

ACEITE GÜAICO

ELABORADO POR:

OROZCO RAMÍREZ ANDRY JULIETH

COD: 2114785

MURCIA DONCEL DIANA ELIZABETH

COD: 2113014

PROYECTO DE GRADO

5 DE MAYO 2016

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÀ D.C.

ACEITE GÜAICO S.A.S

SECTOR AGROPECUARIO (AGRICOLA)

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ACEITE DE AGUACATE

SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

DIANA ELIZABETH MURCIA DONCEL

ANDRY JULIETH OROZCO RAMÍREZ

ASESOR DEL PROYECTO

JULIO ALBERTO RODRÍGUEZ PINZÓN

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÀ D.C. 2016

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	6
JUSTIFICACIÓN	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
OBJETIVOS.....	11
OBJETIVO GENERAL	11
OBJETIVOS ESPECIFICOS	11
METODOLOGÍA	12
ETAPA 1 CONCEPTO DE NEGOCIO	13
1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	13
1.1 Misión.....	13
1.2 Visión.....	13
1.3 Estrategias de impulso de la empresa en los mercados	13
1.4 Objetivos tácticos	14
1.5 Objetivos operacionales	14
1.6 Objetivos comerciales	14
1.7 Sistemas, métodos y procedimientos para la producción del producto	15
2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PRODUCTO EL CUAL SE VA A LANZAR AL MERCADO.	18
2.1 Análisis DOFA.....	18
2.2 Concepto del producto	19
2.3 Identificación de necesidades de los consumidores.	19
2.4. Marca, logo y slogan del producto	21
2.5. Ficha técnica del producto.....	23
2.6. Usos y manejo del producto.....	23
2.7. Resumen del modelo de negocio.....	24
ETAPA 2 ANÁLISIS DEL MERCADO	25
3. ESTUDIO DEL MERCADO	25
3.1 investigación del mercado.....	25
3.1.1. Análisis del sector	25
3.1.2. Análisis de la oferta	28
3.1.3. Análisis de la demanda	31
3.1.4 Mercado futuro	33
3.2.1. Estrategias de penetración y promoción en el mercado.....	34
3.2.2. Estrategias de distribución	35
4. ESTUDIO DE LOS PROCESOS DE LAS OPERACIONES	37
4.1. Diagrama de flujo.....	37

4.2. Estrategias de precio	38
4.3 Costos de Ventas.....	38
4.4. Costos de producción	39
4.5. Inversiones en infraestructura	39
4.6. Inversiones en capital de trabajo	40
ETAPA 3: PLAN ESTRUCTURACIÓN	41
5. ESTUDIO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	41
5.1 Organigrama	41
5.2. Manual de funciones	42
5.3. Requisitos legales del proyecto.....	42
5.3.1 Tipo de sociedad	43
5.3.2 Requisitos para constituirse y registrarse como S.A.S.....	43
5.3.3 Legalidades	44
5.4. Apoyos logísticos de la administración.	46
6. ESTUDIO FINANCIERO	47
6.1 Flujo de caja	47
6.2. Indicadores de viabilidad	47
6.3 Costeo del producto por unidad.....	48
6.4. Punto de equilibrio de ventas y costos.	48
6.5. Indicadores de rentabilidad antes de impuesto y depreciaciones.	49
6.6. Indicadores de rentabilidad sobre Patrimonio Líquido.....	49
6.7. Indicadores de solvencia y liquidez.....	49
ETAPA 4: RESPONSABILIDADES.....	51
7. DIRECCIÓN	51
7.1. Responsabilidad social empresarial.....	51
7.2. Balance social de la empresa.	51
8. CONTROL	52
8.1. Indicadores de Gestión	52
8.2. Funciones de Auditoría o de Revisoría Fiscal.....	54
9. CONCLUSIONES.....	59
10. BIBLIOGRAFÍA.....	60
ANEXOS	64
ANEXO A INFRAESTRUCTURA	64
ANEXO B FORMATO DE TRAMITE DE CERTIFICACIÓN	65
ANEXO C MINUTA DE LA SOCIEDAD.....	67
ANEXO D FRUTO Y CULTIVO DEL AGUACATE HASS.....	77
ANEXO E PROCESO CASERO DE EXTRACCION DE ACEITE DE COCINA, AGUACATE HASS.....	78

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Colombia. Producción total de aguacate 1992 - 2010	29
Gráfico 2 Destinos de las exportaciones colombianas en 2011	33

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis del contenido de 100 gramos de Aguacate Hass	23
Tabla 2 Características fisicoquímicas del Aguacate Hass	24
Tabla 3 Proyección del precio	38
Tabla 4 Precio de venta	38
Tabla 5 Costo de ventas	38
Tabla 6 Costos de producción	39
Tabla 7 Inversiones en infraestructura	39
Tabla 8 Talento humano	40
Tabla 9 flujo de caja	47
Tabla 10 Indicadores de viabilidad	47
Tabla 11 Costos del producto por unidad	48
Tabla 12 Punto de equilibrio de ventas y costos.	48
Tabla 13 Indicadores de rentabilidad antes de impuestos y depreciaciones	49
Tabla 14 Indicadores de rentabilidad sobre patrimonio líquido	49
Tabla 15 Indicadores de liquidez y solvencia	50

INDICE DE IMÁGENES

Imágen 1 Marca, logo y eslogan	21
Imágen 2 Principales núcleos productores de Aguacate Hass	27
Imágen 3 Colombia. Producción de aguacate por departamento 1992 y 2010	30
Imágen 4 Estrategia de distribución	36

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Análisis DOFA	18
Cuadro 2 Balance social de la empresa	51
Cuadro 3 sistema empresarial (Aceite Güaico)	54
Cuadro 4 Evaluación del control interno (MECI)	55
Cuadro 5 Guía de auditoria de marketing (Aceite Güaico)	57

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama 1 Etapas de elaboración para el proyecto	12
Diagrama 2 Diagrama del almacenamiento, proceso y terminación del producto	37

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se explicará la finalidad y el impacto del proyecto frente a la producción y comercialización del aceite de Aguacate Hass, con el fin de promover el consumo de un aceite más saludable como aderezo y alimentos preparados por las personas.

La característica principal de este producto es el alto contenido de vitaminas y propiedades con el que cuenta el Aguacate Hass; para ello se escogió un productor en alianza comercial el cual abastece el fruto, implementando un bajo porcentaje de químicos para el proceso de su mantención y recolección, contando así con un cuidado orgánico para preservar mejor la materia prima a fin de tener un excelente producto final como lo es el aceite extraído del mismo. En efecto para obtener un aceite cien por ciento puro, se toma el proceso de prensado en frío el cual conserva el olor, textura y sabor del fruto, extrayendo el aceite sin necesidad de aplicar o utilizar un proceso químico para su conservación

Para observar qué tan productivo y competitivo se ha puesto el sector, se analizó el comportamiento del mercado frente a este. Así que en Colombia, la cadena productiva de las oleaginosas, aceites y grasas ocupa el quinto lugar dentro del macro sector agroindustrial. De hecho, la producción de este sector corresponde al 9% del PIB de agroindustria. (Revista IALIMENTOS 2011).

De acuerdo con las estadísticas publicadas por el perfil sectorial de Proexport, en 2003 el sector de aceites y oleaginosas tuvo una producción bruta de US\$ 830 millones y generó 8.500 empleos. El informe llega a catalogar a Colombia como potencia mundial en aceites y

grasas a partir del año 2004, cuando incrementó sus exportaciones en un 85%. Y es que, en ese año, el país pasó de exportar US\$ 78 millones en 2003 a US\$ 144,5 millones en 2004 (Revista IALIMENTOS 2011).

Este proyecto nace con la necesidad de ofrecer un producto saludable al mercado, utilizando las propiedades del aguacate Hass con el fin de mejorar la alimentación de las personas cuando utilizan este ingrediente en sus comidas por medio del aceite Güaico. El ideal es convertirse en una empresa rentable, sostenible y contribuir a la sociedad responsable y socialmente.

JUSTIFICACIÓN

ACEITE GÜAICO, es un proyecto que se emprende, con el fin de participar en el mercado de aceites vegetales de cocina en Bogotá. Estudiando el auge saludable que manejan algunas personas en su consumo diario, se hace un producto que cumpla sus necesidades, en este caso el de preparar alimentos sanos.

Con dicho proyecto, se inicia una empresa, destinada a la producción y comercialización de aceite vegetal de cocina, utilizando uno de los productos distintivos en Colombia, el aguacate; por medio de dicho fruto se quiere extraer un aceite natural destacando así su alto contenido nutricional, que le atribuye un sin número de beneficios para la salud como antiinflamatorio del estómago, hígado, matriz, ovarios, enfermedades respiratorias, infecciones, diabetes entre otros (Yabrudy, 2012). En la industria de aceites de cocina se cuenta con poca participación en la elaboración de aceite de aguacate, por tal razón se promueve el producto llegando a los consumidores que toman la decisión de consumir un ingrediente saludable en su alimentación.

Se aporta un manejo responsable en la producción del aceite de cocina, sin afectar el medio ambiente, aprovechando los recursos naturales y generando oportunidades de empleo para los habitantes del municipio de Casabianca Tolima.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿El aceite de aguacate puede ser atractivo para las personas que ya tienen hábitos alimenticios saludables?, ¿El aceite de aguacate es atrayente para el consumo de la población? y ¿Es factible la comercialización del aceite de aguacate en Bogotá?

En Colombia la tendencia de consumo de alimentos elaborados en un alto contenido en grasas se ha vuelto muy notorio, debido a que estas generan un gusto y sabor más atractivo para el que lo consume o lo prepara. Se conoce que el aceite de cocina es fundamental para la elaboración de los alimentos, por ende es indispensable en los hogares y restaurantes. Al ser un producto altamente consumido sin una medición controlada, las personas aunque no en su mayoría adquieren una alteración en la grasa corporal, afectación de colesterol sanguíneo y aumento de riesgo cardiovascular entre otras enfermedades.

LINEA DE INVESTIGACION

INNOVACION

GÜAICO eligió un producto del mercado común, donde se decidió hacer un estudio detallado en busca del aprovechamiento del mismo, para lo cual se desarrolla un procedimiento innovador y representativo que permite el consumo de un producto con sus propiedades naturales. Proceso al cual se llama, prensado en frío de extracción extravirgen con producto nacional competitivo de alta calidad.

Conjuntamente su relación con el aporte social e innovador en un sector de alta incidencia de desempleo para lo cual se generan estrategias de contratación directa, e indirecta con empresas terceras de transformación de residuos de la materia prima de GÜAICO y dando evolución a dicha región.

Sin duda el proceso desde su nacimiento es de alta calidad y con sumo cuidado frente a cada etapa del mismo, GÜAICO se encarga de que el cultivo esté 100% certificado, su recolecta sea de la manera adecuada, sus complementos sean completamente orgánicos, su transporte sea adecuado, y la manipulación de la misma materia prima sea de óptima calidad, para así llevar un proceso de tratamiento pertinente

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Establecer una empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate **ACEITE GÜAICO**, en el área productora de una zona vulnerable del departamento del Tolima municipio Casabianca, aprovechando la oportunidad de negocio y estudiando su viabilidad de implementación en el mercado Colombiano, efectuando análisis de todos los factores pertinentes al producto.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Estudiar las principales fuentes de producción del sector aguacatero Hass en Colombia.
- Focalizar el mercado objetivo para el aceite de cocina aguacate Hass.
- Analizar factores internos y externos relacionados con la creación de **ACEITE GÜAICO**
- Identificar el diferencial del producto y resaltar los beneficios.
- Realizar análisis económico, factible y rentable de la inversión en determinado tiempo.

METODOLOGÍA

El desarrollo del presente proyecto se ha iniciado por medio de los formatos y requisitos que la Universidad Santo Tomás ha propuesto y se adaptó tal como se muestra en el diagrama 1. En conjunto se aplicará una investigación para analizar las características influyentes en la industria de aceites vegetales de cocina, indicadores y comportamientos del mercado e información del producto resaltando el diferencial competitivo. Asimismo se analiza factibilidad del proyecto con ayuda de organizaciones como el INVIMA, DANE, la ANDI, Agronet, Corpoica, Proexport, Ministerio de salud y el Ministerio de agricultura y desarrollo rural, ICA, bases de datos, etc.

Diagrama 1 Etapas de elaboración para el proyecto



Fuente: Elaborado por las autoras

ETAPA 1 CONCEPTO DE NEGOCIO

1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

1.1 Misión

Crear una compañía dedicada a la producción y comercialización de aceite de aguacate Hass, teniendo como propósito influenciar el consumo a personas que buscan mejorar sus hábitos alimenticios generando salud y bienestar por medio de un producto de excelente calidad.

1.2 Visión

En el 2018 establecer la empresa ACEITE GÜAICO productora y comercializadora de aceite de aguacate, siendo sostenible, rentable y generadora de más de 15 empleos en el área productora, en una zona vulnerable, departamento del Tolima municipio Casabianca.

1.3 Estrategias de impulso de la empresa en los mercados

Aceite Güaico implementará en el mercado un producto que sea nutritivo y saludable para el consumidor; inicialmente su enfoque serán personas con hábitos de consumo de comida orgánica o saludable, atrayendo así a los consumidores potenciales, permitiéndoles a conocer una opción de aderezo saludable para las preparaciones de sus alimentos.

En primer lugar se ofrecerá el producto en las tiendas, mercados y restaurantes de comidas orgánicas, en la ciudad se cuenta con 8 tiendas y restaurantes reconocidos (Eco tienda, Green market, suna, mini, etc.) que cuentan con una corta pero impulsadora trayectoria en el consumo de alimentos saludables, en segundo lugar se participará en feria para promover e

incentivar el aceite Güaico como una nueva opción saludable en la alimentación diaria de las personas.

