

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA TRANSFORMADORA Y
COMERCIALIZADORA DE TOTUMO EN EL PATIA - CAUCA.

JOHN MAURICIO ESCOBAR JIMENEZ
CHARLES JOHN RODRIGUEZ BEJARANO

UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE ECONOMIA
BOGOTA, D.C.
2006.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA TRANSFORMADORA Y
COMERCIALIZADORA DE TOTUMO EN EL PATIA - CAUCA.

JOHN MAURICIO ESCOBAR JIMENEZ
CHARLES JOHN RODRIGUEZ BEJARANO

Estudio de factibilidad para optar al titulo de
Economista

Director.
Dr. CARLOS ARTURO MEZA CARVAJALINO
Economista.

UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE ECONOMIA
BOGOTA, D.C.
2006.

A nuestros padres...

A nuestros maestros...

A todos aquellos que nos acompañaron en
este largo recorrido.

Introducción

A través del proyecto propuesto, se contempla apoyar el establecimiento de una empresa para la transformación y comercialización del totumo como línea de empaque de alimentos y otra de manufactura liviana.

El desarrollo de actividades de esta industria puede ser una forma rápida y menos costosa de generar empleo e ingresos ya que los requisitos de capital son bajos, el mercado es amplio, hay empresas establecidas en el sector, hay materia prima disponible localmente y el proceso de producción requiere un alto contenido de mano de obra.

La estrategia básica es incentivar empresas, que ya producen y venden artículos y accesorios de casa y de empaque de alimentos en totumo en las ciudades principales de Colombia, a fabricar parte de su producción en la región del Patía.

Ya que la comunidad está interesada en los procesos de reconversión cultural y económica, se debe tener en cuenta que hay más de 600 mujeres cortamate ante quienes el proyecto ya ha sido socializado y deberían ser parte de la empresa a conformar; estas mujeres están ubicadas en las veredas del proyecto FUNDASET.

Titulo del proyecto: Establecimiento y operación de una empresa, a localizarse en el Municipio de Patía, Cauca, para la transformación y comercialización de productos en totumo y otras especies.

El objetivo fundamental de este trabajo es establecer y operar una empresa transformadora y comercializadora de totumo a localizarse en el Valle del Patía en el departamento del Cauca, que sea antes de 6 meses auto – sostenible y que comprenda una línea de empaque para alimentos y otra de manufactura liviana. La comercialización

de los productos finales deberá ir destinada al mercado regional, nacional y/o internacional.

Adicionalmente, se generan empleos directos e indirectos a través de los recolectores de materia prima, los comerciantes y transportadores involucrados en el proceso industrial de la fábrica. De esta manera se garantiza el proceso de sustitución de cultivos ilícitos, beneficiando a la comunidad con las utilidades que genere la empresa de procesamiento. La región misma se beneficiará por la generación de empleos, ingresos constantes y proceso de capacitación continuos.

Ubicación: La ubicación de la empresa será en el Municipio del Patía, Cauca

Área de influencia directa. El área de influencia directa cubre el municipio del Patía donde se encuentra físicamente la empresa e indirectamente todo el Valle de Patía en donde habita la comunidad beneficiaria y donde están los cultivos de totumo, materia prima base de la empresa.

Tamaño. El proceso de productivo tendrá una capacidad para por lo menos el procesamiento de 500.000 totumos anuales.

Este estudio servirá de guía económica a todo aquel que desee establecer y operar una empresa transformadora y comercializadora de totumo, no obstante si el lector desea ampliar información respecto a las características del totumo, deberá referirse a textos de agrícolas especializados.

El estudio para dar respuesta a la pregunta de investigación se dividió en 10 capítulos; el primer capítulo trata sobre la descripción del proyecto, en este se enumera la situación económica y política del país.

Un segundo capítulo sobre el estudio de mercado del totumo evidenciando la correcta elección del mercado objetivo a los cuales se quiere direccionar el proyecto, seguido de

un tercer capítulo llamado Estudio Técnico, donde se precisa el proceso productivo, desde la recolección de la materia prima (totumo) hasta el producto terminado.

Un cuarto capítulo denominado Estudio de Localización, donde se ubica el departamento del Cauca, Municipio del Patía como centro de operación del proyecto; el quinto capítulo se establece el estudio administrativo y de organización, que determina la misión, la visión, el organigrama de las

funciones de las personas que hacen parte de la empresa. El sexto capítulo desarrolla el estudio legal donde muestra cada una de las etapas para consolidar una Sociedad Anónima.

El séptimo capítulo analiza la situación contable, donde se recopila, interpreta y analiza los datos operacionales del negocio. Un octavo capítulo muestra los criterios de evaluación financiera con el fin de precisar la viabilidad o no del proyecto. En el capítulo nueve trata la evaluación socioeconómica enmarcando al proyecto en el enfoque de la teoría económica y reflejando los impactos directos e indirectos sobre la población beneficiaría. Un décimo capítulo exponiendo el estudio ambiental del proyecto mostrándonos los impactos negativos y positivos que generan la puesta en marcha del presente proyecto.

RESUMEN

A través del Proyecto Colombia Desarrollo Alternativo (CAD), y con la participación de la empresa privada, inicio las actividades en el Centro de Servicios del Totumo, proyecto financiado por la agencia de los Estados Unidos para el desarrollo internacional (USAID) para la implementación del proyecto USAID/Colombia "Reducción de Cultivos Ilícitos" y la Fundación Chemonics Colombia en representación de Chemonics Internacional Inc; quien obra en su condición de contratista de la USAID.

La finalidad del este convenio es el de establecer y desarrollar una empresa, localizada en el Municipio de Patía Cauca, para la transformación y comercialización de productos en totumo y otras especies, que generen empleo e ingresos de una manera rápida, eficiente y con bajos requisitos de capital con base en la vocación productiva de la región.

El proyecto beneficia directamente a 16 empleados de planta, 600 mujeres afropatianas cabeza de familia con tradición cortamate, y más de 200 familias recolectoras de totumos capacitadas para elaborar procesos primarios y que se encuentran en las veredas que erradicaron manual y voluntariamente los cultivos ilícitos.

Como resultado de esta fase nace PURE ART S.A. la cual inicia operaciones de transformación y comercialización del Totumo para producción en tres líneas: Empaque para alimentos (mate para dulces), de manufactura liviana (decoración y accesorios) y productos utilitarios.

Pure Art S.A. es una empresa en proceso de constitución bajo el esquema del Proyecto para el Desarrollo Alternativo (CAD), con participación de inversionistas privados, la comunidad Afropatiana del valle del Patía (Cauca) y Chemonics Colombia, como donante, en representación de la USAID; cuyo objeto social esta encaminado en el establecimiento y operación de una empresa para la transformación y comercialización de productos en totumo y cuya producción esta fragmentada en tres líneas: Empaque para alimentos, manufactura liviana y productos utilitarios. Además de procesos con valores agregados como la fabricación de piezas a base de totumo con aplicaciones en electroplata, madera, y coco.

El perfil del mercado inicialmente planteado por el área comercial esta enfocado en posicionar los productos derivados del Totumo en los mercados internacionales, claro esta que sin desatender el

mercado nacional, además de una participación activa en las ferias nacionales e internacionales como lo es el caso Gift Show de New York, con el apoyo de instituciones de gran reconocimiento nacional e internacional como AID TO ARTISANS y CHEMONICS COLOMBIA.

El mate por años se destinó exclusivamente para servir de empaque a los tradicionales dulces como el manjar blanco y el cortado. Hoy por hoy y gracias al apoyo del pueblo americano, las cortamates encontraron en esta materia prima nuevas alternativas productivas, donde por medio de la creatividad y el liderazgo que respaldan su trabajo, están fortaleciendo los lazos de integración de su comunidad Afropatiana. Están abriendo las puertas para dar a conocer la riqueza artística de su región.

Adicionalmente, esta comunidad esta comprometida con el proyecto, participando activamente en reuniones, capacitaciones, talleres, eventos especiales como ferias regionales y otro tipo de eventos dándose a conocer la riqueza humana de su región.

Es así como la empresa de manufactura liviana Pure Art S.A. ha ganado reconocimiento por su función social, ganándose la confianza y el respeto de la comunidad y la región, encontrándose en este momento en etapa de inicio de su actividad empresarial y en espera de que los inversionistas privados determinen la orientación estratégica y de mercado que guíe su operación futura, y optimice el uso de los recursos disponibles.

1. DESCRIPCION DEL PROYECTO

1.1. ACTIVIDAD ECONOMICA.

La economía colombiana continuó en una fase de expansión del ciclo económico. Así lo confirma el crecimiento del PIB de 3,6% en el primer trimestre de 2005. Aunque la cifra resultó menor que la del promedio de 2004, esto se puede atribuir, en buena parte, a la presencia de un menor número de días hábiles frente a igual período del año anterior (por el traslado de Semana Santa, de abril a marzo). En cuanto a los ingresos, el componente que más creció fue el de los impuestos indirectos netos de subsidios (11,0%), mientras que el valor agregado creció 3,1%. El crecimiento de los impuestos, menos subsidios, superó ampliamente el supuesto que se tenía (de 3,7%), así como el crecimiento observado en 2004, de 7,1%. Los impuestos que más crecieron fueron los derechos e impuestos sobre las importaciones (22,6%), los cuales, como es natural, están vinculados estrechamente a la evolución de las compras al exterior. Los recaudos de IVA crecieron 7,9%, lo cual podría estar asociado con mejoras en la eficiencia y con la entrada en vigencia de una parte de la reforma tributaria de 2003, que aumentó la tarifa de este impuesto del 7% al 10%, para cerca del 4% de la canasta del IPC.

Durante el primer trimestre, el crecimiento económico siguió impulsado por el aumento sostenido de la demanda interna (principalmente la inversión sin construcción de vivienda), y por el panorama externo favorable. Las buenas condiciones externas se reflejan en el crecimiento alto y estable que han presentado los principales socios comerciales de Colombia, y en la buena dinámica de los términos de intercambio, principalmente por los niveles relativamente altos de los precios en varios de los productos colombianos de exportación. Se esperaba una mejor dinámica del consumo de los hogares, su crecimiento anual para el trimestre fue sólo 3,2%, menor que el del promedio de 2004 (4,0%). Su desempeño continuó siendo dinámico en los sectores de bienes durables y semidurables, los cuales se expanden a tasas superiores al 10% y 4%, respectivamente. Lo que impidió un mayor dinamismo del agregado fue, una vez más, el crecimiento lento del consumo de bienes no durables y de servicios (1,9% y 2,1%, respectivamente, en el primer trimestre de 2005). La demanda interna, en conjunto, se incrementó a un ritmo superior al 5,0% en el primer trimestre de 2005. Este es un comportamiento relativamente bueno que no difiere mucho del observado en el promedio de los seis trimestres anteriores, e indica que el gasto agregado en la economía

mantiene la tendencia de expansión que se observa desde mediados de 2003 del ciclo económico, impulsada por la inversión y las exportaciones.

Aunque la demanda privada (consumo de los hogares e inversión diferente a obras civiles) se desaceleró frente al crecimiento del cuarto trimestre de 2004, tuvo un crecimiento satisfactorio y cercano al 5,0%. La dinámica de este agregado estuvo afectada por la desaceleración mencionada en algunos segmentos del consumo de los hogares y por la contracción en la FBKF del sector agropecuario (-0,8%), y del sector de construcción y edificaciones (-2,2%). Por el contrario, los gastos en FBKF en maquinaria y equipo, y en equipo de transporte crecieron a tasas altas (34,1% y 11,0%, respectivamente).

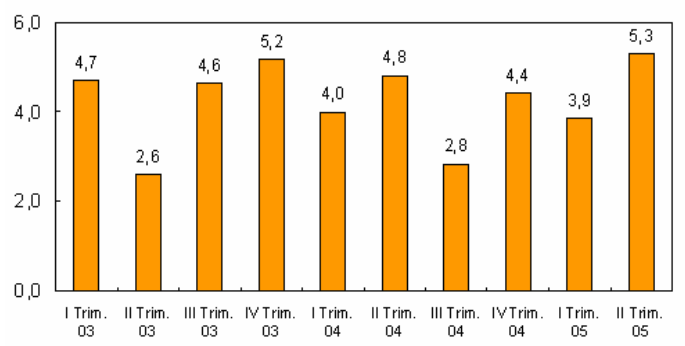
Colombia cuenta con un acceso privilegiado a más de 1,000 millones de consumidores los cuales son su plataforma exportadora y posee acuerdos de libre comercio como lo es el TLC con EEUU el cual se encuentra en proceso de negociación. Por otro lado esta el tratado de la Comunidad Andina de Naciones, CAN conformado por Colombia, Bolivia, Ecuador, Perú y Venezuela. Seguido por otro tratado como es el Grupo de los Tres, G-3 (Colombia, México y Venezuela) entre otros.

En la actualidad Colombia cuenta con regímenes especiales de comercio exterior dentro de los cuales se encuentran: 10 Zonas Francas, 5 Zonas Económicas Especiales de Exportación, Incentivos para usuarios altamente exportadores y Sistemas Especiales de Importación – Exportación.

La economía colombiana creció 5,3% para el tercer trimestre del 2005 respecto al mismo trimestre de 2004, presentando el mayor incremento anual trimestral desde 1998, donde la inversión jalonó un 24.7% el crecimiento de la demanda interna, cumpliendo ocho trimestres consecutivos con tasas de expansión de dos dígitos y tendencia al alza.

En los sectores que mostraron mayor inversión fueron los de maquinaria y equipo, con un crecimiento de 49,5% y en equipo de transporte con 29,7%. El consumo de los hogares mostró aumentos significativos, impulsando la economía, con un aumento de 5,3%. Este rubro se vio favorecido por las amplias condiciones de liquidez internas reflejadas en tasas de interés reales por debajo de sus promedios históricos, las mejores condiciones de empleo y el aumento permanente de los indicadores de confianza de los consumidores, entre otros factores positivos.

GRAFICO 1

Crecimiento anual PIB trimestres 2.003 - 2.005

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística. DANE.2005

La anterior grafica muestra el comportamiento del PIB desde el año 2.003, mostrando su tope máximo el segundo trimestre del año 2.005 alcanzando un 5.3% y su peor nivel en el año 2.003 con un pobre 2.6%. El crecimiento económico estuvo jalonado por el comercio, con un aumento de 10,2%, por el sector financiero con 9,8% y por el sector de la construcción con 7,8% y la demanda, con sus componentes privados como lo es consumo de los hogares e inversión obtuvo un crecimiento anual de 9,9%, y por su lado el componente público como consumo de administraciones públicas e inversión de obras civiles registra un 7,7%.

1.2 ENTORNO DE POLITICA FISCAL.

En este aspecto las políticas de ajuste del gobierno van encaminadas al cumplimiento de la disminución del déficit acordada con el Fondo Monetario Internacional de 1.6% del PIB para el presente año.

Durante el período de estudio el sector público consolidado registró un superávit de 0,8% del PIB. Con respecto al mismo período de 2004, se presentó una mejoría de 0,8 puntos porcentuales del PIB en el balance fiscal. Por su parte, el Gobierno nacional central registró un déficit equivalente a 2,3% del PIB, inferior en 0,2% al resultado del primer semestre de 2004, cuando el déficit fue de 2,5% del PIB.

1.3 ENTORNO MONETARIO.

Durante el segundo trimestre del año, el crecimiento anual de los agregados monetarios fue similar al observado en el primer trimestre. A junio, la base monetaria aumentó a una tasa anual de 19%, y los medios de pago (M1) lo hacían a 18,3%. Por otro lado, el crecimiento del ahorro financiero (M3) se aceleró, al pasar de 17,4% en marzo, a 18,9% en junio. La industria en el primer trimestre se explica, en parte, por un menor número de días hábiles. Desde el punto de vista de las fuentes de expansión de la base monetaria, la expansión de liquidez del mercado, debido a la compra de divisas y la compra definitiva de TES ha sido esterilizada en un gran porcentaje, y esto se ha efectuado, principalmente, con la venta de divisas al Gobierno y con los depósitos del Gobierno en el Emisor. En este sentido, el relativamente alto crecimiento que muestra la liquidez primaria parece obedecer a un aumento en la demanda y no es un síntoma de la existencia de excesos monetarios.

1.4. ENTORNO POLITICO.

El panorama político con las negociaciones de paz como epicentro ha afectado el clima de confianza de consumidores e inversionistas nacionales e internacionales y ha deteriorado las expectativas que los agentes económicos tenían sobre las posibilidades de crecimiento económico del país en el mediano plazo.

1.5. ENTORNO COMERCIAL¹.

Las economías de América Latina crecen a un ritmo mayor que el esperado hace tres meses, aunque aún se evidencia una desaceleración frente al año anterior. Los altos precios internacionales de algunos bienes básicos, como petróleo, algunos minerales y metales, junto con la fuerte demanda externa, siguen impulsando las exportaciones de la región. Además, la amplia liquidez internacional ha ayudado a mantener un abundante flujo de capital que estimula la demanda interna. El crecimiento para Venezuela y Ecuador, dos de los principales socios comerciales de Colombia, sigue respondiendo a los altos precios del petróleo. Para Ecuador, el crecimiento en el primer trimestre fue de 3,2%, moderado con respecto al trimestre anterior, como resultado de la crisis política que produjo un cambio de gobierno y del lento avance en las reformas estructurales. Para Venezuela el panorama ha sido bastante más alentador, como lo sugiere el crecimiento de 7,9% en el primer trimestre, por encima de los pronósticos contemplados en el

¹ Informe sobre Inflación, Banco de la República, Pág. 5-10, Junio 2005

informe anterior. Este crecimiento, por lo demás, no tuvo su origen solo en la economía petrolera sino también en una mejor dinámica del sector no petrolero y de la demanda interna. Todo lo anterior favoreció la estabilidad e incluso la apreciación de las monedas latinoamericanas, especialmente la de Brasil, cuya moneda continuó valorizándose frente al dólar, a pesar de los escándalos políticos que afectaron al Gobierno de dicho país y de algunos signos de debilitamiento económico. En el caso colombiano, el contexto externo ha llevado a que en los últimos meses se acentúe el mayor dinamismo de las exportaciones, y de algunos flujos de capital.

De otro lado, se ha registrado un aumento importante en el ingreso de divisas, en especial hacia carbón y petróleo. En contraste, no se han presentado entradas netas de capitales de corto plazo en cuantías importantes, y el sector privado ha estado efectuando giros al exterior para pagos de deuda externa y aumento en las cuentas corrientes. Estos movimientos, que probablemente habrían implicado una mayor apreciación de la moneda como ha sucedido en otros países, han sido, en buena medida compensados por la intervención discrecional del Banco de la República en el mercado cambiario. A junio de 2005, el monto total del compras de divisas efectuadas Tasa de cambio de diferentes monedas latinoamericanas.

1.6. ENTORNO DE INFLACION².

La situación inflacionaria en junio confirma las principales tendencias que se han venido observando a lo largo del año: la reducción de la inflación básica y de las expectativas de inflación, y la alta probabilidad de cumplir la meta de 2005. "La reducción en la inflación sin alimentos (de 4,8%, en marzo, a 4,3% en junio) se presentó en transables y en no transables. Como en el primer trimestre, en éste la caída de la inflación de transables reflejó el comportamiento de la tasa de cambio. La reducción de la inflación de no transables fue resultado, principalmente, de la existencia de excesos de capacidad y de la reducción paulatina de las expectativas de inflación. "De otro lado, en lo corrido del año, la economía colombiana continuó en una fase de expansión. Así lo confirman el crecimiento del producto interno bruto (PIB) al primer trimestre (teniendo en cuenta el menor número de días hábiles) y la mayoría de los indicadores económicos disponibles a la fecha. El crecimiento provino, principalmente, de las exportaciones y de la inversión. "Los principales factores que determinarán el comportamiento de los precios en los próximos cuatro a ocho trimestres son la evolución de las expectativas de inflación, la existencia o no de presiones inflacionarias de costos y salarios, el comportamiento del tipo de cambio y la evolución de la brecha del producto. " Las expectativas de inflación continuaron disminuyendo. La credibilidad en el

²www.banrep.gov.co, Informe Inflación 2005

cumplimiento de la meta en 2005 está en un máximo histórico, y las expectativas para junio de 2006 se sitúan en 4,9%, de acuerdo con la encuesta mensual del Banco. No obstante, las expectativas derivadas del diferencial de tasas de bonos indexados y no indexados a más de tres años aún se sitúan en 5%.

1.7. ENTORNO CAMBIARIO.

Las proyecciones de tasa de cambio no presentaban una tendencia a la depreciación del peso colombiano durante 2005, en razón del buen dinamismo de nuestros principales socios comerciales (aunque inferior al que presentaron en 2004), y de la corrección al alza de las proyecciones de los términos de intercambio. Además, se esperaba que se mantuviera una amplia liquidez en los mercados internacionales sin repuntes importantes en las primas de riesgo-país, incluso ante ajustes graduales de las tasas de interés por parte de la Fed. Las proyecciones de balanza de pagos indicaban, sin embargo, que esta situación sería transitoria, y que en 2006 podrían presentarse, nuevamente, presiones hacia una devaluación.

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. DESCRIPCION DEL PRODUCTO:

Es necesario estudiar, valorar y analizar varios aspectos importantes tales como la elección del mercado o mercados a los cuales van a ir destinados los productos, de manera tal que se deberá identificar la estructura de la explotación, comercialización de los productos y subproductos que el mercado permita obtener.

Se presenta al mercado una gran variedad de productos derivados del Totumo y otras especies. El Totumo es una fruta de árbol con nombre científico *Crecentia Cujete* que crece en Colombia especialmente en la región del Patía. Sus características físicas hacen del fruto una corteza fuerte redonda o ampliada que facilita elaborar los artículos de decoración y utilitarios.

Para el desempeño óptimo se determinó que los productos viables para los mercados externos van relacionados directamente al sector de artesanías, decoración y regalos específicamente en productos utilitarios, decorativos, estéticos para el hogar, con diversos diseños y aplicaciones de materiales; cumpliendo así con los requerimientos del mercado, con productos de buena calidad y excelente presentación.

2.1.1 Mate para Manjar: El mate es un producto recolectado del árbol de manera manual o con la ayuda de un gancho metálico acondicionado. Posteriormente es partido para retirar la pulpa en el mismo sitio y luego transportado al Centro de servicios del Totumo como materia prima.

Esta materia prima es seleccionada por tamaños de $\frac{1}{4}$, $\frac{1}{2}$, 1 libra, 1 kilo. Posteriormente se selecciona según los requerimientos del mercado y se empaca en bolsas de gran capacidad de almacenamiento, para luego ser transportadas hasta su lugar de destino.

2.1.2 Productos decorativos en Totumo: El Totumo es recolectado de dos formas: de árbol (Crecentía Cujete) y de cultivo (choca). Esta materia prima es recibida en el Centro de Servicio del Totumo para posteriormente clasificarla por los siguientes tamaños: (extra pequeño, Medio Pequeño, pequeño, mediano y grande).

El desarrollo de productos decorativos varía según diseño y procesos adicionales, lo que genera un mayor tiempo de fabricación en la fabricación del producto terminado.

2.1.3 Productos utilitarios en Totumo: Tiene las mismas características del producto decorativo pero con la función específica de ser un producto utilitario. Además esta línea de productos tiene aplicaciones con otros materiales como la madera para darle un mejor acabado y presentación del mismo.

Tabla No. 1 Tabla de Productos

LÍNEA DE PRODUCCIÓN	CAPACIDAD PRODUCCIÓN MES	PRODUCTO SUSTITUTO	USOS
EMPAQUE PARA ALIMENTOS (MATE)	620.620 Unid	Empaques en diversos materiales	Empaque natural para alimentos (dulces)
ARTICULO DECORATIVO EN TOTUMO –MADERA	47.600 Unid	Artículos decorativos en otros materiales	Adornos para Hogar, Oficina, Navidad, etc.
ARTICULO DECORATIVO UTILITARIO EN TOTUMO	10.000 Unid	Artículos utilitarios en otros materiales	Decoraciones para la mesa, utilitarias

2.2 MERCADO.

Las actividades económicas tienen lugar a través de mercados. En el más amplio de los sentidos, un mercado no es necesariamente un lugar, sino, por el contrario una institución a través de la cual operan las fuerzas determinantes de los precios, es decir la oferta y la demanda.

Se entiende como oferta "la cantidad de un bien o servicio que los sujetos económicos están dispuestos a vender a un precio en un mercado o en un tiempo determinado"³ y "demanda como

³ RUDIGER Dornbusch, Stanley Fischer, Economía Micro & Macro, Bogotá, Tomo 1 Pág. 24, Mac Graw Hill, 1.994.

la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y en un período determinado.”⁴

Existen diferentes tipos de mercado de acuerdo al número de participantes dentro del mismo, estos son:

Tabla No. 2

TIPOS DE MERCADO

Vended. Comprad.	Uno	Varios	Muchos
Uno	Mono/bilateral	Monosonio	Monopsonio puro
Varios	Monopolio	Oligo/bilateral	Oligopolio
Muchos.	Monopolio puro	Oligopolio puro	Competencia perfecta.

De acuerdo a lo anterior, se clasificó el tipo de mercado del totumo como Oligopolio puesto que dentro del mercado existen pocos vendedores y muchos compradores.

Cuando existen más de dos empresas en el mercado sin que este llegue a constituirse en una industria competitiva se habla de un Oligopolio.

2.2.1. Demanda del mercado Por medio del análisis de la demanda se pretende determinar las condiciones que afectan directa o indirectamente la compra del totumo ya sea como insumo para la elaboración de artesanía o como empaque para manjar blanco.

Como ya se mencionó la demanda es la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y en un período determinado. Cuanto mayor sea el nivel de precios, menor será la cantidad demandada. En la medida en que el precio sea más alto, se demandará una menor cantidad de un bien o servicio, (con otros factores constantes). Cuando existan movimientos en otras variables diferentes al precio, se conocerán como cambios de la demanda.

⁴ RUDIGER Dornbusch, Stanley Fischer, Op, cit., Pág 34.

Estas variables pueden ser los gustos, preferencias, el ingreso, precios de los bienes relacionados y los cambios en las expectativas de los precios relativos a futuros

De acuerdo a los cambios en la demanda con relación a la variación en los ingresos de los consumidores se dice que el totumo corresponde a bienes normales los cuales son comprados en mayor número cuando el nivel de ingreso del consumidor aumenta, y del cual el individuo compra menores cantidades cuando su ingreso disminuye.

La demanda del totumo depende principalmente de los gustos y preferencias del consumidor final, para ello se desarrolla una estrategia en diseño y precio que responda a las necesidades del mercado nacional e internacional.

PURE ART SA tiene establecido un área de mercadeo y ventas, que actualmente funciona con enfoque al mercado internacional, claro esta sin descuidar el mercado nacional.

La estrategia comercial de internacionalización va ligada al desarrollo de un Plan estratégico exportador cuyo fin es el de evaluar los posibles mercados potenciales, a través de un análisis cualicuantitativo de afinidad de los productos desarrollados por la planta de producción y la aceptación por parte del consumidor.

Actualmente la gestión de exportación ha sido trabajada, generando buenos resultados, debido a la planeación de eventos feriales nacionales e internacionales con el apoyo de Aid To Artisans y Chemonics Colombia.

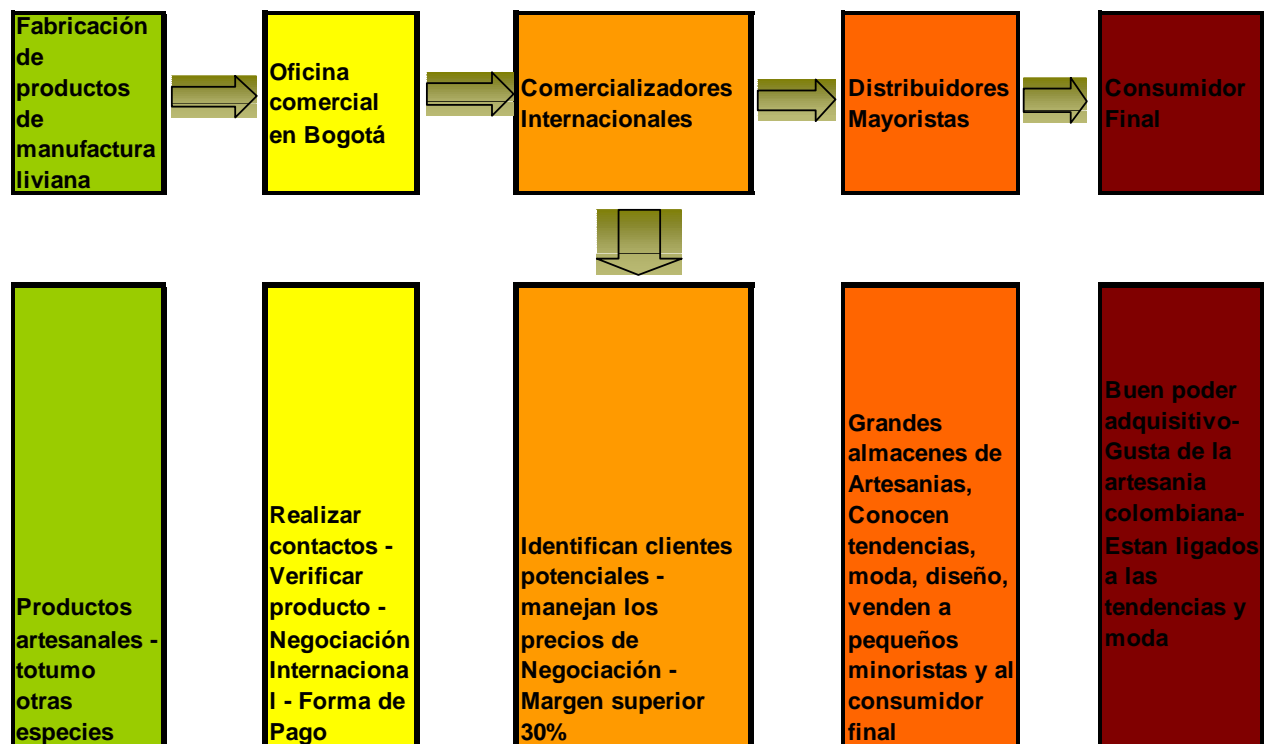
Los eventos que la compañía ha programado durante su estructura de constitución son los siguientes:

- Macro rueda de Negocios en Houston-Estados Unidos
- Feria International Frankfort – Alemania
- Agenda comercial con clientes internacionales
- Feria International New York Gift Show
- Participación en eventos nacionales, entre otros.

