

**PROYECTO EMPRESARIAL TRANSPORTE Y  
DISTRIBUCIÓN DE TOMATE “EL TOMATICO”**

**YENNY JOHANNA CIFUENTES BENÍTEZ**

**JAVIER ARMANDO SOTELO ESCALA**

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR (CUN)**

**CONTADURÍA PÚBLICA**

**BOGOTÁ D.C**

**2018**

**PROYECTO EMPRESARIAL TRANSPORTE Y  
DISTRIBUCIÓN DE TOMATE “EL TOMATICO”**

**Trabajo de grado para obtener el título técnico contable**

**JOHANNA CIFUENTES**

**JAVIER ARMANDO SOTELO**

**ESCALA**

**Asesor: JIM MONTENEGRO**

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR (CUN)**

**CONTADURÍA PÚBLICA**

**BOGOTA D.C**

**2018**

## CONTENIDO

1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
2.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	4
3.	JUSTIFICACIÓN.....	5
4.	OBJETIVO DEL PROYECTO .....	6
4.1	OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	6
5.	ESTUDIO DE MERCADO .....	6
8.	MARCO TEÓRICO.....	7
9.	MARCO ESPACIAL .....	7
10.	FICHA TÉCNICA TOMATE.....	20
	<b>10.1 Condiciones.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
	.....	20
	<b>10.2 El tipo de tomate utilizado por marca es el siguiente: .....</b>	<b>20</b>
	<b>10.3 Criterios de Calidad.....</b>	<b>21</b>
11.	NOTICIAS IMPORTANTES DEL TOMATE.....	22
12.	BIBLIOGRAFÍA.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

**¿La intermediación comercial incrementa de manera importante el valor del tomate para el consumidor final?**

Desde hace muchos años se ha presentado una situación desfavorable para los campesinos productores de tomate, ya que no cuentan con los medios necesarios para llevar sus productos hasta la ciudad o no tienen los contactos para comercializarlos, de esta situación surge la necesidad de pactar con los intermediarios quienes cuentan con los medios para transportar y comercializar los productos de los campesinos en la ciudad.

Teniendo esto en cuenta queremos ofrecer, a los productores de tomate del pueblo de villa de Leiva, por medio de la transportadora “EL TOMATICO”, la posibilidad de comercializar sus productos en la ciudad de Bogotá zona norte con el grupo empresarial ALSEA, el cual cuenta con las siguientes marcas: BURGER KING, PF CHANG’S, DOMINOS PIZZA y ARCHIE S.

La idea de negocio es servir como único intermediario entre el productor y el consumidor final, con esto lograremos ofrecer mejores precios tanto a productores como a consumidores, por medio de una comunicación más directa entre las dos partes, donde el consumidor realizara el pedido de tomate a la transportadora “EL TOMATICO” y ésta en un lapso de tiempo no mayor a 24 horas llevara a sus instalaciones o bodegas un tomate fresco recién cosechado, garantizando además una mayor vida útil del producto.

## 2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

**¿Es viable la disminución de la cadena de comercialización del tomate, y simultáneamente su precio para el consumidor final?**

Desde hace mucho tiempo se presenta una migración de nuestros campesinos hacia las ciudades, esto lo hacen por muchas razones, pero una de las más importantes es que su trabajo no recibe un pago justo, sus jornadas de trabajo empiezan desde muy temprano en la mañana y pueden llegar hasta altas horas de la noche, adicionalmente sacar a la venta sus cosechas en muchas ocasiones no les representa un ingreso justifique el esfuerzo de su trabajo.

Por medio de nuestra transportadora queremos fomentar el trabajo en el campo, garantizando un pago justo a través de la disminución de intermediarios en la cadena de comercialización.

### 3. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto estará enfocado en ofrecer precios justos tanto a productores como a consumidores, con productos frescos y de excelente calidad.

transportando el producto desde el sitio de cosecha hasta las instalaciones del destinatario final se evitará incurrir en gastos como el bodegaje, en muchas oportunidades de varios días esto disminuye la vida útil del producto cuando llega a los restaurantes.

Se busca también eliminar que muchas personas manipulen el tomate ya que al ser un vegetal su excesiva manipulación puede contaminarlo y afectar su calidad.

Se realizará un estudio amplio sobre el tomate, desde su proceso de cultivo y cosecha, hasta las condiciones óptimas de cuidado y manipulación, de esta manera buscamos ofrecer una opción completa e integral para los restaurantes al momento de realizar sus pedidos de tomate.