1.4 Objetivos tácticos

- ✓ Adquirir un aguacate Hass que no tenga contacto con los procesos químicos, aprovechando así los insecticidas naturales y las técnicas innovadoras agrícolas para la cosecha de la semilla que se proporciona, con el fin de suministrar un producto altamente natural, teniendo una producción limpia y recurrir a las técnicas de conservación del suelo para futuras siembras.
- ✓ Aprovechar los beneficios que proporciona el ICA como una institución de mejora en la producción y crecimiento del proyecto.

1.5 Objetivos operacionales

- ✓ -Garantizar un producto de consumo con altos estándares de calidad, saludable y de buen sabor.
- ✓ -Contribuir a la salud de las personas mediante una alimentación sana.
- ✓ -Aportar y mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio con empleo y oportunidades de desarrollo.

1.6 Objetivos comerciales

- ✓ Promover el producto en establecimientos donde su venta sea acorde a la comida saludable.

- ✓ Establecer posicionamiento en los puntos estratégicos planteados en la ciudad de Bogotá.
- ✓ Aumentar el consumo del producto en diferentes ciudades del país.

1.7 Sistemas, métodos y procedimientos para la producción del producto

El desarrollo del producto a base de un fruto lleva consigo muchos cuidados y nutrientes que deben ser conservados en el proceso de extracción; el método utilizado para este producto de calidad es la extracción por prensado en frío, donde el producto final (aceite de cocina) no pierde su valor como fruto; manteniendo el color, sabor, y beneficios propios que lo caracterizan.

Proceso que se lleva a cabo en máquinas y recipientes de acero inoxidable.

- Se iniciará con la obtención de la materia prima.
- Pre-lavado del fruto, donde se retiran impurezas
- Retirar cáscara y semilla
- Centrifugado de la pasta de dicho fruto a temperatura no mayor a 50°C
- Almacenamiento inmediato del aceite antes de ser afectado por la luz
- Producto final (Aceite con todos los nutrientes naturales del fruto)

Según lo mencionado anteriormente este será el procedimiento que se llevará a cabo para obtener el producto final aceite de cocina de aguacate hass y poder suministrarlo a todas las cocinas Bogotanas.

Método de prensado en frío

El prensado en frío, es una extracción mecánica elaborada a baja temperatura, preservando la proporción de ácidos grasos esenciales, vitamina E, antioxidantes naturales y no necesita ningún aditivo. La primera extracción llamada «1ª presión» su resultado es «zum de frutas» puro y verdaderamente oleaginoso.

El prensado en frío se efectúa a una temperatura máxima de 45°C; luego, se decanta y se filtra antes de ser embotellado en botellas opacas. Los aceites prensados en frío no pasan por un refinado adicional. (Flottweg sf 2010)

Procedimiento para extracción y funciones de la maquinaria

Alimentación

El producto a ser separado se introduce a través de un tubo de alimentación central y es conducido a la zona de alimentación del tornillo sinfín. Desde ahí, el producto es acelerado suavemente (en dirección circunferencial) y se dirige e ingresa en el tambor centrífugo a través de las puertas de distribución. (Flottweg sf 2010)

Tornillo Sinfín

El tornillo sinfín gira a una velocidad diferencial relativamente menor a la del tambor y transporta los sólidos depositados en la pared del tambor hacia la parte cónica y final del tambor. La velocidad diferencial determina el tiempo de permanencia de los sólidos en el tambor.

El tiempo de permanencia es una variable importante para el secado de los sólidos que se quiere alcanzar y puede ser ajustada automáticamente cambiando la velocidad diferencial del tornillo sinfín para obtener, de esta manera, la separación óptima y deseada. Mediante el

reemplazo simple del tornillo sinfín u otras modificaciones técnicas, los Decaners Flottweg pueden ser ajustados a las características del producto. De esta manera, siempre existe la posibilidad de escoger entre tornillos sinfín con diferentes pasos o entre tornillos sinfín con una o dos hélices. (Flottweg sf 2010)

Tambor

El tambor tiene una forma cónica y cilíndrica y gira a una velocidad determinada según las necesidades de la aplicación. En el tambor, la suspensión alcanza la velocidad completa formando una capa concéntrica en la pared del tambor. Los sólidos contenidos en el producto son depositados en la pared del tambor por efecto de la fuerza centrífuga. La longitud del tambor cilíndrico, así como el ángulo de la parte cónica, pueden ser seleccionados de acuerdo a los requerimientos específicos de cualquier aplicación. (Flottweg sf 2010)

Descarga de sólidos

Los sólidos son expulsados a través de las puertas de salida (ubicadas en la parte cónica final del tambor) y son recogidos en el colector de sólidos que forma una parte de la carcasa de la máquina. Desde allí caen libremente de la máquina. (Flottweg sf 2010)

Descarga de líquidos

El líquido clarificado fluye hacia la parte cilíndrica final y desde ahí es descargado a través de salidas hacia la carcasa del tambor. En estas salidas se encuentran anillos de regulación con los cuales se puede ajustar fácil y precisamente la profundidad de la laguna en el tambor. El líquido es recolectado en un colector central y luego es descargado por gravedad. (Flottweg sf 2010)

2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PRODUCTO EL CUAL SE VA A LANZAR AL MERCADO.

2.1 Análisis DOFA

En el cuadro 1 se resaltarán las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas como situaciones internas y externas de la empresa, creando estrategias de mejoras a las posibles oportunidades del proyecto.

Cuadro 1 Análisis DOFA

DOFA		
FACTORES INTERNOS FACTORES EXTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	- Conocimiento sector aguacatero. - Ubicación tierras productoras. - Propiedades únicas del producto.	- Empresa y marca nueva, reconocimiento y posicionamiento. - Complejidad de maquinaria.
OPORTUNIDADES	FO	DO
- Mercado de alimentos saludables en crecimiento - Mercado potencial exportación - Poca competitividad del mercado aceite aguacatero.	- Satisfacer un mercado con conciencia de la alimentación sana. - Fortalecer la venta de productos bajos en químicos y conservantes generando un mercado más grande.	- Crear un producto de calidad que se venda por su excelente sabor, y formando una acreditación de la marca. - Conseguir una maquinaria eficiente y de fácil uso que facilite el desarrollo del producto.
AMENAZAS	FA	DA
- Producción en temporadas. - Grande influencia climática - Dificultad de acceso canales de ventas consumidor final.	- Resaltar cualidades especiales del producto para mejor venta. - Prever con anterioridad influencias climáticas, para combatirlas a tiempo y satisfacer la demanda.	Aprovechar los tiempos de cosecha del fruto para captar la mayor cantidad de materia prima y transformarla en aceite para mayor vida útil.

Fuente: Elaborado por las autoras

2.2 Concepto del producto

El producto es un aceite de cocina a base de la variedad aguacate Hass, propio para la elaboración de este producto:

Características:

Aceite: verde intenso, con gran brillo. Olor y sabor a fresco aguacate, textura suave.

Tamaño: 500 ml

Envase: botella de vidrio verde oscuro, protección contra la oxidación por la luz, con etiquetado (Exigencia de rotulado, fecha de elaboración y vencimiento, peso neto, nombre y lugar de fabricación, ingredientes, especias, sabores, colorantes, tamaño de las porciones y cantidad de porciones por paquete, uso diario, información nutricional, tapa metálica).

Embalaje: caja de cartón con divisiones para doce unidades. (Fecha de elaboración y vencimiento, peso neto, peso bruto, origen, idioma, nombre producto, operación fabricante, empaquetador o distribuidor, lote). (Codex 1991)

Aceite de Aguacate; Aceite refinado en frío, con características saludables donde no se pierden las propiedades del aguacate, ya que no se manejan productos de preservación que lo dañen, su empaque es oscuro para preservar su calidad, ya que con la luz del sol se deteriora más rápido, su refrigeración es en temperatura no mayor de 25°C. (Codex 1991)

2.3 Identificación de necesidades de los consumidores.

Como se observa la industria alimenticia se ha encargado de lanzar un sin número de productos, en los que sus procesos cuentan con métodos e inclusión de contenidos químicos, saborizantes y conservantes. Esto permite una nueva era en la que se predomina o se toma conciencia en los hábitos alimenticios en el ser humano, es decir se “contempla una mayor

demanda en la comida saludable y opciones más éticos y deseo de los consumidores para conocer más sobre los alimentos que eligen” (Sloan, 2013). De acuerdo a lo mencionado anteriormente se evidencia que hay más personas que cambian su hábito de consumo por uno más saludable.

Uno de los aderezos y elemento fundamental en la preparación de los alimentos es el aceite de cocina, en el mercado encontramos diversas marcas de aceites comestibles pero no muy sanas para el consumidor, ya que en su preparación estas son requemadas volviéndola perjudicial para su consumo además de sus contenidos en aldehídos “es un hecho químico simple que hace que algo que se cree que es saludable se convierta en algo que es muy dañino a temperaturas estándar para freír “(Mosley ,2015).

Teniendo en cuenta la tendencia saludable que quiere incluir las personas en un sus alimentos, se quiere lanzar al mercado un producto a base de una semilla rico en vitaminas y proteínas como lo es el Aguacate Hass, limpio en procesos de cultivo y extracción del mismo para transformarlo en aceite de cocina saludable y apto para el consumo humano.

Mercado objetivo

El producto será lanzado principalmente en la ciudad de Bogotá, con el fin de difundir el conocimiento sobre las propiedades y los beneficios que posee el aceite de aguacate Hass y su importancia en la implementación en los hábitos alimenticios. Con ello se buscará ingresar al mercado y atraer la población que se encuentre entre los 25 y 60 años de edad. En el cuadro 2 se observara la segmentación del producto.

Cuadro 2 Segmentación aceite Güaico

SEGMENTACION ACEITE GÜAICO

GEOGRAFICA		DEMOGRAFICA		PSICOGRAFICA		CONDUCTUAL	
Nacionalidad	Colombia	Edad	25-70	Estilo de vida	Saludable	Beneficios esperados	Excelente sabor, calidad de vida, mejor habito
Región	Bogotá	Sexo	Femenino y masculino	Personalidad	Arriesgada,	Ocasión de compra	1 vez al mes
Tamaño	7.963.379	Ingresos	1.500.000 en adelante	Actitudes	Positivo, deportivo	Tasa de uso	diario
Densidad	43	Ocupación	Estudiante profesional.	Gustos	Selectivos	Grado de Lealtad	70%
Clima	Frio	Tamaño familia	1 en adelante			Lugar de compra	Hipermercados, tiendas especializadas

Fuente: Las autoras

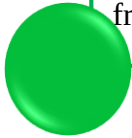
2.4. Marca, logo y slogan del producto

La empresa toma como nombre y eslogan aceite Güaico “*más bueno, más sano*” como se muestra en la imagen 1.

Imágen 1 Marca, logo y eslogan

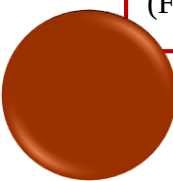


En el que hace referencia al aceite extraído del aguacate Hass como fruto llamativo en cuanto a color, textura, sabor y aroma. Sus colores representativos son los tonos del aguacate Hass como:



El verde es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura. (Fierens 2012)

El amarillo simboliza la luz del sol. Representa la alegría, la felicidad, la inteligencia y la energía. El amarillo sugiere el efecto de entrar en calor, provoca alegría, estimula la actividad mental y genera energía muscular. (Fierens 2012)



El color café indica naturaleza, madera, utilidad tranquilidad, profundidad, tierra, riqueza, simplicidad, seriedad, sutil debido a su calidez y neutralidad. (Fierens 2012)

2.5. Ficha técnica del producto

Según el documento de trabajo sobre economía regional del Banco de la República el Aguacate Hass cuenta con varios elementos vitamínicos, ácidos grasos y elementos químicos como se muestra en la tabla 1 que hace un producto altamente nutritivo para su consumo.

Tabla 1 Análisis del contenido de 100 gramos de Aguacate Hass

Elemento	Cantidad (mg)	Elemento	Cantidad (g)
Calcio	24,0	Potasio	604
Hierro	0,5	Fibra	0,4
Zinc	0,4	Carbohidratos	5,9
Magnesio	45,0	Proteínas	1,8
Sodio	4,0	Grasa total	18,4
Vitaminas	Contenido	Acidos grasos	Contenido
A	85 ug	Saturados	3 gr
D	10 ug	Monoinsaturados	8,9 gr
E	1,53 mg	Poliinsaturados	2 gr
K	8 ug		
B1	17 mg		
B2	0,1 mg		
B6	0,25 mg		
C	15 mg		
Niacina	1,8 mg		
Acido pantoténico	0,87 mg		
Retinol	17 mg		
Acido fólico	32 ug		

Fuente: Teliz et al. (2000) y Calabrese (1992).

2.6. Usos y manejo del producto

Güaico tendrá un uso como aderezo y preparación en los alimentos, donde será un ingrediente altamente nutritivo en el ámbito culinario como en carnes, ensaladas y en cocciones en

variedad de alimentos. Como se muestra en la tabla 2 el producto tiene una duración de 18 meses almacenado en el envase original, en temperatura ambiente y protegida de la luz.

Tabla 2 Características fisicoquímicas del Aguacate Hass

Textura	Oleosa y agradable al paladar
Color	Verde esmeralda
Sabor	Característico de aceite extra virgen con nota a fruta madura
Duración	18 meses almacenados en el envase original, es temperatura ambiente y protegida de la luz.

