

ANEXOS

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

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

Anexo 1.

Mayores Países Productores, exportadores y consumidores

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

Anexo 2.

Porcentaje por países de consumo por año

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

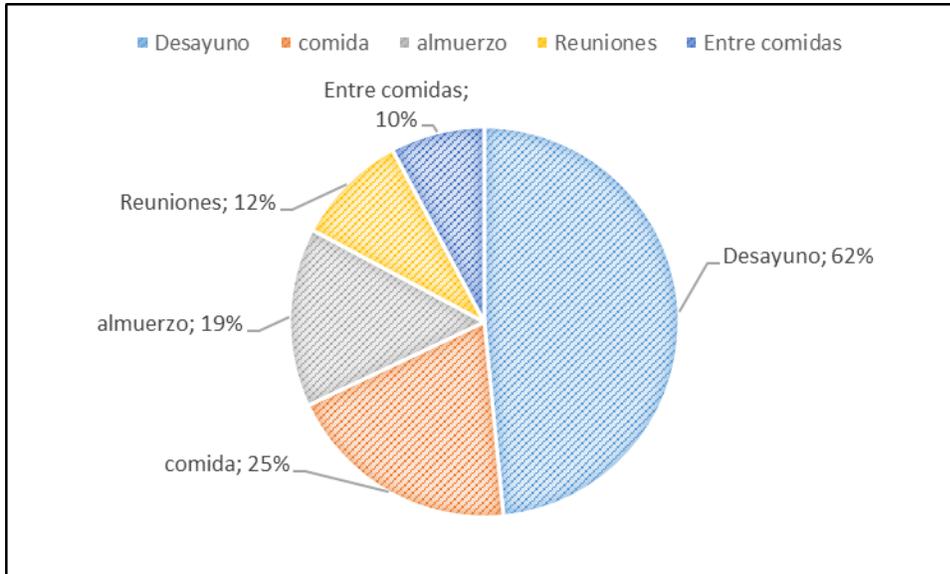
Anexo 3.

Líderes en canales de venta

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

Anexo 4.

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



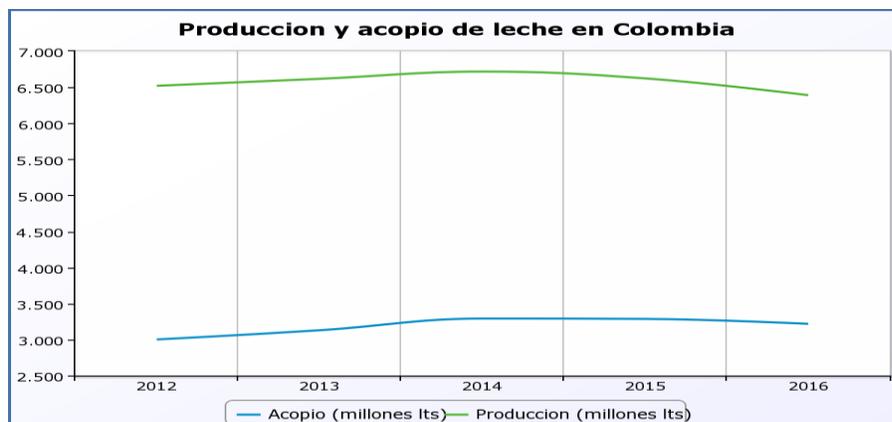
Anexo 5.

Tipos de queso en Colombia



Anexo 6.

Producción y acopio de leche en Colombia



Anexo 7.

Producción del sector ganadero

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

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

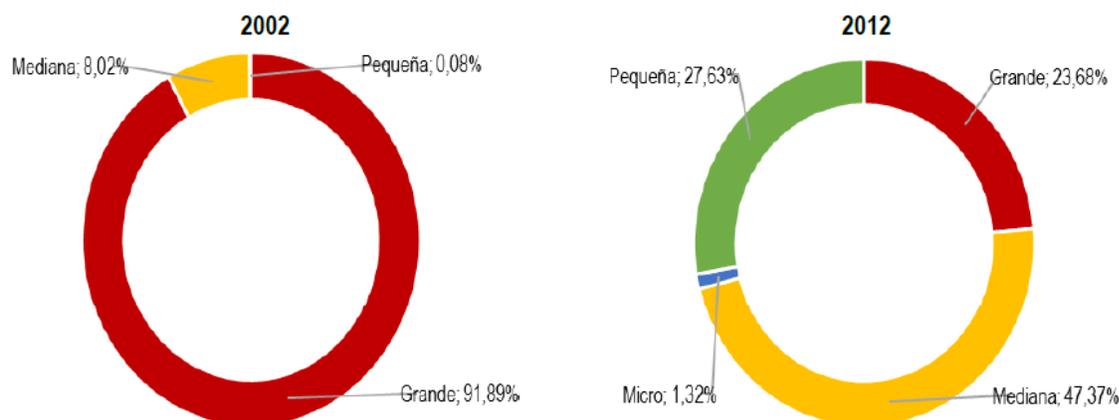
Anexo 8.

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



Anexo 9.

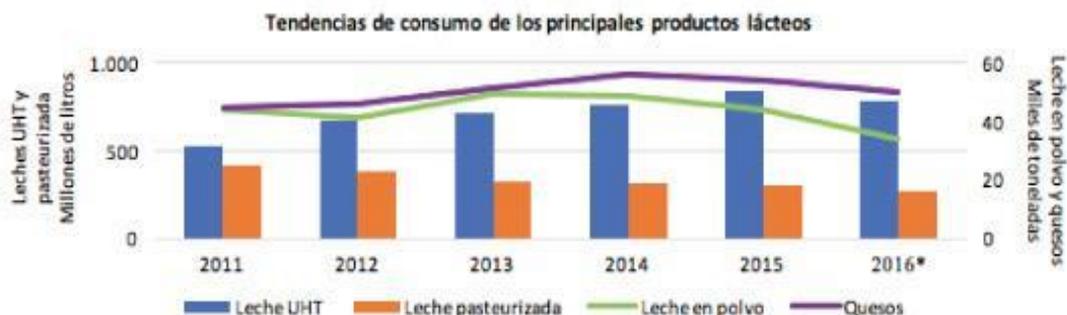
Cadena de Lácteos: Evolución del tamaño empresarial (2002-2012)^a



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

Anexo 10.

