

ANEXOS

| | |
|---|----|
| Anexo 1. Mayores Países Productores, exportadores y consumidores | 3 |
| Anexo 2. Porcentaje por países de consumo por año | 3 |
| Anexo 3. Líderes en canales de venta | 3 |
| Anexo 4. Las preferencias en el consumo de queso por regiones en Colombia (Figura realizada por el autor) | 4 |
| Anexo 5. Tipos de queso en Colombia | 4 |
| Anexo 6. Producción y acopio de leche en Colombia | 5 |
| Anexo 7. <i>Producción del sector ganadero</i> | 5 |
| Anexo 8. Comercialización nacional de productos lácteos – Marcas que más compran los colombianos | 6 |
| Anexo 9. Cadena de Lácteos: Evolución del tamaño empresarial (2002-2012) ^a | 6 |
| Anexo 10. Tendencias en el consumo de lácteos en Colombia..... | 7 |
| Anexo 11. Consumo de los principales productos lácteos..... | 7 |
| Anexo 12. Participación en el consumo de leche en polvo – Participación en el consumo de quesos..... | 7 |
| Anexo 13. Estudio de precio de mercado del queso doble crema. | 8 |
| Anexo 14. Estudio de precio de mercado del queso doble crema o mozzarella marca propia. | 9 |
| Anexo 15. Proyección de ventas para Alpina (Comparación) | 9 |
| Anexo 16. Margen de ventas para Alpina año 2014..... | 9 |
| Anexo 17. Margen de Rentabilidad para Alpina año 2014..... | 10 |
| Anexo 18. Ventas vs Rentabilidad operacional para Alpina 2014..... | 10 |
| Anexo 19. Proyección de ventas para Alquería año 2014 | 10 |
| Anexo 20. Margen de Rentabilidad para Alquería año 2014..... | 11 |
| Anexo 21. Rentabilidad Operacional Alquería | 11 |
| Anexo 22. Ventas vs Rentabilidad operacional para Alquería 2014 | 11 |
| Anexo 23. Montaje de una Planta de quesos doble crema:..... | 12 |
| Anexo 24. Factores condicionantes. | 14 |
| Anexo 25. Resultado seleccionamos a Cundinamarca para nuestro proyecto | 14 |
| Anexo 26. Imagen de Google Maps. Inicio de Ruta por vía terciaria destapada desde el municipio de Sutatausa hasta la vereda El Hato en recorrido de 8,4 km..... | 15 |
| Anexo 27. Imagen de Google Maps. Ruta destapada por vía terciaria destapada desde la vereda El Hato hasta conectar con la vía Carmen de Carupa – Ubaté con recorrido de 13.9 km. | 15 |
| Anexo 28. Imagen de Google Maps. Ruta pavimentada desde intersección de la por vía terciaria con la vía pavimentada, hasta el municipio de Ubaté, con recorrido de 10.1 km. | 15 |
| Anexo 29. Imagen de Google Maps. Ruta pavimentada desde Ubaté hasta el municipio de Sutatausa, con recorrido de 9.6 km. | 16 |
| Anexo 30. Imagen de Google Maps. Se muestra imagen del predio pensado para iniciar con la implementación del proyecto. | 16 |
| Anexo 31. Imagen de Google Maps. Se muestra imagen en perspectiva del predio pensado para iniciar con la implementación del proyecto, tiene facilidades de parqueo frontal. | 16 |
| Anexo 32. Imagen de Google Maps. Se muestra el punto de ubicación esta sobre la vía principal que comunica a Zipaquirá con Ubaté con calle 4ta, ubicándose a escasos metros de la vía por donde se ingresará para el inicio de la ruta de recolección | 17 |
| Anexo 33. Diagramas de flujo de procesos..... | 18 |

| | |
|---|----|
| Anexo 34. Diagramas de procesos | 20 |
| Anexo 35. Esquema de la distribución de la planta..... | 21 |
| Anexo 36. Calculo del área de la planta de queso doble crema | 21 |
| Anexo 37. Maquinaria y equipos necesarios I | 22 |
| Anexo 38. Logo y Slogan de nuestro producto | 23 |
| Anexo 39. Organigrama de la empresa Quesos ROMA | 23 |
| Anexo 40. Matriz Debilidades – Oportunidades – Fortalezas – Amenazas..... | 24 |
| Anexo 41. Mapa de procesos de la organización | 25 |
| Anexo 42. Escritura de constitución..... | 26 |
| Anexo 43. Presupuesto | 32 |
| Anexo 44. Encuesta y resultado | 34 |
| Anexo 45. Funciones y Perfiles de cargo de cargos de la empresa | 38 |
| Anexo 46. Inversión Inicial..... | 40 |
| Anexo 47. Fuentes de financiación | 41 |
| Anexo 48. Depreciación de activos | 41 |
| Anexo 49. Gastos de personal..... | 42 |
| Anexo 50. Proyección de Balances | 43 |
| Anexo 51. Proyección P y G..... | 44 |
| Anexo 52. Flujo de caja | 45 |

Anexo 1.

Mayores Países Productores, exportadores y consumidores

| Productores mundiales en 2004 ⁷ (miles de toneladas) | | Países exportadores en 2004 ⁸ (valor en dólares USD) | | Mayores consumidores en 2007 ⁹ (kg por habitante) | |
|--|-------|---|-----------|--|------|
|  Estados Unidos | 4.327 |  Francia | 2.715.142 |  Grecia | 37,4 |
|  Alemania | 1.929 |  Alemania | 2.424.575 |  Francia | 23,6 |
|  Francia | 1.827 |  Países Bajos | 2.099.737 |  Malta | 22,5 |
|  Italia | 1.102 |  Italia | 1.384.755 |  Alemania | 20,6 |
|  Países Bajos | 672 |  Dinamarca | 1.123.706 |  Austria | 18,0 |
|  Polonia | 535 |  Australia | 643.575 |  Chipre | 16,6 |
|  Brasil | 470 |  Nueva Zelanda | 631.963 |  Estados Unidos | 14,9 |
|  Egipto | 450 |  Bélgica | 568.794 |  Argentina | 11,1 |
|  Argentina | 398 |  Irlanda | 445.492 |  Australia | 10,4 |
|  Australia | 374 |  Reino Unido | 374.957 |  Reino Unido | 10,1 |

Anexo 2.

Porcentaje por países de consumo por año

| PAIS | PORCENTAJE DE CONSUMO / AÑO |
|----------------|-----------------------------|
| ESTADOS UNIDOS | 16,6 KILOS |
| FRANCIA | 26,3 KILOS |
| ITALIA | 23 KILOS |
| SUIZA | 20 KILOS |
| ARGENTINA | 11 KILOS |
| CHILE | 4 KILOS |
| VENEZUELA | 4 KILOS |

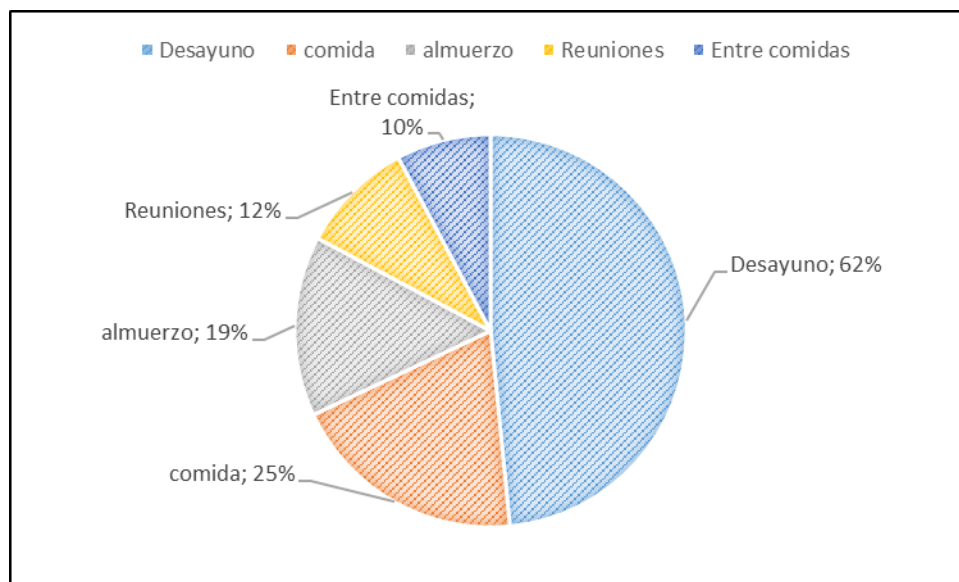
Anexo 3.

Líderes en canales de venta

| QUIEN LIDERA LOS CANALES DE VENTA ? | |
|-------------------------------------|--------------|
| CANAL DE VENTA | PORCENTAJE % |
| CADENAS | 49 % |
| CANALES TRADICIONALES | 41 % |
| CANALES INDEPENDIENTES | 9,3 % |
| DELICATESSEN | 7,8 % |

Anexo 4.

Las preferencias en el consumo de queso por regiones en Colombia (Figura realizada por el autor)



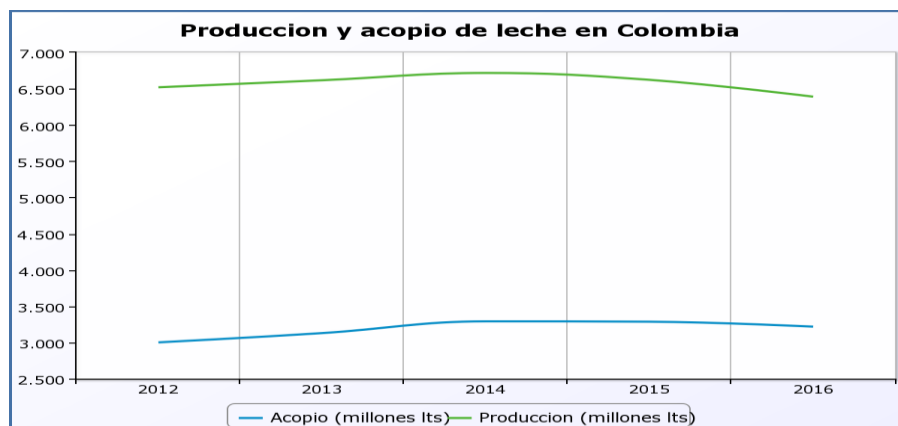
Anexo 5.

Tipos de queso en Colombia



Anexo 6.

Producción y acopio de leche en Colombia



Anexo 7.

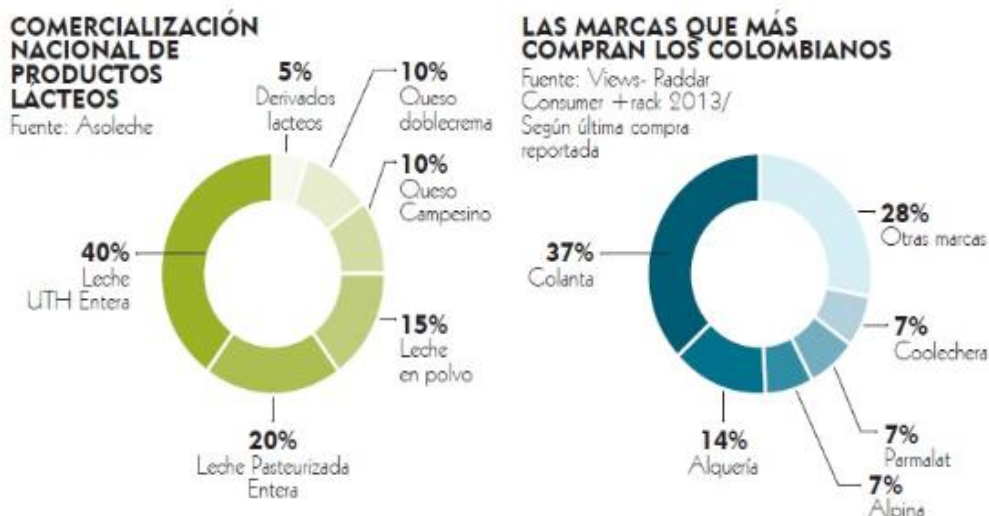
Producción del sector ganadero

| Tabla de Datos | | |
|----------------|---------------------------|-----------------------|
| Fecha | Producción (millones Its) | Acopio (millones Its) |
| 2012 | 6.520 | 3.001 |
| 2013 | 6.617 | 3.129 |
| 2014 | 6.718 | 3.291 |
| 2015 | 6.623 | 3.286 |
| 2016 | 6.391 | 3.218 |