#### **4. OBJETIVO DEL PROYECTO**

Crear una empresa dedicada a la comercialización y distribución de tomate fresco y de calidad, proveniente de la ciudad de Villa de Leyva, garantizando el mejor precio tanto para nuestros proveedores como para nuestros Clientes.

##### **4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Determinar la viabilidad del proyecto, y los niveles de aceptación dentro del mercado dentro del grupo empresarial ALSEA, como su principal proveedor de tomate.

Realizar un estudio de la zona de producción de tomate, con el fin de identificar los mejores niveles de calidad.

2. Hacer un estudio de mercado que nos permita identificar nuestros potenciales clientes
3. Realizar un estudio técnico sobre el proceso de producción del tomate, con el fin de establecer métodos apropiados para su transporte y conservación.
4. Realizar trabajo de campo con los agricultores de la ciudad de Villa de Leyva, para conocer los tiempos del proceso de siembra y cosecha del tomate y lograr establecer un cronograma de cumplimiento con nuestros potenciales clientes.
5. Realizar un estudio detallado de las mejores rutas posibles entre la ciudad de Villa de Leyva y el centro de distribución ALSEA que permitan optimizar el tiempo de distribución del tomate.
6. Tramitar legalmente la constitución de la empresa el Tomatico SAS.

#### **5. MARCO REFERENCIAL**

## 6. MARCO TEÓRICO

Nuestro proyecto está enfocado en el transporte de tomates desde el pueblo de villa de Leiva hasta la ciudad de Bogotá, ofreciendo mejores condiciones de venta a los campesinos cultivadores de tomate.

- como cliente principal tendremos al grupo ALSEA y sus marcas, BURGER KING, DOMINOS PIZZA, ARCHIES y PF CHANG´S. En estas la participación del tomate en la preparación de sus productos esta alta.

BURGER KING: se utiliza el tomate para la preparación de hamburguesas, sándwiches y ensaladas.

DOMINOS PIZZA: el tomate se utiliza como salsa base en la preparación de todas sus pizzas.

ARCHIES: esta es una marca dedicada a la venta de comida italiana, esto hace que el tomate sea muy utilizado como base para en la preparación de muchos productos como los son las pizzas, ensaladas, lasañas

PF CHANG´S: por ser comida asiática se utiliza el tomate en menor proporción, solo en tres platos de todo su menú y tipo de tomate utilizado es el Cherry.

- Para contribuir con la disminución de costos para el grupo empresarial ALSEA, se transportará el tomate desde el pueblo de villa de Leiva hasta el centro de distribución de ALSEA, el cual se encuentra ubicado en el parque empresarial CELTA vía Medellín kilómetro 2, se busca traer el producto lo más fresco posible.
- Trayendo el tomate desde el cultivo hasta el centro de distribución se busca disminuir gastos como son el bodegaje y los intermediarios, estos dos factores hacen que aumente considerablemente el costo del tomate.

## 7. MARCO ESPACIAL

Nuestra oficina donde se atenderán a nuestros clientes y se tomarán los de pedidos y se realizara el control de logística para el transporte del tomate, quedara ubicada en la ciudad de Bogotá barrio Verbenal dirección Cra 15b #188 – 84, se elige esta ubicación ya que queda a las afueras de la ciudad de Bogotá y cerca de la autopista norte, vía por donde se proyecta la ruta por la cual deberá transitar el camión que traerá el tomate desde el pueblo de villa de Leiva, hasta Bogotá. Lo que permitirá realizar un control sobre el producto transportado, verificando el estado y la situación del tomate antes de ser entregado al usuario final GRUPO ALSEA, garantizando así la calidad del producto.

## **8. MARCO TEMPORAL**



## **9. MARCO LEGAL**

Para la constitución de una empresa comercializadora de tomates en la ciudad de Bogotá es necesario cumplir con una serie de requisitos para funcionar legalmente.

### **9.1 CONSTITUCIÓN LEGAL COMERCIAL**

La empresa “El TOMATICO SAS” será constituida Jurídicamente como una Sociedad POR Acciones Simplificada SAS inscrita en la Cámara de Comercio de Bogotá y tendrá como sede principal La ciudad de Bogotá.

Este tipo de sociedad se adapta perfectamente a los objetivos del proyecto, por tanto, brinda beneficios directos:

- Simplicidad y flexibilidad en lo que se refiere al proceso de formalización lo que implica una inversión económica inicial baja.
- Agilidad y facilidad de toma de decisiones, el poder de estas está en manos de sus accionistas, quienes a su vez eligen directamente a su representante legal.
- No requiere un número mínimo de accionistas, lo que se ajusta perfectamente al proyecto ya que inicialmente solo contara con dos socios.