Tendencias en el consumo de lácteos en Colombia



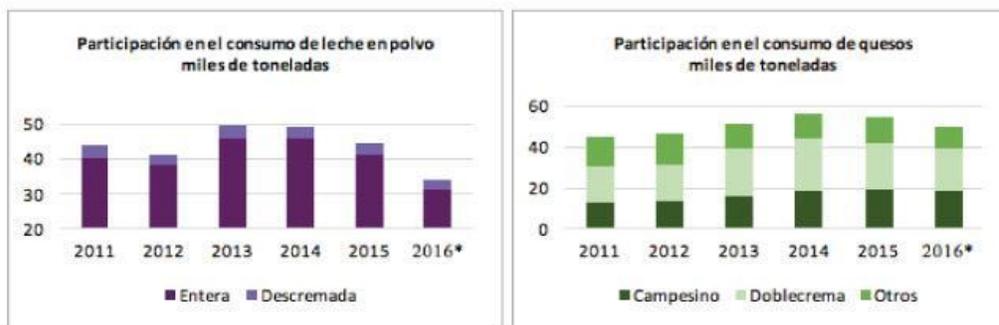
Anexo 11.

Consumo de los principales productos lácteos.



Anexo 12.

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



Anexo 13.

Estudio de precio de mercado del queso doble crema.

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

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

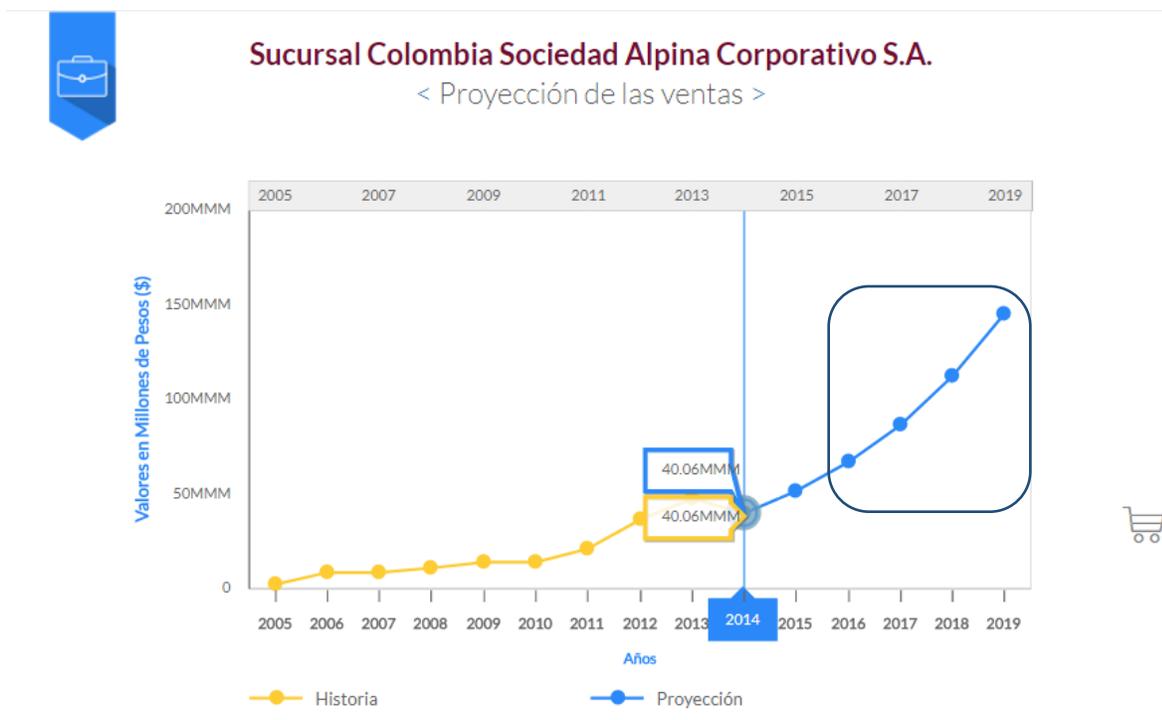
Anexo 14.

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

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

Anexo 15.

Proyección de ventas para Alpina (Comparación)



Anexo 16.

Margen de ventas para Alpina año 2014

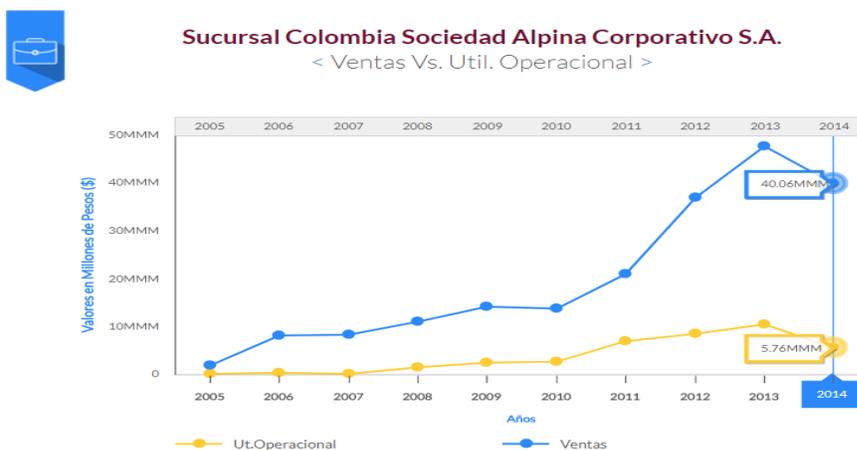
Ventas 2014	Activos	ROI	Margen Oper.	Endeudamiento	Cundinamarca
\$40.1 Mil Millones	\$6.8 Mil Millones	53.0%	14.4%	45.2%	Soco

Anexo 17.