Los resultados hasta la fecha han sido satisfactorios ya que se han identificado clientes potenciales que se han interesado en el producto, logrando en el término de tres meses de funcionamiento productivo realizar exportaciones tanto directas como indirectas.

El esquema de comercialización internacional manejado por la compañía es el siguiente:

Grafico No.2 Esquema de Comercialización Internacional



Fuente: Elaboración por los autores

En cuanto al mercado nacional el esquema de negocio es diferente al anteriormente mencionado ya que se manejan dos líneas de producción: la de mate y la manufactura liviana.

Este primero, cuenta con un potencial de mercado en crecimiento, debido a que las industrias que demandan este producto (sector dulcero), requieren del mate para la presentación de su producto final.

En segunda instancia, PURE ART SA diseña estrategias comerciales con el fin de competir en el mercado nacional, desarrollando nuevos nichos de mercado y realizando alianzas estratégicas con diversos organismos del sector.

Dentro las posibilidades de negocio PURE ART SA ha realizado contactos comerciales con las siguientes empresas:

- The pottery
- Aid To Artisans
- Salvarte
- Home Center
- Carrefour

Teniendo como clientes ya establecidos The Pottery, ATA, Salvarte y en proceso de negociación Home Center y Carrefour.

Los parámetros para el servicio de Pre y Posventa se realizan de manera consecuente de acuerdo a la forma de negociación y a las condiciones específicas del cliente; teniendo un apoyo del área administrativa en Bogotá en el manejo de la comunicación, empleando medios como Internet, sistema telefónico - fax, entre otros.

En cuanto al seguimiento de los clientes se realiza de manera conveniente, siendo por vía telefónica celular sobre la satisfacción del cliente y asesoría técnica según el caso. Igualmente sucede con el proceso de captación de clientes, en donde se crea una base de datos, identificando necesidades de los clientes, ubicación, forma de contactarlos y planificación de agenda comercial.

En cuanto a la segmentación de mercados la compañía tiene claridad sobre la definición del mercado objetivo y de acuerdo a la estructura de la misma. Para tal efecto se ha iniciado un proceso de inteligencia de mercados con el fin de determinar un modelo de negocios viable, teniendo en cuenta los diversos nichos de mercados que a continuación se desglosan de la siguiente forma:

Grafico No. 3 Clasificación Clientes

CLIENTES POTENCIALES		TIPO DE CLIENTES	REQUERIMIENTOS DE MERCADO
DISTRIBUIDORES MAYORISTAS COMERCIALIZADORES BROKERS	ARTICULOS DE DECORACIÓN REGALOS ARTESANIAS	COMERCIALIZADORES DISTRIBUIDORES MAYORISTAS MINORISTAS	PRECIO - CALIDAD- UNIFORMIDAD EN LOS PRODUCTOS BUENA PRESENTACIÓN CUMPLIMIENTO EN LA ENTREGA AJUSTE A LA MODA ACTUAL EMPAQUES Y EMBALAJES APROPIADOS ENVIO DE MUESTRAS VARIEDAD DE PRODUCTOS - DISEÑO % DE INTERMEDIACIÓN ALTO
	DISEÑO - COLOR - MODA - JOYERIA ACCESORIOS BISUTERIA	BROKERS ALMACENES DE CADENA CADENA CONSUMIDOR FINAL	

Fuente: Elaboración por los autores

Los mercados explorados en los que se esta teniendo participación son: distribuidores, Brokers, comercializadores, distribuidores).

La política de precios de PURE ART SA varía de acuerdo al canal de distribución empleado, manejándose diferentes precios entre mayoristas, distribuidores y consumidores finales.

Finalmente, en la región del Patía PURE ART SA adelanta la construcción de un Show Room, con el fin de exhibir y dar a conocer los productos derivados del totumo y así generar otra entrada de ventas directas en la fabrica, además de identificar otro tipo de clientes potenciales que pasan por la vía Panamericana.

2.2.2. Definición de Objetivos Los objetivos trazados en el Plan comercial se basan en el incremento en las ventas, definiendo los precios de los productos y así lograr obtener el punto de equilibrio entre las unidades vendidas y ventas en pesos colombianos.

Además el área comercial a través del objetivo estratégico, busca definir unas políticas de negociación tanto para el mercado nacional como internacional, facilitando al cliente la opción de negocio más viable y asegurar la venta, claro esta que apoyado por un Plan comercial establecido.

Tabla No.3 Definición Objetivos.

OBJETIVO ESTRATEGICO	INDICADOR
◆ Generar Altos Niveles de Ventas	◆ Precio de la empresa / Precio de la Competencia
◆ Políticas de Negociación	◆ Plan de Condiciones
◆ Tener precios competitivos	◆ Precios Internacionales / Precio de la compañía

◆ Establecimiento Plan Comercial	◆ Información mercado nacional e internacional
----------------------------------	--

2.2.3 Justificación de la Estrategia de Mercado Nacional: Encaminada a ofrecer los productos en regiones donde no han sido explorados los mercados a nivel nacional, con el fin de ser reconocidos como los productores y distribuidores líderes en la elaboración de complementos vitamínicos supliendo las necesidades básicas de la alimentación colombiana.

A nivel externo: se realiza un análisis detallado de la demanda de los productos ofrecidos por la compañía tanto para los mercados de Latinoamérica como del continente europeo De acuerdo a la disponibilidad de información que posea la empresa al respecto.

2.2.4 Identificación de Productos El portafolio de productos se encuentran inscritos dentro del sistema de clasificación (sistema armonizado / Harmonized System), lo que facilita realizar análisis en el mercado internacional e identificar productos que pueden tener diferentes nombres según el país donde se encuentren.

PRODUCTO	POSICIÓN ARANCELARIA
MATERIAS VEGETALES O MINERALES PARA TALLAR. TRABAJADAS. Y MANUFACTURAS DE ESTAS MATERIAS. MANUFACTURAS MOLDEADAS O TALLADAS DE CERA. PARAFINA. ESTEARI (ARTICULOS DECORATIVOS EN TOTUMO)	96 02 00 90 00
ARTÍCULOS DE MADERA PARA MESA Y COCINA, EXCEPTO CUCHARAS Y TENEDORES (ARTICULOS DECORATIVOS - UTILITARIOS EN TOTUMO-MADERA)	44 19 00 00 00

2.2.5 Comportamiento del Mercado

2.2.5.1 Mercado nacional El mercado nacional del mate cuenta con un potencial de clientes ya preestablecidos definiendo como mercado objetivo las grandes empresas dulceras del valle, cauca y otros departamentos, quien a su vez demandan empaques para alimentos, específicamente para el

manjar blanco, lo que hace un producto diferenciador para el mercado internacional y de pleno posicionamiento para el mercado nacional.

PURE ART S.A., en su estrategia comercial plantea el negocio del mate como una oportunidad a corto plazo, ya que se realizó un sondeo, identificando clientes potenciales que muestran un interés por realizar negocios de grandes volúmenes y con una frecuencia de compra mensual.

En cuanto a las líneas de productos decorativos y utilitarios, la compañía formaliza alianzas estratégicas con empresas comercializadoras y de promoción en la ciudad de Bogotá, con el fin de ampliar cobertura y tener una mayor participación en el mercado. Adicionalmente la gestión comercial también se ha focalizado en la exploración de nuevos nichos de mercado como lo son las grandes superficies: Carrefour, Homecenter, entre otros.

2.2.5.1.1 Clientes Potenciales En el Valle del Cauca funcionan tres (3) fábricas en los municipios de Buga y Cali que manejan cerca del 60 % del mercado del manjar blanco en este departamento. Existen seis (6) fábricas organizadas formalmente y siete (7) pequeñas fábricas que funcionan informalmente. Las dos principales son **Dulces del Valle y Dulces Embajador** que manejan el 50 % del mercado.

2.2.5.1.1.1 Dulces del Valle Ubicada en la Ciudad de Buga en la carrera 11 No. 3-52, teléfonos 2283394 y 2272335, Gerenciada por el Doctor Andrés Gutiérrez. Es una empresa fundada en 1.926, muy organizada y actualmente exporta mensualmente cerca de 3.000 unidades de dulce envasado en mates de diferente referencia. Para satisfacer su demanda de mate compran el 90% del producto a comerciantes quienes lo transportan desde el departamento del Tolima y el 10% restante a comerciantes quienes lo llevan desde la región del Patía. Han empezado a cubrir las épocas de escasez del totumo con compra de envases plásticos.

La empresa está interesada en comprar mate a PURE ART SA en un estado de arte más avanzado, inclusive, listo para dosificar; esto es: bordes bien pulidos y parejos, lavado, desmanchado, desinfectado, seco a altas temperaturas, clasificado por tamaño y referencias y en empaque higiénico como bolsas plásticas.

Las salidas por consumo de mates en la producción del año 2002 por cada una de las referencias fueron las siguientes:

Tabla No. 4 Datos de la Demanda

REFERENCIA	COMPRAS (Unidades)	
	Año 2.004	Año 2.005*
Mate de 450 gramos (libra)	136593	96.108
Mate de 250 gramos (media)	142255	113.321
Mate de 125 gramos (1/4)	19152	9.843
Mate de 900 gramos (kilo)	15419	13.335
Mate plástico de ½	9510	33.371
Mate plástico de libra	8871	16.946
TOTAL	331800	282.922

* Acumulado a 28 de octubre/05

Fuente Dulces del Valle

La empresa a mostrado el interés de adquirir de PURE ART SA, el 50% del total de su demanda, realizando entregas periódicas de acuerdo con sus necesidades, es decir PURE ART SA, manejaría los inventarios en sus bodegas. El pago es a 30 días.

Tabla no. 5 Resumen de consumo de mates a octubre 28 del año 2005

REFERENCIA	CONSUMO MENSUAL DE MATE										
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agost	Sept.	Oct.	TOTAL
Libra	18661	6540	3862	10000	11568	6252	15263	4806	9156	9998	96106
½	16427	6691	4312	12807	10753	7579	14395	8983	18680	12694	113321
¼	1046	2751	-----	-----	1293	808	1928	655	682	680	9843
Kilo	2047	1222	-----	869	2640	-----	2740	798	1296	1723	13335
Plástico De Libra	500	950	-----	-----	-----	-----	-----	5541	15442	10938	33371
Plástico de ½ libra	-----	-----	-----	130	441	122	-----	3365	8412	4476	16946
TOTAL	38681	18154	8174	23806	26695	14761	34326	24148	53668	40509	282922

2.2.5.1.1.2 Dulces Embajador Ubicada en la calle 27 No. 33B – 32, de la ciudad de Cali, teléfono 3351255, es la segunda industria más grande de manjar blanco del Valle del Cauca. Su propietario y gerente es el señor Germán Quinchía.

Tabla no. 6 datos de demanda

REFERENCIA	COMPRAS (Unidades)	
	Año 2.004	Año 2.005
Mate de 450 gramos (libra)	99565	
Mate de 250 gramos (media)	97063	
Mate de 750 gramos (1/4)	3293	
TOTAL	199921	

Fuente Dulces Embajador

Tabla no. 7 resumen de consumo de mates a septiembre 2005

REFERENCIA	CONSUMO MENSUAL DE MATE									
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	TOTAL
Libra	7105	4360	5300	7500	6750	6900	9300	8150	6900	62265
$\frac{1}{2}$	7200	4400	5400	7450	6340	6720	9650	8600	7100	62860
750 grs.	290	180	250	320	220	240	360	320	260	2440
TOTAL	14595	8940	10950	15270	13310	13860	19310	17070	14260	127565

Esta empresa no utiliza el mate de 125 gramos. Las ventas de esta empresa son a nivel nacional, principalmente al eje cafetero y sur del país.

2.2.5.1.1.3 Empresa Cortijo El Palmar La empresa la gerencia la señora Beatriz García, sus ventas son del orden de 150.000 unidades al año, principalmente de las referencias de libra y media libra, entre estas dos referencias está el 95 % de sus ventas y un 5% de las referencias de cuarto y de kilo.

En la ciudad de Popayán existen varias fábricas de dulces quienes también han mostrado interés en adquirir sus envases al centro de Servicios del Totumo, una de ellas es **Dulces Rinconcito**.

Es una empresa que desde el año 1.989 en el sector de los dulces derivados de la leche de vaca y de la guayaba. Inicialmente abastecía tiendas y pequeños supermercados de Popayán y años después incursionó en el mercado nacional de grandes supermercados de cadena del país. Sus mercados principales son: Ipiales, Pasto, Popayán, Cali y el Eje Cafetero.

Los volúmenes de compras del año 2.005, las proyecciones del año actual y los precios pagados por cada referencia, se presentan en la siguiente tabla:

Tabla no. 8 datos de demanda

REFERENCIA	COMPRAS (Unidades)	PROYECCION	
	Año 2.004	Año 2.005	Precio/Docena
Mate de 450 gramos (libra)	70.900 (51%)	85.000	2.100
Mate de 250 gramos (media)	62.500 (44%)	75.000	1.600
Mate de 125 gramos (1/4)	2.716 (2%)	3.200	1.000
Mate de 900 gramos (kilo)	4.023 (3%)	5.000	2.100
TOTAL	140.139	168.200	

Fuente Empresa Cortijo el palmar

La compañía retoma el esquema planteado inicialmente por la comunidad afropatiana y empieza a desarrollar un producto de mejor calidad, mejor presentación y con precios competitivos, garantizando a la industria dulcera cumplimiento en la entrega, calidad del mate, volumen de pedido y a la empresa una excelente oportunidad de mercado.

2.2.5.2 Mercado Internacional⁵ El mercado norteamericano, no es un mercado fácil no se presta a operaciones ocasionales, sino que requiere del exportador dedicación y un plan de operaciones claro. Las principales características del mercado norteamericano vienen determinadas por su desarrollo, el tamaño de la economía y el tamaño físico del país. El inmenso tamaño de la

⁵ Inteligencia de Mercados, Estados Unidos – PURE ART

economía, más la propensión que tiene ésta hacia la importación, hacen del mercado estadounidense posiblemente el más atractivo de cuantos una empresa pueda afrontar.

Es el mayor mercado de productos artesanales del mundo y el país que más gasta en artículos de decoración y regalos. Lo que lo convierten en destino prioritario para cualquier exportador de productos artesanales, aunque no hay que olvidar lo altamente competitivo que aparece así como la complicada regulación del mismo.

La población crece aproximadamente un 1% al año, según datos del US Department of Commerce, con lo que en 2010 se alcanzarán los 299 millones de habitantes y los 312 en 2015. Los grupos de edad que más aumento experimentarán será los de 5-14, 55-64 y los de más de 65 años. El del grupo comprendido entre 5- 14 años se prevé que suponga el 13,1% del total en 2010 y el 13% en 2015. Mientras que los grupos de 55-64 y 65+ años se espera que totalicen un 11,8% y 12,8% en 2010, respectivamente. Geográficamente, de los 290 millones de habitantes, un 77% vive en ciudades, de los cuales un 50% lo hace en las 39 áreas metropolitanas más importantes. Siendo California y Nueva York los estados más poblados

El sector de decoración se caracteriza por ser de gran dimensión al tratarse de empresas que cuentan con una gran producción y que tecnológicamente son avanzadas. La mayoría de la industria gira en torno a la producción de muebles de High Point (Carolina del Norte); no obstante la tendencia ha llevado a las industrias reducir costos, lo que ha significado un desplazamiento de instalaciones productivas desde Estados Unidos hacia México, donde los costos laborales son inferiores. En artículos de decoración Estados Unidos es un país importador donde sus principales proveedores son Italia, Francia, México, China, Brasil, Taiwán.

2.2.6 Características del Consumidor⁶ Sin importar la región o el producto, los consumidores tienen cierto presupuesto disponible para decorar sus hogares cada dos años. Los consumidores estadounidenses gastan más en regalos y artículos decorativos que lo gastan en ropa.

Los artículos que permiten establecer un lazo emocional con el consumidor, tales como artículos de colección, regalos exclusivos con licencia de propiedad, o artículos que incentiven los sentidos, como la vista, el olfato y el tacto tienen una elevada demanda entre los consumidores que buscan hacer de sus hogares unos espacios acogedores y confortables.

⁶ Ibid

Los consumidores estadounidenses se sienten especialmente atraídos hacia piezas con alguna carga emocional, de tal manera que puedan ser apreciadas más que por su aspecto. Por eso es importante, a la hora de exponer la mercancía, mostrar de alguna manera su proceso de elaboración, ya sea a través de fotografías o videos.

A continuación se presenta una tabla resumen de los principales productos artesanales y de regalo que demandan los consumidores estadounidenses.

Tabla No. 9 Productos Artesanales

Artículos de Vidrio	Figuras decorativas
Artículos tradicionales	Juguetes originales
Artículos originales para el jardín	Aromatizantes
Artículos para Fiestas	Potpourris
Artículos para el hogar	Muñecas
Libros decorativos	Joyería / adornos

El consumidor de artesanías estadounidense tiene el siguiente perfil:

- Tiene altos ingresos, lo cual permite comprar bienes no básicos.
- Tiene un espacio disponible para poder exhibir los objetos artesanales que adquiere.
- Tiene una elevada sensibilidad para los productos hechos a mano y provenientes de materias primas sostenibles.
- Tiene un nivel cultural elevado, lo cual le genera interés por diversas culturas diferentes a la propia personalidad y comunicar a los demás su conocimiento.

2.2.7 Requisitos de Acceso al Mercado⁷ Las regulaciones y requerimientos especiales de importación de productos al mercado de Estados Unidos, son esencialmente aplicados para la protección de la seguridad social y su economía, la conservación de la vegetación domestica y la vida animal: así como salvaguardar la salud de sus consumidores.

El sistema de normas técnicas en Estados Unidos es manejado por el sector privado. Las normas técnicas son establecidas por la industria privada y son de voluntaria aplicación para ellos. Sin embargo, se tornan obligatorias cuando se piensa en exportar bienes a este país.

Algunas regulaciones incluyen:

- Contenido de pintura y plomo: se prohíben los productos que incluyan una superficie o pintura con más de 0,06% de plomo. Esto incluye los muebles y juguetes, así como cualquier otro artículo que pueda ser utilizado por niños.
- Requisitos de inflamabilidad: todo producto que ingrese a los Estados Unidos, debe cumplir con las regulaciones y estándares de inflamabilidad. Esto incluye a prendas de vestir, alfombras, y otros artículos.
- Cestería: deben cumplir con los requisitos establecidos por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, específicamente el Plant Quarantine Act (PQA) establecido para prevenir el ingreso de ciertas pestes; las regulaciones del Fish and Wildlife Service (FWS), que incluyen las regulaciones del CITES sobre la utilización de especies exóticas y protegidas.

2.2.8 Análisis de Precios Los precios del mercado nacional oscilan según se estacionalidad es decir varía de acuerdo a la demanda del producto, específicamente del mate, ya que este es un empaque especial para el almacenamiento de este tipo de alimento. Los precios promedio por docena varían de acuerdo al tamaño como lo pueden ver en el cuadro anexo:

Tabla No. 10 Precios

PRODUCTO	1/4	1/2	1 LIBRA	1 KILO
PRECIOS MATE POR DOCENA	2.038	2.606	3.039	3.516

Fuente: Precios de Mercado de Algunas dulceras,⁸

En cuanto a la Fluctuación de precios del Mercado Internacional Objetivo, la forma más habitual de entrar en este mercado es mediante la venta directa o mediante representante, ya que se debe considerar el precio del producto en Colombia, habrá que añadirle una serie de costes para poder conocer aproximadamente cuál es su precio de venta al público en los EE.UU. y poder valorar si es un producto competitivo o no.⁹

⁷ Ibid

⁸ Información suministrada por la empresa PURE ART S.A.

⁹ Inteligencia de Mercados, Estados Unidos 2005 – PURE ART S.A.

Los rangos de precios de los artículos artesanales varían de acuerdo al tipo de productos y los materiales empleados, llegando a oscilar los precios entre USD 15 y 99. Sin embargo existen productos que pueden costar entre USD 100 y 500, según The Craft Report.

El precio final del producto se encarece en caso de que la empresa opere con representante más de 4,3 veces y si vende directamente al detallista se multiplica por 3,9. Ello considerando el precio en pesos, puesto que al hacer el cambio a dólares con el tipo de cambio actual (1 USD = \$2.300) la diferencia de precio respecto a piezas de fabricación estadounidense o asiática se incrementa. De ahí que entrar a competir por precio sea imposible, hay que dirigirse a ese nicho de mercado que busca calidad y que paga más por ella.

2.2.9 Análisis de La Competencia Y Canales de Distribución del Producto¹⁰ La competencia en el mercado norteamericano se hace cada día más fuerte debido a los alcances de otros países por posicionar sus productos de una manera masiva, como lo es el caso de China, Taiwán, Vietnam, ofreciendo al mercado productos de origen artesanal a un precio inferior y con calidades aceptables para el exigencias del consumidor de artículos decorativos.

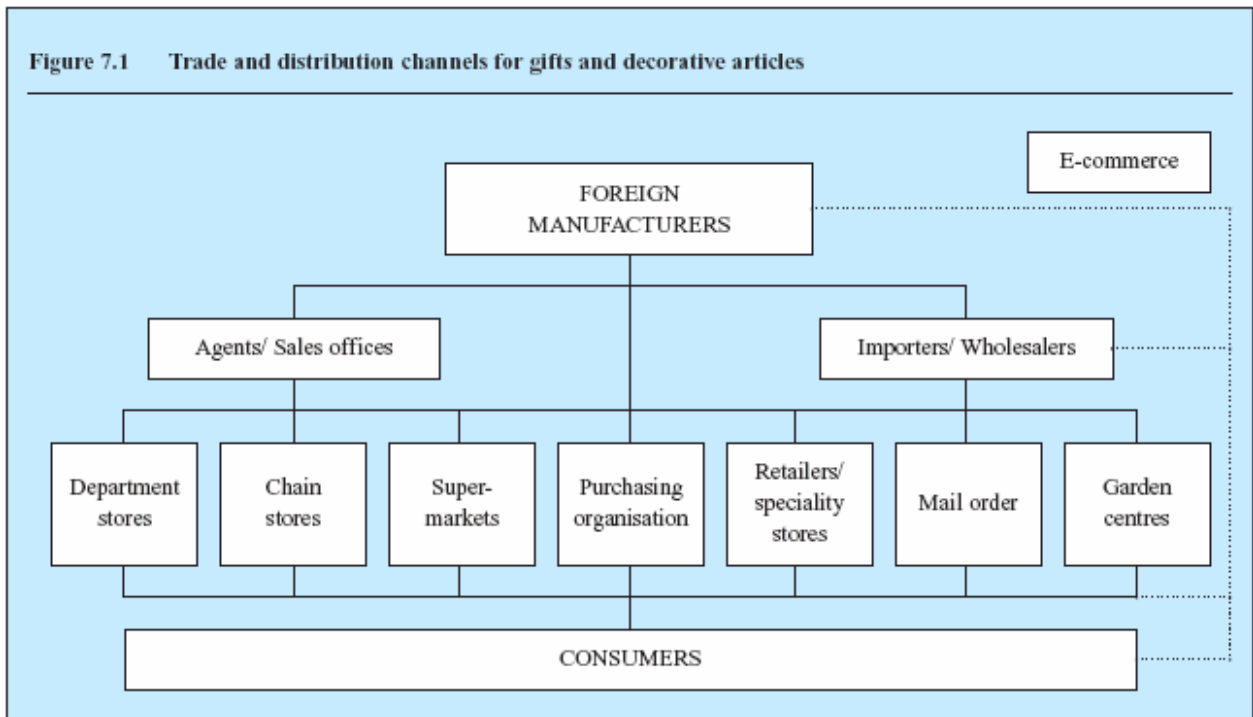
Sin embargo en el mercado artesanal existe un nicho donde el consumidor prefiere adquirir productos que generen valor agregado en cuanto presentación, calidad, diseño y nuevas texturas.

En cuanto a los Canales de Distribución el mercado internacional, específicamente Estados Unidos, existen diversos canales que depende del tipo de producto y lo que hace que el éxito del mismo en este mercado dependa mucho de haber elegido la opción correcta.

En el mercado de artesanías en Estados Unidos los vendedores independientes concentran alrededor de dos tercios del mercado nacional de artesanías. Es importante tener en cuenta que las artesanías requieren de métodos diferentes de mercadeo que los productos de producción masiva.

Grafica No. 4 Canales de Distribución

¹⁰ Ibid



Participar en eventos y ferias especializadas en artesanías y regalos es a menudo la mejor manera de dar a conocer los productos en la región donde se quieren comercializar. Las ferias especializadas en regalos en general se enfocan en aspectos tales como diseño, manualidades, joyería y accesorios personales, artículos para el comedor y la cocina, artículos para niños y similares. La mayoría de las ferias de regalos y artículos de decoración se llevan a cabo en enero y febrero, anticipando la temporada de compra de primavera y verano.

2.2.10 Practicas Comerciales La exigencias del mercado en cuanto a las formas y tiempos de pago, varían de acuerdo al forma de negociación internacional (Incomters) y a las condiciones especiales de los clientes preferenciales, establecidos por rangos de volumen, en donde la empresa deberá manejar política de descuentos según el tamaño de pedido, también se podrá utilizar descuentos por pronto pago, buscando un beneficio entre compradores y vendedores.

Algunos clientes internacionales exigen algunos requisitos comerciales como optima presentación del producto (empaquete), embalaje apropiado, fichas técnicas, certificación de calidad, entre otros. A nivel general los compradores de este tipo de producto no tienen mayores exigencias especificas, sin embargo pueden existir algunas barreras no arancelarias que perjudican el ingreso del producto al mercado externo.

2.2.11 Participación en el Mercado La participación de mercado a nivel nacional esta dividida por ciudades donde el Calí, Popayán lideran los destinos de venta del mate de la compañía. Es importante mencionar que la estrategia de mercadeo busca incrementar la participación de mercado a través de las múltiples alianzas con entidades internacionales, grandes superficies, buscando posicionar en el corto plazo los productos derivados del Totumo.

La participación de mercados internacional se ha realizado de manera indirecta a través de distribuidores, comercializadores, broker, específicamente en el mercado de Estados Unidos y una relación comercial directa con clientes reconocidos, ampliando la cobertura geográfica y una mayor participación de mercado. Además la constante participación de eventos fériales y promocionales han facilitado el contacto entre productor y cliente, consecuentemente se analiza las tendencias y las múltiples necesidades de los consumidores.

2.2.12 Proyecciones de Ventas Con base en la capacidad instalada de la planta del Centro de servicios del Totumo, los estudios y análisis efectuados sobre oferta y demanda del sector artesanal, regalos y de decoración a nivel nacional e internacional, para el periodo de planeación (Enero 2006 – Dic 2006); se efectúan las proyecciones de venta por las diversas líneas de productos, de acuerdo también con las intenciones de compra y pedidos de prueba efectuados por los clientes contactados

Definición de las cantidades de ventas por período (mensualmente para el primer año).
Determinación de los ingresos (en pesos) de acuerdo a la proyección de unidades vendidas, dependiendo de las características definidas por la empresa, ya sea que la medición se haga por volumen o valores en ventas.

3. ESTUDIO TÉCNICO

Se entiende como proceso de producción la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (Combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación etc.)¹¹

3.1. TIPO DE PROCESO POR FLUJO PRODUCTIVO

La producción de Totumos es de tipo productivo en serie es decir corresponde a aquellos productos cuyo diseño básico es relativamente estable en el tiempo y están destinados a un gran mercado el cual permite su producción para existencias.

