



**CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO LECHERO FAMILIECHE EN EL
MUNICIPIO DE HERVEO -TOLIMA**

PRESENTADO POR:

**LEIDY JOHANNA LONDOÑO GÓMEZ. ID: 000-456583
LADY JULIETH CORREDOR. ID: 000400624**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR TÍTULO COMO
ADMINISTRADORES DE EMPRESAS**

**DOCENTE ASESOR:
FABIAM ALEXANDER ENCISO BENITEZ**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS - UVD
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.**

2018

Nota de aceptación

Líder de investigación

Jurado

Jurado

DEDICATORIA:

Agradecemos a Dios y a nuestras familias las cuales nos apoyaron incondicionalmente para que por ningún motivo dejáramos que nuestro sueño de ser profesionales algún día se cumpliera, por ser modelos, sustentos y la fuerza para salir adelante con la frente en alto.

Gracias familia Corredor

Gracias familia Londoño Gómez

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan sus agradecimientos a:

Fabian Alexander Enciso Benítez, Coordinador de Admisiones y RegistroUNIMINUTO Virtual y Distancia, por contribuir con la dirección del presente trabajo de forma sincera y desinteresada, por permitir e impulsar proyectos como el nuestro y a todas aquellas personas que de una u otra forma colaboraron en el desarrollo de esta monografía.

TABLA DE CONTENIDO

| | | |
|-------|---|----|
| 1. | PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 2 |
| 1.1 | SITUACIÓN ACTUAL Y MAGNITUD DEL PROBLEMA | 2 |
| 1.2 | CAUSAS | 3 |
| 1.3 | EFFECTOS..... | 3 |
| 1.4 | JUSTIFICACIÓN..... | 4 |
| 1.5 | OBJETIVOS..... | 5 |
| | OBJETIVO GENERAL | 5 |
| | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 5 |
| 2. | ESTUDIO DE MERCADO..... | 6 |
| 2.1 | CONTEXTO DEL MERCADO Y ANTECEDENTES..... | 6 |
| 2.2 | ANÁLISIS Y CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR..... | 8 |
| 2.2.1 | SELECCIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO | 8 |
| 2.2.2 | ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL | 15 |
| 2.3 | IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA..... | 17 |
| 2.4 | ESTRATEGIAS DE MERCADO..... | 19 |
| 2.4.1 | CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN | 19 |
| 2.4.2 | ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO (PROVEEDORES)..... | 23 |
| 2.4.3 | ESTRATEGIAS EN PRECIOS | 25 |
| 2.4.4 | ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD..... | 26 |

| | | |
|-------|--|----|
| 3. | PROPUESTA DE NEGOCIO..... | 28 |
| 3.1 | CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO..... | 28 |
| 3.2 | VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR..... | 29 |
| 4. | ESTUDIO TÉCNICO..... | 30 |
| 4.1 | BALANCE DE REQUERIMIENTOS..... | 30 |
| 4.2 | DESCRIPCIÓN DEL PROCESO..... | 32 |
| 4.3 | CAPACIDAD..... | 34 |
| 4.4 | LOCALIZACIÓN..... | 36 |
| 4.4.1 | MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN..... | 36 |
| 4.4.2 | EVALUACIÓN DE LA ALTERNATIVA..... | 39 |
| 5. | ESTUDIO ORGANIZACIONAL..... | 41 |
| 5.1 | TIPO Y NATURALEZA DE EMPRESA..... | 41 |
| 5.2 | CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES..... | 43 |
| 5.3 | ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... | 46 |
| 5.4 | ESTRATEGIAS CORPORATIVAS..... | 47 |
| 5.4.1 | POLÍTICAS..... | 47 |
| 5.4.2 | VALORES CORPORATIVOS..... | 48 |
| 6. | ESTUDIO FINANCIERO..... | 50 |
| 6.1 | INVERSIONES..... | 50 |
| 6.2 | COSTOS..... | 51 |

| | | |
|-----|---|----|
| 6.3 | INGRESOS Y PROYECCIONES DE VENTAS | 52 |
| 6.4 | VALOR DE DESECHO | 52 |
| 6.5 | FLUJO DE CAJA..... | 52 |
| 6.6 | INDICADORES FINANCIERO..... | 53 |
| 7. | PLAN OPERATIVO | 54 |
| 7.1 | CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES | 54 |
| 8. | IMPACTOS..... | 54 |
| 9. | CONCLUSIONES..... | 56 |

LISTA DE TABLAS

| | |
|---|-----------|
| <i>Tabla 1. Formula Estudio de Mercado</i> | <i>11</i> |
| <i>Tabla 2.Demanda Mayoristas /Minorista</i> | <i>13</i> |
| <i>Tabla 3.Demanda Potencia.....</i> | <i>15</i> |
| <i>Tabla 5.Identificación de la Competencia</i> | <i>18</i> |
| <i>Tabla 7.Ventas Estimadas Enero Primer Año 2019</i> | <i>23</i> |
| <i>Tabla 8.Descrpcción del Proceso</i> | <i>32</i> |
| <i>Tabla 9.Capacidad Instalada.....</i> | <i>35</i> |
| <i>Tabla 10.Evaluaciòn de la Alternativa</i> | <i>39</i> |
| <i>Tabla 11.Cronograma.....</i> | <i>54</i> |

LISTA DE ILUSTRACIONES

| | |
|---|----|
| Ilustración 1. Logo Famileche..... | 28 |
| Ilustración 2. Diagrama de Proceso..... | 34 |
| Ilustración 3. Mapa..... | 38 |
| Ilustración 5. Organigrama..... | 46 |

LISTA DE ANEXOS

| | |
|---|----|
| Anexo A 1.Tabulación y Análisis | 61 |
| Anexo A 2.Acta de Constitución de la empresa..... | 70 |

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO LECHERO FAMILLECHE EN
EL MUNICIPIO DE HERVEO -TOLIMA**

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios se realiza con el fin de brindar alternativas en la recolección y comercialización de la leche en el municipio de Herveo –Tolima, este municipio fue escogido ya que el sector agroindustrial es amplio y permite contribuir el desarrollo. Ésta tendrá como función principal la recolección y comercialización de la leche en un municipio de Herveo – Tolima, que cuente con las características requeridas en cuanto a seguridad, clima y suelo; siendo este último el más elemental para el desarrollo sostenible de los productores. Parte de la población que habite en el lugar en el que se ubique la empresa, será contratada y debidamente capacitada para desempeñar las labores productivas. La idea de dar empleo a este grupo de personas, es brindarles la posibilidad de tener un trabajo digno que les pueda proporcionar mejores condiciones de vida. Este plan se enmarca en un contexto favorable, en el que cada vez se le da más importancia al cuidado del medio ambiente, a la responsabilidad social de las empresas y a la salud de las personas. La responsabilidad social del plan propuesto radica no sólo en el cuidado y favorecimiento del medio ambiente, sino también en la mejora de la calidad de vida de la población y sus aledaños.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 SITUACIÓN ACTUAL Y MAGNITUD DEL PROBLEMA

La importancia que presenta este proyecto se fundamenta en las posibilidades de desarrollo económico y social que puede generar la creación de un centro de acopio lechero en el Municipio de Herveo -Tolima, ya que este será generador de oportunidades de empleo directo e indirecto para los pobladores de esta región, de igual manera podrá contribuir a mejorar las condiciones sociales de aquellos campesinos que por su actividad de la agricultura son los directamente beneficiados por este plan de negocios.

Debido a la informalidad de quienes comercializan la leche, los precios de venta son muy bajos, lo que representa para el productor un nivel bajo en utilidades, sumado a lo anterior y teniendo un acercamiento con las familias de la región se concluye que la región no cuenta con empresas dedicadas a actividades de recolección y comercialización de la leche y menos a impulsar el desarrollo.

Es por lo anterior que se cuenta con gran pertinencia en el proyecto de la creación de un centro de acopio lechero que se dedique a la recolección y comercialización de la leche permitiendo desarrollar las condiciones de vida de los productores y el desarrollo económico del municipio.

1.2 CAUSAS

En este numeral se identifica la situación problema y se definen los objetivos orientados a solucionar o mitigar esta problemática, con el fin de justificar la implementación de un proyecto de CONSTRUCCIÓN Y DOTACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE LECHE. Para el caso del proyecto del Centro de Acopio de Leche, se ha identificado de manera general que el problema central consiste en los altos niveles de informalidad en la comercialización de leche cruda apta para el consumo humano.

Las principales causas de esto son:

- La carencia de empresas y la capacidad logística para la comercialización de leche.
- El bajo nivel de ingresos de las familias dependientes del sector lácteo derivado de una baja productividad.
- Pérdidas en los canales de comercialización de la leche ocasionadas por deficiencias en la calidad de las vías.
- El incumplimiento de los estándares de calidad para la comercialización de la leche.

1.3 EFECTOS

Debido al poco desarrollo que se evidencia en la región se pueden identificar efectos como:

La presencia de pocas empresas en el municipio de Herveo-Tolima hace que la oferta de empleo especializado sea baja, por tal motivo este es uno de los principales aspectos que afectan el nivel de ingreso per cápita.

Debido a la poca oportunidad los niveles de pobreza aumentan a nivel general, la falta de conocimiento y capacitación delimita a la sociedad entera en tomar riesgos a contribuir en el desarrollo.

Los canales y las vías de acceso al municipio no se encuentran en óptimas condiciones y es por ello que no se formaliza o toma demanda este tipo de producto o materia prima.

Al existir tanta informalidad, ningún productor se preocupa en aumentar la producción de la leche y mucho menos por implementar mecanismos de higiene y seguridad del producto.

1.4 JUSTIFICACIÓN

En este proyecto se realiza la recolección y comercialización de la leche cruda; considerando una buena forma de emprender un camino al desarrollo en diferentes campos, es un desarrollo empresarial de la transformación productiva donde se enmarca el eje agroindustrial participando en los sectores de las PTP o Mega tendencias. La importancia que presenta este proyecto se fundamenta en las posibilidades de desarrollo económico y social que puede generar la creación de un centro de acopio en el Municipio Herveo-Tolima, ya que este será generador de oportunidades de empleo directo e indirecto para los pobladores de esta región, de igual manera podrá contribuir a mejorar las condiciones sociales de aquellos campesinos que por su actividad de ganadería son los directamente beneficiados por este plan de negocios.

La utilidad de este plan de negocios radica en la posibilidad de formular estrategias que permitan a este sector productivo del Municipio de Herveo a mejorar la rentabilidad de la producción de leche, así como a garantizar que su producción será vendida integralmente y a un precio justo.

A nivel académico este proyecto contribuirá al fortalecimiento de los conocimientos adquiridos, así como texto de apoyo investigativo para futuros estudiantes y profesionales del campo de administración de empresas.

1.5 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

“CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO LECHERO FAMILIAR EN EL MUNICIPIO DE HERVEO -TOLIMA” dado la viabilidad de mercado, técnica, organizacional, financiera y ambiental del montaje y puesta en marcha de una empresa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Determinar un estudio de mercados que permita observar detenidamente qué elementos determinan que en las regiones y empresas varíe la demanda y la oferta de leche iniciando el negocio de la recolección y comercialización.

Organizar un plan operativo y técnico que tengan en cuenta las normas de comercialización y manejo de la leche, el presupuesto, los costos de mantenimiento y de infraestructura, que permitirán que sea rentable la empresa.

Identificar un examen legal y organizacional que atienda a la normatividad, y consolide la operación eficiente de la empresa, evitando inconvenientes con las entidades de control de alimentos y de transporte.

Analizar el estado económico y financiero que sustente la naturaleza y el óptimo ejercicio de la empresa.

Diseñar una estructura administrativa y legal para que las tareas se realicen de forma individual, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de objetivos de la empresa.

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 CONTEXTO DEL MERCADO Y ANTECEDENTES

Teniendo como antecedentes la información sobre inversiones cuantiosas de entidades gubernamentales y privadas en centros de acopio, micro empresas y otras actividades de procesamiento de productos del agro en Colombia, se obtuvieron respuestas y resultados de 14 gobernaciones, los cuales se mencionan a continuación:

“En todos los departamentos se han construido centros de acopio, que van desde los más modestos hasta los más especializados. La mayoría de estos centros de acopio manejan productos perecederos.

COLANTA es el principal exportador de productos lácteos en Colombia, posicionando a nuestro país en el tercer lugar de los países más exportadores de Latinoamérica, después de Argentina y Uruguay.

De acuerdo con las condiciones establecidas en la resolución, las compras de volúmenes de leche para exportación podrán realizarse de acuerdo con el precio competitivo, es decir, un valor por litro superior a \$850, según los cálculos de la fórmula de precios definida. Adicionalmente, los proveedores de leche cruda deberán desarrollar su producción en los municipios Zomac con el apoyo de los industriales que participen en el programa.

Con estos mecanismos, concluyó el jefe de la cartera agropecuaria, “Estamos respondiendo a la necesidad de desarrollar mercados externos para aprovechar la oportunidad que tiene Colombia de convertirse en proveedor de alimentos del mundo”.

Colombia, por esencia, es un país líder en la producción y exportación de leche y productos lácteos. Según informa el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), ese rubro le representó al país cerca de 23 millones de dólares el año pasado. El monto creció 262 % en comparación con los resultados de 2016, periodo en el que la nación percibió 6,5 millones de dólares.

Cifras de la Asociación Nacional de Productores de Leche (Analac) indican que en Tolima hay 251 mil cabezas de vacas de ordeño, las cuales tienen una producción promedio de 5.5 litros ordeñados por vaca diariamente.

Alquería revive la planta pasteurizadora en Tolima. La cooperativa de productores de leche coagrosur recibe desde hoy, en comodato, la planta pasteurizadora de Lérica, a 35 kilómetros de Ibagué.

2.2 ANÁLISIS Y CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR

2.2.1 SELECCIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

El Objetivo de la investigación es determinar la viabilidad comercial de implementar un Centro de Acopio lechero en Herveo-Tolima, para dar cumplimiento a esta finalidad se seleccionó una muestra no probabilística de habitantes entre los cuales se encuentran pequeños y medianos productores de leche. Las personas se seleccionaron a través de referencias de esta forma se realizaron entrevistas a 202 habitantes del municipio con distinguidas que permiten conocer su opinión y datos específicos sobre la viabilidad comercial de implementar un Centro de Acopio lechero en Herveo-Tolima.

Esta información se efectúa a través de una encuesta, la cual cuenta con 10 preguntas orientadas al ordeño que se realiza en cada una de las fincas del sector.

