.655.371
total de ingresos		\$ 118.918.958	\$ 132.927.612	\$ 148.586.484	\$ 166.089.972	\$ 185.655.371
<b>Egresos</b>						
<b>Compra M/equipo</b>		\$ 17.250.000				
<b>compra de materia prima</b>		\$ 42.662.324	\$ 44.155.505	\$ 45.700.948	\$ 46.614.209	\$ 48.955.998
<b>Mano de obra directa</b>		\$ 38.311.240	\$ 39.396.725	\$ 40.512.966	\$ 41.660.833	\$ 42.841.224
<b>Costos indirectos de fabricación</b>		\$ 10.650.000	\$ 11.042.985	\$ 11.450.471	\$ 11.872.994	\$ 12.311.107
<b>Gastos de Administración</b>		\$ 24.381.596	\$ 25.117.177	\$ 25.875.252	\$ 26.656.518	\$ 27.461.696
<b>Gastos Legales</b>		\$ 5.000.000				
total de egresos		\$ 138.255.160	\$ 119.712.393	\$ 123.539.636	\$ 126.804.554	\$ 131.570.024
sub total		-\$ 19.336.202	\$ 13.215.219	\$ 25.046.848	\$ 39.285.418	\$ 54.085.346
<b>depreciación</b>		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>intereses</b>		\$ 2.892.500	\$ 2.446.145	\$ 1.941.764	\$ 1.371.814	\$ 727.770
Utilidad A.I		-\$ 22.228.702	\$ 10.769.074	\$ 23.105.083	\$ 37.913.605	\$ 53.357.577
<b>impuesto Tarifa 35%</b>		\$ 0	\$ 7.454	\$ 3.769.176	\$ 8.086.779	\$ 13.269.761
utilidad D.I	\$ 0	-\$ 22.228.702	\$ 10.761.619	\$ 19.335.907	\$ 29.826.826	\$ 40.087.816
<b>depreciación</b>		\$ 3.450.000	\$ 3.450.000	\$ 3.450.000	\$ 3.450.000	\$ 3.450.000
<b>amortización</b>	\$ 22.250.000	\$ 3.433.499	\$ 3.879.853	\$ 4.384.234	\$ 4.954.185	\$ 5.598.229
<b>valor de salvamento</b>						
flujo de caja neto	-\$ 22.250.000	-\$ 22.212.200	\$ 10.331.766	\$ 18.401.673	\$ 28.322.641	\$ 37.939.587
flujo de caja acumulado		\$ 8.360.461	\$ 18.692.227	\$ 37.093.900	\$ 65.416.541	\$ 103.356.127

Elaboración propia (2021)

## 10.6 Valor actual neto

**Tabla 47.**

*Análisis flujo de caja*

<b>TIO</b>	<b>6,91%</b>
<b>V.P.N</b>	\$ 29.906.637
<b>TIR</b>	25,04%

Elaboración propia (2021)

De acuerdo con la tabla 40 el valor actual neto es positivo se determina que la empresa genera el efectivo suficiente para cubrir su deuda. Esto se evidencia de acuerdo que, al calcular el ejercicio con una tasa interna de oportunidad de 6,91, el valor presente neto será de \$ 29.906.637 lo que indica que este proyecto es financieramente viable. De acuerdo a los resultados, arroja una tasa interna de retorno de 25,04% superior a la tasa de oportunidad lo que nos indica que el proyecto brindará rentabilidad.

## 10.7 Razones financieras

Los estados financieros nos permiten observar cómo se encuentra la empresa financieramente, a la vez permite generar una amplia perspectiva de la situación contable, el grado de liquidez, de rentabilidad, la cobertura y todo lo relacionado con esta actividad, para poder tomar la decisión de invertir para mejorar o no hacerla.

A continuación, se representa mediante una tabla elaborada en Excel el estado de resultado y estado de situación financiera de los cinco periodos proyectados de la empresa ALIMDEORO.

## 10.7.1 Estado de resultados

Tabla 48.