#### **9.1.1 Ley 1528 del 05 de diciembre de 2008 “SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA”**

**Artículo 1º. Constitución.** - La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

**Artículo 2°. Personalidad jurídica.** - La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Artículo 3°. Naturaleza. - La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

El registro mercantil es una constitución legal, a través de la cual, por virtud de la ley se da publicidad a ciertos actos que deben ser conocidos por la comunidad.

Su objetivo es llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio y su correspondiente renovación, así como la inscripción de todos los actos, libros y documentos que exige la ley.

El registro mercantil público, cualquier persona puede revisar los libro y archivos en que fuere llevado y tomar anotaciones necesarias.

## **9.2 REQUISITOS SANITARIOS DE FUNCIONAMIENTO**

En Colombia existen normas que regulan la comercialización y distribución de productos agrícolas como lo son:

- Resolución 14712 de 1984 Reglamenta lo relacionado con producción, procesamiento, transporte, almacenamiento y comercialización de vegetales.
- NTC 5224: Empaque y embalaje de frutas y hortalizas

### **9.3 CONTRATACIÓN DE PERSONAL**

El personal administrativo y operativo que iniciará labores será contratado con un contrato laboral a término fijo a un año, con todas las prestaciones de ley vigentes y afiliaciones a seguridad social exigidas.

#### **“CÓDIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO**

Adoptado por el Decreto Ley 2663 del 5 de agosto de 1950 "Sobre Código Sustantivo del Trabajo", publicado en el Diario Oficial No 27.407 del 9 de septiembre de 1950, en virtud del Estado de Sitio promulgado por el Decreto Extraordinario No 3518 de 1949.”

## **10. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **10.1 Creación de empresa**

Información tomada página web de la Cámara de Comercio de Bogotá. Y de

### **10.2 Estudio de mercado**

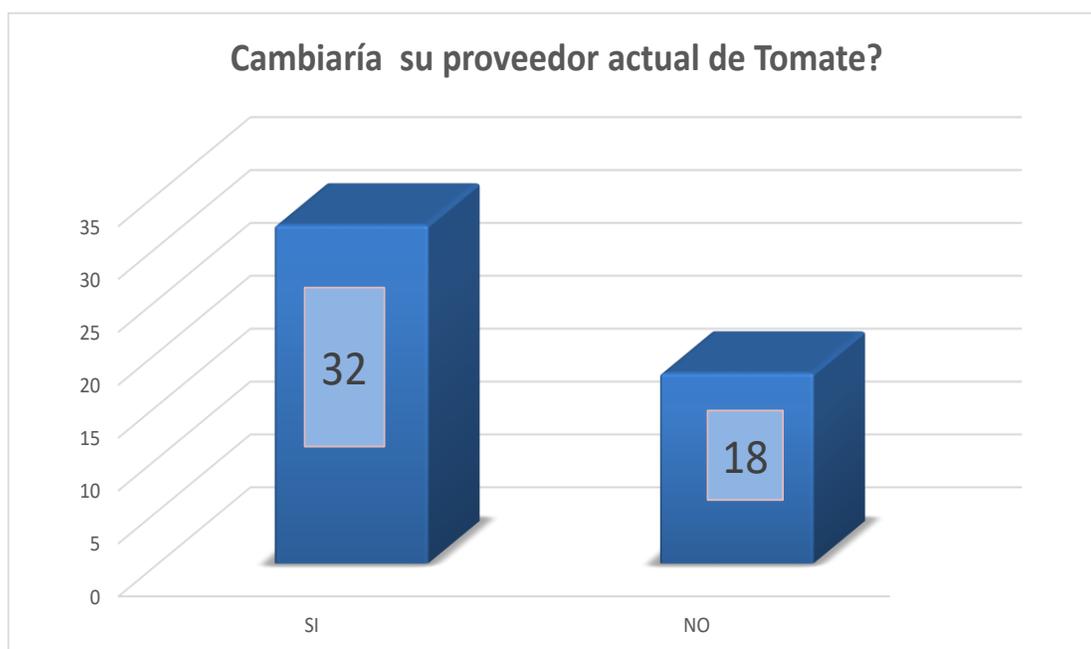
El estudio de mercado fue realizado a 50 personas pertenecientes al área de compras de los restaurantes del grupo empresarias ALSEA.