ENCUESTA

Con la expectativa de generar nuevas fuentes de trabajo y mejorar la calidad de vida en la comunidad, estamos realizando la presente encuesta de viabilidad del proyecto CENTRO DE ACOPIO LECHERO.

De antemano agradecemos a ustedes su tiempo y atención.

| |
|--|
| 1. Qué clase de ganado posee en su finca? _____ |
| 2. cuantas vacas ordeñan diariamente: N° ____ Mañana ____ Tarde ____ |
| 3. Cuantos litros produce: Diario ____ Semanal ____ Mensual ____ |
| 4. Qué tipo de ordeño maneja? Manual ____ Mecánico ____ |
| 5. Posee un registro cronológico para aplicar la vacunación en su ganado? |
| ¿Si ____ No ____Cuál? Brucelosis ____ Aftosa ____ Carbón ____ Todas las anteriores ____ |
| 6. Realiza algún tipo de análisis o prueba de calidad de la leche?¿Si ____ No ____ cuál? |
| 7. Estaría dispuesto a incrementar su producción mediante la aplicación de políticas ganaderas de producción de leche seria y ajustada a la realidad de la región. ¿Si ____ No ____ por qué? |

| |
|--|
| <p>8. Que recipiente utiliza para el ordeño? Cantaros de aluminio ____ Timbos de plástico ____</p> |
| <p>9. Como distribuye o vende su producción?¿En la Finca ____ Casco Urbano ____ Como la transporta? _____ Qué vehículo _____</p> |
| <p>10. Estaría de acuerdo y dispuesto (a) a efectuar negociaciones con la empresa FAMILIHCE, donde se brindará toda clase de aseguramiento y bienestar, cambio para su producción y mejoramiento de su finca, ganado, y condición de vida? SI ____ NO ____</p> |

Diseño de formularios para recolección de información primaria

Se elaboró un formato con una serie de preguntas dirigidas a los productores lecheros de la región, cada pregunta la diseñamos con el fin de conocer la viabilidad del proyecto.

Recolección de información

Para la recolección de dicha información se contó con todos los productores de leche teniéndolos como fuente proveedora de la empresa, donde aparte de aplicar una serie de preguntas se tuvo la oportunidad de socializar diferentes temas que son de suma importancia para tener en cuenta en el buen funcionamiento de la empresa y así contribuir de una manera mutua el beneficio.

Selección de la muestra poblacional

En el municipio de Herveo –Tolima se cuenta con una población total de 7893 habitantes de los que un 20% posee vacas de ordeño, para la implementación de la encuesta se tomó una muestra representativa integrada por 202 productores.

Diseño y validación de formularios para encuestas

El diseño de la encuesta se hizo de acuerdo a las normas y parámetros determinados por las tutorías, de acuerdo a las condiciones requeridas para el tipo de proyecto que se va a ejecutar: pregunta de aceptabilidad y aceptabilidad que nos permitieron encontrar hallazgos positivos como también negativos; pero se dio preferencia a los hallazgos negativos, es decir como radicar y mitigar las falencias expresada por los productores.

Contactos y entrevistas

Productores de la región, consumidores del municipio de Herveo –Tolima. Oficina de la UMATA, ubicada en la alcaldía del municipio.

Procesamiento y análisis

Se realizó la ecuación para el cálculo de la muestra de una población y se determinó de la siguiente manera:

Tabla 1. Formula Estudio de Mercado

| | |
|--|---------|
| | FORMULA |
|--|---------|

| | | |
|---|---|--|
| | | |
| n | Tamaño de la muestra | |
| Z | Nivel de confianza (95) % | |
| P | Probabilidad que el evento ocurra (50) % | |
| Q | Probabilidad que el evento no ocurra (50) % | |
| E | Error permitido (5) % | |
| 1 | N- finitud | |
| N | Población | |

Fuente: Propia

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{E^2}$$

$$= \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(4\%)^2}$$

$$n = \frac{(0,96)}{(5\%)}$$

$$n = 38.4$$

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2 \cdot N + z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(7.893)}{(5\%)^2(7.893) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{198}{0.98}$$

$$n = 202$$

Estructura Actual del Mercado

Con base a las estadísticas conocidas acerca del sector lácteo, durante los últimos 5 años en Colombia que relacionan a los productores de leche, los comercializadores de leche y las grandes empresas procesadoras, se establece que el mercado de la leche mantiene una dinámica de demanda y oferta que se incrementa

durante periodos de economía en auge y que disminuye con la fluctuación de los precios a los productores de las fincas que generan un encarecimiento para la cadena láctea.

Los departamentos que más producción de leche tienen en Colombia son: Antioquia, Cundinamarca, Atlántico, Santander y Valle del Cauca, se concentran las mayores cantidades de Ganado lechero, mejores condiciones climáticas, cumplimiento de producción de leche constante y con calidad notable.

Considerando que existe un aumento en la oferta de leche durante el 2017, que las exportaciones a Venezuela han decaído, que en el mercado internacional Colombia maneja un precio relativamente alto con respecto a los países suramericanos, esto debido a los altos costos de producción, la baja productividad y el mantenimiento de la venta informal de leche cruda, es posible mantener un nivel alto de oportunidad para comercializar leche enfriada. Las empresas de la industria láctea están invirtiendo considerables recursos en campañas de mercadeo para incentivar el consumo de derivados de la leche a todos los colombianos. Pues durante los últimos años el consumo interno venia disminuyendo. La Organización Mundial de la Salud recomienda que una persona en promedio consuma 170 litros de leche por año, pero en Colombia el consumo promedio anual no supera los 145 litros. El gobierno ha planteado el mejoramiento del precio de la leche a los productores, en respuesta a este atractivo existe una mayor producción en el país. Los productores van a verse beneficiados si mantienen vigente una estructura moderada de precios y una eficiente producción, venta y transporte.

Tabla 2.Demanda Mayoristas /Minorista

| DEMANDA MAYORISTA | DEMANDA MINORISTA |
|-------------------|-------------------|
| Celema | Panaderías |
| Alpina | Restaurantes |
| Alquería | Terceros |
| Corpolacteos | |
| Lácteos El Cural | |
| Colanta | |
| Algarra | |

Fuente: Propia

La Comercializadora de Leche FAMILLECHE, ingresará a la cadena de abastecimiento de las anteriores empresas con una participación del 3% de sus requisiciones de materia prima.

Como un intermediario FAMILLECHE venderá la leche enfriada directamente a las principales empresas procesadoras de Lácteos ubicadas en Tolima, Manizales y Cundinamarca, debido a su ubicación geográfica y a los mayores beneficios económicos que obtiene la empresa en esta labor, además garantizara la calidad de la leche que transporta mediante un manejo estandarizado e higiénico en el proceso logístico que satisface las expectativas de las empresas procesadoras.

En caso de que algún otro cliente diferente a las procesadoras anteriores se comunique con la oficina de la comercializadora se realizará una cita para definir si es viable negociar con este.

Consumo Per Cápite en Colombia

Según datos de Fedegan el consumo per cápita de Colombia es de 145 litros por año. Pero mientras que los estratos altos de la población colombiana consumen en

promedio 166 litros por año, los estratos medios 82 litros por años y los estratos bajos tan solo consumen 35 litros por año. Se espera que el crecimiento del consumo interno aumente en el 2018, al estabilizarse los mercados internacionales y al disminuir la oferta de la leche por una muy posible política que baje los precios al productor. Colombia se posiciona como el segundo país que más consume estos productos en Latinoamérica, según cifras de Asoleche.

Productos Sustitutos

La leche de vaca no tiene un producto que le sustituya tanto en propiedades nutricionales como de sabor. Se puede tomar la proteína de soya como un sustituto de la leche en polvo. Hay varios tipos de proteína de soya: Harina de soya, harina modificada de soya, el concentrado de proteína de soya y el aislado de soya.

El más utilizado es el aislado de soya o proteína aislada de soya, que posee un nivel de proteínas del 80 al 86%, comportándose de manera similar a las proteínas que contiene la leche, hidratándose, absorbiendo agua y hasta cierto punto, en definitiva, la leche es el alimento más completo de la naturaleza

2.2.2 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

Tabla 3. Demanda Potencia

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------|-------------------|-------------------|
| 100 | 112 | 56% |
| 200 | 49 | 25% |
| 300 | 36 | 18% |
| 400 | 3 | 2% |
| 400 | 0 | 0% |
| TOTAL | 202 | 100% |

Fuente: Propia

Analizando la tabulación los resultados son viables donde el productor se va a ver beneficiado con la propuesta al igual que nosotros como empresarios, se va a ver reflejado un crecimiento mutuo previendo que el productor de la leche no tenga restricción alguna en cuanto a su producción, es decir que siempre van a tener una contratación segura siempre y cuando cumpla con los parámetros de calidad, y así cumplir con los requerimientos y satisfacción de los clientes. Consistió en la labor matemática que nos permitió obtener un resultado de carácter estadístico del estudio de mercado, mediante la pregunta de frecuencia, donde el consumo promedio nos ayudó a definir qué tanta cantidad de la población universal certeramente nos provee la obtención del producto.

$$\text{C.P} = \frac{(56\% * 202 * 100 * 1) + (25\% * 112 + 200 * 1) + (18\% * 112 + 300 * 1) + (2\% + 112 * 400)}{202}$$

C.P= 12.082 Litros / Diarios

La demanda proyectada la realizamos a 5 años ,en el primer año definimos un 90% de crecimiento, ya que es un proyecto con alta demanda y sin antecedentes en la región, en el segundo año estaremos más posesionados porque contaremos con una pasteurizadora que nos ayudara a crecer en un 100% y aún mayor, el tercer año ampliaremos nuestra cobertura obteniendo un desarrollo del 110%, el cuarto año y quinto año un 115% y 120% respectivamente o aun superior, debido a que nuestras políticas darán como resultado un crecimiento de la población y asimismo abriremos mercado perseverando a no declinar y adquiriendo gran competencia en los canales de

distribución de los mejores productos lácteos y obtendremos un aumento en diferentes aspectos en reconocimiento de marca, posicionamiento y permanencia en el mercado laboral y comercial, como se ilustra en la gráfica periodo tras periodo con un crecimiento superior al 100%.

$D.P = TM * \% \text{ de crecimiento.}$

$D.P = 12.082 * 90\% = 10.874$

2.3 IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La competencia que se ha identificado para el centro de acopio lechero son los productores que actualmente comercializan la leche dentro del municipio de Herveo y un 2% de productores distribuyen fuera del municipio, en promedio por observación se ha identificado un vehículo tipo camioneta que realiza la recolección de la leche desde el municipio de Herveo hasta la ciudad de Manizales. Es decir, por lo volúmenes y por qué se conoce la capacidad de litros en la camioneta, se está hablando de una comercialización de la competencia de 840 Litros semanales.

Los competidores de la Comercializadora de Leche de FAMILLECHE no están formalmente constituidos como empresa, pues se están formalizando desde hace menos de 2 años. A partir de la implementación de la normatividad sobre el enfriamiento de la leche, los productores han tenido que realizar considerables inversiones en infraestructura y capacitación para el manejo de los tanques de enfriamiento, y el uso de mejores prácticas de ordeño e higiene. Dedicándose centralmente a la producción y almacenamiento eficiente de su producto.

La competencia para la comercializadora se está formalizando y el número de empresas va en aumento, pero la cantidad de leche por recoger es mucho mayor a la capacidad logística de las empresas procesadoras y de los nacientes comercializadores de leche.

La Comercializadora de Leche FAMILLECHE planteará una nueva manera de negociar con los ganaderos, prestando un servicio de recolección cumplido, pagando el precio más justo posible y pactando relaciones sólidas y de largo plazo con los productores de leche.

Tabla 4. Identificación de la Competencia

| Ranking ASOLECHE | | | | | |
|--------------------|-------------------|------------------------------------|---|-----------|-------|
| POSICION SECTORIAL | POSICION ASOLECHE | EMPRESA | UBICACIÓN PLANTA DE PRODUCCION | VENTAS | VALOR |
| 2 | 1 | Alpina | Km 3, vía Briceño Sopó, | 2,037,488 | 9,95 |
| 4 | 2 | Nestle Colombia | San Juan de Arama, sur del departamento del Meta | 1,523,099 | 14,47 |
| 5 | 3 | Alqueria | Cajicá, Colombia | 930,808 | 1,87 |
| 7 | 4 | Gloria Colombia | Km 3.5 Vía Bogotá – Siberia. | 335,733 | 11,94 |
| 8 | 5 | Freskleche | Vía Palenque Chimitá Km 3 Parque Industrial Bucaramanga | 267,608 | 5,42 |
| 9 | 6 | Cooperativa de leche del Atlantico | Cra. 43 #50-53 / Cll.17 # 16-55 Barranquilla | 202,923 | 9,14 |
| 10 | 7 | Alimentos del Valle | Cl. 45 #5 - 44, Cali, Valle del Cauca | 167,844 | 12,32 |
| 11 | 8 | Lactos Betania | Cr65 74-75 L 160 Medellín, Colombia | 167,601 | 17,31 |
| 12 | 9 | Lactos el recreo | Zipaquirá, Cundinamarca | 135,981 | 22,62 |
| 13 | 10 | Celema | Carrera 22 N° 71-79. Manizales – Caldas | 104,822 | 23,14 |
| 16 | 11 | Danone Alqueria | Cajica, Cundinamarca | 1,01,736 | 10,16 |
| 17 | 12 | Productos lactos auralac | Vereda La Laja, KM 37. AUTOPISTA MEDELLÍN - BOGOTÁ. | 81,170 | 33,66 |
| 20 | 13 | El pomar | Cajicá km 3 Vía Tabio Vereda Chuntame | 59,462 | 20,5 |
| 23 | 14 | Doña leche | Cra. 22 # 166 – 31, Bpogotá Colombia Km1 via Lenguazque | 50,953 | 3,83 |
| 27 | 15 | Lacteos del Norte | Cra 65 No.74 -61 Multicentro Caribe | 48,726 | 73,96 |
| 28 | 16 | El zarzal | Carrera 65 # 74 -75 Multicentro Caribe | 45,994 | 33,62 |
| 29 | 17 | Corpolacteos | Spmz 4 Bodega 7 Sta Ana Ibagué - Tolima | 92,756 | 22,12 |
| 30 | 18 | Lacteos El Cural | Km 8 Vía Ibagué-rovira | 105,563 | 21,64 |

Fuente: Rankling Asoleche

2.4 ESTRATEGIAS DE MERCADO

2.4.1 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La Comercialización de Leche es el proceso de compraventa de leche que incluye las actividades de transporte y distribución del producto en las mejores condiciones posibles.