Actualmente el mercado de Totumos esta totalmente inexplorado en términos generales lo que permite que a largo plazo exista una demanda insatisfecha que pueda ser suplida en caso de que el proceso llegue a acumular inventarios, por otro lado el producto es homogéneo y simple por lo que

sus características esenciales permanecerán constantes variando básicamente por los cambios en su composición destinados a implementar el valor agregado.

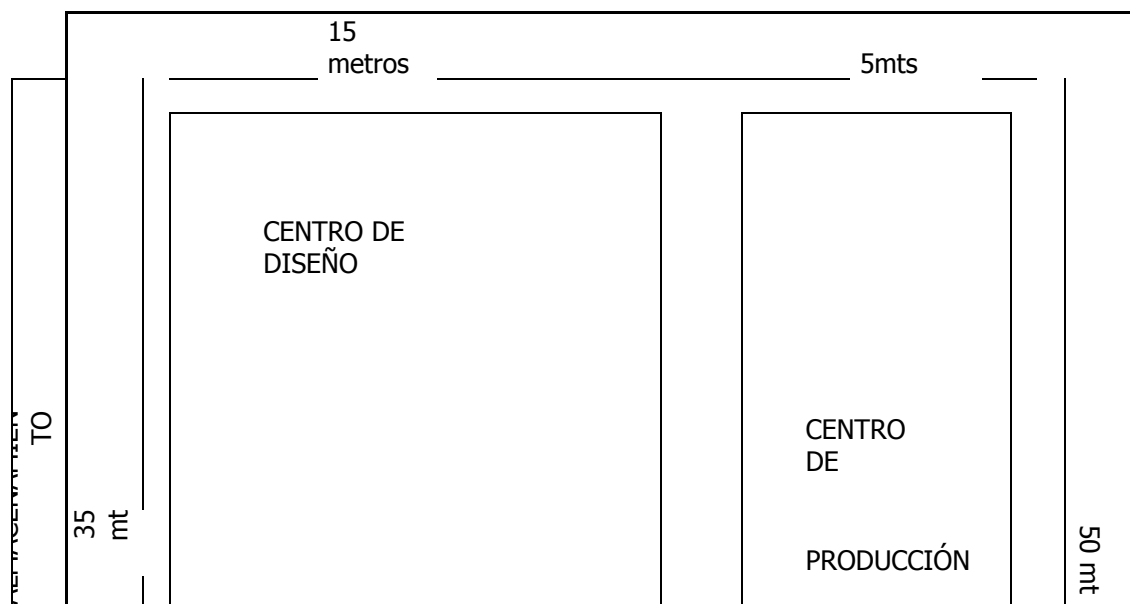
El área total del predio es de 1000 metros cuadrados, la construcción sobre la que esta instalada la planta de producción tiene 24 mts x 14 mts. La planta de producción tiene capacidad para manufacturar 40.000 piezas de totumo en dos turnos de 8 horas, empleando la capacidad de producción en un 100%. La planta se encuentra trabajando aproximadamente sólo en un 10% de su capacidad instalada.

En el manejo de proveedores la compañía tiene facilidades al momento de adquirir materias primas ya que el totumo se cultiva y se recolecta en la región a buena escala, lo que garantiza una constante en la generación de empleo basado en el trabajo comunitario.

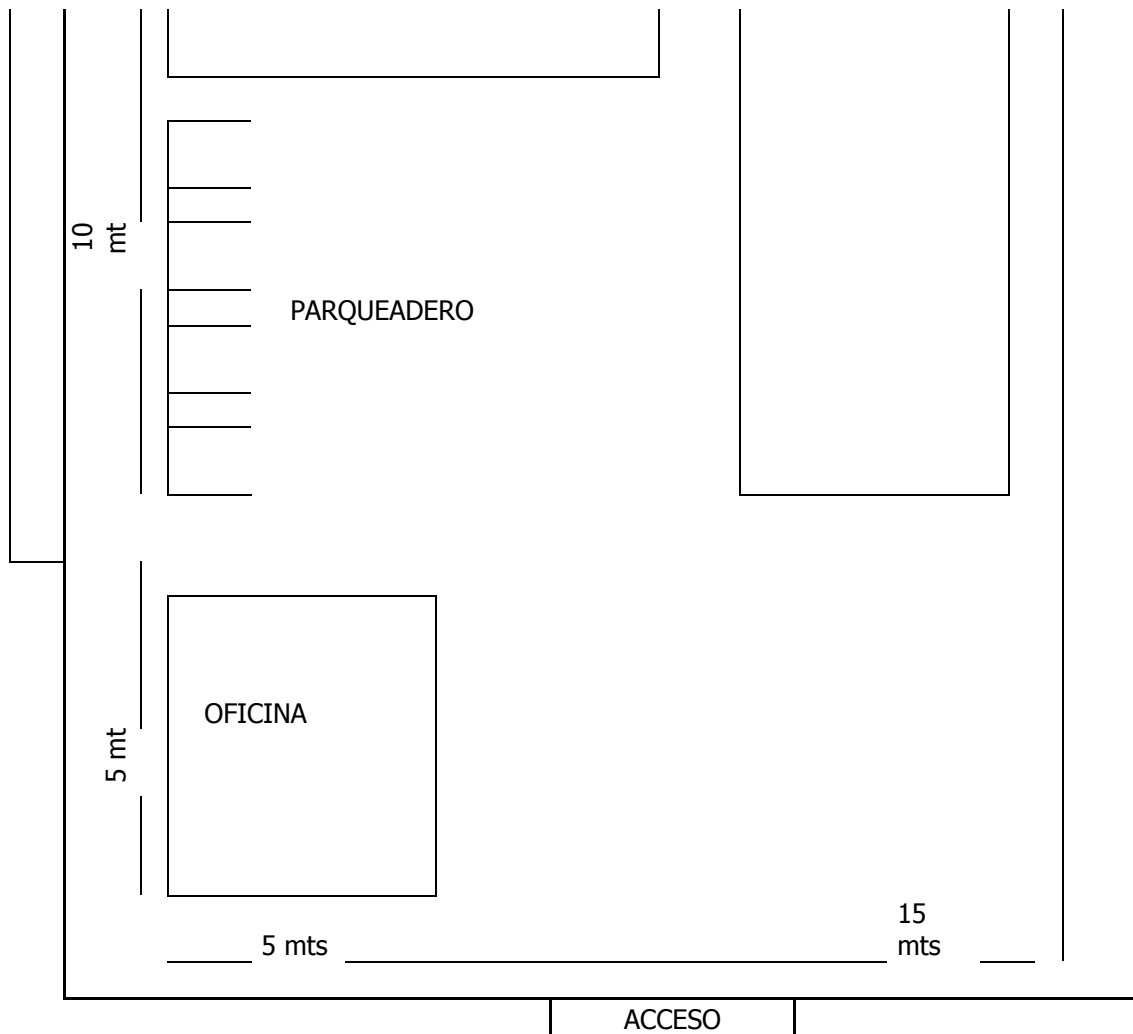
Se determino realizar un sondeo sobre la producción de Totumo tanto de árbol como de cultivo, con el fin de identificar la materia prima disponible y así definir la posibilidad de sembrar el totumo shoka en los terrenos de cada proveedor. Con el apoyo de la socializadora de la comunidad y demás personas involucradas en el proceso se espera culturizar sobre la selección por tamaños y definición de calidad de la materia prima antes de recibirla en la planta; lo que beneficia directamente en la reducción de costos y tiempo estimado de fabricación.

Grafico No. 05 Plano de la Planta

PLANO PURE ART S. A.



¹¹ Miller Roger LeRoy, Economía Micro & Macro, Santa fé de Bogotá, Colombia, 1.994, Mc Graw Hill pág.246.



3.2 CAPACIDAD EN LA PLANTA DE PRODUCCIÓN.

Es el tiempo con el que dispone la planta o instalación para el propósito de producción. Se debe analizar la siguiente secuencia de capacidades:

3.2.1 Capacidad Teórica Tiempo máximo que se puede disponer en la planta para el propósito de producción, para su determinación se deben tener en cuenta los siguientes parámetros:

3.2.1.1 Días del ciclo: hace referencia al calendario en forma anual que corresponde a 297 días de trabajo, teniendo en cuenta que la producción de la Planta se puede hacer de forma intermitente, ya que se puede detener y arrancar el proceso sin ninguna complicación, por ésta razón se descontaron los festivos.

3.2.1.2 Jornada Laboral: se tiene en cuenta las horas que se pueden utilizar para la fabricación en la empresa, también es necesario tener en cuenta el número de turnos que podría manejar en la empresa.

3.2.1.3 Medios de Producción: ésta información corresponde a los puestos de trabajo o maquinaria que se tiene disponible para el desarrollo de la producción. En el caso de la planta hay dos áreas las cuales se dividen cada una en secciones de la siguiente forma:

Tabla No. 11 Áreas de producción

ÁREA MATE		ÁREA TOTUMO	
Nº Operación	Sección	Nº Operación	Sección
3	Selección	3	Selección
16	Lijado	16	Lijado 1 y 2 mano
2	Refrendado	2	Encerado
1	Empaque	1	Diseño
		1	Tintillado
		1	Brillo con cera
		1	Empaque

El número de operaciones hacen relación al número de puestos de trabajo establecidos para el cumplimiento de la producción y para la duración del proceso.

3.2.2 CAPACIDAD INSTALADA

3.2.2.1 Actividades de Investigación y Desarrollo Los avances en las actividades de investigación y desarrollo van alineadas con el desarrollo de nuevos productos, mejorando procesos de producción e investigando constantemente los mercados objetivos seleccionados para ofrecer un producto diferenciado y competitivo.

Además los consumidores de artículos decorativos y utilitarios dan los parámetros según sus necesidades y las tendencias de consumo en artículos para el hogar, teniendo en cuenta sus texturas, formas, colores, diseños, presentación, entre otros.

El área de producción, cuenta con mano de obra en proceso de formación con conocimientos básicos sobre el uso y manejo de maquinas. A través de un cronograma de actividades la compañía proyecta capacitaciones sobre el manejo y mantenimiento de maquinas especializadas a través de instituciones relacionadas con el sector.

3.2.2.2. Plan de Producción Tomando como referencia el plan de ventas, establecer las cantidades a producir por período (mes a mes por un año), teniendo en cuenta las políticas establecidas al respecto por la empresa y la naturaleza particular del negocio. Presentación del incremento de la producción en el tiempo.

Definición de la proyección de costos de producción, dependiendo de la información suministrada por la empresa, según la estructura de costos que posea. Cuantificar a un año (mes a mes).

Tabla No. 12 Tabla de Producción¹²:

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Año1	Total Año2	Total Año3
Total producto/Servicio1															
Total producto/Servicio2															

3.3. VALORACION ECONOMICA DEL ESTUDIO TECNICO.

3.3.1. Inversiones en Equipo Por inversión en equipos se entenderá todas las inversiones que permitan la operación normal de la planta de la empresa creada por el proyecto. Por ejemplo maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario y equipo en general.

¹² La estructura varía de acuerdo a los supuestos utilizados

El nivel tecnológico de la compañía es medio ya que la mayoría de sus maquinas son de industria nacional pero su producción artesanal se fundamenta en el trabajo preponderantemente manuales y uso de herramientas relativamente simples.

Tabla No. 13 Inversión en Equipos

CANTIDAD	TIPO	FECHA ADQUISIC	VALOR UNITARIO	COSTO ADQUISICION
	MAQUINARIA Y EQUIPO			
1	Planeadora M.I.Hurtado P25	8 de feb de 05	1.697.500	1.697.500
2	Torno M.I.Hurtado TVH45-1-50	8 de feb de 05	1.843.000	3.686.000
1	Sierra Circular T. SCPH	8 de feb de 05	4.268.000	4.268.000
1	Sierra Circular Madecor/plast 610801	11 de feb de 05	267.750	267.750
4	Sierra Circular Tungst.madera 612720	11 de feb de 05	279.650	1.118.600
6	Motor Monofasico HP2RPM1800 V115 TS	15 de feb de 05	389.704	2.338.224
9	Motor Monofasico HP2RPM1800 V220 TS	15 de feb de 05	389.704	3.507.336
	SUB TOTAL			17.295.114

3.3.2 Inversiones de Equipamento Por inversión en equipos se entenderá todas las inversiones que permitan la operación normal de la planta de la empresa creada por el proyecto. Por ejemplo maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario y equipo en general.

Tabla No. 14 Inversión Equipamiento

CANTIDAD	TIPO	FECHA ADQUISIC	VALOR UNITARIO	COSTO ADQUISICION
	EQUIPO COMPUTADOR/COMUNICACION			
2	Monitor 15" HP SCNC443124G	11/02/2005	330.000	660.000
2	HPCompaq SMXD45202HP	11/02/2005	2.330.000	4.660.000
2	Impresora Lexmark Multifuncional SD243Y413744	11/02/2002	402.184	804368
1	Memoria 512MBUS Flash	04/04/2005	216.612	216.612
1	Monitor 15" LG Studioworks	11/05/2005	290.000	290.000
1	Portatil HP Compaq NX6110 CEL M3	08/08/2005	2.527.586	2.527.586

	SUBTOTAL			9.158.566
--	-----------------	--	--	-----------

Tabla No. 15 Inversión Muebles y Enseres

CANTIDAD	TIPO	FECHA ADQUISIC	VALOR UNITARIO	COSTO ADQUISICION
	MUEBLES Y ENSERES			
1	Mezzanine Metalico con 16 modulos de almac	21 de feb de 05	17.998.600	17.998.600
3	Modulo exterior para almacenamiento	21 de feb de 05	1.260.000	3.780.000
8	Banco de trabajo metalico modular	21 de feb de 05	658.700	5.269.600
8	Banco de trabajo para instalar maquinaria	21 de feb de 05	658.700	5.269.600
30	silla rimax sin brazos blanca	22 de mar de 05	17.500	525.000
	SUB TOTAL			32.842.800

Tabla No. 16 Inversión Equipo oficina

CANTIDAD	TIPO	FECHA ADQUISIC	VALOR UNITARIO	COSTO ADQUISICIÓN
	EQUIPO DE OFICINA			
1	Módulos Oficinas Bogotá	7 de feb de 05	804.938,00	804.938,00
6	Sillas secretariales oficina Bogotá		65.000,00	390.000,00
	SUB TOTAL			1.194.938,00
	GRAN TOTAL			60.491.418,00

3.3.3. Balance de personal La estructura organizacional es apropiada para la operación actual de la empresa, conformada por la junta directiva (inversionistas privados – comunidad afropatiana – 200 familias); gerente general, coordinador técnico, Jefe de producción, Persona encargada de la calidad, el área administrativa tanto de la oficina comercial como de la planta, área contable y financiera y los operarios de planta.

Los datos correspondientes a este cuadro se exponen ampliamente en el estudio administrativo y de organización.

Tabla No. 17 Nomina

SALARIOS Y BENEFICIOS(SB) Mensual	
Gerente	1.200.000
Jefe de planta	800.000
Control de Calidad	500.000
Secretaria (Patia)	426.000
Outsourcing CONTABLE	800.000
Operarios	6.528.000
Socializadora zonal	300.000
TOTAL SALARIOS Y BENEFICIOS	10.554.000

3.3.4 Balance de materia prima Los costos relacionados con la materia prima son los que aparecen en el siguiente cuadro.

Tabla No. 18 Inversión Materia Prima

MATERIALES Y SUMINISTROS(MS)	
Suministro de semillas	2.000.000
TOTAL MATERIALES Y SUMINISTROS	2.000.000

3.4 ASPECTOS TECNICOS

3.4.1 Selección Materia Prima

3.4.1.1 Totumo Seco: Para la selección del totumo seco se debe tener en cuenta 3 aspectos principales que se describen así:

3.4.1.1.1 Secado; El totumo seco presenta un color beige claro y en su interior la pulpa se ha secado formando una bola que al ser movida contra las paredes produce un sonido sólido, este totumo deberá permanecer mas tiempo al sol.

3.4.1.1.1.1 Secado Natural: Cuando el árbol tiene el fruto (totumo) en una etapa de madurez optima deja caer el fruto a el suelo y este por acción del sol, aire, lluvia y tierra se va secando alcanzando un secado optimo en un tiempo aproximado de 4 meses a 6 meses.

3.4.1.1.1.2 Secado controlado: Otra forma de secado es cuando la mujer cortamate baja del árbol el totumo gecho o maduro y lo dispone en el suelo, para cada 15 días estar volteándolo para que su secado sea mas parejo y controlado, el tiempo de secado puede aumentar si se dispone de soledad permanente máxima y secado sobre placa en concreto.

3.4.1.1.2 Dureza: Si el totumo reúne las características requeridas en cuanto a secado, este deberá pasar la selección de dureza, esta se mide golpeando un totumo con otro por varios lados

de los mismos, para controlar que el totumo no este podrido o cristalizado, cuando el totumo esta sobre expuesto a mucha humedad la corteza de este tiende a debilitarse o podrirse, y no sirve para ser procesado.

3.4.1.1.3 Tamaño: Otro ítem para la selección de materia prima es el de selección por tamaño, existiendo 5 tamaños que denominamos así ½ pequeño, pequeño, mediano, grande y extragrande, esta selección para compra se determina de acuerdo a los pedidos que se hagan.

3.4.1.2 Mate: La compra de mate requiere 2 aspectos de selección que son tamaño y color.

- 1) **Tamaño:** En este producto existen 4 tamaños que se denominan de acuerdo a su capacidad de volumen así: mate de ¼ de libra, mate de ½ libra, mate de libra y mate de 1 kilo.
- 2) **Color:** Cuando el producto MATE tiene como destino las compañías dulceras, este debe tener un color claro y parejo en todo su interior, este se da gracias a el procesos que hacen las mujeres cortamate al hervir el mate y secarlo al sol.

3.4.2 Procesos

3.4.2.1 Procesos de pulido: (Lija 1ª Mano); en este proceso se pule o se lija el totumo con una grata de lengüeta de 3" ancha X 8" larga y de un grano de 150º, esta grata se monta sobre un banco que se tiene un eje acondicionado para montar estas lijas y que se gira a 3.500 r.p.m. (revoluciones por minuto) accionado por un motor de baja, sellado de 2 H.P. de fuerza trifásico.

Se toma el totumo con las 2 manos y con movimientos lineales se lija del centro hacia el borde hasta abarcar toda la superficie exterior del totumo. 300 unidades X persona/ día.

3.4.2.2 Proceso de Resane: Se realiza este proceso para resanar o tapar los huecos que tiene el totumo seco, este resane se hace con una masilla que es una mezcla de polvo del totumo y premadera (Colbon), la masilla o aserrín de la mezcla debe quedar con una consistencia media (como plastilina) y se aplica con una espátula sobre el orificio de manera que lo tape en un 100%. Este resane requiere un tiempo de secado de aproximadamente 15 minutos, para poder iniciar el otro proceso productivo. 600 Unid X persona/ día.

3.4.2.3 Proceso pulido (2ª mano): en el proceso de lija de 2ª mano se utiliza una grata de lengüeta de 3" de ancha X 8" larga y de grano 280º, esta se monta en los bancos descritos

anteriormente y se efectúa este proceso, la segunda mano es clave para lograr una óptima calidad en el acabado final del producto, es por esto que este lijado debe ser realizado por operarios muy bien capacitados, en algunos casos se hace necesario volver a repasar la lija de 2ª mano para lograr la calidad requerida. 300 unid X persona al día

3.4.2.4 Proceso de Encerado con Pulitec: Con este proceso se logra dar un brillo natural al totumo que es de carácter permanente, para este ciclo intervienen dos materiales;

a) pulitec 500, que en el proceso industrial se utiliza para pulir y dar brillo al acero inoxidable.

b) Trapos de Discos blancos 8", que se montan sobre los ejes de los bancos de trabajo descritos anteriormente, para aplicar la cera Pulitec se aplica al trapo en funcionamiento una pequeña cantidad hasta que este se entrape y posteriormente se realiza el procedimiento de esparcirlo sobre toda la superficie del totumo.

La superficie del totumo al aplicar el Pulitec debe quedar liza y brillante en toda su superficie

3.4.2.5 Proceso de Diseño: Estos procesos se realizan en su totalidad sin equipos o maquinaria, ya que para su desarrollo se requiere que los operarios tengan el conocimiento de cómo se realiza cada uno de los diseños.

El principio básico del diseño son las líneas paralelas, todos los diseños que se realizan para hacer las diferentes figuras se hacen con cinta negra de electricidad o cinta aislante, es necesario que sea de características pues esta cinta no es permeable y evita que el tinte del proceso siguiente manche el color natural del totumo creando los diseños requeridos.

Hay diseños más sencillos en un proceso de fabricación que otros, y se han codificado 10 diseños que son denominados así.

Tabla No. 19 Diseños del totumo decorativo

REF	NOMBRE DEL DISEÑO	CODIGO	OBSERVACIONES
	Doble línea cerca		
	Doble línea ancha		
	Ondas		
	Triángulos		
	Tee		
	Ele		
	Sierra		
	Sube y Baja		
	Pecoso		
	Ese		

La presentación de los diseños puede variar si se tiene en cuenta el color que se aplique al acabado final, es decir que un mismo diseño pueden haber 2 colores diferentes y dan un acabado distinto.

3.4.2.6 Proceso de Tintillado: Existen dos formas de realizar el proceso de tintilla, una manual, que se realiza con la aplicación del tinte con la ayuda de una espuma de 3 cm, por cada color de aplicado y otra con la ayuda de un compresor para un acabado mas uniforme de cada 1000 c.c de tinte Phillac se debe tener un rendimiento aproximado de 500 unidades del tamaño ½ pequeño.

Estos tintes son especiales para aplicar sobre madera y no se decoloran, son mezclables entre si y sirven para entonar o dar color a otra clase de pinturas como: Vinilos, Lacas, Barniz.

3.4.2.7 Control de Calidad: En este proceso se retiran las cintas que se utilizaron para el desarrollo de los diseños y se controla que el tinte no se traspase debajo de las cintas, también si se ha pasado el tinte se debe con una cuchilla o bisturí corregir para que la calidad quede tipo exportación.

3.4.2.8 Brillo Final: Se aplica cera los pinos de forma manual sobre toda la superficie del totumo a brillar en una capa uniforme y se deja secar por un lapso de tiempo de aproximadamente 2 horas para así brillar en los bancos con un trapo de tela que se ha desmechado previamente se procede a brillarlo, el contacto con el trapo en movimiento es suave y el estar en su totalidad brillado se deberá empaclar en su bolsa, cada totumo tiene una bolsa individual y la bolsa varia según su tamaño.

4. ESTUDIO DE LOCALIZACION

Se ha priorizado la región del Valle del Patía, en el departamento del Cauca, para la implementación del programa de sustitución de cultivos ilícitos dada la alta concentración de coca que allí se presenta.

El programa comprende varios componentes de producción sostenible atendiendo las iniciativas de la comunidad afropatiana y la vocación productiva de la región. Esta información corresponde a la identificación realizada con las diferentes organizaciones relacionadas con el tema en el departamento del Cauca y concertada con los líderes de la comunidad.

El desarrollo de actividades de esta industria puede ser una forma rápida y menos costosa de generar empleo e ingresos ya que los requisitos de capital son bajos, el mercado es muy amplio, hay empresas establecidas en el sector, hay materia prima disponible localmente, y el proceso de la producción requiere un alto contenido de mano de obra.

4.1. MACROLIZACION.

4.1.1 Localización El departamento del Cauca se encuentra situado en la parte Suroccidental de la República de Colombia, entre las regiones Andina y Pacífica. Está localizado entre los 00°58'54" y 03°19'04". de latitud norte y los 75°47'36" y 77°57'05" de longitud oeste. Limita por el norte con el departamento del Valle del Cauca, por el este con los departamentos del Tolima, Huila (franja de territorio en litigio) y Caquetá, por el sur con Nariño (franja de territorio en litigio) y Putumayo y por el oeste con el Océano Pacífico.

4.1.2 Limites Particulares

4.1.2.1 Con el Departamento del Valle: Desde la desembocadura del río Naya en el océano Pacífico, este río aguas arriba hasta su nacimiento en la Cordillera Occidental, y desde ese nacimiento, en línea perpendicular al eje o divorcio de aguas de la misma cordillera, de aquí por el divorcio de aguas, hacia el sur, hasta ponerse frente a los orígenes del río Timba, los que se buscarán por medio de otra perpendicular como la anterior, todo el curso del Timba, aguas abajo, hasta la entrada en el Cauca, por la margen izquierda, Cauca abajo hasta donde le cae por la margen derecha del desbaratado, y por todo el curso de este hasta su nacimiento en la cordillera Central cuyo divorcio de aguas se buscará continuando la línea del desbaratado.

4.1.2.2 Con el Departamento del Tolima: Desde el punto donde terminan los límites con el Valle, tomando hacia el sur por el divorcio de aguas de la cordillera Central hasta el nevado del Huila.

4.1.2.3 Con el Departamento del Huila: Desde el nevado del Huila y terminando luego por el río de Narváez, hasta su desembocadura en el río Plata hasta encontrar el río Páez, y por este aguas arriba hasta un punto llamado Topa, de aquí por el divorcio de los ríos Ullucos y Moscopan hasta la cumbre de la cordillera Central. Luego por toda la cumbre de la cordillera Oriental hasta los picos de Fragua y desde estos picos por el río Fragua que allí nace, aguas abajo hasta su confluencia en el Caquetá.

4.1.2.4 Con el Departamento de Nariño: Desde el nacimiento del río Fragua en el Caquetá, este aguas arriba hasta donde cae el río Cascabel, cuyo curso se remonta hasta sus vertientes, en el cerro de las Animas, situado en el páramo de Tujumbina y de allí al páramo de Añumbal, luego pasando el páramo de Achupallas y la montaña de Bateros, hasta encontrar el río Mayo. Por este río aguas abajo hasta su desembocadura en el Patía, por este aguas arriba hasta la desembocadura en el mamaconde, por este arriba hasta su nacimiento en el cerro de Lora, de aquí hacia el Occidente, por todo el divorcio de aguas de los ríos Guapi e Iscuande, hasta el océano pacífico, en el punto medio de la distancia entre la boca más meridional de Guapi y la más septentrional del Iscuande.

4.1.2.5 Con el Océano Pacífico: Desde el punto anterior hasta la boca más septentrional del río Naya, siendo del Cauca las islas, islotes y demás tierras de esta parte del Pacífico perteneciente a Colombia.

Debido a las características especiales requeridas por el cultivo del totumo el lugar de localización del proyecto debe estar en una zona cálida 23 grados centígrados.

El municipio de Patía está localizado a 998 metros sobre el nivel de mar, con una extensión de 786 kilómetros cuadrados limita por el norte con el municipio de El Tambo; al oriente con los municipios de La Sierra, La Vega y Bolívar; al occidente con Municipio de Balboa y Argelia; y al sur con Municipios de Bolívar y Mercaderes .¹³

La división política del municipio la constituye 9 veredas:

1. Potrerillo
2. San Pedro
3. Miraflores
4. Piedra de Moler
5. Pueblo Nuevo
6. Chondural
7. La Florida
8. El Carmelito
9. Chupadero

¹³ Gobernación de Cauca, Anuario Estadístico, Popayán, Colombia, 2004

De acuerdo al plan de desarrollo "Una mano amiga, compromiso de un pueblo" (2005-2007), el municipio de Patía, cuenta con una extensión total de 786 Km² la distribución del suelo es del 58% en pastos 40% está dedicado a la agricultura en cultivos transitorios (Cebolla cabezona, Fríjol tradicional, Maíz, Sandía y Sorgo), en cultivos semipermanentes y permanentes (Cacao, Café, Caña panelera, Limón, papaya, Plátano tradicional), el 1.5% de las hectáreas son tierras de descanso y el 0.5% están dedicados a otros cultivos.

La localidad se caracteriza por el predominio de pequeñas parcelas un 15% corresponde a predios menores de 5 hectáreas el 20% están entre 5.1 a 10 hectáreas y el 33% entre 10.1 a 20 hectáreas el 4% entre 21.1 a 100 hectáreas y solo el 1% tiene mas de 100 hectáreas.¹⁴

4.2. MICROLOCALIZACION

El terreno tiene una extensión total de 1000m², topografía plana, con área asignada a la construcción de 416 m², con uso productivo. Limita con la vía Panamericana, favorable para el tránsito de cualquier tipo de vehículo hacia centros de consumo. Servicios públicos por instalar, con puntos cercanos para las acometidas. Con disponibilidad para abastecimiento de agua de pozo profundo y del acueducto regional con redes cercanas a PURE ART SA y energía eléctrica de la empresa departamental CEDELCA, la cual posee una línea de baja tensión distante 30 metros del lote y otras de alta tensión distantes a 150 metros del lote.

Área rural cercana al casco urbano del corregimiento de Patía en el sector de la salida hacia la ciudad de Pasto (Nariño) a unos 13 Km. de la población de El Bordo, en un lote de propiedad de CEPOCAM con disponibilidad para construcción y zonas de mejoramiento ambiental. Área apta para el desarrollo de la industria de transformación de mate en las comunidades afro descendientes, de fácil accesibilidad de servicios públicos de agua (cuenta con pozo subterráneo y tanque elevado con capacidad de 10.000 litros y también puede obtenerse a través del acueducto regional), energía industrial y línea de teléfono. Acceso directo a la vía Panamericana, lo que le otorga acceso a los centros de consumo como Pasto, Popayán y Cali.

