

Plan de negocios para la creación de una comercializadora de plátano semiprocado  
empacado al vacío en la ciudad de Villavicencio - Meta

PLATANITOS LA COLINA

Lina María Poveda Zamora

CC. 1.070.328.556

Fabián Sánchez Vélez

CC. 1.121.861.262

Universidad de los Llanos

Facultad de Ciencias Económicas

Especialización en Administración de Negocios

Villavicencio

2018

Plan de negocios para la creación de una comercializadora de plátano semiprocado  
empacado al vacío en la ciudad de Villavicencio - Meta

PLATANITOS LA COLINA

Lina María Poveda Zamora

CC. 1.070.328.556

Fabián Sánchez Vélez

CC. 1.121.861.262

Propuesta de grado como requisito para optar el título de Especialista en Administración de  
Negocios

Director de Programa

Wilson Fernando Salgado Cifuentes

Universidad de los Llanos

Facultad de Ciencias Económicas

Especialización en Administración de Negocios

Villavicencio

2018

LISTA DE AUTORIDADES ACADEMICAS

PABLO EMILIO CRUZ CASALLAS

Rector (E)

DORIS CONSUELO PULIDO

Vicerrector Académico

MEDARDO MEDINA MARTINEZ

Vicerrector de recursos universitarios

MARCO AURELIO TORRES MORA

Director general de investigaciones

CHARLES ROBIN AROSA CARRERA

Director general de proyección social

MONICA SILVA QUICENO

Decana Facultad Ciencias Básicas e Ingeniería

CARLOS HERNANDO COLMENARES PARRA (e)

Decano Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

MANUEL EDUARDO HOZMAN MORA

Decano de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

RAFAEL OSPINA INFANTE

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas

MARIA LUISA PINZON ROCHA

Decana Facultad de Ciencias de la Salud

FREDY MOLINA PÉREZ

Representante de los Estudiantes Modalidad Presencial

CLAUDIO JAVIER CRIOLLO Asesor de la Oficina de Planeación

DORIS ALICIA TORO Directora General de Currículo

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

---

Presidente del jurado

---

Jurado

---

Jurado

## Tabla de contenido

1.	Introducción .....	8
2.	Justificación .....	10
3.	Objetivos .....	12
3.1	Objetivo General .....	12
3.2	Objetivos Específicos .....	12
4.	Estudio de Mercado.....	13
4.1	Presentación .....	13
4.2	Demanda .....	13
4.3	Resultados de la encuesta y análisis.....	15
4.4	Análisis del Mercado.....	17
4.5	Ventajas competitivas.....	18
4.6	Productos que se ofrecen .....	18
4.7	Estrategia de Precios.....	20
4.8	Estrategia de Distribución .....	21
4.9	Estrategia de Promoción .....	22
5.	Estudio Legal .....	23
6.	Estudio Técnico.....	26
6.1	Macro Localización.....	26
6.2	Microlocalización.....	27
6.3	Información de Mercado .....	27
6.4	Origen de los Insumos .....	27
6.5	Destino del Producto .....	28
6.6	Proceso Productivo.....	28
6.7	Requerimiento de maquinaria, edificaciones, insumos y personas .....	30
6.7.1	Maquinaria y Equipos:.....	30
6.7.2	Infraestructura.....	32
6.7.3	Equipos, muebles y enseres .....	33
6.7.4	Distribución de la Planta.....	33
7.	Estudio Organizacional .....	35

7.1	Misión .....	35
7.2	Visión .....	35
7.3	Valores Corporativos.....	35
7.4	Principios.....	36
7.5	Nombre de la empresa o razón social .....	36
7.6	Logotipo .....	36
7.7	Slogan.....	37
7.8	Constitución de la empresa.....	37
7.8.1	Vigencia y Derogatorias. ....	39
7.8.2	Gastos de Constitución .....	40
Tabla 8.	Gastos de constitución.....	40
7.8.3	Organigrama de la empresa .....	40
7.8.4	Descripción de Cargos.....	41
8.	Estudio Financiero.....	46
8.1	Capital .....	46
8.2	Costos Fijos .....	46
8.3	Costos de Producción .....	47
8.4	Costos Variables.....	47
8.5	Precio de venta de productos .....	48
8.6	Ingreso proyectado por ventas .....	48
8.7	Resultado del Ejercicio Mensual .....	49
8.8.	Punto de Equilibrio.....	50
9.	Conclusiones .....	51
10.	Recomendaciones .....	52
11.	Referencias Bibliográficas.....	53
12.	Anexos .....	54

## 1. Introducción

La evolución de la economía a nivel mundial se ha dado en gran parte gracias a la rápida y creciente incursión de empresas en distintos sectores, que han proporcionado propuestas de valor diferentes a sus bienes y servicios, logrando así a satisfacer las necesidades de consumidores que cada día son más exigentes. La globalización y la dinámica cambiante de los mercados impulsan a los emprendedores de hoy a generar ideas de negocio eficientes e innovadoras que lleguen con mayor facilidad e impacto a sus públicos objetivos. Desde el punto de vista económico en Colombia el plátano es uno de los productos agrícolas más representativos a nivel nacional e internacional y esto se debe a que gran parte del territorio presenta condiciones geográficas e hídricas específicas que son aptas para el desarrollo de este tipo de cultivos.

Según el informe del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2014), que describe la cadena productiva del plátano, afirma: que “esa tiene seis núcleos productivos priorizados en donde los departamentos de Quindío, Meta, Antioquia, Tolima, Caldas Córdoba, Risaralda, Valle, Nariño y Cauca, son los mayores productores de plátano, representando un 80% de la producción y el 65% del área sembrada en el país. Con respecto al departamento del Meta, este presenta los mayores niveles de rendimiento con un promedio de 15,5 t/ha, y que en conjunto con el Eje Cafetero son los encargados de abastecer a la ciudad de Bogotá. (MinAgricultura - Documento indicadores cadenas Plátano - 2014 Pág. 5).

En Colombia el plátano es uno de los productos destacados de la canasta familiar, gracias a su aporte nutricional, la variedad de usos en la cocina y sus precios cómodos. Por lo que es muy común encontrar este producto en tiendas de barrio, supermercados y grandes superficies. Aunado a esto, en los últimos años han venido surgiendo empresas le han apostado y proporcionado valor agregado a productos como la papa, la yuca o el plátano y que además de someterlo a un proceso especial para el consumo, también desarrollan estrategias en cuanto a empaque y comercialización haciendo que este sea mucho más atractivo y accesible en el mercado.

Debido a lo anterior el objetivo principal del presente plan de negocio se fundamenta en determinar la factibilidad de la creación y puesta en marcha de una comercializadora de plátano semiprocesado, empacado al vacío, ubicada en la ciudad de Villavicencio, la cual buscara un



mejor aprovechamiento de este producto aplicándole un componente de valor agregado e innovación en el proceso.

El método que se utilizara para determinar la factibilidad será de tipo cuantitativo, la técnica a aplicar, es la encuesta y la población objetivo de estudio son los habitantes de la ciudad de Villavicencio de estratos 3 y 4.

## 2. Justificación

La dinámica de los mercados como las nuevas tendencias de consumo y los nuevos estilos de vida alrededor del mundo han hecho que industrias de todo tipo renueven sus estrategias de producción y comercialización, promoviendo un uso reducido de componentes químicos, empaques más prácticos y productos listos para el consumo. Estas orientaciones hacia lo natural e instantáneo, han contribuido a la generación de nuevas necesidades y exigencias por parte de los consumidores hacia las grandes industrias, en donde la practicidad de los productos está acaparando los mercados, haciéndole la vida más fácil a las personas. En Colombia, las empresas no son ajenas a esta realidad por lo que muchas de estas están implementando a sus cadenas productivas y de mercadeo componentes innovadores y de valor agregado, concibiendo garantías para productores y clientes, lo cual conlleva a proporcionar productos 100% naturales, con altos estándares de calidad.

Dentro de las consideraciones que llevaron a la creación de esta idea de negocio, está: 1. El potencial agrícola de la región con respecto al cultivo de plátano de alta calidad, 2. La ausencia de una empresa o comercializadora de este tipo de producto en el departamento y 3. La preferencia por lo práctico e instantáneo en la cocina.

La puesta en marcha de la comercializadora permitirá respaldar a los campesinos cultivadores de plátano de la región del Ariari, quienes en muchas ocasiones y por el alto nivel de producción se ven obligados a entregar las cosechas a precios relativamente bajos y que muchas veces no compensan del despliegue de inversión y trabajo en el cultivo, por lo que el productor se encuentra en una disyuntiva: ya sea perder o vender al precio que sea. Según el reporte de competitividad del ministerio de agricultura y desarrollo rural “Cadena de Plátano” (2014), el Meta es uno de los mayores productores de plátano del país, por lo que dentro de la idea de negocio se contempla un aprovechamiento de materia prima disponible y de calidad durante todo el año en la región, el apoyo económico a los campesinos y el fomento para utilizar alternativas de mantenimiento de cultivos que reduzcan la utilización de productos químicos promoviendo la sostenibilidad ambiental.