Para ingresar al mercado de la comercialización de leche, es necesario conocer bien las regiones del país que poseen las mejores producciones de leche. Con la identificación de fincas lecheras, centros de acopio regionales y cooperativas en las zonas lecheras de Colombia se empezarán a realizar visitas para negociar con anterioridad la entrada de estas entidades productoras a la cadena de Abastecimiento de las procesadoras lácteas. Al identificar oportunidades de negocio, el siguiente paso será la toma de muestras de la leche para analizarlas y al mismo tiempo se visitarán los hatos y fincas para obtener la mayor información y determinar la calidad de la leche que se va a negociar. Al verificar con el productor los estándares de calidad se establece una oferta de precio ajustada a la normatividad vigente y se vinculara a este nuevo proveedor formalmente a la Comercializadora de Leche en los departamentos del Tolima y Caldas.

La penetración a la cadena de abastecimiento de las plantas procesadoras de Celema, Alpina, Colanta, Alquería y Algarra son el principal Mercado mayorista en los que entraremos a proveer.

Distribución Física

En el departamento del Tolima los productores de leche se encuentran situados en regiones apartadas de las grandes procesadoras de leche. Estos producen pocas cantidades relativamente, pero al juntarse con otros finqueros pueden convertirse en proveedores de FAMILLECHE. Las fincas lecheras, los hatos y las cooperativas conocen la importancia de recolectar diariamente la leche en los centros de acopio. En este caso estos pequeños proveedores se están asociando regionalmente para conseguir una cantidad importante de leche en un tanque de enfriamiento justificando así la inversión de la compra de este, y cumpliendo con la normatividad colombiana que prohíbe la venta de leche cruda.

El transporte de la leche se realizará desde los centros de acopio de los proveedores de FAMILLECHE, dependiendo del día de recolección. El tanque del camión que transportara la leche a la planta procesadora está dividido en compartimientos que previenen el desparramo de la leche durante el viaje. FAMILLECHE, tendrá las rutas controladas dependiendo de la cantidad de proveedores (centros de acopio) con horarios establecidos previamente y garantizando la calidad de la leche que entregue en las procesadoras.

En la mayoría de los casos la leche se demorará menos de 24 horas desde el momento de la recolección en los centros de acopio y las empresas procesadoras.

El conductor del camión llenará el registro de la cantidad de leche bombeada entregándole una copia al encargado del centro de acopio.

Al llegar a la planta procesadora entregara la remisión correspondiente al jefe de abastecimiento de la empresa.

La negociación se debe realizar con anticipación en la planta procesadora por esto se debe estar muy pendiente de las requisiciones que hacen los jefes de abastecimiento

Tabla 6. Presupuesto de Mercadeo

| CONCEPTO | 2019 | 2020 | 2021 |
|------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Papelería | 855.996 | 1.397.796 | 1.496.712 |
| Visitas a Centros de Acopio | 500.000 | 600.000 | 700.000 |
| Visitas a Empresas Procesadoras | 300.000 | 350.000 | 400.000 |
| Creación y Mantenimiento Sitio Web | 650.000 | 250.000 | 250.000 |
| Tarjetas de Presentación | 100.000 | 0 | 0 |
| Afiches Publicitarios | 120.000 | 140.000 | 160.000 |
| Uniforme del Conductor del Camión | 250.000 | 300.000 | 320.000 |
| Diseño de Logotipos para el Camión | 35.000 | 35.000 | 35.000 |
| TOTALES | 2.810.996 | 3.072.796 | 3.361.712 |
| TOTAL PRESUPUESTO | | | 9.245.504 |

Fuente: Propia

Proyección de Ventas:

Al ser una empresa comercializadora nueva y pequeña, se planea mantener el camión recolector constantemente trabajando. Según esto es posible que realice de 3 a 4 viajes semanales a las zonas de Tolima, Caldas y Cundinamarca, regiones que en la actualidad presentan excedentes de leche para la venta. El promedio de duración por viaje es de un día y medio. Para lograr este objetivo es necesario identificar plenamente a los centros de acopio que presentan estos excedentes y completar el cupo del tanque del camión en la región que se visite. A continuación, una aproximación a las ventas

estimadas si la oferta de leche es constante por parte de los proveedores en los centros de acopio y la demanda de las plantas procesadoras se mantiene.

Tabla 5. Ventas Estimadas Enero Primer Año 2019

| | Enero | | | | |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------|
| <i>Semana</i> | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| Ventas | | | | | <u>O TOTAL</u> |
| Diario | 12082 | | | | 188000 |
| Litros Vendidos | 43000 | 45000 | 48000 | 52000 | |
| <u>O TOTAL</u> | 43000 | 45000 | 48000 | 52000 | 30 |

Fuente: Propia

El aumento progresivo de la cantidad de leche recolectada se dará gracias al aumento de los productores y el cumplimiento en los horarios con los centros de Acopio y del buen servicio por parte del conductor. Se entregarán anticipos a los productores con los que se fijaran previamente cantidades a recolectar mejorándoles el precio si se mantienen dichos acuerdos.

2.4.2 ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO (PROVEEDORES)

Los proveedores dueños de fincas pequeñas y grandes hatos, producen la cantidad necesaria de leche cruda para abastecernos, con los cuales entablamos una relación de ayuda mutua, para beneficio no solo de ellos y nosotros. En primer lugar, fueron seleccionados de acuerdo a la cercanía y calidad de la leche, la distancia no debe ser mayor a 30 minutos, esto para evitar que la leche se acidifique durante el proceso. 2.

Se debe evitar comprar leche ácida o leche con calostro y evitar comprar leche con mastitis; Si el proveedor de leche (exclusivo) se tiene la seguridad que realiza las pruebas de laboratorio respectivas; entre ellas la prueba de p.m. (prueba mastitis california) y otras pruebas de acidez. 3. No se debe comprar leche sucia o leche con agua, para ello se deben seleccionar bien los proveedores, existen en la zona ganaderos que poseen lecherías eléctricas y con todas las medidas sino también de la comunidad. Competitivo, basado en la aplicación de la fórmula desarrollada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo rural (MADR) y que incluye elementos y condiciones del mercado nacional e internacional. Para el 2017 se establece que, como resultado de la fórmula (Ver tabla 9), el precio competitivo para la calidad estándar de todas las regiones lecheras del país es de \$811 como mínimo y será actualizado, junto con las bonificaciones obligatorias, semestralmente.

Formula MADR (Ministerio de Agricultura y desarrollo rural)

¿Cómo calcular el precio final de pago de la leche al ganadero? Los Productores de leche cruda deberían aplicar la siguiente fórmula

Pago al Ganadero = Precio Competitivo + Bonificaciones-Costo del transporte Obligatorias y Voluntarias

2.4.3 ESTRATEGIAS EN PRECIOS

El precio de la leche se negociará con la procesadora respectiva por un valor de \$1.100 pesos por cada litro de leche enfriada entregado en la planta de la empresa procesadora.

El precio de la leche que se compra a los proveedores será de \$900 pesos por litro, donde la estructura de la industria láctea se debe manejar y valorar la confianza y el cumplimiento con los centros de acopio y las plantas procesadoras, haciendo que las transacciones comerciales permitan a futuro la firma de contratos de abastecimiento de gran importancia para una comercializadora como lo es FAMILLECHE.

La estrategia de precio estará sujeta a la normatividad establecida por el ministerio de cultura, A octubre de 2017 el precio promedio pagado al productor por la industria, denominado como acopio, es de \$1. 063. Sin embargo el precio puede variar según su forma de pago y la cantidad que el cliente solicite.

De acuerdo a la normatividad colombiana vigente, la calidad de la leche es el factor que determina los valores mínimos que debe pagar la industria al productor por cada litro comprado; este precio puede (o no) incluir bonificaciones voluntarias realizadas por los industriales. Es importantes tener en cuenta que este precio también cuenta con variaciones vía descuentos por transporte. Dicho esquema de pago al ganadero por calidad de la materia prima está establecido en la resolución 17 de 2012 del ministerio de agricultura y desarrollo rural.

De acuerdo a esto, y como lo muestra el grafico durante los últimos 5 años el precio total – bonificaciones incluidas – pagado al productor registró un comportamiento

creciente tanto a nivel nacional como regional, experimentando un incremento neto en el país del 26,7% y pasando de \$811 a \$1.027 por litro entre enero de 2011 y enero de 2017. en términos regionales, los precios pagados en la región 1 – zona ubicada en trópico alto y caracterizada por el ganado especializado en producción de leche – se han mantenido notablemente superiores a los de la región 2 – región con ganado principalmente de doble propósito y localizada en trópico bajo – con una diferencia entre ellas de \$54,3 para enero de 2017.

2.4.4 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

La entrega de la leche se realizará de la manera acordada con las plantas procesadoras en las bodegas de almacenamiento que dispongan. La Comercializadora de Leche, utilizará a sus conductores como actores activos de promoción en las regiones donde se recoja la leche, interactuando con los productores y dándoles la información necesaria para que hagan parte de los proveedores de la empresa.

Hacia las procesadoras de leche se usará un modelo de imagen impecable, que represente el compromiso con la calidad de la leche, empezando por la presentación del camión y la del conductor. El camión debe llegar en las mejores condiciones de aseo y de mantenimiento, es la única manera de promocionar eficientemente la comercializadora.

Al obtener contratos a largo plazo, se establecerán volúmenes de compra y capacidad de ampliarlos, quedando satisfechos ambas partes.

La Comercializadora de Leche FAMILLECHE, buscará crear una imagen corporativa que permita que las procesadoras confíen cabalmente en el producto que reciben de su parte. El aumento de la cuota de abastecimiento de las procesadoras dependerá de la acogida de la empresa en el primer año, el incremento gradual de esta cuota permitirá adquirir más camiones en un periodo relativamente corto (menos de 2 años).

Las actividades de promoción incluyen campañas publicitarias, presentaciones de la empresa, ferias, campañas libres de muestra, seminarios etc., se desarrollaran estrategias para llegar a las empresas de lácteos de la región ,utilizando presentaciones leves acerca de todo lo relacionado con el centro de acopio sobre temas relacionados con el aumento de la producción lechera.

Cuando se determine el mercado se cuenta con este importante medio que permitirá dar a conocer a la población, municipios aledaños y ciudades, calidad, tecnología de punta y capacitación de los clientes y proveedores. Nos valdremos de los siguientes medios:

Radio Cuñas radiales

“Famileche la empresa que recolecta y comercializa toda su producción lechera a un precio mejor”, esta será la cuña que pasará por las emisoras más reconocidas del Tolima.

- Pasacalles- afiches

Lema del programa de producción.

“Unidos vivimos mejor... y ganamos más”, los pasacalles y afiche que se ubicarán dentro del Municipio tendrán este lema ya que es de fácil recordación.

- Web

La página web contará con enlaces donde se visualizará las promociones del mes.

- Vallas publicitarias

Estratégicamente se colocará las vallas publicitarias para generar recordación de marca FAMILLECHE.

3. PROPUESTA DE NEGOCIO

3.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO



Ilustración 1. Logo Famileche

En el logotipo de la empresa FAMILLECHE se puede observar las siguientes partes. En el centro del círculo una cabeza de ganado lechera. En torno a la cabeza de ganado la mano demuestra la unión entre sus integrantes y al mismo tiempo su dependencia económica del productor lechero que nos ofrece el ganado de la principal raza predominante como el Holstein y el normando y las monedas representan la parte financiera es decir ingresos y utilidades.

3.2 VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR

Recientemente el sector lácteo se vio afectado por la variabilidad climática que se presenta en el país, teniendo repercusiones sobre los niveles de producción de leche cruda y por ende en los niveles de leche acopiados por la industria y la dinámica del comercio exterior; adicionalmente, la comercialización de los principales productos también se ha visto resentida por el entorno económico en el que se encuentra el país; sin embargo, durante lo corrido del año 2017 se visualiza una aparente recuperación del sector en torno a los niveles de acopio industrial de leche cruda, mientras que las tendencias de comercialización de los principales productos lácteos continúa a la baja con excepción de las leches UHT.

En cuanto al acopio nacional, se encuentra que su comportamiento es creciente a pesar de la desaceleración que se presentó en los dos últimos años con disminuciones de 0.2% y 2.1% en 2015 y 2016, respectivamente. Este comportamiento se debe principalmente a los efectos de fenómenos climáticos que afectaron la producción de

leche en el país como se mencionó anteriormente. Con corte a julio de 2017, el acopio formal de leche incrementó 8,2% respecto al mismo periodo de 2016, alcanzando la cifra de 1.959 millones de litros.

Los precios totales pagados al productor de leche cruda en Colombia crecen a una tasa anual promedio de 3.8% desde el año 2011. Únicamente en el 2013 se presentó una disminución del 3%, llegando a \$885.3 por litro de leche. El mayor crecimiento registrado se presentó en 2016 cuando el valor del litro de leche alcanzó \$1,021, un 11% mayor al precio de 2015. El precio promedio de enero a julio de 2017 fue \$1,045 por litro, un 3.2% mayor al precio promedio registrado en el mismo periodo de 2016.

Respecto a los precios sin bonificaciones pagados al productor de leche cruda, en Colombia crecen a una tasa anual promedio de 3,7% desde el año 2011. El mayor crecimiento registrado se presentó en 2016 cuando el valor del litro de leche alcanzó \$896, un 5.7% mayor al precio de 2015. El precio promedio de enero a julio de 2017 fue \$947 por litro, un 7% mayor al precio promedio registrado en el mismo periodo de 2016.