En el lote existe rastrojo bajo y medio con la presencia de pocos árboles y arbustos. Limita con la propiedad del Sr. Floro Benavides en una longitud de 8 metros, con un cultivo intercalado de

¹⁴ Gobernación del Cauca

papaya y maracuyá, propiedad de socios de CEPOCAM, (por el sur 22.5 metros y por el occidente 55 metros), con instalaciones de CEPOCAM 14 metros y con la vía Panamericana 50 metros.

Debido a la característica de la materia prima (perecedera) se debe localizar el proyecto en cercanías de la fuente de aprovisionamiento, así como el peso de las cantidades transportadas hacen necesario ubicar el mismo a la menor distancia posible del punto de abastecimiento.

Para decidir la localización del proyecto se analizaron las siguientes variables:

4.2.1. Sistema Vial y de Transporte El municipio presenta el 81.4% de sus veredas conectadas al sistema vial, con carreteras de primer orden como la carretera panamericana, segundo y tercer orden. Su red vial rural tiene una longitud aproximada de 312 km de y sus vías urbanas (cabecera municipal) suman 28.5 kms.

Aproximadamente el 40% de la red vial es pavimentada, el 50% tiene afirmado, la restante no tiene afirmado. En cuanto a las vías urbanas la participación porcentual de la red pavimentada equivale a 42% y el restante 58% se encuentra sin pavimentar.

El municipio de Patía a pesar de que posee maquinaria para el mantenimiento de las vías, esta se encuentra en mal estado, sin embargo se realizan esfuerzos para adquirir una motoniveladora y poder de esta manera solucionar en parte el déficit de mantenimiento de las vías terciarias y algunas urbanas.

El transporte y la movilidad. El municipio de Patía cuenta con 166 de vehículos de servicio público de transporte colectivo, con 61 taxis, 542 vehículos particulares y con más de 2.406 motos.

El servicio público de transporte urbano es prestado por dos cooperativas legalmente construidas, con vehículos tipo taxi. La cooperativa TRANSPATÍA con un parque automotor de 40 taxis para servicio urbano, 12 camionetas y 6 microbuses para servicio rural.

La cooperativa COOTRANSBORDO presta el servicio urbano de taxis con un parque automotor de 21 vehículos. Además esta en proceso de constitución legal, la cooperativa de transportadores de la Cordillera Patiana COOTRANSROP, con un parque automotor de 55 vehículos.

El Bordo constituido en corredor vial hacia y desde el sur del país es punto de confluencia de empresas de transporte de servicio público de operación nacional como: Expreso Bolivariano, Cootranar, Transipíales, Supertaxis del Sur, Cootransmayo, Flota Magdalena, Continental Bus, Transtambio, Sotracauca, Flota Guaitara, Transbelalcazar, Coomotoristas del Cauca y Transtambo.

4.2.2. Disponibilidad y costo de la mano de obra La unidad familiar esta marcada por la relación matriarcal, es decir el fuerte poder de decisión de la mujer sobre los asuntos de gran relevancia, mientras que el hombre se dedica a las labores del campo.

El mate por años se destinó exclusivamente para servir de empaque a los tradicionales dulces como el manjar blanco y el cortado. Hoy por hoy, las cortamates encontraron en esta materia prima nuevas alternativas productivas, donde por medio de la creatividad y el liderazgo que respaldan su trabajo, están fortaleciendo los lazos de integración de su comunidad Afropatiana. Están abriendo las puertas para dar a conocer la riqueza artística de su región. Adicionalmente, esta comunidad esta comprometida, participando activamente en reuniones, capacitaciones, talleres, eventos especiales como ferias regionales y otro tipo de eventos dándose a conocer la riqueza humana de su región.

Se cuenta con 600 mujeres cabeza de familia que tienen como tradición cortamate, y más de 200 familias recolectoras capacitadas para elaborar procesos primarios.

La población económicamente activa es de 14.440 personas correspondiente a un 49% del total de la población.

4.2.3. Cercanía de las fuentes de abastecimiento En la actualidad se cuenta con más de 45,000 árboles de puro sembrados y 49,000 que ya existen en la región del Valle del Patía, de los cuales 25,000 están en producción. El 5.4% de árboles pertenece a familias de mujeres cortamate y el 94.6% esta en haciendas y vías públicas.

Tabla No. 20 Fuentes de Abastecimiento

FUENTE	CANTIDAD DE ÁRBOLES	LOCALIZACION
Hacienda El Puro	15800	Juncal (Incluye áreas aledañas)
Hacienda El Diamante	8000	Entre la Ventica y Puro
Hacienda California	6875	Juncal (Denominada El Paraíso)
Hacienda Agua Larga	3215	Juncal
Mujeres Cortamate	2500	Diversos Lotes
Hacienda Agua Clara	2000	El Pilón
Sector de Mulaló	2000	Mulaló – La Ventica
Hacienda Puerto Rico	1500	El Pilón
Hacienda Miraflores	1200	Miraflores
Hacienda Versailles	910	El Crucero La India
Vía Patía crucero del Puro	560	
Vía Panamericana	500	Chondural a Manguita
Hacienda La Pachuca	400	Piedra de Moler
Hacienda El Cairo	380	Entre Patía y Piedra de Moler
Hacienda El Edén	150	Patía
TOTAL	45,990	

Fuente: Alcaldía Patía – Secretaría de Agricultura

4.2.4. Factores ambientales El municipio de Patía tiene una altura sobre el nivel del mar de 998 metros, una temperatura de 23 grados centígrados, su piso térmico es calido con suelos secos.¹⁵

4.2.5. Cercanía del mercado Uno de los mercados principales es el de Popayán y se encuentra a 80 kilómetros de Patía, y exportaciones a Estados Unidos y Europa.

4.2.6 Costo y disponibilidad de terrenos El costo medio de los terrenos en el Municipio de Patía Cauca es de \$7.500.000 la fanegada de tierra.

4.2.7. Topografía del suelo El municipio de Patía cuenta con una topografía plana y de fácil manejo.

4.2.8. Estructura impositiva y legal. El 85% de los recaudos por impuestos provienen de los impuestos directos de los cuales el impuesto predial representa el 97% y el impuesto de industrial comercio es de solo el 3%.

¹⁵ Gobernación de Cauca, Secretaría de Planeación 2005

4.2.9. Disponibilidad de agua energía y otros suministros Agua potable: El municipio cuenta con microcuencas que presentan un deterioro, producto de la deforestación intensiva, invasión de sus cauces, intervenciones antrópicas, con impactos sobre la cobertura vegetal y reducción de la producción hídrica.

La fuente de agua para la zona urbana es tomada de aguas superficiales como ríos, quebradas, manantiales, que surte también a las veredas, considerado por los usuarios como de buena calidad y en cantidad. Sin embargo en épocas de sequía disminuyen su caudal, ocasionando baja cantidad del suministro de agua.

Las microcuencas presentan un alto grado de deforestación, lo cual se traduce en disminución de caudales para abastecer los requerimientos del municipio, no solo a nivel de consumo, sino para otros usos, especial al agropecuario. Además las fuentes de abastecimiento especialmente las que surten las cabeceras corregimentales, están siendo sometidas a permanente contaminación por deposición final de residuos sólidos y aguas residuales domésticas.

En la cabecera existen 3250 viviendas de las cuales 2998 tienen conexión al servicio de acueducto, lo que representa una cobertura del 92.2%.

En el sector rural existen 13 acueductos o abastecimientos de agua, que abastecen agua a 2400 viviendas de las 3900 que corresponde al 61.5% con servicio. La menor cobertura se presenta en los corregimientos de Méndez, El Placer, Santa Rosa Baja, Quebrada Oscura, Brisas, Guaico, Guasimo, Guayabal, Don Alonso, Sachamates, Tabloncito, Tuno, Aguas Frías, sector centro (El Bordo), Versalles, Palo Verde, Potrerillos y San Pedro.

Los abastecimientos a excepción de la cabecera municipal carecen de un sistema de tratamientos de aguas.

En la cabecera municipal tanto el servicio de acueducto como alcantarillado y aseo son prestados por las empresas municipales de servicios públicos EMPATÍA ESP. La fuente de abastecimiento es la quebrada Los Huevos ubicada en los municipios de Sucre y La Vega.

De acuerdo a la información suministrada por la empresa de servicios, son captados 2'021.760 metros cúbicos al año, de los cuales 1'306.368 metros cúbicos se suministran y 978.624 mt3 son

facturados, con un promedio mensual en la prestación del servicio de 240 horas, lo que da un promedio diario de 8 horas de servicio.

Cabe anotar que las aguas residuales son entregadas a las quebradas y ríos sin ningún tipo de tratamiento, contaminando las fuentes de agua.

4.2.10 Alcantarillado y Saneamiento Básico: En el sector urbano 2454 viviendas de 3250 tienen conexión al servicio de alcantarillado, lo que representa el 75.5%. En el sector rural de un total de 3900 viviendas, sólo 1250 tienen conexión al servicio de alcantarillado, lo que representa 32%.

Hay que tener en cuenta que el sistema de alcantarillado de la cabecera municipal ya cumplió su vida útil, con más de 30 años de uso. El Estrecho tiene un sistema nuevo de alcantarillado, con un cubrimiento de 80% aproximadamente, además existe una planta de tratamiento de aguas residuales (PTAR). En la población de Piedrasentada existe un sistema de alcantarillado relativamente nuevo y con una PTAR, que requiere mantenimiento. La población de Patía cuenta con un alcantarillado y un cubrimiento del 80%, el cual ya cumplió su vida útil, tiene un pozo séptico-anaeróbico, que en la actualidad está fuera de servicio.

Los sistemas de alcantarillado no cuentan en términos generales con colectores paralelos a las quebradas, ni con el tratamiento debido de las aguas residuales antes de su vertimiento.

4.2.11 Residuos Sólidos. No existe una adecuada disposición final de basuras y residuos sólidos para la cabecera municipal y especialmente de algunos barrios que son depositados a campo abierto, en quebradas, en colectores sin canalización alguna, ocasionando gran contaminación y daño a algunas microcuencas.

En cuanto al servicio de recolección, este es deficiente en la cabecera municipal, al igual que en los centros poblados y depositan estos residuos en botaderos de basuras, mal llamados rellenos sanitarios.

4.2.12 Energía eléctrica. En El municipio de Patía, el mantenimiento de las redes de suministro de energía es atendido por CEDELCA S.A., atiende a 64 veredas con un total de usuarios de 2960

del sector rural con una cobertura del 75.89%. En el área urbana atiende 3105 usuarios con una cobertura del 95.53% (reporte Cedelca 2005).

El total de usuarios es de 6073, lo cual da una cobertura del 84.94% en el municipio, indicando un índice de cobertura alto tanto en el sector rural como urbano.

Las tarifas están reguladas por la superintendencia de servicios públicos, a los cuales debe acogerse la empresa Cedelca S.A., teniendo en cuenta la estratificación socioeconómica del municipio.

4.2.13. Comunicaciones La cobertura de este servicio está a cargo de la empresa Colombia TELECOMUNICACIONES que en el sector rural cuenta con 178 líneas telefónicas destacándose las poblaciones de Piedrasentada, El Estrecho y Patía, que cuentan con 30 líneas cada una.

En el área urbana Colombia TELECOMUNICACIONES reportó el mes de julio de 2005 1920 líneas de los cuales 1682 son residenciales, 144 comerciales, 23 oficiales, 6 provisionales, 9 de la empresa y 56 líneas en proceso jurídico.

Los servicios que presta son: telefonía local, larga distancia e internacional, fax e Internet, la calidad del servicio es regular y la cobertura de la red es baja.

Debido al auge del servicio de telefonía móvil por empresas como Comcel y Movi star, los requerimientos de la telefonía fija a decrecido ostensiblemente.

4.2.14. Vías de acceso El municipio se encuentra bajo la influencia de la vía panamericana y sirve de vía arteria a varios municipios, cuenta con la red secundaria es la que presenta mayores deficiencias por cuanto la frecuencia del tráfico es mayor y el mantenimiento no se realiza con una periodicidad adecuada.¹⁶

4.2.15. Población El desarrollo y las tendencias poblacionales se encuentran en estrecha relación por lo tanto es indispensable observar la situación de la población tanto en el municipio mismo como en el entorno es decir en el contexto del departamento, los fenómenos poblacionales son un

¹⁶ Gobernación de Cauca. Secretaría Obras Públicas.

reflejo de las transformaciones económicas, sociales y culturales de la nación, del Departamento y del región. La población proyectada del municipio de Patía para el año 2004 es de 29.667 y para el año 2005 es de 30.699 de los cuales el 15.175 son mujeres y el 14.492 son hombres.

Las cifras de afiliación al Sistema General de Seguridad Social en Salud en lo referente al régimen subsidiado para la población de los niveles 1 y 2 es de 15.324, que representan el 49.7% de la población total proyectada para el año 2005 del municipio de Patía. El número de vinculados es de 10.090 y para el caso del régimen contributivo es de 4.297 aproximadamente (fuente Secretaría de Salud Municipal). Las personas que no están afiliadas al régimen subsidiado que constituyen población pobre y vulnerable no cubierta con los subsidios a la demanda, está estimada en 11.000 para el año 2006, a los que se le garantizaron acciones de urgencias y de primer nivel de complejidad, siendo atendidos en los niveles 2 y 3 bajo responsabilidad de la Dirección Departamental de Salud. Esta población tiende a aumentar debido a fenómenos de desplazamientos y desempleo.

Enmarcado en el nuevo sistema general en salud, el municipio ha emprendido el proceso de la descentralización ordenado por la ley 100 de 1993, la cual plantea el cambio y reorganización de la prestación del servicio de salud que se ofrece en el país, hacia el régimen subsidiado.

En el municipio de Patía el régimen subsidiado es atendido casi en su totalidad por la empresa ASMET Salud con un total de 15.280 afiliados y 44 a CAPRECOM.

El municipio cuenta con un Hospital con Nivel I de atención, ubicado en la cabecera municipal, además de 14 puestos de salud en diferentes corregimientos. La principal causa de muerte es la derivada de la violencia, accidentes de vehículo automotor y las enfermedades cardiovasculares, lo cual motiva a que se deben desarrollar acciones a su promoción y prevención.

El comportamiento de la mortalidad en los últimos años revela la presencia en la población el aumento de la pobreza y factores sociales propios de poblaciones en desarrollo.

4.2.16 Recreación Deporte Y Aprovechamiento Del Tiempo Libre

Según Estudio Nacional de Factores de Riesgo en las Enfermedades Crónicas, el 52.7% de los colombianos nunca realiza ejercicio, incrementando el riesgo de enfermedades crónicas. Cifras que permiten reflexionar sobre la capacidad de movilización y convocatoria de las manifestaciones deportivas, lo sistemático y técnico de su práctica, lo accesible por género y generación, que han

hecho de la actividad deportiva un elemento fundamental ha considerar, por el sector educación como salud, tanto en la formación como en la conservación de estándares constituyéndose en alternativa para la solución de problemas sociales.

En el Municipio del Patia los deportes de conjunto constituyen los de mayor práctica entre ellos: el fútbol, el baloncesto y voleibol, también existe gran interés por el ciclismo, tanto recreativo como competitivo.

El municipio cuenta con 40 escenarios deportivos y uno recreativo, de los cuales 38 están ubicados en zonas públicas.

Es claro que la estructura del deporte y la recreación no tiene un modelo de desarrollo para el sector. Existe poca diversidad en los programas deportivos, limitando la práctica de deportes y juegos alternativos. De la misma manera, las modalidades deportivas siguen siguiendo las tradicionales, sin alternativas bajo el principio de equidad. Aunque se da la participación en la ejecución de programas, no se involucra a la comunidad en la planeación y evaluación de los mismos.

4.2.17 Cultura

La actividad cultural del municipio, en relación con la infraestructura a nivel del casco urbano cuenta con el Centro Cultural y Comunitario "Plutarco Elías Ramírez" el cual se ha constituido en un espacio significativo de encuentro y formación ya que presta sus servicios para la realización de todo tipo de eventos sociales, comunitarios y culturales, hecho que beneficia especialmente a la cabecera municipal, en el sentido que no se cuenta con este tipo de escenarios culturales en los diferentes corregimientos del municipio.

Es importante mencionar que desde el centro cultural se ha iniciado un proceso de formación musical en banda, orquesta popular, chirimía y percusión, además del apoyo a centros educativos en la celebración de las semanas culturales y talleres a la comunidad.

Una característica del hacer cultural patiano es que los procesos de cultura no han logrado escenarios de interacción entre los diferentes grupos (académicos, culturales, expresiones folclóricas, investigadores, intelectuales, creadores y entidades culturales, comunicadores sociales). Lo que requiere en la actualidad establecer un mínimo de reglas compartidas, donde se fijen visiones, condiciones y recursos mínimos para producir transformaciones deseadas.

Hasta el momento los eventos culturales generalmente y de manera permanente han estado sujetos a festividades y demás actividades realizadas por la administración municipal y otras instituciones; lo que se pretende transformar de manera sistemática y concertada.

4.2.18 Vivienda

4.2.18.1 Vivienda rural. Las características del tipo de vivienda que habitan las comunidades del municipio, son variados en los materiales de construcción como en su parte constructiva, lo que muestra que las condiciones de vida de sus habitantes no son homogéneas, predominando los materiales tierra y bahareque que bien pueden ser asociados mas que a un concepto cultural de la vivienda una condición de bajos ingresos.

Características

- Techo : Cartón 20%, zinc 41%, teja de barro 24%, eternit 15%
- Muros : Bahareque 40%, adobe 40%, ladrillo 20%
- Pisos : Tierra 91.8%, cemento 8.2%

4.2.18.2 Vivienda urbana En la zona urbana las características de las viviendas son más favorables en las características constructivas, de materiales, de servicios y de espacios que el área rural, sin embargo es notoria la falta de un desarrollo urbanístico adecuado, la mayoría de las viviendas son de un nivel.

Características:

- Los muros son generalmente en ladrillo con repello, cubierta de teja de barro y pisos en cemento. En los barrios Puerto Nuevo, Galán, La Unión, Popular, El Lago, La Nueva Floresta, se caracterizan fundamentalmente por no tener claramente definido su urbanismo.
- Para el territorio municipal el numero de habitantes por vivienda y el numero de personas por dormitorio señalan hacinamiento

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y DE ORGANIZACION

El presente estudio fue elaborado conforme a Principios y Normas de Organización, cuyo propósito es definir la estructura organizacional, las relaciones, responsabilidades y funciones de cada unidad que la empresa Pure Art S.A.

Este trabajo fue desarrollado en base a los relevamientos de funciones, la estructura organizacional existente, desarrollado por el área administrativa.

El manual de Organización y Funciones debe ser considerado como un instrumento dinámico, sujetó a cambios que surgen de las necesidades propias de toda empresa, y a la revisión técnica permanente para mantener su utilidad.

La actualización del presente Manual de Organización y Funciones deberá realizarse a propuesta de la Gerencia, que solicitara los ajustes respectivos por escrito.

El manual debidamente aprobado será distribuido a las unidades afectadas.

Para el desarrollo de la organización y administración del proyecto se tendrá en cuenta el enfoque de contingencias el cual se define como: "Un punto de vista según el cual la técnica administrativa que sirve mejor para alcanzar las metas de la organización, podrá variar de acuerdo con las situaciones o circunstancias¹⁷".

No obstante el factor humano, así como la atención al cliente interno y externo del proyecto se convertirán en uno de los ejes básicos de la estructura administrativa.

5.1 MISION.

Producir y comercializar productos de manufactura liviana, decoración y empaque para alimentos, con el fin de generar ingresos sostenibles a las personas radicadas en esta zona vulnerable del país. Proporcionando a nuestros clientes productos de excelente calidad con un gran valor agregado.

¹⁷ Stoner James, A.F. Administración, México D.F., México, 6ta Edición, Prentice-Hall Hispanoamericana S.A., pág 51.

5.2. VISION

Nuestra visión a futuro es llegar a ser la empresa líder en la comercialización de productos derivados del totumo, manteniendo un nivel de excelencia y mejora continua, ofreciendo calidad y precios competitivos para superar las expectativas de nuestros clientes, obteniendo así una presencia permanente en el mercado.

5.3. TIPO DE ORGANIZACIÓN.

La empresa se caracteriza por el criterio de identidad, la participación, el grupo de afiliados constituye un aspecto vital. Solamente una efectiva participación puede asegurar que el mandato otorgado por el grupo de socios hacia los dirigentes, se cumpla. Por esta razón, los valores que se deben promover en los asociados, son la autoayuda, la auto administración, la autogestión y la auto responsabilidad. Si la Empresa se concibe como algo propio y la participación se entiende, no como un acto meramente formal, los asociados podrán contribuir constructivamente a que la organización crezca y beneficie cada vez sus intereses.

Aunque el tipo de Empresa es una Sociedad Anónima, su enfoque solidario, debe garantizar que todos los socios tengan oportunidad en la toma de decisiones de manera equitativa. Es así como se deben definir los niveles o espacios de participación:

El nivel de la decisión empresarial: lo constituyen decisiones sobre aspectos que tienen que ver con las directrices de la empresa, como las decisiones sobre estrategias de mercado, adopción de infraestructura, etc. Este será reservado inicialmente a la Junta Directiva, en la cual la comunidad tiene dos (2) representantes quienes estarán en capacidad de acoger o no las recomendaciones de la Asamblea General constituida por las trece (13) presidentes de cada una de las asociaciones, la representante de la red de mujeres del Patía y el sector privado.

El nivel de control: es el nivel de las decisiones en el campo de la fiscalización de las actividades propias de la empresa y en la aplicación de los correctivos necesarios, conservando los principios propios de la empresa.

El nivel de evaluación: todos los socios a través de sus representantes tendrán derecho a evaluar las actividades de la empresa asumiendo una posición crítica, que aporte a la construcción y solidificación de la organización. La empresa está constituida bajo el tipo de organización formal permitiéndole así al personal de la compañía establecer los límites de la autoridad y por lo tanto el

alcance de la responsabilidad de cada quién, por medio de directrices generales, determinar en que aspectos generales tienen libertad de acción.

Este tipo de organización permite establecer una cultura de grupo, y agiliza los canales de comunicación.

5.4 ORGANIZACIÓN INTERNA

5.4.1 La empresa transformadora y Empresa de Totumo PURE ART

5.4.1.1 Empresa: Es un sistema económico que combina y coordina los factores humanos, económicos, financieros y técnicos que intervienen en la producción y distribución de bienes manufacturados.

5.4.1.2 Función de la empresa: Es un instrumento económico y social que contribuye a elevar el nivel de vida de los dueños, a través de la maximización de los ingresos obtenidos con la producción y comercialización de productos manufacturados.

5.4.1.3 Objetivo de la empresa: Garantizar a sus dueños (Sector Privado y Asociaciones de Mujeres Corta mates) más y mejores alternativas para vender sus productos y aumentar la productividad y la competitividad de la empresa.

5.4.2 Los dueños de la empresa transformadora y Empresa de Totumo: PURE ART

5.4.2.1 Sector Privado: conformado por tres socios.

5.4.2.2 Asociaciones: 11 asociaciones conformadas del municipio de Patia Departamento del Cauca, de la cual hacen parte más de 600 mujeres corta mate. A través de la empresa manufacturera de Totumo estas mujeres tendrán la oportunidad, no solo de mejorar sus ingresos, sino de participar en un proceso de crecimiento personal.

5.4.2.3 Los propietarios: La participación de capital por parte de los inversionistas privados se entiende que se suscribe y realiza de acuerdo a los parámetros legales en un periodo no mayor a tres meses a partir de la constitución de la empresa. Por parte de las asociaciones se hará la capitalización en el momento que Chemonics entregue a la empresa los activos y capitales suscritos en el documento de proyecto.

5.4.3 Empresa transformadora y Empresa de Totumo: PURE ART

5.4.3.1 Recursos Humanos: Los constituyen el grupo humano o las personas que participan en la estructura administrativa y operativa de la empresa.

5.4.3.2 Recursos económicos-financieros: Los constituyen los bienes o inversiones que realizará Chemonics y la compra de acciones por parte del sector privado, En este caso se habla de la infraestructura propia o entregada en otra forma para el servicio de la empresa, "Planta de Producción" y el dinero en efectivo necesario para realizar las operaciones diarias.

5.4.3.3 Recursos técnicos: Los constituyen la experiencia y conocimiento de los especialistas en diseño, mercadeo, asesores contables y Financieros.

5.4.4 Finalidad de la empresa transformadora y Empresa de Totumo: PURE ART

5.4.4.1 Maximización del beneficio: Medida por la relación entre la ganancia y el capital invertido en la empresa y corresponde a la rentabilidad obtenida por los propietarios. En este caso la maximización del beneficio se da cuando la ganancia adicional es distribuida entre el sector privado y las asociaciones de cada vereda socia de la empresa.

5.4.4.2 Crecimiento empresarial: Son los incrementos en tamaño y dimensión que tiene la empresa y que aumentan su poder en el mercado. El crecimiento se traduce en cambios estructurales, en mejores rendimientos y en utilidades. En la medida en que la empresa se da a conocer y se conquistan nuevos mercados, se amplía el cubrimiento y el nivel de la demanda.

5.4.4.3 Estabilidad y adaptabilidad al medio: Están relacionados con las ventajas competitivas para poder penetrar y aumentar los mercados, y disminuir su vulnerabilidad ante situaciones coyunturales. Dicho de otra forma, es la medida en la cual, la organización se posiciona como una empresa productora y Empresa con capacidad y con ventajas comparativas frente a otras organizaciones o personas que realizan la misma actividad, desplazando a otros intermediarios.

5.4.4.4 Servicios a la colectividad: Son las relaciones con los intereses económico-sociales y de independencia económica que permiten la generación de riqueza, puestos de trabajo y mejoramiento del nivel de vida de los dueños y sus comunidades. Es decir, la actividad de la

empresa debe garantizarle a sus socios, a través del aumento de sus ingresos, un mejor nivel de vida.

5.5 ESTRUCTURA ORGANICA Y FUNCIONAL

5.5.1. Estructura General

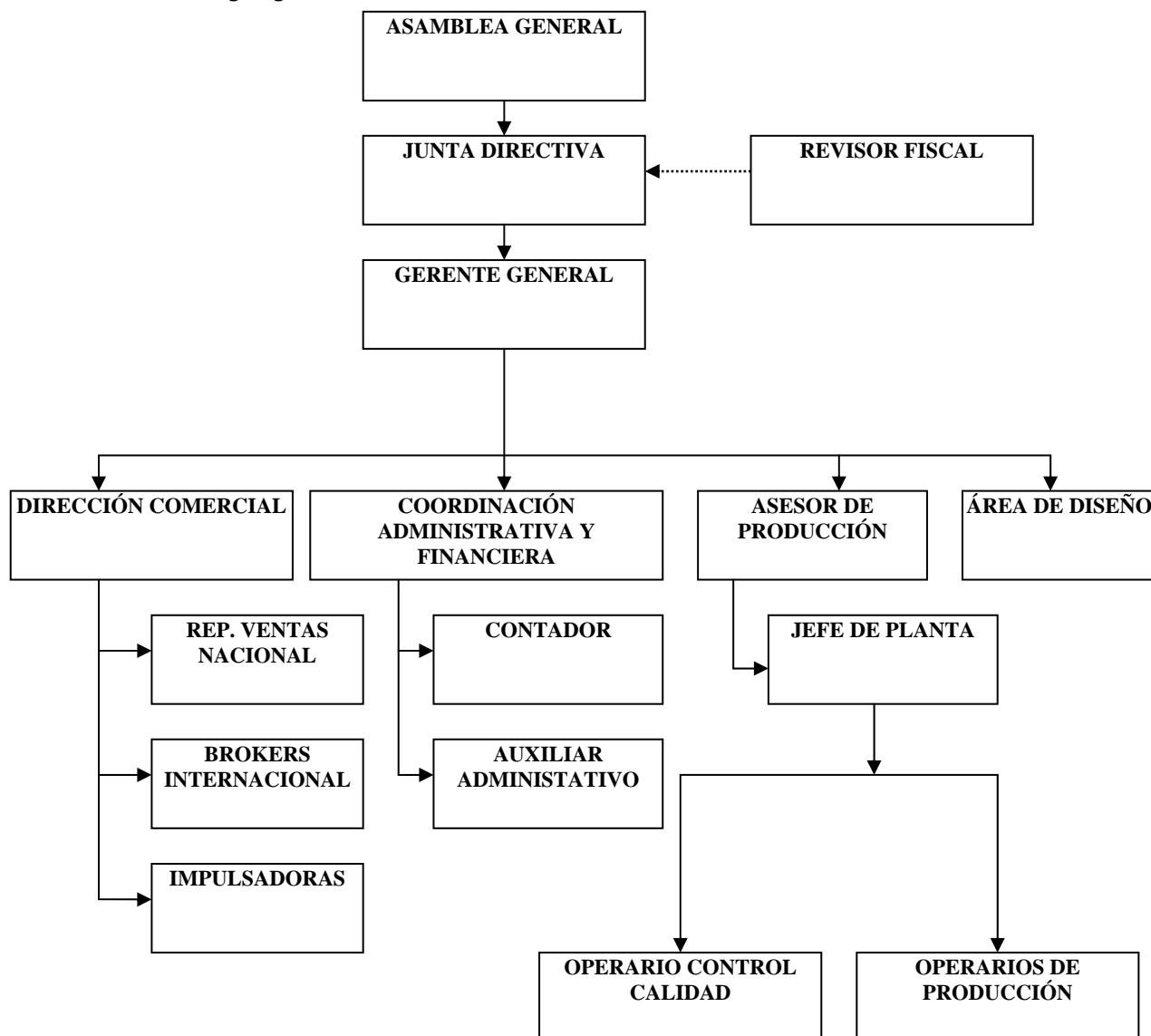
Los componentes de la estructura son los siguientes:

- La **Asamblea General**, que está constituida por la totalidad de los afiliados y sesionará una vez al año. Allí, los grupos productivos elegirán a los miembros de la Junta Directiva.
- La **Junta directiva**, que vela por el cumplimiento de los estatutos, la ley y los objetivos de la empresa.
- El **Gerente General** responderá por el uso y buen manejo de los recursos técnicos, físicos, económicos y humanos, y atenderá los grandes consumidores, y tendrá a su cargo el siguiente recurso humano:
 - El **Coordinador Administrativo** que responderá por la coordinación del personal en general así como el manejo y administración de la planta y oficina, además del apoyo en la parte logística al gerente.
 - El **Director Técnico** quien se encargará de prestar apoyo técnico a los operarios y coordinar los jefes de procesos en sus funciones
 - El **Contador**, quien trabajará medio tiempo, y responderá por la parte contable y financiera de la empresa.
 - El **Director Comercial**, quien se encargará de atender el canal de distribución de pedidos locales, nacionales e internacionales.
 - **Control de Calidad**, Persona encargada de implementar procesos de maximización de calidad en procesos y producto terminado.
 - **Jefe de Planta** Responsable por el correcto desarrollo de las actividades de producción, personal, inventarios de materia prima, maquinaria y equipo.