### **10.3 Información Técnica**

Fichas técnicas relacionadas con el manejo y conservación del tomate tomadas de la base de datos de proveedores experimentados en el manejo del producto, y de formatos portados por potenciales clientes con criterios sobre calidad requeridos para ser aceptados por él.

## **11. ESTUDIO DE MERCADO**

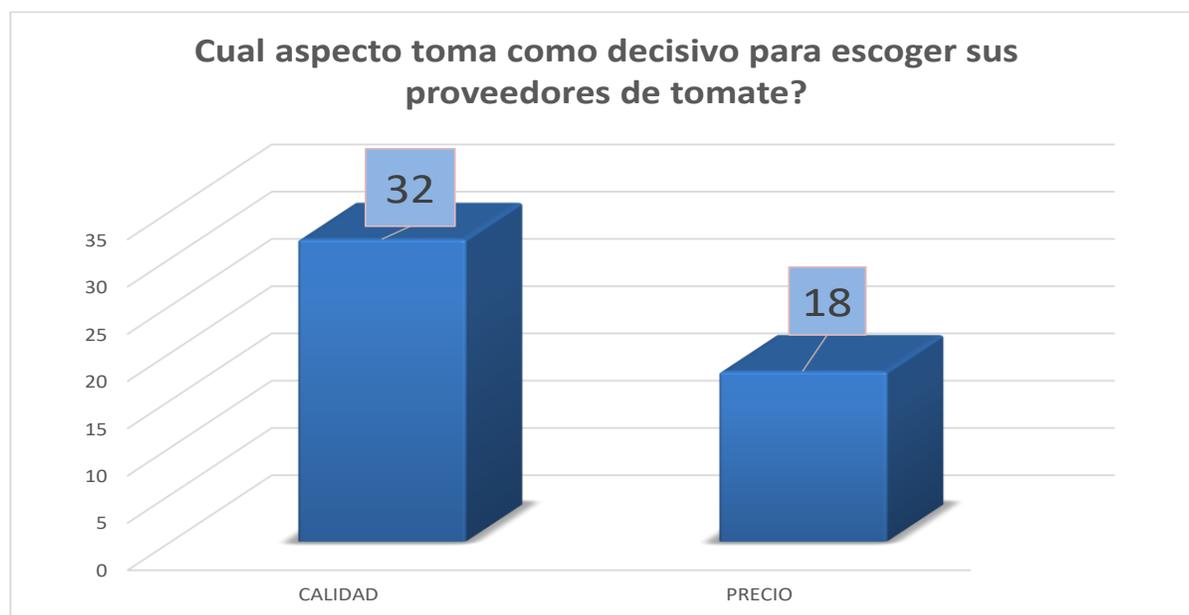
1. ¿Cambiaría su proveedor actual de Tomate?



2. ¿Cuál aspecto toma como decisivo para escoger sus proveedores de tomate?

