

Comercialización de hoja (penca) de sábila



Estudio de prefactibilidad para crear una empresa dedicada a la comercialización de hoja (penca) de sábila, en los minimercados de la Localidad de Suba, en la ciudad de Bogotá D.C.

Rodolfo Castro Ortegón
Johnny Alejandro Gonzalez Reyes
Carlos Andres Padilla Barbosa

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Rectoría Virtual y a Distancia
Programa Especialización en Gerencia de Proyectos
Noviembre de 2020

Comercialización de hoja (penca) de sábila

Estudio de prefactibilidad para crear una empresa dedicada a la comercialización de hoja (penca) de sábila, en los minimercados de la Localidad de Suba, en la ciudad de Bogotá D.C.

Rodolfo Castro Ortegón
Johnny Alejandro Gonzalez Reyes
Carlos Andres Padilla Barbosa

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en
Gerencia de Proyectos

Asesor(a):
Jhony Alexander Barrera Lievano
Magíster en Dirección Estratégica con Especialidad en Gerencia

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Rectoría Virtual y a Distancia
Programa Especialización en Gerencia de Proyectos
Noviembre de 2020

Contenido

Lista de tablas	8
Lista de figuras.....	9
Lista de anexos.....	10
Resumen.....	11
Abstract.....	12
Introducción	13
1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1 Descripción del problema	14
1.1.1 Árbol de problemas.	15
1.1.2 Análisis del árbol de problemas.	16
2 OBJETIVOS	19
2.1 Objetivo general.....	19
2.2 Objetivos específicos	19
3 JUSTIFICACIÓN	20
4 ESTUDIO DE MERCADO	21
4.1 Descripción del producto	21
4.1.1 Atributos.....	21
4.1.2 Beneficios.....	21
4.1.3 Clasificación.....	22
4.1.4 Asignación de la marca.	22
4.1.5 Presentación	22
4.1.6 Etiquetado.	23
4.1.7 Servicio de apoyo.....	24
4.1.8 Ficha técnica del producto.....	24

Comercialización de hoja (penca) de sábila

4.2	Descripción del sector económico donde se enmarca el proyecto.....	24
4.2.1	Sector y generalidades del sector.....	25
4.2.2	Estadísticas del sector.....	26
4.2.3	Estructura del mercado.....	26
4.3	Estructura del mercado local donde se ubica el proyecto.....	26
4.3.1	Ubicación y zona de influencia.....	26
4.3.2	Mercado proveedor.....	27
4.3.3	Mercado distribuidor.....	27
4.4	Análisis de la oferta.....	28
4.4.1	Factores determinantes de la oferta.....	28
4.4.2	Matriz de competidores.....	28
4.4.3	Identificación de productos sustitutos y productos complementarios.....	28
4.5	Análisis de la demanda.....	29
4.5.1	Mercado objetivo.....	29
4.5.2	Perfil del consumidor.....	29
4.5.3	Proyección de demanda potencial a 10 años.....	29
4.5.4	Proyección de ventas a 10 años.....	30
4.6	Precio.....	31
4.6.1	Precio de venta de la competencia.....	31
4.6.2	Costo de producción unitario.....	31
4.6.3	Costo de producción total.....	32
4.6.4	Precio de venta validado en el mercado (resultados encuesta).....	32
4.6.5	Asignación de precio.....	32
4.6.6	Punto de equilibrio.....	33
4.7	Promoción y distribución.....	36
4.7.1	Canales de comunicación.....	36
4.7.2	Fuerza de ventas.....	36

Comercialización de hoja (penca) de sábila

4.7.3	Estrategia publicitaria.....	37
4.7.4	Canales de distribución.	37
4.8	De la encuesta	37
4.8.1	De la construcción del instrumento	37
4.8.2	De la validación del instrumento.....	38
4.8.3	De la población total y la muestra	38
4.8.4	Resultados	38
4.8.5	Análisis de la información y conclusiones	40
5	ESTUDIO TÉCNICO	41
5.1	Localización del proyecto	41
5.1.1	Macrolocalización	41
5.1.2	Microlocalización.....	42
5.2	Proceso de comercialización.....	44
5.2.1	Descripción del proceso de comercialización.	44
5.2.2	Diagrama de flujo proceso de comercialización.	45
5.2.3	Tecnología para el desarrollo del proyecto.	45
5.2.4	Descripción de personal para el proceso de producción.	45
5.2.5	De la planta.	46
5.2.6	Control de calidad y seguridad industrial.....	47
5.2.7	Resumen de la inversión necesaria para la puesta en marcha.	47
6	ESTUDIO ADMINISTRATIVO – ORGANIZACIONAL	49
6.1	Identificación de la organización	49
6.1.1	Nombre.....	49
6.1.2	Slogan.....	49
6.1.3	Logotipo	49
6.2	Planeación estratégica	49
6.2.1	Misión	50

Comercialización de hoja (penca) de sábila

6.2.2	Visión	50
6.2.3	Valores organizacionales.....	50
6.2.4	Objetivos organizacionales	50
6.2.5	Políticas organizacionales	51
6.3	Estructura organizacional.....	51
6.3.1	Organigrama.....	51
6.3.2	Marco legal de vinculación	51
6.4	Inversión en adecuación administrativa	52
6.5	De la constitución de la sociedad.....	52
6.5.1	Acta de constitución y estatutos de la sociedad	52
6.5.2	Costos de constitución.....	52
6.5.3	Estructura patrimonial.....	53
7	ESTUDIO LEGAL	54
7.1	Legislación que afecta al proyecto por su ubicación.....	54
7.2	Legislación que afecta el desarrollo y/o venta del producto	55
7.3	Legislación que afecta los procesos de contratación y vinculación laboral según el proyecto. 55	
7.4	Legislación tributaria que afecta el proyecto.	55
8	ESTUDIO AMBIENTAL	57
9	ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO	58
9.1	Definición de inversiones diferidas.....	58
9.2	Definición de inversiones fijas.....	58
9.3	Estructura de capital.....	59
9.3.1	Recursos propios	59
9.3.2	Recursos con terceros.....	59
9.4	Proyección de presupuestos a 10 años	59
9.4.1	Presupuesto de ventas.....	59

Comercialización de hoja (penca) de sábila

9.4.2	Presupuesto de comercialización	60
9.4.3	Presupuesto de gastos operacionales, no operacionales e ingresos no operacionales.....	60
9.5	Proyección de estados financieros a 10 años	61
9.5.1	Estado de situación financiera.....	61
9.5.2	Estado de resultados.....	62
9.6	Proyección de flujo de caja a 10 años	63
10	EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	64
10.1	Presentación de indicadores financieros de liquidez y rentabilidad.....	64
10.2	Evaluación financiera - Valor Presente Neto y TIR.....	65
10.2.1	Determinación de la tasa de descuento	65
10.2.2	Cálculo del Valor Presente Neto	65
10.2.3	Cálculo de la Tasa Interna de Retorno	66
11	CONCLUSIONES	67
12	REFERENCIAS.....	69
	Anexo 1 Acta de constitución.....	70
	Anexo 2 Encuesta	76

Lista de tablas

Tabla 1 Ficha técnica de la hoja de sábila.....	24
Tabla 2 Estadísticas de la producción de sábila en el Departamento de Cundinamarca.....	26
Tabla 3 Matriz de precios de materias primas	27
Tabla 4 Matriz de competidores	28
Tabla 5 Proyección demanda sábila 10 años (desde el año 2020)	30
Tabla 6 Proyección de ventas a 10 años (desde el año 2020)	30
Tabla 7 Matriz precio de venta de la competencia.....	31
Tabla 8 Costo de producción unitario	32
Tabla 9 Costo de producción total	32
Tabla 10 Costos fijos anuales	33
Tabla 11 Precio de venta unitario	33
Tabla 12 Costo de producción unitario.....	33
Tabla 13 Cálculos punto de equilibrio método grafico.....	34
Tabla 14 Costo variable unitario.....	34
Tabla 15 Precio de venta unitario	34
Tabla 16 parámetros de elección.....	43
Tabla 17 Opciones de selección de ubicación	44
Tabla 18 Inversión maquinaria	48
Tabla 19 Resumen Inversión	48
Tabla 20 Políticas de impactos ambientales.	57
Tabla 21 Inversiones diferidas	58
Tabla 22 Inversiones fijas	58

Lista de figuras

Figura 1. Árbol de problemas.	15
Figura 2. Logotipo. Fuente: Elaboración propia.	22
Figura 3. Diseño del producto.	22
Figura 4. Empaque de la sábila.	23
Figura 5. Etiquetado del producto.	23
Figura 6. Estructura del sector agrícola. Fuente: Adaptado de Funciónpublica.gov.co (2020)	25
Figura 7. Cadena de distribución.	27
Figura 8. Formula Punto de equilibrio por el método gráfico. Fuente: Adaptado de clase, 2020..	34
Figura 9. Punto de equilibrio por el método gráfico. Fuente: Elaboración propia.	36
Figura 10. Resultado encuesta. Fuente: Elaboración propia.	38
Figura 11. Resultado encuesta. Fuente: Elaboración propia.	39
Figura 12. Resultado encuesta. Fuente: Elaboración propia.	39
Figura 13. Resultado encuesta. Fuente: Elaboración propia.	39
Figura 14. Ubicación de Bogotá D.C. Fuente: Adaptado de Google Maps (2020).	41
Figura 15. Ubicación de la Localidad de Suba. Fuente: Adaptado de Google Maps (2020)	42
Figura 16. Ubicación del proyecto. Fuente: Adaptado de Google Maps (2020).	42
Figura 17. Ubicación de las principales vías de la localidad. Fuente: Adaptado de Google Maps (2020)	43
Figura 18. Diagrama de flujo proceso de comercialización. Fuente: Elaboración propia.	45
Figura 19. Tecnología para el desarrollo del proyecto. Fuente: Homecenter (2020).	45
Figura 20. Distribución de la planta de producción.	46
Figura 21. Organigrama. Fuente: Elaboración propia.	51
Figura 22. Presupuesto de ventas.	60
Figura 23. Presupuesto de comercialización.	60
Figura 24. Presupuesto de gastos operacionales	60
Figura 25. Estado de situación financiera	62
Figura 26. Estado de resultados	63
Figura 27. Proyección de flujo de caja a 10 años.	63
Figura 28. Liquidez.	64
Figura 29. Margen bruto de utilidad	64
Figura 30. Margen neto de utilidad.	65
Figura 31. Valor Presente Neto (VPN)	65
Figura 32. Tasa Interna de Retorno (TIR).	66

Comercialización de hoja (penca) de sábila

Lista de anexos

Anexo N° 1 Acta de constitución

Anexo N° 2 Encuesta

Resumen

Este estudio tiene como propósito determinar la prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de hoja (penca) de sábila, en los minimercados de la Localidad de Suba, en la Ciudad de Bogotá D.C. Se desarrolla un estudio con metodología cuantitativa, de tipo exploratoria; el instrumento de recolección de información a utilizar es la encuesta; se trabaja con una muestra no probabilística, el tipo de muestreo es a conveniencia. Se aplica el instrumento de recolección de datos a una muestra de 200 minimercados de la Localidad de Suba en la ciudad de Bogotá D.C. – Colombia.

En este proyecto se plantearon cinco (5) objetivos específicos dentro de los cuales se tiene contemplado desarrollar el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio administrativo, el estudio económico – financiero y realizar la evaluación financiera con una proyección a 10 años; con el objetivo general de determinar la prefactibilidad para crear una empresa dedicada a la comercialización de hoja (penca) de sábila, en los minimercados de la Localidad de Suba, en la Ciudad de Bogotá D.C.

Finalmente, en la evaluación financiera y frente al objetivo general trazado se determinó, que el proyecto tiene prefactibilidad de acuerdo con los hallazgos registrados en el presente documento, fundamentalmente, en los resultados del Valor Presente Neto (VPN), de la Tasa Interna de Retorno (TIR) y de los indicadores de liquidez y de rentabilidad.

Palabras claves: Empresa – Comercialización – Sábila.

Abstract

The purpose of this study is to determine the prefeasibility for the creation of a company dedicated to the commercialization of aloe leaf (penca), in the mini-markets of the town of Suba, in the city of Bogotá D.C. A study is developed with quantitative methodology, exploratory type; the information collection instrument to be used is the survey; we work with a non-probabilistic sample, the type of sampling is convenient. The data collection instrument is applied to a sample of 200 mini-markets in the town of Suba in the city of Bogotá D.C. - Colombia.

In this project, five (5) specific objectives were proposed within which it is contemplated to develop the market study, the technical study, the administrative study, the economic-financial study and carry out the financial evaluation with a projection of 10 years; with the general objective of determining the pre-feasibility to create a company dedicated to the commercialization of aloe leaf (penca), in the mini-markets of the town of Suba, in the city of Bogotá D.C.

Finally, in the financial evaluation and against the general objective outlined, it was determined that the project has pre-feasibility according to the findings recorded in this document, fundamentally, in the results of the Net Present Value (NPV), of the Internal Rate of Return (IRR) and liquidity and profitability indicators.

Keywords: Company - Marketing - Sábila.

Introducción

Este estudio tiene como propósito determinar la prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de hoja (penca) de sábila, en los minimercados de la Localidad de Suba, en la Ciudad de Bogotá D.C. Se desarrolla un estudio con metodología cuantitativa, de tipo exploratoria; el instrumento de recolección de información a utilizar es la encuesta; se trabajó con una muestra no probabilística, el tipo de muestreo es a conveniencia. Se aplica el instrumento de recolección de datos a una muestra de 200 minimercados de la Localidad de Suba en la ciudad de Bogotá D.C. – Colombia.

En este proyecto se plantearon cinco (5) objetivos específicos dentro de los cuales se tiene contemplado desarrollar el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio administrativo, el estudio económico – financiero y realizar la evaluación financiera con una proyección a 10 años; con el objetivo general de determinar la prefactibilidad para crear una empresa dedicada a la comercialización de hoja (penca) de sábila, en los minimercados de la Localidad de Suba, en la Ciudad de Bogotá D.C.

Como principales hallazgos, en el estudio de mercado se identificó que las áreas cultivadas de sábila son suficientes para atender la proyección que se realizó de ventas, el precio de venta que se estableció está por debajo del precio del mercado, el punto de equilibrio; que fue evaluado a un (1) año, se encontró entre el primer y el segundo mes. En cuanto al estudio técnico se encontró que la Localidad de Suba, en la Ciudad de Bogotá D.C., cuenta con zonas estratégicas para la ubicación del sitio de comercialización.

En relación con el estudio administrativo se encontró que el costo para la constitución de la empresa es relativamente bajo en relación con el valor total del patrimonio. El estudio económico – financiero se desarrolló teniendo en cuenta una financiación del 45% en la inversión inicial para la puesta en marcha. Finalmente, en la evaluación financiera y frente al objetivo general trazado se determinó, que el proyecto tiene prefactibilidad de acuerdo con los hallazgos registrados en el presente documento, fundamentalmente, en los resultados del Valor Presente Neto (VPN), de la Tasa Interna de Retorno (TIR) y de los indicadores de liquidez y de rentabilidad.