*Estado de resultados*

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>PERIODOS</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Ingresos</b>					
<b>Operacionales</b>	\$ 118.918.958	\$ 132.927.612	\$ 148.586.484	\$ 166.089.972	\$ 185.655.371
<b>Ventas</b>	\$ 118.918.958	\$ 132.927.612	\$ 148.586.484	\$ 166.089.972	\$ 185.655.371
<b>Menos Costo de producción</b>	\$ 91.623.564	\$ 94.595.215	\$ 97.664.385	\$ 100.148.036	\$ 104.108.328
<b>Costo de Materia Prima</b>	\$ 42.662.324	\$ 44.155.505	\$ 45.700.948	\$ 46.614.209	\$ 48.955.998
<b>Costo de Mano de Obra</b>	\$ 38.311.240	\$ 39.396.725	\$ 40.512.966	\$ 41.660.833	\$ 42.841.224
<b>CIF</b>	\$ 10.650.000	\$ 11.042.985	\$ 11.450.471	\$ 11.872.994	\$ 12.311.107
<b>Margen Contribución bruto</b>	\$ 27.295.394	\$ 38.332.396	\$ 50.922.099	\$ 65.941.936	\$ 81.547.043
<b>Menos Gastos Operacionales</b>	\$ 24.381.596	\$ 25.117.177	\$ 25.875.252	\$ 26.656.518	\$ 27.461.696
<b>Nomina Gerente y Auxiliar</b>	\$ 19.155.620	\$ 19.698.363	\$ 20.256.483	\$ 20.830.417	\$ 21.420.612
<b>Publicidad</b>	\$ 2.488.560	\$ 2.580.388	\$ 2.675.604	\$ 2.774.334	\$ 2.876.707
<b>Arriendo</b>	\$ 1.244.280	\$ 1.290.194	\$ 1.337.802	\$ 1.387.167	\$ 1.438.353
<b>Servicios</b>	\$ 1.493.136	\$ 1.548.233	\$ 1.605.363	\$ 1.664.600	\$ 1.726.024
<b>Gasto Depreciación</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	\$ 2.913.798	\$ 13.215.219	\$ 25.046.848	\$ 39.285.418	\$ 54.085.346
<b>Gastos Financieros</b>	\$ 2.892.500	\$ 2.446.145	\$ 1.941.764	\$ 1.371.814	\$ 727.770
<b>Impuestos 35%</b>	\$ 7.454	\$ 3.769.176	\$ 8.086.779	\$ 13.269.762	\$ 18.675.152
<b>Utilidad Neta</b>	\$ 13.844	\$ 6.999.898	\$ 15.018.304	\$ 24.643.843	\$ 34.682.425
<b>Utilidad Acumulada</b>		\$ 13.844	\$ 7.013.742	\$ 22.032.046	\$ 46.675.889

Elaboración propia (2021)

De acuerdo al estado de resultado realizado a la empresa se puede concluir que la empresa obtendrá para el último periodo una utilidad neta de \$34.682.425

## 10.7.2 Estado de Situación Financiera año 2026

Tabla 49.

Estado de Situación Financiera

<b>Estado de Situación Financiera AÑO 2026</b>			
<b><u>ACTIVOS</u></b>		<b><u>PASIVOS</u></b>	
<b><u>Corriente</u></b>		<b><u>Corriente</u></b>	
<b>Caja</b>	\$103.356.127	<b>Proveedores</b>	\$ -
	\$		\$
<b>Inventario</b>	-	<b>Cuentas por pagar</b>	-
	\$		\$
<b>Cuentas por cobrar</b>	-	<b>Impuestos por pagar</b>	-
	\$		\$
<b><u>Total, Activo</u></b>	\$		\$
<b><u>Corriente</u></b>	103.356.127	<b><u>Total, Pasivo Corriente</u></b>	-
<b><u>No corriente</u></b>		<b><u>No corriente</u></b>	
	\$		
<b>Maquinaria</b>	14.935.990	<b>Cuentas por pagar</b>	\$ 18.675.152
	\$		
<b>Muebles y Enseres</b>	3.450.000	<b><u>Total, Pasivo No Corriente</u></b>	\$ 18.675.152
	-\$		
<b>Depreciación</b>	18.385.990		
	\$		
<b>Registro Invima</b>	5.000.000	<b><u>TOTAL, PASIVO</u></b>	\$ 18.675.152
	\$		
<b><u>Total, Activo No</u></b>	\$		
<b><u>Corriente</u></b>	5.000.000	<b><u>PATRIMONIO</u></b>	
	\$		
<b><u>TOTAL, ACTIVO</u></b>	108.356.127	<b>Capital aportado</b>	\$ 8.322.661
		<b>Utilidades retenidas</b>	\$ 46.675.889
		<b>Utilidades del ejercicio</b>	\$ 34.682.425
		<b><u>TOTAL, PATRIMONIO</u></b>	\$ 89.680.975
		<b><u>TOTAL, PASIVO Y</u></b>	
		<b><u>PATRIMONIO</u></b>	\$ 108.356.127