Las tendencias de comercialización de los principales productos lácteos se comportan de manera decreciente, con excepción de la leche UHT. A continuación, se analizan individualmente cada uno de ellos:

Asoleche.org/2017/09/28/actualidad-del-sector-lácteo-colombiano/

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 BALANCE DE REQUERIMIENTOS

| ITEMS | RUBRO | UNIDAD | CANTIDAD | VALOR TOTAL | |
|------------------|---|---------------|----------|----------------------|---------------|
| 1 | NÓMINA | | | | |
| | Operario 1 | \$ 1.000.000 | MES | 1 | \$ 1.584.260 |
| | Operario 2 | \$ 1.000.000 | MES | 1 | \$ 1.584.260 |
| | Operario 3 | \$ 1.000.000 | MES | 1 | \$ 1.584.260 |
| TOTAL | | | | \$ 4.752.781 | |
| 2 | MAQUINARIA Y EQUIPO | | | | |
| | Tanque de enfriamiento | \$ 27.000.000 | GL | 2 | \$ 54.000.000 |
| | Montaje de trasformador monofasico | \$ 1.000.000 | GL | 1 | \$ 1.000.000 |
| | Pistola de acidometria | \$ 800.000 | GL | 1 | \$ 800.000 |
| | Resgistro de pulgada | \$ 450.000 | GL | 1 | \$ 450.000 |
| | Bomba sanitaria entrada de la leche | \$ 1.850.000 | GL | 1 | \$ 1.850.000 |
| | Enfriador de placas | \$ 973.600 | GL | 1 | \$ 973.600 |
| | Tablero de operación de equipos | \$ 71.800 | GL | 1 | \$ 71.800 |
| | Banco de hielo | \$ 22.000 | GL | 1 | \$ 22.000 |
| | Planta electrica | \$ 600.000 | GL | 1 | \$ 600.000 |
| | Silo | \$ 20.000 | GL | 1 | \$ 20.000 |
| | Acidometro | \$ 115.000 | GL | 1 | \$ 115.000 |
| | Lactometro | \$ 32.000 | GL | 1 | \$ 32.000 |
| | Termometro flotante | \$ 18.000 | GL | 1 | \$ 18.000 |
| | Medidor de ph | \$ 108.000 | GL | 1 | \$ 108.000 |
| | Crioscopio bureta digital | \$ 22.500 | GL | 1 | \$ 22.500 |
| | Alcoholimtero | \$ 17.500 | GL | 1 | \$ 17.500 |
| TOTAL | | | | \$ 60.100.400 | |
| 4 | INSUMOS | | | | |
| | Hipoclorito de sodio | \$ 1.122 | MES | 27 KG | \$ 30.294,00 |
| | Jabón liquido industrial | \$ 2.320 | MES | 20KG | \$ 46.400,00 |
| | Soda caústica | \$ 1.914 | MES | 15KG | \$ 28.710,00 |
| | Alcohol etilico | \$ 2.959 | MES | 30KG | \$ 88.770,00 |
| TOTAL | | | | \$ 194.174 | |
| 5 | ADECUACIÓN DE LA OBRA | | | | |
| | MAMPOSTERIA Y REPELLOS | \$ 16.200.000 | MES | 1 | \$ 16.200.000 |
| | PISOS Y ENCHAPES | \$ 5.000.000 | MES | 1 | \$ 5.000.000 |
| | Elaboración proyecto luz eléctrica para | \$ 3.000.000 | MES | 1 | \$ 3.000.000 |
| | ACCESORIOS O HERRAJE PARA TI | \$ 1.200.000 | MES | 1 | \$ 1.200.000 |
| | RED ELECTRICA | \$ 2.680.000 | MES | 1 | \$ 2.680.000 |
| | CARPINTERIA | \$ 1.200.000 | MES | 1 | \$ 1.200.000 |
| | APARATOS SANITARIOS | \$ 800.000 | MES | 1 | \$ 800.000 |
| | PAÑETE Y PINTURAS | \$ 3.200.000 | MES | 1 | \$ 3.200.000 |
| | OTROS | \$ 400.000 | VECES | 1 | \$ 400.000 |
| TOTAL | | | | \$ 33.680.000 | |
| GAN TOTAL | | | | \$ 98.727.355 | |

4.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Tabla 6. Descripción del Proceso

| DESCRIPCION DEL PROCESO | |
|--|---|
| Enfriamiento y conservación a bajas temperaturas | Dependen de la capacidad, capital disponible, oferta de leche, costos, etc. a continuación se describe únicamente el proceso a utilizar en el centro de acopio |
| Enfriamiento por intercambiador de calor | Este es el método de enfriamiento más aconsejable para grandes cantidades de leche; consiste en pasar la leche por un intercambiador de calor, donde es enfriada por agua helada que cede frío a la leche. El tránsito de la leche y el agua son regulados por placas o tubos, donde son transportadas permitiendo que se intercambien las temperaturas, pero sin ser mezclados. Después de que la leche es enfriada, es conducida a un tanque de almacenamiento o silo de doble camisa, el cual tiene un aislamiento térmico en poliuretano permitiendo mantener la temperatura constante, hasta por períodos de 24 horas. 60 con este tipo de proceso se disminuyen los costos, pues la leche es rápidamente enfriada disminuyendo el gasto en tiempo y consumo de energía, y después tan solo se conserva en tanques, que no consumen ningún tipo de energía para mantener la temperatura constante. El único costo en el almacenamiento es el de la agitación constante, que es obligatorio para cualquier tipo de método |

| | |
|------------------------|---|
| | <p>de enfriamiento. Para este método de enfriamiento, se debe utilizar un banco de hielo (pH), equipo que cumple con la función de enfriar el agua, para posteriormente ser llevada al enfriador de placas.</p> |
| Amoníaco | <p>Se utiliza como refrigerante amonio en estado gaseoso y por medio de compresores se hace recircular por los serpentines de un recipiente que contiene el agua a enfriar. Este es un medio de enfriamiento económico, pero lento y muy contaminante, pues el amoníaco que se alcanza a liberar perjudica enormemente la capa de ozono, razón por la cual se ha tratado de prohibir el uso de este método de enfriamiento.</p> |
| Enfriamiento con freón | <p>Refrigerante freón 12 ó 22 según el diseño del equipo, este circula libremente por los serpentines, es menos contaminante que el amoníaco y las diferencias de presión del gas pueden hacer que el equipo de enfriamiento se encienda o se apague automáticamente, regulando la temperatura sin gastar energía innecesariamente.</p> |

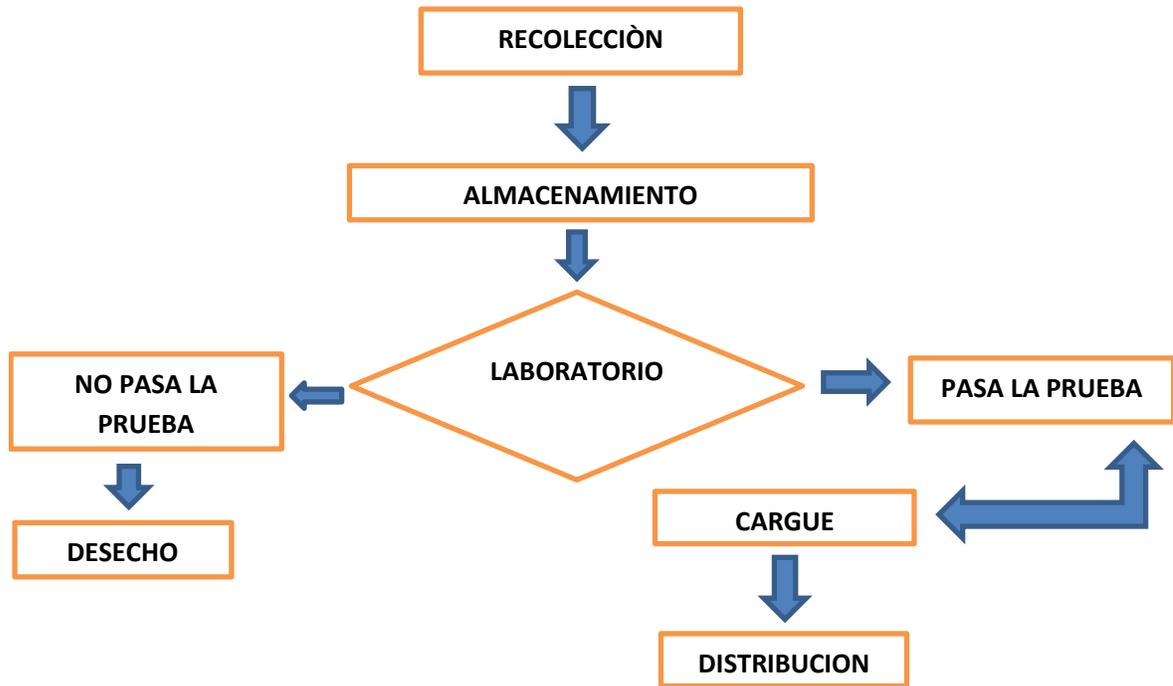


Ilustración 2. Diagrama de Proceso

4.3 CAPACIDAD

La capacidad será la máxima recurriendo a tecnologías de punta para lo cual no escatimaremos en gastos, implementando políticas y estrategias que nos permitan contar con la mejor empresa.

Tabla 7. Capacidad Instalada

| | |
|---|--|
| Ubicación | El proyecto, se localiza en el municipio de Herveo departamento del Tolima |
| Tamaño | El centro de acopio y enfriamiento de leche contará con dos silos, los cuales poseen una capacidad de almacenamiento de Veinte Mil litros cada uno; por lo tanto, se contará con una capacidad total de almacenamiento de leche de Mil litros. |
| Capacidad del proyecto unidad de medida | Es indispensable definir la unidad de medida, esta se encuentra determinada por la cantidad de producción en una unidad de tiempo definida. para el caso que compete analizar, la unidad de medida se expresará en litros |
| Capacidad diseñada | La capacidad diseñada del centro de acopio se encuentra en función a la máxima capacidad de almacenamiento de los silos, que suma 20.000 litros |
| Capacidad instalada. | En cuanto a la efectividad del proceso, la capacidad de enfriamiento es de 1000 litros hora, esto según la disposición de los equipos de enfriamiento a instalar |
| Capacidad utilizada. | La capacidad utilizada, variaría según el mercado proveedor y el mercado consumidor, además de factores climáticos que generan variación en la oferta y la demanda de la leche |

4.4 LOCALIZACIÓN

El municipio de Herveo (Tolima) se encuentra ubicado en el norte del departamento del Tolima en la frontera con el departamento de Caldas, con coordenadas de 5° 5´ de latitud Norte y a 75° 10´ de longitud al Oeste del meridiano de Greenwich; su territorio se extiende en las partes más altas de la cordillera central, desde el nevado del Ruíz, hasta las congruencias del río Gualí con los Municipios de Fresno y Casablanca. Paisajes como el parque natural nacional de los nevados y el volcán cerro bravo, hacen parte de su geografía. Su temperatura media es de 16 °C,

Extensión total: 342 Km²

Extensión área urbana: 2.7 Km²

Extensión área rural: 32.2 Km²

Altitud de la cabecera municipal: 250 metros sobre el nivel del mar

Temperatura media: 16°C

Distancia de referencia a Bogotá: 239 Kilómetros por la vía a Honda y 271
kilómetros por la vía cambao

4.4.1 MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN

Herveo.5.2.5.2.2 Clima

En el Municipio se presentan seis (6) provincias climáticas, como el Páramo Alto Supe húmedo (PASH) que está localizado en la parte Suroeste del Municipio en límites con el Departamento de Caldas, en ella se encuentran las Veredas La Palma, Letras, El Brasil y Ángulo E. Presenta una extensión de 7.380 Has que corresponde al 22.89% del

área total del municipio, convirtiéndose de esta forma en la segunda provincia más representativa por cubrir gran cantidad del territorio. Se encuentra a una altitud entre 3.400 y 4.450 m.s.n.m., con una precipitación promedio anual entre 1.400 mm.a 2.200 mm.Y temperaturas entre 0° a 7° C. Esta provincia climática páramo bajo supe húmedo (PBSh), se presenta en tres sectores del Municipio, en el oeste en límite con el departamento de Caldas, Centro y Sureste, en ella se encuentran parte de las Veredas El Brasil, Torre Veinte, Ángulo E y La Palma. Presenta una extensión de 6.551 Has; que corresponde al 20.3 % del área total del Municipio, se encuentra a una altitud entre 2.700 y 3.400 m.s.n.m., con una precipitación promedio anual entre 2.400 mm.A 1.600 mm.Y temperaturas entre 7° C a 12° C.

La provincia climática páramo bajo húmedo (PBH) se presenta en el sudeste del municipio, en los límites de casabianca. En ella se encuentran únicamente la Vereda La palma. Posee un área de 432.40 Has; que corresponde tan solo al 1.3% de la extensión total del Municipio, convirtiéndose en la provincia con menor extensión, con alturas entre 2.700 a 3.000 m.s.n.m., una precipitación promedio anual entre 1.700 mm.a 1.900 mm. y una temperatura que oscila entre 10° C y 12° C.La provincia climática frío supe húmedo (FSH) se presenta en el Sudeste del Municipio, en los límites de Casabianca, en ella se encuentran las Veredas El Topacio, El Placer, La Granja, Delgaditas y el Brasil. Posee un área de 2.960 Has; correspondientes al 9.1% de la extensión total del municipio, con alturas entre 2.400 a 2.700 m.s.n.m., una precipitación promedio anual entre 2.200 mm.a 2.700 mm.y una temperatura que oscila entre 12° C y 14° C Esta provincia climática Frío Húmedo (FH) se presenta en el Sudeste del Municipio, en los límites de Casabianca. En ella se encuentran las Veredas La Estrella, Monterredondo,

Mesones, El Arenillo Dos, Filo Bonito, El Brasil, La Granja, La Cristalina, El Yermal, Torre Seis, El Cedral, Ángulo B, Leonera, Picota, Padua, El Águila, Tulcán, La Esperanza, La Unión, El Salado, Arenillo, Curubital, Damas Bajas y La Palma. Posee un área de 12.413 Has., correspondientes al 38.5% de la extensión total del Municipio, cubriendo de esta manera la mayor parte del área, con alturas entre 2.700 a 3.000 m.s.n.m., una precipitación promedio anual entre 1.800 mm.a 2.700 mm.y una temperatura que oscila entre 12° C y 18° C

La provincia climática Templado Húmedo (TH) se presenta en tres sectores del Municipio; en el Noreste se encuentran las Veredas Filo Bonito, Arenillo Dos, Mesones, La Estrella, Leonera, Picota, Parte de las veredas, Gualí, El Águila, Tulcán, La Esperanza, La Unión, Tesorito, El Salado y Arenillo. Posee un área de 2.492 Has., correspondientes al 7.73% de la extensión total del Municipio, con alturas entre 1.550 a 1.800 m.s.n.m., una precipitación promedio anual entre 2.100 mm.a 2.700 mm.y una temperatura que oscila entre 18° a 20° C.