1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con base en el conocimiento general sobre la comercialización de hoja de sábila, en los minimercados de la Localidad de Suba en Bogotá D.C.; la percepción que se tiene, y que en algunos casos se evidencia, es que se están presentando sobre costos en este producto, sobre todo por la cantidad de intermediarios que se están presentando en esta cadena de comercialización. Así mismo, se evidencia que en este sistema se está empobreciendo al más débil de la cadena, que en este caso es el cultivador, debido a que no se le está pagando el producto por encima de los costos de producción. (Cerosetenta, 2019, párr 1).

1.1 Descripción del problema

Esta problemática se da por la dificultad que tienen los minimercados para comprar los productos agrícolas, ya que por ser pequeños establecimientos no tienen la disponibilidad de tiempo para ir hasta las grandes centrales mayoristas a realizar sus compras, sumado a la falta de un medio de transporte adecuado en el cual puedan transportar sus productos; en este sentido, deben recurrir a los intermediarios o revendedores, situación que genera el incremento en el precio del producto y, a su vez, hace menos favorable la compra por el consumidor final. Razón por la cual, se busca establecer la viabilidad en la comercialización de hoja de sábila con el fin de atender esta problemática.

1.1.1 **Árbol de problemas.**

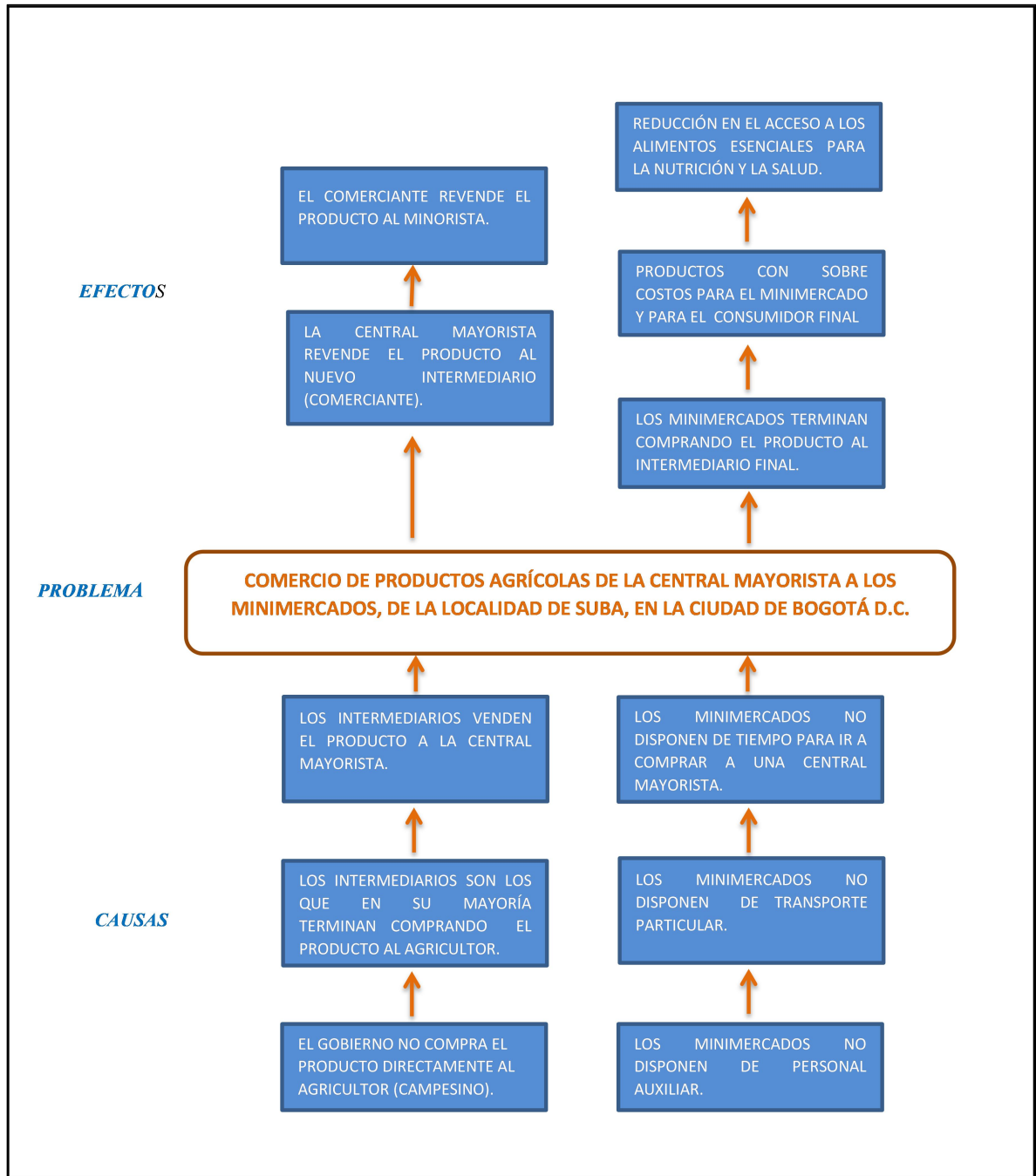


Figura 1. Árbol de problemas.

1.1.2 Análisis del árbol de problemas.

En contexto con lo expuesto en el diagrama, se debe tener claro que en realidad son las pequeñas economías campesinas las mayores productoras de alimentos; por consiguiente, para evitar la cadena de intermediarios, se pretende realizar la comercialización de los productos entre el cultivador y los minimercados que vendan directamente al consumidor final, en los barrios. Para soportar lo anterior, se presenta algunos apartes de un artículo en la cual se afirma que:

Entre lo que siembran los campesinos y la comida que servimos en nuestros platos hay un circuito de comisionistas, cadenas de grandes supermercados, transportadores y contrabandistas que se quedaron con la mayor parte de la plata. Mientras tanto los campesinos, que producen el 70% de los que comemos, apenas subsisten. (Cerosetenta, 2019, p1)

Entre los intermediarios hay de todo: cooperativas, asociaciones campesinas, terratenientes, comisionistas rurales, comerciantes honrados y uno que otro transportador inescrupuloso. Los intermediarios legales suelen estar bien conectados con centros de abastecimiento como Corabastos. (Cerosetenta, 2019, párr 1)

Seguidamente se expone que:

Si nos atenemos a las cifras del Ministerio de Agricultura, el 70 % de los alimentos que se consumen en Colombia –frutas, azúcar, hortalizas, carne bovina, panela, yuca, huevo y pollo, entre otros– son producidos por economías de pequeña escala en unidades agrícolas familiares. (Cerosetenta, 2019, párr 2)

En el artículo también mencionan que:

Carolina Carvajal, investigadora de la Food First Information and Action Network (FIAN), una ONG con carácter consultivo ante la ONU en derecho a la alimentación, dice que el modelo de supermercados de grandes superficies recuesta todos los costos sobre los demás actores: campesinos, intermediarios y compradores. (Cerosetenta, 2019, párr 12)

Para lo cual presenta el siguiente ejemplo: Si un campesino vende una lechuga en 800 pesos a un intermediario, que puede ser Corabastos, ese eslabón la puede revender en 1500 pesos a Jumbo o a Carulla. La lechuga, finalmente, se ofrece en 4000 pesos en las góndolas del supermercado. Ese precio incluye los costos del agricultor y del intermediario; pero también los

costos del funcionamiento, la ganancia y otros porcentajes agregados por la gran superficie, que se terminan cargando al consumidor. (Cerosetenta, 2019, párr 13)

Entre otras cosas, el artículo menciona que estos almacenes reciben los alimentos en consignación y solo pagan la mercancía vendida, el resto se devuelve al proveedor y los pagos se hacen hasta en 90 días (Cerosetenta, 2019).

Corabastos es el intermediario más poderoso entre el campo y los mercados urbanos. Situado al suroccidente de Bogotá, es un complejo de 420 mil metros cuadrados ubicado en una zona deprimida de la localidad de Kennedy. Es la plaza mayorista más grande de Colombia y la segunda en América Latina. También es el lugar donde se regula el precio diario de los alimentos a nivel nacional, calculado a través de un sistema de promedios conocido como SIPSA. Allí convergen todos los protagonistas de esta historia. (Cerosetenta, 2019, párr 17)

Maneja entre 12 y 14 mil toneladas diarias de alimentos, según informes de gestión de la central. Es decir, una operación de dos millones de dólares diarios en promedio. (Cerosetenta, 2019, párr 26)

En Colombia vivimos hasta los años noventa bajo un modelo proteccionista de la agricultura. Un estudio de 1989, elaborado por el Ministerio de Agricultura y el Departamento de Planeación Nacional, indicaba que para ese año el país era autosuficiente en la producción de alimentos de la canasta básica.

Pero las cosas cambiaron. Durante el gobierno de César Gaviria, dentro de la lógica de la apertura económica, se dismanteló el Instituto de Mercadeo Agropecuario (IDEMA), junto con otros sistemas nacionales como las Unidades Municipales de Asistencia Técnica o el Plan Nacional de Rehabilitación. Un informe de 2011 del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) asegura que, gracias a este tipo de decisiones del gobierno Gaviria, el andamiaje agroalimentario construido en los sesenta y setenta “feneció. (Cerosetenta, 2019, párr 29)

Por último, en el artículo se cita que: Un representante a la Cámara por Boyacá, coincide con el PNUD: “El IDEMA fue un sistema muy importante para el campesinado. Nosotros llevábamos los granos, los cereales y el IDEMA los compraba. No había intermediación ni se inflaban los precios. Y a los campesinos nos pagaban a un precio de sustentación, por encima de nuestros costos de producción”. (Cerosetenta, 2019, párr 30)

En contexto con lo expuesto y ajustando los antecedentes a la problemática planteada sobre el estudio de Estudio de prefactibilidad para crear una empresa dedicada a la comercialización de hoja (penca) de sábila, en los minimercados de la Localidad de Suba, en la ciudad de Bogotá D.C., se debe tener claro que en realidad son las pequeñas economías campesinas las mayores productoras de alimentos; por consiguiente, para evitar la cadena de intermediarios, se contempla, realizar la comercialización de los productos agrícolas entre el cultivador y los minimercados que vendan directamente al consumidor final, en los barrios.

2 OBJETIVOS

En el estudio de prefactibilidad para crear una empresa dedicada a la comercialización de hoja (penca) de sábila, en los minimercados de la Localidad de Suba, en la Ciudad de Bogotá D.C., Se establecieron los siguientes objetivos:

2.1 Objetivo general

Determinar la prefactibilidad para crear una empresa dedicada a la comercialización de hoja (penca) de sábila, en los minimercados de la Localidad de Suba, en la Ciudad de Bogotá D.C.

2.2 Objetivos específicos

- Desarrollar el estudio de mercado para crear una empresa dedicada a la comercialización de hoja (penca) de sábila, en los minimercados de la Localidad de Suba, en la Ciudad de Bogotá D.C.
- Desarrollar el estudio técnico para crear una empresa dedicada a la comercialización de hoja (penca) de sábila, en los minimercados de la Localidad de Suba, en la Ciudad de Bogotá D.C.
- Desarrollar el estudio administrativo para crear una empresa dedicada a la comercialización de hoja (penca) de sábila, en los minimercados de la Localidad de Suba, en la Ciudad de Bogotá D.C.
- Desarrollar el estudio económico - financiero para crear una empresa dedicada a la comercialización de hoja (penca) de sábila, en los minimercados de la Localidad de Suba, en la Ciudad de Bogotá D.C.
- Realizar la evaluación financiera para crear una empresa dedicada a la comercialización de hoja (penca) de sábila, en los minimercados de la Localidad de Suba, en la Ciudad de Bogotá D.C.

3 JUSTIFICACIÓN

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO-por sus siglas en inglés) la inseguridad alimentaria es más que hambre, en este sentido indican por ejemplo que en el informe de 2019 dan un paso adelante al incluir, por primera vez, la estimación de la prevalencia de la inseguridad alimentaria moderada o grave, este indicador proporciona una perspectiva sobre la inseguridad alimentaria mundial relevante para todos los países del mundo: que mira más allá del hambre hacia el objetivo de garantizar el acceso a alimentos nutritivos y suficientes para todos.

Las personas que experimentan una inseguridad alimentaria moderada enfrentan incertidumbres sobre su capacidad para obtener alimentos y se han visto obligadas a reducir, en ocasiones durante el año, la calidad y / o cantidad de alimentos que consumen debido a la falta de dinero u otros recursos (FAO, 2019). Por lo tanto, se refiere a la falta de acceso constante a los alimentos, lo que disminuye la calidad de la dieta, altera los patrones normales de alimentación y puede tener consecuencias negativas para la nutrición, la salud y el bienestar.

Con base en esta iniciativa, que hoy en día se está evidenciando y con el conocimiento general sobre la comercialización de hoja de sábila. Como también, con base en lo consultado en algunos establecimientos (minimercados) en donde se tiene la percepción de que se están presentando sobre costos por la cantidad de intermediarios en la cadena de comercialización. Por lo tanto y de acuerdo con lo expuesto, se realiza el estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de hoja de sábila, en los minimercados de la Localidad de Suba, en la ciudad de Bogotá D.C.

4 ESTUDIO DE MERCADO

Con el presente estudio de mercadeo se pretende obtener información relevante acerca de la comercialización de hoja de sábila en la localidad de Suba, en la ciudad de Bogotá D.C., teniendo en consideración los siguientes criterios de evaluación:

- Descripción de los productos.
- Descripción del sector económico donde se enmarca el proyecto.
- Estructura del mercado local donde se ubica el proyecto.
- Análisis de la oferta.
- Análisis de la demanda.
- Precio.
- Promoción y distribución.

4.1 Descripción del producto

El producto corresponde a hoja de sábila (aloe vera); a continuación se describen con más detalles sus características:

4.1.1 Atributos.

La sábila en penca (aloe vera), se cultivada naturalmente en campos a cielo abierto, la penca tiene una longitud aproximada entre 45 y 55 cm, tiempo de corte no mayor a 3 días, adicionalmente, tiene beneficios como la reconstrucción de la flora intestinal, es un cicatrizante natural, alivia quemaduras, es efectiva para el acné, es un potente antiinflamatorio natural, entre otros beneficios, para la salud del ser humano.

4.1.2 Beneficios.

La sábila que se distribuirá tiene un peso aproximado entre 500 gr y 700 gr, se entrega lavada y sin espinas, con el fin de evitar que al cliente le pueda ocasionar algún tipo de lesión o corte; su durabilidad es de aproximadamente diez (10) días sin necesidad de conservación, la presentación establecida es por penca (hoja).

4.1.3 Clasificación.

La sábila está ubicada dentro del sector primario y sub-sector agrícola, de consumo, es un producto perecedero con tiempo máximo de duración de aproximadamente ocho días.

4.1.4 Asignación de la marca.

A continuación se presenta la asignación del nombre del producto, junto con las características de presentación y empaque.

4.1.4.1 Nombres.

Penca de sábila (aloe vera)

4.1.4.2 Logotipo.



Figura 2. Logotipo. Fuente: Elaboración propia.