Elaboración propia (2021)

## 10.8 Ingresos adicionales

Teniendo en cuenta los desechos orgánicos que genera la cascara, raíz y bulbo de la yuca, estos pueden ser vendidos en el sector porcícola como suplemento nutricional por su aporte de carbohidratos y proteínas. Igualmente, al cocinar la yuca se genera una miga que puede ser usada como subproducto para la elaboración de pan y cuando esta tostada la yuca esta miga puede ser usada para apanar comidas.

## 10.9 Análisis de rentabilidad

El total de la inversión inicial del proyecto es de \$ 22.250.000 que se obtendrá de un crédito con el banco Agrario, el cual será invertido en la compra de maquinaria y equipo, registro Invima, planta con condiciones adecuadas para mejorar el funcionamiento de la empresa y poder asegurar la rentabilidad de la misma al pasar los años.

De acuerdo a las encuestas realizadas se evidencia que el proyecto tiene aceptación positiva en el mercado y una viabilidad financiera, ya que los productos derivados de la yuca son consumidos por el 95% de la población, lo que indica que la oportunidad de demanda es estable porque adicionalmente se tiene un gran porcentaje de consumo de dos a tres veces por semana del 49% y un consumo ocasional del 30%. Para el caso del Casabe en sus diferentes presentaciones y la Catibia refleja una característica favorable en la demanda del 89% del consumo, donde un 44% lo consumen de dos a tres veces por semana y un consumo ocasional del 33%, en su plan de mercadeo se deben diseñar piezas graficas que muestren los beneficios del consumo de estos productos para abarcar mayor mercado.

## CAPITULO XI

### 11 Estrategias de Marketing

El desarrollo de estrategias de marketing son fundamentales en la sostenibilidad financiera de la empresa, se sugiere como primera estrategia la implementación de actividades de comercialización a través de las redes sociales, la creación de una página Web que permita el requerimiento de productos, control, seguimiento y ventas, el marketing tiene una relación directa de vinculación con las estrategias de comunicación de empresas como lo indica Alet (2011), la priorización de la comunicación de mensajes a través de los medios de comunicación televisión, prensa, Mercado libre, WEB, o revistas, pueden determinar el posicionamiento y venta de un producto.

En esta misma línea es necesario realizar la publicidad en el único medio de comunicación radial que existe en el municipio el cual es la emisora ECOS DE OROCUE, como una herramienta que al igual que las redes sociales y la página WEB, son un enfoque directo, el cual se puede utilizar para llegar al comprador o consumidor a través de la venta del producto por este medio de difusión lo que puede permitir obtener un mayor impacto en la penetración del mercado, de igual manera es necesario diseñar una campaña de publicidad a través de folletos, carteles y letreros que ayuden a promover los productos comercializados por ALIMDEORO, sus promociones, obsequios por determinado tope de compra y descuentos.

Se tiene como objetivo mediante la implementación de las estrategias de marketing, adquirir un convenio con un promotor en ventas que, por medio de muestras gratis en algunos puntos estratégicos o ferias artesanales en los municipios de Casanare y sus alrededores, pueda dar a conocer los productos y su calidad.