Ilustración 3.Mapa

4.4.2 EVALUACIÓN DE LA ALTERNATIVA

Tabla 8. Evaluación de la Alternativa

| CENTRO DE ACOPIO LECHERO | | VARIABLES | Ubicación | Vías de Acceso | Uso de Suelo | Tiempo de Recolección | Proveedores | Costos Asociados | Municipios afectados | | | |
|--------------------------|--|-----------|-----------|----------------|--------------|-----------------------|-------------|------------------|----------------------|----|----|---------|
| ALTERNATIVAS | PUNTO A | | | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 22 | 4 |
| | PUNTO B | | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 | 3 | BUENO |
| | PUNTO C | N | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 20 | 2 | REGULAR |
| | | | | | | | | | | | 1 | MALO |
| PUNTO | DESCRIPCIÓN | | | | | | | | | | | |
| PUNTO A | Centro del Municipio de Herveo | | | | | | | | | | | |
| PUNTO B | Vereda Damas bajas del municipio de Herveo | | | | | | | | | | | |
| PUNTO C | Delgaditas | | | | | | | | | | | |

Después de la elaboración de los puntos de ubicación y los valores que se le han dado a cada alternativa, se establecieron las correlaciones entre las alternativas que se deben tener en cuenta para la ubicación del centro de acopio lechero. Estas correlaciones son de tipo positivo o negativo. Las de tipo negativo representan un estado de las vías de acceso en malas condiciones, lo que implica presupuesto para la mejora de las mismas y en cuanto a lo positivo encontramos ventajas como centro en el punto de ubicación donde los proveedores llegaran sin ningún contratiempo, así como también podemos evidenciar el mejor punto de ubicación.

4.5 PLANO

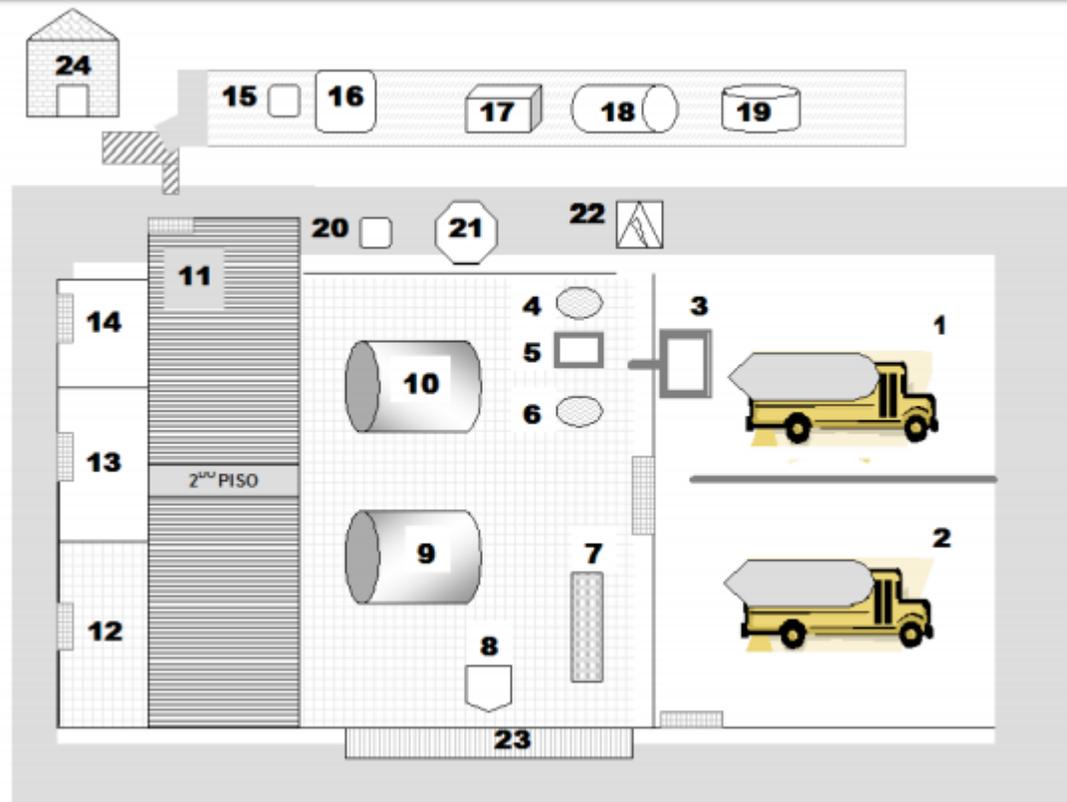


Ilustración 4.Plano

- | | |
|--------------------------------------|-------------------------|
| 1. PARQUEO N° 1 | 2. PARQUEO N° 2 |
| 3. TANQUE DE RECIBO | 4. BOMBA 1: CARGUE |
| 5. FILTRO | 6. BOMBA 2: DESCARGUE |
| 7. ENFRIADOR DE PLACAS | 8. TABLERO DE OPERACIÓN |
| 9. SILO N° 1 | 10. SILO N° 2 |
| 11. OFICINA: GERENCIA (SEGUNDO PISO) | 12. LABORATORIO |
| 13. OFICINA ADMINISTRADOR | 14. BAÑO |
| 15. UNIDAD DE FRIO | 16. BANCO DE HIELO |

17. BOMBA POSITIVA 18. TANQUE DE ALMACENAMIENTO DE
ACPM

19. TANQUE DE ALMACENAMIENTO DE AGUA

20. BOMBA ALIMENTADORA DE AGUA

21. CALDERA

22. PLANTA ELÉCTRICA

23. PORTA-CANTINAS

24. BODEGA CONVENCIONES ENTRADAS

CORREDOR SEGUNDO PISO



5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1 TIPO Y NATURALEZA DE EMPRESA

Es una cooperativa asociativa sin ánimo de lucro, en la cual los trabajadores o los usuarios, según el caso, son simultáneamente los aportantes y los gestores de la empresa, creada con el objeto de producir o distribuir conjunta y eficientemente bienes o servicios para satisfacer las necesidades de sus asociados y de la comunidad en general. Se

presume que una empresa asociativa no tiene ánimo de lucro, cuando cumple los siguientes requisitos:

Que establezca la irrevocabilidad de las reservas sociales y en caso de liquidación, la del remanente patrimonial.

Que destinen sus excedentes a la prestación de servicios de carácter social, al crecimiento de sus reservas y fondos, y a reintegrar a sus asociados parte de los mismos en proporción al uso de los servicios o a la participación en el trabajo de la empresa, sin perjuicio de amortizar los aportes y conservarlos en su valor real.

MISIÓN

La empresa dedica su actividad a brindar el servicio de compra y comercialización de la leche en el municipio de Hervey-Tolima y otros municipios aledaños hacia la ciudad de Manizales, Ibagué y Cundinamarca.

Como responsabilidad social la empresa busca implantar un sistema para la dirección de la organización y la confianza para sí misma, con respecto a la honradez, lealtad, buena fe, transparencia y cultura organizativa. Al mismo tiempo la empresa comprende el deseo de difundir en su entorno social la cultura de la Gestión Ética y socialmente responsable con el objetivo último de acercarla paulatinamente a la sociedad general en materia económica, social y ambiental, además de aplicar valores éticos incorporados en la prestación de un buen servicio.

VISION

En el año 2025 ser una empresa líder de mercado regional y nacional en la compra y venta de leche garantizando la calidad y expectativas de los clientes.

5.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES

Contar con un mínimo de 20 personas para la constitución de la cooperativa.

Nombrar un comité organizador.

Todos los socios deben tomar el curso básico en economía solidaria de mínimo 20 horas, que debe ser dictado por una entidad acreditada que entregará la certificación obligatoria dentro del proceso. Podemos encontrar el listado de acreditadas en la página web orgsolidarias.gov.co, en el link Trámites y servicios – acreditación - listado de acreditadas.

Elaborar los estatutos

Según la actividad e intereses de la organización deberá determinarse el tipo de cooperativa a construir

Convocar a la asamblea de Constitución.

Nombrar al presidente y secretario de la Asamblea

Realizar la asamblea, y en ella se elige al Consejo de Administración, la Junta de Vigilancia, el revisor Fiscal y los Comités.

Definir el nombre de la cooperativa (primero consultar en Cámara de Comercio que el nombre no exista) y los aportes sociales.

Aprobar los estatutos.

El Consejo de Administración nombra representante legal o Gerente.

Elaborar el acta de constitución con la firma del presidente, secretario de la asamblea y de todos los asociados fundadores La Junta de Vigilancia estará integrada por máximo tres asociados hábiles con sus respectivos suplentes; su período y causales de remoción serán fijados en los estatutos.

Para obtener el registro de Empresa sin ánimo de Lucro, ESAL y registrar la Corporación ante la Cámara de Comercio, es necesario tener los siguientes documentos:

Actas de la asamblea de constitución, aportes y aceptación de cargos suscrito por presidente y secretario de la asamblea y de todos los que conforman la cooperativa.

Copia de los estatutos firmados por los asociados, el presidente y secretario de la asamblea.

Diligenciar el formulario del registro único empresarial de la Cámara de Comercio.

Diligenciar el formulario adicional de registro con otras entidades.

Diligenciar el formulario pre-RUT que se pueda encontrar en la página de internet de la DIAN o reclamarlo en las oficinas de dicha entidad.

Pueden asociarse, tanto personas jurídicas de derecho privado y del sector cooperativo, sin ánimo de lucro; como personas naturales mayores de 15 años.

El control de legalidad se tramita para las cooperativas de ahorro y crédito, multiactivas e integrales ante la superintendencia de la economía solidaria, Supe solidaria y las demás de acuerdo con su especialidad por actividad económica con la superintendencia respectiva y con los siguientes documentos:

Petición firmada por el representante legal y presidente de la junta de vigilancia en el formato de trámites.

Original del acta de la asamblea de constitución y estatutos firmados por presidente y secretario de la asamblea.

Certificado general del curso básico de veinte horas, dictado por una organización acreditada.

Constancia de pago de por lo menos el 25% de los aportes iniciales suscritos por los asociados fundadores.

Certificado de antecedentes disciplinarios del revisor fiscal.

Certificado de existencia y representación legal expedido por Cámara de Comercio.

Certificación del representante legal en la cual conste que el revisor fiscal no es asociado

Todos estos documentos se escanean en un formato de archivo TIFF, se almacenan en un CD, adicionando el formato de trámites debidamente diligenciado y se entregan en las oficinas de la superintendencia respectiva. La dirección de la cooperativa está a cargo de la asamblea como máxima autoridad y del consejo de administración; el control social, lo ejecuta la junta de vigilancia y el control financiero lo hace el revisor fiscal.

Solicitud ante la DIAN

En la DIAN el representante legal debe solicitar el registro único tributario RUT, al igual que la autorización de facturación. Para este trámite se debe llevar el certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio.

5.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Ilustración 4. Organigrama

Asamblea de socios: Son las personas encargadas de tomar las decisiones y del

Direccionamiento del centro de acopio.

Administrador del centro de acopio: Es el encargado del funcionamiento del

Centro de acopio, entre sus funciones esta supervisar a los diferentes operarios,

Optimizar el uso de los recursos y registrar contablemente las diferentes

Transacciones que realice el centro de acopio.

Operario: Esta persona se encarga de supervisar y colaborar en el descargue

De la leche, supervisara el funcionamiento de los diferentes equipos del centro de

Acopio y dar soporte a la hora de entregar el producto a nuestro cliente.

Contador: Es el encargado de llevar y registrar toda la contabilidad de Famileche

5.4 ESTRATEGIAS CORPORATIVAS

Gestión Administrativa de la empresa comunitaria

Sistemas de comercialización y economía solidaria

Gestión de calidad de la leche

5.4.1 POLÍTICAS

Políticas de selección de persona

La selección de personal se realizará en las instalaciones de la cooperativa FAMILLECHE. Por medio de pruebas se estiman las capacidades específicas o

potenciales de los individuos. Estas pruebas son conocidas como pruebas de APTITUD, y constan de medidas, con lápiz y papel, de las capacidades intelectuales, la precisión de las percepciones, las capacidades mecánicas y espaciales y las habilidades motoras. A la vez estas pruebas indican qué cosas podría ser capaces de desempeñar una persona, dada su experiencia o formación apropiadas. Los costos de administrarlas son bajo al igual que su procesamiento.

Una vez culminada la aplicación de las técnicas de selección se pasará a determinar a los candidatos con mejores condiciones, que cumplen con los requerimientos exigidos por la organización y de todos ellos se seleccionará a aquel que sea más capaz para ocupar el puesto o cargo vacante.

Políticas de Ventas y precios

En FAMILLECHE se realizarán los pagos de contado y con un máximo de 30 días de plazo para el pago, por el momento no se realizarán créditos teniendo en cuenta que la cooperativa cuenta con poca inversión y todo lo que allí ingrese volverá a ser invertido. Igualmente, el estudio financiero permitirá una estrategia debido al remanente o flujo de caja que se maneje.

5.4.2 VALORES CORPORATIVOS

Familia

Cada colaborador en FAMILLECHE cuenta con las oportunidades de desarrollo necesarias para alcanzar un crecimiento profesional, proporcionándole una mejor calidad de vida.

Aprendizaje

Contamos con mente abierta para el aprendizaje y mejora continua para mantenernos a la vanguardia de las exigencias de nuestros clientes y proveedores

Mejora continua

Trabajamos siempre buscando adaptarnos a los cambios rápidamente, para ofrecer un servicio oportuno y eficiente.

Inteligencia

Cada estrategia está implementada bajo la premisa de somos los primeros y de mejor calidad

Lealtad

Trabajamos con un alto sentido de responsabilidad y respeto hacia nuestros clientes, proveedores y compañeros.

Empatía y trabajo en equipo

Nos sensibilizamos en las necesidades de los demás para ofrecer un producto que cumpla con los requerimientos deseados, siempre bajo la idea de realizar un trabajo en equipo.