4.1.5 Presentación

A continuación se presenta el diseño y la descripción de su presentación:

4.1.5.1 Diseño.



Figura 3. Diseño del producto.

4.1.5.2 Materiales.

Materia prima sin transformación físico-químicas.

4.1.5.3 Envase.

Debido a que se comercializa la penca (hoja) de sábila no es necesario envasar el producto.

4.1.5.4 Empaque.

La sábila se empaquetará en cajas de cartón troqueladas, por 40 unidades de hojas de sábila.



Figura 4. Empaque de la sábila.

4.1.5.5 Embalaje.

Se apilan cada cuatro (4) cajas, en un vehículo de capacidad de una (1) tonelada, con capacidad de 20 cajas por viaje.

4.1.6 Etiquetado.

A Continuación se muestra la etiqueta del producto:

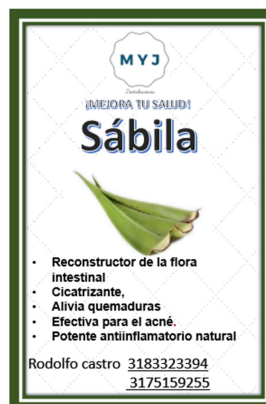


Figura 5. Etiquetado del producto.

4.1.7 Servicio de apoyo.

En la comercialización de la hoja de sábila se tienen contemplado los siguientes aspectos en temas de calidad del producto:

4.1.7.1 Garantía.

La garantía que se ofrece al producto es un tiempo de durabilidad no mayor a ocho días, en dado caso se produzca un deterioro durante este determinado tiempo, como hongos, o muestras de ablandamiento en la hoja se realizara el respectivo cambio.

4.1.7.2 Servicio post venta.

Si bien el servicio de post venta no aplica para la comercialización de productos agrícolas (Sábila), dado que obedecen a productos de tipo perecederos; no obstante, durante el tiempo que se mantenga el producto en exhibición, se realizaran visitas periódicas, con el fin de verificar el estado del producto y poder realizar el respectivo cambio, en caso de ser necesario.

4.1.8 Ficha técnica del producto.

A continuación se muestra la ficha técnica para la sábila en hoja (penca):

Tabla 1 Ficha técnica de la hoja de sábila.

Nombre científico	Aloe Vera
Contiene	Vitaminas A, C Y E.
	Vitamina B12.
	Ácido fólico.
	Colina.
Longitud	45 cm a 55 cm.
Peso	500 gr a 700 gr.
Presentación	Hoja (Penca).
Color	Verde oliva.
Conservación	Temperatura Ambiente.
Beneficios	Reconstructor de la flor intestinal.
	Cicatrizante.
	Alivia quemaduras.
	Efectiva para el acné.
Duración del producto	No mayor a ocho días.

Fuente: Elaboración propia.

4.2 Descripción del sector económico donde se enmarca el proyecto.

A continuación se presenta la descripción del sector económico donde se enmarca la hoja de sábila:

4.2.1 Sector y generalidades del sector.

La actividad de la producción está a cargo de diversas unidades productivas que pertenecen a distintos sectores económicos. En efecto, el sistema económico puede dividirse en sectores como los cultivos agrícolas, la ganadería, la industria del calzado, la industria de computadores, las empresas de construcción y los bancos, entre otros.

Para facilitar el análisis agregado de la economía, los sectores productivos pueden agruparse en tres grandes categorías: sector primario, sector secundario y sector terciario.

El sector primario abarca las actividades basadas primordialmente en la transformación o explotación de los recursos naturales. Estas actividades son, por ejemplo, la agricultura, la ganadería y las industrias de extracción de minerales. (Banrep, 2006, p16)

En la siguiente imagen muestra la estructura del sector agrícola de acuerdo con el manual de estructura del estado:

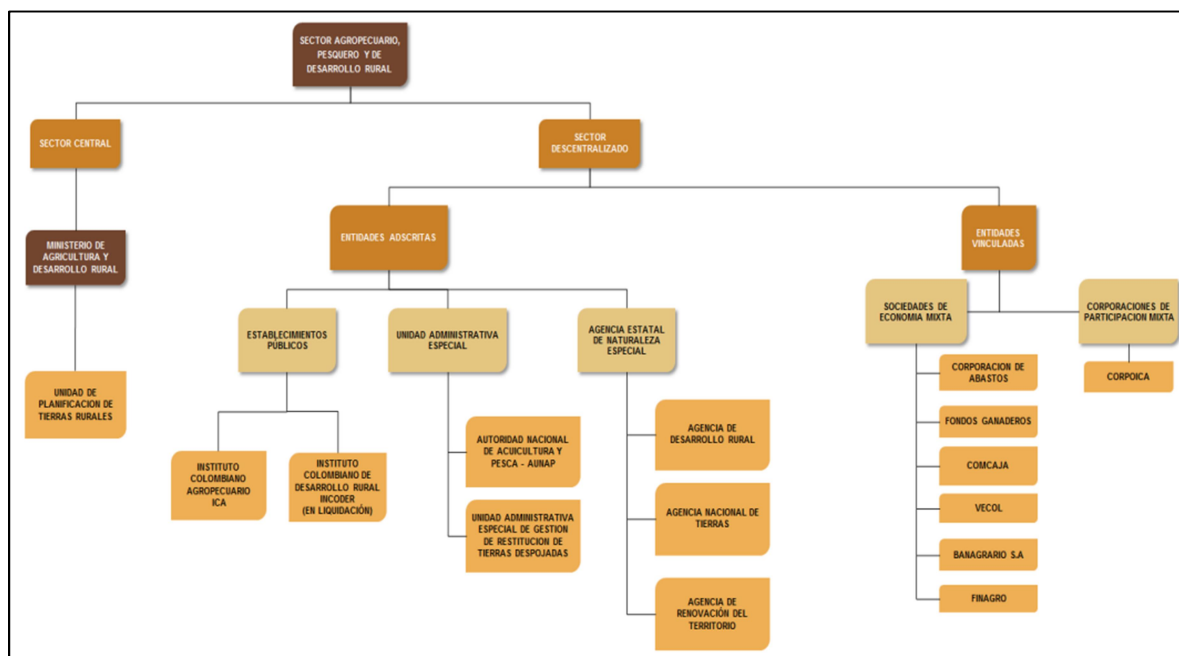


Figura 6. Estructura del sector agrícola. Fuente: Adaptado de Funciónpublica.gov.co (2020)

4.2.2 Estadísticas del sector.

La última información referenciada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural está relacionada con un reporte del año 2019 por la Evaluación Agropecuaria de Colombia (EVA), que en relación con el Departamento de Cundinamarca muestra un aumento de la producción de sábila en los últimos años del 18,2% en el área cosechada, durante los años entre el 2012 y el 2018.

Tabla 2 Estadísticas de la producción de sábila en el Departamento de Cundinamarca.

Estadísticas de la producción	
Año	Toneladas
2012	906
2013	2070
2014	2155
2015	1740
2016	1360
2017	2035
2018	2308

Fuente: Adaptado del MADR, 2019.

4.2.3 Estructura del mercado.

La sábila se encuentra dentro de un mercado importante que va en crecimiento, “(...) la sábila se encuentra entre las plantas que más se emplean en Colombia en la medicina naturista” (PECTIA, 2016, p18). En este sentido, se presentan varios proveedores en la cadena de comercialización lo que hace que el precio del producto, por existir distintos mercados, este basado en los parámetros de la oferta y demanda; por lo tanto, el parámetro del comercio de la sábila está enmarcado dentro de un mercado de competencia perfecta.

4.3 Estructura del mercado local donde se ubica el proyecto

A continuación se realiza la descripción de la Localidad de Suba:

4.3.1 Ubicación y zona de influencia.

La zona de distribución es la Localidad de SUBA ubicada al Nor-Occidente de la ciudad de Bogotá, la cual costa de 1.348.372 habitantes, cuyos límites son al Norte: Río Bogotá y Calle 220

con el municipio de Chía (Cundinamarca), Sur: Río Juan Amarillo y Calle 100, con las localidades de Engativá y Barrios Unidos, respectivamente, Este: Autopista Norte con la localidad de Usaquén, Oeste: Río Bogotá con el municipio de Cota (Cundinamarca).

4.3.2 Mercado proveedor.

Como se viene mencionado no existe un consolidado de proveedores de Sábila, por tal razón, se realizó la consulta con el objeto de determinar el proveedor de la materia prima, en este sentido se estableció contacto con un productor quien cotizó el producto en un valor de \$830.000 pesos m/cte., la tonelada, este precio incluye el valor del acarreo hasta el sitio de almacenamiento.

4.3.2.1 Matriz de precios de materias primas.

Con base en lo expuesto anteriormente, en concordancia con las cotizaciones recibidas y teniendo en cuenta que el precio incluye el acarreo al sitio de almacenamiento; a continuación se presentan los proveedores encontrados:

Tabla 3 Matriz de precios de materias primas

Proveedores sábila	Ubicación	Precio
Nº 1	Pacho-Cundinamarca	\$530
Nº 2	Pacho-Cundinamarca	\$594
Nº 3	Cali- Valle	\$700

Fuente: Elaboración propia.

4.3.3 Mercado distribuidor.

En concordancia con el tipo de comercialización que se viene mencionando, en donde se contempla la compra directa al cultivador y posteriormente la venta directa al minimercado; así mismo y de manera directa se distribuye el producto, tienda a tienda, servicio que está incluido dentro del proceso de comercialización. En la siguiente figura se representa el proceso de distribución:

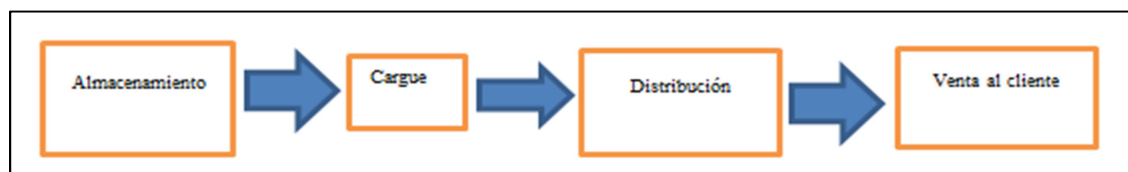


Figura 7. Cadena de distribución.

4.4 Análisis de la oferta

A continuación se describen los aspectos determinantes de la oferta:

4.4.1 Factores determinantes de la oferta.

El factor determinante para la elaboración del estudio corresponde al precio del producto, en este sentido se estudia la comercialización del producto entre el cultivador y la venta directa al minimercado, con el fin de evitar la cadena de intermediarios. No obstante, dentro de la investigación realizada no se lograron conseguir datos estadísticos suficientes sobre el precio, entre otras cosas, porque el producto no hace parte de los principales productos de la canasta familiar y en este sentido por ejemplo Corabastos tiene históricos de precios sobre cada producto pero no sobre este último componente; luego, se lograron conseguir datos estadísticos importantes en relación con las hectáreas sembradas y las toneladas producidas, que abarcan los últimos ocho años y específicamente para el Departamento de Cundinamarca.

4.4.2 Matriz de competidores.

Si bien, como se viene mencionando no hay una base de datos específica sobre comerciantes de sábila; en la siguiente tabla se muestra algunos comerciantes que manejan el producto:

Tabla 4 Matriz de competidores

Nombre	Producto	Características del producto	Ubicación (Suba)	Estrategia de mercado empleada
Elvira Pava	Sábila	Hoja de sábila	Av. Carrera 80 N° 2-	Central mayorista
Estela Reyes	Sábila	Hoja de sábila	Av. Carrera 80 N° 2-51	Central mayorista
Antonio Vargas	Sábila	Hoja de sábila	Av. Carrera 80 N° 2-51	Central mayorista
Corabastos	Sábila	Hoja de sábila	Av. Carrera 80 N° 2-51	Central mayorista

Fuente: Elaboración propia.

4.4.3 Identificación de productos sustitutos y productos complementarios.

Existen varios productos que tienen algunos componentes similares a la sábila, entre ellos, la manzanilla, el árnica, la caléndula, la lavanda, la equinácea, cola de caballo, té verde, eucalipto y astrágalo; no obstante, cada producto tiene su propia demanda.

4.5 Análisis de la demanda

A continuación se describen los aspectos que hacen parte de la demanda:

4.5.1 Mercado objetivo.

Con el objeto de comercializar la hoja de sábila directamente entre el cultivador y el último eslabón que venda el producto, al consumidor final, se establece como mercado objetivo los minimercados de la localidad de Suba, en la ciudad de Bogotá D.C.

4.5.2 Perfil del consumidor.

La sábila es un producto que se adquiere esencialmente porque presenta una gran cantidad de elementos beneficiosos para la salud del cuerpo humano, por lo tanto, se venderá el producto a los hogares que demanden este producto, a través de los minimercados de la Localidad de Suba en la ciudad de Bogotá D.C.

4.5.3 Proyección de demanda potencial a 10 años.

La última información referenciada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural está relacionada con un reporte del año 2019 por la Evaluación Agropecuaria de Colombia (EVA), que en relación con el Departamento de Cundinamarca muestra un aumento de la producción de sábila en los últimos años del 18,2% en el área cosechada, durante los años entre el 2012 y el 2018. El área cosechada de sábila en el Departamento de Cundinamarca pasó de 63 hectáreas en 2012 a 105 en 2018, es decir, en siete años el área aumento 167 %. Es así como el Departamento paso de disponer 906 toneladas de producción de sábila a 2308 toneladas entre el periodo 2012-2018 (MADR, 2019).

Por lo tanto, partiendo de esta información se presenta la siguiente proyección:

Tabla 5 Proyección demanda sábila 10 años (desde el año 2020)

Proyección demanda potencial a 10 años (desde el año 2020)			
Descripción	Toneladas	%	Total
Aumento producción 2012-2018 (MADR,2019)		18,20%	
Último reporte 2018	2308,0		
Proyección 2019	2308,0	18,20%	2728,1
Proyección 2020	2728,1	18,20%	3224,6
Proyección 2021	3224,6	18,20%	3811,4
Proyección 2022	3811,4	18,20%	4505,1
Proyección 2023	4505,1	18,20%	5325,0
Proyección 2024	5325,0	18,20%	6294,2
Proyección 2025	6294,2	18,20%	7439,7
Proyección 2026	7439,7	18,20%	8793,8
Proyección 2027	8793,8	18,20%	10394,2
Proyección 2028	10394,2	18,20%	12286,0
Proyección 2029	12286,0	18,20%	14522,1
Proyección 2030	14522,1	18,20%	17165,1

Fuente: Elaboración propia.

4.5.3.1 Resultados validación de encuesta

De acuerdo con el resultado de la encuesta, en cuanto a la cantidad semanal de compra de hoja de sábila, el 45% indicó que compra más de 50 unidades; el 40% indicó que compra entre 10 y 50 unidades; el 10% restante indicó que compra menos de 10 unidades.