Además, se requiere implementar una estrategia de marketing de influencers, con el fin de llegar al mercado objetivo, ya que ellos recomiendan a sus seguidores los productos y transmiten la necesidad de adquirirlos, de esta manera se posicionaría mejor la marca. En los llanos orientales existen influencers que su contenido es cultural y serían estas personas que aportarían al proyecto.

## 12 Conclusiones

El objetivo general estaba orientado a evaluar la sostenibilidad técnica y financiera proyectada a cinco años de la empresa dedicada a la transformación y comercialización de los productos derivados a base de yuca en el municipio de Orocué, el desarrollo del proyecto permitió establecer que el proyecto es viable financieramente, la sostenibilidad y rentabilidad del negocio proyectada a 5 años evidencia el crecimiento de las utilidades en el tiempo soportados en el desarrollo del estudio de mercado soportado en los siguientes resultados como la tasa de oportunidad sobre un 6,91%, y una TIR positiva de un 11,44%, sustentan con mayor fuerza la estabilidad financiera de la empresa, los anterior permite deducir que la capacidad del flujo de efectivo, es superior a los pasivos con los que cuenta la empresa, para el caso el préstamo con la entidad financiera, en esta misma línea es relevante referirnos a la proyección financiera con una tasa de riesgo del 3% de acuerdo con los resultados obtenido de TMAR, igualmente el valor presente neto será de \$ 6.680.319, datos que ratifican que este proyecto es financieramente viable.

En cumplimiento al objetivo específico, determinar un diagnóstico organizacional de evaluación interna y externa de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas “FODA” de la empresa ALIMDEORO, es necesario resaltar que la empresa se encuentra en etapa de construcción, pero el desarrollo del proyecto le permitió establece un primer plan estratégico orientado a la proyección futura de la empresa, adicionalmente se obtuvo información del entorno en el análisis de la matriz FODA, matriz de la evaluación de los factores internos y externos que generan conocimiento sobre el comportamiento de los diferentes factores que intervienen en el proceso de la empresa.

El segundo objetivo específico, el estudio de mercado, permite evidenciar que el negocio se encuentra ubicado estratégicamente en una zona productora de su principal fuente

de materia prima que es la yuca, la competencia en el sector es poca por no decir casi nula, lo que quiere decir que el crecimiento en la proyección de ventas a 5 años tiene asegurado un mercado de crecimiento por demanda insatisfecha, por otro lado se pudo establecer el mercado objetivo es la población total del municipio, teniendo en cuenta que este producto es la base y principal fuente de producción y consumo en la canasta familiar.

El tercer objetivo específico orientado a realizar el estudio técnico y de viabilidad financiera de la empresa para los próximos cinco años, permitieron evidenciar que los resultados del ejercicio del flujo de caja proyectado, muestra que la recuperación financiera de la empresa inicia a partir del segundo año, adicionalmente se pudo establecer que el proyecto tiene aceptación positiva en el mercado, lo que permite que en el proceso de transformación del producto sean aprovechados aproximadamente en un 95%, por otro lado la oportunidad de demanda es estable porque adicionalmente se tiene un gran porcentaje de consumo del producto de dos a tres veces por semana del 49% y un consumo ocasional del 30%.

El cuarto objetivo orientado a desarrollar una estrategia de Marketing para al fortalecimiento financiero y sostenibilidad de la empresa, permite establecer un impacto socioeconómico y cultural en el mercado, ya que habría una integración de muchas familias con empleos, los cuales a su vez se benefician económicamente de la compra y venta de productos comercializados por la empresa, de igual manera se mejora el nivel de posicionamiento de la marca y alcanzar los objetivos de la empresa.

Por último, es necesario resaltar deficiencias en los procesos y adecuación de espacios de producción, la falta de documentos y permisos que avalen la calidad del producto, y la falta de formulación de estrategias de marketing que permitan la consolidación de la marca y el producto.