El informe del Ministerio del Comercio, Industria y Turismo: “El Meta en el Plan 2019” expone la visión de competitividad del Meta para el año 2020, proponiendo los polos de desarrollo en los

diferentes sectores de la economía, en donde se dice que una de las actividades con expectativas promisorias es la producción de alimentos procesados y que para hacerlo realidad es importante soportarse en la investigación, la innovación, el talento humano de alto nivel, el valor agregado social y ambientalmente sostenible y conectado con el país y el mundo. (MinCit, El Meta en el Plan 2019, visión de competitividad del Meta – 2016 – Pág. 7) además de promover una amplia relación y comunicación directa con el resto del país; lo que quiere decir que hay potencial en la región para hacer de la comercialización de plátano semiprocésado empacado al vacío una oportunidad de negocio altamente rentable, que además contribuirá con la dinamización de la economía generando nuevos puestos de trabajo, los cuales a su vez mejoraran las condiciones de vida de las personas que participen en el desarrollo de este proyecto. De igual forma se busca acaparar el mercado local a través de estrategias de diferenciación, innovación y calidad, haciendo que los habitantes de la ciudad aumenten el consumo del plátano de la región y lo prefieran sobre otros sustitutos procesados tales como papa o yuca provenientes de otras ciudades o que son también importados, lo que representaría un aumento en los ingresos de los campesinos y buenos márgenes de rendimiento para la comercializadora.

### **3. Objetivos**

#### **3.1 Objetivo General**

Determinar la viabilidad económica para la creación de una empresa comercializadora de plátano semiprocésado y empacado al vacío en la ciudad de Villavicencio, para el primer semestre del año 2019.

#### **3.2 Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio de mercado que permita identificar la viabilidad a través del estudio y análisis de las expectativas del mercado objetivo en pro de la comercialización del plátano semiprocésado empacado al vacío.
- Realizar un estudio técnico para determinar las exigencias operacionales como: maquinaria, tecnologías y mano de obra necesaria para la implementación de la idea de negocio.
- Realizar un estudio administrativo y organizacional del negocio.
- Legal para identificar cada una de las normas y leyes que se deben aplicar en la estructura organizacional de la comercializadora.
- Realizar un estudio financiero, para definir los requerimientos económicos relacionados con el capital de inversión y la rentabilidad de la idea de negocio tal como: precio del producto y costo de la materia prima.

## 4. Estudio de Mercado

### 4.1 Presentación

La Colina es una empresa llanera dedicada a la elaboración y distribución de plátano semiprocésado empacado al vacío en diferentes presentaciones comerciales (plátano entero, tajadas para patacón y figuritas para freír tipo snack) con un alto contenido de vitaminas y minerales. Esta empresa busca posicionarse y ser reconocida en la región por la calidad de sus productos, variedad de presentaciones y buenos precios.

Esta idea de negocio surge como una alternativa de aprovechamiento de uno de los productos más representativos del llano: El Plátano, el cual se da en gran cantidad en la región y que por la ausencia de empresas transformadoras en la ciudad, la mayor parte de las cosechas son llevadas a otras ciudades en las cuales hay industrias que se encargan de generarle valor agregado y comercializarlo en diferentes formas a los clientes.

Hoy en día muchas personas buscan alimentos fáciles y rápidos de preparar, por lo que un plátano pelado, empacado al vacío y tajado es una buena opción de un alimento fresco, saludable y nutritivo para la familia.

Figura 1.



Elaboración propia

### 4.2 Demanda

El estudio se realizara en la ciudad de Villavicencio en donde se cuenta con una población de 452.472 según la Alcaldía de Municipal, enfocándonos en el nivel socioeconómico medio y

alto, que por lo general son personas con poder adquisitivo y de decisión. Los objetivos del plan de negocio, sugieren también encontrar una ubicación ideal donde se puedan llevar a cabo las operaciones de producción y distribución de los productos, Por lo que luego de analizar los diferentes sectores de la ciudad y teniendo como referencia además, la caracterización de estos en cuanto al tipo comercial, residencial e industrial; se pudo establecer que el mejor lugar para establecer la empresa y el punto de distribución sería la zona sobre la avenida Puerto López en el centro empresarial La Primavera, puesto que en este lugar podemos desempeñar las labores de recepción, transformación y despacho de los productos sin provocar problemas a las personas del sector, además que es un punto central, cercano a los supermercados de cadena, los hipermercados y tiendas del sector que hacen parte de nuestro mercado objetivo.

La definición del tamaño de la muestra se determinó por medio de un muestreo probabilístico simple, donde se seleccionó a las personas de manera aleatoria, la cual se concertó por medio de la aplicación de la formula general para una población finita que se presenta a continuación, junto con la descripción de sus parámetros:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{(N - 1) \times E^2 + Z^2 \times p \times q}$$

Tabla 1. Parámetros para calcular el tamaño de la muestra

Parámetro	Valor considera en el calculo
n: Tamaño de la muestra	Es lo que se debe calcular o hallar
p: Es la porción de individuos que poseen las características específicas objeto de estudio	0.5
q: Es la porción de individuos que no poseen la característica objeto de estudio (1- p)	(1-0.5) = 0.5
N: Tamaño de la población	10.000 personas de la zona
Z: Corresponde al nivel de confianza que se	1.96

quiera	
E: El nivel de confianza determina la validez de los resultados	0.1

Elaboración propia

Luego de aplicar la fórmula para determinar la muestra, esta queda definida así:

$$1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 10.000 \div (10.000 - 1) \times 0.1^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 = \frac{9604}{100.9504} = 95.13$$

De acuerdo a los resultados del tamaño de la muestra, se definió que se van a realizar un total de 95 encuestas, así mismo se espera que mediante este método se puedan obtener respuestas claras y fácilmente cuantificables que brindaran una base objetiva para el análisis de la viabilidad del plan de negocio. (Encuesta y resultados en anexos).

### 4.3 Resultados de la encuesta y análisis

Con respecto a las opiniones obtenidas mediante la aplicación de la encuesta a la población objeto de estudio, se presentaron los siguientes resultados:

Pregunta 1. (Genero)

De las 95 personas encuestadas para este estudio, el 73% de ellas fueron mujeres y el 23% restante fueron hombres, esto quiere decir que en cuanto a los habitantes de la zona en donde se colocara la empresa y disposición de conocer y avalar una nueva idea de negocio, son las mujeres las más interesadas.

Pregunta 2. (Edad)

En esta parte, las edades de las personas encuestadas varía mucho, teniendo como resultado los siguientes porcentajes, el 13% está en el rango entre 20 y 30 años, un 27% está en el rango entre 31 y 40 años, el 54 % del grupo comprende el rango entre 41 y 50 años y por último el 6 % pertenece al rango de más de 50 años. Lo que significa que en la zona las personas que

lideran la población son los adultos jóvenes, los cuales tiene edad para trabajar, poder de decisión y valor adquisitivo disponible en la mayor parte de los casos.

Pregunta 3. (Número de personas que conforman su núcleo familiar)

De los 95 encuestados, el 47 % tiene un hogar conformado por 1 o 2 personas, el 34% tiene un hogar conformado por 3 a 4 personas, el 11% afirma tener un hogar conformado entre 5 a 6 personas y el 8% restante afirmo tener un hogar comprendido por más de 6 personas. Lo que significa que en la zona y población de estudio, el tipo de hogar que lidera son los que integran entre 1 y 3 personas.

Pregunta 4. (Quien es la persona encargada de compras para el hogar?)

El 54 % de los encuestados afirmo que es la madre la encargada de esta actividad, un 32% confirmo que las compras las realiza el padre, el 10 % dice que las compras son compartidas por padre y madre, mientras que el 4% restante dice que los son abuelos quienes hacen las compras. Lo que denota que es la madre, seguido por el padre quienes se encargan de las compras para el hogar.

Pregunta 5. (Con qué frecuencia compra productos listos para freír (rapi papa, rapi yuca, etc)

El 63 % de los encuestados afirma que compra este tipo de productos cada mes, un 26% lo compra cada 15 días, el 3% confirma que lo compra cada 8 días y el 8% restante afirma que lo compra de vez en cuando. Denotando así esto, un comportamiento bastante amplio de compra de productos de fácil preparación.

Pregunta 6. (Cuál es el motivo por el cual compra este tipo de productos)

El 59 % de los encuestados afirmo que compra este producto por la facilidad de preparación, el 26 % lo compra por economía, el 12 % respondió que lo compran porque les ahorra tiempo, mientras que el 3% restante afirma que lo compra porque es más rico que una papa o yuca normal.

Pregunta 7. (Conoce o ha escuchado de alguna empresa de la región que venda productos listos para freír)



El 100 % de las personas encuestadas afirma que no ha escuchado o conoce de alguna empresa de la región que venda este tipo de productos.

Pregunta 8. (Le gustaría encontrar en el supermercado que frecuenta plátanos listos para freír)

El 98% de los encuestados si quiere encontrar plátanos listos para freír, porque les optimiza el tiempo, son ricos y apoyan al productor local, mientras que el 2 % restante dice que no, que prefiere comprar el plátano tradicional en las plazas de mercado o fruvers.

Pregunta 9. (Cuanto pagaría usted por un paquete de 1 kg de trozos de plátano, tipo patacón listos para freír)

El 78% afirmo que pagaría \$ 8.000 y el 22% afirmo que pagaría \$ 10.000 por comprar el paquete de plátanos listos.