Fuente: Las autoras

2.7. Resumen del modelo de negocio

Con Aceite Güaico se ofrece un producto saludable y amigable con el medio ambiente.

La ubicación es en Casabianca un municipio de Colombia, situado en el noroccidente del departamento de Tolima, al suroccidente del país; ahí se encuentra el centro de producción, aquí se incluyen las buenas prácticas agrícolas para el cultivo, recolección y producción del aceite de cocina, contando como materia prima el Aguacate Hass.

Para obtener el producto final se optará un proceso llamado prensado en frio en el que se dará paso a una extracción del aceite a base del Aguacate Hass, utilizando maquinaria de punta para su elaboración y personal capacitado con características específicas y conocimientos previos del tema, del terreno y del producto. Llegará a tiendas y mercados orgánicos, a aquel consumidor que incluye en sus hábitos de consumo alimentos sanos, permitiendo que el producto sea favorito para cualquier persona que utiliza este aderezo al servir sus alimentos y cocciones.

ETAPA 2 ANÁLISIS DEL MERCADO

3. ESTUDIO DEL MERCADO

3.1 investigación del mercado

3.1.1. Análisis del sector

El producto hace parte del Ciiu: 01113. Cultivo de oleaginosas excepto el de semillas para siembra (Incluye cultivos de oleaginosas para Aceites comestibles y/o de uso industrial: cártamo, colza, jojoba, lino oleaginoso, maní, olivo para Aceite, ricino, sésamo, tung, etc.) (Cámara de Comercio de Bogotá)

Según datos del Ministerio de Agricultura nacional, el área sembrada con aguacate en Colombia es de 28.000 hectáreas, con una producción anual de 250.000 toneladas. La variedad Hass suma 10.500 hectáreas y 47.000 mil toneladas, el 38% del total de la producción (Legiscomex, 2015)

En los últimos años la apertura de exportación en Colombia ha aumentado de manera favorable por su alta demanda en ciertas temporadas del año y la falta de siembra de estas semillas en países extranjeros, siendo Colombia un país con el clima adecuado para su cultivo, y elaboración de sus derivados (Yabrudy, 2012).

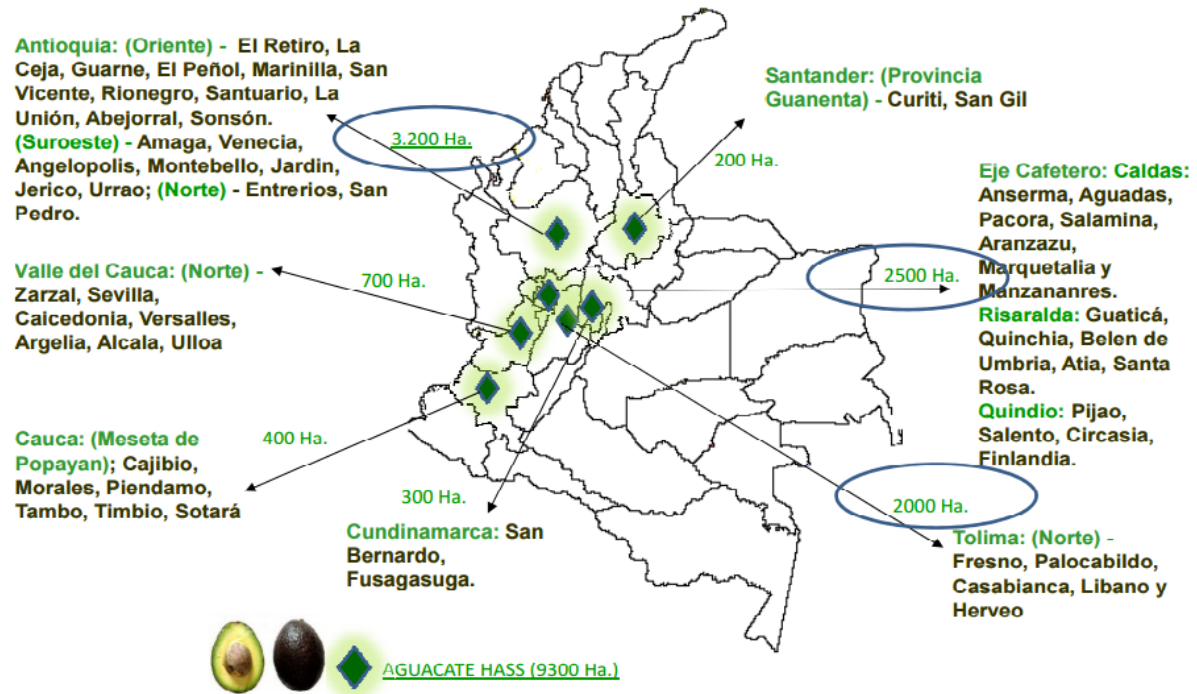
Colombia se encuentra ocupando el quinto lugar en producción de aguacate más importante del mundo (Yabrudy, 2012), permitiendo proyectarse en este sector debido a su variedad en uso medicinal como producto con alto contenido nutricional como “vitaminas, ácidos grasos, aminoácidos y minerales vitalizando así, el sistema inmunológico, fortalece los huesos, evita la formación de gases intestinales, mejoran la visión, protegen a las células de daños causados por estrés y previene enfermedades cancerígenas y del hígado” Quiles y col., (2003), citado

por Acosta(2011) .En el uso industrial el aceite de aguacate es de amplia aceptación para el uso humano dadas sus propiedades y capacidad de absorción, tanto para la piel como para el cabello, es así como existe una amplia gama de productos como cremas, aceites corporales, acondicionadores y jabones a base de aguacate, industria farmacéutica, de cosméticos y culinarios (Yabrudy, 2012).

La variedad Hass, apareció en el mercado nacional con volúmenes superiores al 5% de todo el aguacate de Colombia desde el año 2010 aproximadamente, y ha logrado una rápida adopción en ciudades capitales importantes como Bogotá y Medellín, siendo la primera dónde se aprecia más el producto por tener un tamaño personal y generar una percepción más exclusiva y gourmet para los consumidores (Terravocado 2015).

Como se muestra en la imagen 2 estos son los principales núcleos productores de aguacate Hass en el país con sus respectivas hectáreas de cultivo.

Imágen 2 Principales núcleos productores de Aguacate Hass



Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Valle del Cauca 2014.

En el 2014 el aguacate Hass ocupaba una posición productiva del 38% de la cosecha nacional de todas las variedades, la cual cuenta con mayor potencial de exportación, motivado por diversos productores con enfoque de exportación que han fomentado la siembra de muchos otros pequeños y medianos productores esperanzados en el crecimiento económico de este rubro para la producción, consumo nacional y exportación agrícola de Colombia. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Valle del Cauca 2014)

9.000 Hectáreas se calculan al cerrar el año 2014 como las dedicadas exclusivamente para la variedad Hass, más del 70% de ellas, con 1, 2 o 3 años de haber sido plantadas por lo que aún no aportan volúmenes importantes para la producción nacional del aguacate Hass, sin

embargo la expectativa es grande y la industria ha respondido rápidamente para desarrollar buenos canales y objetivos en el mercado industrial. (Terravocado, 2015).

Gracias al incremento de cosecha del aguacate Hass, la industria le ha otorgado varios beneficios por su contenido y en los distintos escenarios que puede ser utilizada como por ejemplo: el aceite puede ser implementado en la industria cosmética en el que sirve como hidratante para la piel seca y mejorar la cutis además de combatir las arrugas. El aceite como industria alimentaria como aderezo tipo gourmet, su contenido en vitaminas A, D y E son incluidas para formulas cosméticas y en productos de belleza. En la industria farmacéutica como activos en omega 3,6 y 9 haciéndola única y más saludable entre el consumo de los aceites que se encuentran en el mercado

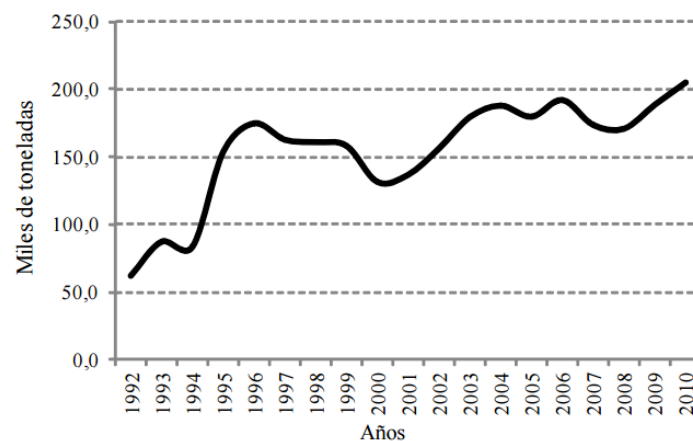
3.1.2. Análisis de la oferta

Siendo Colombia uno de los países con mayor producción de aguacate Hass, se crea una oportunidad de aprovechamiento de recursos naturales en el país, promoviendo el consumo de productos a base de este fruto en este caso, Aceite de aguacate, un producto de consumo diario que permite el desarrollo de negocio por múltiples beneficios.

El sector hortofrutícola de Colombia se encuentra con unas condiciones ambientales y agrológicas muy favorables para el cultivo de productos priorizados y que permite generar las condiciones para obtener cosechas a lo largo de todo el año, permitiendo tener un potencial productivo. Siendo atractivo el país por inversionistas extranjeros en el sector, cuyos propios agentes muestran una firme voluntad por impulsar y compartir la visión de desarrollar un sector competitivo que le convierta en un elemento clave en la generación de

riqueza y empleo y el desarrollo de la economía del país.(LKS). Como se muestra en el grafico 1 la producción de aguacate en el país ha aumentado significativamente a causa de la iniciativa y crecimiento del sector.

Gráfico 1 Colombia. Producción total de aguacate 1992 - 2010



Fuente: Agronet. Cálculos del autor Javier Yabrudy.

En Colombia se cultiva el aguacate nativo (antillana), aguacate injerto de clima frio variedades como Hass, Reed y fuerte y aguacate papelillos de las variedades Lorena, Trinidad, Choquete, Booth y Santana según lo mencionado en VII SEMINARIO INTERNACIONAL DE FRUTAS TROPICALES. AGROINDUSTRIA E INNOVACIÓN

Como se muestra en la imagen 3 la producción del aguacate en el país se ha incrementado, destacándose el aumento de cultivo en los departamentos de Antioquia y Tolima los cuales superan las 20.000 t, a la vez que Santander, Caldas, Valle del Cauca y Cesar, registran volúmenes importantes del producto Yabrudy (2012). El incremento de Antioquia y Tolima en su producción es debido a la proyección de proyectos en el sector aguacatero implementando consigo nuevas técnicas de producción y tecnologías.

Imágen 3 Colombia. Producción de aguacate por departamento 2008 a 2014



Fuente: Consejo Nacional del aguacate (2014)

Esto permitió que Colombia en el 2013 ocupara el quinto lugar como mayor productor mundial de aguacate, superado solo por México, Chile, República Dominicana e Indonesia contribuyendo Colombia con el 5.7% .Siendo México como el mayor productor del mundo con 1,1 millones que representaron el 28,8% de la producción total, a la vez que Colombia

contribuyó con el 5,3% . Información de (Felipe Bareño con datos proporcionados de la FAOSTAT 2012).

3.1.3. Análisis de la demanda

La tendencia del mercado refleja la existencia de factores que inciden positivamente en el atractivo de este sector como lo son:

- ✓ Hábitos de consumo con un incremento de la demanda de productos nutritivos enriquecidos.
- ✓ productos naturales y orgánicos
- ✓ nuevas líneas de productos verdes, de comida rápida verde o nuevas formas de presentación y envasado.
- ✓ Avances de tipo tecnológico y productivo: surgimiento de nuevos enfoques de agricultura, patrones de producción y consumo de alimentos más sostenibles
- ✓ reciclaje de aguas residuales o el crecimiento de la agricultura orgánica.
- ✓ Acciones e impulso de políticas públicas de nutrición en el mundo

De acuerdo a lo mencionado anteriormente en el análisis realizado por el programa de transformación productiva, el mercado toma un nuevo auge en cuanto al consumo saludable de alimentos, en el que se exige que en el proceso y conservación de los productos sean naturales y altamente nutritivos sin participación de elementos industriales.

En el sector agrícola el aguacate se destaca por su sabor y es esencialmente por el contenido de aceite. El ejecutivo de corpoaguacate Juan Ruiz destaca “que el aguacate Hass es hasta ahora identificado como el de mayor contenido de aceite con un 27 %, en cambio los demás

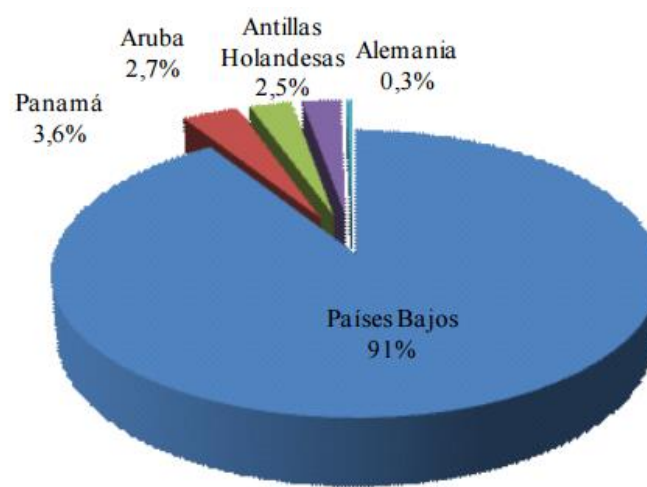
tienen unos porcentajes menores llegando al 10 % y 12 %”. Esto genera un alto consumo debido a sus propiedades naturales y saludables, demanda con posibilidad de crecimiento por sus beneficios contra enfermedades y los pocos conservantes, lo que hace atractivo el producto frente a otros, siendo uno de los alimentos más consumidos por los colombianos a la hora de acompañar sus comidas.