### 13 Recomendaciones

Fortalecer el posicionamiento del producto con el desarrollo de las estrategias de marketing de redes sociales y publicidad por la emisora local, por otro lado, es necesario aprovechar la estructura de las líneas de financiamiento que proveen el Instituto Financiero de Casanare y la gobernación departamental en soporte económico para los emprendedores del municipio.

Los resultados del proyecto permiten evidenciar claramente que existe un mercado insatisfecho pero que es necesario implementar estrategias de fidelización y consumo del producto como soporte del sostenimiento financiero de la empresa, es necesario la implementación de estrategias en el aumento de producción de los derivados de la yuca, puede ser con la compra de maquinaria, por otro lado es importante recomendar que luego de llegar al punto de satisfacer el mercado local, se debe proponer un estudio orientado a la generación de estrategias de ampliación de mercado iniciando por los municipios aledaños.

Es necesario formular estrategias que permitan el aprovechamiento de los desechos orgánicos del proceso de producción y transformación de la yuca, los residuos de cascara, raíz y bulbo pueden ser utilizados como alimento nutricional en el sector porcícola, lo anterior permite evidenciar que existen alternativas adicionales de ingresos que permite fortalecer a un más la viabilidad financiera del proyecto.

## Bibliografía

- CAICEDO, A. E. (2017). *Repositorio UPTC*. Obtenido de [https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2607/1/TGT\\_1220.pdf](https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2607/1/TGT_1220.pdf)
- Congreso de Colombia. (27 de Diciembre de 2019). Obtenido de [https://www.dian.gov.co/aduanas/Documents/Ley\\_2010\\_27122019.pdf](https://www.dian.gov.co/aduanas/Documents/Ley_2010_27122019.pdf)
- DANE *Información para todos*. (2020). Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>
- DIAN, D. D. (21 de Junio de 2019). Obtenido de <https://www.dian.gov.co/normatividad/Normatividad/Resoluci%C3%B3n%20000052%20de%2021-06-2016.pdf>
- FuncionPublica, c. (28 de Diciembre de 1990). *Gestor Normativo*. Obtenido de Ley 50 de 1990 Reforma el Código Sustantivo del Trabajo: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=281>
- Ley 10, M. d. (30 de Abril de 1998). *Ley 10 de 1990 DECRETO 806 DE 1998*. Obtenido de [https://www.defensoria.gov.co/public/Normograma%202013\\_html/Normas/Decreto\\_806\\_1998.pdf](https://www.defensoria.gov.co/public/Normograma%202013_html/Normas/Decreto_806_1998.pdf)
- MINAGRICULTURA. (2021). Obtenido de Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural: <https://www.minagricultura.gov.co/paginas/default.aspx>
- Minagricultura, M. d. (2019). *Subsector Productivo de la Yuca*. Obtenido de <https://sioc.minagricultura.gov.co/Yuca/Pages/default.aspx>
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (26 de Diciembre de 2019). *Resolución 2184*. Obtenido de <https://www.minambiente.gov.co/images/normativa/app/resoluciones/res%202184%202019%20colores%20bolsas-41.pdf>
- MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. (22 de Junio de 2007). *MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL MINISTERIO DE AMBIENTE, VIVIENDA Y DESARROLLO TERRITORIAL*. Obtenido de [https://www.minambiente.gov.co/images/GestionIntegraldelRecursoHidrico/pdf/normativa/Res\\_2115\\_de\\_2007.pdf](https://www.minambiente.gov.co/images/GestionIntegraldelRecursoHidrico/pdf/normativa/Res_2115_de_2007.pdf)
- Ministerio de la protección social. (11 de Marzo de 2015). *Resolución 719 de 2015*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-0719-de-2015.pdf>
- Ministerio de Protección Social. (29 de Diciembre de 2005). *Resolución 5109 de 2005*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Resolucion%205109%20de%202005.pdf>

*ministerio de salud y proteccion social*. (02 de 07 de 2013). Obtenido de <https://foman.com.co/wp-content/uploads/2016/01/2674.pdf>

Ministerio de Salud y Protección Social. (22 de Julio de 2013). *Resolución 2674*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Paginas/freeseachresults.aspx?k=&k=Resoluci%C3%B3n%202674>