Pregunta 10. (Adicional de la venta de plátano para freír, que otras presentaciones de este producto le gustaría encontrar)

El 21% contesto que le gustaría encontrar harina de plátano para coladas, el 36% afirmo estar interesado en encontrar mezcla para tortas, el 39 % le gustaría encontrar postres y el 4% restante afirmo que le gustaría poder comprar productos para la piel o artesanías a base de plátano.

#### **4.4 Análisis del Mercado**

En la ciudad de Villavicencio es muy común encontrar empresas distribuidoras que venden plátanos al por mayor, los cuales son transportados desde las regiones del Ariari y puestos en los puesto de la central de abastos, fruvers, supermercados y tiendas de barrio; así mismo también hay pequeñas microempresas que compran el plátano y elaboran snacks fritos para vender en diferentes lugares.

Sin embargo y aunado a lo anterior, la ciudad no cuenta con empresas tecnificadas que se dediquen a la comercialización del plátano de forma diferente a las ya nombradas, por lo que esto en términos de posicionamiento y rápido crecimiento, es una ventaja muy importante para esta

idea negocio, ya que sería única empresa llanera que comercializaría plátano pelado, en trozos y el tajadas de figuras empacadas al vacío.

Es importante reconocer que el plátano es uno de productos más importantes de la región, por lo que es de gran beneficio para los agricultores, que una empresa dedicada a algo diferente a las ya existentes, apoye su labor y que por supuesto este producto de calidad sea vendido a las familias de la ciudad.

La recopilación de información mediante las encuestas y los análisis, permitió conocer las percepciones y el gusto que hay por las personas de adquirir el plátano en esta nueva presentación, así mismo buscan encontrar productos como postres y productos de belleza a base del plátano.

#### **4.5 Ventajas competitivas**

Las ventajas competitivas más destacadas del plan de negocio son:

- Única empresa especializada en la transformación del plátano con altos niveles de inocuidad y calidad.
- Productos libres de preservativos y/o conservantes
- Producto 100 % natural
- Variedad de presentaciones para el consumidor
- Precios competitivos
- Aprovechamiento de los productos de la región
- Mayor nivel de utilidades para los agricultores

#### **4.6 Productos que se ofrecen**


La Colina le ofrece:

Plátano entero sin cascara empacado al vacío

Plátano en trozos empacado al vacío

Plátano tajado en formas (cuadrados, estrellas, corazones, triángulos y conos para rellenar)

Tabla 2. Análisis del producto

<b>Análisis del producto</b>	
<b>Nombre del producto</b>	Plátano en trozos y en tajadas empacados al vacío
<b>Descripción del producto</b>	Plátano hartón debidamente seleccionado con altos estándares de calidad, pelado, empacado al vacío entero y en tajadas de formas.
<b>Composición del producto</b>	Plátano fresco con sodio, carbohidratos, azúcar, fibra y vitamina A
<b>Presentación comercial</b>	Paquete por 4 unidades de plátano pelado y empacado al vacío. Bandeja por 10 unidades de tajadas de plátano en formas (estrella, corazón, cuadrado, triángulo y cono para rellenar)
<b>Tipo de conservación</b>	De 0° a 7° centígrados
<b>Proceso de elaboración</b>	Recepción Lavado Pelado Escaldado Aplicación de antioxidante Tajado Secado Empacado al vacío Almacenamiento en frío
<b>Vida útil del producto</b>	11 días en condiciones de almacenamiento
<b>Usos</b>	Acompañamientos para un típico almuerzo, una comida tipo bufete, una mesa de bocadillos y comidas rápidas.
<b>Logotipo y Slogan</b>	

Elaboración propia

Así mismo, se ve como potencial del desarrollo de nuevas líneas de productos a base de plátano, ya que luego del análisis de la encuesta realizada a la población considerada como mercado objetivo, un gran porcentaje de personas opinaron que les gustaría encontrar en el mercado productos como harina de plátano para coladas, postres y hasta productos para la piel, por lo que esa sería otra oportunidad de negocio para la empresa, mejores rendimientos en el tiempo, apoyo a los agricultores de la región y mayor participación y posicionamiento en el mercado local.

#### 4.7 Estrategia de Precios

La asignación de precios para los productos de la empresa se determinaran según los precios de los productos sustitutos de la competencia (rapi papa y rapi yuca) y del mercado nacional, los cuales por lo general oxilan entre los \$9.000 a \$10.000 el paquete de kilo. Así mismo y teniendo como referencia estos precios, en la encuesta al mercado objetivo se preguntó sobre cuanto pagarían por un paquete de plátano empacado al vacío por 1 kilo y el 78 % de los encuestados afirmo que pagaría \$8.000, mientras que el 22 % restante dijo que pagaría \$10.000. Este resultado nos indica que las personas buscan el precio más económico, por lo que para el lanzamiento de la marca y puesta de los productos en los establecimientos comerciales, se dará un precio por debajo de la competencia, esto para crear una necesidad, la preferencia y el gusto de estos productos de la región por las personas de la ciudad.

Tabla 3. Precios para los productos

Platanitos La Colina	Precio
<p><b>Plátano entero empacado al vacío</b></p>	 <p>Unidad \$ 1.500, Libra \$ 8.000</p>

<p><b>Plátano en trozos empacado al vacío</b></p>	 <p>Unidad \$ 3.000 Paquete por 6 \$ 10.000</p>
<p><b>Tajadas de figuras</b></p>	 <p>Conos \$ 10.000 x 6, Moneditas, Estrellas, Corazones y Triángulos \$ 8.000 x kilo</p>

Elaboración propia

#### 4.8 Estrategia de Distribución

El canal de distribución que se va a utilizar llevar los productos al consumidor será mediante distribuidor mayorista

Figura 2. Canal de distribución



Este tipo de canal se utiliza para distribuir productos alimenticios, farmacéuticos, entre otros, ya que por ser artículos de gran demanda, no se cuenta con un despliegue de logística suficiente (personal y vehículos) para llegar a todos los mercados actuales y a los nuevos. Esta estrategia tiene una gran ventaja respecto a la disminución de costos en el tema del transporte y así mismo, los clientes tienen la oportunidad de encontrar los productos en cada uno de los lugares de compra, como grandes y pequeños supermercados y tiendas.

#### **4.9 Estrategia de Promoción**

Para lograr que el producto se dé a conocer en el área de mercado que visualizamos como público objetivo, se llevara a cabo un despliegue de estrategias de comunicación que van desde la experiencia hasta la publicidad convencional.

- Degustaciones en los supermercados grandes, pequeños y tiendas de barrio, además se hará presencia en los parques de los barrios más comunes de la ciudad con “el móvil de sabor” en el cual estarán 2 chefs de la ciudad preparando recetas con los productos de la empresa, ofertando así la marca y generando la necesidad de compra en estas personas.
- Así mismo en las zonas de comidas refrigeradas se dispondrán de impulsadoras que invitaran a los clientes a comprar los productos y llevarse un kit con utensilios para preparar diferentes recetas con plátano, con esto se busca que el cliente realice la compra motivado por el obsequio.
- Creación de una página web, fan page en Facebook e Instagram en donde se colocara la carta de productos de la empresa, recetas y consejos de cocina, logrando impactar a los seguidores de los redes y llegar al Top of Mind posicionando la marca.
- Pautas en la radio local, mediante la exposición de cuñas en las diferentes emisoras de la ciudad, llegando al público que prefiere la radio.

## 5. Estudio Legal

La empresa, se constituirá como una empresa de sociedad por acciones Simplificadas S.A.S, la cual está regulada bajo la ley 1258 del 2008 y establece que todos los procesos de contratación y operación se implementaran según las normas legales. Se ha provisto en las proyecciones financieras el cumplimiento riguroso de todas las obligaciones tributarias de orden nacional y municipal. Igualmente las obligaciones laborales (Prestaciones y obligaciones parafiscales), están previstas en las condiciones exigidas por la ley.

En cuanto al control constitutivo y sus reformas las cámaras de comercio serán las instituciones encargadas de verificar las acciones constitutivas las cuales están contempladas en los artículos 98 y 104 del código de comercio, que la organización de la sociedad será ejercida por la asamblea o el accionista único y que la administración estará a cargo del representante legal según lo contempla el artículo 420 del código de comercio.

Las reuniones por comunicación simultánea y por consentimiento escrito se regirán bajo las reglas previstas en los artículos 19 a 21 de la ley 222 de 1995, donde en ningún caso se requiere delegado de la superintendencia de sociedades para este efecto y el artículo 22 de la ley 1014 de 2006 prohíbe constituir sociedades unipersonales a partir que entre en vigencia la ley 1258, es por tanto que las sociedades unipersonales tendrán 6 meses para transformarse en sociedades por acciones simplificadas. Mediante la Sociedad por Acciones Simplificada una persona natural o jurídica que reúna las calidades requeridas para ejercer el comercio, podrá destinar parte de sus activos para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil. La Sociedad por Acciones Simplificada puede ser representada legalmente por una sola persona, jurídica o natural, y conformar una junta Directiva con este solo miembro.

Platanitos La Colina se creará mediante documento privado presentado personalmente por el empresario constituyente ante la Cámara de Comercio de Villavicencio y debe cumplir con los siguientes trámites:

- Escritura Pública de Constitución de la Empresa
- Matricula Registro Mercantil
- Registro ante la DIAN para la obtención del RUT
- Registro ante Industria y Comercio y Registro de libros de Contabilidad.