a) Calidad

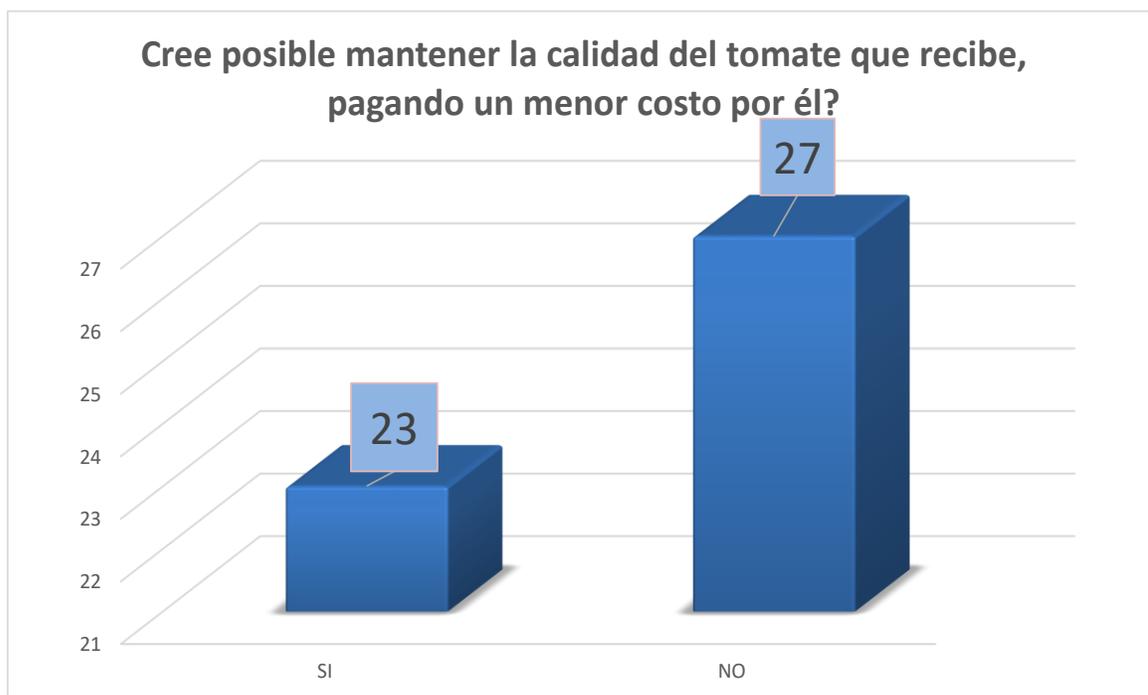
b) Precio



3. ¿Recibe oportunamente sus pedidos de tomate?

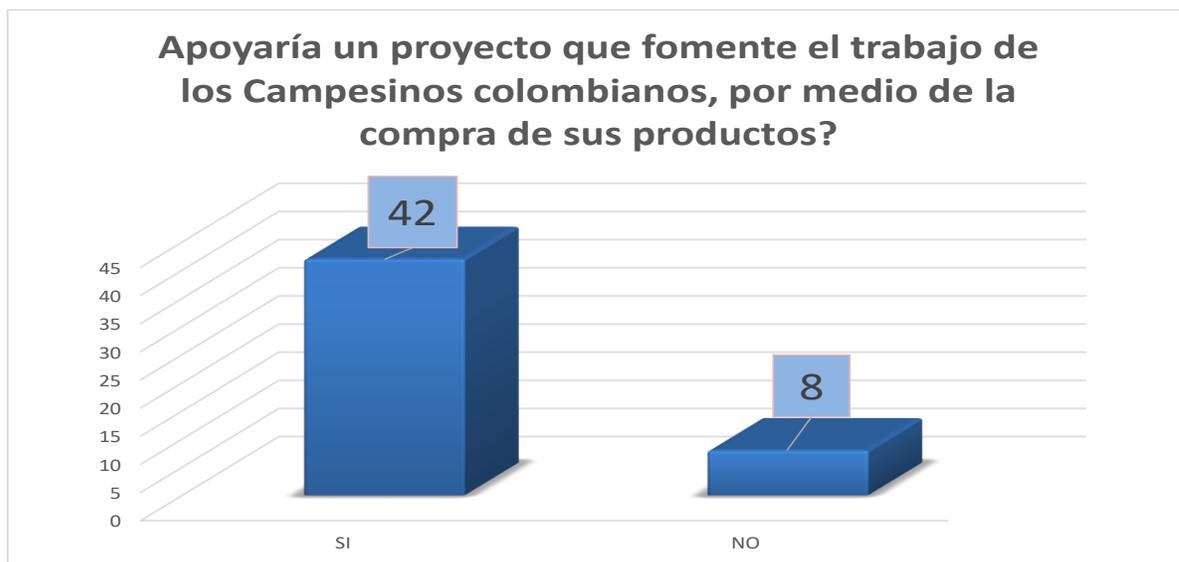


4. ¿Cree posible mantener la calidad del tomate que recibe, pagando un menor costo por él?