4.5.4 Proyección de ventas a 10 años.

La proyección de ventas se contempla en 40 toneladas por mes, correspondientes a 64.000 unidades de hoja (penca) de sábila; en este sentido, a continuación se presenta la siguiente proyección:

Tabla 6 Proyección de ventas a 10 años (desde el año 2020)

Proyección de ventas a 10 años (desde el año 2020)			
Descripción	Toneladas	%	Total
Aumento producción 2012-		18,20%	

Proyección de ventas a 10 años (desde el año 2020)			
Descripción	Toneladas	%	Total
2018 (MADR, 2019).			
Proyección 2020	480,0		
Proyección 2021	480,0	10,00%	528,0
Proyección 2022	528,0	10,00%	580,8
Proyección 2023	580,8	10,00%	638,9
Proyección 2024	638,9	10,00%	702,8
Proyección 2025	702,8	10,00%	773,0
Proyección 2026	773,0	10,00%	850,3
Proyección 2027	850,3	10,00%	935,4
Proyección 2028	935,4	10,00%	1028,9
Proyección 2029	1028,9	10,00%	1131,8
Proyección 2030	1131,8	10,00%	1245,0

Fuente: Elaboración propia.

4.6 Precio

En relación con el precio a continuación se describen los siguientes aspectos:

4.6.1 Precio de venta de la competencia.

A continuación se presenta la matriz de precios de la competencia:

Tabla 7 Matriz precio de venta de la competencia.

Nombre	Ubicación	Nombre del producto	Unidad	Precio
Elvira Pava	Corabastos	Sábila	Hoja de sábila	\$1000
Estela Reyes	Corabastos	Sábila	Hoja de sábila	\$950
Antonio Vargas	Corabastos	Sábila	Hoja de sábila	\$900

Fuente: Elaboración propia.

4.6.2 Costo de producción unitario.

Teniendo en cuenta que el estudio busca establecer la viabilidad de la comercialización de la hoja (Penca) de sábila, que en este caso es la materia prima, es decir, no requiere proceso de transformación; en este sentido y de acuerdo con lo mencionado en el numeral 4.3.2.1 y en concordancia con las cotizaciones recibidas; el costo de la materia prima por unidad es de \$ 530

pesos m/cte.; adicionalmente, se contempla la mano de obra para el descargue y el empaque, por tal razón, se fija el costo de producción unitario en 663 pesos m/cte.

Tabla 8 Costo de producción unitario

Proveedor sábila	Ubicación	producto	Unidad	Precio
Nº 1.	Pacho-Cundinamarca	Sábila	Hoja (Penca)	\$663

Fuente: Elaboración propia.

4.6.3 Costo de producción total.

Como se mencionó en el numeral 4.5.4 se estableció una proyección de venta para el primer año correspondiente a 480 toneladas de penca (Hoja) de sábila; así mismo, en el numeral 4.6.2 se estableció el costo de producción unitaria de \$ 663 pesos m/cte., a continuación se presenta la tabla con el cálculo del costo de producción total:

Tabla 9 Costo de producción total

Costo de producción total (Primer año)					
Descripción	Toneladas	Unidad de hojas por tonelada	Unidades totales de hojas	Costo de producción unitaria	Total
Proyección 2020	480	1.600	768.000	\$ 663	\$ 509.160.000

Fuente: Elaboración propia.

4.6.4 Precio de venta validado en el mercado (resultados encuesta)

De acuerdo con el resultado de la encuesta el precio de venta validado en el mercado está entre 700 y 900 pesos m/cte. La Encuesta y los resultados se muestran en el anexo 2.

4.6.5 Asignación de precio.

Con base en el análisis entre el valor del costo de producción unitario comparado contra el precio de venta de la competencia se estable un valor de \$850 pesos m/cte., como el precio de venta unitario.

4.6.6 Punto de equilibrio.

A continuación se presentan las tablas con los datos para calcular el punto de equilibrio:

Tabla 10 Costos fijos anuales

CF = Costos fijos anuales			
Costos fijos	1 mes	10 años	1 año
Arriendo	\$ 350.000		\$ 4.200.000
Equipo de computo		\$ 2.500.000	\$ 250.000
Equipo de telecomunicaciones		\$ 1.050.000	\$ 105.000
Transporte		\$ 60.000.000	\$ 6.000.000
Servicios	\$ 200.000		\$ 2.400.000
Bascula		\$ 360.000	\$ 36.000
Total			\$ 12.991.000

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11 Precio de venta unitario

PVU = Precio de venta unitario			
Descripción	Valor unitario	Cantidad mensual	Total
Penca (Hoja) de sábila	\$ 850	64.000	\$ 54.400.000

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12 Costo de producción unitario

MO	MP	CIF	=	CPU
Mano de obra	Materia prima	Costos indirectos de fabricación		Costo de producción unitario
Materia prima				
Producto	Cantidad	Costo unitario		Valor total
Sábila Penca	1	\$ 530,00		\$ 530,00
Valor total materia prima por unidad				\$ 530,00
Mano de obra				
Cualificación	Cantidad	Costo ayudante	Rendimiento	Valor total
Ayudante	4	\$ 120.000,00	9,38	\$ 38
Valor total mano de obra por unidad				\$ 38
Costos indirectos de fabricación				
Material	Unidad de compra	Costo total	Rendimiento	Valor total
Empaque	Caja	\$ 3.600,00	40	\$ 90,00
Bodega	Arriendo anual	\$ 4.200.000,00	768.000	\$ 5
Valor total CIF por unidad				\$ 95
Costo de producción unitario				\$ 663

Fuente: Elaboración propia.

A continuación se presenta la fórmula para calcular el punto de equilibrio:

$$Q = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$Q = \frac{12.991.000}{850 - 6}$$

$$Q = 69.470$$

A continuación se presenta el cálculo del punto de equilibrio por el método gráfico:

Punto de equilibrio por el método gráfico

Ecuación 1 Costo total: $CT = CF + (CVU * Q)$

CT = Costo total
 CF = Costo fijo
 CVU = Costo variable unitario
 Q = Cantidades

Ecuación 2 Ingreso total: $I = PVU * Q$

I = Ingreso total
 PVU = Precio de venta unitario
 Q = Cantidades

Figura 8. Fórmula Punto de equilibrio por el método gráfico. Fuente: Adaptado de clase, 2020.

Tabla 13 Cálculos punto de equilibrio método gráfico

Unidad de sábila	
Costo fijo	\$ 12.991.000,00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14 Costo variable unitario

CVU	\$	663,00
CT = CF + CVU*Q)		

	Unidades	Costo total
Q1	-	\$ 12.991.000,00
Q2	10.000,00	\$ 19.621.000,00
Q3	20.000,00	\$ 26.251.000,00

	Unidades	Costo total
Q4	30.000,00	\$ 32.881.000,00
Q5	40.000,00	\$ 39.511.000,00
Q6	50.000,00	\$ 46.141.000,00
Q7	60.000,00	\$ 52.771.000,00
Q8	70.000,00	\$ 59.401.000,00
Q9	80.000,00	\$ 66.031.000,00
Q10	90.000,00	\$ 72.661.000,00
Q11	100.000,00	\$ 79.291.000,00
Q12	110.000,00	\$ 85.921.000,00
Q13	120.000,00	\$ 92.551.000,00
Q14	130.000,00	\$ 99.181.000,00
Q15	140.000,00	\$ 105.811.000,00
Q16	150.000,00	\$ 112.441.000,00
Q17	160.000,00	\$ 119.071.000,00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15 Precio de venta unitario

PVU	\$ 850,00	
I = PVU *Q		
	Toneladas	Costo total
Q1	-	\$ -
Q2	10.000,00	\$ 8.500.000,00
Q3	20.000,00	\$ 17.000.000,00
Q4	30.000,00	\$ 25.500.000,00
Q5	40.000,00	\$ 34.000.000,00
Q6	50.000,00	\$ 42.500.000,00
Q7	60.000,00	\$ 51.000.000,00
Q8	70.000,00	\$ 59.500.000,00
Q9	80.000,00	\$ 68.000.000,00
Q10	90.000,00	\$ 76.500.000,00
Q11	100.000,00	\$ 85.000.000,00
Q12	110.000,00	\$ 93.500.000,00
Q13	120.000,00	\$ 102.000.000,00
Q14	130.000,00	\$ 110.500.000,00
Q15	140.000,00	\$ 119.000.000,00
Q16	150.000,00	\$ 127.500.000,00
Q17	160.000,00	\$ 136.000.000,00

Fuente: Elaboración propia.



Figura 9. Punto de equilibrio por el método gráfico. Fuente: Elaboración propia.

4.7 Promoción y distribución

A continuación se presenta las estrategias para la promoción y distribución de la hoja de sábila:

4.7.1 Canales de comunicación.

Los canales habilitados para la comunicación de nuestros clientes serán la línea telefónica 317-5159255 que estará disponible de 7:00 am a 9:00 pm, y el servicio de WhatsApp, y se creará una página web para la presentación de nuestros productos donde se informara la posibilidad de realizar los pedidos mediante correo electrónico DistribucionesMYJ@gmail.com.

4.7.2 Fuerza de ventas.

Para realizar la distribución del producto en la localidad de Suba, se hace necesario:

3 conductores

Perfiles

- Certificar tres años de experiencia como conductor
- Buena presentación personal
- No tener antecedentes

- Pase para carro placa pública
- No poseer multas y/o comparendos a nivel nacional o distrital

3 vendedores TAT

- Experiencia mínima de 3 años como vendedores TAT
- Buena presentación personal
- No tener antecedentes
- Estudios técnicos en mercadeo y servicio al cliente.

4.7.3 Estrategia publicitaria.

La estrategia para la venta es la presentación directa del producto (TAT), tienda a tienda, con el fin de que el cliente conozca de primera mano la calidad del mismo, además se busca aumentar la venta con el método de voz a voz, que a su vez, es una estrategia económica y eficiente de venta.

4.7.4 Canales de distribución.

Los canales de distribución que se pueden utilizar para la entrega del producto son los minimercados de la Localidad de Suba, en la ciudad de Bogotá D.C., los cuales ofrecen el producto (Sábila) directamente al consumidor final.

4.8 De la encuesta

A continuación se describen las características de la encuesta realizada a los 200 minimercados, ubicados en la Localidad de Suba, en la Ciudad de Bogotá D.C.:

4.8.1 De la construcción del instrumento

El instrumento construido para la implementación de obtención de información es la encuesta.

4.8.2 De la validación del instrumento

Con la encuesta se quiere obtener la información suficiente para el análisis de la demanda del mercado correspondiente en la localidad de suba, Bogotá D.C., la cual consta de cinco preguntas correspondiente:

- Precio
- Cantidad
- Compra
- Venta
- Tiempo de suministros

4.8.3 De la población total y la muestra

El instrumento de recolección de información a utilizar es la encuesta; se trabajó con una muestra no probabilística, el tipo de muestreo es a conveniencia debido a la restricción para la elaboración y recolección de datos por la pandemia actual a nivel mundial, donde se restringe el contacto directo con personas y se debe mantener un distanciamiento de 2 metros, por lo cual se toma la información de 200 minimercados, ubicados en la Localidad de Suba.

4.8.4 Resultados

A continuación se presenta gráficamente los resultados de la encuesta:

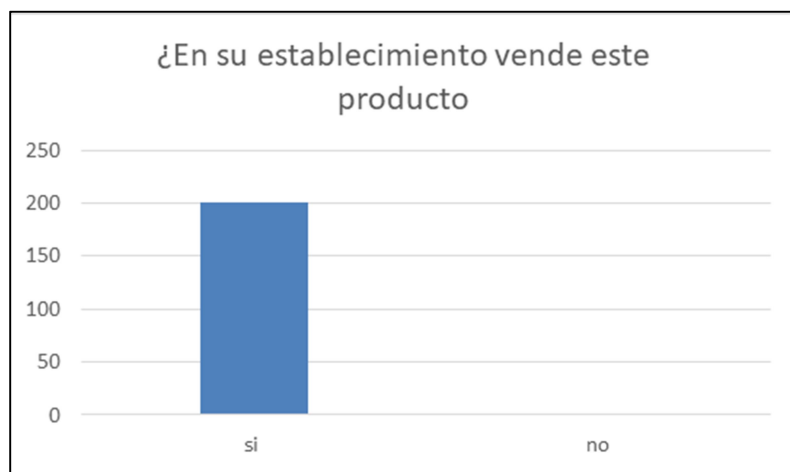


Figura 10. Resultado encuesta. Fuente: Elaboración propia.

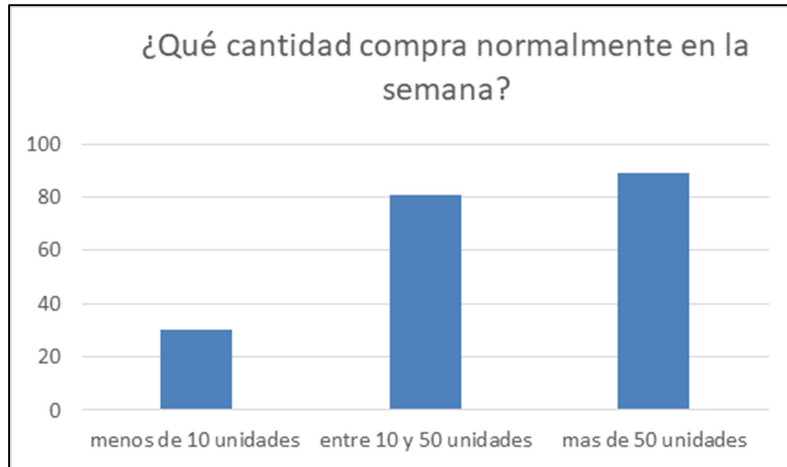


Figura 11. Resultado encuesta. Fuente: Elaboración propia.

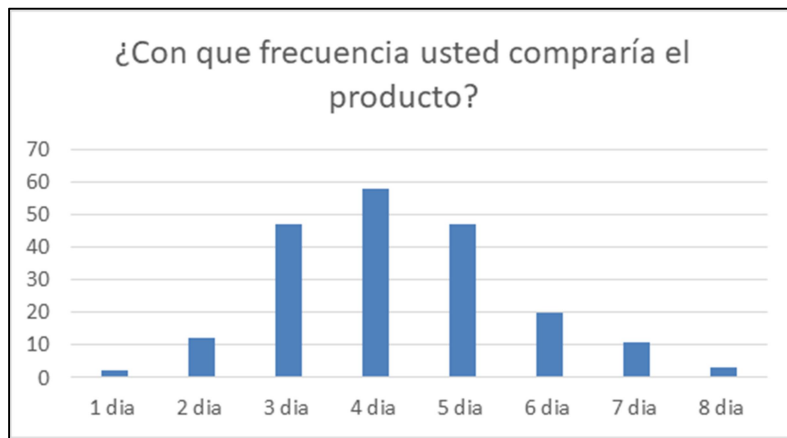


Figura 12. Resultado encuesta. Fuente: Elaboración propia.