Adicional se solicitara el concepto de uso de suelo expedido por la Curaduría Urbana, la cual tiene 8 días para el respectivo trámite, tan pronto se tenga definido instalaciones para la planta física. Desde el punto de vista legal este plan de negocio cumplirá con todas las disposiciones técnicas establecidas en la normatividad legal y además el proyecto no contraviene la disposición del Esquema de Ordenamiento Territorial del Municipio.

.En cuanto a trámites y requisitos legales se tiene:

- Constituir la empresa durante el primer mes tiempo de duración 8 días tiene un valor de \$180.000.
- Permiso de concesión de aguas superficiales \$617.000
- Permiso de vertimiento de aguas \$1.000.000
- Expedir el Rut con la cámara de comercio actualizando la actividad económica, proceso que demora 3 días
- Registrar los libros contables ante la DIAN, con una duración de 6 días
- Apertura de cuenta bancaria, no tiene costo, con excepción del 4 x 1.000
- Al tener el local comercial, se definirá el permiso de uso de suelo ante la curaduría urbana
- Solicitud de permiso de bomberos
- El permiso de SAYCO Y ACIMPRO

Para la venta del producto se requiere licencia sanitaria la cual es regulada y supervisada por la unidad de sanidad del municipio de Villavicencio.

### **Resolución 2674 de 2013:**

Establece los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.



**Resolución 3168 de 2015:**

Se contemplan los diferentes aspectos sanitarios que deben cumplir los interesados en producir y comercializar alimentos en el territorio nacional, entre otros.

**Resolución 288 de 2008:**

La presente resolución tiene como objeto establecer el reglamento técnico a través del cual se señalan las condiciones y requisitos que deben cumplir el rotulado o etiquetado nutricional de los alimentos envasados o empacados nacionales e importados para consumo humano que se comercialicen en el territorio nacional.

## 6. Estudio Técnico

El estudio técnico permitirá identificar la cantidad y calidad de las materias primas, de los equipos y otros insumos requeridos para elaborar el producto con el que se desea entrar al mercado, este análisis es muy importante porque define todos los elementos necesarios para valorar la inversiones en el plan de negocio en toda su extensión; administrativos, financieros y de capital.

Además, el estudio técnico abarcara la descripción de la estructura física de la empresa que contará con oficinas para el área administrativa, el área de recepción, producción y empaclado y las áreas de almacenamiento y distribución. El tipo de maquinaria necesaria para el procesamiento de plátano, el personal y los diagramas de proceso.

### 6.1 Macro Localización

El departamento del Meta, será el lugar de ubicación geográfica en Colombia en donde se desarrollaran las actividades de la planta transformadora de plátano empacado al vacío entero y en porciones. Este departamento está localizado en la región de la Orinoquia, cuyo territorio se extiende desde el denominado piedemonte llanero hasta los Llanos Orientales y su capital la ciudad de Villavicencio, el principal centro urbano de la Orinoquía colombiana y se encuentra a 89,9 kilómetros de la ciudad de Bogotá.



Figura 3. Mapa del Departamento del Meta – Fuente: Google Earth

## 6.2 Microlocalización

Así mismo y luego de analizar las diferentes zonas para la instalación de la planta de producción, se llegó al acuerdo que esta ubicaría en una de las bodegas del parque empresarial La Primavera, ubicado en la avenida Puerto López, en la ciudad de Villavicencio. Se selecciona esta zona, ya que este sector es empresarial y central; además los procesos de recepción de materias primas y distribución del producto final estarán monitoreados y no afectara a la comunidad residencial.



Figura 4. Zona de ubicación del centro empresarial La Primavera –Fuente: Google Earth

## 6.3 Información de Mercado

En cuanto al mercado nacional se espera que el mercado principalmente sea la población donde estará ubicada la empresa. Y claramente también en un mediano plazo municipios y departamentos de la Orinoquia.

## 6.4 Origen de los Insumos

Se implementará un centro de acopio donde se recopilarán todos los plátanos, los cuales estarán listos para poder empezar su debido proceso antes de su distribución.

## 6.5 Destino del Producto

Los destinos para el producto (Plátano) serán los mercados periféricos como son los supermercados de grandes superficies, grandes y pequeños supermercados y tiendas de barrio.

## 6.6 Proceso Productivo

Es importante conocer la ingeniería y / o proceso productivo que se tiene que llevar a cabo para la elaboración de los productos que ofrecerá la compañía al mercado. La descripción de cada una de las etapas para llegar al producto final, en esta parte se requiere definir muy bien la maquinaria, el personal, el tiempo y los costos que se deben emplear para cumplir con el objetivo del plan de negocio.

Tabla 4. Proceso productivo

<b>Descripción del proceso productivo</b>	
<b>Recepción</b>	De acuerdo a la planificación establecida para la producción se comprará el plátano Hartón a los productores de la región del Ariari. Se seleccionan los racimos que cumplen con buen tamaño, coloración y sin golpes.
<b>Desmane</b>	Consiste en el desprendimiento de los plátanos sin dañarlos (con un cuchillo curvo muy filoso, de arriba hacia abajo) procurando dejar un pedúnculo y a su vez realizando una selección previa basada en la apariencia visual, apreciando defectos como: punta de cigarro, mancha roja, cicatrices, quema de sol, fruta quebrada, magullada, deformidades u otro para proceder luego al proceso de lavado.
<b>Lavado</b>	Se realiza con el fin de eliminar cualquier cuerpo extraño o contaminante de la cascara del fruto y que es importante para el proceso productivo.
<b>Pelado</b>	Aquí, se separa la cascara del fruto central, el proceso se hace de forma manual y con mucho cuidado sin alterar el fruto.
<b>Escaldado</b>	Sera un tratamiento térmico suave que somete al producto, durante 30

	<p>minutos a una temperatura inferior a 100°. El cual reduce el número de microorganismos contaminantes, principalmente mohos, levaduras y formas bacterianas vegetativas de la superficie de los alimentos y contribuye, por tanto al efecto conservador en operaciones posteriores.</p>
<b>Inmersión</b>	<p>El plátano será introducido en un tanque de agua que tendrá una solución de dióxido de azufre al 1%, por cinco minutos, a fin de que se concentre en el producto y evitar la oxidación y los posteriores cambios de color no deseados que se podrían dar en el proceso productivo.</p>
<b>Ecurrido</b>	<p>Luego de pasar por el escaldado y la inmersión, la materia prima es sacada de la solución y puesta a secar para proceder con el tajado y cortado.</p>
<b>Torceado y tajado</b>	<p>La materia prima es cortada o tajada según las formas, tamaño y longitud deseada para cada presentación final.</p>
<b>Secado</b>	<p>Ya el producto entero, en trozos y tajadas son trasladados a la secadora con el fin de extraer la humedad y someterlos a un secado a temperatura inferior a 65°C hasta que el producto tenga un contenido de humedad aproximado al 5%, después de este tratamiento llegarán a las mesas de selección y empaque.</p>
<b>Pesado y empacado</b>	<p>En esta parte del proceso, se hace una nueva selección más rigurosa, descartando producto que se partió o se oxido en el proceso anterior, luego es pesado y pasado a las bandejas o bolsas de poliestileno en las cantidades específicas por presentación, sellados al vacío y marcados con las especificaciones técnicas de elaboración, FF, FC y logotipo de la empresa.</p>
<b>Enfriado</b>	<p>La congelación y el proceso de escaldado, servirá para conservar el plátano por 11 días, esto permite preservar su calidad original, tanto higiénica como nutricional y organolépticamente incluso después de su descongelación. Esta se puede realizar a una temperatura de 7°C hasta su completa congelación para mantener el producto fresco.</p>
<b>Almacenamiento</b>	<p>Una vez listas las fundas con los trozos y tajadas de plátano, necesitarán de una temperatura de conservación ideal para garantizar una buena</p>

	comercialización en los próximos días.
<b>Distribución</b>	El producto deberá ser transportado en vehículos refrigerados con thermo king para que llegue a los diferentes supermercados y tiendas en muy buen estado y fresca.

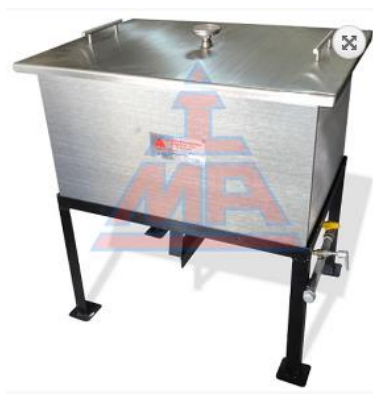
Elaboración propia

## 6.7 Requerimiento de maquinaria, edificaciones, insumos y personas

Para llevar a cabo las operaciones de la empresa, es importante identificar la maquinaria, equipos, espacios y personas necesarias para llevar a cabo el proceso productivo de la compañía. Dentro de los activos fijos requeridos para el plan de negocio de Platanitos La Colina están los siguientes:

### 6.7.1 Maquinaria y Equipos:

**Figura 5. Tanque de escaldado**



Fuente: Industriasima.com.co

Tanque construido en acero inoxidable para escaldar frutas de todo tipo mediante inmersión. Funciona con un quemador en la base alimentado con gas. Se puede introducir directamente al tanque una canasta plástica para agilizar el procedimiento. Cuenta con un termómetro análogo para controlar la temperatura periódicamente.