NOTA: Producción del sector ganadero lechero y acopio por parte de la industria transformadora

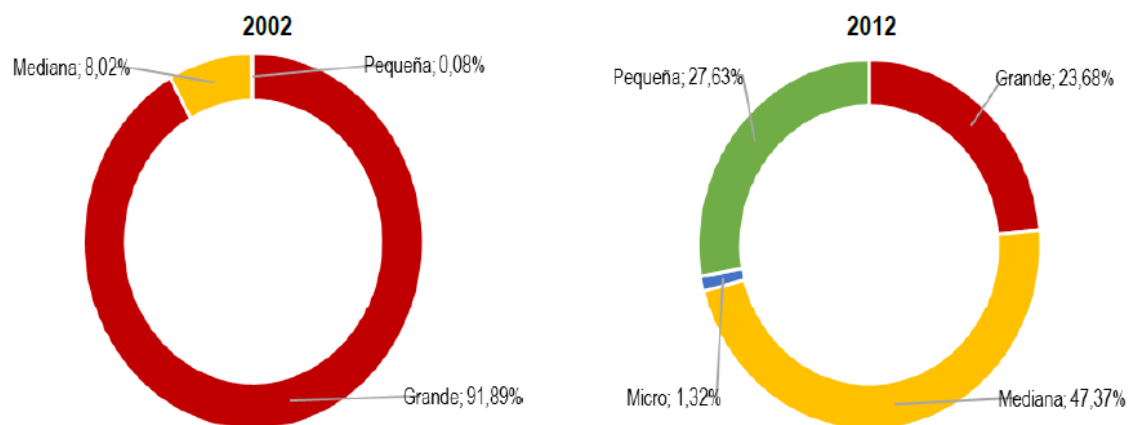
Anexo 8.

Comercialización nacional de productos lácteos – Marcas que más compran los colombianos



Anexo 9.

Cadena de Lácteos: Evolución del tamaño empresarial (2002-2012)^a



a/ La clasificación de tamaño empresarial se realizó con base en la Ley 590 del 2000
 Fuente: Superintendencia de Sociedades. Elaboración Dirección de Estudios Económicos, DNP.

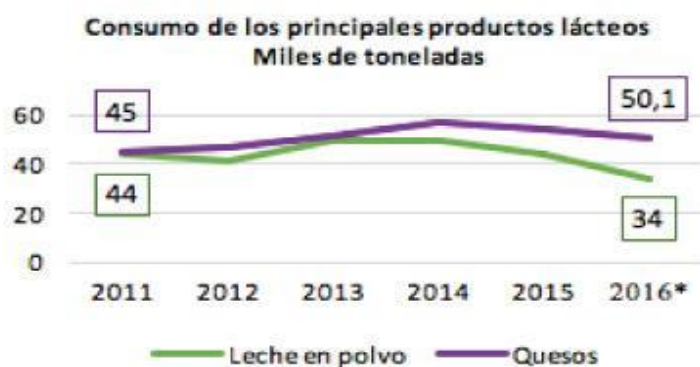
Anexo 10.

Tendencias en el consumo de lácteos en Colombia



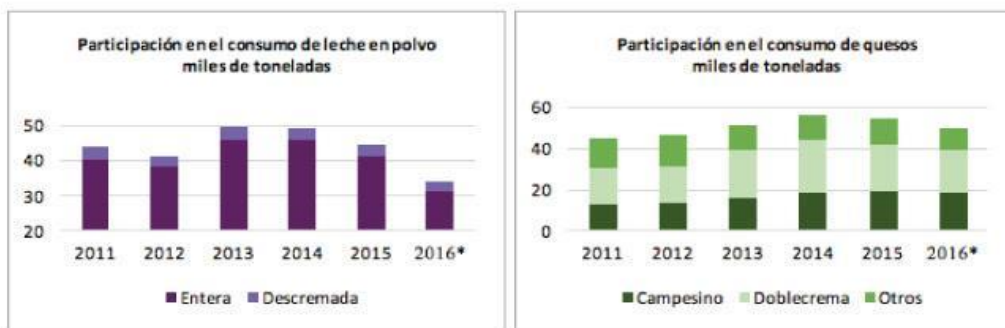
Anexo 11.

Consumo de los principales productos lácteos.



Anexo 12.

Participación en el consumo de leche en polvo – Participación en el consumo de quesos.



Anexo 13.

Estudio de precio de mercado del queso doble crema.

| ESTUDIO DE PRECIO DE MERCADO DEL QUESO DOBLE CREMA O MOZZARELLA | | | | | |
|---|----------------------------------|---------------------|--------------------------|--------------|----------------|
| Supermercado | Estrato de la Zona de Influencia | Marca | Presentación | Precio | Precio / gramo |
| Éxito | 3 y 4 | Colanta | Tajado de 500 gr | \$ 12.500,00 | \$ 25,00 |
| Éxito | 3 y 4 | Éxito | Entero de 1000 gr | \$ 19.500,00 | \$ 19,50 |
| Carulla | 4 y 5 | Pasco | Entero redondo de 450 gr | \$ 13.170,00 | \$ 29,27 |
| Carulla | 4 y 5 | Carulla | Entero redondo de 350 gr | \$ 8.030,00 | \$ 22,94 |
| Carulla | 4 y 5 | Colacteos | Tajado de 250 gr | \$ 6.460,00 | \$ 25,84 |
| Carulla | 4 y 5 | La flor del Caquetá | Tajado de 200 gr | \$ 6.340,00 | \$ 31,70 |
| Olímpica | 3 y 4 | Alpina | Entero de 1000 gr | \$ 22.600,00 | \$ 22,60 |
| Olímpica | 3 y 4 | Colanta | Tajado de 250 gr | \$ 6.600,00 | \$ 26,40 |
| Olímpica | 3 y 4 | Olímpica | Tajado de 450 gr | \$ 7.500,00 | \$ 16,67 |
| Olímpica | 3 y 4 | Medalla de Oro | Tajado de 250 gr | \$ 3.500,00 | \$ 14,00 |

| ESTUDIO DE PRECIO DE MERCADO DEL QUESO DOBLE CREMA O MOZZARELLA | | | | | |
|---|----------------------------------|---------------------|--------------------------|--------------|---------------------|
| Supermercado | Estrato de la Zona de Influencia | Marca | Presentación | Precio | Precio / gramo |
| Éxito | 3 y 4 | Colanta | Tajado de 500 gr | \$ 12.500,00 | \$ 25,00 |
| Carulla | 4 y 5 | Pasco | Entero redondo de 450 gr | \$ 13.170,00 | \$ 29,27 |
| Carulla | 4 y 5 | Carulla | Entero redondo de 350 gr | \$ 8.030,00 | \$ 22,94 |
| Carulla | 4 y 5 | Colácteos | Tajado de 250 gr | \$ 6.460,00 | \$ 25,84 |
| Carulla | 4 y 5 | La flor del Caquetá | Tajado de 200 gr | \$ 6.340,00 | \$ 31,70 |
| Olímpica | 3 y 4 | Alpina | Entero de 1000 gr | \$ 22.600,00 | \$ 22,60 |
| Olímpica | 3 y 4 | Colanta | Tajado de 250 gr | \$ 6.600,00 | \$ 26,40 |
| Precio Promedio por gramo | | | | | \$ 26,25 |
| Precio Promedio por kilogramo | | | | | \$ 26.400,00 |
| Deducible del 10% por utilidad del Supermercado | | | | | \$ 2.640,00 |
| Precio Promedio de Venta del Dueño de la Marca | | | | | \$ 23.760,00 |

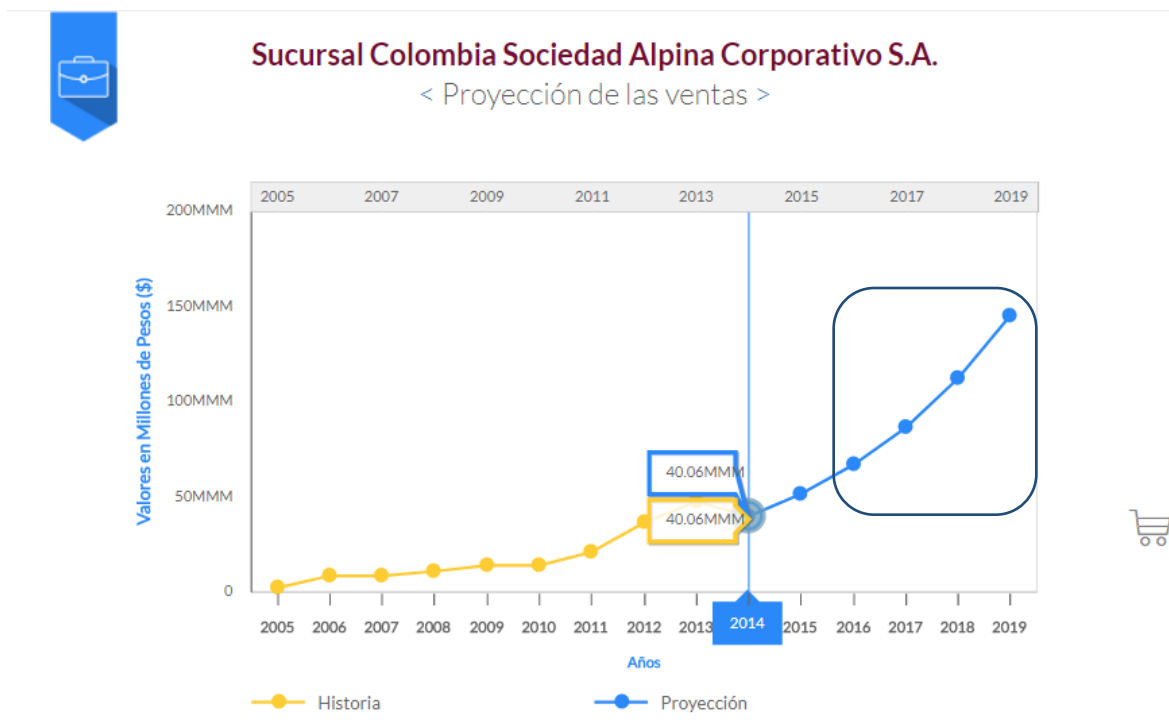
Anexo 14.

Estudio de precio de mercado del queso doble crema o mozzarella marca propia.

| ESTUDIO DE PRECIO DE MERCADO DEL QUESO DOBLE CREMA O MOZZARELLA MARCAS PROPIAS | | | | | |
|--|----------------------------------|----------------|-------------------|--------------|---------------------|
| Supermercado | Estrato de la Zona de Influencia | Marca | Presentación | Precio | Precio / gramo |
| Éxito | 3 y 4 | Éxito | Entero de 1000 gr | \$ 19.500,00 | \$ 19,50 |
| Olímpica | 3 y 4 | Olímpica | Tajado de 450 gr | \$ 7.500,00 | \$ 16,67 |
| Olímpica | 3 y 4 | Medalla de Oro | Tajado de 250 gr | \$ 3.500,00 | \$ 14,00 |
| Precio Promedio por gramo | | | | | \$ 16,72 |
| Precio Promedio por kilogramo | | | | | \$ 16.722,22 |

Anexo 15.

Proyección de ventas para Alpina (Comparación)



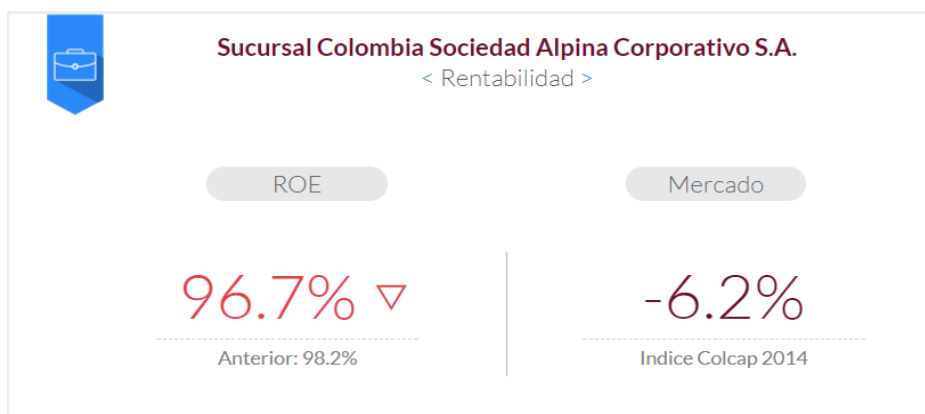
Anexo 16.