Ministerio de Salud y Protección social. (24 de Abril de 2020). *Resolución 666*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-666-de-2020.pdf>

*Sistema Unico de Información Normativa* . (07 de julio de 2016). Obtenido de <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/30021671>

sostenible, M. d. (26 de 12 de 2019). Obtenido de [https://foman.com.co/wp-content/uploads/2021/04/2184\\_2019\\_FOMAN.pdf](https://foman.com.co/wp-content/uploads/2021/04/2184_2019_FOMAN.pdf)

UMATA OROCUE, S. D. (2007). *ESQUEMA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL*. Obtenido de <https://repositoriocdim.esap.edu.co/bitstream/handle/123456789/9964/3415-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Urbina, G. B. (2010). *evaluacion de proyectos 6 edición* . Mexico : MC GRAW HILL.

## 14 Anexos

### Anexo 1 Encuestas estudio de mercado

#### ESTUDIO DE MERCADO

Hola,

Soy estudiante del programa Administración Financiera de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, estoy efectuando un estudio de mercado que servirá como insumo en mi proyecto de grado y sus respuestas me ayudaran a resolver algunas inquietudes, realizando esta breve encuesta denominada. "Diagnóstico de consumo y comercialización de productos comestibles artesanales en el municipio de Orocué"

1. Por favor lea la siguiente información antes de suministrarnos sus datos personales y de autorizar su tratamiento. En cumplimiento del artículo 12 de la Ley 1581 de 2012, nos permitimos informarle lo siguiente:

<https://bit.ly/políticadetratamientodeinformacion31RXW40>

#### Autorización

He leído, he sido informado(a), y autorizo a UNIMINUTO el tratamiento de datos personales para los fines previamente comunicados y acepto la política de tratamiento de la información.

Si

No

#### 2. Edad

- Entre 15 a 20 años
- Entre 21 a 30 años
- Entre 31 a 40 años
- 41 años o más

#### 3. Genero

- Mujer
- Hombre
- Otro

#### 4. Teléfono de contacto

\_\_\_\_\_

#### 5. ¿Consumes Mañoco?

- Si
- No

#### 6. Si su respuesta fue afirmativa

¿Cada cuánto lo consume?

- Todos los días
- 2 o 3 veces por semana
- Ocasionalmente
- Nunca

#### 7. ¿En qué precio adquieres la libra de mañoco?

\_\_\_\_\_

#### 8. ¿Consumes Casabe y catibia?

- Si
- No

#### 9. Si su respuesta fue afirmativa

¿Cada cuánto consumes casabe y catibia?

- Todos los días

- 2 o 3 veces por semana
- Ocasionalmente
- Nunca

#### 10. ¿En qué precio adquieres la torta de Casabe y catibia?

\_\_\_\_\_

11. Nombre de los establecimientos comerciales donde adquieres estos productos. (Puedes escribir uno o más nombres)

\_\_\_\_\_

#### 12. Conoces la Empresa ALIMDEORO

- Si
- No

## Anexo 2 Encuestas estudio de mercado a establecimientos comerciales

### Estudio de Mercado a Establecimientos comerciales

Hola,

Soy estudiante del programa Administración Financiera de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, estoy efectuando un estudio de mercado que servirá como insumo en mi proyecto de grado y sus respuestas me ayudaran a resolver algunas inquietudes, realizando esta breve encuesta denominada. "Diagnóstico de consumo y comercialización de productos comestibles artesanales en el municipio de Orocué"

1. Por favor lea la siguiente información antes de suministrarnos sus datos personales y de autorizar su tratamiento. En cumplimiento del artículo 12 de la Ley 1581 de 2012, nos permitimos informarle lo siguiente:

<https://bit.ly/politicadetratamientodeinformacion31RXW40>

Autorización

He leído, he sido informado(a), y autorizo a UNIMINUTO el tratamiento de datos personales para los fines previamente comunicados y acepto la política de tratamiento de la información.