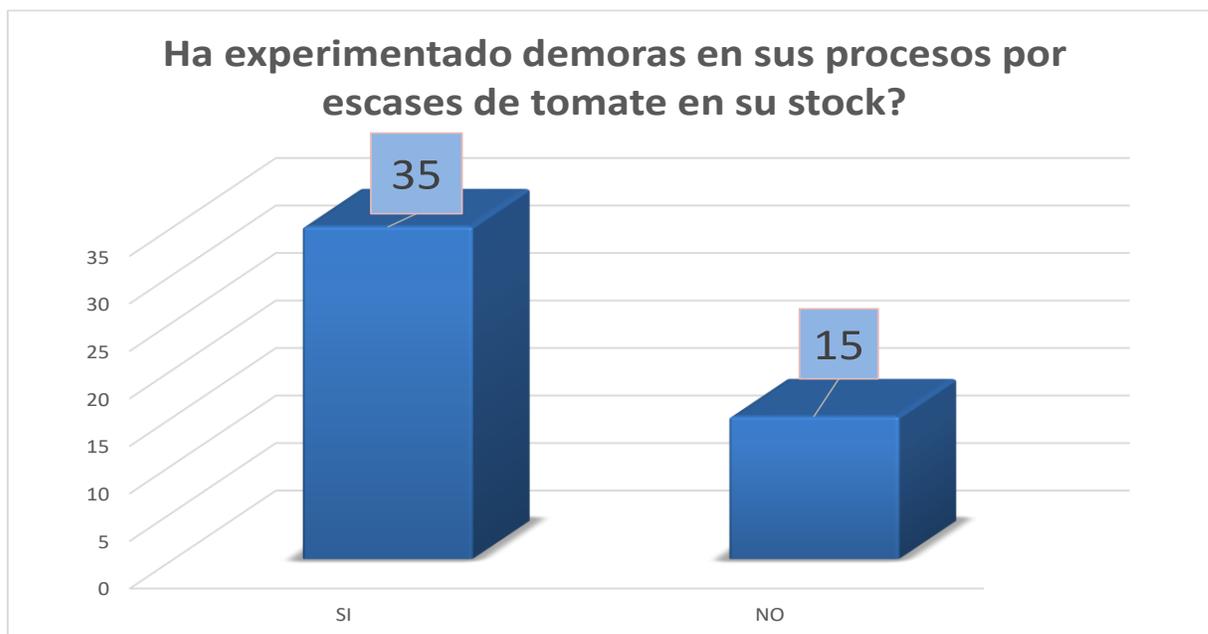


5. ¿Apoyaría un proyecto que fomente el trabajo de los Campesinos colombianos, por medio

de la compra de sus productos?



6. ¿Ha experimentado demoras en sus procesos por escases de tomate en su stock?

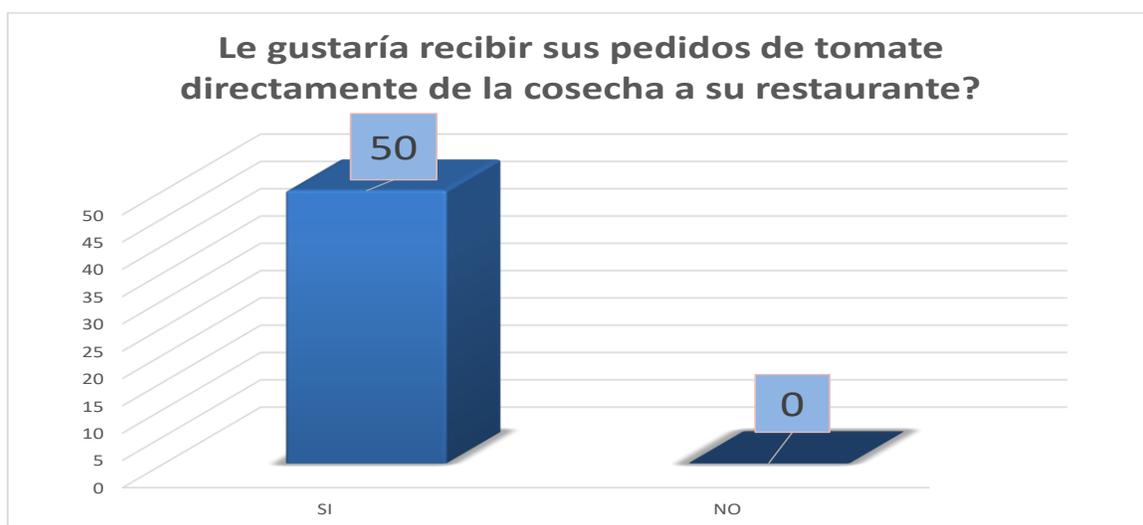


7. ¿Le interesaría que su pedido de tomate tenga un tiempo de vida más largo en el punto de