- **Secretaria** Persona encargada de soporte y apoyo logístico.

5.5.2 Organigrama

Grafico No. 5 Organigrama



En el anexo No.1 se detalla la estructura de dirección, la estructura operativa y descripción de cargos

6. ESTUDIO LEGAL

6.1. GENERALIDADES

La Constitución Nacional de Colombia en su artículo No 38 garantiza el derecho a la libre asociación de la siguiente manera: "Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad"

De acuerdo al Código de Comercio en su artículo 12 "Toda persona que según las leyes comunes tenga capacidad para contratar y obligarse es hábil para ejercer el comercio..."

Para el desarrollo del proyecto, y amparados en la Constitución se constituirá una Sociedad Anónima por ser esta la opción que cumple con las características que mas benefician el desarrollo del mismo.

En el artículo 373 de la C. C. C. "La sociedad anónima se formará por la reunión de un fondo social suministrado por accionistas responsables hasta el monto de sus respectivos aportes; será administrada por gestores temporales y revocables y tendrá una denominación seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o de las letras "S. A.""

Si la sociedad se forma, se inscribe o se anuncia sin dicha especificación, los administradores responderán solidariamente de las operaciones, sociales que se celebren, este tipo de sociedad no podrá constituirse ni funcionar con menos de cinco accionistas, de la misma forma, el capital de la sociedad anónima se dividirá en acciones de igual valor que se representarán en títulos negociables¹⁸. Al constituirse la sociedad deberá suscribirse no menos del cincuenta por ciento del capital autorizado y pagarse no menos de la tercera parte del valor de cada acción de capital que se suscriba.

¹⁸ Art. 374 – 375 -376 del C.C.C.

La sociedad a constituirse será comercial ya que la empresa comprende actos mercantiles y actos que no tengan esta calidad, de no contemplar dichas actitudes en su objeto social la empresa pasaría a ser civil.¹⁹

La empresa constituida con el nombre de "PURE ART S. A." responde a la descripción de "... empresas de fabricación, transformación, manufactura y circulación de bienes"²⁰

La sociedad anónima se rige bajo los siguientes parámetros: la emisión de acciones, la cual se realiza según los artículos 377 – 378 los cuales estipulan que las acciones podrán ser nominativas o al portador, pero deberán ser nominativas mientras no se hayan pagado íntegramente.. Las acciones serán indivisibles y en consecuencia, cuando por cualquier causa legal o convencional una acción pertenezca a varias personas, éstas deberán designar un representante común y único que ejerza los derechos correspondientes a la calidad de accionista.

El artículo 379. confiere a los propietarios de las acciones los siguientes derechos:

1. El de participar en las deliberaciones de la asamblea general de accionistas y votar en ella;
2. El de recibir una parte proporcional de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio, con sujeción a lo dispuesto en la ley o en los estatutos;
3. El de negociar libremente las acciones, a menos que se estipule el derecho de preferencia en favor de la sociedad o de los accionistas, o de ambos;
4. El de inspeccionar, libremente, los libros y papeles sociales dentro de los quince días hábiles anteriores a las reuniones de la asamblea general en que se examinen los balances de fin de ejercicio, y
5. El de recibir una parte proporcional de los activos sociales al tiempo de la liquidación y una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

Haciendo referencia a la Suscripción de acciones los artículos 384 dice: "La suscripción de acciones es un contrato por el cual una persona se obliga a pagar un aporte a la sociedad de acuerdo con el reglamento respectivo y a someterse a sus estatutos. A su vez, la compañía se obliga a reconocer la calidad de accionista y a entregarle el título correspondiente".

En el contrato de suscripción no podrá pactarse estipulación alguna que origine una disminución del capital suscrito o del pagado.

¹⁹ Legis S.A., Regimén legal de las sociedades, Op, cit. Art.100

El reglamento de suscripción de acciones contendrá los siguientes parámetros:

1. La cantidad de acciones que se ofrezca, que no podrá ser inferior a las emitidas;
2. La proporción y forma en que podrán suscribirse;
3. El plazo de la oferta, que no será menor de quince días ni excederá de tres meses;
4. El precio a que sean ofrecidas, que no será inferior al nominal, y
5. Los plazos para el pago de las acciones.

Lo anterior según el artículo 386 de C. C. C.

La sociedad una vez constituida legalmente, forma una persona jurídica distinta de los socios individualmente considerados. Por tal razón la sociedad debe ser matriculada ante notaría pública y dada a conocer en el mercado mediante el registro en la Cámara de Comercio de Colombia.

La solicitud de matrícula será presentada por el representante legal dentro del mes siguiente a la fecha de la escritura pública de constitución o a la del permiso de funcionamiento según el caso y adelantara tales documentos.(cc Art.31)

El Código de Comercio vigente enumera en su art.28 en términos generales y en diez ordinales, los actos, circunstancias, libros y documentos para los cuales se exigen registro mercantil, entre los cuales están de nuestro interés:

- a) La apertura de los establecimiento de comercio y de sus sucursales, al igual que los actos que modifican o afectan la propiedad de los mismos y su administración. (Art.28)
- b) Los libros de contabilidad, los de registro y gravamen de acciones, los de actas de asambleas y juntas de socios así como los de juntas directivas de sociedades mercantil. (Art.28)
- c) Las personas que ejerzan profesionalmente el comercio y sus auxiliares, tales como los comisionistas, corredores, agentes, representantes de firmas nacionales o extranjeras, quienes lo harán dentro del mes siguiente a la fecha en que inicien actividades.²¹

6.2. TRAMITES

Para la creación de una sociedad se deben realizar los siguientes tramites._

6.2.1. Trámites comerciales Los trámites comerciales se adelantan ante la Cámara de Comercio y una Notaría.

²¹ Legis S.A., Nuevo código de comercio, Op, cit. Art.31

La matricula se puede hacer como persona natural o sociedad comercial y se matricula el establecimiento comercial si así lo tiene.

Persona natural: Es aquella que desarrolla una serie de actividades encaminadas a la producción de bienes y servicios con el fin de obtener una utilidad de su venta²²

Sociedad Comercial: Por el contrato de sociedad dos o mas personas se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, con el fin de repartirse entre si las utilidades obtenidas en la empresa o actividad social.²³

Una vez constituida la sociedad por escritura pública se debe matricular en la Cámara de Comercio para tal efecto se debe:

- Verificar que el nombre o razón social no este registrado por otra persona con anterioridad.
- Llevar la minuta de constitución en la cual debe figurar:
 - Nombre y razón social.
 - Objeto.
 - Clase de sociedad y socios.
 - Nacionalidad.
 - Duración
 - Domicilio.
 - Aportes de capital.
 - Representante legal.
 - Facultades entre otros.
- Llevar la escritura publica debidamente registrada ante notaría.
- Matricular la sociedad mediante la Matricula mercantil para lo cual es necesario:
 - Presentar el formulario debidamente diligenciado anexando.
 - Copia de la escritura.
 - Comprobante de pago del valor liquidado por la cámara de comercio con base en los activos de la sociedad.
 - Certificado de existencia y representación.
- Registrar los siguientes libros en la cámara de comercio.
 - Diario.
 - Libro mayor y balance.

²² legis S.A., Código civil y legislación complementaria, Santafé de Bogotá, Colombia, 1.997, Legis editores, Art.74

- Inventario y balance.
- Actas.
- Renovar la matricula cada 31 de marzo.

6.2.2. Trámites tributarios Los trámites tributarios se adelantan ante el Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN. El programa de operaciones es el siguiente:

- Solicita el formulario del Registro Único Tributario RUT en el Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN en original y copia y diligenciarlo.
- Solicitar el formulario del Número de Identificación Tributaria NIT, para personas naturales basta con presentar la cédula de ciudadanía, para sociedades comerciales se deben presentar: fotocopia de la cédula de ciudadanía del representante legal y el certificado de existencia y representación de la sociedad.
- Inscribir en el Registro Unico Tributario RUT, la empresa como recaudadora del impuesto del IVA, diligenciar el formulario teniendo en cuenta si la empresa pertenece al Régimen Común o Simplificado.
- Establecer si se es o no agente retenedor.

6.2.3 Trámites de funcionamiento El procedimiento para llevarse a cabo son:

- Obtener el concepto de uso de suelo emitido por la Juraduría Urbana.
- Para registrar el establecimiento de comercio: primero se debe verificar el nombre y comprobar que no haya otro con igual nombre registrado. Segundo: Tramitar el formulario de establecimiento ante la Cámara de Comercio, mas cercana.
- Adquirir el formulario RIT ante la Dirección Distrital de Impuestos e inscribirse con el formulario RIT para el pago de impuestos distritales.
- Obtener el certificado de seguridad en el Cuerpo Oficial de Bombero.
- Obtener la licencia de Sanidad en el Hospital, Cami o Upa mas cercano.
- Cancelar los derechos de autor y compositores en SAYCO.

²³ Legis S.A., Nuevo código de comercio, Op, cit. Art.110

6.2.4. Trámites de seguridad laboral Los trámites de seguridad laboral se adelantan ante las empresas prestadoras de salud E.P.S. ante las cajas de compensación y ante las administradoras de riesgos profesionales ARP ó el Instituto de Seguridad Social ISS.

Los pasos son lo siguientes:

- Inscribirse ante la ARP privada de su excogencia o en el ISS.
- Tramitar ante la EPS y el Fondo de pensiones la afiliación de los trabajadores al programa de seguridad social y de pensiones.
- Tramitar la afiliación a un fondo de cesantías.
- Inscribirse a una caja de compensación familiar.
- Pagar los aportes de la caja de compensación familiar, Instituto de Bienestar Familiar y SENA.

Una vez constituida, matrícula y registrada la empresa el comerciante contrae deberes y derechos que debe cumplir en el desarrollo de su actividad.

Dentro del mismo código se enumeran como deberes de los comerciantes:

- a) Matricularse en el registro mercantil.
- b) Inscribir en el registro mercantil todos los actos libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad.
- c) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales.
- d) Conservar con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades.

6. ESTUDIO LEGAL

6.1. GENERALIDADES

La Constitución Nacional de Colombia en su artículo No 38 garantiza el derecho a la libre asociación de la siguiente manera: "Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad"

De acuerdo al Código de Comercio en su artículo 12 "Toda persona que según las leyes comunes tenga capacidad para contratar y obligarse es hábil para ejercer el comercio..."

Para el desarrollo del proyecto, y amparados en la Constitución se constituirá una Sociedad Anónima por ser esta la opción que cumple con las características que mas benefician el desarrollo del mismo.

En el artículo 373 de la C. C. C. "La sociedad anónima se formará por la reunión de un fondo social suministrado por accionistas responsables hasta el monto de sus respectivos aportes; será administrada por gestores temporales y revocables y tendrá una denominación seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o de las letras "S. A.""

Si la sociedad se forma, se inscribe o se anuncia sin dicha especificación, los administradores responderán solidariamente de las operaciones, sociales que se celebren, este tipo de sociedad no podrá constituirse ni funcionar con menos de cinco accionistas, de la misma forma, el capital de la sociedad anónima se dividirá en acciones de igual valor que se representarán en títulos

negociables²⁴. Al constituirse la sociedad deberá suscribirse no menos del cincuenta por ciento del capital autorizado y pagarse no menos de la tercera parte del valor de cada acción de capital que se suscriba.

La sociedad a constituirse será comercial ya que la empresa comprende actos mercantiles y actos que no tengan esta calidad, de no contemplar dichas actitudes en su objeto social la empresa pasaría a ser civil.²⁵

La empresa constituida con el nombre de "PURE ART S. A." responde a la descripción de "... empresas de fabricación, transformación, manufactura y circulación de bienes"²⁶

La sociedad anónima se rige bajo los siguientes parámetros: la emisión de acciones, la cual se realiza según los artículos 377 – 378 los cuales estipulan que las acciones podrán ser nominativas o al portador, pero deberán ser nominativas mientras no se hayan pagado íntegramente.. Las acciones serán indivisibles y en consecuencia, cuando por cualquier causa legal o convencional una acción pertenezca a varias personas, éstas deberán designar un representante común y único que ejerza los derechos correspondientes a la calidad de accionista.

El artículo 379. confiere a los propietarios de las acciones los siguientes derechos:

1. El de participar en las deliberaciones de la asamblea general de accionistas y votar en ella;
2. El de recibir una parte proporcional de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio, con sujeción a lo dispuesto en la ley o en los estatutos;
3. El de negociar libremente las acciones, a menos que se estipule el derecho de preferencia en favor de la sociedad o de los accionistas, o de ambos;
4. El de inspeccionar, libremente, los libros y papeles sociales dentro de los quince días hábiles anteriores a las reuniones de la asamblea general en que se examinen los balances de fin de ejercicio, y
5. El de recibir una parte proporcional de los activos sociales al tiempo de la liquidación y una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

Haciendo referencia a la Suscripción de acciones los artículos 384 dice: "La suscripción de acciones es un contrato por el cual una persona se obliga a pagar un aporte a la sociedad de acuerdo con el

²⁴ Art. 374 – 375 -376 del C.C.C.

²⁵ Legis S.A., Régimen legal de las sociedades, Op, cit. Art.100

reglamento respectivo y a someterse a sus estatutos. A su vez, la compañía se obliga a reconocer la calidad de accionista y a entregarle el título correspondiente”.

En el contrato de suscripción no podrá pactarse estipulación alguna que origine una disminución del capital suscrito o del pagado.

El reglamento de suscripción de acciones contendrá los siguientes parámetros:

1. La cantidad de acciones que se ofrezca, que no podrá ser inferior a las emitidas;
2. La proporción y forma en que podrán suscribirse;
3. El plazo de la oferta, que no será menor de quince días ni excederá de tres meses;
4. El precio a que sean ofrecidas, que no será inferior al nominal, y
5. Los plazos para el pago de las acciones.

Lo anterior según el artículo 386 de C. C. C.

La sociedad una vez constituida legalmente, forma una persona jurídica distinta de los socios individualmente considerados. Por tal razón la sociedad debe ser matriculada ante notaría pública y dada a conocer en el mercado mediante el registro en la Cámara de Comercio de Colombia.

La solicitud de matrícula será presentada por el representante legal dentro del mes siguiente a la fecha de la escritura pública de constitución o a la del permiso de funcionamiento según el caso y adelantara tales documentos.(cc Art.31)

El Código de Comercio vigente enumera en su art.28 en términos generales y en diez ordinales, los actos, circunstancias, libros y documentos para los cuales se exigen registro mercantil, entre los cuales están de nuestro interés:

- d) La apertura de los establecimiento de comercio y de sus sucursales, al igual que los actos que modifican o afectan la propiedad de los mismos y su administración. (Art.28)
- e) Los libros de contabilidad, los de registro y gravamen de acciones, los de actas de asambleas y juntas de socios así como los de juntas directivas de sociedades mercantil. (Art.28)
- f) Las personas que ejerzan profesionalmente el comercio y sus auxiliares, tales como los comisionistas, corredores, agentes, representantes de firmas nacionales o extranjeras, quienes lo harán dentro del mes siguiente a la fecha en que inicien actividades.²⁷

6.2. TRAMITES

²⁷ Legis S.A., Nuevo código de comercio, Op, cit. Art.31

Para la creación de una sociedad se deben realizar los siguientes tramites._

6.2.1. Trámites comerciales Los trámites comerciales se adelantan ante la Cámara de Comercio y una Notaría.

La matricula se puede hacer como persona natural o sociedad comercial y se matricula el establecimiento comercial si así lo tiene.

Persona natural: Es aquella que desarrolla una serie de actividades encaminadas a la producción de bienes y servicios con el fin de obtener una utilidad de su venta²⁸

Sociedad Comercial: Por el contrato de sociedad dos o mas personas se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, con el fin de repartirse entre si las utilidades obtenidas en la empresa o actividad social.²⁹

Una vez constituida la sociedad por escritura pública se debe matricular en la Cámara de Comercio para tal efecto se debe:

- Verificar que el nombre o razón social no este registrado por otra persona con anterioridad.
- Llevar la minuta de constitución en la cual debe figurar:
 - Nombre y razón social.
 - Objeto.
 - Clase de sociedad y socios.
 - Nacionalidad.
 - Duración
 - Domicilio.
 - Aportes de capital.
 - Representante legal.
 - Facultades entre otros.
- Llevar la escritura publica debidamente registrada ante notaría.
- Matricular la sociedad mediante la Matricula mercantil para lo cual es necesario:
 - Presentar el formulario debidamente diligenciado anexando.
 - Copia de la escritura.

²⁸ legis S.A., Código civil y legislación complementaria, Santafé de Bogotá, Colombia, 1.997, Legis editores, Art.74

²⁹ Legis S.A., Nuevo código de comercio, Op, cit. Art.110

- Comprobante de pago del valor liquidado por la cámara de comercio con base en los activos de la sociedad.
- Certificado de existencia y representación.
- Registrar los siguientes libros en la cámara de comercio.
 - Diario.
 - Libro mayor y balance.
 - Inventario y balance.
 - Actas.
- Renovar la matricula cada 31 de marzo.

6.2.2. Trámites tributarios Los trámites tributarios se adelantan ante el Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN. El programa de operaciones es el siguiente:

- Solicita el formulario del Registro Único Tributario RUT en el Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN en original y copia y diligenciarlo.
- Solicitar el formulario del Número de Identificación Tributaria NIT, para personas naturales basta con presentar la cédula de ciudadanía, para sociedades comerciales se deben presentar: fotocopia de la cédula de ciudadanía del representante legal y el certificado de existencia y representación de la sociedad.
- Inscribir en el Registro Unico Tributario RUT, la empresa como recaudadora del impuesto del IVA, diligenciar el formulario teniendo en cuenta si la empresa pertenece al Régimen Común o Simplificado.
- Establecer si se es o no agente retenedor.

6.2.3 Trámites de funcionamiento El procedimiento para llevarse a cabo son:

- Obtener el concepto de uso de suelo emitido por la Juraduría Urbana.
- Para registrar el establecimiento de comercio: primero se debe verificar el nombre y comprobar que no haya otro con igual nombre registrado. Segundo: Tramitar el formulario de establecimiento ante la Cámara de Comercio, mas cercana.
- Adquirir el formulario RIT ante la Dirección Distrital de Impuestos e inscribirse con el formulario RIT para el pago de impuestos distritales.
- Obtener el certificado de seguridad en el Cuerpo Oficial de Bombero.
- Obtener la licencia de Sanidad en el Hospital, Cami o Upa mas cercano.

- Cancelar los derechos de autor y compositores en SAYCO.

6.2.4. Trámites de seguridad laboral Los trámites de seguridad laboral se adelantan ante las empresas prestadoras de salud E.P.S. ante las cajas de compensación y ante las administradoras de riesgos profesionales ARP ó el Instituto de Seguridad Social ISS.

Los pasos son lo siguientes:

- Inscribirse ante la ARP privada de su excogencia o en el ISS.
- Tramitar ante la EPS y el Fondo de pensiones la afiliación de los trabajadores al programa de seguridad social y de pensiones.
- Tramitar la afiliación a un fondo de cesantías.
- Inscribirse a una caja de compensación familiar.
- Pagar los aportes de la caja de compensación familiar, Instituto de Bienestar Familiar y SENA.

Una vez constituida, matrícula y registrada la empresa el comerciante contrae deberes y derechos que debe cumplir en el desarrollo de su actividad.

Dentro del mismo código se enumeran como deberes de los comerciantes:

- e) Matricularse en el registro mercantil.
- f) Inscribir en el registro mercantil todos los actos libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad.
- g) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales.
- h) Conservar con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades.

8. ESTUDIO AMBIENTAL.

8.1 RECURSO SUELO

Disposición adecuada final de los residuos, donde se realizó una capacitación para impartir las instrucciones básicas en el manejo de los residuos sólidos como: plásticos, papel, etc., para ser reciclados o llevados al relleno del corregimiento de Patia; La realización de todas las conducciones y conexiones necesarias para el destino final de los residuos líquidos. Estas aguas servidas, se manejarán a través de un sistema de alcantarillado y pozo séptico del corregimiento del Patia, el cual no afecta el entorno. El personal operario se capacitó sobre el uso adecuado y cuidados que deben tenerse con los elementos de protección personal y cómo minimizar el impacto ambiental y ocupacional que se genera en PURE ART SA, contribuyendo así a una toma de conciencia en el buen uso de la dotación de los elementos de protección personal, entre otros. Para tal fin se cuenta con el jefe de personal quien es el encargado de vigilar que los operarios cumplan con las normas de uso de los elementos de protección.

El Manual de Operaciones de PURE ART S.A. se basa en la seguridad industrial y presenta el desarrollo de medidas que optimicen la producción, el diseño de operaciones responsables y seguras para la seguridad industrial y la optimización de movimientos; así como las medidas de prevención que deben tomarse. Este manual permitirá la identificación del personal responsable en cada fase del proceso productivo. Este debe ser socializado a todo el personal de PURE ART S.A.

La compra de herramientas y equipos adecuados que garanticen la eficiencia en cada fase de los procesos de productivos y un mejor aprovechamiento de la materia prima; también se requiere que el personal esté debidamente capacitado, en el uso de estas herramientas para evitar posibles accidentes.

8.2 RECURSO AGUA

PURE ART SA se abastece del acueducto regional y del pozo profundo que se construyó para tener recurso hídrico sin afectar a la comunidad. Al personal de PURE ART S.A. como al resto de la comunidad se debe concientizar que las fuentes hídricas son de carácter temporal debido al mal estado de protección de las microcuencas, por lo cual el uso que ellos hacen de este recurso en PURE ART S.A. y en sus viviendas debe ser el necesario, tratando de economizar ya que en época de verano el acueducto veredal debe racionar el agua por periodos de varias horas; así garantiza a la comunidad de la región y a PURE ART S.A. poder contar con este recurso para todos sus procesos propios. Por esto se hizo necesario capacitar al personal en el uso adecuado del agua, con el fin de adquirir conciencia en un buen manejo y evitar el desperdicio de ésta.

El Manejo de los vertimientos se realiza a través del sistema de drenaje de PURE ART S.A. que está conectado al alcantarillado del corregimiento de Patía.

La disposición de los residuos sólidos se realiza en un lugar previamente asignado por el municipio, para evitar que sean arrastrados y se conviertan en obstáculo para el libre flujo del agua por los drenajes naturales del área. Para ello se capacitó al personal en el manejo y reciclaje de los residuos sólidos para ser llevados al relleno del corregimiento de Patía. Se iniciará con el reciclaje del material vegetal para la elaboración de abono orgánico (compost) para el cultivo del totumo choca, el cual esta sembrado en la parte trasera de PURE ART S.A.

El Manejo de la pulpa del totumo que se usa como mate debe dejarse en el lugar de recolección (campo), para alimento del ganado; como un compromiso adquirido con los hacendados y/o ganaderos para obtener la materia prima conocida como totumo, puro o calabazo.

8.3 RECURSO BIOLÓGICO

El montaje de PURE ART S.A. produjo un mejoramiento ambiental y del paisaje, al realizarse el establecimiento del área cortavientos, limpieza y aseo diario de la planta; beneficiando a la población del municipio del Patía e iniciando un proceso de industrialización al sur del departamento del Cauca.

La construcción de PURE ART S.A. está sobre la vía Panamericana, en la zona urbana del corregimiento de Patía, El sitio donde está ubicado PURE ART S.A., ha sido destinado netamente para uso industrial; por lo cual el impacto ambiental hacia este recurso es mínimo. Además, los químicos que se utilizan en el proceso industrial, controlarán efectivamente la proliferación de

plagas (insectos) y microorganismos (hongos). La flora y fauna no se ven muy afectadas, debido a la poca vegetación que hay en la zona de PURE ART S.A., además su ubicación a orilla de la vía Panamericana y dentro del casco urbano del corregimiento del Patia, hace que la fauna se mantenga alejada de esta área.

La selección de la materia prima se realiza teniendo en cuenta los ítems acordados sobre la carga y la descripción completa y precisa de todas las condiciones a las cuales es expuesto el material de la carga, con el fin de ayudarle al operario y al comprador a confirmar que la carga fue procesada correctamente y que ésta no va a representar ningún tipo de peligro al momento de salir de PURE ART S.A.. Para la selección de la materia prima se capacita al personal en la selección del material, evitando así que la contaminación del mismo por algún tipo de organismo o insecto pueda perjudicar al comprador.

8.4 RECURSO AIRE

Se han realizado capacitaciones a los operarios en el manejo adecuado de los elementos de protección personal como las mascarillas de dotación. Además, se ubicarán extractores que proporcionen una eliminación total o parcial del polvo y de los vapores del interior de la planta. Una vez el director del Proyecto autorice su compra.

Selección y empleo de equipos de protección respiratoria, según la concentración de polvo en el lugar de trabajo y de cuántas veces esta concentración supera el límite de exposición ocupacional. Utilización de filtros de carbón activado, cuando exista riesgo de contaminantes en forma de vapor. Cambio regular de los filtros de los respiradores. Se capacitó a los operarios en el uso adecuado de las mascarillas con filtro para material particulado, las cuales deben ser de uso obligatorio para todo el personal de PURE ART S.A.

Cumplimiento de las normas colombianas para la protección de la calidad del aire: norma de calidad del aire o nivel de inmisión, norma de emisión o descarga de contaminantes al aire, norma de emisión de ruido, norma de ruido ambiental, norma de evaluación y emisión de olores ofensivos.

Para el cumplimiento de estas normas se ejecutó una medición de ruido realizada por la Subdirección de Gestión Ambiental de La Corporación Autónoma Regional del Cauca (CRC), con el apoyo de un sonómetro Quest 2900, para conocer el nivel de ruido generado por las máquinas usadas en la planta de manufactura liviana de totumos; los cuales arrojaron resultados relacionados en la siguiente tabla.

Tabla No. 33. Nivel de ruido generado por las maquinas de PURE ART S.A. en la producción de manufactura liviana en la empresa Pure Art, Corregimiento de Patia, Patia; convenio CAD. 090-03-1

Fuente de Emisión	Resultado (dB)	Normal (res.1792/90) (dB)
Ruido Ocupacional		
1. Máquinas pulidoras CTS	92.1 dB	85 dB
2. Área de maquinas lijadoras de banda, sistema sin fin. Compresor de 200 Lb.	88.7 dB	85 dB
3. Área de Oficinas	74.2 dB	85 dB
4. Área de Diseño	80.2 dB	85 dB
Ruido Ambiental		
Tienda comunitaria CEPOCAM (80mts. Del PURE ART S.A.)	51.3 dB	65 dB

Niveles de ruido por encima de lo normal. En cuanto a lo ocupacional. Resolución 08321 de 1983 del Ministerio de Salud.