Margen de Rentabilidad para Alpina año 2014

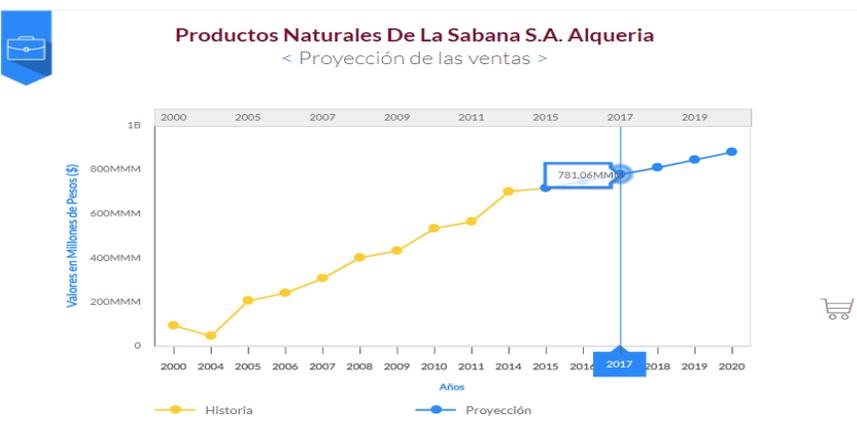


Anexo 18. Ventas vs Rentabilidad operacional para Alpina 2014



Anexo 19.

Proyección de ventas para Alquería año 2014



Anexo 20.

Margen de Rentabilidad para Alquilería año 2014

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

Anexo 21.

Rentabilidad Operacional Alquilería



Productos Naturales De La Sabana S.A. Alquileria

< ROI - ROE >



Anexo 22.

Ventas vs Rentabilidad operacional para Alquilería 2014



Productos Naturales De La Sabana S.A. Alquileria

< Ventas Vs. Util. Operacional >



Anexo 23.

Montaje de una Planta de quesos doble crema:

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

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

Anexo 24.

Factores condicionantes.

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

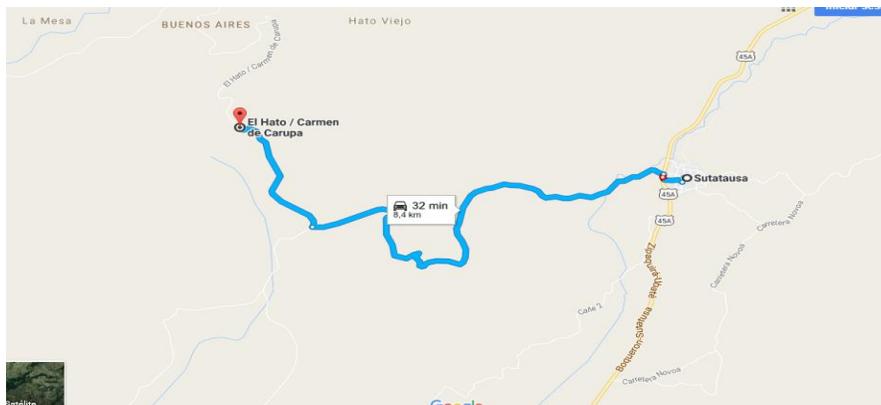
Anexo 25.

Resultado seleccionamos a Cundinamarca para nuestro proyecto



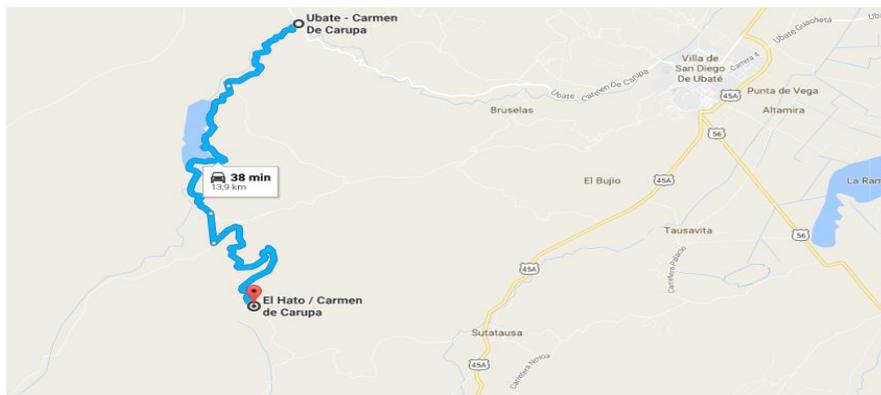
Anexo 26.

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



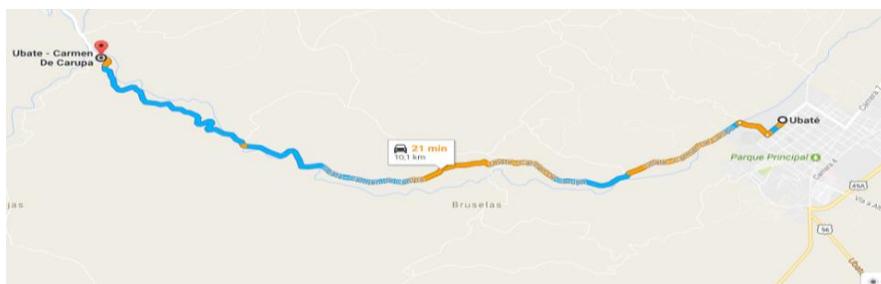
Anexo 27.