**Figura 6. Cortadora de plátanos en tajadas de figuras**



Fuente: [Industriasmpa.com.co](http://Industriasmpa.com.co)

Diseñada particularmente para la elaboración de plátano frito, ya sea para el corte de precisas rebanadas transversales, rebanadas longitudinales o también sesgadas al ángulo deseado. Compuesta de un plato porta cuchillas con eje vertical montado en una estructura móvil para posicionarlo sobre el freidor, esta máquina se utilizara para los cortes de figuras en tajadas de plátano en diferentes longitudes y tamaños.

Su diseño versátil supera el empastamiento provocado por los jugos del plátano, logrando un trabajo más eficiente y rápido.

**Figura 7. Cortadora de plátano en trozos**



Fuente: [Industriasmpa.com.co](http://Industriasmpa.com.co)

Esta máquina cuenta con múltiples cuchillas que giran en un plano hacia el cual es llevado el producto mediante una cinta transportadora. Otra cinta flotante dispuesta en la parte superior sostiene firmemente el producto asegurando la uniformidad del corte en trozos de diferentes

tamaños. La cinta transportadora se puede alimentar manual o mecánicamente y el espesor de corte es regulable, variando la velocidad de avance de la cinta y/o la velocidad de rotación de la cuchilla.

**Figura 8. Maquina empacadora al vacío**



Fuente: Intertec.com.co

Empacar al vacío consiste en extraer el aire del interior del empaque para evitar la presencia de aire el cual permite la reproducción de bacterias y microorganismos. También retarda cualquier proceso de descomposición de los alimentos percederos evitando la deshidratación.

### **6.7.2 Infraestructura**

Los costos de la infraestructura cambian de acuerdo a la ubicación, estos se incrementan si la edificación se encuentra localizada cerca de centros poblados, zonas comerciales y vías principales, además esta ubicación determina el costo de los servicios básicos como: luz, agua, alcantarillado, etc. El lugar donde dispondrá actividades operativas la empresa es en un local con un área de 70 m<sup>2</sup>, en el parque comercial La Primavera ubicado en el sector de Manunaima sobre la avenida Puerto López, corredor industrial de la ciudad. El local cuenta con los servicios básicos de Agua, Alcantarillado, Energía Eléctrica, Telecomunicaciones: Teléfono, Internet, Logística.



### 6.7.3 Equipos, muebles y enseres

Tabla 5. Equipos de producción

<b>Equipos de Producción</b>	
<b>Balanza electrónica</b>	<b>Cuchillos</b>
<b>Termómetro</b>	<b>Mesas</b>
<b>Microscopio</b>	<b>Antioxidantes</b>
<b>Equipo de laboratorio</b>	<b>Bolsas</b>

Elaboración propia

Tabla 6. Equipos administrativos, muebles y enseres

<b>Equipos Administrativos, Muebles y Enseres</b>	
<b>Escritorios</b>	<b>Teléfonos y celulares</b>
<b>Sillas</b>	<b>Cafetera</b>
<b>Aire acondicionado</b>	<b>Archivadores</b>
<b>Computadores</b>	<b>Papelería</b>
<b>Impresoras</b>	<b>Televisor</b>

Elaboración propia

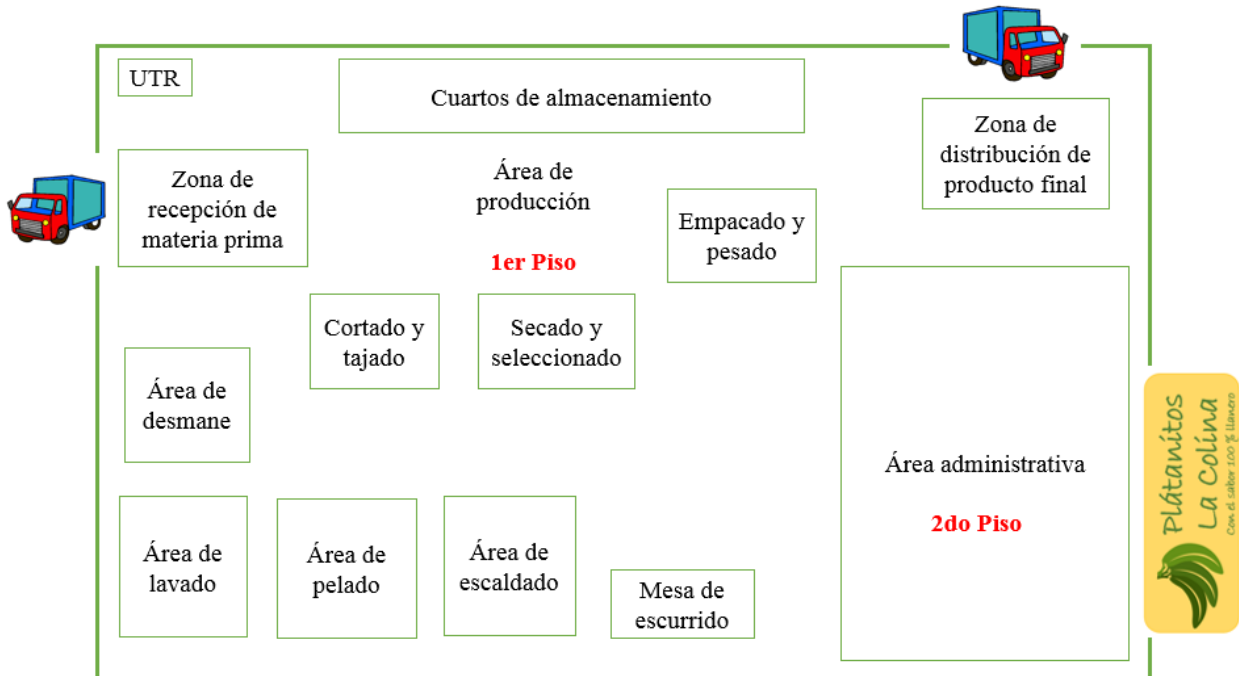
### 6.7.4 Distribución de la Planta.

Una buena distribución de la planta estará orientada a ahorrar recursos, actividades y tiempos. Su objetivo principal es adecuar las áreas de la empresa y del equipo de trabajo, para que las labores se realicen eficazmente y así mismo garantice la seguridad y tranquilidad de los operarios en las jornadas de trabajo. Una buena distribución de la planta industrial permitirá:

- Circulación adecuada para el personal, equipos, materiales y productos en elaboración, etc.
- Seguridad del personal y reducción de accidentes.

- Mejorar la calidad del producto en menor tiempo.
- Mejorar las condiciones de trabajo.
- Incrementar la productividad y reducción de costos

Figura 7. Distribución de planta



Elaboración propia

## 7. Estudio Organizacional

### 7.1 Misión

Producir y distribuir plátano bajo una propuesta de valor diferenciada y competitiva, bajo los mejores estándares de calidad e inocuidad en los procesos, garantizando un alimento nutritivo, fresco y saludable para los consumidores.

### 7.2 Visión

Ser el líder en el mercado de Plátano semiprocésado en la ciudad, logrando el reconocimiento de nuestros clientes por la calidad y sabor de los productos y por el compromiso y apoyo al agricultor llanero.

### 7.3 Valores Corporativos

**Cientes:** Los clientes internos y externos es el activo más importante para la compañía, por eso en Platanitos La Colina contamos con el mejor equipo humano para llevar los mejores productos hechos con amor a su mesa.

**Respeto:** Valoramos y compartimos la opinión del otro, es importante la retroalimentación de los procesos, logrando mejorar el desempeño de las actividades comunes del equipo.

**Calidad:** Generamos productos con altos niveles de calidad, para que el consumidor nos prefiera.

**Compromiso:** Estamos comprometidos con la economía de la región, por eso apoyamos a los agricultores de la región e incentivamos puestos de trabajo, beneficiando a las personas.

**Comunicación:** La comunicación bidireccional entre la empresa y el cliente permite tener una relación más confiable y duradera.

**Logro:** Los resultados de los procesos, el aumento de las ventas y la preferencia de marca por los consumidores, los logramos con dinamismo y pasión.

## 7.4 Principios

**Nutrición y bienestar:** En Platanitos La Colina, nos aseguramos de llevar al consumidor productos altamente saludables y sin conservantes, promoviendo la alimentación responsable y nutritiva.

**Responsabilidad social:** Contamos con un equipo de trabajo capacitado y orgulloso de su labor, complementamos su desarrollo y el de su familia, con programas de educación garantizando su crecimiento profesional y personal.

**Responsabilidad ambiental:** Los procesos productivos los llevamos a cabo bajo los reglamentos que dicta la ley, con respecto al manejo, aprovechamiento y desecho de insumos sobrantes de la producción.

**Seguridad y salud en el trabajo:** Estamos comprometidos con la prevención de todo tipo de accidente o incidente laboral que pueda afectar a los colaboradores que participan en el proceso productivo.