Margen de ventas para Alpina año 2014

| Ventas 2014 | Activos | ROI | Margen Oper. | Endeudamiento | Cundinamarca |
|------------------------|-----------------------|-------|--------------|---------------|--------------|
| \$40.1 Mil Millones | \$6.8 Mil Millones | 53.0% | 14.4% | 45.2% | Soco |

Anexo 17.

Margen de Rentabilidad para Alpina año 2014

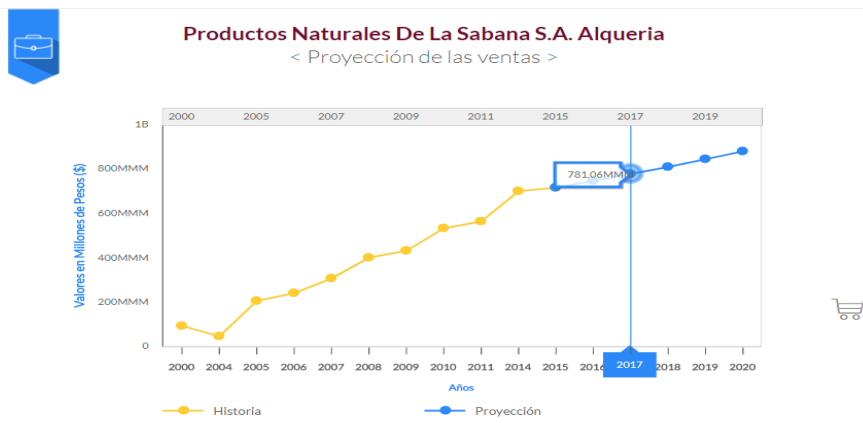


Anexo 18. Ventas vs Rentabilidad operacional para Alpina 2014



Anexo 19.

Proyección de ventas para Alquería año 2014



Anexo 20.

Margen de Rentabilidad para Alquilería año 2014

| Ventas 2015 | Activos | ROI | Margen Oper. | Endeudamiento |
|-------------------------|-------------------------|-------|--------------|---------------|
| \$718.9 Mil Millones | \$609.2 Mil Millones | -3.6% | 2.9% | 73.9% |

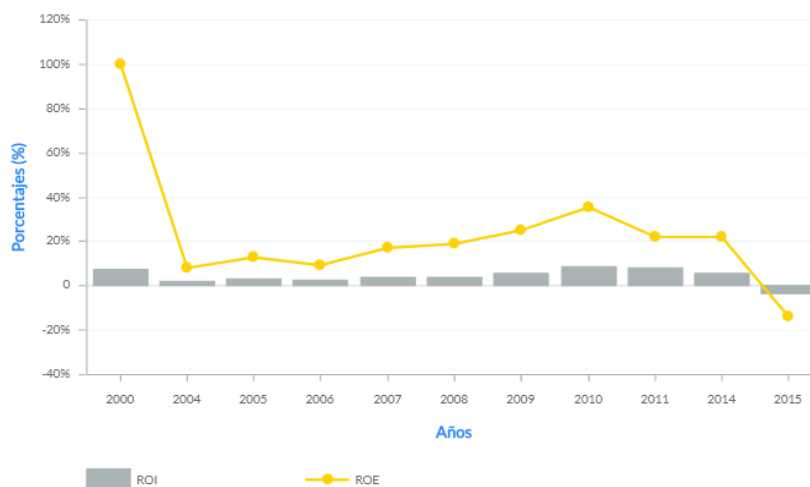
Anexo 21.

Rentabilidad Operacional Alquilería



Productos Naturales De La Sabana S.A. Alquileria

< ROI - ROE >



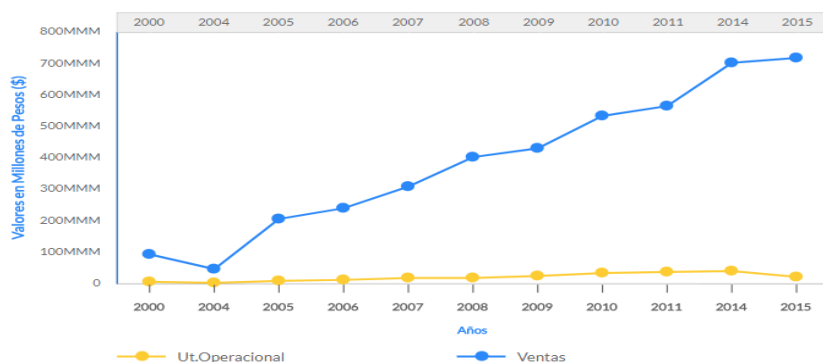
Anexo 22.

Ventas vs Rentabilidad operacional para Alquilería 2014



Productos Naturales De La Sabana S.A. Alquileria

< Ventas Vs. Util. Operacional >



Anexo 23.

Montaje de una Planta de quesos doble crema:

| | |
|---|--|
| <p>F1 Comportamiento y tendencias del mercado</p> | <p>Localización y distribución actual y futura</p> <p>Estudio de la Competencia</p> <p>Distancia y costos de transporte</p> <p>Análisis del precio actual</p> |
| <p>F2 Origen y disponibilidad de MP</p> | <p>Fuentes de MP</p> <p>Disponibilidad actual y futura</p> <p>MP sustitutas</p> <p>Calidad de las MP</p> <p>Distancia y costos de transporte</p> |
| <p>F3 Políticas fiscales y financieras</p> | <p>Impuestos</p> <p>Incentivos fiscales y financieros</p> <p>Políticas de desarrollo empresarial</p> <p>Programas institucionales de apoyo empresarial</p> <p>Reglamentaciones de construcción</p> <p>Normas sobre usos de propiedades</p> |
| <p>F4 Condiciones hidrogeológicas</p> | <p>Nivel de sismicidad de la zona</p> <p>Régimen de pluviosidad</p> <p>Características de los suelos</p> <p>Condiciones de temperatura y humedad</p> |
| <p>F5 Disponibilidad servicios básicos, Comunicaciones</p> | <p>Disponibilidad en cantidad y calidad</p> <p>Regímenes tarifarios</p> <p>Confiabilidad del servicio</p> <p>Acceso a red telefónica y servicio de correo</p> <p>Contaminación ambiental</p> <p>Fuentes alternas de energía</p> |

| | |
|---|--|
| <p>F6 Políticas de control ambiental</p> | <p>Políticas, normas y reglamentos de control ambiental</p> <p>Medios de disposición de efluentes y residuos</p> <p>Sensibilidad de la población (ruido, olor, humo)</p> |
| <p>F7 Infraestructura de transporte</p> | <p>Calidad de vías</p> <p>Calidad y capacidad de las empresas transportadoras</p> <p>Seguridad vial</p> <p>Costos de transporte</p> <p>Analizar tráfico vehicular</p> |
| <p>F8 Disponibilidad MO y Cultura regional</p> | <p>Disponibilidad y calidad de la MO</p> <p>Comportamientos locales de la MO</p> <p>Costos de la MO</p> <p>Mentalidad hacia el desarrollo empresarial</p> <p>Calidad y disponibilidad de centros educativos</p> <p>Actividad cultural</p> <p>Presiones sociales</p> <p>Centros de recreación</p> <p>Sectores económicos preponderantes</p> |
| <p>F9 Servicios complementarios</p> | <p>Financieros</p> <p>Notariales</p> <p>Asesoría Profesional</p> <p>Acceso a capacitación</p> <p>Servicios médicos y hospitalarios</p> <p>Apoyo tecnológico</p> <p>Servicios contra incendios</p> <p>Servicios de Alojamiento</p> <p>Clase y número de instalaciones cubiertas y al aire libre</p> |

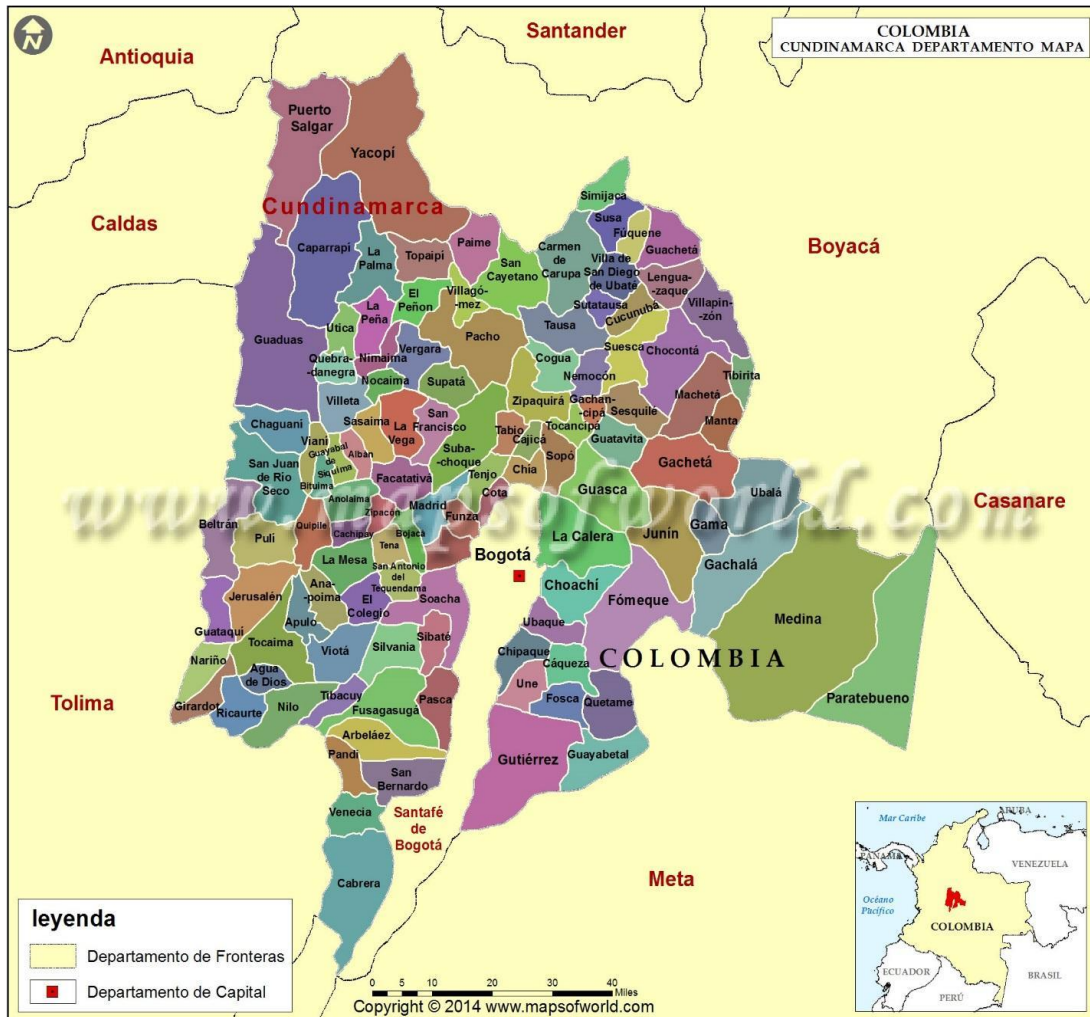
Anexo 24.

Factores condicionantes.

| Alternativas de localización | Factores condicionantes | | | | | | | | | |
|------------------------------|-------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----------|
| | F1 | F2 | F3 | F4 | F5 | F6 | F7 | F8 | F9 | Sumatoria |
| Boyacá | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 28 |
| Cundinamarca | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |

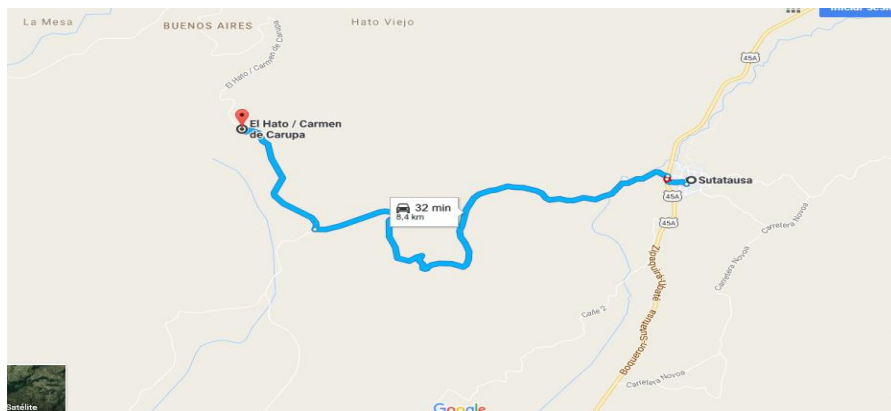
Anexo 25.