3.1.4 Mercado futuro

Reconociendo el comportamiento actual de los consumidores, se identificó que el mercado potencial es visible en, consumidores de hábitos alimenticios sanos, personas que ejercitan su cuerpo y cuidados frente a su salud. Después del análisis concreto del cliente al cual se desea llegar localmente, se estudia la posibilidad futura, si es posible incursionar en mercados internacionales donde las personas no tienen acceso a producción de estas materias primas.

Los países externos están empezando a sentir las consecuencias degenerativas de una mala alimentación, estudios arrojan que el porcentaje de exportación de aguacate Hass va en un notable aumento hasta el 50.2% anual, la dinámica de este nuevo producto genera una oportunidad de mercado, ya que este producto es de consumo habitual puede llegar a causar impacto en poblaciones con alta incidencia de importación, Colombia ve oportunidad en países bajos (Holanda), que con su procedencia del 91% de consumo de la materia prima, genera opción de venta del producto final aceite de aguacate GÜAICO.

Gráfico 2 Destinos de las exportaciones colombianas en 2011



Fuente: DANE-DIAN. Cálculos de Javier Yabrudyl 2012.

3.2. Plan de Mercadeo

3.2.1. Estrategias de penetración y promoción en el mercado.

El objetivo es dar a conocer el producto a empresas y consumidor final para lograr reconocimiento de la marca y consumo masivo del mismo, para lo cual se ha elaborado algunas estrategias de inclusión como ferias reconocidas por el sector gastronómico y segmento de alimentación gourmet del país. Presentando una atractiva propuesta de mejoramiento de hábitos alimenticios y degustaciones en cada sector al que se quiere alcanzar como supermercados, almacenes de cadena, restaurantes entre otros.

En Colombia se realiza la feria ALIMENTEC anualmente en la ciudad de Bogotá, con el fin de convocar a toda la industria alimenticia, en el que se dará la oportunidad a expositores y visitantes conocer los productos innovadores que será beneficiosos para la salud y bienestar del consumidor.¹

✓ Localización: Bogotá, Colombia

Hoteles para ferias y congresos en: Bogotá, Colombia.

Sector: Alimentación - Gastronomía

Tags: Alimentos

Recinto: CORFERIAS Centro internacional de negocios y exposiciones.

Otro evento importante será el Congreso Internacional de Alimentación y Nutrición Humana en la ciudad de Medellín.²

¹Corferias; Feria Alimentec en Bogotá (2017):

<http://www.feriaalimentec.com/index.cfm?d=sub&s=1591&p=10337&i=1>

²Congreso internacional de alimentación y nutrición humana en Medellín(2017):

<http://www.congresoalimentacionynutricionudea.com/index.php/>

- ✓ Localización: Medellín, Colombia (Universidad de Antioquia)

Hoteles para ferias y congresos en: Medellín, Colombia

Sector: Alimentación - Gastronomía.

Recinto: Plaza Mayor Medellín Convenciones y Exposiciones.

Promocionales durante primeros 6 meses (reacción y reconocimiento de marca)

La baja en precios se manejará de acuerdo a grandes cantidades y pronto pago de esta manera:

Cantidades: Desde (2000) unidades 5% descuento cantidad total

Pronto pago: Pago inmediato 2%

Pago normal: Pago a 30 días pago completo

Estos porcentajes de descuentos y promociones se manejarán para generar conocimiento sobre el producto en lanzamiento y atraer clientes de difícil acceso.

3.2.2. Estrategias de distribución

La planta principal está situada en el departamento del Tolima como se muestra en el (Anexo D), allí se maneja todo el procedimiento, elaboración, empaque y distribución del producto, se tomará una de las vías principales que es Casabianca Tolima vía Cambao hasta Bogotá entrada por la calle trece, permitiendo un pronto ingreso a la capital y sean distribuidas a los puntos de venta ya concretados.

- ✓ Distribución directa: Se presentará el producto a restaurantes y chefs con inclinaciones culinarias saludables, donde el producto cumpla con las necesidades de los alimentos ofrecidos en sus espacios.

- ✓ Distribución indirecta: incluir el producto estratégicamente en supermercados mayoristas, almacenes de cadena, del cual se espera un crecimiento exponencial por exploración de la marca, degustaciones y lanzamientos de capacitación nutricionales de nuestro producto.
- ✓ Estrategia de distribución selectiva: Se ubican los productos solo en aquellos puntos de venta seleccionados, ya que es un producto de poca accesibilidad en algunos mercados (tiendas especializadas).

Como se muestra en la imagen 4 el objetivo es hacer llegar el producto a los restaurantes y tiendas que se encargan en la preparación y venta de productos saludables, permitiendo así que el consumidor final adquiera y haga parte de su alimentación el aceite Güaico.

Imágen 4 Estrategia de distribución.

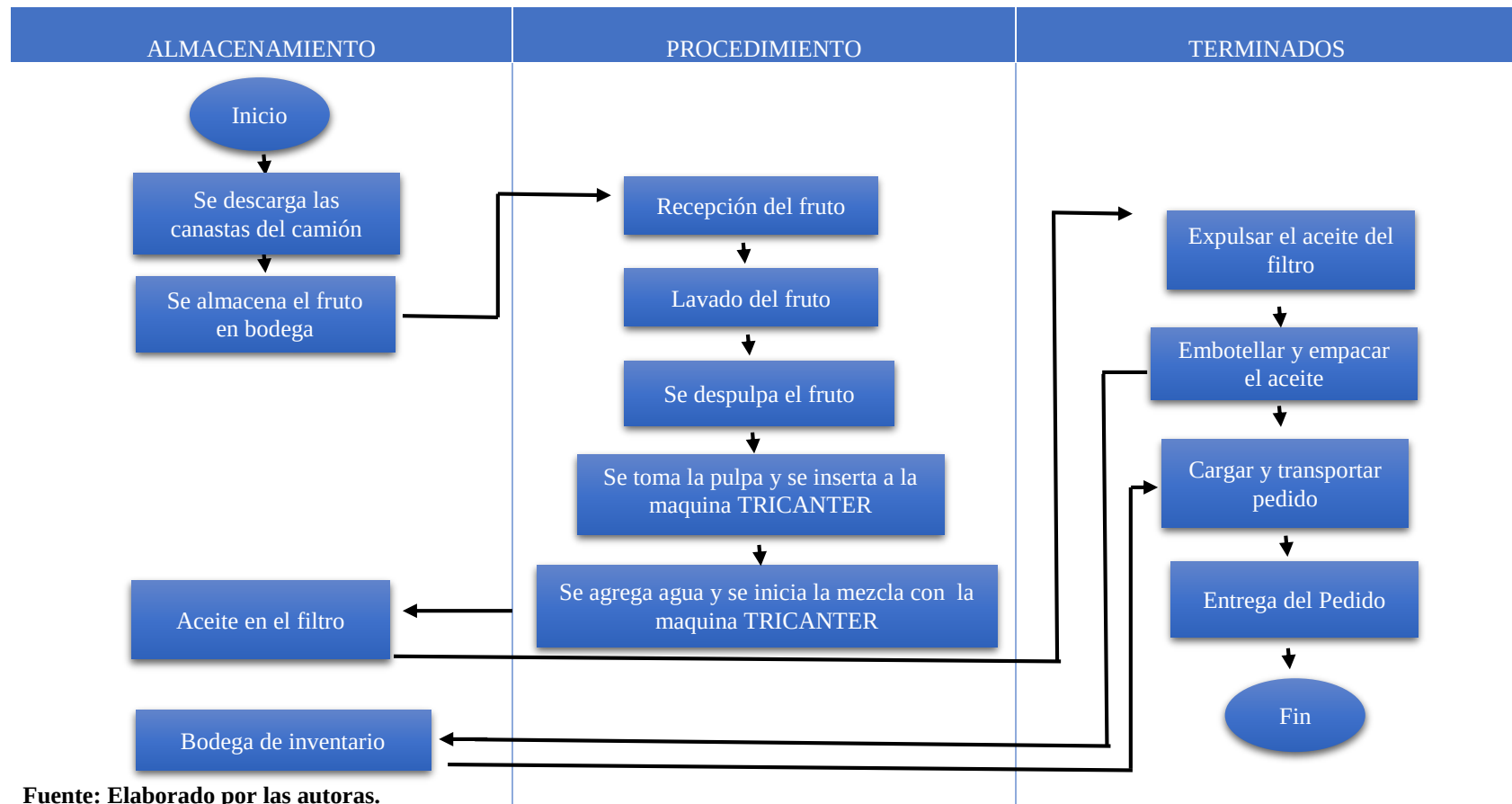


Fuente: Las autoras.

4. ESTUDIO DE LOS PROCESOS DE LAS OPERACIONES

4.1. Diagrama de flujo

Diagrama 2 Diagrama del almacenamiento, proceso y terminación del producto.



Fuente: Elaborado por las autoras.

4.2. Estrategias de precio

Tabla 3 Proyección del precio

El precio final del aceite de aguacate es de \$36.076 como lo se visualiza en la tabla 4, contemplando igualdad de precios con la competencia, para satisfacer un mercado en busca de calidad, ofreciendo fácil acceso al producto y donde los clientes están dispuestos a pagar dicho valor a cambio de un producto saludable.

Tabla 4 Precio de venta

PRECIO DE VENTA	
Costo variable por unidad	\$27.751
% Ganancia	30%
Precio de venta	\$36.076

Fuente: Las autoras

4.3 Costos de Ventas

En la tabla 5 se muestran los costos en los que se incurre para obtener el producto terminado anualmente; entre estos se discrimina materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

Tabla 5 Costo de ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de ventas	\$230.249.900	\$261.286.345	\$285.358.100	\$311.727.905	\$340.617.411
Materia prima	\$170.395.500	\$197.840.681	\$218.105.696	\$240.440.357	\$265.052.610
Cantidad	8.911	9.267	9.638	10.023	10.424
Aguacate	\$19.080	\$20.225	\$21.439	\$22.725	\$24.089
Agua	\$1.060	\$1.124	\$1.191	\$1.262	\$1.338
Mano de obra Directa	\$51.782.400	\$54.889.344	\$58.182.705	\$61.673.667	\$65.374.087
Costo Indirecto de fabricación	\$8.072.000	\$8.556.320	\$9.069.699	\$9.613.881	\$10.190.714

Fuente: Las autoras

4.4. Costos de producción

En la tabla 6 se puede observar el costo de producción unitario, en el que refleja total materia prima, total mano de obra directa sobre unidades producidas y total costo indirecto de fabricación sobre la cantidad de unidades producidas.

Tabla 6 Costos de producción

Variables	unidad
MP	19.000,00
MOD	7.570,53
CIF	1.180,12
Costo de producción	27.750,64

Fuente: Las autoras

4.5. Inversiones en infraestructura

La empresa cuenta inicialmente con los activos fijos nombrados en la tabla 7 con su respectiva valorización, son los necesarios para el inicio de dicho proyecto.

Tabla 7 Inversiones en infraestructura

Recurso			
Cantidad	Recurso	Descripción	Total
1	Màquina	Centrifuga extractora de aceite	\$30'000.000
1	Cámaras de seguridad	3 cámaras	\$600.000
1	Purificador	Purificador industrializado de agua	\$3'000.000
3	Mesas	Tablones de 100x200	\$900.000
500	Canastas	Canastas almacenar fruto	\$1'000.000
1	Computador	Portátil especificado	\$2'000.000
Total			\$37'500.000

Fuente: Las autoras

4.6. Inversiones en capital de trabajo

En la tabla 8 se muestran los empleos que generaría el proyecto donde se dividen en mano de obra directa e indirecta donde los cargos operarios son asignados de la población de Casabianca (Tolima) y los administrativos por las fundadoras del proyecto.

Tabla 8 Talento humano

Talento Humano				
Cantidad	Tarea	Descripción	Precio C/U	Total personal mes
4	Operario	Encargados de la operación	\$1.078.800	\$4.315.200
2	Administrativo	Encargados de la administración	\$1.707.800	\$3.415.600
Total			\$2.786.600	\$7.730.800

Fuente: Las autoras

ETAPA 3: PLAN ESTRUCTURACIÓN

5. ESTUDIO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

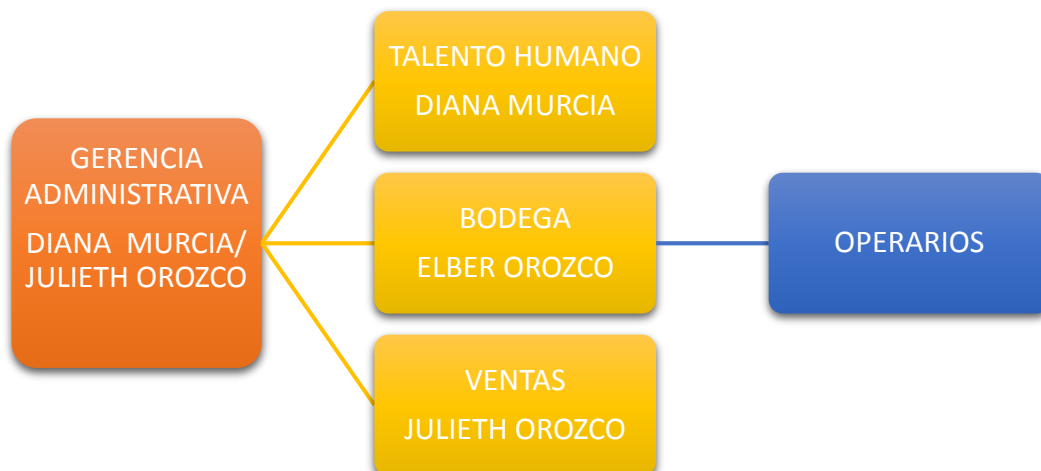
La estructura de la empresa es horizontal por la alta flexibilidad y libertad que se quiere transmitir a los colaboradores, generando confianza y toma de decisión frente al proceso que cada uno de ellos lidera.