- Si  
 No

2. Nombre del establecimiento

|

3. Número de teléfono

|

4. Dirección establecimiento comercial

|

5. ¿Cada cuánto compra mañoco para inventario?

- Diario  
 Semanal  
 Quincenal  
 Mensual

6. ¿En qué presentación compra el mañoco?

- Por Libra  
 Por Kilo  
 Por arroba

7. ¿Cada cuánto compra casabe para inventario?

- Diario  
 Semanal  
 Quincenal  
 Mensual

8. ¿En qué presentación compra el Casabe?

- Torta de 60 diámetros  
 Torta de 14 diámetros  
 Torta de 07 diámetros

9. ¿Conoces la empresa ALIMDEORO?

- Si  
 No

### Anexo 3. Demanda

Demanda actual establecimientos comerciales		
Demanda actual	Demanda proyectada	
Casabe (4 unidades)	6.567	6.797
Casabitos 10unidades)	6.530	6.759
Trozos (250 gr)	6.057	6.269
Mañoco (460 gr)	5.203	5.385
Catibia (300 gr)	5.325	5.511

Crecimiento demanda	4%
---------------------	----

Demanda Año 2021	
Casabe (4 unidades)	7.298
Casabitos 10unidades)	7.481
Trozos (250 gr)	6.844
Mañoco (460 gr)	10.135
Catibia (300 gr)	5.885

Ventas redes sociales y otros		
Producto	Anual	Demanda proyectada
Casabe (4 unidades)	484	501
Casabitos 10unidades)	698	722
Trozos (250 gr)	556	575
Mañoco (460 gr)	389	403
Catibia (300 gr)	361	374

contrato con ASASOC			
Producto	Mensual	Anual	Demanda proyectada
Mañoco	350	4200	4347

### Anexo 4. Costo producción Casabe

				2022
Casabe	Unidad de compra	Costos unidad	Cantidad util	Costos por unidad
Casabe	Paquete	\$ 119	4	\$ 474
Bolsa	Paquetes	\$ 95	1	\$ 95
Etiqueta	Paquetes	\$ 225	1	\$ 225
	<b>Total</b>			\$ 794
Productos		1		

Casabito	Unidad de compra	Costos	Cantidad util	Costos por unidad
Casabito	Paquete	\$ 39	10	\$ 385
Bolsa	Paquetes	\$ 70	1	\$ 70
Etiqueta	Paquetes	\$ 130	1	\$ 130
	<b>Total</b>			\$ 585
Productos		1		

trozos	Unidad de compra	Costos	Cantidad util	Costos por unidad
Yuca	Gramos	\$ 116	250	455
Bolsa	Paquetes	\$ 90	1	\$ 90
Etiqueta	Paquetes	\$ 225	1	\$ 225
	<b>Total</b>			\$ 770
Productos		1		

### Anexo 5. Costo de producción Mañoco y Catibia

Mañoco	Unidad de compra	Costos	Cantidad util	Costos por unidad
Yuca	Arroba	\$ 36.000	25	\$ 1.440
Bolsa	Paquetes	\$ 80	1	\$ 80
Etiqueta	Metro	\$ 225	1	\$ 225
	<b>Total</b>			\$ 1.745
Productos		40		

Catibia	Unidad de compra	Costos	Cantidad util	Costos por unidad
Catibia	Arroba	\$ 27.000	25	\$ 1.080
Bolsa	Paquetes	\$ 70	1	\$ 70
Etiqueta	Metro	\$ 225	1	\$ 225
	<b>Total</b>			\$ 1.375
Productos		30		
Costo mensual				\$ 41.250

## Anexo 6. Amortización

VALOR CREDITO	22.250.000
TASA	13%
PLAZO	5

	Interes	Capital	22.250.000
1	-\$6.325.999	\$2.892.500	-\$3.433.499
2	-\$6.325.999	\$2.446.145	-\$3.879.853
3	-\$6.325.999	\$1.941.764	-\$4.384.234
4	-\$6.325.999	\$1.371.814	-\$4.954.185
5	-\$6.325.999	\$727.770	-\$5.598.229
		\$9.379.993	-\$22.250.000