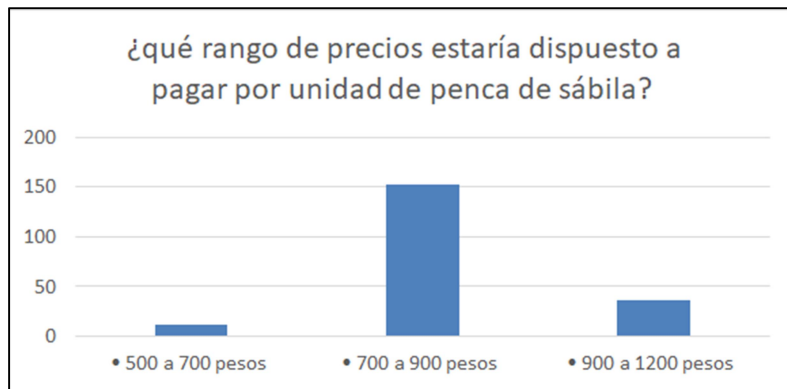


Figura 13. Resultado encuesta. Fuente: Elaboración propia.

4.8.5 Análisis de la información y conclusiones

Teniendo en cuenta la encuesta realizada a 200 minimercados de la Localidad de Suba en la Ciudad de Bogotá D.C., se encontró que:

El 100% de los minimercados encuestados venden hoja de sábila.

En cuanto a la cantidad semanal de compra de hoja de sábila, el 45% indicó que compra más de 50 unidades; el 40% indicó que compra entre 10 y 50 unidades; el 10% restante indicó que compra menos de 10 unidades.

Respecto a frecuencia de compra, se logró establecer que: cada 3 o 5 días está dispuesto a realizar la compra de hoja de sábila.

De acuerdo con el resultado de la encuesta el precio de venta validado en el mercado está entre 700 y 900 pesos m/cte.

La Encuesta y los resultados se pueden consultar en el anexo 2.

5 ESTUDIO TÉCNICO

A continuación se relacionan todos los aspectos técnico-operativos necesarios para el funcionamiento del proyecto y para llevar a cabo el proceso de comercialización:

5.1 Localización del proyecto

A continuación se determina la localización del proyecto en términos de la macrolocalización y microlocalización del mismo:

5.1.1 Macrolocalización

La ubicación del proyecto se encuentra ubicada en el Noroccidente de la ciudad de Bogotá D.C., Cundinamarca, Colombia, ubicada en el centro del país y limita al sur con el departamento del Meta y Huila, al norte con el municipio de chía, al occidente con el rio Bogotá los municipios de Arbeláez, Cabrera, Cota, Funza, Mosquera, Pasca, San Bernardo, Sibaté, Soacha y Venecia del departamento de Cundinamarca.

La ciudad de Bogotá cuenta con una población aproximada de Siete millones ciento ochenta y un mil cuatrocientos sesenta y nueve (7.181.469) personas, correspondiente al 16,38% por ciento de la población colombiana (Dane, 2018).



Figura 14. Ubicación de Bogotá D.C. Fuente: Adaptado de Google Maps (2020)

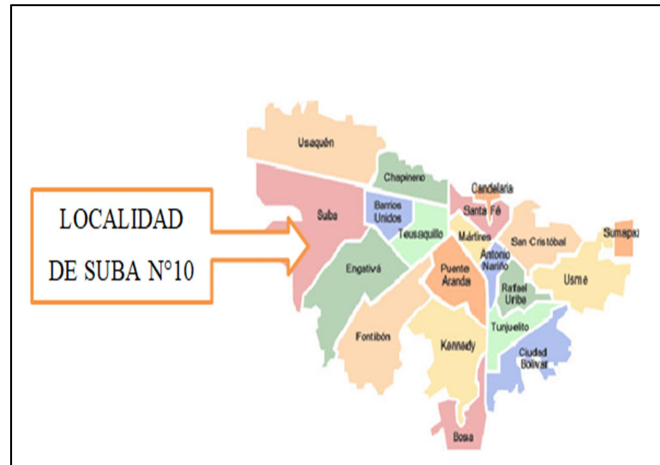


Figura 15. Ubicación de la Localidad de Suba. Fuente: Adaptado de Google Maps (2020)

5.1.2 Microlocalización

La localización específica de nuestro proyecto se encuentra en el Barrio Santa Rita, Localidad de Suba, bodega ubicada en la calle 138A # 152-04, primer piso.

Las vías principales de comunicación son: la Avenida Calle 80, la Av. Suba, la salida a los municipios de chía y cota y la Avenida Ciudad de Cali.

Esta ubicación tiene una gran ventaja en términos de la distribución de la hoja de sábila, en el sentido, que se puede circular por las principales vías de la localidad, generando eficiencia en los tiempos de entrega tanto para los proveedores como para los clientes.

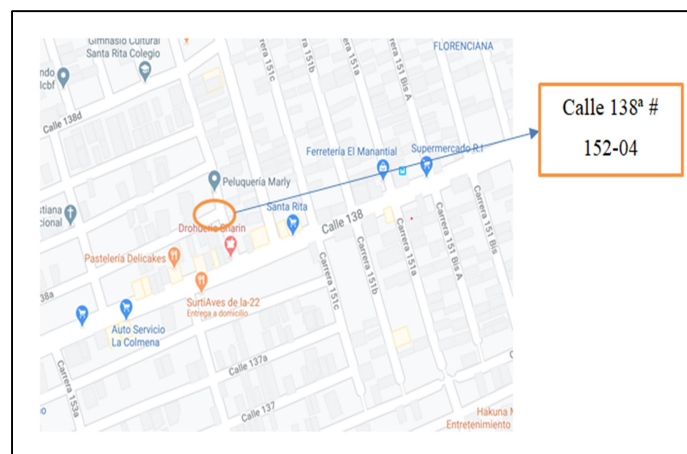


Figura 16. Ubicación del proyecto. Fuente: Adaptado de Google Maps (2020)

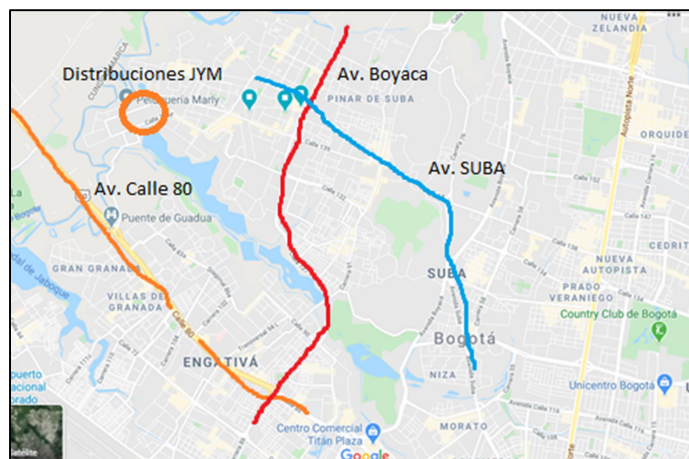


Figura 17. Ubicación de las principales vías de la localidad. Fuente: Adaptado de Google Maps (2020)

5.1.2.1 Opciones de elección de ubicación.

Se presentan tres opciones de elección de ubicación que se describen a continuación:

Opción N° 1: Ubicada en la calle 138ª # 152-04, cuenta con tres (3) vías principales, que permiten una ruta adecuada de distribución, no existe restricción para vehículos de carga, la bodega está ubicada a cinco (5) minutos de la vía principal, la seguridad de la zona es media, la congestión vehicular es baja, el costo de arrendamiento es bajo teniendo en cuenta el sector.

Opción N° 2: Ubicada en la calle 139 # 49-25, cuenta con dos (2) vías principales, en este caso, la bodega está a unos 25 minutos de la vía principal, la seguridad de la zona es media, la congestión vehicular es media, el acceso para vehículos de carga está restringido los costos de arrendamiento tienen un valor medio.

Opción N° 3: Está ubicada en la carrera 113c # 151-12, cuenta con dos (2) vías principales, la bodega está a unos 40 minutos de la vía principal, la seguridad de la zona es media, la congestión vehicular es alta, no hay restricción para vehículos de carga, el costo de arrendamiento es alto.

De igual manera, a continuación se relacionan los parámetros de elección en concordancia con las necesidades de la actividad de distribución:

Tabla 16 parámetros de elección.

Parámetro	Porcentaje
Vías principales:	20%
Tiempo de acceso a la vía principal:	15%
Seguridad en la zona:	10%
Congestión vehicular:	10%

Parámetro	Porcentaje
Costo arrendamiento:	30%
Acceso vehículos de carga:	15%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17 Opciones de selección de ubicación

Opciones N° / Parámetro	1	2	3
Vías principales	20	10	10
Tiempo de acceso vía principal	12	10	5
Seguridad en la zona	5	5	5
Congestión vehicular	10	6	3
Costo arrendamiento	30	20	10
Acceso vehículo de carga	15	8	15
Total :	92	59	51

Fuente: Elaboración propia.

5.1.2.2 Elección de ubicación.

Teniendo en cuenta los parámetros del numeral anterior, la primera opción cumple con los criterios requeridos, de costo de arrendamiento y ubicación para beneficio del proceso de distribución.

Con lo anterior, el lugar administrativo y de almacenamiento seleccionado está ubicado en la calle 138ª N° 152-04, en el Barrio Santa Rita de la Localidad de Suba.

5.2 Proceso de comercialización

A continuación se describe el proceso de comercialización, la tecnología, la mano de obra, las instalaciones y los costos asociados para la puesta en marcha:

5.2.1 Descripción del proceso de comercialización.

La sábila en sí misma es la materia prima y de acuerdo con el modelo de comercialización por hojas o pencas, el producto no presenta ningún proceso de transformación físico-químico; en este sentido, solo es necesario realizar un proceso de clasificación por tamaño y peso.

5.2.2 Diagrama de flujo proceso de comercialización.

En la siguiente figura se presenta el diagrama de flujo del proceso de comercialización:

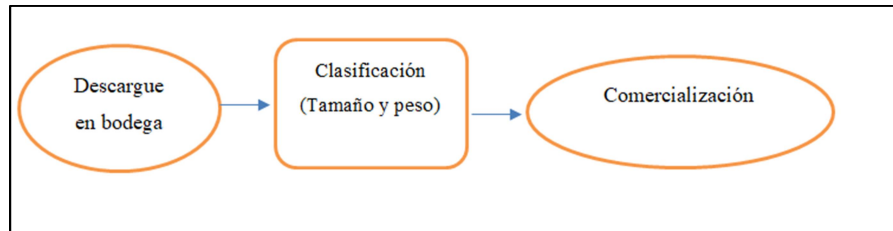


Figura 18. Diagrama de flujo proceso de comercialización. Fuente: Elaboración propia.

5.2.3 Tecnología para el desarrollo del proyecto.

Teniendo en cuenta que se debe realizar la clasificación y peso del producto, antes de realizar la comercialización con el cliente; se debe contar con una báscula de características mínimas para peso de 100 Kg y una balanza con capacidad para 10 kg.



Figura 19. Tecnología para el desarrollo del proyecto. Fuente: Homecenter (2020).

5.2.4 Descripción de personal para el proceso de producción.

1 auxiliar de bodega:

- Experiencia mínima de 1 años como auxiliar de bodega.
- Buena presentación personal.
- No tener antecedentes disciplinarios.
- Estudios de básica secundaria.

5.2.5 De la planta.

A continuación se describe la planta donde se realizará el proceso de recepción y selección de la hoja de sábila:

5.2.5.1 Distribución de la planta.

Con base en la elección de la ubicación realizada, a continuación se presenta el plano en cual se muestra la distribución de la planta de producción.

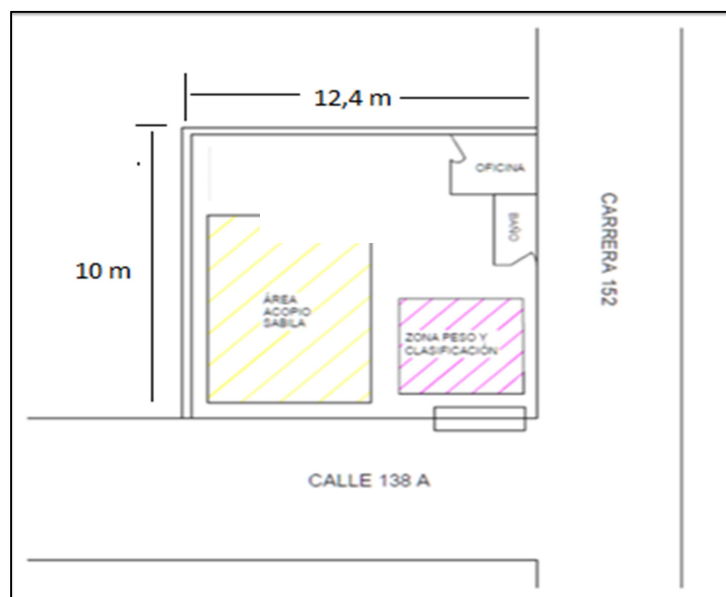


Figura 20. Distribución de la planta de producción.

5.2.5.2 Obras físicas de adecuación.

El lugar se encuentra ubicado en la calle 138ª # 152-04 esquina, primer piso, cuenta con un área de 124 m², consta de una oficina, un baño, un espacio para el acopio de la sábila y un espacio para la zona de clasificación y carga; en este sentido y teniendo en cuenta las actividades a realizar no es necesario realizar obras físicas adicionales.

5.2.5.3 Valoración de las obras físicas.

En concordancia con el numeral anterior no se requiere realizar inversión en obras físicas adicionales.

5.2.6 Control de calidad y seguridad industrial.

El control en cuanto a la calidad del producto se basa en la clasificación por peso y la verificación del estado de la materia prima (Sábila).

Para ello, se debe contar con una FEL (felula espinal larga), un Botiquín, un extintor multiuso (solkaflam), elementos de protección personal (EPP), como botas de seguridad, chaleco, gafas y guantes.

Así mismo, se realizarán los aportes a seguridad social y parafiscales en concordancia con lo establecido en la ley 100 de 1993, artículo 22.

En cuanto a las instalaciones se le realizarán jornadas de limpieza, lavado y desinfección; con el objeto de evitar cualquier foco de insalubridad y contaminación.

5.2.7 Resumen de la inversión necesaria para la puesta en marcha.

A continuación se relacionan los aspectos necesarios para la puesta en marcha del proyecto:

5.2.7.1 Compra o arrendamiento del lugar de operación.

Se estableció iniciar la comercialización con 64.000 unidades (40 Toneladas) de hoja de sábila al mes, que equivalen aproximadamente a \$ 33.920. 000 pesos m/cte.; razón por la cual, no es conveniente comprar el inmueble. En este sentido, se opta por arrendar el lugar de operación por un costo fijo de \$ 350.000 pesos m/cte.

5.2.7.2 Inversión en maquinaria.

A continuación se relaciona la maquinaria y equipo necesarios para la ejecución del proyecto y su costo asociado, lo cual corresponde a la inversión que se realizará en maquinaria y equipo:

Tabla 18 Inversión maquinaria

Descripción	Unidades	Valor unitario	Costo
Vehículos de carga	3	20.000.000	\$ 60.000.000
Bascula 100 kg	1	300000	\$ 300.000
Bascula 10 kg	1	60000	\$ 60.000
TOTAL			\$ 60.360.000

Fuente: Elaboración propia.