La información presentada en la anterior tabla, permite deducir que el nivel de ruido ambiental generado por PURE ART S.A. se encuentra dentro de los límites permisibles, de acuerdo a lo establecido por la res. 8321/83.

Mientras que los resultados de la medición de los niveles de ruido ocupacional en PURE ART S.A.; indican que los puntos 1 y 2, superan los límites máximos permisibles de exposición al ruido continuo en un tiempo de 8 horas (85dB); en los puntos 3 y 4 los niveles de ruido no superan la normal.

También es necesario realizar una medición de partículas en suspensión, verificando que no excedan de 100 ug/m³ en un periodo de 12 meses y de monóxido de carbono, el cual no debe exceder de 15 mg/m³ en un periodo de 12 meses.

Aplicación de las normas básicas de seguridad industrial y salud ocupacional (decibeles máximos permitidos, dotación del personal con equipos de protección auditiva, entre otros). Selección y uso de protectores de oídos, de acuerdo con los decibeles a los que estén expuestos los empleados a través de un control audiométrico y a la medición de decibeles.

Los datos arrojados de la medición de ruido permitieron determinar el tipo de protección auditiva, con la cual debe dotarse a todo el personal que opera fuera del área administrativa de la planta. Los protectores auditivos que minimizan el impacto causado por la exposición al ruido son los de copa Ref. A-2050 que reducen de 10 – 20dB y los de inserción Ref. A-2060 que reducen 27dB (son hechos a la medida del oído del trabajador); periodos de 15 minutos de descanso al personal que trabaja en las maquinas; también se recomienda la insonorización de las maquinas con materiales que aíslen el ruido (madera, cartón de huevos etc.).

Ejecución de las medidas de control ambiental como cercas, cortavientos y rompe ruidos, avisos de señalización, capacitación del personal y señalización de las áreas de trabajo (colocando señales de prevención), ubicación de extintores y el uso de elementos de protección personal, todo esto se instaló en gran parte en los inicios del proyecto.

8.5 RECURSO SALUD HUMANA

Capacitación a todo el personal para el cumplimiento de las Normas de Seguridad Industrial y elaboración y cumplimiento del Manual de Operación, medidas de evacuación, primeros auxilios y acciones a seguir en caso de emergencia, con el fin de concientizar a los operarios en los riesgos que los afectan en su labor diaria en PURE ART S.A., Se les ha capacitado en el cumplimiento de las Normas de Seguridad Industrial, el uso y manejo adecuado de los elementos de seguridad industrial, primeros auxilios y acciones a seguir en caso de emergencia. También se ha contado con el apoyo del cuerpo de bomberos voluntarios, para que dicten dos charlas una en primeros auxilios y otra en manejo de extintores. La charla de seguridad industrial se dictó a los operarios donde se explicó la importancia del buen uso de los elementos de protección personal.

La elaboración de un Plan de prevención y acción frente a un eventual caso de incendio en el PURE ART S.A. de Patía; conlleva a capacitar al personal en el cumplimiento de las Normas de Seguridad Industrial en incendios, primeros auxilios, acciones a seguir en caso de emergencia, ubicación estratégica de los extintores, uso, cuidado y mantenimiento de los mismos, para garantizar su buen funcionamiento en caso de emergencia.

Demarcación de áreas, con los colores básicos recomendados por la American Standard Association (A.S.A) y otros colores específicos para elementos y materiales y avisos preventivos en donde existan potenciales accidentes. También se demarcaron áreas de trabajo de máquinas.

Adquisición de los elementos de Seguridad Industrial y Control Ambiental: cascos, botas, uniformes, tapa oídos, botiquín, entre otros, y capacitación a los operarios de PURE ART S.A. en la importancia y forma de uso de los elementos de protección personal.

La ubicación adecuada y estratégica de extintores, para atender posibles incendios, de botiquín y de canecas para recolección de desperdicios y manejo de reciclaje de basura.

Por medio de la capacitación se ha concientizado a los operarios en el uso de los elementos de protección personal, dando como resultado el uso adecuado de los mismos; la ropa contaminada es retirada y lavada antes de usarse de nuevo, los operarios siempre se lavan sus manos con agua y jabón después de cada actividad especialmente en el momento de salir al descanso.

La dotación al personal que trabaja en PURE ART S.A. es acorde al área, al trabajo y al riesgo que este corre en cada labor asignada. La dotación de los elementos de protección personal consta de: una careta con gafas a prueba de salpicaduras, guantes de caucho, cubierta para la cabeza, ropa protectora impermeable para evitar contacto con la piel o la ropa y botas.

Se acondicionaron lugares de acopio de materia prima, producto procesado, producto terminado, herramientas de trabajo y residuos; estos lugares se dispusieron desde el momento en que la empresa de manufactura liviana se inició.

Montaje de equipos teniendo en cuenta factores como acometidas, redes, luz, aire, señalización y seguridad, distribuyendo los equipos de acuerdo a la energía que requiere cada uno para su buen funcionamiento. También se tuvo en cuenta las fases de proceso productivo; se instalaron señales de seguridad industrial, ubicación de extintores y áreas de producción. Se capacitaron a los operarios para la interpretación de las señales.

La iluminación de PURE ART S.A. es adecuada, hay suficiente luz natural y eléctrica. Las instalaciones eléctricas se realizaron al final de la construcción de las obras y se contrató a un especialista para realizar las instalaciones eléctricas.

Debe elaborarse un Manual de Higiene y Seguridad Industrial, cumpliendo las normas de la Cruz Roja Internacional. Este debe ser realizado por una persona idónea (Profesional en el área de Salud Ocupacional). Una vez el Director del proyecto tenga respuesta de la ARP; se debe proceder a la contratación del profesional en S.O. para que realice esta y otras actividades relacionadas con el tema.

Creación del COPASO, Comité Paritario de Salud Ocupacional, conformado por dos representantes por cada parte (empleador y trabajador). Se creará una vez se conozca la ARP.

Adopción de medidas y desarrollo de actividades que procuren y mantengan la salud en los ambientes de trabajo y se tenga en cuenta la normatividad para la Salud Ocupacional (S.O.).

Vigilancia y promoción de la implementación de reglamentos de seguridad industrial. Análisis de los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, registro de accidentalidad en una valla para que todos los empleados observen.

Evaluación continua de los riesgos para la salud y seguridad de los operarios y demás empleados de PURE ART S.A.

La distribución de los equipos en la planta se realizó, aplicando principios de eficiencia, seguridad, flexibilidad y espacio, lo que garantiza la calidad de los productos y mejora la calidad de vida de los empleados. Ésta fue realizada al inicio del año; pero puede ser modificada de acuerdo con las recomendaciones de la ARP y/o el Programa de Salud Ocupacional.

La selección de los operarios se inició con una serie de capacitaciones a personas de la región; a partir de pruebas psicotécnicas con énfasis en el personal de las comunidades afrodescendientes, madres cabeza de hogar, comprometidas en respetar las recomendaciones ambientales aprobadas, los objetivos de PURE ART S.A. de acuerdo a la misión y visión, todo bajo previa capacitación. Al final se realizó una evaluación, la cual indicó las personas seleccionadas para trabajar en PURE ART S.A.

Continúa socialización de PURE ART S.A. a la comunidad para explicar los beneficios y las oportunidades de desarrollo socioeconómico que se ofrecen, además de afianzar el sentido de pertenencia en la nueva empresa. La socialización de los alcances que ha tenido el proyecto y la empresa como tal, se realiza continuamente a los asociados, operarios y a la comunidad.

Suministro a los trabajadores de ropa de trabajo adecuada (debe ajustar bien) según los riesgos a los que esté expuesto, además de los equipos de protección que reúnan las condiciones de seguridad y eficiencia para el usuario. Según la naturaleza del riesgo, los operarios tienen derecho a 3 dotaciones al año, es decir cada cuatro meses por ley debe entregarse una dotación de prendas adecuadas y cómodas, al igual de los elementos de protección personal que, por el tipo de función que cumplen se deterioran con facilidad. A los operarios en PURE ART S.A. se les dotó de caretas, petos, guantes, mascarillas, protectores auditivos y delantales.

8.6 RECURSO SOCIO – CULTURAL

Capacitaciones a los operarios y al personal de PURE ART S.A. para la implementación del manejo eficiente de equipos y el cumplimiento de las medidas de salud ocupacional y mitigación ambiental. Se han realizado con el fin de de minimizar riesgos y contaminación; orientando al personal sobre lo que es la salud ocupacional y los riesgos a los que están expuestos; también en la mitigación ambiental, manejo del agua, los residuos, etc.

Se elaboro el Manual de Operación para PURE ART S.A., con el fin de desarrollar medidas que optimicen la producción en forma responsable y segura, el cual se socializo con los operario de PURE ART S.A..

El registro fotográfico y testimonios se realiza continuamente durante el desarrollo de las actividades de PURE ART S.A.; sobre los impactos positivos de PURE ART S.A., como aporte al desarrollo de la cadena productiva forestal y al desarrollo económico de las comunidades afro descendientes.

La selección de operarios está a cargo de los administrativos y socios. Se escogen personas de la zona que se comprometan a respetar y cumplir las recomendaciones ambientales. Para la selección se llamó a la comunidad interesada a participar en PURE ART S.A., se les capacitó en diversos temas y posteriormente se realizó una evaluación, donde se seleccionó a las personas con los mejores puntajes.

Aseguramiento de la calidad y de control ambiental (Normas ISO 9000, 14004 de ICONTEC). Estas normas de calidad y de control ambiental se tuvieron en cuenta durante el montaje de PURE ART S.A. y con base en ellas se complementó el manual de operaciones de PURE ART S.A. (MOC). Para

obtener los certificados de calidad y de control ambiental, otorgada por el Icontec, debe participarse cuando se cumpla con toda la normatividad que en éstas se exige.

9. EVALUACION PRIVADA O FINANCIERA

9.1 FUENTES DE FINANCIACION.

Se entiende como financiación "la acción de crear y fomentar una empresa aportando el dinero necesario"³⁰. Sin embargo no siempre los empresarios cuentan con los recursos propios para desarrollar los proyectos de inversión, por tal razón se deben buscar diferentes formas de financiar el proyecto. Dentro de las modalidades de financiación las más conocidas son:

9.1.1. Fondos Extranjeros Se realizan generalmente en dólares de los Estados Unidos, la operación puede implicar otro costo adicional, que es la devaluación.

9.1.2. Dinero extrabancario Este dinero se puede conseguir más fácilmente pero a tasas muy altas, que puede hacer perder rentabilidad al proyecto.

9.1.3. Liquidación de activos Pero se corre el riesgo de perder la rentabilidad que estos produzcan.

9.1.4. Emisión de acciones Implica aumentar el gasto mensual por concepto de pago de dividendos.

9.1.5. Emisión de bonos Implica el pago de intereses y la constitución de un fondo para la cancelación de los bonos a su vencimiento.

³⁰ ANAYA ORTIZ Héctor. Análisis financiero aplicado con Ajustes de Inflación, Bogotá, edición 10, capítulo 8, pág. 337, 1.998.

9.1.6. Posponer el pago de impuestos Pero implica la cancelación por intereses de mora y se corre el riesgo de incurrir en multas.

9.1.7. Fondos nacionales Existen diferentes tipos de préstamos en el mercado nacional, créditos de consumo de inversión de desarrollo auspiciados por el Gobierno Nacional tales como los otorgados, por FINAGRO entre otros que ofrecen bajas tasas a los empresarios con mayores facilidades que la banca comercial.

9.1.8 Retención de utilidades Puede retenerse el pago de utilidades pero se corre el riesgo de desestimular a los accionistas a mantener la inversión, etc.

Para cumplir con el objetivo de la empresa se contara con los recursos de cooperación internacional (USAID), no reembolsables y puestos desde el año 2005, así como también se realizaran aportes por parte del sector privado y se retendrán las utilidades por un período de un año tiempo en el cual se espera que la empresa se expanda y posicione en el mercado. No obstante se cuenta con el respaldo de entidades como: Bancoldex, FINAGRO y las Compañías de Financiamiento Comercial, actualmente estas entidades ofrecen las siguientes líneas de crédito.

La entidad que ofrece el crédito mas flexible para la empresa es FINAGRO ya que presenta la menor tasa efectiva del mercado, y da facilidades con respecto a las cuotas de amortización y los plazos de pago los cuales incluyen un tiempo de gracia a pactar según la periodicidad de las cosechas, que para el totumo será de seis meses.

Los aportes de los socios consisten en activos fijos tales como el lote donde se implemento la empresa y otros aportes en efectivo.

Para analizar la viabilidad de llevar a cabo PURE ART SA fue necesaria la realización de una evaluación financiera a precios corrientes debido a que las tasas de interés del mercado incluyen el componente inflacionario dentro de las mismas, bajo este objetivo se emplearon diferentes herramientas financieras, que dieron origen al informe que a continuación se expone:

9.2. CRITERIOS DE EVALUACION FINANCIERA:

9.2.1. Criterio del valor actual neto Este indicativo plantea que el proyecto es viable si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a 0, donde el VAN es la diferencia entre todos los ingresos y egresos expresados en moneda actual.

Matemáticamente³¹ el VAN se define como:

$$VAN = \sum_{t=1}^n (BN / ((1+i)^t)) - I_0$$

Donde BN representa el beneficio neto del flujo en el período t. I_0 representa la inversión inicial en el momento cero de la evaluación, i representa la tasa de descuento del proyecto.

No obstante para efectos del ejercicio se utilizaron las herramientas del programa para computador EXCEL 97 en su herramienta "*Pegar Función – Financieras - VAN*".

Al obtener el criterio Van se obtiene un resultado de \$ 146.540.336 (Ciento cuarenta y seis millones quinientos cuarenta mil trescientos treinta y seis pesos con setenta centavos) a precios constantes lo cual indica que el proyecto proporciona dicha cantidad de remanente por sobre lo exigido, y de \$40.706.998 (Cuarenta millones setecientos seis mil novecientos noventa y ocho pesos) a precios corrientes.

9.2.2. Criterio de la tasa interna de retorno La tasa interna de retorno TIR es uno de los índices que más aceptación tiene dentro del público, porque esta midiendo la rentabilidad de una inversión que es una característica propia del proyecto, matemáticamente viene a ser la tasa en la cual VAN se vuelve cero.

"El criterio de la tasa interna de retorno TIR evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual"³² es decir la TIR es la tasa de interés mas alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo se pagara con las entradas en efectivo a medida que se fuese produciendo.

³¹ Sapag Chain Nassir, Preparación y evaluación de proyecto, Santa fé de Bogotá D.C., Colombia, 1998, 3ra edición, Editorial Mc Graw Hill Interamericana S.A., pág.318

³² Sapag Chain Nassir, Op. cit, pág.318

Matemáticamente³³ la TIR se define como:

$$\text{TIR} \square \sum_{t=1}^n (BN_t / ((1+r)^t)) - I_0 = 0$$

No obstante para efectos del ejercicio se utilizaron las herramientas del programa para computador EXCEL 97 en su herramienta "*Pegar Función – Financieras - TIR*".

La TIR calculada para el proyecto da en un 48.35% lo cual comparada con la tasa mínima de rendimiento a la que aspira la empresa es del 20% lo cual indica que el proyecto debe ser aceptado.

9.2.3. Criterio de la relación costo – beneficio La relación costo beneficio, consiste en poner en valor presente los beneficios netos y dividirlos por el valor presente de todos los costos del proyecto.

Matemáticamente³⁴ la relación costo beneficio se presenta de la siguiente manera:

$$\text{RCB} = \text{VAN Ingresos} / \text{VAN Costos.}$$

Por lo que la relación B/C puede tomar tres valores: $<1 = 1 >1$.

$B/C < 1$ significa que los ingresos son menores que los costos, por tanto el proyecto no es aconsejable.

$B/C = 1$ Significa que en VAN los ingresos son iguales a los egresos, en este caso, lo único que se alcanza a ganar es la tasa del inversionista, por lo tanto es indiferente realizar el proyecto o continuar con las inversiones que normalmente hace el inversionista.

$B/C > 1$ Significa que en VAN los ingresos son mayores que los egresos por lo tanto es aconsejable realizar el proyecto.

Una vez realizada la operación financiera de PURE ART SA, arroja un indicador B/C de 1.46 lo cual traduce que la inversión es rentable.

³³ Sapag Chain Nassir, Op. cit, pág.319

³⁴ Baca Guillermo, Ingeniería económica, Santa fé de Bogotá D.C., Colombia, 1.997, 4ta edición, Fondo Educativo Panamericano, pág.237

9.2.4. Flujo de caja: El flujo de caja del inversionista permite medir la rentabilidad de toda la inversión, incluyendo la rentabilidad de los recursos propios, además es una herramienta indispensable en el cálculo de la TIR.

Tabla No. 28 Flujo de Caja

Flujo de Caja Financiamiento					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	0	0	0	0	0
Intereses Pagados	0	0	0	0	0
Dividendos Pagados	0	-84.850.746	-115.115.157	-146.664.130	-185.117.223
Capital	0	0	0	0	0
		-	-	-	-
Neto Flujo de Caja Financiamiento	0	84.850.746	115.115.157	146.664.130	185.117.223

	2006	2007	2008	2009	2010
FLUJO DE CAJA					
Flujo de Caja Operativo					
Utilidad Operacional	231.102.460	313.072.719	401.972.490	510.854.163	644.039.179
Depreciaciones	7.950.115	8.427.122	8.932.749	9.468.714	10.036.837
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Agotamiento	848.000	1.322.880	1.826.253	2.359.828	2.925.418
Provisiones	11.483.025	2.411.435	2.917.837	3.530.582	4.272.005
Impuestos	0	-88.529.912	-120.106.600	-153.023.550	-193.143.986
Neto Flujo de Caja Operativo	251.383.600	236.704.244	295.542.728	373.189.738	468.129.452
Flujo de Caja Inversión					
	-				
Variación Cuentas por Cobrar	229.660.500	-48.228.705	-58.356.733	-70.611.647	-85.440.093
Variación Inv. Materias Primas e insumos3	-22.002.933	-4.620.616	-5.590.945	-6.765.044	-8.185.703
	-				
Variación Inv. Prod. En Proceso	105.414.176	-22.062.334	-26.683.525	-32.274.453	-39.038.719
	-				
Variación Inv. Prod. Terminados	105.414.176	-22.062.334	-26.683.525	-32.274.453	-39.038.719
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0
Otros Activos	0	0	0	0	0
	104.681.000				
Variación Cuentas por Pagar	0	21.983.010	26.599.442	32.185.325	38.944.243
Variación Acreedores Varios	0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos	0	0	0	0	0
	-			-	-
Variación del Capital de Trabajo	357.810.786	-74.990.979	-90.715.287	109.740.273	132.758.991
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	-4.000.000	-4.000.000	-4.000.000	-4.000.000	-4.000.000
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-4.000.000	-4.000.000	-4.000.000	-4.000.000	-4.000.000
	-			-	-
Neto Flujo de Caja Inversión	361.810.786	-78.990.979	-94.715.287	113.740.273	136.758.991

9.3 ANALISIS DE SENSIBILIDAD.

Tabla No. 29

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

	2006	2007	2008	2009	2010
--	------	------	------	------	------

Punto equilibrio UNIDADES		12.481	11.706	10.863	10.505	10.130
% MARGEN BRUTO PURE ART	15%	23.199	22.364	21.345	20.618	19.888
	16%	22.143	21.288	20.259	19.571	18.878
	17%	21.157	20.288	19.256	18.604	17.945
	18%	20.233	19.356	18.326	17.708	17.080
	19%	19.367	18.486	17.462	16.875	16.276
	20%	18.553	17.672	16.657	16.098	15.526
	21%	17.786	16.909	15.905	15.373	14.827
	22%	17.063	16.191	15.202	14.694	14.171
	23%	16.380	15.516	14.542	14.057	13.557
	24%	15.733	14.879	13.921	13.459	12.979
	25%	15.120	14.277	13.337	12.895	12.435
	26%	14.539	13.707	12.786	12.363	11.922
	27%	13.986	13.168	12.266	11.860	11.437
	28%	13.460	12.656	11.773	11.384	10.978
29%	12.959	12.169	11.306	10.933	10.543	
30%	12.481	11.706	10.863	10.505	10.130	

Al hacer un análisis económico proyectado al futuro, existen elementos de incertidumbre asociados a las alternativas que se estudian y es por esta razón que se hace difícil la toma de decisiones de inversión.

El análisis de sensibilidad se hace importante ya que los valores de las variables que se utilizaron en la evaluación del proyecto pueden tener desviaciones con efectos de consideración en la medición de sus resultados.

En un proyecto individual, la sensibilidad debe hacerse con respecto al parámetro más incierto; en este caso se tiene incertidumbre con respecto al precio de venta del artículo que se proyecta fabricar debido al carácter elástico de la demanda, por lo tanto el análisis de sensibilidad se hará con referencia a esta variable.

Tabla No. 32 TIR

TIR (%)		34,81%
% MARGEN BRUTO PURE ART	15%	-8,53%
	16%	-4,61%
	17%	-1,26%

18%	1,86%
19%	4,88%
20%	7,82%
21%	10,55%
22%	13,23%
23%	15,87%
24%	18,51%
25%	21,15%
26%	23,80%
27%	26,50%
28%	29,21%
29%	31,98%
30%	34,81%

Tabla No. 31 VPN

VPN - COP\$ '000		299.804
% MARGEN BRUTO PURE ART	15%	\$ -208.716
	16%	\$ -176.273
	17%	\$ -145.606
	18%	\$ -114.398
	19%	\$ -82.196
	20%	\$ -49.188
	21%	\$ -17.393
	22%	\$ 14.943
	23%	\$ 47.755
	24%	\$ 81.431
	25%	\$ 115.720
	26%	\$ 150.790
	27%	\$ 186.822
	28%	\$ 223.463
	29%	\$ 261.123
30%	\$ 299.804	

Una vez realizadas las operaciones matemáticas se obtiene que ante un incremento de un 20% en el precio promedio de venta del artículo la TIR aumentará a un nivel de 7.82% con un VPN de \$-49.188 millones de pesos m/cte, sin embargo el riesgo de que la demanda es bastante alto por lo que el nivel de utilidades se ve afectado. En este punto el proyecto puede dejar de ser atractivo para los inversionistas debido a que se puede obtener una mayor rentabilidad en negocios con un nivel de riesgo muy similar o simplemente dejando el dinero en el banco.

Con un incremento de 25% en el precio promedio de venta la TIR se sitúa en 21.15% con un VPN de \$115.720 millones de pesos m/cte, si bien la contracción en la demanda se siente los niveles de utilidad todavía resultan atractivos.

Con un incremento del 30% en el precio promedio de venta la TIR es de 34.81% y el VPN de \$299.804 millones de pesos m/cte. El proyecto es muy rentable siendo muy atractivo para los inversionistas.

10. EVALUACION SOCIO ECONOMICA.

El enfoque Nekeynesiano vincula la protección del medio ambiente con los instrumentos tradicionales de la política económica Keynesiana. para lo cual se busca incrementar la protección ambiental vía crecimiento económico y la creación de empleos en la rama de la nueva industria ambiental, en el mismo sentido se motivan las exportaciones de tecnologías y productos ecológicos

a los países en desarrollo de esta manera, se contribuye a mejorar, el nivel de ocupación y el crecimiento económico en la industria dedicada a esta tecnología, y a mejorar la economía de los países receptores, el propósito es lograr una protección ambiental a futuro que pueda servir para estabilizar las estructuras políticas y económicas causantes del deterioro ambiental generando empleo y subsanando los efectos ambientales; por lo tanto el proyecto busca desarrollar una industria creciente en el Totumo con tecnología de punta que garantice el óptimo de producción bajo una estructura de mercado justo que permita optimizar la generación de ingresos de la comunidad afropatiana y que conserve los mecanismos de conservación del medio ambiente a través de producciones limpias y utilizando insumos no contaminantes que garanticen ingresar en los mercados verdes europeos, cumpliendo con ello el desarrollo sostenible de la región y por ende de la comunidad beneficiaria del proyecto.

10.1. IMPACTO DIRECTO.

10.1.1. Salud “El contenido de materias prima naturales (frutos, tintes naturales) permite una producción limpia baja en químicos, lo cual afecta positivamente la integración entre medio ambiente y hombre”.³⁵ Creando la responsabilidad social tanto en productores como en compradores.

La mayoría de los venenos utilizados por la agricultura química para combatir las plagas y enfermedades son también tóxicos para las personas. Muchos de ellos tardan decenas de años en degradarse y, en otros casos, los productos resultantes de su degradación son más peligrosos aún que el veneno original.

El viento y el agua reparten los venenos por todo el planeta, extendiendo la contaminación más allá de cualquier frontera. Se ha encontrado DDT³⁶, uno de los primeros insecticidas de síntesis química, en la grasa de pingüinos y osos blancos localizados ambos en los polos, a miles de kilómetros de los cultivos donde se aplico.

10.1.2. Desplazamiento La agricultura ecológica persigue la calidad de los alimentos en lugar de los elevados rendimientos de la agricultura química, contribuyendo a un mejor control de los excedentes agrarios.

³⁵ Santamarta Jose, Agricultura y Medio ambiente, Valencia, España, 1.997, Congreso de agricultura ecológica, pág.5

³⁶ Ibid.Pág 7

Al mantener un paisaje más rico y variado a través de la conservación y creación de setos vivos y la realización de cultivos diversificados, permite el aprovechamiento de otros valores del medio rural como el turismo. Por otra parte, suele emplear más mano de obra, colaborando así también a evitar el abandono de las zonas rurales.

Muchos campesinos se ven desilusionados por que los planes de desarrollo agrícola se alejan de sus necesidades reales. En Colombia algunos campesinos que no pueden garantizarse una subsistencia honesta cultivando la tierra, terminan por sembrar cultivos ilícitos tales como la hoja de coca o por vender propiedades y emigrar a las ciudades donde la vida es a menudo es más difícil. La erosión social también se traduce en la partida de jóvenes colombianos frustrados que se unen al movimiento guerrillero.

10.1.3. Cultura Con la agricultura industrializada se pierde la cultura agrícola y campesina, el profundo conocimiento de los procesos naturales, las variedades y razas apropiadas a las condiciones de cada zona, los ciclos de cultivo determinados por el clima y el suelo, el aprovechamiento íntegro y sostenible de los recursos naturales.

La agricultura ecológica recupera esta cultura, como base para el desarrollo del sistema agrario. Esto no significa, como algunos pretenden hacer ver, volver a la agricultura del pasado, pues la cultura campesina es complementaria y compatible con los modernos conocimientos técnicos y científicos, los cuales permiten comprender la razón de ser de las técnicas tradicionales, permitiendo su mejora y su justa aplicación, y aportando nuevos procesos y medios

10.1.4. Ingreso PURE ART SA, permite a la comunidad del Patía percibir ingresos de manera lícita a través de tres mecanismos, como son: compra constante de materia prima (totumo) a un precio superior al establecido por los intermediarios; mano de obra directa con salarios y prestaciones establecidas por la Ley; y utilidades generadas por el objeto normal de la empresa que serán repartidas al finalizar el año contable.

El desarrollo de la humanidad se ha ido intensificando en los últimos años, en busca de un mejor nivel de vida, y de desarrollo. En su afán de lograr estos niveles ha olvidado las limitantes de un medio ambiente que se degrada y tiende al deterioro gradual hasta su desaparición. Anteriormente los procesos de producción y explotación del suelo y subsuelo permitían la renovación y conservación natural de los mismos, ya que los procesos utilizados eran rudimentarios al igual que inadecuadas técnica para la recolección del fruto.

Por lo anterior el proyecto ha mejorado el proceso de recolección y transformación del fruto del totumo por medio de capacitaciones técnicas y ambientales que permitan al valle del patia permanecer como fuente generadora del totumo, El proyecto continua en la búsqueda de procesos productivos y de modelos económicos que creen nuevas alternativas que mejoren los ingresos de la comunidad dedicada a la actividad agrícola.

La productividad del factor trabajo es la más baja en la agricultura principalmente por la utilización de mano de obra no calificada y/o familiares sin remuneración, es así como el proyecto implemento procesos continuos de capacitación con el animo de profesionalizar la mano de obra de la zona.

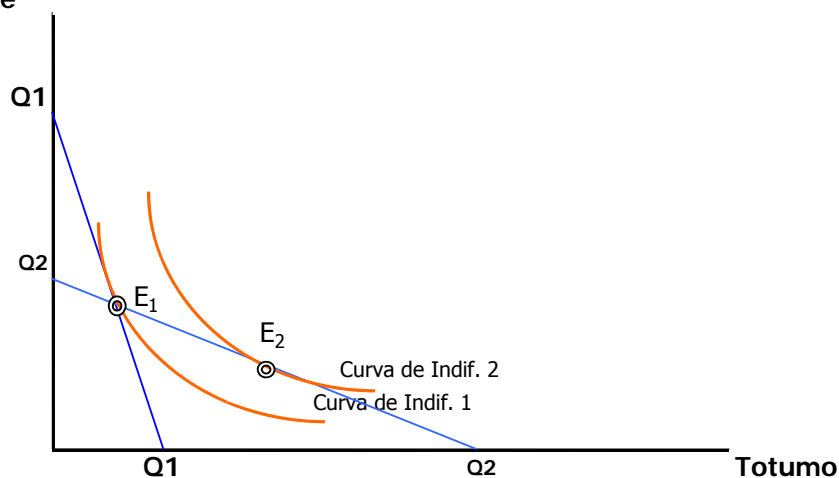
10.2. IMPACTO INDIRECTO.