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1 INVERSIONES

| | Detalle de Inversiones en Bienes de Uso | Monto | Vida Útil en Años |
|----|--|---------------------|----------------------------------|
| 1 | Tanque de enfriamiento | \$54.000.000 | 5 |
| 2 | Montaje de transformador monofásico | \$1.000.000 | 5 |
| 3 | Pistola de acidimetría | \$800.000 | 5 |
| 4 | Registro de pulgada | \$450.000 | 5 |
| 5 | Bomba sanitaria entrada de la leche | \$1.850.000 | 5 |
| 6 | Enfriador de placas | \$973.600 | 5 |
| 7 | Tablero de operación de equipos | \$71.800 | 5 |
| 8 | Banco de hielo | \$22.000 | 5 |
| 9 | Planta eléctrica | \$600.000 | 5 |
| 10 | Silo | \$20.000 | 5 |
| 11 | Acidómetro | \$115.000 | 5 |
| 12 | Lactómetro | \$32.000 | 5 |
| 13 | Termómetro flotante | \$18.000 | 5 |
| 14 | Medidor de pH | \$108.000 | 5 |
| 15 | Crioscopio bureta digital | \$22.500 | 5 |
| 16 | Alcoholímetro | \$17.500 | 5 |
| 17 | Computador Portátil | \$5.700.000 | 5 |
| 18 | Impresora láser | \$600.000 | 5 |
| 19 | Escritorio | \$120.000 | 5 |
| 20 | Sillas | \$60.000 | 5 |
| 21 | Archivador | \$80.000 | 5 |
| 22 | Mesa Laboratorio | \$70.000 | 5 |
| 23 | Creación empresa | \$3.000.000 | 5 |
| 24 | Otros | \$1.355.000 | 5 |
| 25 | Creación empresa | \$600.000 | 5 |
| | Total Inversión en Bienes de Uso | \$71.685.400 | |

Se realiza una inversión total de \$71.685.400 Millones de Pesos, para la puesta en marcha de Maquinaria y Equipos, Adecuación, insumos y mano de obra.

6.2 COSTOS

| Gastos de Producción | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Tanque de enfriamiento | \$54.000.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Montaje de trasformador monofasico | \$1.000.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Pistola de acidometria | \$800.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Resgistro de pulgada | \$450.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Bomba sanitaria entrada de la leche | \$1.850.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Enfriador de placas | \$973.600 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Tablero de operación de equipos | \$71.800 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Banco de hielo | \$22.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Planta electrica | \$600.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Silo | \$20.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Acidometro | \$115.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Lactometro | \$32.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Termometro flotante | \$18.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Medidor de ph | \$108.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Crioscopio bureta digital | \$22.500 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Alcoholimtero | \$17.500 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Mano de Obra | \$57.254.100 | \$58.112.912 | \$58.984.605 | \$59.869.374 | \$60.767.415 |
| Mamposteria y repellos | \$16.200.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Pisos y enchapes | \$5.000.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Elaboración proyecto luz eléctrica pa | \$3.000.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Accesorios o herraje para transforma | \$1.200.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Red electrica | \$2.680.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Carpinteria | \$1.200.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Aparatos sanitarios | \$800.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Pañete y pinturas | \$3.200.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Otros | \$400.000 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Mantenimiento | \$1.200.000 | \$1.218.000 | \$1.236.270 | \$1.254.814 | \$1.273.636 |
| Seguros | \$2.640.000 | \$2.679.600 | \$2.719.794 | \$2.760.591 | \$2.802.000 |
| Hipoclorito de sodio | \$363.528 | \$368.981 | \$374.516 | \$380.133 | \$385.835 |
| Jabón liquido industrial | \$556.800 | \$565.152 | \$573.629 | \$582.234 | \$590.967 |
| Soda caústica | \$344.520 | \$349.688 | \$354.933 | \$360.257 | \$365.661 |
| Alcohol etilico | \$1.065.240 | \$1.081.219 | \$1.097.437 | \$1.113.898 | \$1.130.607 |
| Amortización Bienes de Uso | \$12.685.720 | \$12.876.006 | \$13.069.146 | \$13.265.183 | \$13.464.161 |
| Total Gastos de Producción | \$169.890.308 | \$77.251.557 | \$78.410.330 | \$79.586.485 | \$80.780.282 |

| Otros Gastos | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Equipos de Oficina | \$884.400 | \$897.666 | \$911.131 | \$924.798 | \$938.670 |
| Nómina Administrativa | \$52.376.616 | \$53.162.265 | \$53.959.699 | \$54.769.095 | \$55.590.631 |
| Publicidad | \$1.109.460 | \$1.126.102 | \$1.142.993 | \$1.160.138 | \$1.177.540 |
| Fletes | \$480.000 | \$487.200 | \$494.508 | \$501.926 | \$509.455 |
| Impuestos y tasas | \$960.000 | \$974.400 | \$989.016 | \$1.003.851 | \$1.018.909 |
| Varios | \$144.000 | \$146.160 | \$148.352 | \$150.578 | \$152.836 |
| Dotación | \$270.000 | \$274.050 | \$278.161 | \$282.333 | \$286.568 |
| Mantenimiento | \$1.440.000 | \$1.461.600 | \$1.483.524 | \$1.505.777 | \$1.528.364 |
| Papelería/Útiles | \$96.000 | \$97.440 | \$98.902 | \$100.385 | \$101.891 |
| Alquiler Carro tanque | \$43.200.000 | \$43.848.000 | \$44.505.720 | \$45.173.306 | \$45.850.905 |
| Agua | \$3.840.000 | \$3.897.600 | \$3.956.064 | \$4.015.405 | \$4.075.636 |
| Luz | \$3.600.000 | \$3.654.000 | \$3.708.810 | \$3.764.442 | \$3.820.909 |

| | | | | | |
|-----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Plan Trió | \$1.920.000 | \$1.948.800 | \$1.978.032 | \$2.007.702 | \$2.037.818 |
| Total Gastos de Producción | \$110.320.476 | \$111.975.283 | \$113.654.912 | \$115.359.736 | \$117.090.132 |

6.3 INGRESOS Y PROYECCIONES DE VENTAS

| # | Ventas Anuales en Pesos | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| 1 | Leche Pura | \$686.400.000 | \$755.040.000 | \$830.544.000 | \$913.598.400 | \$1.004.958.240 |

6.4 VALOR DE DESECHO

| |
|-----------------------|
| Valor Residual |
| 218.765.160 |

El valor que se evidencia durante un periodo de cinco años, fundamentalmente se estima puede realizarse una unidad de activo fijo tangible al término de su vida útil. Representa por consiguiente el valor neto estimado del monto recuperable de la inversión original, expresado en unidades de poder adquisitivo a la fecha en que se elaboran

6.5 FLUJO DE CAJA

El Flujo de Caja en Cuanto a los movimientos de entradas y salidas de efectivo, para la Comercializadora de Leche FAMILLECHE, se diseñó un Flujo de Caja para el año 2019, detallando mes a mes, que refleja el inicio de la empresa y luego se proyectó para 5 años siguientes

Los propósitos del flujo de caja que presenta FAMILLECHE, es evaluar la habilidad de la comercializadora para generar flujos de efectivo futuros, dando como resultado los siguientes datos:

| Flujo del Proyecto | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------|-------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| Ingresos por Ventas | | 686.400.000 | 755.040.000 | 830.544.000 | 913.598.400 | 1.004.958.240 |

6.6 INDICADORES FINANCIERO

| Flujo del Proyecto | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | |
|--------------------------------|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-----------------------|
| Ingresos por Ventas | | 686.400.000 | 755.040.000 | 830.544.000 | 913.598.400 | 1.004.958.240 | |
| Egresos Operativos | | 671.920.476 | 729.735.283 | 793.190.912 | 862.849.336 | 939.328.692 | |
| | | 14.479.524 | 25.304.717 | 37.353.088 | 50.749.064 | 65.629.548 | |
| Inversión | -71.685.400 | | | | | | Valor Residual |
| Flujo del Proyecto | -71.685.400 | 14.479.524 | 25.304.717 | 37.353.088 | 50.749.064 | 65.629.548 | 218.765.160 |
| | | | | | | | |
| Tasa Interna de Retorno | 49% | | | | | | |
| Valor Actual Neto | \$ 52.195.301 | | | | | | |

Claramente se ve que el presupuesto para los 5 años futuros refleja el crecimiento proporcional del flujo de efectivo pues las utilidades empiezan a dinamizar el movimiento de efectivo por el aumento de las ventas de leche mes a mes.

7. PLAN OPERATIVO

7.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 9. Cronograma

|  | | | | | | | | | | | | |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|
| GRÁFICO GANTT | | | | | | | | | | | | |
| CRONOGRAMA ACTIVIDADES CENTRO DE ACOPIO LECHERO FAMILLECHE | | | | | | | | | | | | |
| DIRECTOR PROYECTO: LEIDY JULIETH CORREDOR / LEIDY JOHANNA LONDOÑO GÓMEZ | | | | | | | | | | | | |
| TIEMPO | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGOS | SEP | OCT | NOV | DIC |
| CONSTRUCCION | | | | | | | | | | | | |
| Realiza estudios de mercado | ■ | ■ | | | | | | | | | | |
| Constituir jurídicamente la empresa | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | |
| Tramitar permisos | | | ■ | ■ | | | | | | | | |
| Compra o arrendamiento del terreno | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | |
| Construcción de las instalaciones | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | |
| ADECUACION | | | | | | | | | | | | |
| Licencia de funcionamiento | | | | ■ | ■ | | | | | | | |
| Negociación y compra de equipos | | | | | ■ | | | | | | | |
| Instalación de equipos | | | | | | ■ | | | | | | |
| Tramite de la razón social | | | | | ■ | | | | | | | |
| RECLUTAMIENTO DE PERSONAL | | | | | | | | | | | | |
| Selección del capital humano | | | | | ■ | ■ | | | | | | |
| Contratación | | | | | | ■ | | | | | | |
| Capacitación | | | | | | | ■ | | | | | |
| PRUEBAS | | | | | | | | | | | | |
| Pruebas piloto | | | | | | | | ■ | ■ | | | |
| Operación completa | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ |

8. IMPACTOS

Impacto Económico:

La finalidad económica es afianzar la actividad, para implementar capacitación e Innovación sobre el buen manejo de las diferentes acciones que realizamos, que el

productor y el recolector no se vea afectado por las lluvias y sequía que perturba la disponibilidad de pastos y la producción de la leche, que solamente se encargue de mantener sus animales bien alimentados para que su productividad promedio por animal aumente y le genere más utilidades. Por consiguiente, los productores querrán tener la mejor finca y gran cantidad de ganado.

Ofrecer un proyecto que supla las diferentes necesidades y cree en las personas el hábito de realizar las cosas bien desde el primer momento, que tengan estabilidad económica y avance en su vida.

Impacto Social:

En el centro de acopio generará empleos directos, a su vez se generará empleos indirectos entre los proveedores y las personas encargadas del abastecimiento y distribución del producto final, se considera una alternativa de desarrollo local para la población por su aporte al empleo diversificado de la producción, nutrición e ingreso familiar, al existir un compromiso con la región y con la sociedad en mejorar el manejo de la explotación ganadera

Impacto Ambiental:

La ley 99 1993 (22 de diciembre), encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales, señala la buena utilización de los recursos para la realización de cualquier actividad.

En cuanto al Impacto ambiental podemos decir que es muy mínimo y positivo, puesto que contaremos con instalaciones como el tanque de enfriamiento, motores,

oficinas y bodegas que deban someterse a la autorización establecida en el marco legal del proyecto sobre el uso del suelo y el medio ambiente .pero sin embargo podemos pensar en las cercas vivas que serían alrededor de la planta o también en la buena utilización del agua, que podamos hacer reutilización de la misma para minimizar costos e incrementar ganancias, puesto que todo requiere de una buena higiene y manejo de los recursos.

Es así que estas cercas vivas como es el Resucitado (Hibiscos), una planta cien por ciento natural 100% que, por su fácil adaptabilidad al clima, al terreno.

9. CONCLUSIONES

De acuerdo a la situación actual, se plantea como estrategia de comercialización la creación de un centro de acopio en el municipio de Herveo – Tolima. Este centro permitirá a los productores de esta zona y de sus alrededores mejorar su situación no solo económica sino que también social y cultural, mejorara la situación de competencia frente a otros municipios.

La puesta en marcha de este proyecto influirá mucho en la mejora de la calidad de vida de los habitantes del municipio, incrementando las oportunidades laborales tanto del municipio, como también de municipios aledaños.

Uno de los resultados importantes de este tipo de proyectos es mejorar los precios para los proveedores o productores asociados, mediante la organización del

proceso de recolección y distribución, esto traerá lógicamente mejoras en los ingresos del agricultor

La producción de leche en Colombia se encuentra en un período de abundancia, donde los productores están sacando grandes cantidades de leche pero no están aprovechando para obtener una utilidad considerable y que refleje la calidad de la leche.

La ubicación privilegiada escogida para la oficina de FAMILLECHE es el municipio de Herveo Tolima, para la comercializadora de leche es una localización realmente estratégica pues desde allí puede consolidar un mercado equilibrado, obtener contratos de abastecimiento con las procesadoras de los departamentos de Caldas, Tolima y Cundinamarca y por supuesto vincularse como abastecedor de las diferentes plantas procesadoras a nivel nacional.

Las buenas prácticas de recolección en los centros de acopio facilitarán la promoción de la comercializadora en las regiones con excedentes de leche, en fincas y hatos de los departamentos de Tolima, Caldas y Cundinamarca.

El aumento de la inversión en promoción y publicidad que ha realizado en el último año la mayoría de las grandes empresas procesadoras y en general las que conforman la industria láctea, en búsqueda de aumentar el consumo de los colombianos, ha intensificado las requisiciones en la mayoría de sus puntos de recolección.

La expectativa del gobierno y de la Federación Nacional de Ganaderos, Fedegan, augura un 2019 con niveles óptimos de producción lechera en el país. Se debe aprovechar inmediatamente para iniciar la empresa pudiendo conseguir que los centros de acopio establezcan relaciones comerciales prontamente con la comercializadora.

El transporte profesional de la leche aumenta la competitividad de los productores, finqueros y cooperativas, que dedicarán sus esfuerzos a la producción de leche de alta calidad y valores nutricionales, dejando que la cadena se dinamice con la incursión de comercializadoras como la que se propone.

Con una rentabilidad que supera las expectativas del estudiante emprendedor, existe la plena viabilidad técnica, económica, financiera, legal y administrativa para iniciar con esta oportunidad de negocio.

PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES

Todo emprendedor debe tener una motivación para ser capaz de combatir cada uno de los obstáculos que se le presentan para llevar a cabo su proyecto. Los emprendedores se caracterizan por su creatividad, claridad en las ideas, optimismo, Capacidad de comunicación, capacidad de Compromiso, tenacidad y persistencia entre otras.

Empezar el proyecto no es fácil, por lo contrario requiere de un gran sacrificio para las personas que deciden liderarlo, un emprendedor tiene la confianza necesaria para tomar riesgos calculados y así llegar a sus metas, su toma de decisiones hace que se conviertan en personas exitosas que dependen de su esfuerzo y trabajo en equipo .

Su nivel de autoestima es tan alto que cree en sus habilidades, en su capacidad de análisis e inteligencia para establecer una estrategia que lo lleve a cumplir su objetivo o meta. Un buen emprendedor no actúa aislado siempre establece buenas relaciones personales que le permitan su crecimiento.