Resultado seleccionamos a Cundinamarca para nuestro proyecto



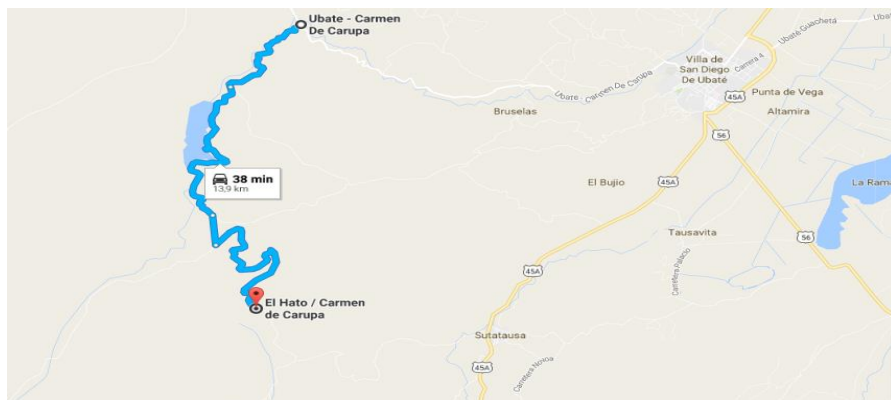
Anexo 26.

Imagen de Google Maps. Inicio de Ruta por vía terciaria destapada desde el municipio de Sutatausa hasta la vereda El Hato en recorrido de 8,4 km



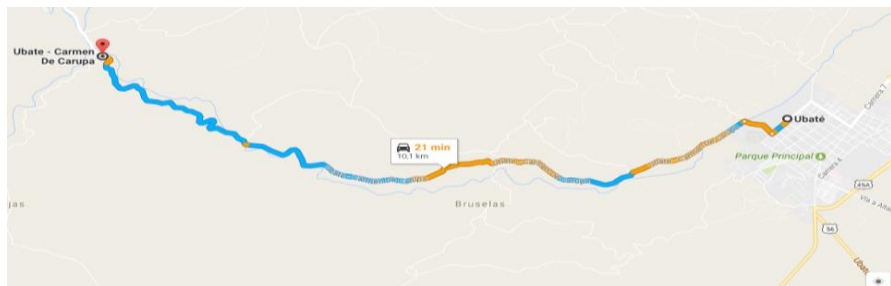
Anexo 27.

Imagen de Google Maps. Ruta destapada por vía terciaria destapada desde la vereda El Hato hasta conectar con la vía Carmen de Carupa – Ubaté con recorrido de 13.9 km.



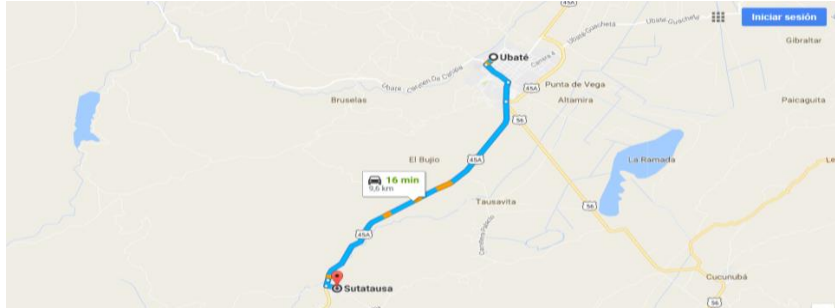
Anexo 28.

Imagen de Google Maps. Ruta pavimentada desde intersección de la por vía terciaria con la vía pavimentada, hasta el municipio de Ubaté, con recorrido de 10.1 km.



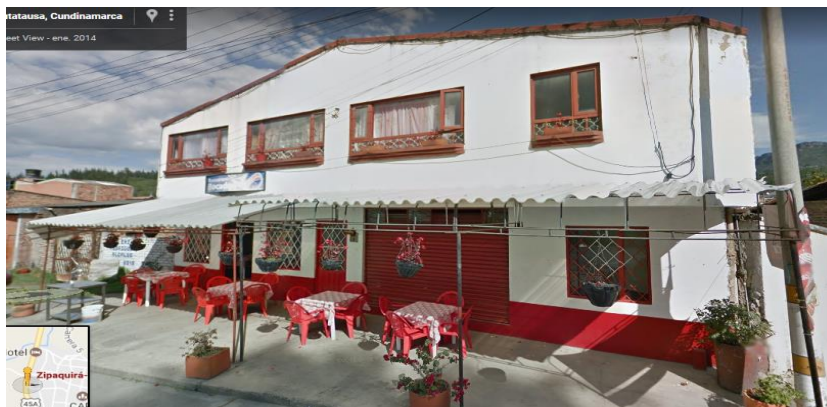
Anexo 29.

Imagen de Google Maps. Ruta pavimentada desde Ubaté hasta el municipio de Sutatausa, con recorrido de 9.6 km.



Anexo 30.

Imagen de Google Maps. Se muestra imagen del predio pensado para iniciar con la implementación del proyecto.



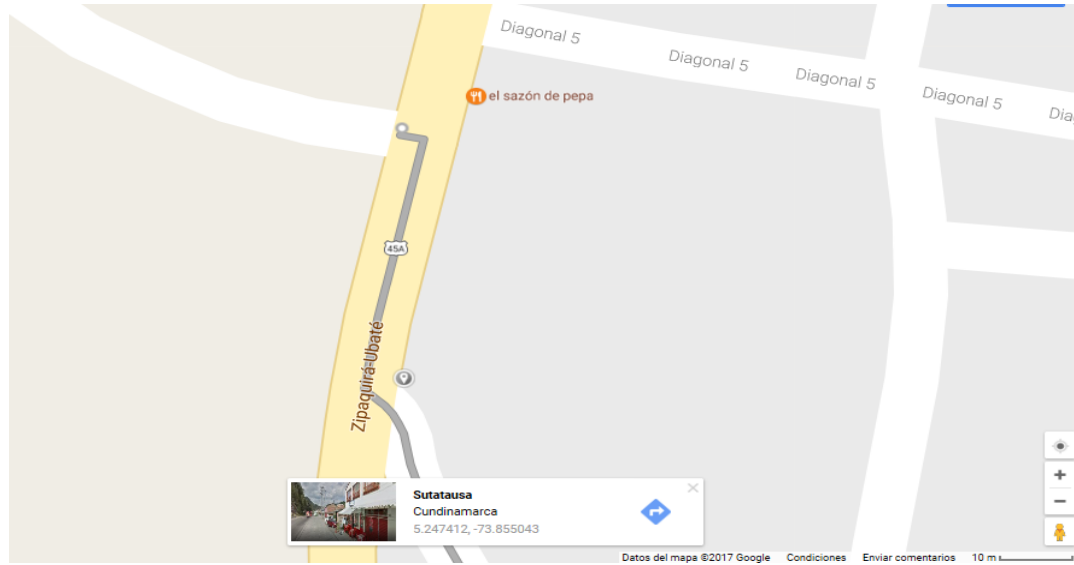
Anexo 31.

Imagen de Google Maps. Se muestra imagen en perspectiva del predio pensado para iniciar con la implementación del proyecto, tiene facilidades de parqueo frontal.



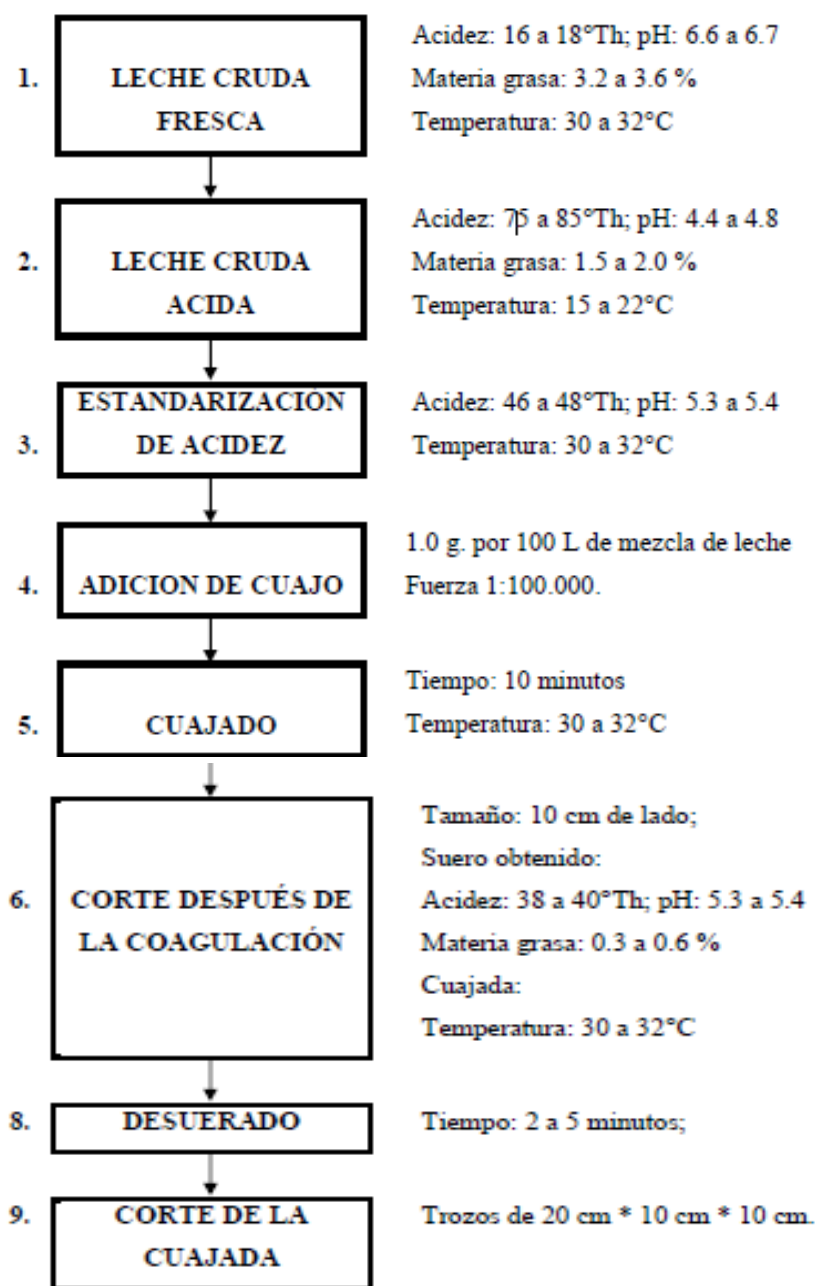
Anexo 32.