## 7.5 Nombre de la empresa o razón social

La empresa transformadora y comercializadora de plátano en varias presentaciones y empacado al vacío se llamara: **PLATANITOS LA COLINA**, la cual está representada por 2 socios que comparten un mismo capital de inversión.

El objetivo de la empresa, es el aprovechamiento de un de los productos que más se cosechan en la región: el plátano, por lo que se dispondrá de los recursos económicos, humanos y técnicos para generarle valor agregado y ofrecerle al consumidor un producto rico, saludable y de calidad a precio justo.

## 7.6 Logotipo

La imagen representativa de la empresa está compuesta por un racimo de tres plátanos, acompañado de la frase Platanitos la Colina y su slogan. La combinación de colores verde y amarillo, es significativo para alimentos.

Figura 8. Logotipo de la empresa



### 7.7 Slogan

Al igual que el logotipo, nuestro slogan quiere llegar a posicionarse en la mente de los consumidores: “Con el sabor 100 % llanero”, este lema quiere mostrar lo importante de consumir lo nuestro, lo de la región y proyectar a la empresa como un gran plan de negocio en el tiempo.

### 7.8 Constitución de la empresa

La creación de la empresa se debe a la idea de ofrecer un producto que aún no se ofrece en la región, así mismo busca el aprovechamiento al máximo de esta materia prima; unión del capital de los socios permitirá la puesta en marcha del plan de negocio:

Tabla 7. Aportes de los socios

Socio		Identificación	Profesión	Aporte a capital
<b>Lina María Poveda</b>		1.070.328.556	Mercadóloga	\$ 25.000.000
<b>Fabián Sánchez</b>		1.121.861.262	Médico Veterinario y Zootecnista	\$ 25.000.000
			<b>Total aportes</b>	<b>\$ 50.000.000</b>

Elaboración propia

Al constituir una Sociedad por Acciones Simplificada los requisitos para su constitución son:

- Contar con mínimo un accionista no tiene máximos, que sea mayor de edad y capaz de contraer obligaciones.
- Su constitución es a través de Documento Privado, a menos que ingrese un bien sujeto a registro, caso en el cual la constitución se debe hacer mediante Escritura Pública ante Notario.
- Cada accionista responde hasta el monto de sus aportes por las obligaciones sociales.
- Su capital social puede ser suscrito o pagado.

Los aportes se contabilizarán y se emitirán participaciones de acuerdo al cuadro adjunto, debiendo señalar el valor de cada una de ellas, por ejemplo si serán de 1, 5, 10 o más pesos las participaciones.

**Ley de Sociedades por Acciones Simplificada.** El Congreso de la República ha expedido la Ley 1258 de diciembre 5 de 2008 por la cual se crea la Sociedad por Acciones Simplificada.

**Ley de Sociedades por Acciones Simplificada.** De acuerdo con esta Ley la inscripción de estas sociedades en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio es constitutivo, ya que a partir del mismo forman una persona jurídica distinta de sus accionistas.

La Ley establece todo el régimen y procedimiento aplicables a esta nueva clase de sociedades, sin perjuicio de la eventual reglamentación que el Gobierno Nacional haga sobre la materia.

Es importante destacar entre otros los siguientes aspectos de la ley:

- Es una sociedad de capitales de naturaleza comercial independiente de las actividades previstas en su objeto social.
- Está prohibido la inscripción de las acciones y de los valores que emita la sociedad en el registro Nacional de Valores y Emisores y la negociación en la bolsa.
- Para el registro del documento de constitución en la Cámara de Comercio, se requiere que el mismo sea autenticado. Dicha autenticación puede hacerse directamente o a través de apoderado.
- Cuando los activos de la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución deberá hacerse de igual manera.
- Las Cámaras pueden abstenerse de inscribir el documento cuando el mismo no se presente con el lleno de los requisitos que exige la Ley.
- Mientras no se inscriba el documento de constitución en el domicilio principal de la sociedad se entenderá que es sociedad de hecho si son varios socios. Si se trata de una sola persona, esta responderá personalmente por las obligaciones que contraiga la empresa.

#### **7.8.1 Vigencia y Derogatorias.**

De acuerdo con el artículo 46 la Ley, rige a partir de su promulgación y deroga todas las normas que le sean contrarias. Fue publicada en el Diario Oficial 47194 de diciembre 5 del 2008.

Adicionalmente establece el citado artículo que a partir de la promulgación no se podrán constituir sociedades unipersonales con base en el artículo 22 de la Ley 1014 del 2006 y las que se constituyeron al amparo de dicha Ley tienen un término de seis (6) meses para transformarse en sociedades por acciones simplificadas. En consecuencia, las Cámaras no podrán registrar a partir del 5 de diciembre de 2008 ninguna sociedad que se constituya en desarrollo de la Ley 1014 del 2006.

### 7.8.2 Gastos de Constitución

Aunado a lo anterior, estos son los costos de los trámites exigibles por la ley para la constitución de la empresa Platanitos La Colina.

Tabla 8. Gastos de constitución

<b>TRAMITE</b>	<b>COSTO</b>
Cámara de Comercio	\$ 232.000
Escritura de la Constitución	\$ 115.000
Registro Sanitario	\$ 2.000.000
Código de Barras	\$ 260.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.607.000</b>

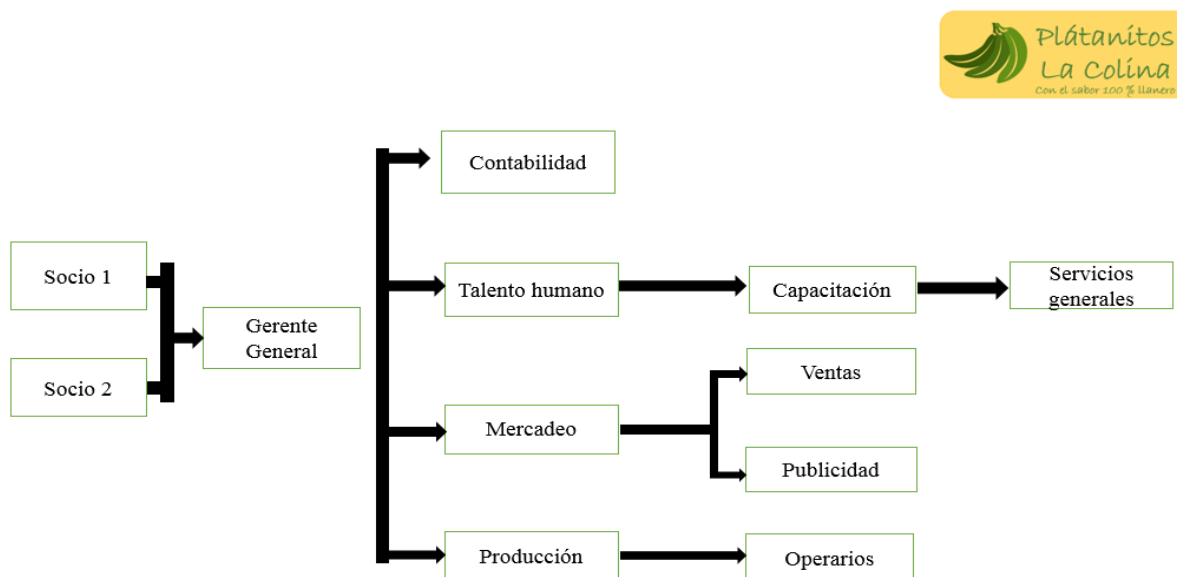
Elaboración propia

### 7.8.3 Organigrama de la empresa

Esta estructura define cada uno de los cargos del personal que laborara en la compañía, es importante este esquema ya que permite conocer las diferentes áreas de la empresa, equipos de trabajo, encargados y funciones.



Figura 9. Organigrama de la empresa



Elaboración propia

#### 7.8.4 Descripción de Cargos

Es importante conocer específicamente la descripción de cada uno de los cargos de la compañía, de esta forma se asegura contar con el personal idóneo y calificado para llevar a cabo las labores de forma eficiente. A continuación presentamos las fichas de presentación y descripción de funciones para cada cargo.

Tabla 9. Ficha de descripción de cargo Gerente General

Ficha Técnica para descripción del Cargo	
<b>Nombre del cargo</b>	Gerente General
<b>Nivel del Cargo</b>	Profesional en administración + Especialización
<b>Denominación del Cargo</b>	Gerente – Administrador
<b>Dependencia</b>	Administrativa
<b>Jefe Inmediato</b>	Junta de socios
<b>Objetivos del cargo:</b>	

Sera la persona encargada de llevar las riendas de la compañía, análisis de comportamientos de ventas, toma de decisiones en la contratación, vigila y controla procesos administrativos, de producción y comerciales.

Elaboración propia

Tabla 10. Ficha de descripción de cargo Contador

<b>Ficha Técnica para descripción del Cargo</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Contador
<b>Nivel del Cargo</b>	Profesional en Contaduría publica
<b>Denominación del Cargo</b>	Financiero - Administrativo
<b>Dependencia</b>	Administrativa
<b>Jefe Inmediato</b>	Junta de socios – Gerente General
<b>Objetivos del cargo:</b>	
Sera la persona encargada de llevar los estados contables de la compañía, creación de proveedores, pagos por operatividad de la empresa y pago de nómina.	