## Anexo 7 Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
PERIODOS	2022	2023	2024	2025	2026
<b>Ingresos Operacionales</b>	\$ 118.918.958	\$ 132.927.612	\$ 148.586.484	\$ 166.089.972	\$ 185.655.371
Ventas	\$ 118.918.958	\$ 132.927.612	\$ 148.586.484	\$ 166.089.972	\$ 185.655.371
<b>Menos Costo de producción</b>	\$ 91.623.564	\$ 94.595.215	\$ 97.664.385	\$ 100.148.036	\$ 104.108.328
Costo de Materia Prima	\$ 42.662.324	\$ 44.155.505	\$ 45.700.948	\$ 46.614.209	\$ 48.955.998
Costo de Mano de Obra	\$ 38.311.240	\$ 39.396.725	\$ 40.512.966	\$ 41.660.833	\$ 42.841.224
CIF	\$ 10.650.000	\$ 11.042.985	\$ 11.450.471	\$ 11.872.994	\$ 12.311.107
<b>Margen Contribución bruto</b>	\$ 27.295.394	\$ 38.332.396	\$ 50.922.099	\$ 65.941.936	\$ 81.547.043
<b>Menos Gastos Operacionales</b>	\$ 24.381.596	\$ 25.117.177	\$ 25.875.252	\$ 26.656.518	\$ 27.461.696
Nomima Gerente y Auxiliar	\$ 19.155.620	\$ 19.698.363	\$ 20.256.483	\$ 20.830.417	\$ 21.420.612
Publicidad	\$ 2.488.560	\$ 2.580.388	\$ 2.675.604	\$ 2.774.334	\$ 2.876.707
Arriendo	\$ 1.244.280	\$ 1.290.194	\$ 1.337.802	\$ 1.387.167	\$ 1.438.353
Servicios	\$ 1.493.136	\$ 1.548.233	\$ 1.605.363	\$ 1.664.600	\$ 1.726.024
Gasto Depreciación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	\$ 2.913.798	\$ 13.215.219	\$ 25.046.848	\$ 39.285.418	\$ 54.085.346
Gastos Financieros	\$ 2.892.500	\$ 2.446.145	\$ 1.941.764	\$ 1.371.814	\$ 727.770
Impuestos 35%	\$ 7.454	\$ 3.769.176	\$ 8.086.779	\$ 13.269.762	\$ 18.675.152
<b>Utilidad Neta</b>	\$ 13.844	\$ 6.999.898	\$ 15.018.304	\$ 24.643.843	\$ 34.682.425
<b>Utilidad Acumulada</b>		\$ 13.844	\$ 7.013.742	\$ 22.032.046	\$ 46.675.889

## Anexo 8. Estado de Situación Financiera

Estado de Situación Financiera AÑO 2026					
ACTIVOS			PASIVOS		
Corriente			Corriente		
Caja	\$ 103.356.127	Proveedores	\$ -		
Inventario	\$ -	Cuentas por pagar	\$ -		
Cuentas por cobrar	\$ -	Impuestos por pagar	\$ -		
<b>Total Activo Corriente</b>	\$ 103.356.127	<b>Total Pasivo Corriente</b>	\$ -		
Activo No corriente			Pasivo No corriente		
Maquinaria	\$ 14.935.990	Cuentas por pagar	\$ 18.675.152		
Muebles y Enseres	\$ 3.450.000	<b>Total Pasivo No Corriente</b>	\$ 18.675.152		
Depreciación	-\$ 18.385.990				
Registro Invima	\$ 5.000.000	<b>TOTAL PASIVO</b>	\$ 18.675.152		
<b>Total Activo No Corriente</b>	\$ 5.000.000	<b>PATRIMONIO</b>			
<b>TOTAL ACTIVO</b>	\$ 108.356.127	Capital aportado	\$ 8.322.661		
		Utilidades retenidas	\$ 46.675.889		
		Utilidades del ejercicio	\$ 34.682.425		
		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 89.680.975		
		<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	\$ 108.356.127		