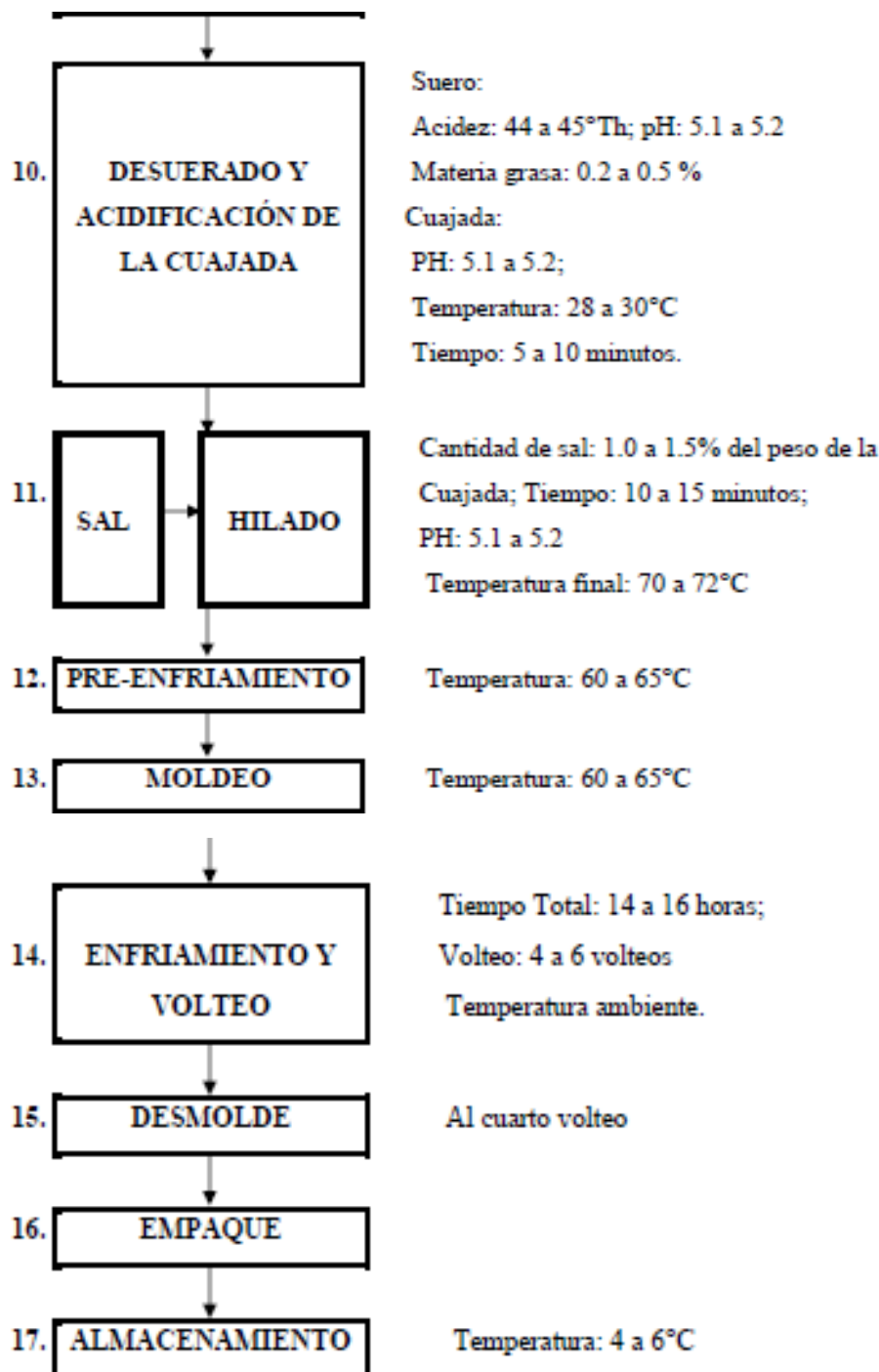
Imagen de Google Maps. Se muestra el punto de ubicación esta sobre la vía principal que comunica a Zipaquirá con Ubaté con calle 4ta, ubicándose a escasos metros de la vía por donde se ingresará para el inicio de la ruta de recolección



Anexo 33. Diagramas de flujo de procesos

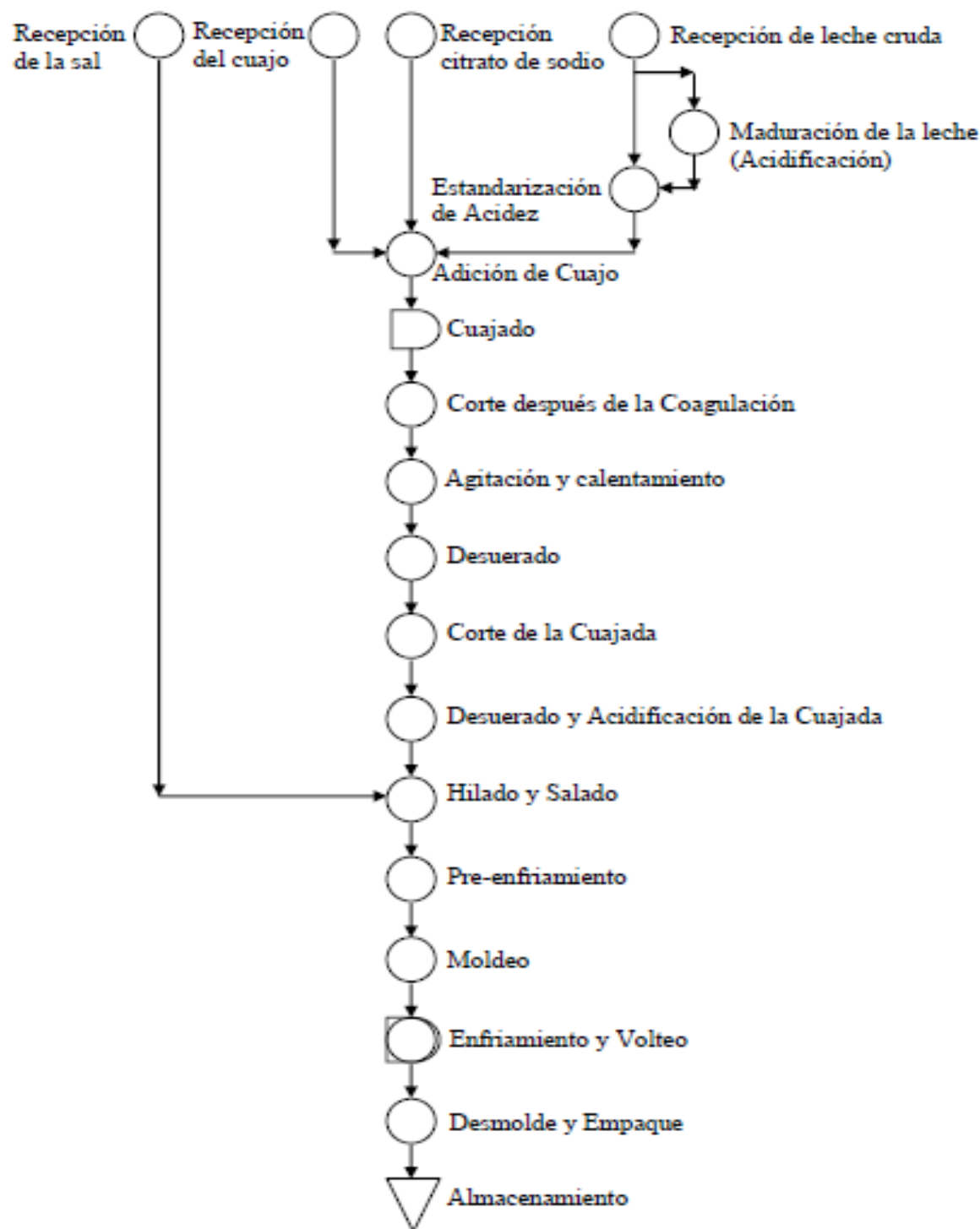
• **DIAGRAMA DE FLUJO**





Anexo 34.

Diagramas de procesos



Anexo 35.

Esquema de la distribución de la planta



Anexo 36.

Calculo del área de la planta de queso doble crema

| DEPARTAMENTO | MAQUINA | AREA(M2) |
|------------------------------|------------------------|--------------|
| Recepción de insumos | | 6.20 |
| Estandarización de la acidez | Tanque con filtro | 1.89 |
| Área de Cuajado | Tina | 8.64 |
| Área de Hilado | Marmita | 4.75 |
| Área de Moldeo | Mesa móvil | 7.03 |
| Área de Empaque | Empaquetadora al vacío | 6.20 |
| TOTAL | | 34.71 |

Anexo 37.

Maquinaria y equipos necesarios I



Balanza



Marmita



Tina Queser

Mesa acero inoxidable



Empacadora al vacío



Lactodensímetro



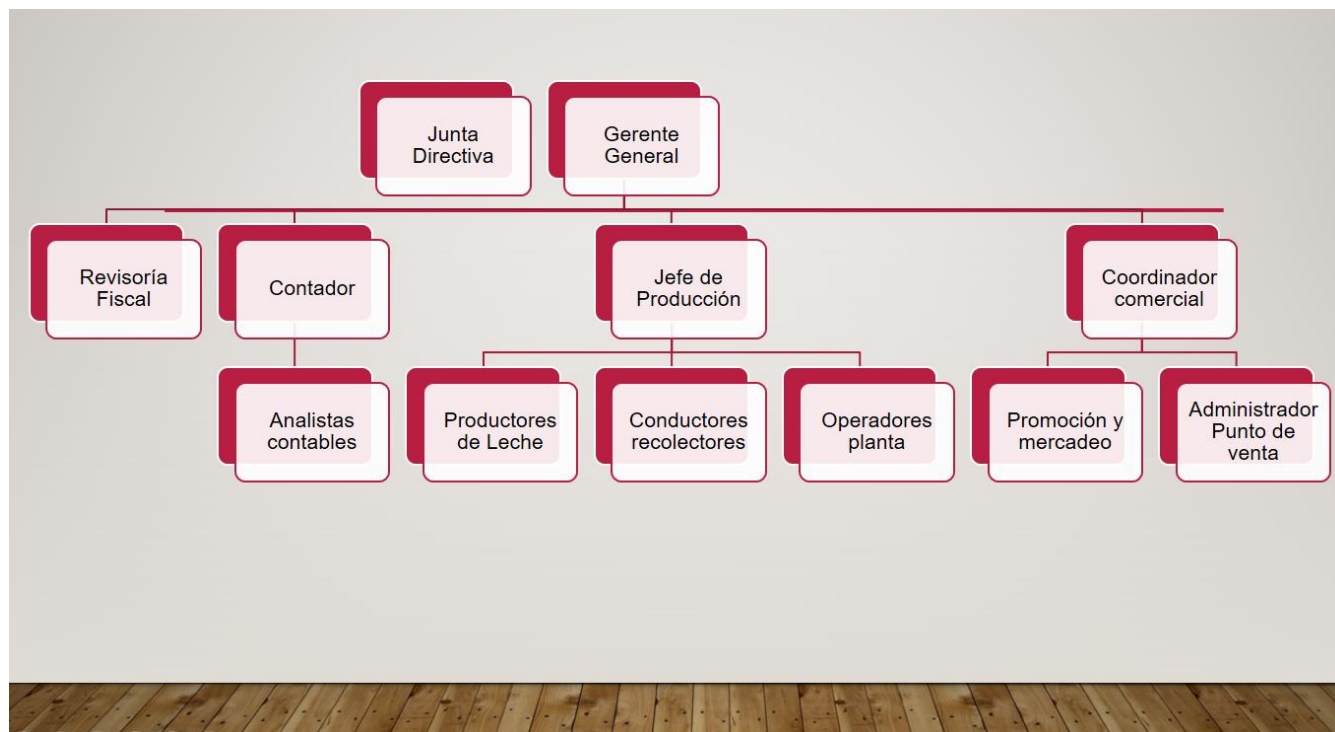
Anexo 38.

Logo y Slogan de nuestro producto



Anexo 39.

Organigrama de la empresa Quesos ROMA



Anexo 40.

Matriz Debilidades – Oportunidades – Fortalezas – Amenazas

| ❖ FORTALEZA | ❖ DEBILIDADES |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Emprendimiento 2. Capacidad de trabajo en equipo 3. Visión empresarial 4. Buen clima organizacional. 5. Reconocimiento y aceptación en el mercado de la calidad del producto. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de equipos modernos para la elaboración del producto. 2. Pocas vías para la recolección de leche. 3. Falta de recursos económicos 4. Acceso limitado a créditos por parte de los mediano y pequeños productores |
| ❖ OPORTUNIDADES | ❖ AMENAZAS |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Ausencia de competencia en la zona 2. Alta producción láctea en la región. 3. Colaboración del Gobierno Municipal. 4. Crecimiento nacional del sector lácteo en Colombia 5. Demanda mundial de Alimentos. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Corrupción moral y política 2. Falta de asistencia técnica para los productores de leche. 3. Malas carreteras 4. Largas distancias a los mercados y centros de comercialización 5. Alto costos de los insumos. |

Anexo 41.

Mapa de procesos de la organización



Anexo 42.