Elaboración propia

Tabla 11. Ficha de descripción de cargo Director de cultura y talento

<b>Ficha Técnica para descripción del Cargo</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Director de cultura y talento
<b>Nivel del Cargo</b>	Profesional
<b>Denominación del Cargo</b>	Administrativo
<b>Dependencia</b>	Talento humano
<b>Jefe Inmediato</b>	Gerente general
<b>Objetivos del cargo:</b>	
Sera la persona encargada del reclutamiento, capacitación y contratación del personal para las diferentes áreas de la compañía, generación de actividades de bienestar y promoción de los empleados, prevención de incidentes o accidentes	

laborales, responsable de afiliaciones, retiros de la empresa y liquidaciones.

Elaboración propia

Tabla 12. Ficha de descripción de cargo Director de mercadeo

<b>Ficha Técnica para descripción del Cargo</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Director de mercadeo
<b>Nivel del Cargo</b>	Profesional en mercadeo + especialización
<b>Denominación del Cargo</b>	Comercial
<b>Dependencia</b>	Gerencia general
<b>Jefe Inmediato</b>	Gerente general – Junta de socios
<b>Objetivos del cargo:</b>	
Encargado de liderar el equipo de mercadeo, ventas y publicidad. Lidera investigaciones de mercado para ampliaciones del portafolio de productos, apertura de nuevos mercados. Análisis de mercados, competencia, desarrollo de planes de marketing y creación de estrategias de las 5 ps.	

Elaboración propia

Tabla 13. Ficha de descripción de cargo Ejecutivo de ventas

<b>Ficha Técnica para descripción del Cargo</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Ejecutivo de ventas
<b>Nivel del Cargo</b>	Tecnólogo en mercadeo – Estudiante universitario
<b>Denominación del Cargo</b>	Comercial
<b>Dependencia</b>	Comercial
<b>Jefe Inmediato</b>	Director de mercadeo
<b>Objetivos del cargo:</b>	
Encargado de visitar clientes y nuevos prospectos, desarrollo de nuevos mercados y encargado del benchmarking. Cumplir presupuestos y proyecciones de ventas. En este cargo habrá un equipo de 1 persona.	

Elaboración propia

Tabla 14. Ficha de descripción de cargo Creativo

<b>Ficha Técnica para descripción del Cargo</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Creativo
<b>Nivel del Cargo</b>	Publicista o diseñador grafico
<b>Denominación del Cargo</b>	Comercial
<b>Dependencia</b>	Mercadeo
<b>Jefe Inmediato</b>	Director de mercadeo
<b>Objetivos del cargo:</b>	
Persona encargada de la creación de la comunicación publicitaria en cada uno de los canales utilizados (página web, redes, radio, publicidad exterior, BTL, diseño de marca y merchandising) Seguimiento y análisis del impacto publicitario para generar nuevas estrategias.	

Elaboración propia

Tabla 15. Ficha de descripción de cargo Jefe de producción

<b>Ficha Técnica para descripción del Cargo</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Jefe de producción
<b>Nivel del Cargo</b>	Ingeniero industrial
<b>Denominación del Cargo</b>	Operativo
<b>Dependencia</b>	Comercial
<b>Jefe Inmediato</b>	Gerente general
<b>Objetivos del cargo:</b>	
Encargado del seguimiento y monitoreo de los procesos productivos desde la recepción de materia prima y despacho de producto final. Revisión de los lotes de producción y minimización de tiempos y costos.	

Elaboración propia

Tabla 16. Ficha de descripción de cargo Operario de producción

<b>Ficha Técnica para descripción del Cargo</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Operario de producción
<b>Nivel del Cargo</b>	Técnicos en producción de alimentos con BPM
<b>Denominación del Cargo</b>	Operativo
<b>Dependencia</b>	Comercial
<b>Jefe Inmediato</b>	Jefe de producción
<b>Objetivos del cargo:</b>	
Equipo encargado de llevar a cabo las labores de transformación de la materia prima en el producto final, su labor es vital para la compañía, el cuidado, aprovechamiento de los recursos y labores bien ejecutadas logran un producto de calidad. Este equipo está conformado por 3 operarios distribuidos según las etapas del proceso.	

Elaboración propia

Tabla 17: Ficha de descripción cargo Auxiliar de servicios generales y vigilancia

<b>Ficha Técnica para descripción del Cargo</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Auxiliar de servicios generales y vigilancia
<b>Nivel del Cargo</b>	Técnico en servicios generales y técnico en vigilancia
<b>Denominación del Cargo</b>	Operativo
<b>Dependencia</b>	Administrativo
<b>Jefe Inmediato</b>	Director de cultura y talento
<b>Objetivos del cargo:</b>	
Equipo encargado de mantener las instalaciones operativas y administrativas de la compañía en completo orden, aseo y vigiladas en todo momento. En servicios generales se encargara 1 persona y en vigilancia también habrá 1 persona.	

Elaboración propi

## 8. Estudio Financiero

### 8.1 Capital

El capital inicial para la inversión, es el aporte de los socios, el cual se compone por \$50.000.000, los cuales están discriminados entre algunos equipos de producción, insumos muebles y enseres que se utilizaran en el desarrollo del plan de negocio. (Anexo 2)

### 8.2 Costos Fijos

Los costos fijos, representan los gastos que se deben asumir cada mes y que son fijos, en este plan de negocio, infieren como costos fijos los salarios del personal y los costos de los servicios, arrendamiento y materiales que permiten la producción.

Tabla 18. Costos fijos mensuales

<b>Costos Fijos Mensuales</b>		
<b>Salarios</b>		
Gerente General	2.000.000	
Contador	1.000.000	
Director de cultura y talento	1.000.000	
Director de mercadeo	1.000.000	
Jefe de producción	1.000.000	
Ejecutivos de ventas (1)	800.000	
Operarios (3)	800.000	
Aseadoras (1)	800.000	
Vigilantes (1)	800.000	
<b>Subtotal Salarios</b>	<b>\$ 9.200.000</b>	
<b>Costos mensuales</b>		
Costo de servicios		300.000

Costo de empaques		500.000
Arriendo		1.200.000
Insumos y materiales de producción		500.000
Publicidad		500.000
Gastos provisionales		500.000
<b>Total de costos mensuales</b>		<b>\$ 11.700.000</b>

Elaboración propia

### 8.3 Costos de Producción

Los costos directos, representan la totalidad de insumos utilizados para la producción de los productos finales, en la siguiente tabla se presentaran las cantidades y valores de los materiales a utilizar para la producción de 500 paquetes de plátano hartón pelado y cortado en trozos para tostón o patacón de 1 kilo.

Tabla 19. Costos mensuales de producción

<b>Costos de Producción</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Plátano hartón	500 und	1.900	950.000
Dióxido de Azufre	1 galón	135.000	135.000
Aceite vegetal	1 galón	119.600	119.600
<b>Total</b>			<b>1.204.600</b>

Elaboración propia

### 8.4 Costos Variables

Los costos variables son significativos según los niveles de producción que se proyecten por mes, en la siguiente tabla, presentamos unos costos para una provisión de 500 unidades o

bolsas de kilo con trozos de hartón para tostón o patacón. De llegase a proyectar el doble de la producción (1.000 unidades), sin embargo cabe destacar que hay temporadas en donde se produce menos o más producto, lo que duplicaría o disminuiría el costo. Lo mismo ocurre con insumos, servicios públicos, entre otros. Esto debido a las fluctuaciones de la oferta, la demanda y el ajuste de precios en el mercado nacional.

Tabla 20. Costos variables

<b>Costos Variables</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Bolsas herméticas	500 und	261	125.600
Cajas de cartón	10 und	3.550	35.500
Etiquetas	500 und	60	60.000
<b>Total</b>			221.100

Elaboración propia

### **8.5 Precio de venta de productos**

La estrategia de precios para los productos se basó en los precios de la competencia como Mc cain, Éxito, Carulla y Polar, los cuales ofrecen paquete de kilo con precios que oxilan entre \$ 9.500 y \$ 10.500. Y es así como se fijara un precio de venta al público de \$ 10.000 para el kilo de plátano en trozos para freír.

### **8.6 Ingreso proyectado por ventas**

La proyección de ventas mensuales, se determinara según los resultados obtenidos en el estudio a la población considerada como mercado objetivo. En donde se presentaba la pregunta si les gustaría encontrar plátanos listos para freír en los establecimientos comerciales, a lo que el 98 % de los encuestados dijo que sí. Por lo que el cálculo de



proyección lo haremos sobre una base de consumo de 100 personas al mes, quienes comprarían la presentación de plátano pelado y cortado en trozos de kilo por \$ 10.000; lo que representaría \$1.000.000 al día, \$7.000.000 a la semana y \$30.000.000 al mes.

Para el cálculo de este ingreso proyectado se tiene en cuenta la demanda potencial mensual, la cual corresponde a: 100 unidades diarias x 30 días = 3.000 unidades vendidas al mes.

Ingreso potencial mensual = demanda potencial mensual x precio de venta

Ingreso potencial mensual = 3.000 x \$10.000

Ingreso potencial mensual = \$ 30.000.000

### 8.7 Resultado del Ejercicio Mensual

Tras conocer un aproximado de los gastos e ingresos por mes, se puede llevar a cabo el análisis del ejercicio de operación mensual, para determinar el nivel de ganancias o pérdidas obtenidas.