Los costos y beneficios sociales indirectos corresponden a los cambios que provoca la ejecución del proyecto en la producción y consumo de bienes y servicios relacionados con este.

En este sentido los bienes que se verán mas afectados con la incorporación de los productos en base al totumo, serán los empaques en plástico y de otros materiales no biodegradables que son utilizados como recipientes del dulce.

10.2.1. Impacto sobre los ingresos dado el precio de otros productos

Grafico No. 7 **Empaque Plástico**



Se utilizaron curvas de indiferencia social para describir el comportamiento positivo y para mostrar cómo se modifica el bienestar cuando se presenta un cambio en el consumo, dada la línea de presupuesto del consumidor (La cual depende solamente del ingreso del consumidor y de los precios de los bienes) se puede determinar que el consumidor adquirirá Q1 Plástico y Q1 Totumo pero si el producto del proyecto ingresa con menor precio al mercado gracias al desarrollo tecnológico implementado en la zona y a los procesos de capacitación continua técnica, empresarial y suponiendo que el ingreso del consumidor permanezca constante, el consumidor se desplazará entonces a un nuevo equilibrio determinado por el punto de tangencia entre la línea de presupuesto y la curva de indiferencia mas lejana. De este modo el comportamiento de compras de los empaques plásticos y de totumo cambiará con lo cual se efectuará un comportamiento positivo.

En este nuevo punto el consumidor encontrará un mayor beneficio puesto que la reducción en el precio del totumo hace posible el consumo sobre una curva de indiferencia mayor.

11. CONCLUSIONES.

El estudio de mercado determinó que el Totumo es un excelente producto, ya que se podrá comercializar de tres formas específicas, como lo son: mate para manjar, productos decorativos en Totumo y productos utilitarios en Totumo. De esta forma contará con un gran número de mercados para todas sus líneas de producción; el mate para manjar, para la empresas dulceras del sector

como lo son: Dulces del Valle y Dulces Embajador entre otras; para la línea de productos decorativos y productos utilitarios ya se han realizados contactos con Carrefour, Home Center y otros almacenes de cadena y mayoristas del país, los cuales han demostrado interés en comercializar dichos productos.

Para mercado internacional, se estudiaron las características del consumidor, encontrando que los consumidores estadounidenses gastan más en regalos y artículos decorativos que lo gastan en ropa. Se determinaron los requisitos de acceso al mercado estadounidense donde el sistema de normas técnicas es manejado por el sector privado y son de voluntaria aplicación para ellos, pero se tornan obligatorias cuando se piensa en exportar bienes a este país; destacando algunas reglas como es el contenido de plomo en pintura y requisitos de inflamabilidad.

De igual manera el estudio de mercado estableció que la producción de Totumos es de tipo productivo en serie, destinados a un gran mercado, el cual permite su producción para existencias. Su producción se realizará en un área total de 1000 metros cuadrados, donde se encuentra la planta de producción, cual tiene capacidad para manufacturar 40.000 piezas de totumo en dos turnos productivos de 8 horas día.

La valoración económica del estudio técnico arrojó un gran total de inversión \$60.491.418 donde se incluyó la inversión en equipos, inversión equipamiento, inversión en muebles y enseres e inversión en equipo de oficina. Entendiendo que todas las inversiones permitan la operación normal de la planta de la empresa creada por el proyecto.

Se demostró que la región del Valle del Patía, en el departamento del Cauca, es apta para la creación de la empresa, ya que cuenta con abundante materia prima, gran cantidad de mano de obra disponible, la infraestructura necesaria para su funcionamiento y la implementación del programa de sustitución de cultivos ilícitos, dada la alta concentración de coca que allí se presenta.

Se eligió el tipo de organización de la empresa, el cual será una Sociedad Anónima de enfoque solidario, que garanticen que todos los socios tengan oportunidad en la toma de decisiones de manera equitativa. De la misma forma se definió la estructura administrativa y organizacional de la empresa a crear, cuyo propósito es determinar las relaciones, responsabilidades y funciones de cada unidad que conformaran la empresa, detallando en forma clara la estructura orgánica y funcional con su respectivo organigrama.

Se concluyó que la sociedad a constituirse será comercial, ya que la empresa comprende actos mercantiles. La empresa se constituirá con el nombre de "PURE ART S. A." responde a la descripción de "... empresas de fabricación, transformación, manufactura y circulación de bienes; rigiéndose bajo los parámetros de La Constitución Nacional de Colombia y el Código de Comercio. Una vez constituida la sociedad legalmente, formará una persona jurídica y será matriculada ante notaría pública y dada a conocer en el mercado mediante el registro en la Cámara de Comercio de Colombia.

En el estudio legal se establecieron todos los trámites tributarios que se deben adelantar ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, así como los trámites de seguridad laboral los cuales se adelantan ante las entidades promotoras de salud E.P.S.

Dentro del estudio contable, se realizó un análisis vertical sobre el balance general, obteniendo como resultado que la utilidad del ejercicio representa el 17% de las ventas para el primer año, y aumentará hasta situarse en un 36% y luego se estabilizará en promedio en el 20% para el fin del horizonte inicial. De la misma forma se realizó un análisis horizontal para el Estado de resultados observando que el mayor incremento en el nivel de ventas ocurrirán en los períodos comprendidos entre el año 2-1 y el año 3-2, 21% y 20% respectivamente, esto se dará principalmente por la introducción del producto en el mercado, posterior a esos períodos las ventas tendrán una tendencia positiva en promedio de un 20% mostrando un mayor posicionamiento en el mercado y comportamiento constante con referencia a los dos primeros períodos.

Los indicadores financieros fijaron resultados tales como: una razón corriente que afirma que desde el primer año la empresa tiene respaldo para sus obligaciones a corto plazo; una Prueba Acida con resultados positivos, un nivel de endeudamiento con pronta recuperación de la empresa en el corto plazo: el la Laverage total expresa que por cada peso del patrimonio se tiene deudas por \$ 0.51, \$0.55, \$0.60, \$0.41, \$0.43 para los cinco años respectivamente.

Se tendrá una rotación de inventarios de 58 días en el primer año, al igual que el segundo año, 57 días en el tercer año y 59 días en el cuarto año, eso significa que tendrá una alta rotación de mercancía, debido a la alta demanda del producto. Las ventas del proyecto generarán un 20.03% de utilidades para el año uno, 19.73% de utilidades para el año dos, 19.37% de utilidades para el año tres, 13.23% de utilidades para el año cuatro y 21.41% de utilidades para el quinto año esto para el margen bruto de utilidad. Se tendrá un margen operacional del 16.35% de utilidades para el año uno, 15.70% de utilidades para el año dos, 14.94% de utilidades para el año tres, 10.21%

de utilidades para el año cuatro y 19.04% de utilidades para el quinto año. El margen neto corresponderá a un 9.82% de las ventas en el año 1, 9.48% de las ventas en el año 2, 9.09% de las ventas en el año 3, 6.21% de las ventas en el año 4, y 11.26% de las ventas en el año cinco

La evaluación privada o financiera concluyó que se debe aceptar el proyecto ya que la TIR calculada para el proyecto es del 48.35% lo cual comparada con la tasa mínima de rendimiento a la que aspira la empresa es del 20%

El enfoque Nekeynesiano representa el presente estudio, ya que busca desarrollar una industria creciente en la transformación y comercialización del Totumo con tecnología de punta que garantice el óptimo de producción bajo una estructura de mercado justo que permita optimizar la generación de ingresos de la comunidad afropatiana y que conserve los mecanismos de conservación del medio ambiente a través de producciones limpias y utilizando insumos no contaminantes que garanticen ingresar en los mercados verdes europeos, cumpliendo con ello el desarrollo sostenible de la región y por ende de la comunidad beneficiaria del proyecto.

BIBLIOGRAFIA.

ANAYA ORTIZ Héctor. Análisis financiero aplicado con Ajustes de Inflación, Bogotá, edición 10, capítulo 8, pág. 337, 1.998.

BACA Guillermo, Ingeniería económica, Fondo educativo panamericano, Bogotá, Pág. 237, 1.997.

BERNARD J. Hargadón Jr, Múnera Cardenas Armando, Principios de contabilidad, Bogotá, Editorial Norma, 1.997.

BCO. REPUBLICA, Informe sobre Inflación, Pág. 5 – 10, Bogotá, junio 2005.

DIAZ, L. A., Informe Técnico, Caracterización del Mercado Colombiana de Plantas Medicinales y Aromáticas, Bogotá, Instituto Alexander Von Humboldt – Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, Pág. 111, 2003.

Fedesarrollo, Coyuntura económica, Bogotá, Fedesarrollo, Pág. 30 – 32, 1.998

-----, -----, Bogotá, Fedesarrollo, Pág. 30, 1.997

-----, -----, Bogotá, Fedesarrollo, Pág. 25, 1.996

GOBERNACION DEL CAUCA, Anuario estadístico, Bogotá, 2005

LEGIS S.A., Código de comercio, Bogotá, Legis editores S.A., Artículo 100, 1.997.

-----, Código civil y legislación complementaria, Bogotá, 1.997.

MILLER Roger LeRoy, Economía Micro & Macro, Bogotá, Colombia, Mc Graw Hill pág.246, 1.994.

NARVAEZ G, José Ignacio, Régimen legal de las sociedades, Bogotá, Legis editores S.A., 1.996

RUDIGER Dornbusch, Stanley Fischer, Economía Micro & Macro, Bogotá, TOMOS 1 al 4, Mac Graw Hill, 1.994.

SANTAMARIA José, Congreso de agricultura ecológica, Agricultura y medio ambiente, España, Red Carrefour de información y animación rural de la comisión Europea, Pág. 5, 1.998.

SAPAG CHAIN Nassir, Preparación y evaluación de proyecto, Bogotá D.C., Colombia, 3ra edición, Editorial Mc Graw Hill Interamericana S.A., pág.318, 1998.

STAFFORD y TACON, Fish on a diet of worms, Revista Esso agrícola No. 2, 1.998.

STONE James, Administración, México, 6ta Edición, Pentice Hall Hispanoamericana, pág. 51, 1.997.

CONTENIDO.

	Pág.
<i>INTRODUCCION.</i>	
1. DESCRIPCION SUMARIA DEL PROYECTO.	1
1.1. ACTIVIDAD ECONOMICA.	1
1.2. ENTORNO DE POLITICA FISCAL.	3
1.3. ENTORNO MONETARIO.	3

1.4.	ENTORNO POLITICO.	4
1.5.	ENTORNO COMERCIAL.	4
1.6.	ENTORNO DE INFLACION.	5
1.7.	ENTORNO CAMBIARIO	6
2.	ESTUDIO DE MERCADO.	7
2.1.	DESCRIPCION DEL PRODUCTO.	7
2.1.1.	Mate para Manjar	7
2.1.2.	Productos decorativos en Totumo	7
2.1.3.	Productos Utilitarios en Totumo	8
2.2.	MERCADO.	8
2.2.1.	Demanda del mercado.	9
2.2.2.	Definición de Objetivos	13
2.2.3.	Estrategia de Mercado	13
2.2.4.	Identificación de Productos	14
2.2.5.	Comportamiento del Mercado	14
2.2.5.1.	Mercado Nacional	14
2.2.5.1.1.	Clientes Potenciales	15
2.2.5.1.1.1.	Dulces del Valle	15
2.2.5.1.1.2.	Dulces Embajador	16
2.2.5.1.1.3.	Empresa Cortijo El Palmar	17
2.2.5.2.	Mercado Internacional	18
2.2.6.	Características del Consumidor	19
2.2.7.	Requisitos de Acceso al Mercado	20
2.2.8.	Análisis de Precios	20
2.2.9.	Análisis de la Competencia	21
2.2.10.	Practicas Comerciales	23
2.2.11.	Participación del Mercado	23

2.2.12. Proyecciones de Ventas	23
3. ESTUDIO TECNICO.	24
3.1. TIPO DE PROCESO POR PRODUCTO.	24
3.2. TIPO DE PROCESO POR FLUJO PRODUCTIVO.	26
3.2.1. Capacidad Teórica	26
3.2.1.1. Días del Ciclo	26
3.2.1.2. Jornada Laboral	26
3.2.1.3. Medios de Producción	26
3.2.2. Capacidad Instalada	27
3.2.2.1. Actividades de Investigación y Desarrollo	27
3.2.2.2. Plan de Producción	27
3.3. VALORACION ECONOMICA DEL ESTUDIO TECNICO.	28
3.3.1. Inversiones en Equipos	28
3.3.2. Inversiones de Equipamiento	29
3.3.3. Balance de Personal	30
3.3.4. Balance de Materia Prima.	30
3.4. ASPECTOS TECNICOS.	30
3.4.1. Selección Materia Prima	30
3.4.1.1. Totumo Seco	30
3.4.1.1.1. Secado	30
3.4.1.1.1.1. Secado Natural	30
3.4.1.1.1.2. Secado Controlado	30
3.4.1.1.2. Dureza	31
3.4.1.1.3. Tamaño	31
3.4.1.2. Mate	31
3.4.2. Procesos	31
3.4.2.1. Proceso de Pulido (1 Mano)	31

3.4.2.2.	Proceso de Resane	32
3.4.2.3.	Proceso de Pulido (2 Mano)	32
3.4.2.4.	Proceso de Encerado	32
3.4.2.5.	Proceso de Diseño	32
3.4.2.6.	Proceso de Tintillado	33
3.4.2.7.	Control de Calidad	33
3.4.2.8.	Brillo Final	33
4.	ESTUDIO DE LOCALIZACION.	34
4.1.	MACROLOCALIZACION.	34
4.1.1.	Localización	34
4.1.2.	Limites Particulares	34
4.1.2.1.	Departamento del Valle	34
4.1.2.2.	Departamento del Tolima	35
4.1.2.3.	Departamento del Huila	35
4.1.2.4.	Departamento de Nariño	35
4.1.2.5.	Océano Pacífico	35
4.2.	MICROLOCALIZACION.	36
4.2.1.	Sistema Vial y Transporte	37
4.2.2.	Disponibilidad y costo de la mano de obra.	38
4.2.3.	Cercanía de las fuentes de abastecimiento.	38
4.2.4.	Factores ambientales.	39
4.2.5.	Cercanía del mercado.	39
4.2.6.	Costo y disponibilidad de los terrenos.	39
4.2.7.	Topografía del suelo.	39
4.2.8.	Estructura impositiva y legal.	40
4.2.9.	Disponibilidad de agua, energía y otros suministros.	40
4.2.10.	Alcantarillado y Saneamiento Básico	41

4.2.11. Residuos Sólidos	41
4.2.12. Energía Eléctrica	42
4.2.13. Comunicaciones	42
4.2.14. Vías de Acceso	42
4.2.15. Población	42
4.2.16. Recreación Deporte y Aprovechamiento	43
4.2.17. Cultura	44
4.2.18. Vivienda.	45
4.2.18.1. Vivienda Rural	45
4.2.18.2. Vivienda Urbana	45
5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y DE ORGANIZACIÓN.	46
5.1. MISION.	46
5.2. VISION	46
5.3. TIPO DE ORGANIZACIÓN.	47
5.4. ORGANIZACIÓN INTERNA	48
5.4.1. Empresa Transformadora	48
5.4.1.1. Empresa	48
5.4.1.2. Función de la Empresa	48
5.4.1.3. Objeto de la Empresa	48
5.4.2. Dueños de la Empresa	48
5.4.2.1. Sector Privado	48
5.4.2.2. Asociaciones	48
5.4.2.3. Los Propietarios	48
5.4.3. Recursos de la Empresa	49
5.4.3.1. Recursos Humanos	49
5.4.3.2. Recursos Económicos	49
5.4.3.3. Recursos Técnicos	49

5.4.4.	Finalidad de la Empresa	49
5.4.4.1.	Maximización de la Empresa	49
5.4.4.2.	Crecimiento Empresarial	49
5.4.4.3.	Estabilidad y adaptabilidad	49
5.4.4.4.	Servicios a la Colectividad	49
5.5.	ESTRUCTURA ORGANICA Y FUNCIONAL	50
5.5.1.	Estructura General	50
5.5.2.	Organigrama	51
6.	ESTUDIO LEGAL.	52
6.1.	GENERALIDADES.	52
6.2.	TRAMITES	54
6.2.1.	Trámites comerciales.	54
6.2.2.	Trámites tributarios.	56
6.2.3.	Trámites de funcionamiento.	56
6.2.4.	Trámites de seguridad laboral.	56
7.	ESTUDIO CONTABLE.	58
7.1.	Análisis vertical.	60
7.1.1.	Balance General	60
7.1.2.	Estado de resultados.	61
7.2.	Análisis Horizontal.	62
7.2.1.	Balance General.	62
7.2.2.	Estado de resultados.	64
7.3.	Indicadores Financieros.	65
7.3.1.	Indicadores de liquidez.	65
7.3.1.1.	Razón corriente.	65
7.3.1.2.	Prueba ácida.	66
7.3.2.	Indicadores de endeudamiento.	66

7.3.2.1.	Nivel de endeudamiento.	66
7.3.2.2.	Leverage total.	66
7.3.2.3.	Endeudamiento Financiero	66
7.3.3.	Indicadores de actividad.	66
7.3.3.1.	Rotación de activos	66
7.3.3.2.	Rotación de Inventarios	66
7.3.3.3.	Rotación de activos operacionales	66
7.3.4.	Indicadores de rendimiento.	67
7.3.4.1.	Margen bruta de utilidad.	67
7.3.4.2.	Margen operacional	67
7.3.4.3.	Margen neto de utilidad.	67
7.3.4.4.	Rendimiento de patrimonio.	67
7.3.4.5.	Rendimiento del activo total.	68
8.	ESTUDIO AMBIENTAL.	68
8.1.	RECURSO SUELO	68
8.2.	RECURSO AGUA	68
8.3.	RECURSO BIOLOGICO	69
8.4.	RECURSO AIRE	70
8.5.	RECURSO SALUD HUMANA	72
8.6.	RECURSO SOCIO CULTURAL	75
9.	EVALUACION PRIVADA O FINANCIERA.	76
9.1.	Fuentes de financiación.	76
9.1.1.	Fondos extranjeros.	76
9.1.2.	Dinero extrabancario.	76
9.1.3.	Liquidación de activos.	76
9.1.4.	Emisión de acciones.	76

9.1.5. Emisión de bonos.	76
9.1.6. Posponer el pago de impuestos.	76
9.1.7. Fondos nacionales.	76
9.1.8. Retención de utilidades.	77
9.2. CRITERIOS DE EVALUACION FINANCIERA.	77
9.2.1. Criterio del valor actual neto.	77
9.2.2. Criterio de la tasa interna de retorno.	78
9.2.3. Criterio de la relación costo – beneficio.	79
9.2.4. Flujo de caja.	79
9.3. ANALISIS DE SENSIBILIDAD.	81
10. EVALUACION SOCIO ECONOMICA.	84
10.1. IMPACTO DIRECTO.	84
10.1.1. Salud.	84
10.1.2. Desplazamiento.	85
10.1.3. Cultura.	85
10.1.4. Ingreso.	85
10.2. IMPACTO INDIRECTO.	86
10.2.1. Impacto sobre los ingresos dados el precio de otros productos.	86
11. CONCLUSIONES.	88
12. RECOMENDACIONES	91
13 BIOGRAFIA	92
14. ANEXO	
14.1 ESTRUCTURA DE DIRECCIÓN	93
14.1.1. Asamblea General	93
14.1.1.1. Definición	93
14.1.1.2. Funciones	93

14.1.2. Junta Directiva	94
14.1.2.1. Definición	94
14.1.2.2. Funciones	94
14.1.3. Gerente General	96
14.1.3.1. Definición	96
14.1.3.2. Funciones	96
14.1.4. Revisor Fiscal	97
14.1.4.1. Definición	97
14.1.4.2. Funciones	97
14.2. ESTRUCTURA OPERATIVA	99
14.2.1. Funcionamiento	99
14.2.1.1. Área de Producción	99
14.2.1.2. Área de Ventas y Compras	99
14.2.1.3. Área de Almacenamiento	100
14.2.1.4. Área Administrativa	100
14.2.2. Selección y Reclutamiento	101
14.3. DESCRIPCION DE CARGOS	102
14.3.1. Dirección general.	102
14.3.1.1. Descripción Cargo	102
14.3.1.2. Funciones	102
14.3.1.3. Tareas	103
14.3.1.4. Perfil del Cargo	103
14.3.2. Coordinador Administrativo	104
14.3.2.1. Descripción Cargo	104
14.3.2.2. Funciones	104
14.3.2.3. Perfil del Cargo	105
14.3.3. Coordinador Técnico	106

14.3.3.1.	Descripción Cargo.	106
14.3.3.2.	Funciones	106
14.3.3.3.	Perfil del Cargo.	107
14.3.4.	Contador Público	107
14.3.4.1.	Descripción del Cargo.	107
14.3.4.2.	Funciones	107
14.3.4.3.	Perfil del Cargo.	108
14.3.5.	Secretaría	108
14.3.5.1.	Descripción del Cargo.	108
14.3.5.2.	Funciones	108
14.3.5.3.	Perfil del Cargo.	109
14.3.6.	Jefe de Planta	109
14.3.6.1.	Descripción del Cargo.	109
14.3.6.2.	Funciones.	109
14.3.6.3.	Perfil del Cargo.	110
14.3.7.	Control de Calidad	110
14.3.7.1.	Descripción del cargo.	110
14.3.7.2.	Funciones	110
14.3.7.3.	Perfil del Cargo.	111
14.3.8.	Operarios	111
14.3.8.1.	Descripción del Cargo.	112
14.3.8.2.	Funciones	112
14.3.8.3.	Perfil del Cargo	112

14. ANEXO

14.1 Estructura de Dirección

14.1.1 Asamblea General

14.1.1.1 Definición. Es la instancia administrativa de coordinación y consideración de alternativas de solución, a la cual pertenecen todos los socios de la empresa. Sus decisiones obligan a la totalidad de sus miembros. Estas reuniones pueden ser ordinarias (cada año) o extraordinarias.

Los primeros se celebrarán con la regularidad que establezcan los estatutos y las segundas podrán realizarse en cualquier época del año, para tratar asuntos imprevistos o de urgencia.

14.1.1.2 Funciones. Según se cita en los estatutos, son funciones de la Asamblea General:

- a Disponer las reservas que deben hacerse además de las legales y estatutarias.
- b Fijar el monto del dividendo, así como la forma y plazos en que se pagará.
- c Ordenar las acciones que correspondan contra los administradores, funcionarios directivos o el Revisor Fiscal si es necesario.
- d Hacer las elecciones que corresponda, según los estatutos o las leyes, fijar las asignaciones de las personas así elegidas y removerlas libremente.
- e Adoptar las medidas que exigiere el interés de la sociedad.
- f Estudiar y aprobar las reformas de los estatutos
- g Estudiar y aprobar e improbar los balances de fin de ejercicio y los estados financieros de propósito general, junto con sus notas, cortados a fin del respectivo ejercicio, cambios en la situación patrimonial, fuentes y usos, así como las cuentas e informes de gestión que deban rendir los administradores. Así mismo decidirá sobre los dictámenes presentados sobre los estados financieros y los demás informes emitidos por el revisor fiscal o contador publico independiente.
- h Disponer de las utilidades sociales conforme a los presentes estatutos y a las leyes.
- i Considerar los informes de los administradores o del Representante Legal sobre el estado de los negocios sociales, y el informe del Revisor Fiscal.
- j Establecer la remuneración y beneficio para los Administradores, cada año. Esta remuneración se asigna por sesión a la que asiste el miembro. El plan de compensación será proporcional al tiempo de dedicación, la situación financiera de la sociedad y la participación en los comités. En el evento en el cual el Gerente tenga asiento en la Junta con derecho a voz y voto no recibirá remuneración por su asistencia.
- k Adoptar todas las medidas que reclamen el cumplimiento de estos estatutos y el interés común de los asociados.
- l Aprobar los contratos que superen el límite económico de la Junta Directiva.
- m Las demás que señalen la ley y estos estatutos.

14.1.2 Junta Directiva

14.1.2.1 Definición La Junta es el máximo responsable de la supervisión del rendimiento de los dirigentes y garante de un beneficio aceptable para los accionistas. A su vez, está encargada de prevenir los conflictos de intereses y equilibrar los requisitos que los distintos grupos realizan a la

sociedad. La Junta debe mantener independencia con respecto a la dirección a fin de cumplir eficientemente con sus responsabilidades.

14.1.2.2 Funciones Son atribuciones de la Junta Directiva:

- a Realizar los esfuerzos conducentes al adecuado desarrollo del objeto social.
- b Velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones legales o estatutarias.
- c Velar por que se permita la adecuada realización de las funciones encomendadas a la revisoría fiscal.
- d Guardar y proteger la reserva comercial e industrial de la sociedad.
- e Abstenerse de utilizar indebidamente información privilegiada.
- f Dar un trato equitativo a todos los socios y respetar el ejercicio del derecho de inspección de todos ellos.
- g Abstenerse de participar por si o por interpuesta persona en interés personal o de terceros, en actividades que impliquen competencia con la sociedad o en actos respecto de los cuales exista conflictos de intereses, salvo autorización expresa de la Asamblea General de Accionistas. En estos casos, el interesado deberá suministrar a la Asamblea toda la información que sea relevante para la toma de la decisión. De la respectiva determinación deberá excluirse el voto del interesado si fuere socio. En todo caso la autorización de la Asamblea General de Accionistas sólo podrá otorgarse cuando el acto no perjudique los intereses de la sociedad.
- h *Nominar, nombrar, remover y evaluar* a los empleados cuya designación no corresponda a la Asamblea General de Accionistas.
- i Designar al Gerente y/o Representante Legal fijándole su remuneración.
- j Crear los demás empleos que considere necesarios para el buen servicio de la empresa, señalarles funciones y remuneración.
- k Delegar en el Gerente o en cualquier otro empleado, las funciones que estime convenientes.
- l Convocar a la Asamblea a su reunión ordinaria, cuando no lo haga oportunamente el Representante Legal o a reuniones extraordinarias, cuando lo juzgue conveniente.
- m Impartirle al Gerente y/o Representante Legal las instrucciones, orientaciones y órdenes que juzgue convenientes.
- n Presentar a la Asamblea General los estados financieros e informes que ordene la ley.
- o Determinar las partidas que se deseen llevar a fondos especiales.
- p Incluir dentro del presupuesto anual una partida para la asistencia técnica para los productores como para el fomento de la producción de materias primas requeridas por la sociedad, y determinar su forma de ejecución.

- q Examinar cuando lo tenga a bien, los libros, documentos, fincas, instalaciones, depósitos y caja de la compañía.
- r Autorizar la apertura de sucursales o agencias o dependencias, dentro o fuera del país.
- s Elaborar el reglamento de emisión, ofrecimiento y colocación de acciones en reserva de conformidad con lo previsto en estos estatutos.
- t Tomar las decisiones que no correspondan a la Asamblea o a otro órgano de la sociedad.
- u Aplicar el procedimiento y tomar las decisiones sobre la venta forzosa de las acciones y pérdida del derecho sobre las acciones donadas.
- v Celebrar contratos hasta por mil (1000) salarios mínimos mensuales vigentes.
- w Aprobar los contratos que supere los límites del Representante Legal
- x Verificar la efectividad y transparencia de los sistemas contables de la sociedad.
- y Realizar reportes periódicos a los accionistas, sobre la situación financiera y de Gobierno de la sociedad.
- z Poner a consideración de la ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS, reformas relacionadas con el Gobierno Corporativo de la sociedad que considere necesarias.
- aa Determinar la compensación de la auditoría.
- bb Autorizar transacciones entre accionistas controlantes.
- cc Garantizar la aplicación de políticas de buen gobierno corporativo adoptadas por la sociedad.
- dd Aprobar y examinar la estrategia corporativa de la sociedad, que incluye
- ee Misión y visión de la sociedad.
- ff Objetivos e indicadores de gestión.
- gg Plan financiero.
- hh Plan para la administración de riesgos.
- ii Plan para el manejo de la imagen corporativa.
- jj Plan de mercado.
- kk Plan para el desarrollo de actividades.
- ll Políticas laborales.
- mm Políticas de administración de conflictos de interés.
- nn Políticas para la resolución de controversias internas y externas.

14.1.3 Gerente General

14.1.3.1 Definición La sociedad tendrá un Gerente el cual contará con un suplente que lo reemplazará en sus faltas absolutas o temporales.