5.2.7.3 Inversión en obras físicas.

De acuerdo con lo expuesto en los numerales anteriores no se requiere realizar ningún tipo de inversión en obras físicas.

5.2.7.4 Resumen inversión.

Presentación del presupuesto total necesario para la puesta en marcha del proceso de producción para el proyecto.

Tabla 19 Resumen Inversión

Descripción	Unidades	Valor unitario	Costo
Vehículos de carga	3	20.000.000	\$ 60.000.000
Bascula 100 kg	1	300000	\$ 300.000
Bascula 10 kg	1	60000	\$ 60.000
Total			\$ 60.360.000

Fuente: Elaboración propia.

6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO – ORGANIZACIONAL

En este capítulo se desarrollan los aspectos como la identificación de la organización, la planeación estratégica, la estructura organizacional, la inversión en adecuación administrativa y la constitución de la sociedad.

6.1 Identificación de la organización

A continuación se describen el nombre, eslogan y las características de la empresa:

6.1.1 Nombre

M y J Distribuciones.

6.1.2 Slogan

¡MEJORA TU SALUD!

6.1.3 Logotipo



6.2 Planeación estratégica

A continuación se describe la planeación estratégica de la empresa:

6.2.1 Misión

Comercializar hojas de sábila en los minimercados ubicados en la Localidad de Suba, con calidad, oportunidad y respaldo, en un marco de sostenibilidad que genere valor y aporte al bienestar del consumidor final.

6.2.2 Visión

Ser para el año 2025 una empresa reconocida a nivel local en el ámbito de la comercialización de hoja de sábila, en constante crecimiento y mejora continua, prestando el mejor servicio en los minimercados e incursionando a nivel Distrital, cumpliendo con los estándares de calidad, teniendo como prioridad la satisfacción de nuestros clientes, bienestar de nuestros empleados y rentabilidad para sus accionistas.

6.2.3 Valores organizacionales

- Ética: Transparencia, integridad, lealtad en nuestras acciones.
- Compromiso: Responsabilidad con el logro de los objetivos y resultados, con el autocontrol, el autocuidado y el respeto por los clientes.
- Calidad: Profesionalismo y rigor en el trabajo para garantizar confianza en nuestros clientes.
- Orientación al Cliente: Atención experta, amable, respetuosa y transparente.
- Crecimiento del personal: Desarrollo integral de nuestros trabajadores.

6.2.4 Objetivos organizacionales

- Incrementar la comercialización en un 10% para el año 2022.
- Lograr el crecimiento económico de la Empresa en un 3,5% para el año 2022.
- Mantener en 0% la contaminación y los impactos ambientales para el año 2021.
- Mantener en 0% los casos de enfermedades laborales para el año 2021.

6.2.5 Políticas organizacionales

- Política de calidad: Proveer productos con calidad, cumpliendo las necesidades y requerimientos de los clientes, proporcionándoles valor agregado y confianza.
- Política de prevención del consumo de alcohol y drogas: Promover campañas y capacitaciones en temas de prevención del consumo de estas sustancias; promocionar estilos de vida y trabajo saludables; prohibir el ingreso si se encuentra bajo los efectos de estas sustancias; prohibir la posesión de estas sustancias.
- Política ambiental: Prevenir y mitigar la contaminación, así como los diferentes impactos aplicables.

6.3 Estructura organizacional

A continuación se muestra y se describe la estructura organizacional de la empresa:

6.3.1 Organigrama

A continuación se presenta el organigrama del proyecto:

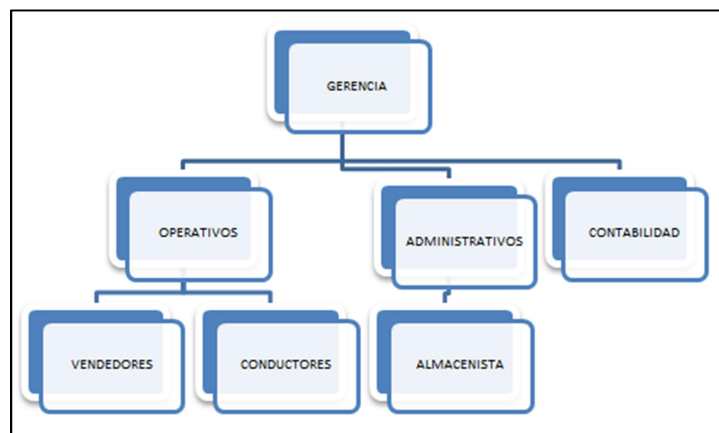


Figura 21. Organigrama. Fuente: Elaboración propia.

6.3.2 Marco legal de vinculación

- Vendedores contrato laboral no mayor a un año.
- Conductores contrato laboral no mayor a un año.
- Almacenista contrato laboral no mayor a un año.

- Contabilidad Contrato por prestación de servicios.

6.4 Inversión en adecuación administrativa

Se tiene contemplado en las mismas instalaciones donde se encuentra ubicada la bodega o punto de almacenamiento del producto.

6.5 De la constitución de la sociedad

A continuación se describen los aspectos de la constitución de la sociedad:

6.5.1 Acta de constitución y estatutos de la sociedad

Se presenta el acta de constitución en el anexo 1.

6.5.2 Costos de constitución

El registro o inscripción de la constitución de sociedad causa o genera derechos de inscripción y adicionalmente, un impuesto de registro a favor del Departamento de Cundinamarca y del Distrito Capital de Bogotá.

Impuesto de registro con cuantía: Este impuesto se liquida para todos aquellos documentos cuyo acto sujeto a registro contenga una valoración en dinero, como es el caso de la constitución de sociedades, aumentos de capital, compraventa de establecimientos de comercio, entre otros actos. (El valor que se recauda se liquida a la tarifa del 0,7% o 0.3% según sea el caso, sobre el valor económico incorporado en el documento. (Artículo 230 Ley 222 de 1995 modificado por artículo 188 Ley 1607 de 2012 Literal b – Ley 223 de 1995 artículo 229; Estatuto Tributario artículo 36; Ordenanza 216 de 2014 artículo 195).

Teniendo en consideración lo anterior para la constitución de la empresa se debe tener en cuenta un costo de un millón cuarenta y cuatro mil setecientos cuarenta y tres pesos m/cte. (\$1.044.743).

6.5.3 Estructura patrimonial

De acuerdo al acta de constitución, la sociedad consta de tres (3) miembros, con una participación igual, es decir, una tercera parte para cada uno; correspondiente a \$ 27.362.145, 07 pesos m/cte. Las acciones de la empresa corresponden a 5000 acciones; el valor del patrimonio es de \$ 82.086.435 Pesos m/cte.

7 ESTUDIO LEGAL

El estudio legal busca determinar la viabilidad del estudio de pre factibilidad para crear una empresa dedicada a la comercialización de hoja (penca) de sábila, en los mini mercados de la localidad de suba, en la ciudad de Bogotá D.C. A la luz de la legislación nacional y local que regulen el comportamiento de la actividad económica de dicha empresa, los derechos y las obligaciones a los que deben estar incorporados a un determinado ordenamiento legal, y de esta manera conocer la legislación y normas que puedan afectar al proyecto de manera positiva o negativa.

7.1 Legislación que afecta al proyecto por su ubicación

Las sociedades pueden constituirse mediante escritura pública o documento privado y forman una persona jurídica independientes de sus asociados. Las sociedades que se constituyan se deben matricular en la Cámara de comercio con jurisdicción en el lugar acordado como domicilio social y el acto de creación se deberá inscribir en el Registro Mercantil correspondiente, se constituyen por Escritura Pública las Sociedades Anónimas, Limitadas, Colectivas, en Comandita Simple y las sociedades en Comandita por Acciones, que no se acojan y/o cumplan con alguno de los requisitos del Art. 22 la ley 1014 de 2006, o aquellas que aporten bien inmueble como capital para la constitución de la sociedad. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2020)

Por otro lado, se pueden constituir mediante documento privado las sociedades de cualquier tipo, que se constituyan de acuerdo con lo establecido por el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006. Ahora bien, las Sociedades por Acciones Simplificadas, pueden constituirse por documento privado en virtud de la Ley 1258 de 2008, siempre y cuando no se aporte bien inmueble como capital para la constitución de la sociedad

Para el proceso a desarrollar del estudio de pre factibilidad de una empresa de comercialización de hoja de sábila, se propone la conformación de una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS).

Teniendo en cuenta el POT (plan de ordenamiento territorial 2020) distrital y local, para la ubicación del proyecto, en la actualidad no se evidencian limitaciones de movilidad, convivencia ciudadana, riesgo y peligros generados para los vecinos circundantes.

7.2 Legislación que afecta el desarrollo y/o venta del producto

Teniendo en cuenta que es un producto que hace parte del sector primario, que no requiere de transformación físico – químicas; no se encontró ninguna normatividad que afecte el desarrollo y/o venta del producto.

7.3 Legislación que afecta los procesos de contratación y vinculación laboral según el proyecto.

Se determinó que para el proyecto en cuanto a los procesos de contratación y vinculación laboral, aplica el Código Sustantivo del Trabajo el cual contempla la ley 50 de 1990 mediante la cual se modifican algunos artículos del Código Sustantivo del Trabajo, así mismo, para el proyecto aplica la Ley 80 Estatuto General de Contratación, la Ley 1581 de 2012 y el reglamentario 1377 de 2013 de tratamiento de datos.

7.4 Legislación tributaria que afecta el proyecto.

Para el caso de las empresas que pretendan acceder a los incentivos tributarios en pro del desarrollo del campo colombiano, el numeral 2 del artículo 79 de la Ley de financiamiento indica que las rentas derivadas de inversiones que incrementen la productividad del sector agropecuario serán consideradas exentas por un período de 10 años, toda vez que la entidad sea constituida e inicie con sus actividades económicas antes del 31 de diciembre de 2021 y cumpla con los siguientes requisitos:

Debe tener su domicilio principal, sede de administración y sede de operación en el municipio donde vaya a realizar la inversión que incremente la productividad del sector agropecuario.

Su objeto social debe estar relacionado con alguna de las actividades que incrementen la productividad del sector, señaladas en la clasificación internacional uniforme –CIIU–, sección A, división 01, entre las cuales se pueden encontrar los cultivos agrícolas transitorios como cereales, legumbres, semillas o leaginosas, hortalizas, raíces, tubérculos; cultivos permanentes como frutas tropicales, café, flor de corte, plantas aromáticas, entre otros; así como la ganadería y la industria pecuaria

Las empresas que pretendan desarrollar actividades enfocadas al desarrollo del campo colombiano deberán contar con al menos 10 empleados, cuyo cargo deberá estar directamente relacionado con los proyectos agropecuarios. Se debe tener en cuenta que los administradores de la entidad no harán parte de la planta de empleados para efectos del beneficio tributario.

Adicionalmente, las sociedades deberán presentar su proyecto de inversión ante el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, en el cual deberán justificar la viabilidad financiera y conveniencia económica del mismo; al igual que en el punto anterior, el Ministerio a cargo emitirá un acto en el que indicará su conformidad en cuanto al cumplimiento de los requisitos por parte del postulante.

8 ESTUDIO AMBIENTAL

Teniendo en cuenta que se va a realizar la comercialización de hojas de sábila, no se requiere realizar ningún proceso de transformación físico - Químico al producto; así mismo, en la normatividad vigente no se evidenció el requerimiento de licencias o permisos ambientales para realizar el cultivo de sábila, ni tampoco se evidenció la exigencia de permisos para el transporte de este producto.

De acuerdo con lo anterior, solo desde el punto de vista de la responsabilidad ambiental, se debe tener en cuenta los impactos ambientales producto del proceso de comercialización, para lo cual se manejarán las siguientes políticas:

Tabla 20 Políticas de impactos ambientales.

Aspecto:	Generación de residuos sólidos.
Impacto:	Contaminación del suelo, disminución de vida útil de rellenos.
Controles:	Capacitación metodología de las 3R (Reducir, Reutilizar, Reciclar), separación de residuos, reciclaje.
Aspecto:	Consumo de agua.
Impacto:	Agotamiento de recurso hídrico.
Controles:	Capacitación en uso racional del agua.
Aspecto:	Consumo de energía.
Impacto:	Agotamiento de recursos naturales.
Controles:	Capacitación en uso racional de energía, uso de bombillas ahorradoras.
Aspecto:	Consumo de papel.
Impacto:	Uso irracional de materias primas.
Controles:	Capacitación en uso racional de materias primas.

Fuente: Elaboración propia.

9 ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

Este estudio presenta de manera sistemática las inversiones que se deben realizar para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de hoja (penca) de sábila. De igual manera presenta los presupuestos proyectados y el flujo de caja del futuro del proyecto.

9.1 Definición de inversiones diferidas

A continuación, se relacionan las inversiones diferidas que son necesarias para la puesta en marcha de la empresa de acuerdo a su actividad económica:

Tabla 21 Inversiones diferidas

Inversiones diferidas		
Descripción	Amortización diferida (En años)	Inversión inicial
Estudio de pre-factibilidad	10	\$ 3.000.000
Estudio de factibilidad	10	\$ 30.000.000
Gastos de organización	10	\$ 2.000.000
Licencias y tramite	10	\$ 470.000
Total		\$ 35.470.000

Fuente: Elaboración propia.

9.2 Definición de inversiones fijas

A continuación, se relacionan las inversiones fijas que son necesarias para la puesta en marcha de la empresa de acuerdo a su actividad económica:

Tabla 22 Inversiones fijas

Inversiones fijas		
Descripción	Vida útil (En años)	Inversión inicial
Equipo de computo	3	\$ 2.500.000
Equipo de comunicaciones	3	\$ 2.100.000
Trasporte (vehículos)	5	\$ 60.000.000
Pesa 100kg	3	\$ 300.000
Pesa 10 kg	3	\$ 60.000
Muebles	2	\$ 3.000.000
Total		\$ 67.960.000

Fuente: Elaboración propia.

9.3 Estructura de capital

A continuación se describe la estructura de capital:

9.3.1 Recursos propios

El valor que estará financiado por recursos propios será el 55% de la inversión inicial de la puesta en marcha el cual corresponde a OCHENTA Y DOS MILLONES OCHENTA Y SEIS MIL CUTROCIENTOS TREINTA Y CINCO M/CTE (\$ 82.086.435).

9.3.2 Recursos con terceros

El valor que estará financiado por recursos de terceros será el 45 % de la inversión inicial de la puesta en marcha el cual corresponde a SESENTA Y SIETE MILLONES CIENTO SESENTA Y UN MIL SEISCIENTOS VEINTINUEVE PESOS M/CTE (\$ 67.161.629).