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



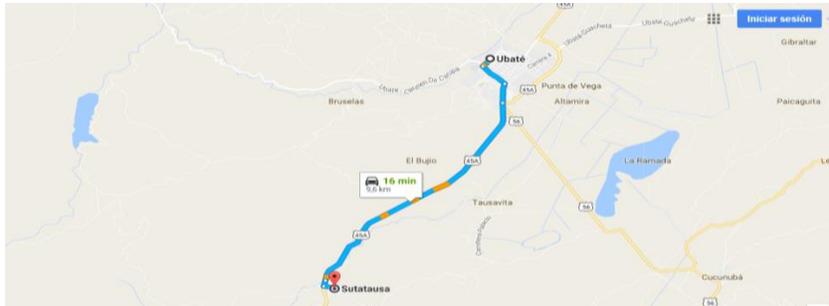
Anexo 28.

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



Anexo 29.

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



Anexo 30.

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



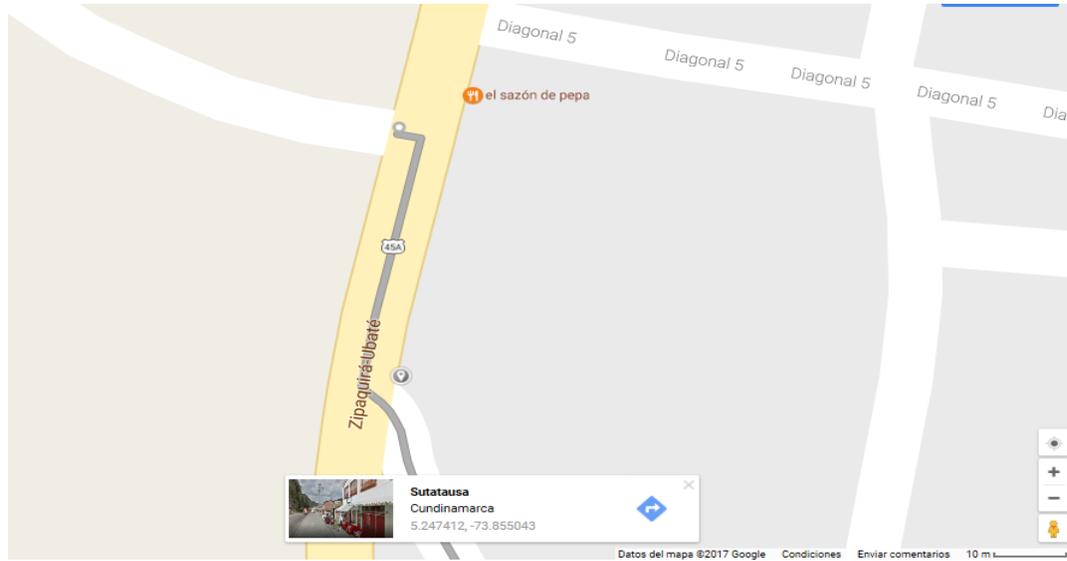
Anexo 31.

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



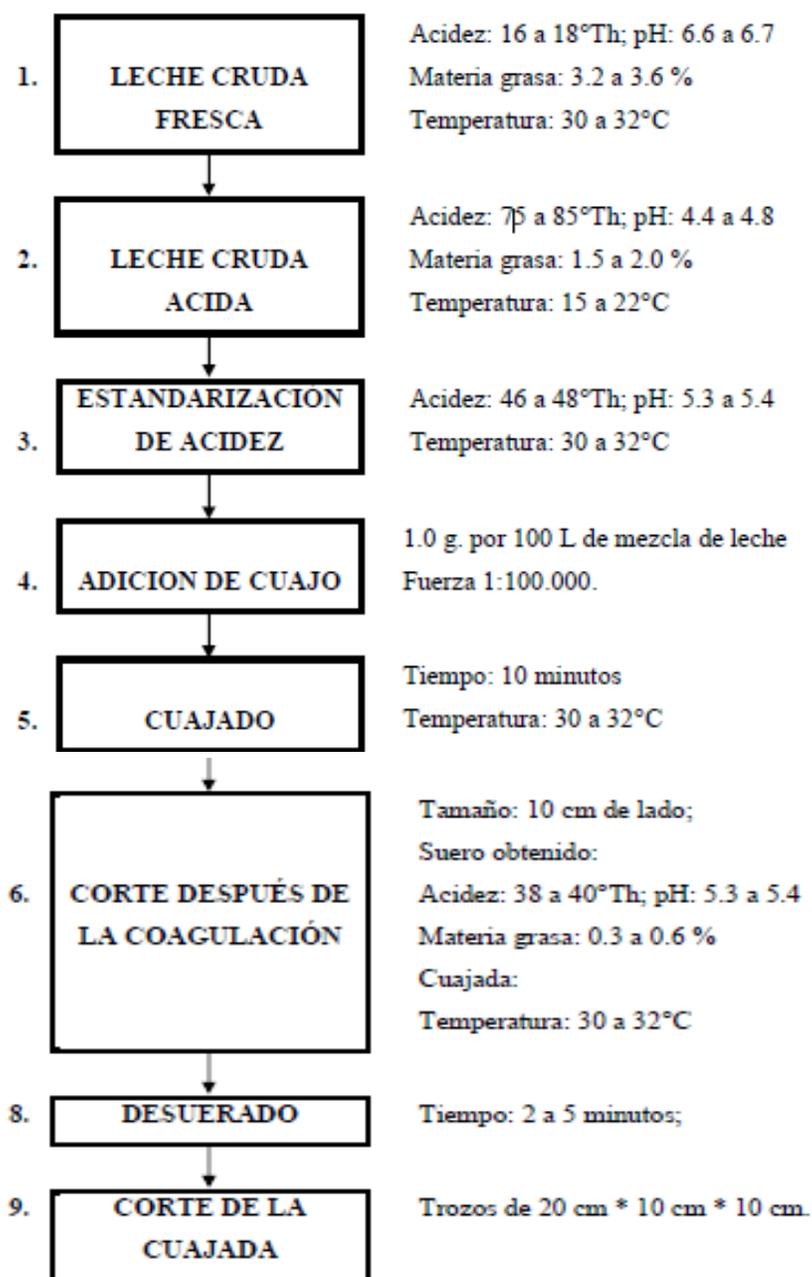
Anexo 32.