14.1.3.2 Funciones El Gerente ejercerá todas las funciones propias de la naturaleza de su cargo, y en especial las siguientes:

- a Realizar los esfuerzos conducentes al adecuado desarrollo del objeto social.
- b Velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones legales o estatutarias.
- c Velar por que se permita la adecuada realización de las funciones encomendadas a la revisoría fiscal.
- d Guardar y proteger la reserva comercial e industrial de la sociedad.
- e Abstenerse de utilizar indebidamente información privilegiada.
- f Dar un trato equitativo a todos los socios y respetar el ejercicio del derecho de inspección de todos ellos.
- g Abstenerse de participar por si o por interpuesta persona en interés personal o de terceros, en actividades que impliquen competencia con la sociedad o en actos respecto de los cuales exista conflictos de intereses, salvo autorización expresa de la Asamblea General de Accionistas. En estos casos, el interesado deberá suministrar a la Asamblea toda la información que sea relevante para la toma de la
- h Decisión. De la respectiva determinación deberá excluirse el voto del interesado si fuere socio. En todo caso la autorización de la Asamblea General de Accionistas
- i sólo podrá otorgarse cuando el acto no perjudique los intereses de la sociedad.
- j Cumplir las decisiones de la Asamblea General de Accionistas y de la Junta Directiva.
- k Representar legalmente a la sociedad ante las autoridades de cualquier orden y naturaleza y ante accionistas y otras personas jurídicas o naturales, fuera o dentro del territorio nacional, con amplias facultades generales para el buen desempeño de su cargo y con los poderes especiales que exige y, para comparecer inclusive en juicio en los que se dispute la propiedad de bienes inmuebles, salvo los casos en que se requiere autorización especial conforme a la ley o a los presentes estatutos.
- l Manejar los asuntos y operaciones internas de la sociedad y, en particular las operaciones técnicas, la contabilidad, la correspondencia y la vigilancia de sus bienes, todo ello dentro de las orientaciones e instrucciones emanadas de la Asamblea y de la Junta Directiva.
- m Ejecutar y celebrar cualquier clase de acto o contrato en desarrollo del objeto social.
- n Nombrar y remover libremente a las personas que deban desempeñar los

empleos creados por la sociedad a excepción de los que son exclusivos de la Asamblea General de Accionistas, de la Junta Directiva y del Revisor Fiscal (auxiliares).

- o Constituir apoderados especialmente para atender los asuntos que deban adelantarse ante autoridades de cualquier orden.
- p Preparar y ejecutar el presupuesto aprobado por la Junta Directiva. Dentro del presupuesto anual se contemplará una partida para la asistencia técnica para los productores como para el fomento de la producción de materias primas requeridas por la sociedad, y se determinará por la Junta Directiva su forma de ejecución.
- q Decidir sobre los asuntos comerciales de la sociedad que no requieran de la aprobación de la Junta Directiva.
- r Coordinar y controlar la gestión empresarial de la sociedad y mantener las relaciones públicas de la misma.
- s Organizar, dirigir y controlar el mantenimiento interno de la sociedad.
- t Velar porque se lleven correctamente la contabilidad y libros de la sociedad, autorizar y suscribir los balances e informes periódicos y someterlos a la consideración de la Junta Directiva, informe sobre la marcha de la sociedad y sobre su situación comercial administrativa y financiera.
- u Presentar anualmente y en forma oportuna a la Junta Directiva y a la Asamblea General de Accionistas, las cuentas, el inventario, el balance general y el estado de resultado junto con un informe general, la marcha de los negocios sociales durante el ejercicio inmediatamente anterior.
- v Determinar la inversión de los fondos disponibles que no sean necesarios para las operaciones inmediatas de la sociedad.
- w Decidir sobre el número de empleados de la sociedad y determinar su régimen de remuneración.
- x Ejercer las demás funciones legales y estatutarias y las que se asigne o deleguen a la Asamblea General de Accionistas o la Junta Directiva.
- y Comparecer ante notario para legalizar las decisiones de la Asamblea General de
- z Accionistas o de la Junta Directiva que requieren elevarse a Escritura Pública.
- aa Adoptar las medidas necesarias para la debida conservación de los bienes sociales y para el adecuado recaudo y aplicación de sus fondos, vigilar y dirigir las actividades de los empleados de la sociedad e impartir las órdenes e instrucciones que exija la buena marcha de la empresa.
- bb Presentar ante la Asamblea General de Accionistas anualmente, en su reunión

ordinaria, el balance de fin de ejercicio, junto con los informes y el proyecto de distribución de utilidades y demás detalles e informaciones especiales exigidos por la ley, previo el estudio, las consideraciones y la aprobación inicial de la Junta Directiva.

cc Revelar posibles conflictos de interés.

Garantizar el cumplimiento de las normas de gobierno corporativo adoptadas en los presentes Estatutos.

14.1.4 Revisor Fiscal

14.1.4.1 Definición La revisoría fiscal deberá velar por la protección de los derechos de los accionistas, actuará de buena fe y con criterio independiente de los dirigentes, miembros de junta directiva y de los accionistas.

14.1.4.2 Funciones Son funciones del Revisor Fiscal:

- a Cerciorarse de que las operaciones que se celebran o cumplan por cuenta de la Sociedad se ajusten a las prescripciones de estos Estatutos, a las decisiones de la Asamblea General y de la Junta Directiva.
- b Dar cuenta oportuna, por escrito, a la Asamblea, Junta Directiva o al Gerente, según los casos, de las irregularidades que ocurran en el funcionamiento de la Sociedad y en el desarrollo de sus negocios.
- c Colaborar con las Entidades Gubernamentales que ejerzan la inspección y vigilancia de la compañía y rendir los informes a que haya lugar o les sean solicitados.
- d Velar porque la contabilidad de la Sociedad se lleve regularmente, así como las Actas de las reuniones de la Asamblea, la Junta Directiva, y porque se conserven debidamente la correspondencia de la Sociedad y los comprobantes de las cuentas impartiendo las instrucciones necesarias para tales fines.
- e Inspeccionar asiduamente los bienes de la Sociedad y procurar que se tomen en forma oportuna las medidas de conservación o seguridad de los mismos y de los que ella tenga en custodia o a cualquier otro título.
- f Impartir las instrucciones, practicar las inspecciones y solicitar los informes que sean necesarios para establecer un control permanente sobre los valores sociales
- g Autorizar con su firma cualquier balance que se haga con su dictamen o informe correspondiente.

- h Convocar reuniones extraordinarias de la asamblea General de Accionistas o junta
- i directiva cuando lo juzgue necesario.
- j Cumplir las demás atribuciones que le señalen la Ley o los Estatutos y las que, siendo compatibles con las anteriores, le encomiende la Asamblea.

14.2 ESTRUCTURA OPERATIVA

14.2.1 Funcionamiento La estructura funcional está formada por las siguientes áreas:

14.2.1.1 Área de Producción Es la encargada de desarrollar los pedidos para cubrir la demanda establecida por el departamento comercial de Pure Art, adicionalmente crear nuevos prototipos con el fin de atender las necesidades del mercado.

14.2.1.2 Área de Ventas y Compras: Es la parte que se encargará de las ventas, al por mayor y al detal de los productos desarrollados por el área de producción, adicionalmente alimentar la base de datos de proveedores de insumos que den la empresa mayores beneficios en relación a costo, calidad, cumplimiento.

14.2.1.3 Área de Almacenamiento y Adecuación de Productos: Es la encargada de acopiar el producto y realizar la distribución requerida para cumplir con los pedidos establecidos y otorgar los requerimientos necesarios por el comprador final. (Empaque, Etiqueta, Embalaje).

14.2.1.4 Área Administrativa: Encargada del manejo global. Estará a cargo, además, de coordinar con el Gerente, Director Técnico la programación de producción, almacenamiento y comercialización.

Tabla No. 32 Cuadro Funciones

Área Funcional	Actividades por Área	PERSONAL
Área de Ventas y Compras	Vender los productos al por mayor, negociando con grandes mayoristas.	Gerente
	Vender productos al detal, en la bodega y en las zonas que la central tiene asignadas para tal fin.	Director Comercial

Área Funcional	<i>Actividades por Área</i>	<i>PERSONAL</i>
Área de Almacenamiento y Adecuación de Productos	Seleccionar y clasificar los productos de acuerdo a estándares de calidad previamente definidos. Reempacar los productos en las presentaciones acordadas para el tipo de mercado al que van dirigidos. Organizar el almacenamiento de acuerdo a las características de cada producto. Organizar el cargue y descargue de los vehículos. Manejar los inventarios de Productos Presentar informe sobre cantidad de ventas y responder por el dinero correspondiente. Alimentar el sistema de información de precios.	Director Técnico Jefe de Planta Responsable de Calidad Cargadores que podrían ser parte de los operarios.
Área de Administración	Coordinar el funcionamiento de la planta y oficina Organizar un sistema de información de precios Establecer alianzas estratégicas con comercializadores nacionales e internacionales Coordinar y organizar la Distribución a terceros mercados de acuerdo a los pedidos Organizar los despachos de productos en coordinación con el área administrativa Comprar los insumos que requiera la planta de producción	Gerente General Coordinador Administrativo Director Técnico

14.2.2 Selección y Reclutamiento Operativo y administrativo

El equipo que se vinculará a la Empresa para las funciones de operación cumplida con un proceso de capacitación técnica y administrativa que proporcionara las herramientas necesarias para el cabal cumplimiento de las labores a desarrollar, una vez finalizada la etapa de formación, se realizara una prueba con el fin de proporcionar el mejor equipo operativo en planta. El personal administrativo tendrá un perfil comercial, encaminado al cumplimiento de metas y resultados, con un alto sentido de responsabilidad, presentación personal, excelente manejo de sus relaciones personales y con fortalezas en sus conocimientos técnicos, administrativos y de mercadeo.

Los pasos que aseguran una selección acorde con las necesidades de la empresa son:

- 1 Convocatoria de cargos a través de las diferentes asociaciones creadas, invitación por escrito a participar a cada una de las veredas, etc., donde se espera recibir cerca de 200 hojas de vida.
- 2 Una vez recibidas inicia el proceso de capacitación técnica y administrativa de por lo menos 150 personas en grupos de treinta personas para poder mantener el poder de concentración del personal a capacitar.
- 3 Una vez seleccionadas y clasificadas se citarán para las pruebas técnicas, administrativas a través del proceso denominado AP- AC (Aptitudes – Actitudes) de habilidades y personalidad, que de acuerdo a un puntaje superior de siete sobre diez, pasaran a un proceso de entrevista por parte del Coordinador Técnico. Una vez desarrollada la selección final se realizara un proceso de trabajo continuo por 15 días bajo la modalidad de jornal con el fin de clarificar la verdadera convicción de trabajo continuado por parte del personal escogido.
- 4 La Junta Directiva presentará entre 3 y 4 opcionados al Gerente, quien escogerá su equipo de trabajo.
- 5 Posteriormente habrá dos modalidades de contratación: A término definido y por prestación de servicios (para todo el personal). Los colaboradores de la Empresa tendrán dos meses de periodo de prueba donde se evaluará su rendimiento, su nivel de compromiso y sus resultados.
- 6 Finalmente, habrá un periodo de capacitación y mejoramiento continuo de acuerdo a las áreas que se manejen y a las necesidades de la Empresa.
- 7 El equipo humano con vinculación directa a la Empresa será de 15 personas de tiempo completo. De acuerdo a los resultados y a las necesidades detectadas, se evaluara la ampliación o disminución de la nómina y/o creación o eliminación de cargos.

14.3 Descripción de Cargos

14.3.1. NOMBRE DEL CARGO	:	GERENTE GENERAL
Fecha de Elaboración	:	junio de 2005
Área de Trabajo	:	Empresa
Responde a	:	Junta Directiva

14.3.1.1 Descripción General Del Cargo: Promover y planificar estrategias tendientes a concretar acciones y negocios propios de la Empresa, así como organizar, dirigir y controlar su ejecución.

14.3.1.2 descripciones de las funciones

- 1 Identificar las oportunidades de oferta y promoción de los servicios y productos de la Empresa
- 2 Establecer relaciones comerciales y contactos con grandes consumidores, supermercados y empresas involucradas en la industrialización y/o venta de productos de decoración.
- 3 Controlar la ejecución del Plan de Negocios para cada uno de los productos, asegurándose el cumplimiento de las metas.
- 4 Analizar información tendiente a proyectar y establecer metas de mercado.
- 5 Establecer Alianzas estratégicas con las diferentes empresas o instituciones gubernamentales y no gubernamentales para cumplir con las estrategias establecidas.
- 6 Responder por la ejecución presupuestal de la empresa a nivel administrativo, operativo y comercial.
- 7 Responder por las metas de ventas mensuales establecidas en el presupuesto.
- 8 Establecer políticas de precios de los productos, crédito y descuentos.
- 9 Contratar al personal a su cargo.

14.3.1.3 Descripción detallada de Tareas

- **Promover y ejecutar el Plan de Negocios, en lo concerniente a la Empresa.**
- Proponer e implementar diferentes estrategias comerciales a nivel departamental, nacional e internacional.
- Promover relaciones comerciales con los diferentes canales de distribución.
- Detectar e implementar alianzas estratégicas.
- Responder, controlar y administrar los presupuestos asignados y su ejecución mensual.
- Velar por el cuidado de los bienes a su cargo.
- Responder por los resultados administrativos, operativos y comerciales.
- Horario de trabajo de 7:30 a.m. a 5:30 p.m. de lunes a viernes y sábado de 7:30 a.m. a 12 a.m.

14.3.1.4 Perfil del cargo

Educación formal	Profesional en Economía, Administración de Empresas, Ingeniería Industrial, Ingeniero de Producción Agroindustrial o Afines. Preferiblemente Especialización en Mercadeo. Conocimiento en Grupos Asociativos o Cooperativos.
Experiencia	Cinco años de experiencia en ventas preferiblemente mercados de consumo y/o productos artesanales. Experiencia en el manejo de canales de distribución, venta directa y corporativo Experiencia directiva en organización y comercialización de productos y servicios manufactureros. Desempeño en cargos a nivel ejecutivo en las áreas de operaciones, administrativas y comerciales.
Capacidades Competitivas	Tener una orientación total a resultados y alta creatividad. Excelente manejo de relaciones interpersonales. Capacidad para trabajar en equipos multidisciplinarios y dirección de personas. Capacidad de trabajar bajo presión y mediación de conflictos.
Otros	Tener vehículo propio. Disponibilidad de viajar.

14.3.2. NOMBRE DEL CARGO: COORDINADOR ADMINISTRATIVO

Fecha de Elaboración: mayo de 2005

Área de Trabajo: Empresa

Responde a : Gerente General

14.3.2.1 Descripción General Del Cargo: Responder por la parte administrativa y operativa de la Planta de producción y oficina administrativa y comercial, asistir a la Gerencia en las funciones administrativas y de logística asignadas.

14.3.2.2 Descripción De Las Funciones

- Coordinar con su equipo de trabajo el montaje y desarrollo de documentación requerida para exportaciones.
- Responder por el manejo de dinero concerniente a las negociaciones realizadas a diario y los recursos monetarios en general.
- Participar en la ejecución en equipo de las estrategias de mercadeo de la Empresa.
- Informar diariamente al Director Comercial lo concerniente a las compras y ventas de los productos.

- Controlar los inventarios
- Coordinar la clasificación, empaque y almacenamiento de los productos
- Mantener actualizada la información administrativa y comercial de la Planta y oficina.
- Apoyar la organización logística de las actividades a que den lugar los productos y servicios de la Empresa (como compra de insumos)
- Apoyar la elaboración de informes financieros, administrativos y de gestión que sean necesarios para evaluar el desempeño y las metas de la Empresa.
- Elaborar, archivar y suministrar oportunamente a la Gerencia y demás profesionales las actas, cronogramas y demás documentos de coordinación interna que surjan como conclusiones de las jornadas de trabajo en equipo.
- Apoyar a la Gerencia y su equipo en la construcción de procesos y actividades de la Empresa.
- Aportar a la construcción de actividades de mejoramiento en la administración de información y organización.
- Efectuar los pagos
- Las que determine su jefe inmediato.
- Horario de trabajo de 7 a.m. a 4 p.m. de lunes a viernes y sábado de 7 a.m. a 10 a.m.

14.3.2.3 Perfil Del Cargo

Educación Formal	Tecnólogo o Recién Egresado en Administración de Empresas o Afines. Educación Básica y Media completa. Conocimientos administrativos y contables.
Experiencia	Más de Un (1) año de experiencia en administración y finanzas.
Capacidades Competitivas	Eficacia y rendimiento Por prestar un apoyo general se requerirá una persona práctica con capacidad de desarrollar volumen y calidad de trabajo. Resistencia al negativismo y al fracaso. Cumplimiento: Deberá ser una persona comprometida con el adelanto de tiempos y metas. Responder al trabajo bajo presión. Motivación al trabajo: El nivel profesional requerirá de una persona preferiblemente joven, cuya motivación este orientada al aprendizaje. Dedicación y Trabajo en equipo: Deberá tener capacidad de negociación, disponibilidad de participación y construcción en equipo.
Otros	Diseño y ejecución de procedimientos Aptitud de sistematizar y coordinar.

14.3.3. NOMBRE DEL CARGO: COORDINADOR TECNICO

Fecha de Elaboración: mayo de 2005

Área de Trabajo: Empresa

Responde a: Gerente General

14.3.3.1 Descripción General Del Cargo: Responder por la organización y la operación de la planta del Patia y el monitoreo de la producción e investigación de productos, así como coordinar al grupo de operarios designados.

14.3.3.2 Descripción de Funciones

- Establecer los estándares de cumplimiento de la producción en cuanto a tiempos, entregas, embalajes, entre otros.
 - Identificar oportunidades de oferta y promoción para la planta y la Empresa,
 - Identificar y desarrollar rutas críticas de desempeño de la planta (Consecución de Materia Prima, despachos, transporte, seguridad industrial).
 - Coordinar con su equipo de trabajo los procedimientos e implementación de la producción de acuerdo a la demanda.
 - Promover la investigación de nuevas aplicaciones de los productos para impulsar la industrialización y la penetración a nuevos mercados.
- Participar en la ejecución en equipo de las estrategias de mercadeo de la Empresa.
- Informar periódicamente a la Gerencia General lo concerniente a la producción, investigación y acopio.
- Elaborar el plan anual de producción, inventarios y abastecimientos.
- Mantener actualizada la información de producción y acopio.
- Fomentar y conducir las reuniones con los Grupos Productivos.
- Organizar el grupo de Asesores de Producto para coordinar con ellos los estándares de calidad, procedimientos, estrategias, controles y convocatorias, entre otras.
 - Responder ante la Gerencia General por los resultados de los Asesores de Producto.
 - Horario: Ocho horas de trabajo, que serán distribuidas de acuerdo al horario de recolección y entrega de los productos de lunes a viernes y domingos.
 - Las demás asignadas por el Jefe.

14.3.3.3 Perfil Del Cargo

Educación Formal	Ingeniero de Producción Agroindustrial, Agrónomo ó de Alimentos, Ingeniero Industrial, Administración de Empresas o afines, experiencia de no menos de cinco años en temas relacionados con producción de elementos manufacturados. Conocimientos básicos de agroindustria y mercadeo y administración.
Experiencia	Dos años de experiencia en el manejo o investigación de productos artesanales Vocación social y al trabajo comunitario. Vocación a la investigación y desarrollo
Capacidades Competitivas	Eficacia y rendimiento: Deberá tener una orientación total a resultados, alta creatividad, responsabilidad para trabajar en forma independiente, iniciativa, excelente capacidad de expresión, carisma y excelente presentación personal y manejo de grupos, liderazgo. Resistencia al negativismo y al fracaso. Cumplimiento: Deberá ser una persona comprometida con el adelanto de tiempos y metas. Motivación al trabajo: Deberá ser una persona dinámica, con disposición total al trabajo comunitario. Dedicación y Trabajo en equipo: Deberá tener lealtad al trabajo de grupo, capacidad de investigación y alto nivel competitivo. Liderazgo: Capacidad para coordinar y organizar grupos asociativos.

14.3.4. NOMBRE DEL CARGO: CONTADOR PÚBLICO

Fecha de Elaboración: mayo de 2005

Área de Trabajo: Empresa

Responde a : Gerente General

14.3.4.1 Descripción General Del Cargo: Responder por la organización contable de la Empresa dentro de las normas legales. Velar por la estabilidad financiera de la Organización.

14.3.4.2 Descripción De Las Funciones

- Responder por la contabilidad general de la Empresa.
- Coordinar con la Caja Agraria el pago a los operarios.
- Registrar a diario las transacciones contables como ingresos, egresos, gastos, entre otros propios de la actividad de la Empresa.
- Exigir los soportes necesarios para cada transacción que se genere.
- Entregar el Balance, Estados de Pérdidas y Ganancias e informe financiero los primeros tres (3) días de cada mes a la Gerencia General.
- Elaborar y suministrar oportunamente a la Gerencia los documentos requeridos del

área Financiera y Contable.

- Apoyar a la Gerencia y su equipo en la construcción de procesos y controles de la Empresa.
- Sistematizar los procedimientos contables.
- Responder por el diligenciamiento y el pago oportuno de las obligaciones fiscales y parafiscales que se generen.
- Horario de trabajo de 7 a.m. a 12 m. de lunes a viernes
- Las que determine su Jefe Inmediato.

14.3.4.3 Perfil Del Cargo

Educación Formal	Profesional en Contaduría Pública. Indispensable conocimientos financieros y legales.
Experiencia	Mínimo cinco (5) años de experiencia. Experiencia en el manejo contable y financiero del sector público, cooperativas, grupos asociativos o fundaciones.
Capacidades Competitivas	Eficacia y rendimiento Por prestar un apoyo de un área fundamental de la Empresa se requerirá una persona práctica con capacidad de desarrollar volumen y calidad de trabajo. Cumplimiento: Deberá ser una persona comprometida con el adelanto de tiempos y metas. Responder al trabajo bajo presión. Dedicación y Trabajo en equipo: Deberá tener disponibilidad de tiempo completo, disponibilidad de participación y construcción en equipo.
Otros	Manejo de herramientas contables sistematizadas.

14.3.5. NOMBRE DEL CARGO: SECRETARIA

Fecha de Elaboración: mayo de 2005

Área de Trabajo: Empresa

Responde a: Gerente General

14.3.5.1 Descripción General Del Cargo: Asistir al Gerente General en las labores encomendadas de tipo administrativo. Servir de apoyo en el manejo de cronograma de actividades, manejo de correspondencia, recepción y salida de llamadas.

14.3.5.2 Descripción de Funciones

- Recepción y control de facturas que entran a la Empresa para su respectiva aprobación y trámite.
- Ejercer control sobre el curso de la correspondencia recibida y enviada por la

Empresa.

- Elaborar, archivar y suministrar oportunamente a los colaboradores de la Empresa las actas, cronogramas y demás documentos de coordinación tanto de tipo interno como externo.
- Responder por el archivo interno de la Empresa
- Responder por el manejo del dinero dispuesto para caja menor.
- Recibir y hacer llamadas telefónicas.
- Las demás que asigne el Jefe Inmediato.
- Horario de trabajo de 7 a.m. a 4 p.m. de lunes a viernes y sábado de 7 a.m. a 10 a.m.

14.3.5.3 Perfil Del Cargo

Educación Formal	Educación Técnica Enseñanza Básica y Media completa. Conocimientos técnicos en sistemas.
Experiencia	Más de un año en cargos secretariales.
Capacidades Competitivas	Carácter sociable. Organizada y disciplinada. Poseer capacidad para desarrollar volumen y calidad de trabajo. Compromiso con el desarrollo de tiempos y metas.

14.3.6. NOMBRE DEL CARGO: JEFE DE PLANTA

Fecha de Elaboración: mayo de 2005

Área de Trabajo: Empresa

Responde a: Coordinador Técnico

14.3.6.1 Descripción General Del Cargo: Responsable por la planificación y desarrollo de la producción y que se cumplan los requisitos acordados con el cliente y aquellos no establecidos, pero necesarios para el uso especificado o previsto.

14.3.6.2 Descripción de Funciones

- Organizar el trabajo diario.
- Preparar el trabajo para que se empiece a producir a primera hora.
- Delegar y controlar a los demás operarios.
- Mantenimiento y buen funcionamiento de todas las maquinas que componen la línea de producción.
- Ordenar diariamente los materiales utilizados y dejarlos en perfecto sitio.

- Delegar funciones a otras personas y controlar.
- Conseguir los objetivos marcados semanalmente tanto de costos, calidad, y ordenamiento.
- Debe conocer el producto.
- Controlar, delegar, ordenar, etc.
- Informar al Gerente de las anomalías o imprevistos que se puedan presentar
- Encargado de fabrica
- Está capacitado para desarrollar labores de facilitador en programas de gestión de Calidad, ambientales y de salud ocupacional.
- Puede coordinar procesos de mejoramiento continuo y de sensibilización al personal.
- Posee los conocimientos para convertir el proyecto de su propio negocio a la realidad.
- Horario de trabajo de 7 a.m. a 4 p.m. de lunes a viernes y sábado de 7 a.m. a 10 a.m.

14.3.6.3 Perfil Del Cargo

Educación Formal	Educación Técnica Enseñanza Básica y Media completa.
Experiencia	Más de un año en cargos similares.
Capacidades Competitivas	Carácter sociable. Persona activa, resolutiva, Poseer capacidad de liderazgo y delegar sobre otros trabajadores. Ordenado.

14.3.7. NOMBRE DEL CARGO: RESPONSABLE CONTROL DE CALIDAD

Fecha de Elaboración: mayo de 2005

Área de Trabajo: Empresa

Responde a: Coordinador Técnico

14.3.7.1 Descripción General Del Cargo: Responsable de la aplicación de técnicas operativas de actividades, que tienen dos objetivos fundamentales: mantener bajo control un proceso y eliminar las causas de defecto en las diferentes fases de la calidad, con el fin de conseguir los mejores resultados económicos.

14.3.7.2 Descripción de Funciones

- Promover mediante las actividades de normalización y certificación de la calidad, que la empresa se robustezca y esté preparada para afrontar en el futuro los avances en

ciencia y tecnología.

- Aprovechar el potencial humano en la empresa mediante la canalización del conocimiento en sus actividades diarias.
- Hacer de la aplicación de las normas ISO, una guía para la implantación de un sistema de la calidad propia en la empresa y comenzar a lograr de esta manera el mejoramiento continuo.
- Aplicar el conocimiento que existe en la ciencia y la tecnología como vías de lograr la fabricación de mejores productos con la calidad exigida por nuestros clientes.
- Establecer mediante metodologías comprobadas la implantación de las normas ISO, como punto de partida en la empresa, para lograr su competitividad en el mercado nacional e internacional.
- Habilidad para cumplir con requerimientos especiales sobre acabados superficiales, ajustes y otras características.
- Identificación de necesidades especiales para el manejo de manejo y almacenamiento.
- Disponibilidad de procesos de medición para evaluar los requerimientos.
- Facilidad de acceso para la medición.
- Habilidades especiales requeridas para el personal de manufactura
- Realizar revisiones de los procesos realizados en la elaboración de los productos y sus diseños.
- Crear herramientas para prevenir dificultades durante la manufactura de los productos.
- Otras que se requieran.
- Horario de trabajo de 7 a.m. a 4 p.m. de lunes a viernes y sábado de 7 a.m. a 10 a.m.

14.3.7.3 Perfil Del Cargo

Educación Formal	Educación Técnica Enseñanza Básica y Media completa.
Experiencia	Más de un año en cargos similares.
Capacidades Competitivas	Carácter sociable. Persona activa, resolutive, Gran criterio de evaluación y toma de decisiones. Ordenado.

14.3.8. NOMBRE DEL CARGO: OPERARIOS

Fecha de Elaboración: mayo de 2005

Área de Trabajo: Empresa

Responde a: Coordinador Técnico

14.3.8.1 Descripción General Del Cargo: Responsable de la aplicación de técnicas operativas de actividades, que tienen dos objetivos fundamentales: mantener bajo control un proceso y eliminar las causas de defecto en las diferentes fases de la calidad, con el fin de conseguir los mejores resultados económicos.

14.3.8.2 Descripción de Funciones

- Llevar a cabo todas las labores que se le asignen referentes a la producción de manufactura liviana y totumos decorativos dentro de las instalaciones del Centro de Servicios del Totumo.
- Dar buen manejo a las herramientas que se le asignen para desarrollar el trabajo respectivo.
- Comunicar cualquier anomalía que se presente en el funcionamiento de los equipos y que afecte la calidad de los mismos.
- Mantener su sitio de trabajo limpio y ordenado.
- Realizar tareas básicas de mantenimiento de la maquinaria que se le asigne.
- Cumplir cabalmente con las normas de calidad y de seguridad exigidas dentro de la empresa.
- Y demás que sean requeridas.
- Horario de trabajo de 7 a.m. a 4 p.m. de lunes a viernes y sábado de 7 a.m. a 10 a.m.

14.3.8.3 Perfil Del Cargo

Educación Formal	Educación Técnica Enseñanza Básica y Media completa.
Experiencia	Un año en cargos similares.
Capacidades Competitivas	Carácter sociable. Persona activa, resolutiva, Sentido de responsabilidad y compromiso.