9.4 Proyección de presupuestos a 10 años

A continuación se desarrolla el presupuesto de ventas, el presupuesto de comercialización y el presupuesto de los gastos operacionales:

9.4.1 Presupuesto de ventas

A continuación, se presenta la proyección de ventas durante un periodo de 10 años, en el cual se tiene en consideración un incremento de producción anual del 10% y aumento del valor de venta del 3,5 %.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades a vender	768.000,00	844.800,00	929.280,00	1.022.208,00	1.124.428,80
Precio de venta	\$ 850,00	\$ 879,75	\$ 910,54	\$ 942,41	\$ 975,39
Valor total de Ventas	\$ 652.800.000,00	\$ 743.212.800,00	\$ 846.147.772,80	\$ 963.339.239,33	\$ 1.096.761.723,98
Total ventas	\$ 652.800.000,00	\$ 743.212.800,00	\$ 846.147.772,80	\$ 963.339.239,33	\$ 1.096.761.723,98

	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Unidades a vender	1.236.871,68	1.360.558,85	1.496.614,73	1.646.276,21	1.810.903,83
Precio de venta	\$ 1.009,53	\$ 1.044,87	\$ 1.081,44	\$ 1.119,29	\$ 1.158,46
Valor total de Ventas	\$ 1.248.663.222,75	\$ 1.421.603.079,10	\$ 1.618.495.105,56	\$ 1.842.656.677,68	\$ 2.097.864.627,54
Total ventas	\$ 1.248.663.222,75	\$ 1.421.603.079,10	\$ 1.618.495.105,56	\$ 1.842.656.677,68	\$ 2.097.864.627,54

Figura 22. Presupuesto de ventas.

9.4.2 Presupuesto de comercialización

A continuación, se presenta la proyección de compras durante un periodo de 10 años, en el cual se tiene en consideración los incrementos relacionados a la inflación, aumento en el SMMLV y canon de arrendamiento.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades a comprar	768.000	844.800	929.280	1.022.208	1.124.429
Precio de compra	\$ 662,97	\$ 681,98	\$ 703,14	\$ 724,32	\$ 745,47
Valor total de compras	\$ 509.160.000,00	\$ 576.136.440,00	\$ 653.415.550,92	\$ 740.406.418,40	\$ 838.233.473,68
Total compra	\$ 509.160.000,00	\$ 576.136.440,00	\$ 653.415.550,92	\$ 740.406.418,40	\$ 838.233.473,68

	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Unidades a comprar	1.236.872	1.360.559	1.496.615	1.646.276	1.810.904
Precio de compra	\$ 766,92	\$ 787,22	\$ 808,81	\$ 828,78	\$ 850,04
Valor total de compras	\$ 948.583.166,81	\$ 1.071.056.525,00	\$ 1.210.480.879,69	\$ 1.364.398.518,59	\$ 1.539.345.759,55
Total compra	\$ 948.583.166,81	\$ 1.071.056.525,00	\$ 1.210.480.879,69	\$ 1.364.398.518,59	\$ 1.539.345.759,55

Figura 23. Presupuesto de comercialización

9.4.3 Presupuesto de gastos operacionales, no operacionales e ingresos no operacionales

A continuación, se presenta la proyección de gastos operacionales en un periodo de 10 años:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos operacionales	184.873.752,74	192.419.071,62	197.363.158,84	205.626.160,59	214.215.894,22
+ Gastos de administración	49.880.758,19	51.763.892,30	53.784.733,96	55.862.506,19	57.993.415,21
+ Gastos en ventas	134.992.994,56	140.655.179,31	143.578.424,88	149.763.654,40	156.222.479,01
	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Gastos operacionales	223.168.551,51	232.427.744,49	242.119.825,04	252.127.388,04	262.593.672,47
+ Gastos de administración	60.199.835,17	62.419.453,63	64.753.367,09	67.084.280,22	69.526.589,29
+ Gastos en ventas	162.968.716,35	170.008.290,86	177.366.457,94	185.043.107,81	193.067.083,19

Figura 24. Presupuesto de gastos operacionales

9.5 Proyección de estados financieros a 10 años

A continuación, se presenta la proyección de los estados financieros en un periodo de 10 años:

9.5.1 Estado de situación financiera

Se proyecta el estado de situación financiera a 10 años acorde a las especificaciones propias del proyecto.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo					
Caja	14.351.726	5.489.267	1.250.907	10.673.652	26.437.964
Bancos	33.487.360	12.808.289	2.918.783	24.905.188	61.688.583
Inventario					
Cuentas por cobrar	13.600.000	32.640.000	37.160.640	42.307.389	48.166.962
Activo corriente	61.439.086	50.937.556	41.330.330	77.886.229	136.293.509
equipos de computo	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000
Depreciación	833.333	1.666.667	2.500.000	2.500.000	2.500.000
Comunicaciones	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000
Depreciación	700.000	1.400.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000
Vehículos	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Depreciación	12.000.000	24.000.000	36.000.000	48.000.000	60.000.000
Herramientas	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000
Depreciación	120.000	240.000	360.000	360.000	360.000
muebles	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Depreciación	1.500.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Activo no corriente	52.806.667	37.653.333	24.000.000	12.000.000	-
TOTAL ACTIVO	114.245.753	88.590.889	65.330.330	89.886.229	136.293.509
Pasivo					
Cuentas por pagar	26.039.479	48.011.370	54.451.296	61.700.535	69.852.789
Obligaciones financieras CP				-	-
Impuestos por pagar	-	-	-	6.057.331	15.509.325
Pasivo corriente	26.039.479	48.011.370	54.451.296	67.757.866	85.362.114
Obligaciones financieras LP	47.353.591	25.069.548	0		
Pasivo no corriente	47.353.591	25.069.548	0	-	-
TOTAL PASIVO	73.393.070	73.080.918	54.451.296	67.757.866	85.362.114
Patrimonio					
Capital social	82.086.435	82.086.435	82.086.435	82.086.435	82.086.435
Utilidad del ejercicio	0	0	0	11.249.329	28.803.031
Pérdida del ejercicio	- 41.233.753	- 25.342.712	- 4.630.937	0	0
Utilidades acumuladas		-	-	-	11.249.329
Pérdida acumulada		- 41.233.753	- 66.576.464	- 71.207.401	- 71.207.401
TOTAL PATRIMONIO	40.852.682	15.509.971	10.879.034	22.128.363	50.931.395

	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Activo					
Caja	45.616.023	73.759.269	112.016.626	163.331.505	282.937.303
Bancos	106.437.387	172.104.962	261.372.127	381.106.846	660.187.039
Inventario					
Cuentas por cobrar	54.838.086	62.433.161	71.080.154	80.924.755	92.132.834
Activo corriente	206.891.496	308.297.392	444.468.906	625.363.107	1.035.257.176
equipos de computo	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000
Depreciación	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000
Comunicaciones	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000
Depreciación	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000
Vehículos	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Depreciación	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	62.500.000
Herramientas	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000
Depreciación	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000
muebles	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Depreciación	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Activo no corriente	-	-	-	-	2.500.000
TOTAL ACTIVO	206.891.496	308.297.392	444.468.906	625.363.107	1.032.757.176
Pasivo					
Cuentas por pagar	79.048.597	89.254.710	100.873.407	113.699.877	128.278.813
Obligaciones financieras CP					
Impuestos por pagar	26.919.027	41.341.583	58.063.040	79.145.770	279.609.525
Pasivo corriente	105.967.624	130.596.294	158.936.447	192.845.646	407.888.338
Obligaciones financieras LP					
Pasivo no corriente	-	-	-	-	-
TOTAL PASIVO	105.967.624	130.596.294	158.936.447	192.845.646	407.888.338
Patrimonio					
Capital social	82.086.435	82.086.435	82.086.435	82.086.435	82.086.435
Utilidad del ejercicio	49.992.478	76.777.226	107.831.361	146.985.001	192.351.377
Pérdida del ejercicio	0	0	0	0	0
Utilidades acumuladas	40.052.361	90.044.839	166.822.065	274.653.425	421.638.427
Pérdida acumulada	- 71.207.401	- 71.207.401	- 71.207.401	- 71.207.401	- 71.207.401
TOTAL PATRIMONIO	100.923.872	177.701.099	285.532.459	432.517.460	624.868.837

Figura 25. Estado de situación financiera

9.5.2 Estado de resultados

Se proyecta el estado de resultados a 10 años acorde a las especificaciones propias del proyecto.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas	652.800.000,00	743.212.800,00	846.147.772,80	963.339.239,33	1.096.761.723,98
Costo de venta	509.160.000,00	576.136.440,00	653.415.550,92	740.406.418,40	838.233.473,68
Utilidad bruta	143.640.000,00	167.076.360,00	192.732.221,88	222.932.820,93	258.528.250,30
Gastos operacionales	184.873.752,74	192.419.071,62	197.363.158,84	205.626.160,59	214.215.894,22
+ Gastos de administración	49.880.758,19	51.763.892,30	53.784.733,96	55.862.506,19	57.993.415,21
+ Gastos en ventas	134.992.994,56	140.655.179,31	143.578.424,88	149.763.654,40	156.222.479,01
Utilidad operacional	- 41.233.752,74	- 25.342.711,62	- 4.630.936,96	17.306.660,34	44.312.356,08
Ingresos no operacionales	-	-	-	-	-
Gastos no operacionales	-	-	-	-	-
Utilidad antes de impuestos	- 41.233.752,74	- 25.342.711,62	- 4.630.936,96	17.306.660,34	44.312.356,08
Impuesto				6.057.331,12	15.509.324,63
Utilidad neta	- 41.233.752,74	- 25.342.711,62	- 4.630.936,96	11.249.329,22	28.803.031,45

	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas netas	1.248.663.222,75	1.421.603.079,10	1.618.495.105,56	1.842.656.677,68	2.097.864.627,54
Costo de venta	948.583.166,81	1.071.056.525,00	1.210.480.879,69	1.364.398.518,59	1.539.345.759,55
Utilidad bruta	300.080.055,94	350.546.554,10	408.014.225,87	478.258.159,09	558.518.867,99
Gastos operacionales	223.168.551,51	232.427.744,49	242.119.825,04	252.127.388,04	262.593.672,47
+ Gastos de administración	60.199.835,17	62.419.453,63	64.753.367,09	67.084.280,22	69.526.589,29
+ Gastos en ventas	162.968.716,35	170.008.290,86	177.366.457,94	185.043.107,81	193.067.083,19
Utilidad operacional	76.911.504,43	118.118.809,61	165.894.400,84	226.130.771,05	295.925.195,51
Ingresos no operacionales	-	-	-	-	-
Gastos no operacionales	-	-	-	-	-
Utilidad antes de impuestos	76.911.504,43	118.118.809,61	165.894.400,84	226.130.771,05	295.925.195,51
Impuesto	26.919.026,55	41.341.583,36	58.063.040,29	79.145.769,87	103.573.818,43
Utilidad neta	49.992.477,88	76.777.226,25	107.831.360,54	146.985.001,19	192.351.377,08

Figura 26. Estado de resultados

9.6 Proyección de flujo de caja a 10 años

Se proyecta el flujo de caja a 10 años acorde a las especificaciones propias del proyecto.

	Momento 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos operacionales		652.800.000,00	743.212.800,00	846.147.772,80	963.339.239,33	1.096.761.723,98
+ Ingresos no operacionales		-	-	-	-	-
+ Valores de salvamento		-	-	-	-	-
= Ingresos sujetos a tributación	0	652.800.000,00	743.212.800,00	846.147.772,80	963.339.239,33	1.096.761.723,98
+ Costos operacionales		509.160.000,00	576.136.440,00	653.415.550,32	740.406.418,40	838.233.473,68
+ Gastos operacionales		184.873.752,74	192.419.071,62	197.363.158,84	205.626.160,59	214.215.894,22
+ Gastos no operacionales		-	-	-	-	-
= Egresos que afectan la tributación	-	694.033.752,74	768.555.511,62	850.778.709,76	946.032.579,00	1.052.449.367,90
Utilidad antes de impuestos (UAI)	-	- 41.233.752,74	- 25.342.711,62	- 4.630.936,96	17.306.660,34	44.312.356,08
Impuesto (35%)		-	-	-	6.057.331,12	15.509.324,63
Utilidad neta	-	- 41.233.752,74	- 25.342.711,62	- 4.630.936,96	11.249.329,22	28.803.031,45
Depreciaciones		15.153.333,33	15.153.333,33	13.653.333,33	12.000.000,00	12.000.000,00
+ Venta de activos por valor de libros		-	-	-	-	-
+ Préstamos bancarios		67.161.628,80	0	0	0	0
= Ingresos que no afectan la tributación	67.161.628,80	-	-	-	-	-
+ Inversiones		-	-	-	-	-
+ Amortización a capital		\$ 19.808.037,99	\$ 22.284.042,74	\$ 25.069.548,08	\$ 0,00	\$ 0,00
= Egresos que no afectan la tributación	0	19808037,99	22284042,74	25069548,08	0	0
Inversiones diferidas		3.547.000,00	3.547.000,00	3.547.000,00	3.547.000,00	3.547.000,00
+ Maquinaria y equipo		4.600.000,00	-	-	-	-
+ Muebles y enseres		3.000.000,00	-	-	-	-
+ Vehículos		60.000.000,00	-	-	-	-
+ Herramientas		360.000,00	-	-	-	-
+ Capital de trabajo		42.430.000,00	-	-	-	-
= Inversión inicial	110.390.000,00	-	-	-	-	-
Flujo de caja del inversionista	- 43.228.371,20	- 49.435.457,40	- 36.020.421,02	- 19.594.151,70	19.702.329,22	37.256.031,45

	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
+ Ingresos operacionales	1.248.663.222,75	1.421.603.079,10	1.618.495.105,56	1.842.656.677,68	2.097.864.627,54
+ Ingresos no operacionales	-	-	-	-	-
+ Valores de salvamento					13.592.000,00
= Ingresos sujetos a tributación	1.248.663.222,75	1.421.603.079,10	1.618.495.105,56	1.842.656.677,68	2.111.456.627,54
+ Costos operacionales	948.583.166,81	1.071.056.525,00	1.210.480.879,69	1.364.398.518,59	1.539.345.759,55
+ Gastos operacionales	223.168.551,51	232.427.744,49	242.119.825,04	252.127.388,04	262.593.672,47
+ Gastos no operacionales	-	-	-	-	-
= Egresos que afectan la tributación	1.171.751.718,33	1.303.484.269,49	1.452.600.704,72	1.616.525.906,62	1.801.939.432,03
Utilidad antes de impuestos (UAI)	76.911.504,43	118.118.809,61	165.894.400,84	226.130.771,05	309.517.195,51
Impuesto (35%)	26.919.026,55	41.341.583,36	58.063.040,29	79.145.769,87	103.573.818,43
Utilidad neta	49.992.477,88	76.777.226,25	107.831.360,54	146.985.001,19	205.943.377,08
Depreciaciones	-	-	-	-	-
+ Venta de activos por valor de libros					
+ Préstamos bancarios		0	0	0	0
= Ingresos que no afectan la tributación	-	-	-	-	-
+ Inversiones		-	-	-	-
+ Amortización a capital		0	0	0	0
= Egresos que no afectan la tributación	0	0	0	0	0
Inversiones diferidas		3.547.000,00	3.547.000,00	3.547.000,00	3.547.000,00
+ Maquinaria y equipo		-	-	-	-
+ Muebles y enseres		-	-	-	-
+ Vehículos		-	-	-	-
+ Herramientas		-	-	-	-
+ Capital de trabajo		-	-	-	-
= Inversión inicial	-	-	-	-	-
Flujo de caja del inversionista	46.445.477,88	73.230.226,25	104.284.360,54	143.438.001,19	202.396.377,08

Figura 27. Proyección de flujo de caja a 10 años

10 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

A continuación se presenta la evaluación financiera del proyecto, teniendo en cuenta los indicadores de liquidez y rentabilidad, durante el periodo evaluado.