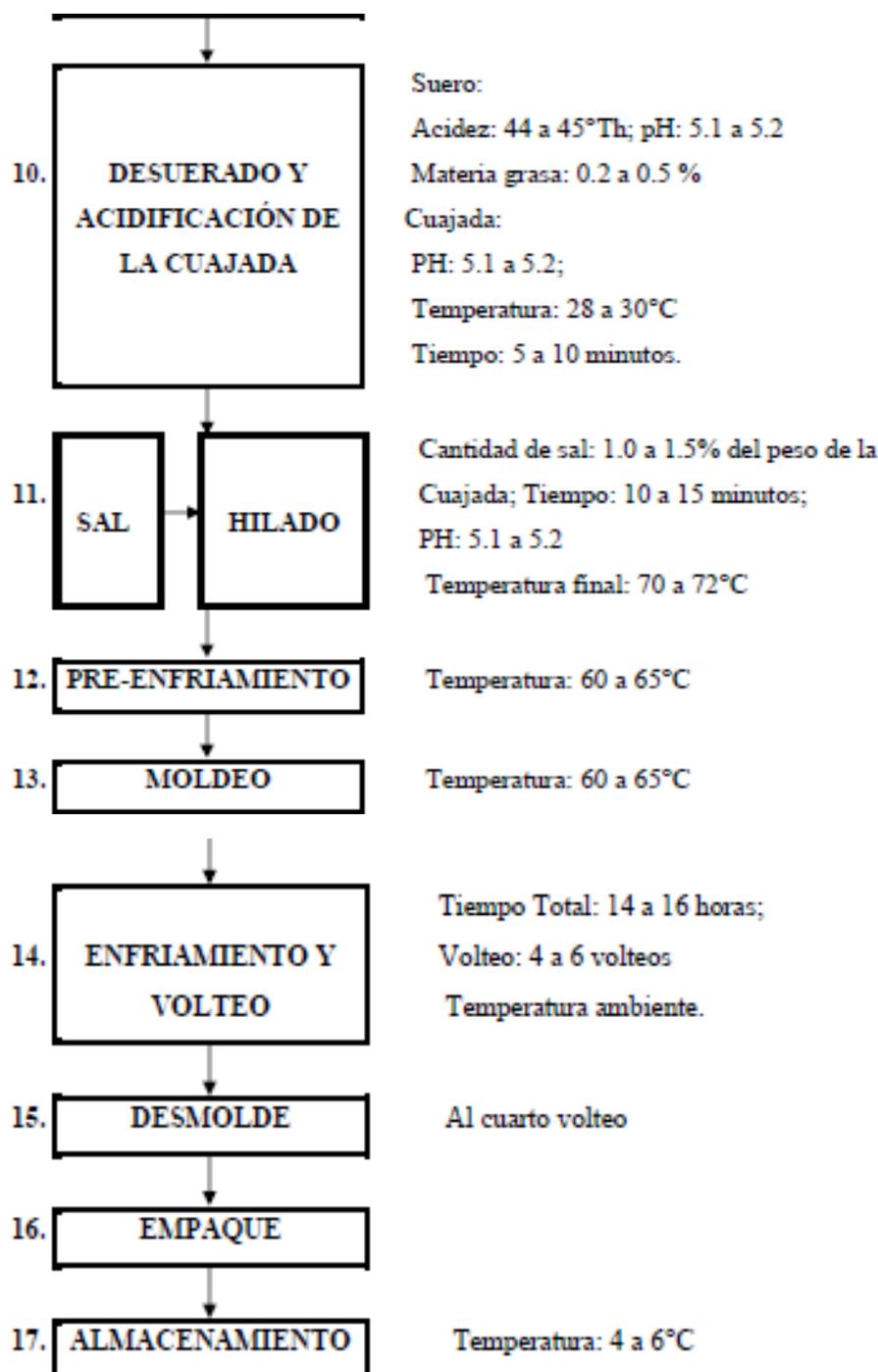
Imagen de Google Maps. Se muestra el punto de ubicación esta sobre la vía principal que comunica a Zipaquirá con Ubaté con calle 4ta, ubicándose a escasos metros de la vía por donde se ingresará para el inicio de la ruta de recolección