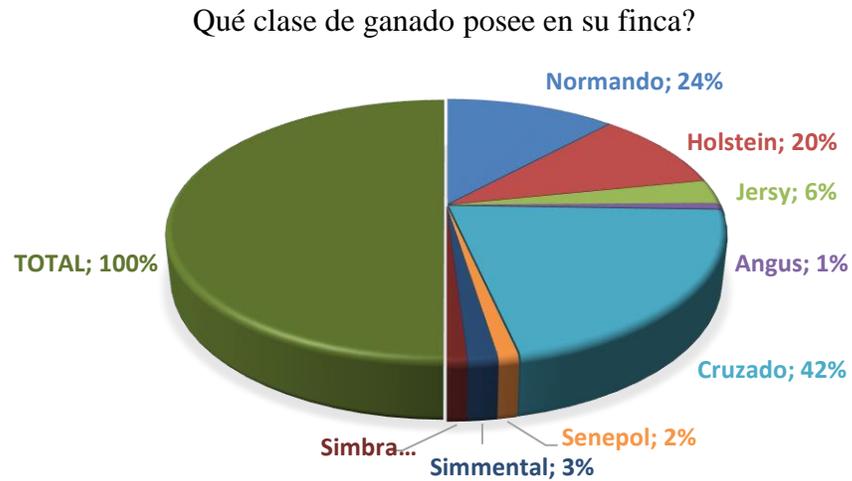
BIBLIOGRAFÍA

- FEDEGAN www.fedegan.org.co
- www.herveo-tolima.gov.co/
- <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9173/tesis246.pdf?sequence=1>
- <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/4196/T11.06%20G589v.pdf?sequence=1>
- http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/12181/1/Rivadeneira_Bustamante_Esteban_Marcelo.pdf
- <http://asoleche.org/2017/03/14/comportamiento-del-precio-de-la-leche>

ANEXOS

Anexo A 1.Tabulación y Análisis

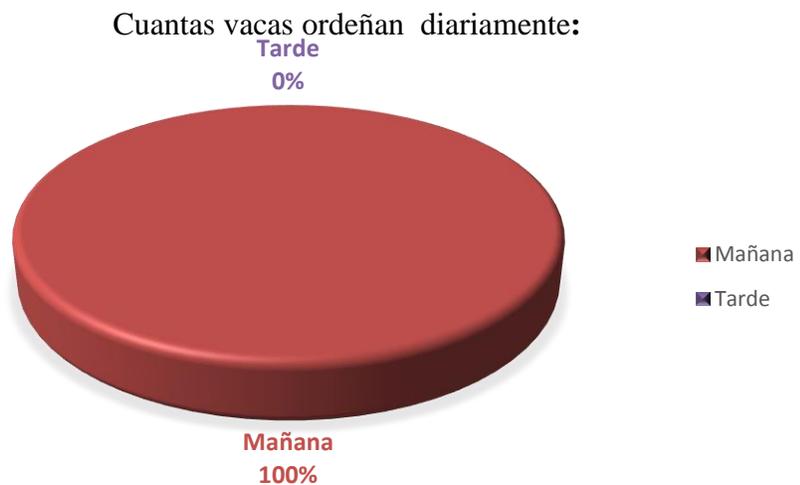
Grafica1.



Fuente: Propia

Análisis: Podemos definir que las principales razas de la región son: Cruzado, Normando, Holstein y Jersey; catalogadas a nivel mundial como las mejores en producción lechera y doble propósito.

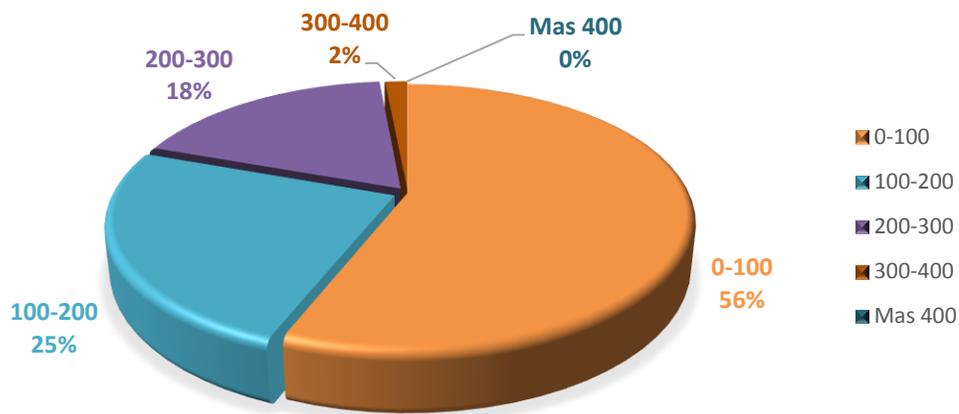
Grafica2.



Fuente: Propia

Análisis: Los datos estadísticos nos muestran un arduo trabajo, se debe aumentar la producción, tomando una muestra representativa de 120 productores, no existe ninguno que realice el ordeño en la mañana y en la tarde.

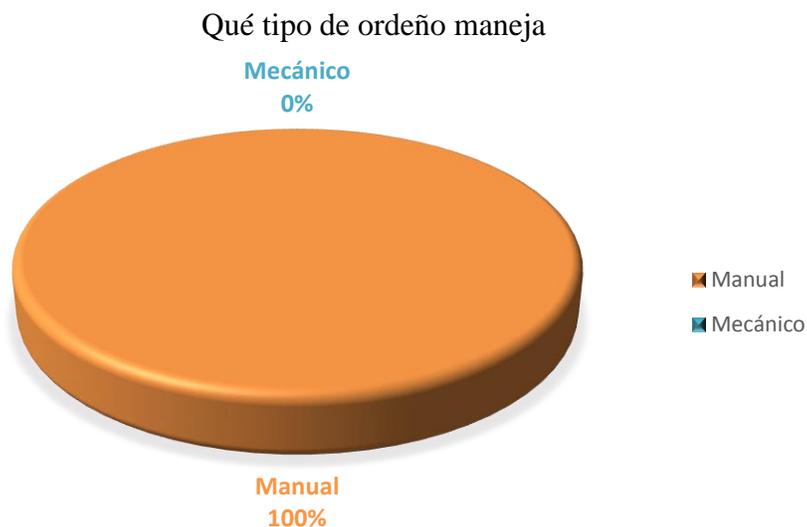
Grafica3.



Fuente: Propia

Análisis: Con los resultados obtenidos tenemos que los productores ordeñan diariamente en un rango de 50 a 200 litros, pero hay también grandes productores que llegan a los 300 litros/día por lo que se asegura el abastecimiento la planta.

Grafica 4.

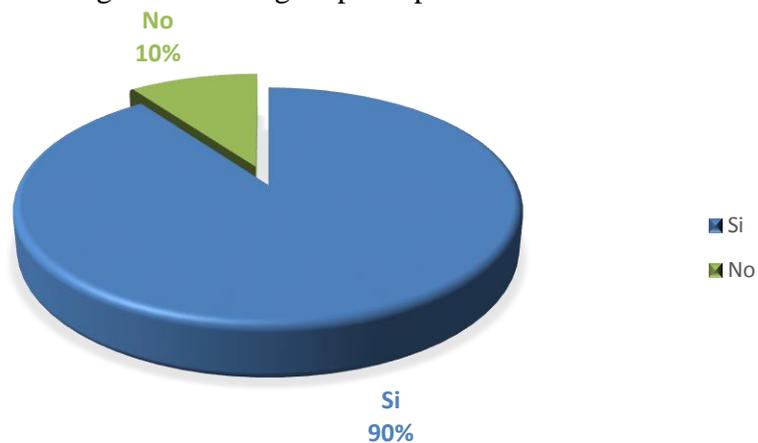


Fuente: Propia

Análisis: Los resultados son muestra clara de que se necesita capacitar y ayudar a los productores en la inversión para que el 100% de la población que ordeña manual lo haga mecánico, donde la tecnología llegara a los hogares para realizar el ordeño mecánico; apoyándolos en todo lo relacionado con la implementación, capacitación y acompañamiento contribuyendo en tiempo y mano de obra.

Grafica 5.

Posee un registro cronológico para aplicar la vacunación

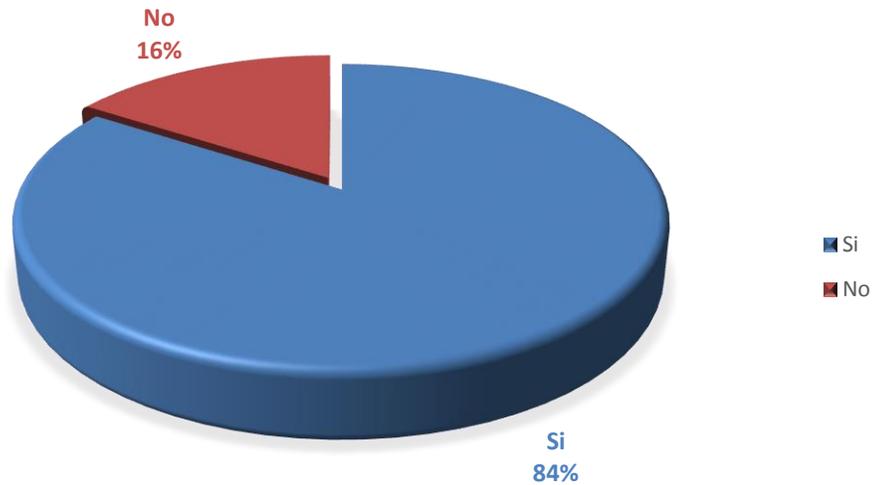


Fuente Propia

Análisis: Más del 90% de los productores aplican la vacunación en su ganado en los periodos establecidos por el ICA el porcentaje restante no lo hacen, debido a su poca producción; donde miraremos como incitarlos para que todos manejen los mismos parámetros, ya que es necesario si queremos crecer todos; además los pequeños ganaderos son de igual importancia como las grandes fincas productoras. A estos que no llevan registro cronológico se les especificara por qué y cómo se debe hacer dicha tarea, y comprometiéndonos a colaborar junto con ellos en cualquier momento; en si hay poco por corregir.

Grafica 6.

Realiza algún tipo de análisis o prueba de calidad de la leche?

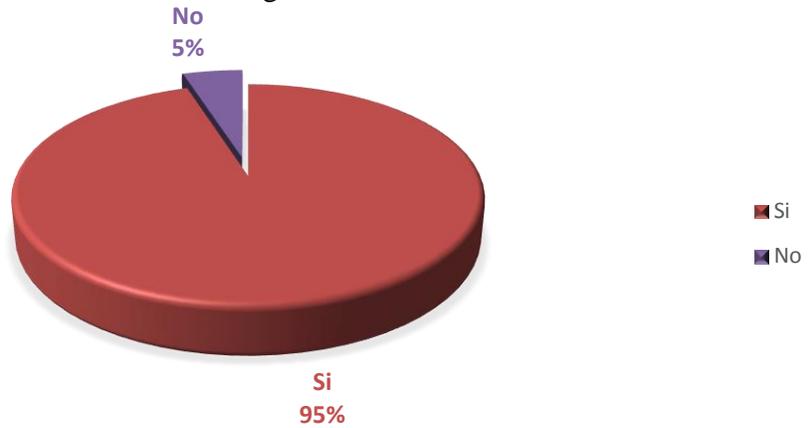


Fuente: Propia

Análisis: Sin duda alguna los productores que existen realizan un manejo adecuado del producto, pero se requiere de perfeccionamiento y aseguramiento de la calidad de la leche; se trata de un producto de manejo adecuado y en la recopilación se debe garantizar la mezcla de las diferentes fincas.

Grafica7.

Estaría dispuesto a incrementar su producción mediante la aplicación de políticas ganaderas de producción de leche seria y ajustada a la realidad de la región.



Fuente: Propia

Análisis: Con contundentes resultados favorables, se aprecia la disposición de la población para crecer con la ayuda y mejor calidad día a día el nivel y calidad de vida. En cuanto al porcentaje restante, se tiene claro que se dedican a otra actividad con más furor.

Grafica 8.

Que recipiente utiliza para el ordeño?

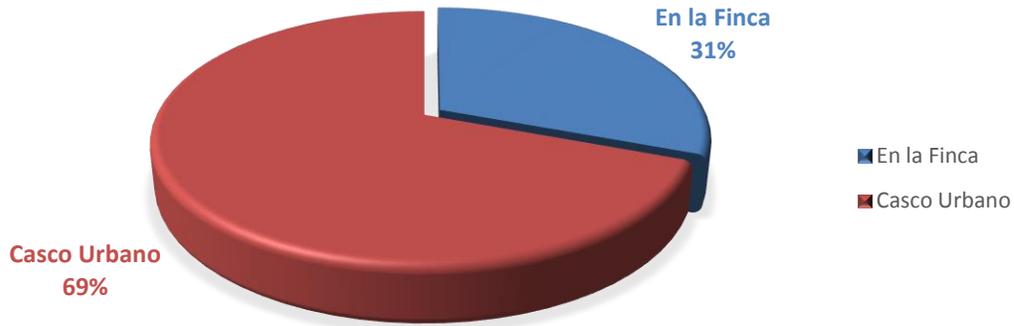


Fuente: Propia

Análisis: En cuanto al recipiente que utilizan para el ordeño un 33% debe comprometerse a ordeñar en cantaros de aluminio ya que por ley se exige dicho proceso en estos cantaros debido a evitar contaminación y alteración de la leche.

Grafica 9.

Como distribuye o vende su producción?

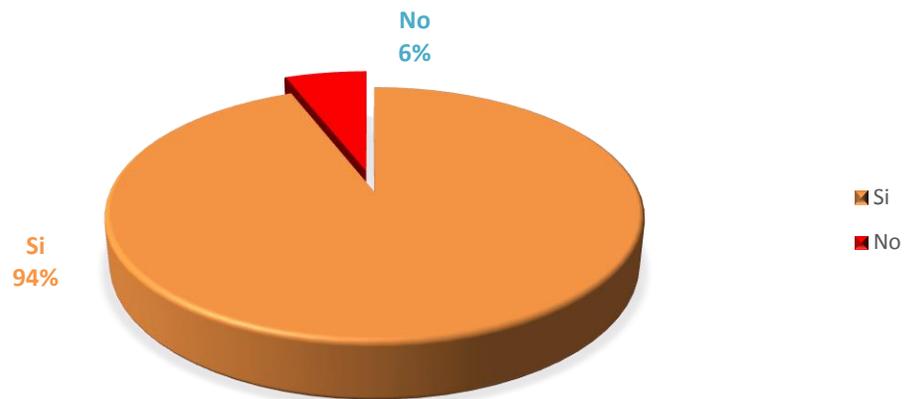


Fuente: Propia

Análisis: Un 30% de los productores distribuyen la leche en las fincas debido al miedo de negociar ya que no les pagan la leche a un precio justo o cuando tienen buena producción no se la recogen toda; es allí donde entramos a jugar un papel importante para que los productores cambien su perspectiva y mejoren la producción.