Escritura de constitución

Estatutos Básicos Sociedad por Acciones Simplificada

Por medio del presente documento privado, **Nosotros,**

| NOMBRE | IDENTIFICACIÓN | | | Domicilio |
|--|------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------|
| | Tipo de Identificación | Número | Lugar de Expedición | |
| Henry Alberto Palomo Negrete Francisco Javier Silva Orozco Karen Jaqueline Zuñiga Zuñiga | Cedula de Ciudadanía | 10.781.733 51.907.952 | Montería Barranquilla | |

Manifestamos con la firma de este documento **nuestra** voluntad de constituir una sociedad comercial del tipo: Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), la cual se registrará por los siguientes estatutos:

Capítulo I

Nombre, Nacionalidad, Domicilio, Objeto y Duración de la Sociedad

Artículo 1. Nombre, nacionalidad y domicilio.

La sociedad se denomina **FABRICA DE QUESOS ROMA SAS**. Es una sociedad comercial por acciones simplificada, de nacionalidad colombiana. El domicilio principal de la sociedad es la ciudad de la sociedad podrá crear sucursales, agencias y establecimientos por decisión de su Asamblea General de Accionistas.

Artículo 2. Objeto:

La sociedad puede realizar, en Colombia y en el exterior cualquier actividad lícita, comercial o civil

Artículo 3. Duración.

La sociedad tendrá vigencia indefinida.

Capítulo II

Capital y Acciones

Artículo 4. Capital Autorizado, Suscrito y Pagado

| | |
|--------------------------------------|--------------------------|
| VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES | \$ 1.000 |
| CLASE DE ACCIONES | Nominativas y Ordinarias |
| CAPITAL AUTORIZADO | |
| No. DE ACCIONES | VALOR TOTAL |
| 10.000 | 10.000.000 |
| CAPITAL SUSCRITO | |
| No. DE ACCIONES | VALOR TOTAL |
| 10.000 | 10.000.000 |
| CAPITAL PAGADO | |
| No. DE ACCIONES | VALOR TOTAL |
| 10.000 | 10.000.000 |

Parágrafo. Forma y términos en que se pagará el capital. El saldo del capital suscrito, se pagará en dinero en efectivo dentro de los 24 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento.

ARTÍCULO 5. DERECHOS DERIVADOS DE CADA ACCIÓN.

Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario:

- a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad;
- b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio;
- c) El de negociar las acciones con sujeción a la ley y a los estatutos;
- d) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008; y
- e) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

CAPÍTULO III.

DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN, REPRESENTACIÓN Y REVISORÍA FISCAL DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO 6. ÓRGANOS SOCIALES:

La dirección de la sociedad es ejercida por la Asamblea General de Accionistas o, de modificarse su composición accionaria en tal sentido y de conformidad con la ley, lo será por su único accionista. La administración y representación legal está a cargo del Representante legal.

ARTÍCULO 7. DIRECCIÓN DE LA SOCIEDAD: ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS.

La Asamblea se compone de los accionistas inscritos en el Libro de Registro de Acciones, o de sus representantes o mandatarios reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La asamblea ejerce las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio. La asamblea será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas. En cualquier tipo de reunión, la mayoría decisoria estará conformada por el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente al menos la mitad más una de las acciones presentes. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

ARTÍCULO 8. ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA SOCIEDAD

La administración y representación legal de la sociedad está en cabeza del representante legal, quien tendrá un suplente que podrá reemplazarlo en sus faltas absolutas, temporales o accidentales

La representación legal puede ser ejercida por personas naturales o jurídicas, la Asamblea General de Accionistas, designará a los representantes legales por el período que libremente determine o en forma indefinida, si así lo dispone, y sin perjuicio de que los nombramientos sean revocados libremente en cualquier tiempo.

ARTÍCULO 9. FACULTADES DE LOS REPRESENTANTES LEGALES

Los representantes legales pueden celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad.

ARTÍCULO 10. REVISORÍA FISCAL.

La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

CAPÍTULO IV

ESTADOS FINANCIEROS, RESERVAS Y DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES

ARTÍCULO 11. ESTADOS FINANCIEROS Y DERECHO DE INSPECCIÓN.

La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

ARTÍCULO 12. RESERVA LEGAL:

De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

ARTÍCULO 13. UTILIDADES, RESERVAS Y DIVIDENDOS.

Aprobados los estados financieros de fin de ejercicio, la Asamblea de Accionistas procederá a distribuir las utilidades, disponiendo lo pertinente a reservas y dividendos. La repartición de dividendos se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en efectivo, en las épocas que defina la Asamblea de Accionistas al decretarlo sin exceder de un año para el pago total; si así lo deciden los accionistas en Asamblea, podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad. En este último caso, no serán aplicables los artículos 155 y 455 del Código de Comercio.

CAPÍTULO V

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

ARTÍCULO 14. CAUSALES DE DISOLUCIÓN.

La sociedad se disolverá ante la ocurrencia de cualquiera de las siguientes causales:

Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si los hubiere, a menos que fuera prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.

Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.

Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.

Por las causales previstas en los estatutos.

Por la voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único. Por orden de autoridad competente. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo de cincuenta por ciento del capital suscrito.

ARTÍCULO 15. LIQUIDACIÓN.

Llegado el caso de disolución de la sociedad, se procederá a la liquidación y distribución de los bienes de acuerdo con lo prescrito en la ley en relación con las sociedades de responsabilidad limitada.

ARTÍCULO 16. LIQUIDADOR.

Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrara liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal.

ARTÍCULO 17. SUJECCIÓN A LAS NORMAS LEGALES.

En cuanto al desarrollo y término de la liquidación, el liquidador o los liquidadores se sujetarán a las normas legales vigentes en el momento de efectuarse la liquidación.

CAPÍTULO VI

RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

ARTÍCULO 18. ARBITRAMENTO.

Todas las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, será resuelta por un tribunal arbitral compuesto por en, designados por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá. El tribunal sesionará en el Centro antes mencionado y se sujetará a las tarifas y reglas de procedimiento vigentes en él para el momento en que la solicitud de arbitraje sea presentada.

CAPÍTULO VII

REMISIÓN

ARTÍCULO 19. REMISIÓN NORMATIVA.

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 4 del Código de Comercio y 45 de la ley 1258 de 2008, en lo no previsto en estos estatutos la sociedad se regirá por lo dispuesto en la ley 1258 de 2008; en su defecto, por lo dispuesto en las normas legales aplicables a las sociedades anónimas; y en defecto de éstas, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales previstas en el Título I del libro Segundo del Código de Comercio.

CAPÍTULO VIII

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ARTÍCULO 1. TRANSITORIO. NOMBRAMIENTOS.

Hasta cuando la Asamblea disponga lo contrario, sin perjuicio de las facultades de elección y remoción consagradas en estos estatutos, se hacen los siguientes nombramientos:

Representante Legal

Se designa en este cargo a: **FRANCISCO JAVIER SILVA OROZCO**, identificado con la No. **72.224.447** de Barranquilla

La persona designada como Representante Legal **HENRY ALBERTO PALOMO NEGRETE**, identificado con cédula de ciudadanía No. **19.460.991** de Montería,

Firmas:

FRANCISCO JAVIER SILVA OROZCO

72.224.447 de Barranquilla

Anexo 43.

Presupuesto

| CONCEPTO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------------|--|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Materia prima | 418.608 | 464.376 | 513.135 | 565.052 | 652.950 |
| Mano obra directa | 99.760 | 103.751 | 107.901 | 112.217 | 116.705 |
| Costos indirectos de f | 25.200 | 26.208 | 27.256 | 28.347 | 29.480 |
| Total | 543.568 | 594.334 | 648.292 | 705.616 | 799.135 |
| COSTOS DE VTA PR | 74% | 73% | 72% | 71% | 70% |
| Costo de Vta Promedi | 57% | 57% | 57% | 57% | 57% |
| Costo de compra MP | 57% | | | | |
| Costo de compra MP | 0% | | | | |
| Costo de compra MP | 0% | | | | |
| CONCEPTO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| PRODUCTO/UNIDADES | | | | | |
| Queso Doble Crema p | 86.400 | 92.160 | 97.920 | 103.680 | 115.200 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 86.400 | 92.160 | 97.920 | 103.680 | 115.200 |
| | Incremento porcentual (%) capacidad instalada | | | | |
| Capacidad Instalada C | 115.200 | 80,00% | 85,00% | 90,00% | 100,00% |
| Capacidad Instalada | 0 | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Capacidad Instalada | 0 | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| PRECIO VENTA / ANC | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Queso Doble Crema p | 8,500 | 8,840 | 9,194 | 9,561 | 9,944 |
| 0 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| 0 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| Incremento % precios | 0% | 4% | 4% | 4% | 4% |

| VENTAS TOTALES / | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| Queso Doble Crema p | 734.400 | 814.694 | 900.237 | 991.320 | 1.145.526 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | 734.400 | 814.694 | 900.237 | 991.320 | 1.145.526 |

| | | | | | |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| CRÉDITO A MAS DE 30 DÍAS | 24.480 | 27.156 | 30.008 | 33.044 | 38.184 |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|

| VENTAS TOTALES / | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| CRÉDITO | 24.480 | 27.156 | 30.008 | 33.044 | 38.184 |
| CONTADO | 709.920 | 787.538 | 870.229 | 958.276 | 1.107.341 |
| TOTAL | 734.400 | 814.694 | 900.237 | 991.320 | 1.145.526 |

| POLÍTICA DE VENTA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| CRÉDITO | 24.480 | 27.156 | 30.008 | 33.044 | 38.184 |
| CONTADO | 36.720 | 40.735 | 45.012 | 49.566 | 57.276 |
| TOTAL VTAS MES | 61.200 | 67.891 | 75.020 | 82.610 | 95.460 |
| TOTAL CRÉDITO AÑO | 293.760 | 325.878 | 360.095 | 396.528 | 458.210 |
| TOTAL CONTADO AÑO | 440.640 | 488.817 | 540.142 | 594.792 | 687.315 |
| TOTAL VTAS AÑO | 734.400 | 814.694 | 900.237 | 991.320 | 1.145.526 |

COMPRAS 100%

| CONCEPTO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| inventario inicial | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| compras | 418.608 | 464.376 | 513.135 | 565.052 | 652.950 |
| inventario final | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| costo de ventas | 418.608 | 464.376 | 513.135 | 565.052 | 652.950 |
| % costo de ventas | 57% | 57% | 57% | 57% | 57% |

INVENTARIO INICIAL

0

INCREMENTO DE INVENTARIO

0

DÍAS DE EXISTENCIA VALOR DEL INVENTARIO AL FINAL DE CADA PERIODO

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|---|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| CRÉDITO A MAS DE 30 DÍAS | 12.880 | 14.288 | 15.789 | 17.386 | 20.091 |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|

| COMPRAS TOTALES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| CRÉDITO | 12.880 | 14.288 | 15.789 | 17.386 | 20.091 |
| CONTADO | 405.728 | 450.087 | 497.346 | 547.666 | 632.859 |
| TOTAL | 418.608 | 464.376 | 513.135 | 565.052 | 652.950 |
| CONTADO MES | 405.728 | | | | |

| CA DE COMPRAS ME | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| CRÉDITO | 12.880 | 14.288 | 15.789 | 17.386 | 20.091 |

Anexo 44.

Encuesta y resultado

| Aspectos | Descripción |
|----------------------------|--|
| Cantidad de Encuestados | 64 personas |
| La unidad de análisis | Jefes de hogar y amas de casa con decisión de compra |
| Ciudad | Bogotá 9 localidades |
| Fecha Inicio | 1 ^a de junio |
| Fecha de Finalización | 15 de junio |
| El error de estimación | 5% |
| El tipo de diseño muestral | Varias etapas |
| Tipo de cuestionario | Preguntas abiertas, selección múltiple y cerradas. |
| Tipo de muestreo | Por cuotas |

Preguntas de la Encuesta:

¿Qué tipo de queso consume con mayor frecuencia?

- a) Doble Crema
- b) Campesino
- c) Mozzarella
- d) Paipa

¿Con que frecuencia consume queso?

- a) Diario
- b) Semanal
- c) Quincenal
- d) Mensual

¿Qué cantidad de queso consume semanal?

- a) Menos de 1/2 libra
- b) Entre 1/2 y 1 libra
- c) Entre 1 y 2 libras
- d) Más de 2 libras

¿Qué precio paga por libra?

- a) Entre \$6.000 y \$7.000
- b) Entre \$7.100 y \$8.000
- c) Entre \$8.100 y \$9.000

¿Dónde lo adquiere con mayor frecuencia?

- a) Almacenes de cadena
- b) Tiendas cercanas al lugar de residencia

- c) Panaderías
- d) Expendio de Carnes

¿Al momento de compra que característica es más importante?