Somos un equipo de trabajo multifuncional de apoyo, donde la comunicación es clara, dinámica y sin jerarquización, para que todos estén informados de cada uno de los procesos desarrollados dentro de la estructura, y optimizar recursos en el momento de tener ausencia de alguno de los colaboradores o satisfacer la necesidad de alguna de las labores.

En la imagen 5 se muestra el organigrama y la la estructura organizacional que tendrá la empresa.

5.1 Organigrama

Imágen 5 Organigrama de la empresa



Fuente: Elaborado por las autoras

5.2. Manual de funciones

Equipo personal de apoyo

- ✓ Gerentes: Diana Murcia Doncel/ Julieth Orozco Ramírez

Administradoras de empresas, egresadas Universidad Santo Tomás

Experiencia: negocios independientes

- ✓ Gerente Talento Humano: Diana Murcia Doncel

Administradora de empresas, enfoque humano.

Experiencia: Elección y manejo de personal.

- ✓ Jefe de Ventas: Julieth Orozco Ramírez

Administradora de empresas, innovación de negocios.

Experiencia: ventas independientes, área de mercadeo financiero.

- ✓ Bodega: Elber Orozco

Experto empírico de cultivos

Experiencia: 15 años de trabajos agropecuarios y manejo exitoso de cultivos.

Operarios: 3 personas ágiles, con capacidad de manejo y cuidado de cultivos

Experiencia: cultivos

5.3. Requisitos legales del proyecto

RAZON SOCIAL: ACEITE GÜAICO S.A.S

Constituida por dos socias únicas, el 50 % de las acciones es capital propio con inversión en infraestructura y el otro 50 % es financiación bancaria.

Estado Legal Actual:

La empresa actualmente no está matriculada ante ningún organismo comercial o legal.

5.3.1 Tipo de sociedad

La sociedad por acciones simplificada creada bajo la ley 1258 del 5 de diciembre de 2008, la cual fue establecida para que personas naturales o jurídicas, respondan hasta el monto de sus respectivos aportes, ni serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad, y en el momento en el cual la sociedad por acciones simplificada sea inscrita en el Registro mercantil, será una persona jurídica distinta de los accionistas ACEITE GÜAICO S.A.S.

5.3.2 Requisitos para constituirse y registrarse como S.A.S

El artículo 5 de la ley 1258 de 2008, decretado por el Congreso de la Republica Colombiana indica que el documento de constitución deberá contener por lo menos los siguientes requisitos:

1. Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas.
2. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
3. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
4. El término de duración indefinido.
5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

6. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.

7. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

5.3.3 Legalidades

RESOLUCION 126 DE 1964: Regula la elaboración y control de grasas y aceites comestibles para consumo humano³.

RESOLUCION 1287 DE 1976: Norma sobre grasas y aceites comestibles⁴.

RESOLUCION 15789 DE 1984: Se reglamenta las características organolépticas físico-químicas y microbiológicas de las mermeladas y jalea de frutas⁵.

RESOLUCION 19304 DE 1985: Elaboración y control de grasas y aceites comestibles para el consumo humano⁶.

RESOLUCIÓN 2652 DE 2004 MINISTERIO DE PROTECCIÓN SOCIAL: Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano⁷.

³ https://www.invima.gov.co/images/stories/resoluciones/resolucion_000126_1964.pdf

⁴ <https://www.invima.gov.co/images/pdf/normatividad/alimentos/resoluciones/resoluciones/2012/r%202154%20de%202012%20a%20y%20g%20pdf.pdf>

⁵ https://www.invima.gov.co/images/stories/resoluciones/resolucion_15789_1984.pdf

⁶ https://www.invima.gov.co/images/stories/resoluciones/resolucion_19304_1985.pdf

⁷ https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/RESOLUCI%C3%93N%202652%20DE%202004.pdf

RESOLUCIÓN 1287 DE 1976 MINISTERIO DE SALUD: Norma sobre grasas y aceites comestibles⁸.

RESOLUCIÓN 16078 DE 1985 MINISTERIO DE SALUD: Reglamenta Laboratorios de control de calidad de alimentos⁹.

RESOLUCIÓN 19304 DE 1985 MINISTERIO DE SALUD: Elaboración y control de grasas y aceites comestibles para el consumo humano¹⁰.

REGISTRO DE CERTIFICACION INVIMA: Buenas prácticas de manufactura, y certificación de sanidad en la transformación de materia prima en un producto comestibles¹¹.

Procedimiento:

- Formulario
- Pago
- Agendamiento de visita
- Revisión y evaluación del sistema actual
- Certificación

Requerimientos ambientales

DECRETO 2811 DE 1974 Art. 36. Disposición final o procesamiento. Evitar el deterioro del ambiente, Reutilizar sus componentes, Producir nuevos bienes, Restaurar o mejorar los suelos.

⁸<https://www.invima.gov.co/images/pdf/normatividad/alimentos/resoluciones/resoluciones/2012/r%202154%20de%202012%20a%20y%20g%20pdf.pdf>

⁹ https://www.invima.gov.co/images/stories/resoluciones/resolucion_16078_1985.pdf

¹⁰ https://www.invima.gov.co/images/stories/resoluciones/resolucion_19304_1985.pdf

¹¹ Invima, formato de certificado <https://www.invima.gov.co/listado-de-tramites-invima.html>// Anexo B.

5.4. Apoyos logísticos de la administración.

Transporte y manipulación externa: Entidad externa con transporte adecuado para el tipo de carga. Tiene un sistema de formalización y planeación del funcionamiento de este procedimiento, conservando adecuadamente el producto para satisfacer la necesidad de cada tipo de carga y cliente. Garantizando: costos, rapidez de la entrega, eficiencia, seguridad, precisión, modo y servicio al cliente.

Reciclaje de residuos: Contratación de una empresa tercera para que optimice los residuos provenientes de la actividad principal de la empresa, para evitar contaminación al medio ambiente, y generar aprovechamiento de recursos.

Finanzas: Apoyo financiero para la elaboración de cuentas mensuales que se caracterizan por darle una coherencia a los cálculos, identificar avances o pérdidas en cualidades monetarias.

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Flujo de caja

El flujo de caja permite observar entradas y salidas determinando un saldo final anual positivo para el proyecto, midiendo la capacidad de cumplimiento en sus obligaciones. Como se refleja en la tabla 9 se da un crecimiento del 56% del primer al segundo año, 59% de segundo al tercer año, 48% del tercer al cuarto año y un 41% del cuarto al quinto año debido al comportamiento evaluado en el mercado.

Tabla 9 flujo de caja

FLUJO DE EFECTIVO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SALDO inicial	\$21.282.593	\$26.175.693	\$40.907.371	\$65.221.055	\$96.733.300
+ Ingresos	\$34.500.189	\$354.382.721	\$390.671.512	\$430.676.275	\$474.777.526
- Salidas	\$29.607.090	\$330.291.348	\$358.071.747	\$388.372.715	\$421.429.252
- pago de impuestos	-	\$9.359.695	\$8.286.080	\$10.791.315	\$13.640.852
impuesto renta	-	\$5.985.773	\$5.160.708	\$7.345.905	\$9.842.632
impuesto Ica		\$3.373.922	\$3.125.372	\$3.445.410	\$3.798.220
= SALDO Final	\$26.175.693	\$40.907.371	\$65.221.055	\$96.733.300	\$136.440.722

Fuente: Las autoras

6.2. Indicadores de viabilidad

Tabla 10 Indicadores de viabilidad

Valor presente neto	59.234.910
Tasa interna de retorno TIR	52,7%
Periodo de recuperación de la inversión PRI	2 años y 2 meses
Relación Beneficio Costo B/C =VPN/VP egresos del proyecto	148,0873%

Fuente: Las autoras

6.3 Costeo del producto por unidad.

De acuerdo a la tabla 11 se discrimina un valor del costeo por unidad teniendo en cuenta los factores principales; materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación de la empresa GÜAICO.

Tabla 11 Costos del producto por unidad

Variables	Unidad
MP	\$19.000
MOD	\$7.571
CIF	\$1.180
Costo de variable	\$27.751

Fuente: las autoras

6.4. Punto de equilibrio de ventas y costos.

El punto de equilibrio se ve reflejado durante el primer año, donde la apreciación es notable después del cuarto mes y se consigue equilibrio en el mes diez, en la tabla 12 se pauta las variables componentes del mismo.

Tabla 12 Punto de equilibrio de ventas y costos.

Punto de equilibrio	
Costos Fijos	\$7.020.667
Precio de venta	\$36.076
Costos Variables	\$27.751
Unidades de equilibrio	843

Fuente: las autoras

6.5. Indicadores de rentabilidad antes de impuesto y depreciaciones.

El EBIT y EBITDA como se muestra en la tabla 13 después del año tres se estima un crecimiento anual promedio del 30%. GÜAICO es rentable y puede cubrir futuras cargas financieras.

Tabla 13 Indicadores de rentabilidad antes de impuestos y depreciaciones

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EBIT - Earnings before interest and taxes	\$24.761.107	\$22.880.586	\$31.098.668	\$40.482.425	\$51.174.328
EBITDA - Earnings before interest taxes depreciation and amortizacion	\$28.771.107	\$26.890.586	\$35.108.668	\$44.492.425	\$55.184.328

Fuente: las autoras

6.6. Indicadores de rentabilidad sobre Patrimonio Líquido.

El indicador de la tabla 14 refleja ingresos positivos durante el periodo analizado, demostrando una inversión rentable para los socios con un porcentaje de incremento promedio del 3% anual.

Tabla 14 Indicadores de rentabilidad sobre patrimonio liquido

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilidad sobre patrimonio liquido	44,57%	30,02%	29,94%	28,63%	26,96%

Fuente: las autoras

6.7. Indicadores de solvencia y liquidez.

En la tabla 15 la liquidez de la razón corriente refleja que GÜAICO respalda en un promedio 4.86 veces sus obligaciones financieras y pasivos a corto plazo durante el tiempo analizado, igualmente la prueba acida debido a que no contamos con inventarios. GÜAICO desde su

primer año tiene superávit de \$2.594.588 por lo cual tiene liquidez para cubrir sus activos y pasivos corrientes en el tiempo analizado y bajo riesgo.

En la tabla 15 la solvencia la tendencia es decreciente e indica mayor independencia frente a acreedores y lo que causa mayor rentabilidad para los socios

Tabla 15 Indicadores de liquidez y solvencia

LIQUIDEZ	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón corriente (ACT CTE / PAS CTE) número de veces)	1,11	2,17	3,82	6,42	10,75
Prueba Acida ACT CTE - Inventarios / PAS CTE)	1,11	2,17	3,82	6,42	10,75
Capital de Trabajo (ACT CTE - PAS CTE)	\$2.594.588	\$22.086.713	\$48.134.428	\$81.672.323	\$123.751.122

SOLVENCIA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Endeudamiento Total (pasivo / activo)	39,52%	26,74%	18,84%	12,74%	8,25%
Leverage Total (pasivo / patrimonio)	65,35%	36,50%	23,21%	14,60%	8,99%

Fuente: las autoras

ETAPA 4: RESPONSABILIDADES

7. DIRECCIÓN

7.1. Responsabilidad social empresarial

Aceite GUAICO S.A.S, es una empresa identificada por su alto beneficio a la comunidad, donde su principal aporte será generar empleo inicialmente en el municipio de Casabianca Tolima.

Empresa fundada en un sector con alta incidencia de desempleo, caracterizada por establecer empleos de óptima calidad, cumpliendo con todos los requisitos legales y aportes justos por la labor prestada, gran porcentaje de dicha población con necesidades de ingresos estarán involucrados en este proyecto, primara la cultura y clima laborar en cada área de desempeño siendo prioridad las personas.

7.2. Balance social de la empresa.

En el cuadro 2 se muestra el equilibrio de las actividades sociales que implementa la empresa.

Cuadro 3 Balance social de la empresa

BALANCE SOCIAL	
Beneficios Sociales	• Ingresos a una empresa. • Creación de empleo. • Ingresos a familia. • Ayuda a agricultores de la zona. • Aportes a la comunidad (valoración de la tierra y ayudas al medio ambiente).
Costos Sociales	• Agotamiento de recursos naturales. • Desempleo.

	• Contaminación medioambiental. • Estrés y problemáticas laborales.
--	--

Fuente: Elaborado por las autoras.

8. CONTROL

8.1. Indicadores de Gestión

1) **Indicador de cumplimiento:** Entregas oportunas de pedidos

- Estrategia: Organizar el proceso de entregas de tal manera que se optimice espacios y recorridos.
- Metas: A) establecer recorridos cortos. B) Optimización de espacios. C) Garantizar la entrega oportuna del producto.
- Problemas y oportunidades: Tiempo incorrecto de entrega, demora en el alistamiento del producto.
- Evaluar problemas: Establecer lugares seguros y rápidos de almacenaje y descargue, para proporcionar agilidad y eficiencia en este proceso.
- Procesos y responsabilidades: 1) jefe de bodega: almacenista 2) operarios: alistamiento del producto 3) empacado y cargue.
- Acciones necesarias: control de inventarios, control de espacios de almacenaje.
- Medir comportamientos: establecer fechas límite de entrega.
- Controlar acciones: guías de entrega y satisfacción de tiempo y registro.