Grafica 10.

Estaría de acuerdo y dispuesto (a) a efectuar negociaciones con la empresa famileche, donde se brindara toda clase de aseguramiento y bienestar, cambio para su producción y mejoramiento de su finca, ganado, y condición de vida?



Fuente: Propia

Análisis: Dado que cerca del 94% de la población está dispuesta a entablar negociaciones con la población se continúa con la ejecución y puesta en marcha del proyecto

ACTA CONSTITUTIVA DEL PROYECTO

Este documento reconoce formalmente la existencia e inicio del proyecto en desarrollo de la recolección y distribución de la leche Cruda

1. **Nombre del Proyecto :** Centro de Acopio lechero FAMILLECHE
2. **Objetivo:** La recolección y comercialización de la leche en el municipio de Herveo – Tolima

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES

ARTICULO 1o.- DOTAR AL SECTOR COOPERATIVO DE UN MARCO PROPICIO PARA SU DESARROLLO COMO PARTE FUNDAMENTAL DE LA ECONOMIA NACIONAL, DE ACUERDO CON LOS SIGUIENTES OBJETIVOS:

1. FACILITAR LA APLICACION Y PRÁCTICA DE LA DOCTRINA Y LOS PRINCIPIOS DEL COOPERATIVISMO.
2. PROMOVER EL DESARROLLO DEL DERECHO COOPERATIVO COMO RAMA ESPECIAL DEL ORDENAMIENTO JURIDICO GENERAL.
3. CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO DE LA SOLIDARIDAD Y LA ECONOMIA SOCIAL.
4. CONTRIBUIR AL EJERCICIO Y PERFECCIONAMIENTO DE LA DEMOCRACIA MEDIANTE UNA ACTIVA PARTICIPACION.
5. FORTALECER EL APOYO DEL GOBIERNO NACIONAL, DEPARTAMENTAL Y MUNICIPAL AL SECTOR COOPERATIVO.

6. PROPICIAR LA PARTICIPACION DEL SECTOR COOPERATIVO EN EL DISEÑO Y EJECUCION DE LOS PLANES Y PROGRAMAS DE DESARROLLO ECONOMICO Y SOCIAL,

7. PROPENDER AL FORTALECIMIENTO Y CONSOLIDACION DE LA INTEGRACION COOPERATIVA EN SUS DIFERENTES MANIFESTACIONES.

CAPITULO II

DISPOSICIONES GENERALES.

ARTICULO 2o.- ES ACUERDO COOPERATIVO EL CONTRATO QUE SE CELEBRA POR UN NUMERO DETERMINADO DE PERSONAS, CON EL OBJETIVO DE CREAR Y ORGANIZAR UNA PERSONA JURIDICA DE DERECHO PRIVADO DENOMINADA COOPERATIVA, CUYAS ACTIVIDADES DEBEN CUMPLIRSE CON FINES DE INTERES SOCIAL Y SIN ANIMO DE LUCRO.

ARTICULO 3o.- TODA COOPERATIVA DEBERA REUNIR LAS SIGUIENTES CARACTERISTICAS

1. QUE TANTO EL INGRESO DE LOS ASOCIADOS COMO SU RETIRO SEAN VOLUNTARIOS

2. QUE EL NUMERO DE ASOCIADOS SEA VARIABLE E ILIMITADO

3. QUE FUNCIONE DE CONFORMIDAD CON EL PRINCIPIO DE LA PARTICIPACION DEMOCRATICA.

4. QUE REALICE DE MODO PERMANENTE ACTIVIDADES DE EDUCACION COOPERATIVA.

5. QUE SE INTEGRE ECONOMICA Y SOCIALMENTE AL SECTOR COOPERATIVO

6. QUE GARANTICE LA IGUALDAD DE DERECHOS Y OBLIGACIONES DE SUS ASOCIADOS SIN CONSIDERACION A SUS APORTES.

7. QUE SU PATRIMONIO SEA VARIABLE E ILIMITADO; NO OBSTANTE, LOS ESTATUTOS ESTABLECERAN UN MONTO MINIMO DE APORTES SOCIALES NO REDUCIBLES DURANTE LA EXISTENCIA DE LA COOPERATIVA.

8. QUE ESTABLEZCA LA IRREPARTIBILIDAD DE LAS RESERVAS SOCIALES Y EN CASO DE LIQUIDACION, LA DEL REMANENTE.

9. QUE TENGA UNA DURACION INDEFINIDA EN LOS ESTATUTOS, Y 10. QUE SE PROMUEVA LA INTEGRACION CON OTRAS ORGANIZACIONES DE CARACTER POPULAR QUE TENGAN POR FIN PROMOVER EL DESARROLLO INTEGRAL DEL HOMBRE.

ARTICULO 4o.-A NINGUNA COOPERATIVA LE SERA PERMITIDO

1. ESTABLECER RESTRICCIONES O LLEVAR A CABO PRACTICAS QUE IMPLIQUEN DISCRIMINACIONES SOCIALES, ECONOMICAS, RELIGIOSAS O POLITICAS.

2. ESTABLECER CON SOCIEDADES O PERSONAS MERCANTILES, COMBINACIONES O ACUERDOS QUE HAGAN PARTICIPAR A ESTAS, DIRECTA O INDIRECTAMENTE, DE LOS BENEFICIOS O PRERROGATIVAS QUE LAS LEYES OTORGAN A LAS COOPERATIVAS.

3. CONCEDER VENTAJAS O PRIVILEGIOS A LOS PROMOTORES O FUNDADORES, O PREFERENCIAS A UNA PORCION CUALQUIERA DE LOS APORTES SOCIALES.

4. DESARROLLAR ACTIVIDADES DISTINTAS A LAS ENUMERADAS EN SUS ESTATUTOS,

5. TRANSFORMARSE EN SOCIEDAD COMERCIAL.

ARTICULO 5.- LAS COOPERATIVAS ACOMPAÑARAN A SU RAZON SOCIAL LAS PALABRAS " COOPERATIVA O COOPERATIVO " ESTAS DENOMINACIONES SOLO PODRAN SER USADAS POR LAS ENTIDADES RECONOCIDAS COMO TALES POR EL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE COOPERATIVAS, Y EN TODAS SUS MANIFESTACIONES PUBLICAS COMO AVISOS, PUBLICACIONES Y PROPAGANDA, DEBERAN PRESENTAR EL NUMERO Y FECHA DE LA RESOLUCION DE RECONOCIMIENTO DE PERSONERIA JURIDICA O DEL REGISTRO QUE EN SU DEFECTO REGLAMENTE EL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE COOPERATIVAS.

ARTICULO 6o.-LAS COOPERATIVAS SERAN DE RESPONSABILIDAD LIMITADA. PARA LOS EFECTOS DE ESTE ARTICULO SE LIMITA LA RESPONSABILIDAD DE LOS ASOCIADOS AL VALOR DE SUS APORTES Y LA RESPONSABILIDAD DE LA COOPERATIVA PARA CON TERCEROS, AL MONTO DEL PATRIMONIO SOCIAL.

CAPITULO III

DE LA CONSTITUCION Y RECONOCIMIENTO DE LAS COOPERATIVAS

ARTÍCULO 7.-EL RECONOCIMIENTO DE PERSONERIA JURIDICA SE HARA CON BASE EN LOS SIGUIENTES REQUISITOS:

1. SOLICITUD ESCRITA DE RECONOCIMIENTO DE PERSONERIA JURIDICA
2. ACTA DE ASAMBLEA DE CONSTITUCION.
3. TEXTO COMPLETO DE LOS ESTATUTOS.
4. CONSTANCIA DE PAGO DE POR LO MENOS EL VEINTICINCO POR CIENTO (25%) DE LOS APORTES INICIALES SUSCRITOS POR LOS FUNDADORES, EXPEDIDA POR EL REPRESENTANTE LEGAL DE LA COOPERATIVA, Y
5. ACREDITAR LA EDUCACION COOPERATIVA POR PARTE DE LOS FUNDADORES, CON UNA INTENSIDAD NO INFERIOR A VEINTE (20) HORAS.

ARTICULO 8.-EN DESARROLLO DEL ACUERDO COOPERATIVO, LAS COOPERATIVAS SE CONSTITUIRAN POR DOCUMENTO PRIVADO Y SU PERSONERIA JURIDICA SERA RECONOCIDA POR EL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE COOPERATIVAS.

ARTICULO 9.-LA CONSTITUCION DE TODA COOPERATIVA SE HARA EN ASAMBLEA DE CONSTITUCION, EN LA CUAL SERAN APROBADOS LOS ESTATUTOS Y NOMBRADOS EN PROPIEDAD LOS ORGANOS DE ADMINISTRACION Y VIGILANCIA.

ARTICULO 10.- LOS ESTATUTOS DE TODA COOPERATIVAS DEBERAN CONTENER.

1. RAZON SOCIAL, DOMICILIO Y AMBITO TERRITORIAL DE OPERACIONES.

2. OBJETO DEL ACUERDO COOPERATIVO Y ENUMERACION DE SUS ACTIVIDADES.

3. DERECHOS Y DEBERES DE LOS ASOCIADOS; CONDICIONES PARA SU ADMISION, RETIRO Y EXCLUSION Y DETERMINACION DEL ORGANO COMPETENTE PARA SU DECISION.

4. REGIMEN DE SANCIONES, CAUSALES Y PROCEDIMIENTOS.

5. PROCEDIMIENTOS PARA RESOLVER DIFERENCIAS O CONFLICTOS TRANSIGIBLES ENTRE LOS ASOCIADOS O ENTRE ESTOS Y LA COOPERATIVA, POR CAUSA O CON OCASION DE ACTOS COOPERATIVOS

6. REGIMEN DE ORGANIZACION INTERNA, CONSTITUCION, PROCEDIMIENTOS Y FUNCIONES DE LOS ORGANOS DE ADMINISTRACION Y VIGILANCIA, CONDICIONES, INCOMPATIBILIDADES Y FORMA DE ELECCION Y REMOCION DE SUS MIEMBROS.

7. CONVOCATORIA DE ASAMBLEAS ORDINARIAS Y EXTRAORDINARIAS.

8. REPRESENTACION LEGAL; FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES.

9. CONSTITUCION E INCREMENTO PATRIMONIAL DE LA COOPERATIVA, RESERVAS Y FONDOS SOCIALES, FINALIDADES Y FORMA DE UTILIZACION DE LOS MISMOS.

10. APORTES SOCIALES MINIMOS NO REDUCIBLES DURANTE LA VIDA DE LA COOPERATIVA; FORMA DE PAGO Y DEVOLUCION; PROCEDIMIENTO PARA EL AVALUO DE LOS APORTES EN ESPECIE O EN TRABAJO.

11. FORMA DE APLICACION DE LOS EXCEDENTES COOPERATIVOS.

12. REGIMEN Y RESPONSABILIDAD DE LAS COOPERATIVAS Y DE SUS ASOCIADOS.

13. NORMAS PARA FUSION, INCORPORACION, TRANSFORMACION, DISOLUCION Y LIQUIDACION.

14. PROCEDIMIENTO PARA REFORMA DE ESTATUTOS, Y

15. LAS DEMAS ESTIPULACIONES QUE SE CONSIDEREN NECESARIAS PARA ASEGURAR EL ADECUADO CUMPLIMIENTO DEL ACUERDO COOPERATIVO Y QUE SEAN COMPATIBLES CON SU OBJETO SOCIAL.

CAPITULO IV

ARTICULO 11.-PODRAN SER ASOCIADOS DE LAS COOPERATIVAS:

1. LAS PERSONAS NATURALES LEGALMENTE CAPACES Y LOS MENORES DE EDAD QUE HAYAN CUMPLIDO CATORCE (14) AÑOS. O QUIENES SIN HABERLO CUMPLIDO, SE ASOCIEN A TRAVES DE REPRESENTANTE LEGAL.

2. LAS PERSONAS JURIDICAS DE DERECHO PÚBLICO.

3. LAS PERSONAS JURIDICAS DEL SECTOR COOPERATIVO Y LAS DEMAS DE DERECHO PRIVADO SIN ANIMO DE LUCRO.

4. LAS EMPRESAS O UNIDADES ECONOMICAS CUANDO LOS PROPIETARIOS TRABAJEN EN ELLAS Y PREVALEZCA EL TRABAJO FAMILIAR O ASOCIADO.

ARTÍCULO 12.- LA CALIDAD DE ASOCIADO DE UNA COOPERATIVA SE ADQUIERE:

1. PARA LOS FUNDADORES, A PARTIR DE LA FECHA DE LA ASAMBLEA DE CONSTITUCION, Y 2. PARA LOS QUE INGRESEN POSTERIORMENTE, A PARTIR DE LA FECHA QUE SEAN ACEPTADOS POR EL ORGANO COMPETENTE.

ARTICULO 13.-SERAN DERECHOS FUNDAMENTALES DE LOS ASOCIADOS:

1. UTILIZAR LOS SERVICIOS DE LA COOPERATIVA Y REALIZAR CON ELLA LAS OPERACIONES PROPIAS DE SU OBJETO SOCIAL.

2. PARTICIPAR EN LAS ACTIVIDADES DE LAS COOPERATIVAS Y EN SU ADMINISTRACION, MEDIANTE EL DESEMPEÑO DE CARGOS SOCIALES.

3. SER INFORMADOS DE LA GESTION DE LA COOPERATIVA DE ACUERDO CON LAS PRESCRIPCIONES ESTATUTARIAS.

4. EJERCER ACTOS DE DESICION Y ELECCION EN LAS ASAMBLEAS GENERALES.

5. FISCALIZAR LA GESTION DE LA COOPERATIVA

6. RETIRARSE VOLUNTARIAMENTE DE LA COOPERATIVA.

DADA EN BOGOTA, A LOS 30 DIAS DEL MES DE MARZO DE 2018

PUBLIQUESE Y EJECUTESE.

PRESIDENTE

SECRETARIO

LEIDY JOHANNA LONDOÑO G LADY JULIETH CORREDOR