- a) Calidad
- b) Precio
- c) Empaque
- d) Marca

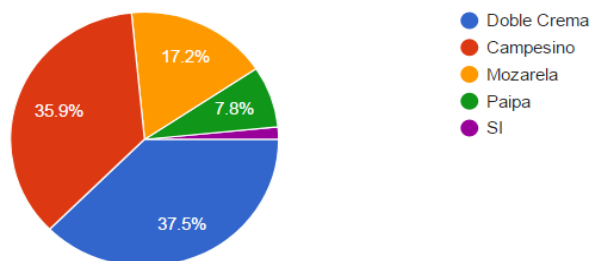
¿En qué localidad de la ciudad vive?

Análisis de la Encuesta:

La encuesta se realizó en la ciudad de Bogotá, a 64 personas con los siguientes resultados:

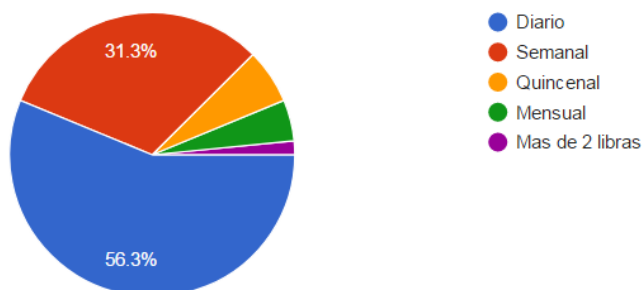
¿Qué tipo de queso consume con mayor frecuencia?

64 responses



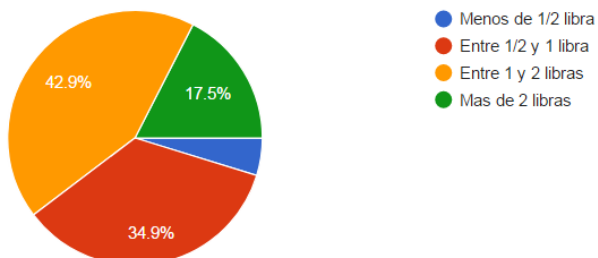
2. ¿Con que frecuencia consume queso?

64 responses



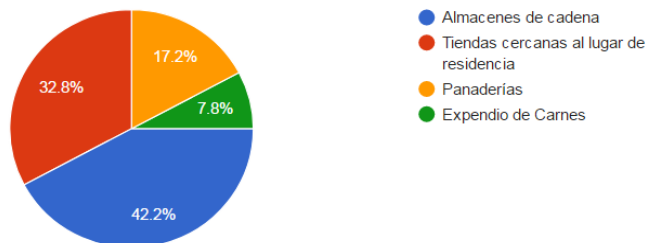
¿Qué cantidad de queso consume semanal?

63 responses



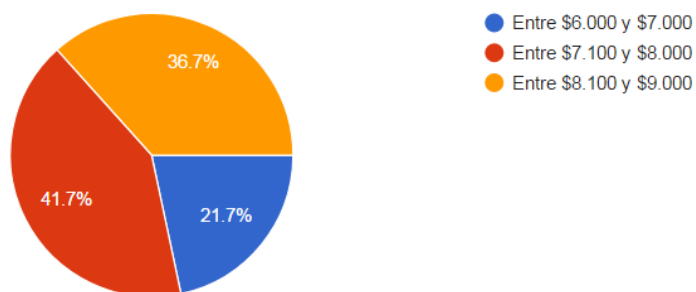
3. ¿Dónde lo adquiere con mayor frecuencia?

64 responses



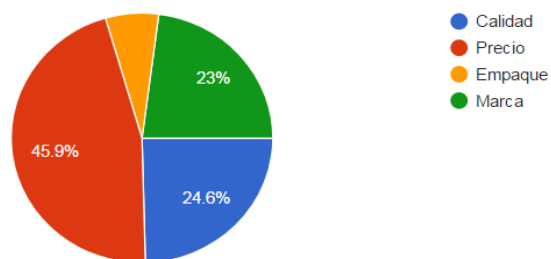
¿Qué precio paga por libra?

60 responses



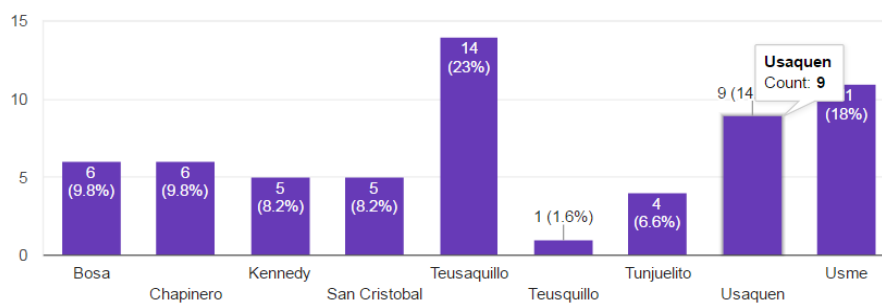
Al momento de compra que característica es más importante?

61 responses



5. ¿En que localidad de la ciudad vive?

61 responses



Anexo 45.

Funciones y Perfiles de cargo de cargos de la empresa

| FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR GENERAL | |
|--|--------------------------|
| CARGO: | ADMINISTRADOR GENERAL |
| CATEGORIA: | ADMINISTRATIVO |
| HORARIO TRABAJO: | LUNES A SABADO 8AM A 4PM |
| OBJETIVOS DEL CARGO | |
| Administrar las áreas operativas, talento humano y de mercados de la Empresa. Aplicar principios administrativos, financieros y de talento humano para resolver problemas; manejar eficientemente los sistemas integrados de producción dentro de parámetros de preservación de recursos medio ambientales. Realizar investigación de mercados que permitan aumentar las ventas y velar por la imagen y el posicionamiento de la empresa. | |
| PERFIL DEL CARGO | |
| Nivel administrativo. Estudios universitarios en Administración de Empresas, Administración de Empresas Agropecuarias, Ingeniería de Producción Agroindustrial. | |
| FUNCIONES DEL CARGO | |
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ Administrar las áreas de producción, talento humano, financiera y de mercados de la empresa. ❖ Analizar e interpretar los registros de producción, registros financieros ❖ Ejercer la representación legal de la Empresa ❖ Aplicar principios administrativos, financieros y humanísticos para resolver problemas. ❖ Velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones legales de la empresa. ❖ Estar en permanente contacto con los proveedores para responder a esta cualquiera inquietud que se pudiese presentar en cuanto a la parte productiva o administrativa. ❖ Estructurar planes comerciales y liderar equipo comercial de la compañía. | |

| FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR DE PUNTO DE VENTA | |
|---|---------------------------------|
| CARGO: | ADMINISTRADOR DE PUNTO DE VENTA |
| CATEGORIA: | ADMINISTRATIVO |
| HORARIO TRABAJO: | LUNES A SABADO 8AM A 6PM |
| OBJETIVOS DEL CARGO | |
| Formular las estrategias de marketing. Realizar investigación de mercados que permitan aumentar las ventas y velar por la imagen y el posicionamiento de la empresa. Administrar el punto de ventas en Bogotá. | |
| PERFIL DEL CARGO | |
| Nivel Administrativo. Estudios Universitarios en Mercadeo y publicidad, Mercadotecnia y afines. | |
| FUNCIONES DEL CARGO | |
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ Desarrollo e implementación de la estrategia de distribución. ❖ Desarrollo e implementación de la estrategia de posicionamiento y comunicación de la marca. ❖ Diseñar las estrategias de innovación y el lanzamiento de nuevos productos y empaques. ❖ Estructurar planes comerciales y liderar equipo comercial de la compañía. ❖ Fortalecer las relaciones con los clientes. ❖ Participar en el desarrollo de la estrategia de servicio. | |

| FUNCIONES DEL JEFE DE PRODUCCIÓN | |
|---|----------------------------|
| CARGO: | JEFE DE PRODUCCIÓN |
| CATEGORIA: | ADMINISTRATIVO |
| HORARIO TRABAJO: | LUNES A SABADO DE 8 A 6 PM |
| OBJETIVOS DEL CARGO | |

La planeación y ejecución de todo el proceso de producción de la planta y la gestión de la calidad del producto. Es el enlace de la empresa con los proveedores de la materia prima y participa de las negociaciones con nuevos allegados.

PERFIL DEL CARGO

Nivel Administrativo. Estudios Universitarios en Ingeniería Industrial, Ingeniería de Producción Agroindustrial

FUNCIONES DEL CARGO

- ❖ Vigilar que el estado y la cantidad de la materia prima sean los necesarios para unas óptimas líneas de producción
- ❖ Manejo de inventarios
- ❖ Pronóstico de la producción con base en los reportes de ventas
- ❖ Gestión de calidad, en el proceso productivo.
- ❖ Liderar la Logística de Producción
- ❖ Diseñar los procesos del área y hacer las modificaciones que sean pertinentes a fin de incrementar la producción.
- ❖ Manejo de personal a cargo
- ❖ Desarrollo de BPM

FUNCIONES DEL CONTADOR

| | |
|-------------------------|-----------------------------|
| CARGO: | CONTADOR |
| CATEGORIA: | ADMINISTRATIVO |
| HORARIO TRABAJO: | LUNES A VIERNES DE 8 A 6 PM |

OBJETIVOS DEL CARGO

Establecer de manera sencilla y puntual toda la información financiera en los períodos reglamentarios a fin de agilizar la planificación de las otras áreas

PERFIL DEL CARGO

Nivel Administrativo. Estudios Universitarios en Economía, Finanzas y Administración, Contabilidad Financiera, Contaduría.

FUNCIONES DEL CARGO

- ❖ Elaborar y revisar las cuentas de la empresa, entregando así oportunamente a final de año el balance general y el estado de pérdidas y ganancias.
- ❖ Realizar conciliaciones bancarias
- ❖ Elaborar el flujo de caja necesario para el desarrollo de la empresa a corto, mediano y largo plazo y actualizarlos cuando se requiera.
- ❖ Realizar informes financieros
- ❖ Demás funciones que le sean asignadas
- ❖ Realizar proyecciones financieras
- ❖ Planear y gestionar la consecución de créditos requeridos para el desarrollo de las operaciones de la compañía y buscar permanentemente las mejores alternativas de refinanciación de estos créditos.

FUNCIONES DEL CONDUCTOR

| | |
|-------------------------|----------------------------|
| CARGO: | CONDUCTOR |
| CATEGORIA: | OPERATIVO |
| HORARIO TRABAJO: | LUNES A SABADO DE 8 A 6 PM |

OBJETIVOS DEL CARGO

Velar por el buen desempeño en el transporte y la distribución del producto, ya sea desde la planta de producción hasta el punto de venta o viceversa

PERFIL DEL CARGO

Bachiller. Con licencia de conducción de 5ª. Categoría y experiencia de 3 años. Técnico mecánico del Sena o afines

FUNCIONES DEL CARGO

- ❖ El transporte del queso desde la planta de producción hasta el punto de venta en Bogotá.
- ❖ Distribución del queso en Bogotá a los clientes y transporte de insumos Bogotá
- ❖ Oficios varios, mensajería.

Anexo 46.

Inversión Inicial

Inicio

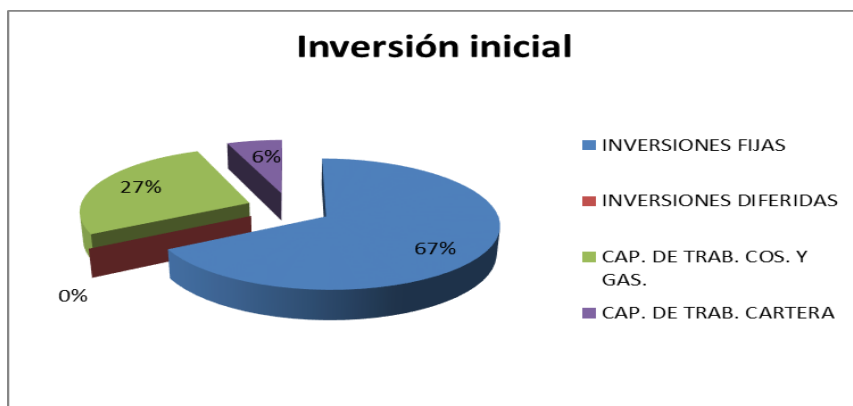
QUESOS ROMA S.A.S.