2) **Indicador de eficiencia:** Producción de producto terminado

- Estrategia: controlar los recursos y producción
- Metas: A) Estandarizar tiempos. B) Crear un sistema de ahorro de materia prima y sus sobrantes. C) organización de funciones.
- Problemas y oportunidades: Tiempos muertos y cuellos de botella.
- Evaluar problemas: El proceso de prensado de la materia prima tarda más de lo requerido, para lo que se opta tener otras labores externas para el resto del equipo.
- Procesos y responsabilidades: 1) prensado: operarios 2) almacenaje: Jefe de bodega 3) pelado y descascare: operarios.
- Acciones necesarias: establecer tiempos por tarea, identificar potenciales de funciones.
- Medir comportamientos: tiempos de elaborado por producto, practica de las funciones.
- Controlar acciones: seguimientos con guías, y reporte de tareas.

8.2. Funciones de Auditoría o de Revisoría Fiscal.

Control de calidad:

Desde el inicio de la búsqueda de la materia prima se requiere un especialista de cultivos para garantizar certificados del fruto, fundamentando a organismos externos como INVIMA, la excelente procedencia de la fuente principal del producto terminado. Todo esto generando las buenas prácticas de manufactura y consiguiendo un producto sano, confiable para el consumidor final.

Fundamental de esta norma ISO 9001:2000, es generar procesos de evaluación que permitan la buena gestión y satisfacer la necesidad del consumidor. En el cuadro 3 se observa las entradas, procesos, salidas, responsables y el control que se maneja en la empresa.

Cuadro 4 sistema empresarial (Aceite Güaico)

ENTRADAS	PROCESOS	SALIDAS	RESPONSABLE	CONTROL
Instalaciones Bodega, Zona de descascarar, Zona de almacenamiento Zona de descargue, Zona de basuras y desechos Equipos Maquinaria de extracción, computadores, filtros, cámaras de seguridad. Implementos Despulpador, manteles, guantes, canastas Mostradores de conservación, Mesas.	Maquina extractora de prensado en frio	Aceite de aguacate GÜAICO de excelente calidad. Servicios de entrega oportunos.	Operarios	Revisión 10 % de la producción para identificar oportunidades o fortalezas.

Recurso humano Gerente, Jefe de ventas, operarios, jefe de bodega	Trabajo en equipo	Buen clima laboral	Jefe de bodega	Talleres de evaluación de actividades grupales de calificación.
Recurso Económico Costos y gastos, precios, ingresos , inversión		Retorno de gastos e inversiones	Financiero	
Recursos administrativos planeación, dirección, organización y control de los procesos			gerencia	
Recurso tecnológico Conocimientos tecnológicos, maquinaria			Operarios y jefes de bodega	
Aspectos externos Políticas gubernamentales Competencia empresarial Estándares de calidad, aspectos sociales y culturales.			Gobierno y entes involucrados	

Fuente: las autoras

Futura implementación de control interno MECI 1000:2005, avala la gestión interna de los procesos para alcanzar los objetivos finales de la empresa, cumpliendo con reglas, valores internos, creando autocontrol y evaluación.

Como se puede observar en el cuadro 4 una futura evaluación interna de la empresa.

Cuadro 5 Evaluación del control interno (MECI)

(MECI) ÍTEMS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Acuerdos, compromisos o protocolos éticos.	X	
Desarrollo del talento humano.	X	
estilo de dirección	X	

Planes y programas	X	
Modelo de operación por procesos.	X	
estructura organizacional	X	
contexto estratégico	X	
identificación de riesgos		x
políticas de administración de riesgos		x
análisis de riesgos		x
valoración de riesgos		x
políticas de operación	X	
procedimientos	X	
controles	X	
indicadores		x
manual de procedimientos	X	
información primaria	X	
información secundaria	X	
sistema información	X	
comunicación organizacional	X	
comunicación informativa	X	
medios de comunicación	X	
autoevaluación de control	X	
autoevaluación de gestión	X	
evaluación de sistema de control	X	
TOTAL	20	5

Fuente: las autoras

GUIA DE AUDITORIA DE MARKETING

Con esta guía se permite el desarrollo claro del mercado e identificar falencias enfrentadas a la hora de trabajar directamente con el público objetivo. Como se observa en el cuadro 5 se realiza un chequeo en el mercado y el mercadeo, viendo así las fortalezas y debilidades de la empresa.

Cuadro 6 Guía de auditoria de marketing (Aceite Güaico)

GUIA DE AUDITORIA DE MARKETING		
MERCADO		
CHEQUEO	FORTALEZA	DEBILIDAD
Calidad del producto	X	
Ventaja competitiva	X	
Ventaja comparativa	X	
Cadena de suministros		x
DEMANDA		
Segmentación	X	
Perfil del cliente	X	
Mercado objetivo	X	
Transaccionalidad	X	
PRECIOS		
Elasticidad del producto	X	
Gastos de Admon	X	
Costos de producción	X	
COMPETENCIA		
Ubicación	X	
Participación en el mercado	X	
Línea de productos	X	

MERCADERO		
Utilidades		
precio	X	
Cantidad producido	X	
tiempo	X	
Capacidad instalada	X	
Mano de obra	X	
AGENTES		
Competencia		x
colaboradores	X	
consumidores	X	
proveedores	X	
distribuidores		x
CANALES		
Mayoristas	X	
Minoristas	X	
Vía directa	X	
Costos de distribución		x
Márgenes de utilidad	X	

Fuente: las autoras

9. CONCLUSIONES

Se analizó las fuentes productoras de aguacate Hass en el país, observando su incremento de cultivo en el transcurso del tiempo debido a la gran demanda por el uso de este fruto en distintos productos de la industria farmacéutica, cosmética, medicinal y de exportación.

Se identificó el potencial de este producto, para satisfacer un mercado objetivo con hábitos de consumo saludable, en los que se resaltan las propiedades y beneficios del aceite de cocina GÜAICO.

Se implementó tablas de análisis con el fin de establecer los factores pertinentes para el desarrollo de dicho proyecto concluyendo que las debilidades son mínimas y el fortalecimiento es viable en los aspectos internos y externos de la empresa.

Se creó una proyección a cinco años con la cual descubrimos que el proyecto es factible y rentable en un mercado real.

Se establecio futuras propuestas de comercialización expansivas que podrían desarrollar un negocio de mayor alcance, enfrentándonos a mayores exigencias competitivas y legales.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Bernal., M,(2012). Donde comprar y comer orgánico en el país. Dineros edición agosto.
Tomado de
<http://www.elcondimentariodemargarita.com/category/articulos/revistas/revista-diners/>
- Betancourt., C, (2014). Colombia quiere abarcar el mercado del aguacate. El Mundo.
Tomado de
http://www.elmundo.com/portal/noticias/economia/colombia_quiere_abarcar_el_mercado_del_aguacate.php#.Vvp4GeLhC1t
- Cámara de comercio de Bogotá. Clasificación de Actividades Económicas CIIU.
Tomado de <http://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/> .Enero 2016
- Corferias (2016). IX alimentic, feria internacional de la alimentación. Tomado de
<http://www.feriaalimentec.com/index.cfm?d=sub&s=1591&p=10337&i=1>
- Decreto 2811. Residuos, basuras, desechos y desperdicios, Art 36 Parte IV Titulo III.
Senado de la república de Colombia diario oficial Diario Oficial No 34.243, 27 de enero de 1975.
- Departamento de agricultura. Norma general del codex para el etiquetado de los alimentos preenvasados, depósito de documentos de la FAO. Tomado de
<http://www.fao.org/docrep/005/y2770s/y2770s02.htm>. Enero 2016.
- Fierens., L. (2012). Marketing del color. Universidad de Palermo. Tomado de
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/opendc/archivos/4666_open.pdf. febrero 2016
- Floflottweg (sf). Tecnología centrifugada flottweg para la extracción de aceite de aguacate palta. Cartilla virtual de la empresa Floflottweg. Tomado de

<http://pdf.directindustry.es/pdf/flottweg/aceite-aguacate/28713-516347.html>. Febrero 2016.

- INVIMA (2012). listado de trámites y servicios. Tomado de <https://www.invima.gov.co/listado-de-tramites-invima.html/>. (Noviembre 2015)
- Justinian. J., Colombia (2001). Ministerio de agricultura y desarrollo rural observatorio de competitividad – Agrocadenas la cadena de oleaginosas aceites y grasas.
- Legiscomex.com (2015) Tomado de <http://www.legiscomex.com/BancoConocimiento/A/aguacate-hass-colombia-mundo-anaqueles-actualizacion/aguacate-hass-colombia-mundo-anaqueles-actualizacion.asp> Enero 2016.
- LEY 1258. Constitución y prueba de la sociedad Art 5 capitulo III. Congreso de la Republica, Bogotá, Colombia. Diario Oficial No. 47.194 5 de Diciembre de 2008.
- LKS (2013). Plan de Negocios de Aguacate, Programa de Transformación Productiva. Tomado de <https://www.ptp.com.co/documentos/PLAN%20DE%20NEGOCIO%20AGUACATE%20131211.pdf>
- Mejía, Andrés VII SEMINARIO INTERNACIONAL DE FRUTAS TROPICALES. AGROINDUSTRIA E INNOVACIÓN. (MEDELLIN, COLOMBIA, 22 Y 23 DE JULIO DE 2010) Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria, CORPOICA, Universidad Pontificia Bolivariana, UPB y Centro de Desarrollo Tecnológico de Frutales.
- Mosley., M, (2015). ¿Cuáles son los mejores aceites y grasas para cocinar?: BBC Mundo, Art 150728. Tomado de

http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/07/150728_salud_mejores_aceites_para_cocinar_ig (Diciembre 2015).

- Ortega, R.M. IMPORTANCIA DE LAS GRASAS EN LA ALIMENTACIÓN
Departamento de Nutrición. Facultad de Farmacia. Universidad Complutense. Madrid
(2008). Tomado de
http://www.nutricion.org/publicaciones/pdf/prejuicios_y_verdades_sobre_grasas.pdf
Diciembre 2015
- Quiles. J., col., (2003), citado por Acosta. M., (2011). Evaluación y escalamiento del
proceso de extracción de aceite de aguacate utilizando tratamiento enzimático. Tesis de
investigación en maestría en ingeniería química. Universidad Nacional de Colombia.
Tomado de
<http://www.bdigital.unal.edu.co/4070/1/marthaceciliaacostamoreno.2011.pdf>
- Revista I Alimentos (2011). ACEITES Y GRASAS, EL QUINTO SECTOR; Edición
6; pág. 9. Tomado de <http://issuu.com/axiomaweb/docs/edicion6?e=0/13773806>
- Sloan., E, (2013). Tendencia en alimentos: Revista Énfasis, Art. 66687. Tomado de
<http://www.alimentacion.enfasis.com/articulos/66687-tendencias-alimentos>
- Subsecretaria de fomento a los agronegocios (2011). Monografía de cultivos
<http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/Documents/pablo/Documentos/Monografias/Monograf%C3%ADa%20del%20aguacate.pdf>
- Terravocado. Aguacate Hass en Colombia. <http://www.terravocado.com/sobre-nosotros/aguacate-hass-en-colombia>. Noviembre 2015
- Teliz et al. (2000) y calabrese (1992) citado por Yabrudy, Javier (2012). El aguacate en
Colombia: estudio de caso de los Montes de María, en el caribe Colombiano. Banco de
la República centro de estudios económicos regionales (CEER) Cartagena.

- Yabrudy. J., Colombia (2012). El aguacate en Colombia: Estudio de caso de los Montes de María, en el Caribe colombiano. Banco de la república centro de estudios regionales (CEER).