10.1 Presentación de indicadores financieros de liquidez y rentabilidad

Liquidez: Razón corriente: activo corriente /pasivo corriente

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE	61.439.086	50.937.556	41.330.330	77.886.229	136.293.509
PASIVO CORRIENTE	26.039.479	48.011.370	54.451.296	67.757.866	85.362.114
RAZON CORRIENTE	2,36	1,06	0,76	1,15	1,60

	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ACTIVO CORRIENTE	206.891.496	308.297.392	444.468.906	625.363.107	1.035.257.176
PASIVO CORRIENTE	105.967.624	130.596.294	158.936.447	192.845.646	407.888.338
RAZON CORRIENTE	1,95	2,36	2,80	3,24	2,54

Figura 28. Liquidez

Se puede analizar que el proyecto tiene capacidad financiera de 1,98 pesos por cada peso, para cumplir con las obligaciones financieras durante el tiempo evaluado.

Rentabilidad

Margen bruto de utilidad: (utilidad bruta /ventas totales x 100)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD BRUTA	143.640.000	167.076.360	192.732.222	222.932.821	258.528.250
VENTAS TOTALES	652.800.000	743.212.800	846.147.773	963.339.239	1.096.761.724
MARGEN BRUTO DE UTILIDAD	22,00%	22,48%	22,78%	23,14%	23,57%

	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
UTILIDAD BRUTA	300.080.056	350.546.554	408.014.226	478.258.159	558.518.868
VENTAS TOTALES	1.248.663.223	1.421.603.079	1.618.495.106	1.842.656.678	2.097.864.628
MARGEN BRUTO DE UTILIDAD	24,03%	24,66%	25,21%	25,95%	26,62%

Figura 29. Margen bruto de utilidad

Se puede analizar que el proyecto tiene un margen bruto de utilidad en el primer año del 22,00 %, se observa que en los otros años aumenta gradualmente, hasta alcanzar el 26,62% en el año 10.

Margen neto de utilidad: (utilidad neta /ventas totales x 100)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD BRUTA	- 41.233.753	- 25.342.712	- 4.630.937	11.249.329	28.803.031
VENTAS TOTALES	652.800.000	743.212.800	846.147.773	963.339.239	1.096.761.724
MARGEN NETO DE UTILIDAD	-6,32%	-3,41%	-0,55%	1,17%	2,63%

	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
UTILIDAD BRUTA	49.992.478	76.777.226	107.831.361	146.985.001	192.351.377
VENTAS TOTALES	1.248.663.223	1.421.603.079	1.618.495.106	1.842.656.678	2.097.864.628
MARGEN NETO DE UTILIDAD	4,00%	5,40%	6,66%	7,98%	9,17%

Figura 30. Margen neto de utilidad

Se puede analizar que el proyecto tiene una margen de utilidad neta del 1,17 % al cuarto año, teniendo en cuenta que en los tres primeros años de funcionamiento no se tiene utilidad; no obstante, en adelante su utilidad aumenta gradualmente.

10.2 Evaluación financiera - Valor Presente Neto y TIR

A continuación se determina la tasa de descuento, el Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR):

10.2.1 Determinación de la tasa de descuento

Teniendo en cuenta el costo promedio ponderado de cada una de las fuentes de financiación, se determinó una tasa de descuento del 18%.

10.2.2 Cálculo del Valor Presente Neto

Se calcula el valor presente neto (VPN) del proyecto con base al flujo de caja proyectado y a la tasa de descuento determinada, mediante la siguiente expresión (VNA (tasa; suma flujo de caja 10 años) - flujo momento 0).

Tasa de descuento	18%
VPN	\$ 42.476.474,05

Figura 31. Valor Presente Neto (VPN)

Al evaluar el Valor Presente Neto el cual es positivo se puede decir, que los dineros invertidos en el proyecto serán rentables a una tasa superior a la tasa de interés de oportunidad; por tanto, el proyecto es factible.

10.2.3 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

Se calcula la tasa interna de retorno (TIR) del proyecto, con base al flujo de caja. (TIR(flujo de caja entre el momento 0 y el año 10))

Tasa de descuento	18%
TIR	23,4%

Figura 32. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Al evaluar el resultado positivo de la Tasa Interna de Retorno, se puede indicar que el proyecto es viable e indica posibles rendimientos a futuro.

11 CONCLUSIONES

En este proyecto se plantearon cinco (5) objetivos específicos, respecto al primer objetivo que tiene que ver con el estudio de mercado se encontró que: a) Las áreas cultivadas de sábila en el Departamento de Cundinamarca son suficientes para atender la proyección de ventas de 768.000 unidades (480 Toneladas) en el año; b) El precio de venta del mercado oscila entre 900 y 1000 pesos m/cte.; c) El costo de producción unitario para el proyecto es de 663 pesos m/cte.; d) El precio de venta unitario para el proyecto se estableció en 850 pesos m/cte.; e) El punto de equilibrio para el proyecto, evaluado para un año, arrojó un resultado de 69.470 unidades (43,42 toneladas), la proyección de ventas para un (1) mes es de 64.000 unidades (40 Toneladas). Por lo tanto, se concluye que el proyecto es viable desde el punto de vista del estudio de mercado.

En cuanto al segundo objetivo específico, relacionado con el estudio técnico, se encontró que: a) En términos de la macrolocalización, se estableció que la Localidad de Suba, en la ciudad de Bogotá D.C., cuenta con diferentes zonas estratégicas para la ubicación del centro de comercialización; b) En la microlocalización se seleccionó la primera opción de ubicación, en la calle 138ª N° 152-04, en el Barrio Santa Rita de la Localidad de Suba, teniendo en cuenta el bajo costo de arrendamiento de la bodega y su ubicación, que cuenta con tres (3) vías principales, que permiten una ruta adecuada de distribución. c) Se estableció iniciar la comercialización con 64.000 unidades (40 Toneladas) de hoja de sábila al mes, que equivalen aproximadamente a \$ 42.432.000 pesos m/cte.; razón por la cual, no es conveniente comprar el inmueble, en este sentido, se opta por arrendar el lugar de operación por un costo fijo de \$ 350.000 pesos m/cte. d) Se estableció que la inversión para la puesta en marcha requiere de \$ 60.360.00 pesos m/Cte.

En relación al tercer objetivo que tiene que ver con el estudio administrativo, se encontró que: a) El costo para la constitución de la empresa corresponde a \$1.044.743 pesos m/cte., el valor incluye el registro, los derechos de inscripción y el impuesto de ingreso. b) El valor total del patrimonio es de \$ 82.086.435 pesos m/cte., el cual está distribuido en tres socios, es decir, cada uno por valor de \$ 27.362.145 pesos m/cte.; todo lo anterior, establecido en cinco mil acciones para la empresa.

En el cuarto objetivo se desarrolló el estudio económico – financiero, en este estudio se encontró que: a) Los recursos propios para este proyecto se establecieron en \$ 82.086.435 pesos m/cte., es decir, el 55% de la inversión inicial para la puesta en marcha. b) El valor que estará financiado con recursos de terceros será el 45% de la inversión inicial para la puesta en marcha,

es decir, \$ 67.161.629 pesos m/cte. c) El periodo evaluado es a 10 años, se consideró en cada año un incremento en la comercialización del 10% y un aumento en las ventas del 3.5%; así mismo, se tuvo en cuenta la inflación y el Índice de Precios del Consumidor (IPC) en los cálculos correspondientes.

El último objetivo es la evaluación financiera del proyecto, para lo cual se tuvieron en cuenta los indicadores de liquidez y rentabilidad, que fueron evaluados en un periodo de 10 años: al realizar la evaluación financiera se encontró que: a) El indicador financiero de liquidez es 1,98; b) El margen bruto de utilidad es 22 %; c) el margen neto de utilidad es 1,17%; d) El Valor Presente Neto (VPN) es positivo; e) La Tasa Interna de Retorno (TIR) es 23,4%.

En cuanto al objetivo general trazado, el cual fue determinar la prefactibilidad para crear una empresa dedicada a la comercialización de hoja (penca) de sábila, en los minimercados de la Localidad de Suba, en la Ciudad de Bogotá D.C., se encontró que a nivel financiero el proyecto es factible debido a que el cálculo del flujo de caja proyectado y los saldos generados para cada periodo al evaluarlos a través del cálculo del valor presente neto, tomando como base, una tasa del 18% de descuento, se obtuvo que el valor presente neto es de \$ 42.476.474,05 pesos m/cte., de igual manera la TIR confirma este resultado debido a que la TIR da 23,4% por lo cual se concluye que el proyecto tiene prefactibilidad según los hallazgos registrados en el presente documento.

12 REFERENCIAS

- Banrep (2006). El sistema económico. Recuperado de https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/guia_1_el_sistema_economico.pdf.
- Cerosetenta (2019). Del Campo a la mesa: los depredadores de la cadena alimentaria. Recuperado de <https://ligacontraelsilencio.com/2019/06/06/del-campo-a-la-mesa-los-depredadores-de-la-cadena-alimentaria/>
- DANE (2018). Censo nacional de población y vivienda. Recuperado de https://sitios.dane.gov.co/cnpv/#!/cua_som.
- FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations). Recuperado de <http://www.fao.org>.
- FIDA (Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola) (2019). El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2019. Recuperado de <https://www.ifad.org/es/web/knowledge/books-and-reports>.
- MADR (2019). Evaluaciones Agropecuarias Municipales EVA. Recuperado de <https://www.datos.gov.co/Agricultura-y-Desarrollo-Rural/Evaluaciones-Agropecuarias-Municipales-EVA/2pnw-mmge/data>.
- Méndez, F. (2016). Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá D.C.: Eco E Ediciones.
- PECTIA (2016). Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación del Sector Agropecuario Colombiano. Recuperado de <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/noticias/pectia-2017-actualizado.pdf>.
- Barrera Lievano, J., Parada, S., & Serrano, L. (2020). "Análisis empírico de correlación entre el indicador de estructura de capital y el indicador de margen de utilidad neta en pequeñas y medianas empresas – PYME". Recuperado de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=jhony+alexander+barrera+li%C3%A9vano&oq=

Anexo 1 Acta de constitución

ESTATUTOS BÁSICOS SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

Bogotá D.C., 5 de septiembre de 2020

Por medio del presente documento privado, *Nosotros,*

NOMBRE	IDENTIFICACIÓN			DOMICILIO
	Tipo de Identificación	Número	Lugar de Expedición	
Rodolfo Castro Ortegón	Cédula de Ciudadanía	XXXXXXXXXX	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.
Carlos Andrés Padilla Barbosa	Cédula de Ciudadanía	XXXXXXXXXX	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.
Johnny Alejandro González Reyes	Cédula de Ciudadanía	XXXXXXXXXX	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.

Manifestamos con la firma de este documento *nuestra* voluntad de constituir una sociedad comercial del tipo: Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), la cual se regirá 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 **MYJ DISTRIBUCIONES** SAS. Es una sociedad comercial por acciones simplificada, de nacionalidad colombiana. El domicilio principal de la sociedad es la ciudad de **Bogotá D.C.** 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	\$ 82.086.435,2
CLASE DE ACCIONES	Nominativas y Ordinarias

CAPITAL AUTORIZADO	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
50000	82.086.435,2

CAPITAL SUSCRITO	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
2500	41.032.217,6

CAPITAL PAGADO	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
1250	20.521.608,8

* ** ** ** ** *

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 primer y segundo suplentes que podrán 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:

1. Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuera prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.
2. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
3. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
4. Por las causales previstas en los estatutos.
5. Por la voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.
6. Por orden de autoridad competente.
7. 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. SUJECIÓN 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 1 Arbitro que decidirá en Derecho, 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

sujeterá 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 registrará 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 Principal
Se designa en este cargo a: <i>Rodolfo Castro Ortegón</i> , identificado con la <i>Cédula de Ciudadanía No. XXXXXXXXXXXX</i> de Bogotá D.C..
La persona designada como Representante Legal Suplente Estando presente acepta el cargo
Se designa en este cargo a: <i>Carlos Andrés Padilla Barbosa</i> , identificado con la <i>Cédula de Ciudadanía No. [XXXXXXXX]</i> de Bogotá D.C..
La persona designada como Representante Legal Primer Suplente Estando presente acepta el cargo
Se designa en este cargo a: <i>Johnny Alejandro Gonzales Reyes</i> , identificado con la <i>Cédula de Ciudadanía No. XXXXXXXX</i> de Bogotá D.C..

Firmas:

Rodolfo Castro Ortegón
XXXXXXXXXX

Carlos Andrés Padilla Barbosa
XXXXXXXXXX

Johnny Alejandro Gonzales Reyes
XXXXXXXXXX

Anexo 2 Encuesta



ENCUESTA COMPRA SABILA EN PENCA (Aloe Vera)

El consumo de sábila a nivel nacional ha aumentado dado a sus propiedades medicinales, por lo cual MYJ Distribuciones, realiza esta encuesta con el fin de poder suplir la necesidad del mercado y poder llegar a cada uno de sus futuros clientes, con la mejor calidad y precio, en el menor tiempo posible y buscando una mejora continua.

Nombre de la empresa _____

Localidad _____

Dirección _____

1. ¿En su establecimiento vende este producto?

- SI
- NO

Si su respuesta es SI, pasar a la pregunta N° 3.

2. ¿estaría dispuesto a incluir este producto en su negocio?

- SI
- NO

Si su respuesta es SI pasara a la pregunta N° 3, si la respuesta fue NO dar por terminada la encuesta

3. ¿Qué cantidad compra normalmente en la semana?

- Menos de 10 Unidades
- Entre 10 y 50 Unidades
- Más de 50 Unidades

4. ¿Con que frecuencia usted compraría el producto?

- 1 Día
- 2 Días
- 3 Días
- 4 Días
- 5 Días
- 6 Días
- 7 Días
- 8 Días

5. ¿qué rango de precios estaría dispuesto a pagar por unidad de penca de sábila?

- 500 a 700 pesos
- 700 a 900 pesos
- 900 a 1200 pesos

Agradecemos de su colaboración y tiempo dedicado a la anterior encuesta, la cual es completamente anónima, con fines académicos y de investigación desarrollada por los estudiantes del programa Especialización en gerencia de proyectos de la Universidad Minuto de Dios, e integrados por Rodolfo Castro Ortégón, Carlos Andrés Padilla Barbosa y Johnny Alejandro Gonzales, como opción de grado.

MYJ DISTRIBUCIONES
Tel: 317-515-92-55
Calle 138B # 152-17 Bogotá D.C.