Tabla 20. Resultado de la operación mensual

<b>Estado de resultados mensual</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Debito</b>	<b>Crédito</b>	<b>Totales</b>
Ingresos			\$ 30.000.000
Ingresos por ventas al mes (aprox)	\$ 30.000.000		
<b>Costos</b>			<b>\$ 13.125.700</b>
Costos fijos mensuales		\$ 11.700.000	
Costos de Producción		\$ 1.204.600	
Costos variables		\$ 221.100	
<b>Resultado o utilidad mensual de la operación</b>			<b>\$ 16.874.300</b>

Elaboración propia

## 8.8. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio determina la eficiencia de la operación y el nivel de ventas necesarias para que la compañía no presente pérdidas.

Tabla 21. Punto de equilibrio

<b>Información punto de equilibrio</b>	
Costo fijo	\$ 11.700.000
Precio de venta unitario	\$ 10.000
Costo variable unitario	442.2
Costo variable total	\$ 221.100
Ingreso total	\$ 30.000.000

Elaboración propia

## 9. Conclusiones

- El mercado potencial de la empresa transformadora y comercializadora de plátano pelado, cortado y tajado en diferentes formas, son mujeres jóvenes y adultas jóvenes, quienes más infieren en el proceso de las compras para el hogar y preparación de los alimentos. Además por sus roles de amas de casa y trabajo, prefieren los productos prácticos listos para preparar.
- La empresa Platanitos La Colina S.A.S., será pionera en la región en la elaboración y comercialización de plátanos sin cascara, empacados al vacío y en diferentes presentaciones. Por lo que es importante estudiar de manera constante el mercado y los comportamientos de los consumidores, con el fin de crear nuevos productos a base de plátano, buscar nuevos mercados y posicionar la marca.
- La disposición de las instalaciones técnicas y el material de producción comprende el mayor nivel de activos fijos de la compañía, por lo que es importante contar con el proveedor que mejor opciones brinde y ya en el proceso operativo se deben llevar a cabo planes de acción que permitan la actualización constante y el manejo adecuado de la maquinaria por los operarios, maximizando niveles de producción, disminuyendo costos innecesarios y previniendo incidentes o accidentes.
- El objetivo del plan de negocio comprende el posicionamiento de marca de la empresa en la región y sus alrededores, así mismo como propósito social apoyara el trabajo y dedicación de los agricultores de la región del Ariari, quienes serán nuestros proveedores de materia prima (plátano).
- El análisis financiero del plan de negocio, nos da una mirada clave en el tiempo sobre la generación de utilidades que permitirán el sostenimiento en la compañía, según los resultados de los análisis los ingresos superan a los egresos en más de un 50 %, por lo que es importante llevar un plan de seguimiento y proyección mensual y anual.
- La empresa está altamente comprometida con el medio ambiente, por lo que a desechos se refiere, se evalúa la idea de crear un departamento de investigación y diseño que permita la elaboración de bolsas para los productos a base de las cascara del plátano, de esta forma se aprovecha en un 100 % esta materia prima, se abre un nuevo mercado y se contribuye con el medio ambiente.

## 10. Recomendaciones

- Estudio y análisis constante de las tendencias de consumo de nuestro mercado objetivo, lograr identificar nuevas necesidades para el desarrollo y posicionamiento de los productos. De igual forma se debe tener en cuenta que es una ventaja potencial ser la primera empresa de la región en ofrecer plátano en una presentación diferente, pero que sin embargo no estamos solos en el mercado y que empresas nacionales como internacionales compiten directamente por abarcar más demanda con los productos sustitutos que ofrece (papa – yuca).
- Los proyectos de expansión de otros lugares de la geografía nacional se deberán analizar con mucho cuidado, debido a que en la ciudad de Bogotá se encuentran un sinnúmero de empresas dedicadas a ofrecer productos muy similares. Además los hábitos de consumo y gustos varían porcentualmente, lo que dificulta un poco la toma de decisiones rápidas a la hora de expandir el negocio.
- Con respecto al aprovisionamiento de la materia prima es importante identificar las temporadas del año en donde se cosechan los plátanos de mejor calidad, esto se refiere principalmente a que se deben conocer las épocas de lluvia y verano. Por lo que es recomendable contar con varios proveedores que nos surtan de materia prima de calidad durante todo el año sin contratiempos.
- La creación del plan de negocio tiene como objetivo el aprovechamiento del plátano de la región generándole valor agregado, sin embargo se deben hacer esfuerzos en comunicación, calidad, precio y servicio diferenciado para lograr un muy buen posicionamiento de la marca entre los consumidores.

## 11. Referencias Bibliográficas

- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural - Documento indicadores cadenas Plátano - 2014 Pág. 5  
<https://sioc.minagricultura.gov.co/Platano/Documentos/Competitividad/Cadena/D.C>
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, El Meta en el Plan 2019, visión de competitividad del Meta – 2016 – Pág. 7  
<http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=23252&name=InsumosMetaavance.pdf&prefijo=file>
- Marketing Kotler – Armstrong 14 Edición – Valor agregado, comercialización  
<https://es.slideshare.net/ardilla1995/marketing-kotler-armstrong-62421064>
- DANE Boletín mensual insumos y factores asociados a la producción agropecuaria, Abril 2014, Pág. 1).  
<https://www.dane.gov.co/index.php/comunicados-y-boletines/agropecuario/insumos>
- INVIMA, Resoluciones – Alimentos  
<https://www.invima.gov.co/resoluciones-en-alimentos.html>
- Google Earth  
<https://www.google.es/intl/es/earth/index.html>
- [http://www.intertec.com.co/productos/empacadoras\\_al\\_vacio/EUROVAC-HVC-260-1.php](http://www.intertec.com.co/productos/empacadoras_al_vacio/EUROVAC-HVC-260-1.php)

## 12. Anexos

Anexo 1. Formato de encuesta para el mercado potencial

**Universidad de los Llanos**

**Facultad de Ciencias Económicas**

**Especialización en Administración de Negocios**

### **Objetivo:**

La siguiente encuesta tiene como propósito conocer su opinión acerca de la puesta en marcha de una empresa transformadora y comercializadora de plátano en diferentes presentaciones en el sector, esto con el fin de llevar a cabo el estudio de mercado y poder definir su viabilidad.

**Nota:** La información suministrada tendrá aplicación exclusivamente académica.

Muchas gracias por su tiempo y atención.

1. Genero.
  - a. Femenino \_\_\_\_\_
  - b. Masculino \_\_\_\_\_
  
2. Edad
  - a. Entre 20 y 30
  - b. Entre 31 y 40
  - c. Entre 41 y 50
  - d. Más de 50 años
  
3. Número de personas que conforman su núcleo familiar?
  - a. 1 a 2
  - b. 3 a 4
  - c. 5 a 6
  - d. Más de 6
  
4. Quien es la persona encargada de compras para el hogar?
  - a. Madre
  - b. Padre
  - c. Padre y Madre
  - d. Abuelos

5. Con que frecuencia compra productos listos para freír (rapi papa, rapi yuca, etc)
  - a. Cada mes
  - b. Cada 15 días
  - c. Cada 8 días
  - d. De vez en cuando
  
6. Cuál es el motivo por el cual compra este tipo de productos?
  - a. Fácil preparación
  - b. Practicidad
  - c. Economía
  - d. Por ahorro de tiempo
  - e. Otra. Cuál? \_\_\_\_\_
  
7. Cuanto pagaría usted por un paquete de 1 kg de trozos de plátano, tipo patacón listos para freír
  - a. \$ 8.000
  - b. \$ 10.000
  - c. Más de \$ 10.000
  
8. Adicional de la venta de plátano para freír, que otras presentaciones de este producto le gustaría encontrar?
  - a. Harina de plátano
  - b. Mezcla para tortas
  - c. Postres
  - d. Otro. Cual \_\_\_\_\_

Gracias por su atención y tiempo.

## Anexo 2. Plan de Inversión

<b>Plan de Inversión</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Maquina rebanadora de figuras	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Maquina rebanadora en trozos	1	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000
Empacadora al vacío	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Mesones de aluminio	3	\$ 380.000	\$ 1.140.000
Tanque de escaldado	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000
Canastillas de plástico para recepción	10	\$ 30.000	\$ 300.000
Tanque lavadero industrial	1	\$ 370.000	\$ 370.000
Cuchillos para pelado	3	\$ 46.000	\$ 138.000
Mesón industrial con coladera	1	\$ 435.000	\$ 435.000
<b>Subtotal elementos de producción</b>			\$ 6.783.000
Escritorios	6	\$ 200.000	\$ 1.200.000
Sillas	6	\$ 100.000	\$ 600.000
Computadores	6	\$ 1.800.000	\$ 10.800.000
Impresoras	2	\$ 700.000	\$ 14.000.000
Teléfonos	2	\$ 80.000	\$ 160.000
Baterías Sanitarias	2	\$ 4.000.000	\$ 8.000.000
Cafetera	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Nevera	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Microondas	1	\$ 800.000	\$ 800.000
<b>Subtotal de enseres oficina</b>			\$ 36.910.000
Materia Prima (mes1)	1	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000
<b>Total de la Inversión</b>			<b>\$ 45.593.000</b>

Elaboración Propia