Anexo 33. Diagramas de flujo de procesos

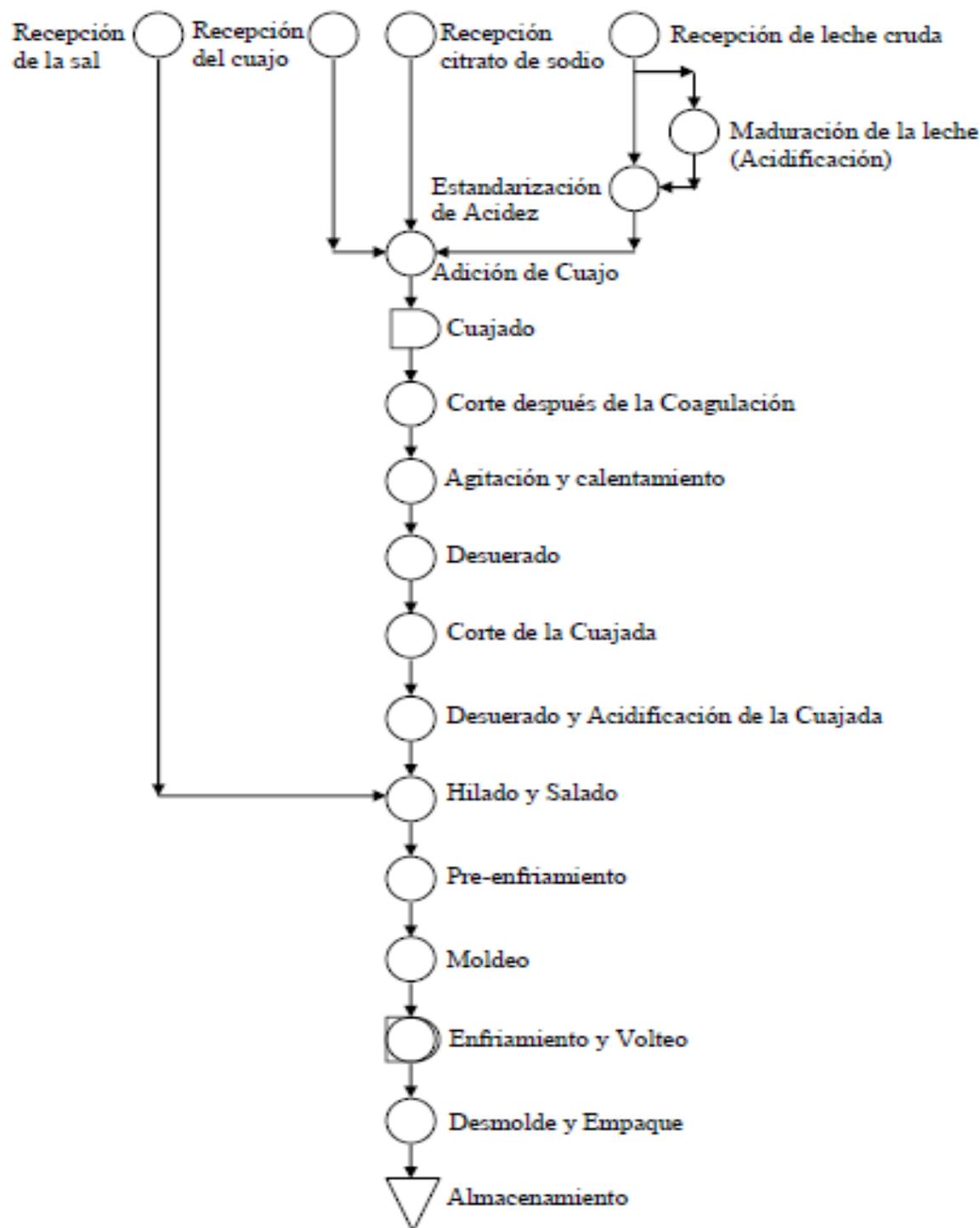
- **DIAGRAMA DE FLUJO**





Anexo 34.

Diagramas de procesos



Anexo 35.

Esquema de la distribución de la planta



Anexo 36.

Calculo del área de la planta de queso doble crema

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

Anexo 37.

Maquinaria y equipos necesarios I



Balanza



Marmita



Tina Queser

Mesa acero inoxidable



Empacadora al vacío



Lactodensímetro



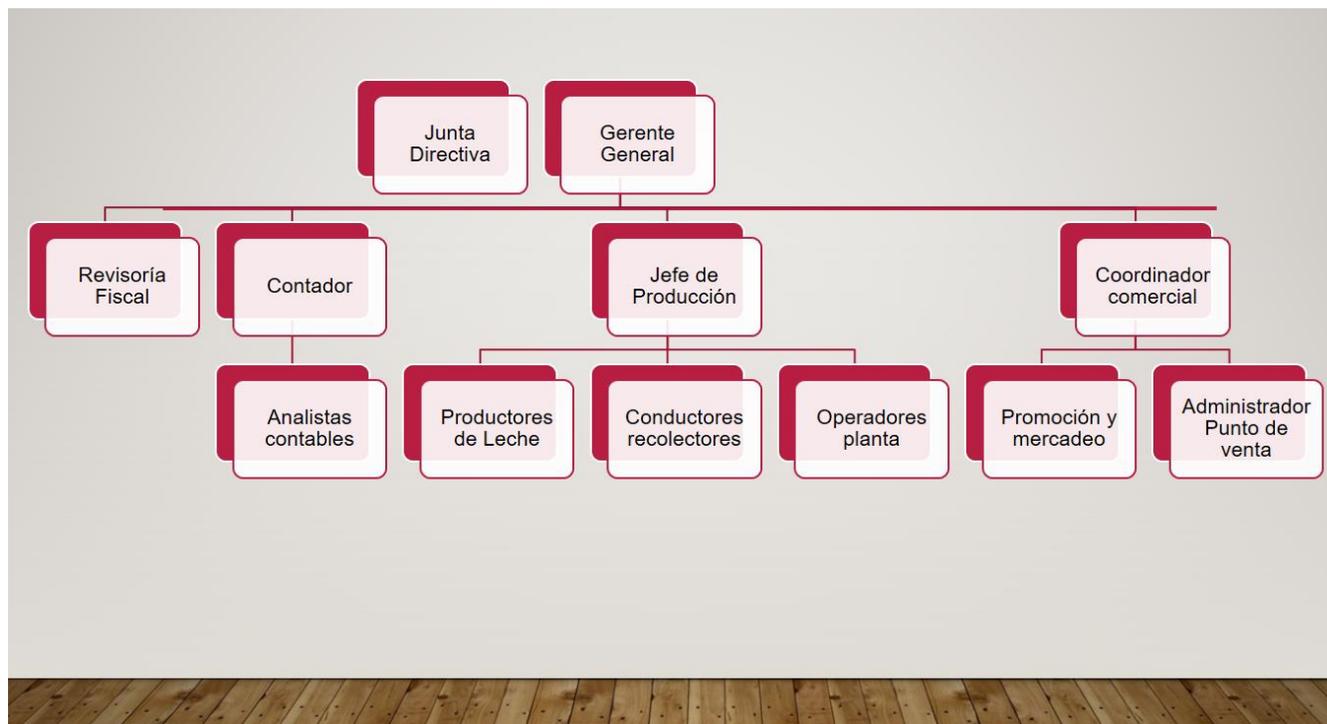
Anexo 38.

Logo y Slogan de nuestro producto



Anexo 39.

Organigrama de la empresa Quesos ROMA



Anexo 40.

Matriz Debilidades – Oportunidades – Fortalezas – Amenazas

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

Anexo 41.

Mapa de procesos de la organización



Anexo 42.