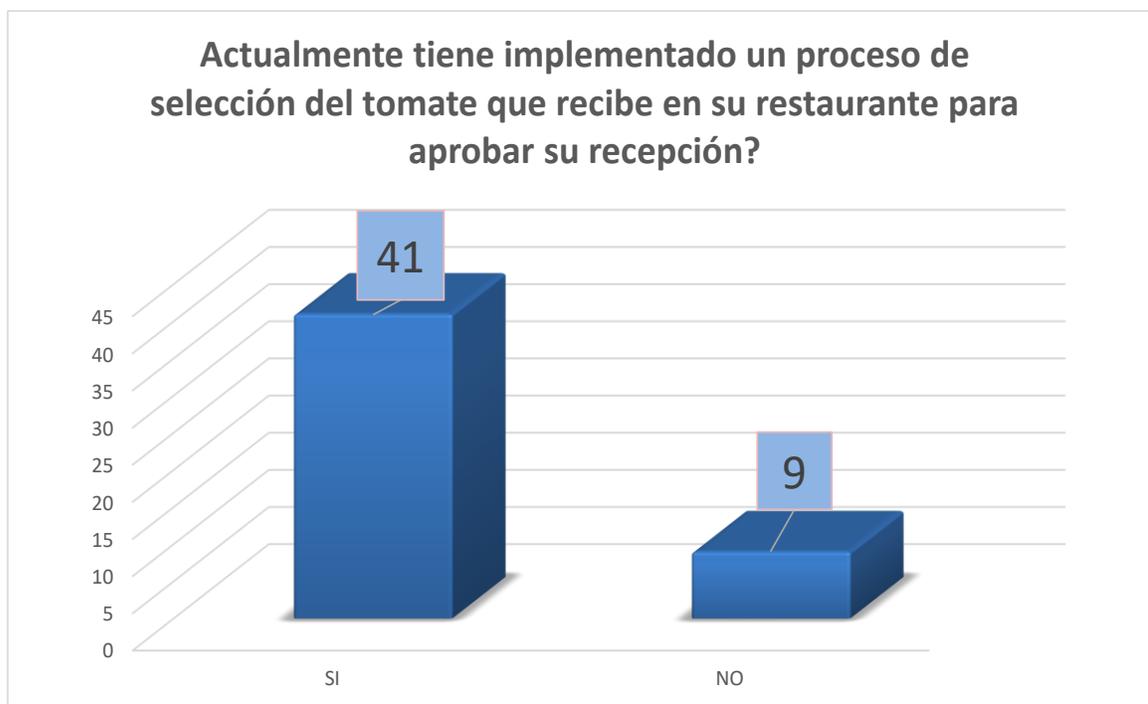
venta?



8. ¿Le gustaría recibir sus pedidos de tomate directamente de la cosecha a su restaurante?



9. ¿Actualmente tiene implementado un proceso de selección del tomate que recibe en su restaurante para aprobar su recepción?



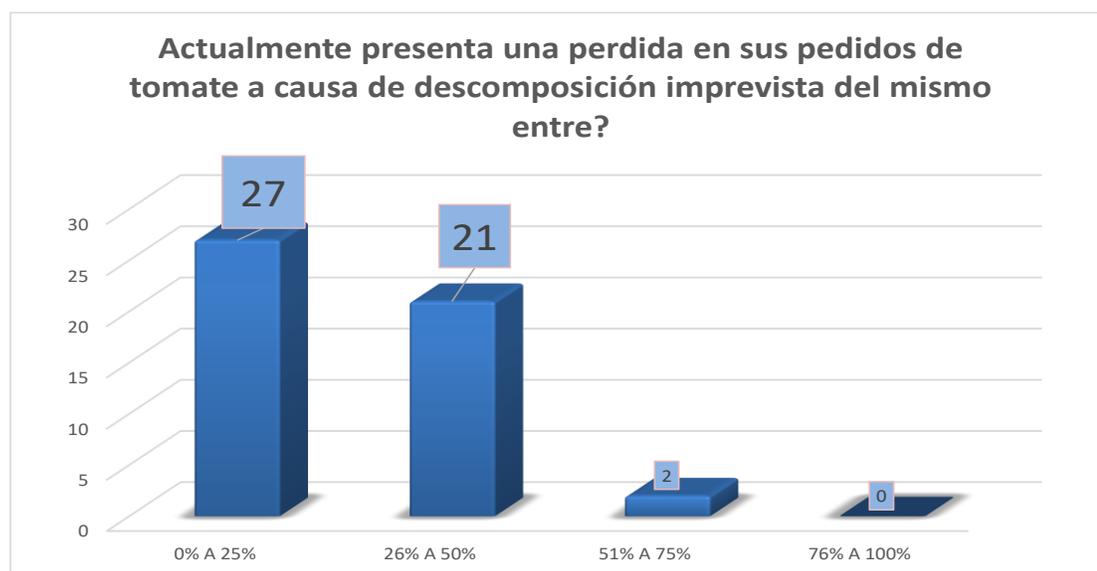
10. ¿Actualmente presenta una pérdida en sus pedidos de tomate a causa de descomposición imprevista del mismo entre?

a) 0 a 25%

b) 26 a 50%

c) 51 a 75%

d) 76 a 100%



## 11.1 CONCLUSIONES

El estudio de mercado fue realizado a 50 personas pertenecientes al área de compras de los restaurantes del grupo empresarias ALSEA.