INVERSIÓN INICIAL

En Años
EN MILES (\$000)

| CALCULO CAPITAL DE TRABAJO | |
|---|----------------|
| Gastos de Nomina | 147.319 |
| Gastos Generales | 77.386 |
| TOTAL | 224.704 |
| COMPRA INSUMOS | 418.608 |
| Imprevistos 3% | 19.299 |
| TOTAL GASTOS Y COSTOS REQUERIDOS | 662.612 |
| TOTAL GASTOS Y COSTOS DIARIOS | 1.841 |
| TOTAL DÍAS PARA CAPITAL DE TRABAJO | 30 |
| TOTAL CAPITAL DE TRABAJO REQUERIDO | 55.218 |
| DÍAS PARA CAPITAL DE TRABAJO CARTERA | 15 |
| VENTAS A CRÉDITO DIARIAS | 816 |

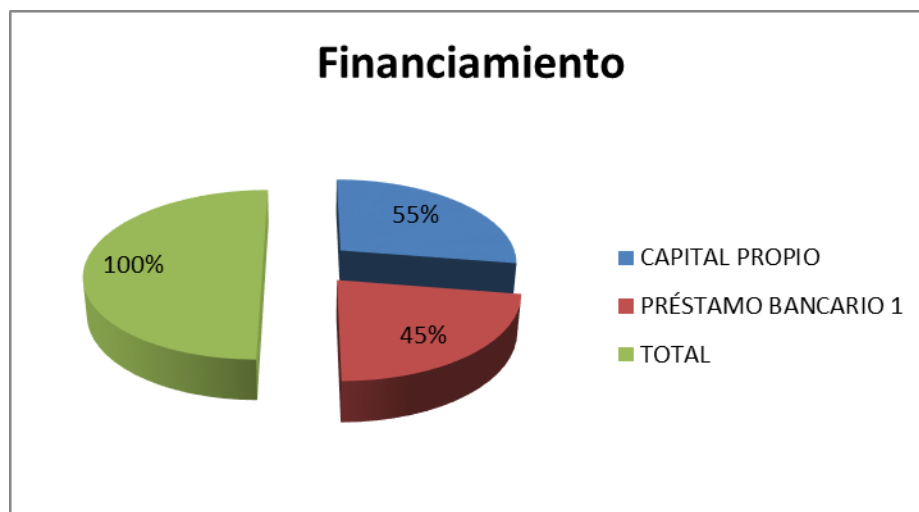
| VALOR INVERSIÓN INICIAL | | RECUPERACIÓN INVERSIÓN | |
|--------------------------------|----------------|------------------------|----------------|
| | | % | VALOR |
| INVERSIONES FIJAS | 137.229 | 100% | 137.229 |
| INVERSIONES DIFERIDAS | 0 | 0% | 0 |
| CAP. DE TRAB. COS. Y GAS. | 55.218 | 100% | 55.218 |
| CAP. DE TRAB. CARTERA | 12.240 | 100% | 12.240 |
| TOTAL INVERSIÓN INICIAL | 204.687 | | 204.687 |



Anexo 47.

Fuentes de financiación

| FUENTES DE FINANCIACIÓN | % PARTIC. | VALOR INVERSIÓN |
|-------------------------|-------------|-----------------|
| CAPITAL PROPIO | 55% | 112.578 |
| PRÉSTAMO BANCARIO 1 | 45% | 92.109 |
| PRÉSTAMO BANCARIO 2 | 0% | 0 |
| PRÉSTAMO BANCARIO 3 | 0% | 0 |
| TOTAL | 100% | 204.687 |



Anexo 48.

Depreciación de activos

| ACTIVO | Vida útil | INVER INICIAL | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------|-----------|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| INVERSIONES FIJAS | | | | | | | |
| Equipos mayores | 0 | 79.270 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Equipos menores | 5 | 13.409 | 2.682 | 2.682 | 2.682 | 2.682 | 2.682 |
| Muebles de oficina | 5 | 3.550 | 710 | 710 | 710 | 710 | 710 |
| Vehículo (Carro) | 10 | 35.000 | 3.500 | 3.500 | 3.500 | 3.500 | 3.500 |
| Vehículo (Moto) | 5 | 6.000 | 1.200 | 1.200 | 1.200 | 1.200 | 1.200 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | | 137.229 | 8.092 | 8.092 | 8.092 | 8.092 | 8.092 |

Anexo 49.
Gastos de personal

| ADMINISTRATIVOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Sueldos | 35.226 | 36.635 | 38.100 | 39.624 | 41.209 |
| Prestaciones sociales | 7.381 | 7.676 | 7.983 | 8.303 | 8.635 |
| Aportes fiscales | 10.575 | 10.998 | 11.438 | 11.896 | 12.372 |
| TOTAL | 53.182 | 55.309 | 57.522 | 59.823 | 62.216 |

| VENTAS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Sueldos | 12.000 | 12.480 | 12.979 | 13.498 | 14.038 |
| Prestaciones sociales | 2.514 | 2.615 | 2.720 | 2.828 | 2.942 |
| Aportes fiscales | 3.603 | 3.747 | 3.897 | 4.052 | 4.215 |
| TOTAL | 18.117 | 18.842 | 19.595 | 20.379 | 21.194 |

| PRODUCCIÓN | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Sueldos | 66.077 | 68.720 | 71.469 | 74.328 | 77.301 |
| Prestaciones sociales | 13.845 | 14.399 | 14.975 | 15.574 | 16.197 |
| Aportes fiscales | 19.838 | 20.631 | 21.456 | 22.315 | 23.207 |
| TOTAL | 99.760 | 103.751 | 107.901 | 112.217 | 116.705 |

| TOTAL GASTOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 171.059 | 177.902 | 185.018 | 192.419 | 200.115 |

| | | | | |
|-------------------------|----|----|----|----|
| Incremento % año | 4% | 4% | 4% | 4% |
|-------------------------|----|----|----|----|

SENSIBILIDAD

| COSTOS MANO DE OBRA DIREC | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 7% | 6.983 | 7.263 | 7.553 | 7.855 | 8.169 |

Anexo 51.

Proyección P y G

| Concepto | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| Ventas estimadas | | | | | |
| Ingresos por ventas | 734.400 | 814.694 | 900.237 | 991.320 | 1.145.526 |
| TOTAL VENTAS | 734.400 | 814.694 | 900.237 | 991.320 | 1.145.526 |
| Costo de ventas | 543.568 | 594.334 | 648.292 | 705.616 | 799.135 |
| UTILIDAD BRUTA | 190.832 | 220.360 | 251.945 | 285.704 | 346.390 |
| Gastos administrativos | | | | | |
| Nomina | 35.226 | 36.635 | 38.100 | 39.624 | 41.209 |
| Aportes sociales | 17.956 | 18.675 | 19.422 | 20.199 | 21.007 |
| Total gasto de personal | 53.182 | 55.309 | 57.522 | 59.823 | 62.216 |
| Gastos de funcionamiento | 36.586 | 38.049 | 39.571 | 41.154 | 42.800 |
| Impuesto de ICO | 22.032 | 24.441 | 27.007 | 29.740 | 34.366 |
| Depreciación | 8.092 | 8.092 | 8.092 | 8.092 | 8.092 |
| Amortización | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Gasto de intereses | 6.941 | 5.624 | 4.195 | 2.645 | 963 |
| Total gastos administrativos | 126.833 | 131.515 | 136.387 | 141.453 | 148.437 |
| Gastos de ventas | | | | | |
| Nomina | 12.000 | 12.480 | 12.979 | 13.498 | 14.038 |
| Aportes sociales | 6.117 | 6.362 | 6.616 | 6.881 | 7.156 |
| Total gasto de personal | 18.117 | 18.842 | 19.595 | 20.379 | 21.194 |
| Gastos de ventas | 15.600 | 16.224 | 16.873 | 17.548 | 18.250 |
| Total gastos de ventas | 33.717 | 35.066 | 36.468 | 37.927 | 39.444 |
| Total gastos | 160.550 | 166.581 | 172.855 | 179.380 | 187.881 |
| | 22% | 20% | 19% | 18% | 16% |
| UTILIDAD OPERACIONAL | 30.282 | 53.779 | 79.090 | 106.324 | 158.509 |
| UTILIDAD OPERACIONAL | 30.282 | 53.779 | 79.090 | 106.324 | 158.509 |
| Impuesto de Renta | 7.873 | 13.983 | 20.563 | 27.644 | 41.212 |
| Impuesto Cree y Otros | 2.120 | 3.765 | 5.536 | 7.443 | 11.096 |
| Utilidad después de impuestos | 20.289 | 36.032 | 52.990 | 71.237 | 106.201 |
| Reserva legal | 2.029 | 3.603 | 5.299 | 7.124 | 10.620 |
| Otras Reservas | 203 | 360 | 530 | 712 | 1.062 |
| UTILIDAD NETA | 18.057 | 32.068 | 47.161 | 63.401 | 94.519 |
| IMPUESTO RENTA | 26% | | | | |
| IMPUESTO CREE Y OTROS | 7% | | | | |
| RESERVA LEGAL | 10% | | | | |
| OTRAS RESERVAS | 1% | | | | |

Anexo 52.

Flujo de caja

| CONCEPTO | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Ventas | | 734.400 | 814.694 | 900.237 | 991.320 | 1.145.526 |
| Costo mercancía | 74% | 543.568 | 594.334 | 648.292 | 705.616 | 799.135 |
| Gastos personal | | 71.299 | 74.151 | 77.117 | 80.202 | 83.410 |
| Gasto depreciación | | 8.092 | 8.092 | 8.092 | 8.092 | 8.092 |
| Gasto amortización | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Pago de intereses | | 6.941 | 5.624 | 4.195 | 2.645 | 963 |
| Utilidad Bruta | | 104.500 | 132.493 | 162.541 | 194.766 | 253.925 |
| Gastos de funcionamiento | | 52.186 | 54.273 | 56.444 | 58.702 | 61.050 |
| Utilidad Operacional | | 52.314 | 78.220 | 106.097 | 136.064 | 192.875 |
| Impuestos causados | | 32.025 | 42.188 | 53.107 | 64.827 | 86.674 |
| Impuestos pagados | | 0 | 32.025 | 42.188 | 53.107 | 64.827 |
| Utilidad Neta | | 20.289 | 36.032 | 52.990 | 71.237 | 106.201 |
| Depreciación | | 8.092 | 8.092 | 8.092 | 8.092 | 8.092 |
| Amortización | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Diferencia impuestos | | 32.025 | 10.163 | 10.919 | 11.720 | 21.847 |
| Amortización intereses | | 6.941 | 5.624 | 4.195 | 2.645 | 963 |
| Total flujo de caja | | 67.347 | 59.910 | 76.196 | 93.694 | 137.103 |
| Flujo de inversión | | | | | | |
| Préstamo | 92.109 | | | | | |
| Inversiones fijas | -137.229 | 0 | 0 | 0 | 0 | 137.229 |
| Inversiones diferidas | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Capital de trabajo Costos y | -55.218 | 0 | 0 | 0 | 0 | 55.218 |
| Capital de trabajo Cartera | -12.240 | 0 | 0 | 0 | 0 | 12.240 |
| Total | -112.578 | | | | | 0 |
| Amortización del préstamo | 0 | 15.554 | 16.872 | 18.301 | 19.851 | 21.532 |
| Flujo neto de fondos | -112.578 | 51.792 | 43.039 | 57.895 | 73.843 | 320.258 |
| COSTO DE VENTA EN EJECUCION | | 74% | 73% | 72% | 71% | 70% |
| PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS POR PERIO | | 533.075 | 525.507 | 521.137 | 519.214 | 507.681 |
| MARGEN DE UTILIDAD ESPERADO | | 30% | | | | |
| PUNTO DE EQUILIBRIO MARGEN UTIL ESPER | | 461.727 | 473.800 | 486.160 | 498.802 | 511.718 |

| ANÁLISIS FINANCIERO | | RESULTADO |
|--------------------------------|-------|-----------|
| Tasa Interna de Retorno | (TIR) | 56% |
| Valor Presente Neto | (VPN) | 204.515 |
| Tasa Interna de Oportunidad | (TIO) | 15% |
| Relación Beneficio / Costo | (B/C) | 2,82 |
| Tasa verdadera de Rentabilidad | (TVR) | 41% |