ANEXOS

ANEXO A INFRAESTRUCTURA

Infraestructura

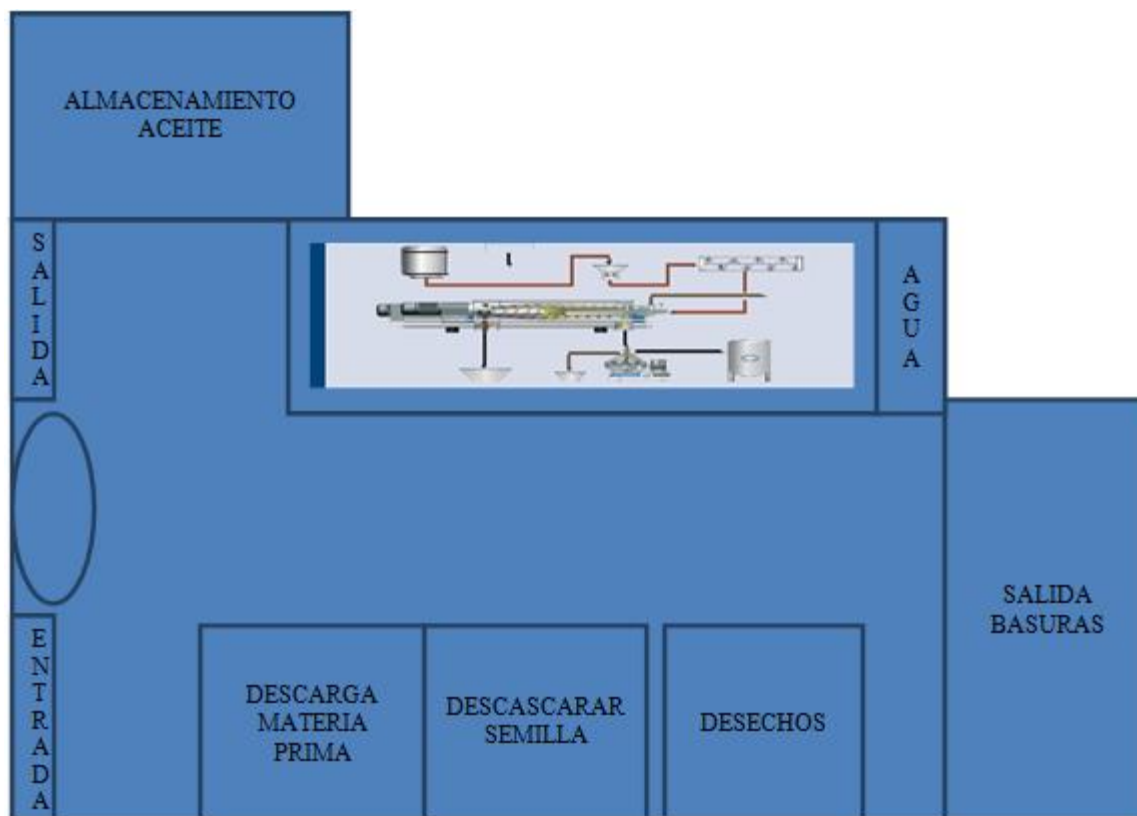
Fábrica: 500 m²

Localidad:

Departamento del Tolima (Casabianca)

Vereda El Cardal (Mayor producción)

Alquiler: \$ 1.500.000 mes



ANEXO B FORMATO DE TRAMITE DE CERTIFICACIÓN

	ASEGURAMIENTO SANITARIO		AUDITORIAS Y CERTIFICACIONES	
	FORMATO SOLICITUD DE TRAMITES (visitas, certificaciones y certificados)			
	Código: ASS-AYC-FM033	Versión: 02	Fecha de Emisión: 08/09/2015	

Importante: Para la radicación de cualquier solicitud de un trámite que se enmarque dentro de lo dispuesto en el presente formato, deberá diligenciar con obligatoriedad todos los numerales que apliquen al tipo de solicitud que realiza.

Fecha de Solicitud:

30	3	2016
DD	MM	AAAA

1. DATOS GENERALES

Nombre del Establecimiento, Motonave o Buque:

ACEITE GUAICO S.A.S

Tipo de Documento:

NIT

Numero de Documento :

Teléfono:

3208927342

Fax:

Dirección del establecimiento:

CR1 N. 10-25

Pais :

Colombia

Ciudad:

Casabianca/Tolima

Correo Electrónico:

aceiteguaico8@gmail.com

Página Web:

www.aceiteguaico.com.co

2. DATOS PERSONALES

Representante Legal:

Diana Elizabeth Murcia Doncel

C.C. No. / C.E. No.:

1022386306

Dirección de Notificación:

CR 87 N. 57 A 41 SUR

Ciudad:

BOGOTA

Teléfono:

7766763

Correo Electrónico:

dianamurcia_ae@gmail.com

3. DATOS DE LA VISITA (Hace referencia al lugar en donde se efectuará la visita)

Nombre y/o Razón Social donde realiza la actividad:

ACEITE GUAICO S.A. S

Dirección donde se realizará la visita:

CR1 N. 10-25

Teléfono:

3208927342

Fax:

Ciudad:

Casabianca/ Tolima

Pais:

Colombia

Correo Electrónico:

www.aceiteguaico.com.co

4. TIPO DE SOLICITUD A REALIZAR			
Dirección Responsable : Direccion_de_Alimentos_y_Bebidas		Producto : Alimentos_procesados	
Tipo de Solicitud Certificacion_BPM	Tipo de Trámite Buenas Prácticas de Fabricación		
5. DATOS DEL COMITÉ DE ÉTICA (Hace referencia a todo lo relacionado con el Comité de Ética) Aplica para visitas de certificación en Buenas Prácticas Clínicas			
Nombre del Comité de Ética en Investigación: 			
Dirección: 		Teléfono: 	Institucional
Nombre del Presidente: 	Ciudad: 	Correo Electrónico: 	
6. DATOS DEL LABORATORIO CLÍNICO: (Hace referencia a todo lo relacionado con el LABORATORIO CLÍNICO) Aplica para visitas de certificación en Buenas Prácticas Clínicas			
Nombre del Laboratorio Clínico: : 			
Dirección: 		Teléfono: 	Institucional
Nombre del responsable de Estudios Clínicos: 		Contratado 	
Ciudad: 		Correo Electrónico: 	
7. DATOS DEL SERVICIO FARMACÉUTICO: : (Hace referencia a todo lo relacionado con el SERVICIO FARMACÉUTICO:) Aplica para visitas de certificación en Buenas Prácticas Clínicas			
Institucional <input style="width: 50px;" type="checkbox"/>		Contratado <input style="width: 50px;" type="checkbox"/>	
Si es contratado, nombre de la Institución al que pertenece: 		Dirección 	Teléfono
El servicio realiza adecuación de medicamentos de acuerdo a la Resolución 444 de 2008.		Si <input style="width: 50px;" type="checkbox"/>	No <input style="width: 50px;" type="checkbox"/>
Si la respuesta anterior es afirmativa, el servicio farmacéutico cuenta con certificación de Buenas Prácticas de Elaboración		Si <input style="width: 50px;" type="checkbox"/>	No <input style="width: 50px;" type="checkbox"/>
Este servicio es:		Contratado <input style="width: 50px;" type="checkbox"/>	
Si es contratado, nombre de la Institución que presta el servicio: 			
FIRMA: APODERADO, REPRESENTANTE LEGAL Ó PERSONA NATURAL			
Nombre Apoderado-Representante Legal ó Persona Natural	Diana Elizabeth Murcia Doncel		
CC:	1022386306		
Firma-Apoderado, Representante Legal ó Persona Natural			
NOTA: Para verificar los documentos que deben ser anexados para cada trámite, ingrese al siguiente a: http://www.invima.gov.co/Trámites_y_Servicios			

ANEXO C MINUTA DE LA SOCIEDAD

SOCIEDAD POR ACCION SIMPLIFICADA (S.A.S)

DOCUMENTO PRIVADO ACEITE GUAICO S.A.S ACTO CONSTITUTIVO

En la ciudad de Bogotá a los treinta (30) días del mes de marzo de 2016, las señoras: Diana Elizabeth Murcia Doncel , identificado con la cedula de ciudadanía 1018463606 expedida en Bogotá, domiciliado en el municipio de Bogotá , y ; Andry Julieth Orozco Ramírez , identificado con la cedula de ciudadanía 1022386306 expedida en Bogotá, domiciliado en el municipio de Bogotá; declaran - previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos-, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada **ACEITE GUAICO S.A.S**, para realizar cualquier actividad civil o comercial lícita, por término indefinido de duración, con un capital suscrito de \$ 40.000.000, dividido en cuatro (4) acciones ordinarias de valor nominal de \$ 10.000.000 cada una, que han sido liberadas en su totalidad, previa entrega del monto correspondiente a la suscripción al representante legal designado y que cuenta con un único órgano de administración y representación, que será el representante legal designado mediante este documento.

Una vez formulada la declaración que antecede, el suscrito ha establecido, así mismo, los estatutos de la sociedad por acciones simplificada que por el presente acto se crea.

ESTATUTOS

Capítulo I DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Forma.- La compañía que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará **ACEITE GUAICO S.A.S**; regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: "sociedad por acciones simplificada" o de las iniciales "SAS".

Artículo 2. DOMICILIO: El domicilio de la sociedad será en el Municipio de Casabianca/ Tolima, en la zona industrial, Barrio La explanación, Teléfono números: 3212763387 y 3208927342; pero podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la junta general de socios y con arreglo a la ley.

Artículo 3. DURACIÓN: La sociedad tendrá un término de duración indefinido.

Artículo 4. OBJETO SOCIAL: Producción y comercialización de aceite de aguacate.

CAPÍTULO II

CAPITAL, ACCIONISTAS Y RÉGIMEN DE LAS ACCIONES

Artículo 5. CAPITAL AUTORIZADO: El capital autorizado de la sociedad es la suma de cuarenta millones de pesos Mte. (\$40.000.000), representados en cuatro (4) acciones nominativas de un valor nominal de diez millones de pesos Mte. (\$ 10.000.000) cada una.

Artículo 6. CAPITAL SUSCRITO: Del capital autorizado de la sociedad a la fecha ha sido suscrita la suma de cuarenta millones de pesos Mte. (\$40.000.000), representado en (___) acciones nominativas de un valor nominal de diez millones de pesos (\$ 10.000.000) cada una.

ACCIONISTA	ACCIONES SUSCRITAS	VALOR NOMINAL	TOTAL
Diana Elizabeth Murcia Doncel	2	20.000.000	20.000.000
Andry Julieth Orozco Ramírez	2	20.000.000	20.000.000
TOTAL	4	40.000.000	40.000.000

Artículo 7. CAPITAL PAGADO: El capital pagado asciende a la suma de VEINTE MILLONES DE PESOS MONEDA LEGAL COLOMBIANA (\$20.000.000), representado en dos (2) acciones nominativas de un valor nominal de DIEZ MILLONES DE PESOS (\$ 10.000.000) cada una, distribuidas así:

ACCIONISTA	ACCIONES PAGADAS	VALOR NOMINAL	TOTAL
Diana Elizabeth Murcia Doncel	2	20.000.000	20.000.000
Andry Julieth Orozco Ramírez	2	20.000.000	20.000.000
TOTAL	4	40.000.000	40.000.000

Artículo 8º. DERECHOS QUE CONFIEREN LAS ACCIONES.- En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias. A cada acción le corresponde un voto en las decisiones de la asamblea general de accionistas.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

Artículo 9º. NATURALEZA DE LAS ACCIONES.- Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley. Mientras que subsista el derecho de preferencia y las demás restricciones para su enajenación, las acciones no podrán negociarse sino con arreglo a lo previsto sobre el particular en los presentes estatutos.

Artículo 10º. AUMENTO DEL CAPITAL SUSCRITO.- El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean reglamento.

Artículo 11º. DERECHO DE PREFERENCIA.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

Parágrafo Primero.- El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

Parágrafo Segundo.- No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

Artículo 12º. CLASES Y SERIES DE ACCIONES.- Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por la asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en el que se establezcan los derechos que confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

Parágrafo.- Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribir las en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

Artículo 13º. VOTO MÚLTIPLE.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre quórum y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

Artículo 14º. ACCIONES DE PAGO.- En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

Artículo 15º. TRANSFERENCIA DE ACCIONES A UNA FIDUCIA MERCANTIL.- Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

Artículo 16°. RESTRICCIONES A LA NEGOCIACIÓN DE ACCIONES.- Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

Artículo 17°. CAMBIO DE CONTROL.- Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

Capítulo III ÓRGANOS SOCIALES

Artículo 18°. ÓRGANOS DE LA SOCIEDAD.- La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado asamblea general de accionistas y un representante legal. La revisoría fiscal solo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes.

Artículo 19°. SOCIEDAD DEVENIDA UNIPERSONAL.- La sociedad podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se le confieren a los diversos órganos sociales, incluidos las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único, deberán constar en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

Artículo 20°. ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS.- La asamblea general de accionistas la integran el o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayorías y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año, dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, el 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocará a la reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

La asamblea general de accionistas tendrá, además de las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente.

La asamblea será presidida por el representante legal y en caso de ausencia de éste, por la persona designada por el o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones de la asamblea, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el representante legal o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.

Los accionistas deliberarán con arreglo al orden del día previsto en la convocatoria. Con todo, los accionistas podrán proponer modificaciones a las resoluciones sometidas a su aprobación y, en cualquier momento, proponer la revocatoria del representante legal.

Artículo 21º. CONVOCATORIA A LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS.- La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a cualquier reunión por ella misma o por el representante legal de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles.

En la primera convocatoria podrá incluirse igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria, en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum.

Uno o varios accionistas que representen por lo menos el 20% de las acciones suscritas podrán solicitarle al representante legal que convoque a una reunión de la asamblea general de accionistas, cuando lo estimen conveniente.

Artículo 22º. RENUNCIA A LA CONVOCATORIA.- Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes, durante o después de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección por medio del mismo procedimiento indicado.

Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes que la reunión se lleve a cabo.

Artículo 23º. DERECHO DE INSPECCIÓN.- El derecho de inspección podrá ser ejercido por los accionistas durante todo el año. En particular, los accionistas tendrán acceso a la totalidad de la información de naturaleza financiera, contable, legal y comercial relacionada con el funcionamiento de la sociedad, así como a las cifras correspondientes a la remuneración de los administradores sociales. En desarrollo de esta prerrogativa, los accionistas podrán solicitar toda la información que consideren relevante para pronunciarse, con conocimiento de causa, acerca de las determinaciones sometidas a consideración del máximo órgano social, así como para el adecuado ejercicio de los derechos inherentes a las acciones de que son titulares.

Los administradores deberán suministrarles a los accionistas, en forma inmediata, la totalidad de la información solicitada para el ejercicio de su derecho de inspección.

La asamblea podrá reglamentar los términos, condiciones y horarios en que dicho derecho podrá ser ejercido.

Artículo 24º. REUNIONES NO PRESENCIALES.- Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito, en los términos previstos en la ley. En ningún caso se requerirá de delegado de la Superintendencia de Sociedades para este efecto.