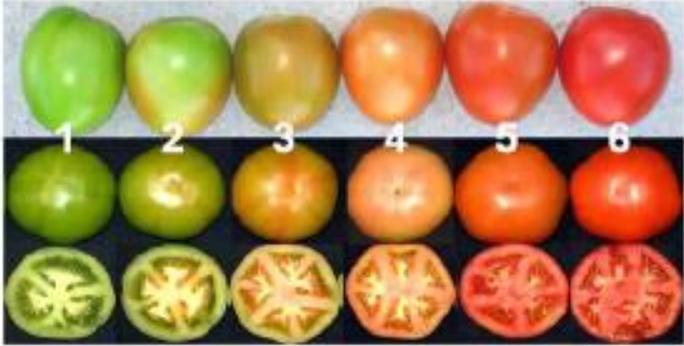
- Después del estudio logramos concluir que el proyecto es viable, por cuanto estaríamos supliendo necesidades existentes para los potenciales clientes como un mejor precio, vida útil del tomate más amplia y Disminución en los índices de perdida de tomate.
- El estudio nos proyecta una estabilidad en el mercado a corto plazo, teniendo en cuenta que el grupo empresarial ALSEA, cuenta con un buen número de Restaurantes con amplio reconocimiento en la ciudad de Bogotá y que además está dispuesto a recibir tomate de un proveedor nuevo.
- El objetivo de fomentar el trabajo del campesino supone un plus importante que llama la atención del grupo empresarial ALSEA, al contribuir con compromiso de Responsabilidad social Empresarial.

## 12. FICHA TÉCNICA TOMATE

A continuación, se relacionan las condiciones en las que debe de llegar el tomate para ser aceptado por el grupo empresarial ALSEA.

### 12.1 Condiciones

Características	Especificación
Color	Color rojo- verde característico
Olor	Característico
Textura	Fresco y Firme
Sabor	Característico y fresco



### 12.2 El tipo de tomate utilizado por marca es el siguiente:

BURGER KING tipos de tomate 1, 2, 3 y 4 para la preparación de hamburguesas y sándwich tipo para la preparación de ensaladas.

DOMINO ´S PIZZA tipo de tomate 5 y 6 para preparación de la salsa base para la preparación de todas sus pizzas.

ARCHIE ´S esta marca se aceptan las seis clasificaciones de tomate. ya que los tipos de tomate 1, 2, 3 y 4 se utilizan en la preparación de ensaladas, 5 y 6 son utilizados en la preparación de salsas, lasañas y pastas.

Para que el tomate sea aceptado por el personal del centro de distribución debe de cumplir con

las siguientes condiciones.

- Temperatura de: 5 a 15° C
- Transporte del producto: Cerrado, limpio, sin suciedad generada por el cargamento ni elementos que puedan generar contaminación.
- Características para rechazo: se deben de rechazar los productos con afectación por plagas, hongos, bacteriosis, daño mecánico superior a un 5% con contaminación química o cualquier indicativo de deterioro de producto.
- Embalaje: el producto debe de estar empacado en canastillas plásticas limpias con un peso máximo de 20 kilos en cada una

### **12.3 Criterios de Calidad**

Color: rojo – verde característico

- Olor: Característico
- Textura: fresco y firme
- Sabor: Característico y fresco

### 13. NOTICIAS IMPORTANTES DEL TOMATE

Tener en cuenta que recientes estudios indican que se están creando tomates que pueden tener una vida útil superior a los 45 días, pero esto se realiza silenciando dos enzimas del tomate las cuales favorecen a la maduración de este, en el momento está en su parte experimental, ya que hasta el momento no se tienen claros los cambios que sufrirá el tomate en cuanto a apariencia y sabor



## 14. ANEXOS

## 15. REFERENCIAS

Pasos para crear empresa en Colombia, Artículo, 21 de agosto de 2001, Redacción el tiempo

<https://gastronomiaycia.republica.com/2010/02/02/tomates-con-mayor-vida-util/>

Constitución política de Colombia, Ley 1528 de 2018, Artículo 1, 2 y 3