Escritura de constitución

Estatutos Básicos Sociedad por Acciones Simplificada

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

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

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

Capítulo I

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

Artículo 1. Nombre, nacionalidad y domicilio.

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

Artículo 2. Objeto:

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

Artículo 3. Duración.

La sociedad tendrá vigencia indefinida.

Capítulo II

Capital y Acciones

Artículo 4. Capital Autorizado, Suscrito y Pagado

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

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

ARTÍCULO 5. DERECHOS DERIVADOS DE CADA ACCIÓN.

Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario:

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

CAPÍTULO III.

DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN, REPRESENTACIÓN Y REVISORÍA FISCAL DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO 6. ÓRGANOS SOCIALES:

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

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

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

ARTÍCULO 8. ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA SOCIEDAD

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

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

ARTÍCULO 9. FACULTADES DE LOS REPRESENTANTES LEGALES

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

ARTÍCULO 10. REVISORÍA FISCAL.

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

CAPÍTULO IV

ESTADOS FINANCIEROS, RESERVAS Y DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES

ARTÍCULO 11. ESTADOS FINANCIEROS Y DERECHO DE INSPECCIÓN.

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

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

ARTÍCULO 12. RESERVA LEGAL:

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

ARTÍCULO 13. UTILIDADES, RESERVAS Y DIVIDENDOS.

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

CAPÍTULO V

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

ARTÍCULO 14. CAUSALES DE DISOLUCIÓN.

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

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

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

Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.

Por las causales previstas en los estatutos.

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

ARTÍCULO 15. LIQUIDACIÓN.

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

ARTÍCULO 16. LIQUIDADOR.

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

ARTÍCULO 17. SUJECCIÓN A LAS NORMAS LEGALES.

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

CAPÍTULO VI

RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

ARTÍCULO 18. ARBITRAMIENTO.

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

CAPÍTULO VII

REMISIÓN

ARTÍCULO 19. REMISIÓN NORMATIVA.

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

CAPÍTULO VIII

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ARTÍCULO 1. TRANSITORIO. NOMBRAMIENTOS.

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

Representante Legal

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

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

Firmas:

FRANCISCO JAVIER SILVA OROZCO

72.224.447 de Barranquilla

Anexo 43.

Presupuesto

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

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

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

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

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

COMPRAS 100%

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

INVENTARIO INICIAL

0

INCREMENTO DE INVENTARIO

DÍAS DE EXISTENCIA VALOR DEL INVENTARIO AL FINAL DE CADA PERIODO

0	0	0	0	0	0
---	---	---	---	---	---

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

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

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

Anexo 44.

Encuesta y resultado

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

Preguntas de la Encuesta:

¿Qué tipo de queso consume con mayor frecuencia?

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

¿Con que frecuencia consume queso?

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

¿Qué cantidad de queso consume semanal?

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

¿Qué precio paga por libra?

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

¿Dónde lo adquiere con mayor frecuencia?

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

- c) Panaderías
- d) Expendio de Carnes

¿Al momento de compra que característica es más importante?

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

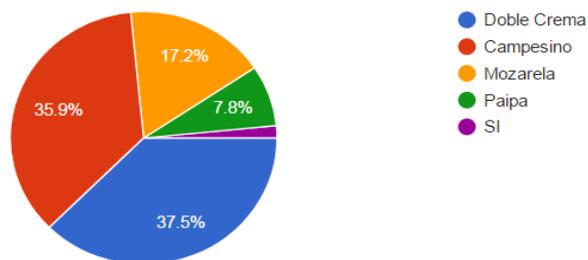
¿En qué localidad de la ciudad vive?

Análisis de la Encuesta:

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

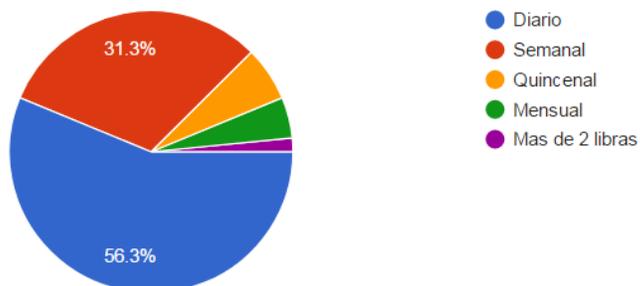
¿Qué tipo de queso consume con mayor frecuencia?

64 responses



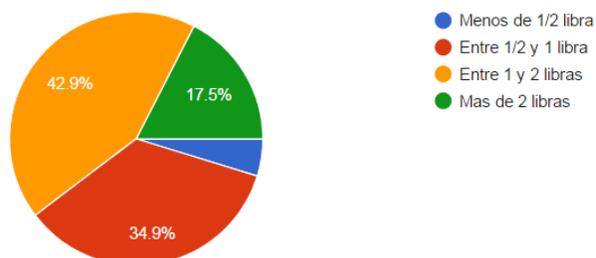
2. ¿Con que frecuencia consume queso?

64 responses



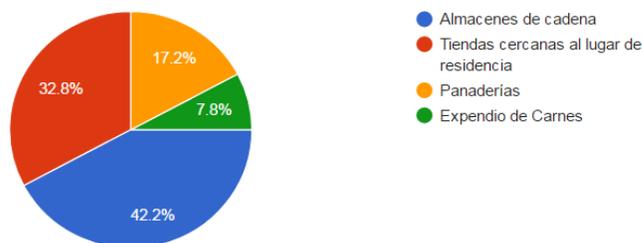
¿Qué cantidad de queso consume semanal?

63 responses



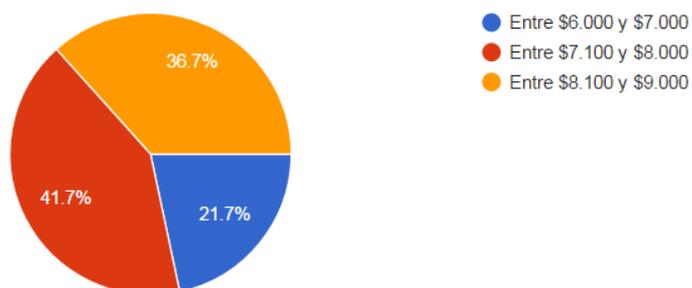
3. ¿Dónde lo adquiere con mayor frecuencia?