Artículo 25°. RÉGIMEN DE QUÓRUM Y MAYORÍAS DECISORIAS: La asamblea deliberará con un número singular o plural de accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones suscritas con derecho a voto. Las decisiones se adoptarán con los votos favorables de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones con derecho a voto presentes en la respectiva reunión.

Cualquier reforma de los estatutos sociales requerirá el voto favorable del 100% de las acciones suscritas, incluidas las siguientes modificaciones estatutarias:

- (i) La modificación de lo previsto en el artículo 16 de los estatutos sociales, respecto de las restricciones en la enajenación de acciones.
- (ii) La realización de procesos de transformación, fusión o escisión.
- (iii) La inserción en los estatutos sociales de causales de exclusión de los accionistas o la modificación de lo previsto en ellos sobre el particular;
- (iv) La modificación de la cláusula compromisoria;
- (v) La inclusión o exclusión de la posibilidad de emitir acciones con voto múltiple; y
- (vi) La inclusión o exclusión de nuevas restricciones a la negociación de acciones.

Parágrafo.- Así mismo, requerirá determinación unánime del 100% de las acciones suscritas, la determinación relativa a la cesión global de activos en los términos del artículo 32 de la Ley 1258 de 2008

Artículo 26°. FRACCIONAMIENTO DEL VOTO: Cuando se trate de la elección de comités u otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto. En caso de crearse junta directiva, la totalidad de sus miembros serán designados por mayoría simple de los votos emitidos en la correspondiente elección. Para el efecto, quienes tengan intención de postularse confeccionarán planchas completas que contengan el número total de miembros de la junta directiva. Aquella plancha que obtenga el mayor número de votos será elegida en su totalidad.

Artículo 27°. ACTAS.- Las decisiones de la asamblea general de accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En caso de delegarse la aprobación de las actas en una comisión, los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.

Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas actas, autorizada por el secretario o por algún representante de la sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

Artículo 28°. REPRESENTACIÓN LEGAL.- La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien tendrá un

suplente o subgerente, designado para un término de un año por la asamblea general de accionistas. El subgerente remplazará al gerente en sus faltas temporales, accidentales y absolutas

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

En aquellos casos en que el representante legal sea una persona jurídica, las funciones quedarán a cargo del representante legal de ésta.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad, deberá ser aprobada por la asamblea general de accionistas.

Artículo 29°. FACULTADES DEL REPRESENTANTE LEGAL.- La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. En las relaciones frente a terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por sí o por interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica préstamos por parte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier otro tipo de garantía de sus obligaciones personales.

Capítulo IV DISPOSICIONES VARIAS

Artículo 30°. ENAJENACIÓN GLOBAL DE ACTIVOS.- Se entenderá que existe enajenación global de activos cuando la sociedad se proponga enajenar activos y pasivos que representen el cincuenta por ciento o más del patrimonio líquido de la compañía en la fecha de enajenación. La enajenación global requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. Esta operación dará lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes

y disidentes en caso de desmejora patrimonial.

Artículo 31°. EJERCICIO SOCIAL.- Cada ejercicio social tiene una duración de un año, que comienza el 1° de enero y termina el 31 de diciembre. En todo caso, el primer ejercicio social se contará a partir de la fecha en la cual se produzca el registro mercantil de la escritura de constitución de la sociedad.

Artículo 32°. CUENTAS ANUALES.- Luego del corte de cuentas del fin de año calendario, el representante legal de la sociedad someterá a consideración de la asamblea general de accionistas los estados financieros de fin de ejercicio, debidamente dictaminados por un contador independiente, en los términos del artículo 28 de la Ley 1258 de 2008. En caso de proveerse el cargo de revisor fiscal, el dictamen será realizado por quien ocupe el cargo.

Artículo 33°. RESERVA LEGAL.- la sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, formado con el diez por ciento de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Cuando esta reserva llegue al cincuenta por ciento mencionado, la sociedad no tendrá obligación de continuar llevando a esta cuenta el diez por ciento de las utilidades líquidas. Pero si disminuyere, volverá a apropiarse el mismo diez por ciento de tales utilidades, hasta cuando la reserva llegue nuevamente al límite fijado.

Artículo 34°. UTILIDADES.- Las utilidades se repartirán con base en los estados financieros de fin de ejercicio, previa determinación adoptada por la asamblea general de accionistas. Las utilidades se repartirán en proporción al número de acciones suscritas de que cada uno de los accionistas sea titular.

Artículo 35°. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS.- Todos los conflictos que surjan entre los accionistas por razón del contrato social, salvo las excepciones legales, serán dirimidos por la Superintendencia de Sociedades, con excepción de las acciones de impugnación de decisiones de la asamblea general de accionistas, cuya resolución será sometida a arbitraje, en los términos previstos en la Cláusula 35 de estos estatutos.

Artículo 36°. CLÁUSULA COMPROMISORIA.- La impugnación de las determinaciones adoptadas por la asamblea general de accionistas deberá adelantarse ante un Tribunal de Arbitramento conformado por un árbitro, el cual será designado por acuerdo de las partes, o en su defecto, por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de la Cámara de Comercio de Valledupar. El árbitro designado será abogado inscrito, fallará en derecho y se sujetará a las tarifas previstas por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de la Cámara de Comercio de Valledupar. El Tribunal de Arbitramento tendrá como sede el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de la Cámara de Comercio de Valledupar, se regirá por las leyes colombianas y de acuerdo con el reglamento del aludido Centro de Conciliación y Arbitraje.

Artículo 37°. LEY APLICABLE.- La interpretación y aplicación de estos estatutos está sujeta a las disposiciones contenidas en la Ley 1258 de 2008 y a las demás normas que resulten aplicables.

Capítulo IV DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Artículo 38°. DISOLUCIÓN.- La sociedad se disolverá:

- 1° Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración;
- 2° Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social;
- 3° Por la iniciación del trámite de liquidación judicial;
- 4° Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;

5° Por orden de autoridad competente, y

6° Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

Parágrafo primero.- En el caso previsto en el ordinal primero anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado concerniente o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

Artículo 39°. ENERVAMIENTO DE LAS CAUSALES DE DISOLUCIÓN.- Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 6° del artículo anterior.

Artículo 40°. LIQUIDACIÓN.- La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

Durante el período de liquidación, los accionistas serán convocados a la asamblea general de accionistas en los términos y condiciones previstos en los estatutos y en la ley. Los accionistas tomarán todas las decisiones que le corresponden a la asamblea general de accionistas, en las condiciones de quórum y mayorías decisorias vigentes antes de producirse la disolución.

DETERMINACIONES RELATIVAS A LA CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD

1. **Representación legal.-** Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado en este acto constitutivo, a **Diana Elizabeth Murcia Doncel**, identificado con la cédula de ciudadanía No. **1018463606**, como representante legal de **ACEITE GÜAICO S.A.S.**, por el término de un (1) año. Y como Suplente o Subgerente a **Andry Julieth Orozco Ramírez** identificado con la cédula de ciudadanía No. **1022386306**.

Enny Lorena Castillo Daza y Germán Andrés Rodríguez, participan en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual han sido designados, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de **ACEITE GÜAICO S.A.S.**

2. **Actos realizados por cuenta de la sociedad en formación.-** A partir de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, **ACEITE GÜAICO S.A.S.** asume la totalidad de los derechos y obligaciones derivados de los actos y negocios jurídicos, realizados por cuenta de la sociedad durante su proceso de formación:

3. **Personificación jurídica de la sociedad.-** Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, **ACEITE GÜAICO S.A.S.** formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2° de la Ley 1258 de 2008.

En constancia firman los socios accionistas constituyentes:

Andry Julieth Orozco Ramírez

C.C. 1022386306

Diana Elizabeth Murcia Doncel

C.C. 1018463606

ANEXO D FRUTO Y CULTIVO DEL AGUACATE HASS

	
Aguacate Hass, Casabianca Tolima (2016)	Cultivo de aguacate Hass, Casabianca Tolima (2016)
	
Árbol del fruto Hass, Casabianca Tolima (2016)	Fruto Hass, Casabianca Tolima (2016)

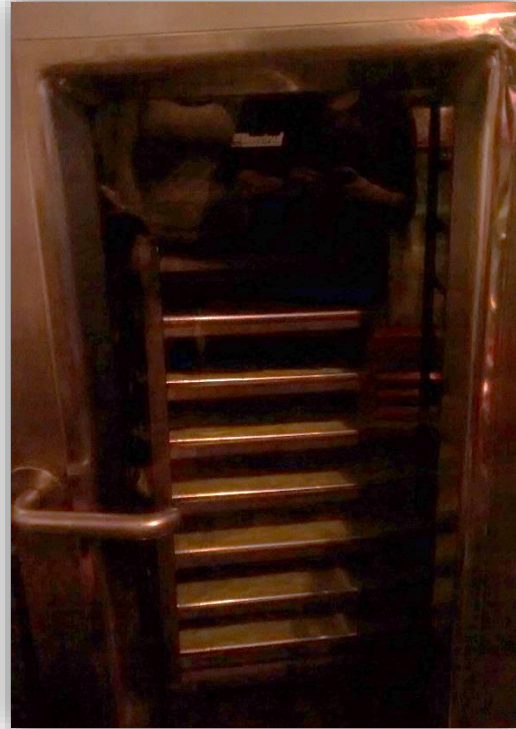
Fuente: Fotos tomadas por las autoras

ANEXO E PROCESO CASERO DE EXTRACCION DE ACEITE DE COCINA, AGUACATE HASS

Aguacate Hass	Peso de la cascara; este proceso se hizo para conocer el peso de los residuos de la materia prima-	Peso de la pulpa y semilla; este proceso se hizo para conocer la cantidad de pulpa por tipo de generación 1, 2 y 3-
Fruto despulpado y transformado en puré.		



Se coloca el puré en los recipientes con una ligera capa del mismo.



Se ingresa al horno con una temperatura de 40° C y se toma control de su textura.



-Pulpa totalmente seca tomando un color marrón y lista para extraer.
-Se remueve la pulpa colocándola en un filtro y en él se le aplica fuerza la cual permite la extracción pura del aceite de aguacate.

ANEXO F BALANCE GENERAL

<u>BALANCE INICIAL</u>	
ACTIVOS	
Caja	\$1.300.000
Activos Propiedad planta y equipo PPE	
Maquinaria y equipo	\$30.000.000
Equipo Computo	\$2.000.000
Seguridad	\$600.000
Muebles y enseres	\$4.900.000
- Depreciación acumulada	-
Cargos diferidos - Seguros	\$1.200.000
TOTAL ACTIVOS	\$40.000.000
PASIVOS	
Obligación financiera	\$20.000.000
Impuesto por pagar	-
TOTAL PASIVOS	\$20.000.000
PATRIMONIO	
Capital - Aportes	\$20.000.000
Utilidades acumuladas	-
TOTAL PATRIMONIO	\$20.000.000
TOT PAS + PAT	\$40.000.000

Fuente: las autoras

Para el 2021 la empresa presentará un total de activos por \$153.8 millones los cuales evidenciarán un crecimiento del 23.20% con respecto al periodo Inmediatamente anterior, siendo representados en un 88.66% por los activos fijos los cuales están compuestos enteramente por el disponible; mientras que los activos no corrientes se ven reflejados por el rubro Propiedad planta y equipo que sumarán \$37.5 millones sin presentar variaciones frente al 2020 y la depreciación de los mismos que significarán un porcentaje negativo del 13.03%

Los pasivos sumarán \$12.6 millones evidenciando un nivel de endeudamiento del 8.25%, lo que permitirá observar la disminución en las obligaciones contraídas con el sector financiero, las cuales pasarán de \$5.2 millones en 2020 a \$0 pesos en 2021; la única deuda que tendrá la empresa será por el pago de impuestos

La compañía tendrá un capital pagado de \$20 millones que representará el 13%, mientras que las utilidades acumuladas serán por \$121.2 millones con un aporte del 78.76%

BALANCE GENERAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
Caja	\$26.175.693	\$40.907.371	\$65.221.055	\$96.733.300	\$136.440.722
Activos Propiedad planta y equipo PPE					
Maquinaria y equipo	\$30.000.000	\$30.000.000	\$30.000.000	\$30.000.000	\$30.000.000
Equipo Computo	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000
Seguridad	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Muebles y enseres	\$4.900.000	\$4.900.000	\$4.900.000	\$4.900.000	\$4.900.000
- Depreciación acumulada	\$4.010.000	\$8.020.000	\$12.030.000	\$16.040.000	\$20.050.000
Cargos Diferidos	-	-	-	-	-
TOTAL ACTIVOS	\$59.665.693	\$70.387.371	\$90.691.055	\$118.193.300	\$153.890.722
PASIVOS					
Obligación financiera	\$17.056.472	\$13.659.950	\$9.740.722	\$5.218.346	-
Impuesto por pagar	\$5.985.773	\$5.160.708	\$7.345.905	\$9.842.632	\$12.689.600
Impuesto por pagar	\$538.860	-	-	-	-
TOTAL PASIVOS	\$23.581.105	\$18.820.658	\$17.086.627	\$15.060.977	\$12.689.600
PATRIMONIO					

Capital - Aportes	\$20.000.000	\$20.000.000	\$20.000.000	\$20.000.000	\$20.000.000
Utilidades acumuladas	\$16.084.588	\$31.566.713	\$53.604.428	\$83.132.323	\$121.201.122
TOTAL PATRIMONIO	\$36.084.588	\$51.566.713	\$73.604.428	\$103.132.323	\$141.201.122
TOT PAS + PAT	59.665.693	70.387.371	90.691.055	118.193.300	153.890.722

Fuente: Las autoras