64 responses



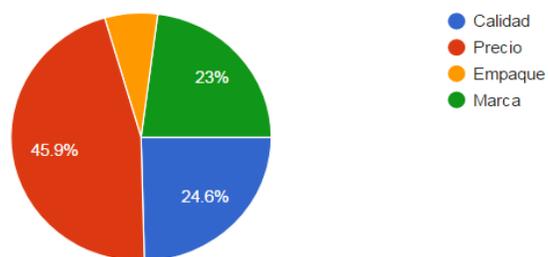
¿Qué precio paga por libra?

60 responses



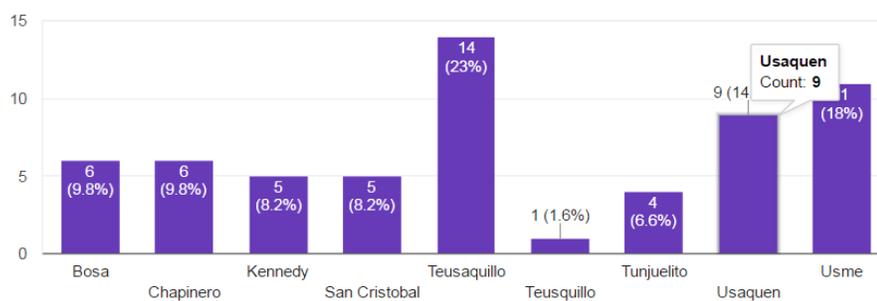
Al momento de compra que característica es más importante?

61 responses



5. ¿En que localidad de la ciudad vive?

61 responses



Anexo 45.

Funciones y Perfiles de cargo de cargos de la empresa

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

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

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

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

PERFIL DEL CARGO

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

FUNCIONES DEL CARGO

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

FUNCIONES DEL CONTADOR

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

OBJETIVOS DEL CARGO

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

PERFIL DEL CARGO

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

FUNCIONES DEL CARGO

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

FUNCIONES DEL CONDUCTOR

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

OBJETIVOS DEL CARGO

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

PERFIL DEL CARGO

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

FUNCIONES DEL CARGO

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

Anexo 46.

Inversión Inicial

Inicio

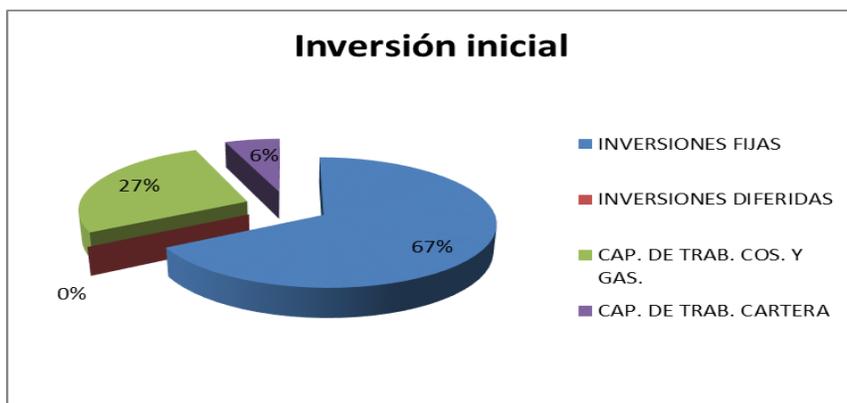
QUESOS ROMA S.A.S.

INVERSIÓN INICIAL

En Años
EN MILES (\$000)

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

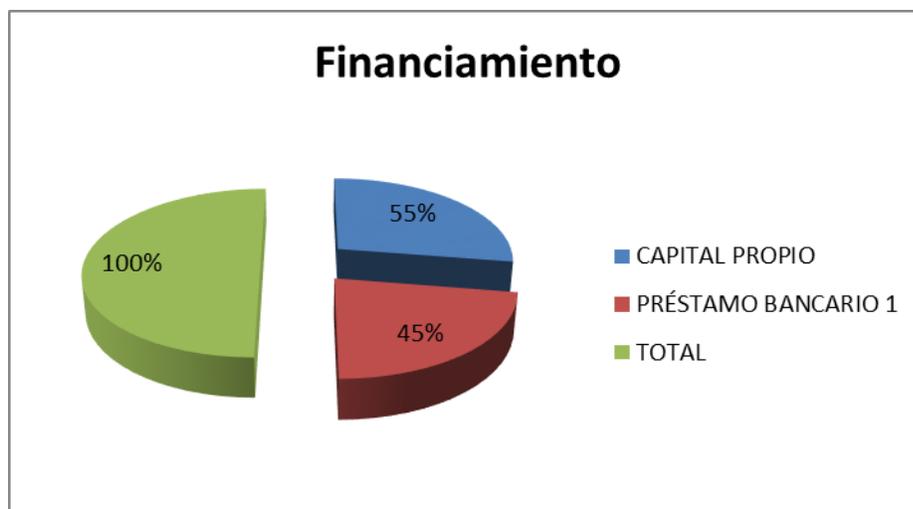
VALOR INVERSIÓN INICIAL		RECUPERACIÓN INVERSIÓN	
		%	VALOR
INVERSIONES FIJAS	137.229	100%	137.229
INVERSIONES DIFERIDAS	0	0%	0
CAP. DE TRAB. COS. Y GAS.	55.218	100%	55.218
CAP. DE TRAB. CARTERA	12.240	100%	12.240
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	204.687		204.687



Anexo 47.

Fuentes de financiación

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



Anexo 48.

Depreciación de activos

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

Anexo 49.
Gastos de personal

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

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

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

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

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

SENSIBILIDAD

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

Anexo 51.

Proyección P y G

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

Anexo 52.

Flujo de caja

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

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