



**COMERCIALIZADORA
INTERNACIONAL DE GALLETAS LIGHT**

KEKSE S.A.S



**COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL
DE GALLETAS LIGHT
PLAN DE NEGOCIOS: KEKSE S.A.S**



**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
MEDELLÍN, ANTIOQUIA-COLOMBIA
2014**



ESCRIBA SU COPYRIGHT

EL USO DE ESTA PLANTILLA ESTÁ LIMITADA A LOS ESTUDIANTES AUTORIZADOS QUE ESTÉN REALIZANDO PLANES DE NEGOCIOS, YA SEA PARA CURSOS REGULARES O A NOMBRE PROPIO CON EL AVAL DE LA INSTITUCIÓN. DE CUALQUIER FORMA, AL HACER USO DE ÉSTA, DEBE CITARSE LA FUENTE. NO ESTA PERMITIDA LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DE ESTA PLANTILLA POR CUALQUIER MEDIO, SIN EL PERMISO PREVIO Y POR ESCRITO DEL TITULAR DEL COPYRIGHT

DERECHOS RESERVADOS © 2007 CARLOS MARIO MORALES C – UEEM -COORDINADOR DE EMPRENDIMIENTO ESUMER. CARLOS.MORALES@ESUMER.EDU.CO. CALLE 76 NO 80-126 CARRETERA AL MAR MEDELLÍN –COLOMBIA TELÉFONOS 2646011 EXTENSIÓN 225

CONTENIDO

	Pág.
LISTA DE GRÁFICAS _____	6
LISTA DE TABLAS _____	7
LISTA DE FIGURAS _____	9
RESUMEN EJECUTIVO _____	10
1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO _____	12
2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS _____	13
3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA _____	15
3.1 Nombre de la Empresa _____	15
3.2 Descripción de la Empresa _____	15
3.3 Misión de la Empresa _____	15
3.4 Objetivos _____	16
3.4.1 Objetivo General. _____	16
3.4.2 Objetivos Específicos. _____	16
3.5 Ventajas Competitivas _____	16
3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir _____	17
3.7 Relación de productos y/o servicios _____	18
3.8 Justificación del Negocio _____	18
3.9 Análisis del entorno y del sector _____	18
3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio _____	25

4. ANALISIS DEL MERCADO	26
4.1 Objetivos de Mercadeo	26
4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios	27
4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios	30
4.3.1 El Mercado Meta	30
4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor	32
4.4 El Mercado Proveedor	35
4.4.1 Proveedores	35
4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor	35
4.5 El Mercado Competidor	37
4.5.1 Competidores	37
4.6 El Mercado Distribuidor	39
4.6.1 Distribución	39
4.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)	41
4.6.3 Manejo de Inventarios	43
4.6.4 Comunicación	43
4.6.5 Actividades de promoción y divulgación	45
4.7 Precios de los Productos	45
4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos	45
4.7.2 Los Precios de los Productos propuestos	47
4.7.3 Política de Precios	47
4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización	48
4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado	51
4.9.1 Oportunidades	51
4.9.2 Riesgos	52
4.10 Plan de ventas	52
5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)	53
5.1 Objetivos de producción	53
5.2 Descripción del proceso de producción	54
5.3 Recursos materiales y humanos para la producción	58

5.3.1	Locaciones	58
5.3.2	Requerimientos de servicios.	61
5.3.3	Requerimientos de personal	61
5.4	Programa de producción	63
6.	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	64
6.1	Procesos Administrativos	64
6.1.1	Descripción de los procesos administrativos	64
6.1.2	Procesos administrativos externalizados	70
6.2	Estructura Organizacional del Negocio	70
6.2.1	Organigrama	70
6.2.2	Descripción funcional de la Organización	71
6.2.3	Locaciones	76
6.2.4	Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres	76
6.2.5	Requerimientos de materiales de oficina	77
6.2.6	Requerimientos de personal	78
7.	ASPECTOS LEGALES	82
7.1	Tipo de Organización empresarial	82
7.1.1	Impacto sobre el recaudo de IVA de las exclusiones y exenciones	82
7.2	Certificaciones y gestiones ante entidades públicas	83
8.	ASPECTOS FINANCIEROS	85
8.1	Estructura Financiera del proyecto	85
8.1.1	Recursos Propios	85
8.1.2	Créditos y Préstamos Bancarios	85
8.2	Ingresos y Egresos	90
8.2.1	Ingresos	90
7.2.1.1.	Ingresos Propios del Negocio	90
8.2.2	Egresos	91
7.2.2.1.	Inversiones	91

7.2.2.2. Costos	92
7.2.2.3. Gastos	93
7.2.2.4. Gastos Financieros	94
8.3 Estados Financieros Projectados	95
8.3.1 Flujo de Caja del Proyecto	95
8.3.2 Flujo de caja del Inversionista	96
8.3.3 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)	97
8.4 Evaluación financiera del proyecto	98
8.4.1 Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno de Proyecto	98
8.4.2 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio y Variación de la Demanda)	98
9. CONSIDERACIONES FINALES	100
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	103

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
GRÁFICA .1. EMPLEO EN COLOMBIA _____	20
GRÁFICA .2. VARIACIÓN ANUAL DEL PIB _____	23
GRÁFICA .3. CONSULTA DEL NOMBRE DE LA EMPRESA _____	84

LISTA DE TABLAS

	Pág.
TABLA 1. TASAS DE EMPLEO Y DESEMPLEO EN COLOMBIA DESDE EL 2009 AL 2014 _____	20
TABLA 2. EXPORTACIONES COLOMBIANAS _____	21
TABLA 3. COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DEL DÓLAR _____	21
TABLA 4. PRODUCTO RANKING MUNDIAL DE EXPORTACIONES AGRÍCOLAS EN EL MUNDO Y EN AMÉRICA LATINA 2008 (EN TONELADAS) _____	24
TABLA 5. NÚMERO DE EMPRESAS DEL SECTOR Y PRINCIPALES ACTORES _____	24
TABLA 6. DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL DE LAS GALLETAS LIGHT _____	28
TABLA 7. TABLA NUTRICIONAL DE LAS GALLETAS LIGHT DE MERMELADA DE MORA _____	29
TABLA 8. TABLA NUTRICIONAL DE LAS GALLETAS LIGHT RELLENAS DE CHOCOLATE CON NUECES. _____	29
TABLA 9. TABLA NUTRICIONAL DE LAS GALLETAS LIGHT CORAZÓN DE HOJALDRE _____	30
TABLA 10. EDAD Y COMPOSICIÓN DE LA POBLACIÓN _____	31
TABLA 11. TABLA DE LOS PROVEEDORES _____	35
TABLA 12. PROVEEDORES _____	36
TABLA 13. COTIZACIONES DE LOS PROVEEDORES _____	37
TABLA 14. COMPETIDORES _____	38
TABLA 15. RESULTADOS DE LA COMPETENCIA _____	39
TABLA 16. PRINCIPALES PANADERÍAS EN CANADÁ _____	41
TABLA 17. RESULTADOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO DISTRIBUIDOR _____	42
TABLA 18. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS _____	45
TABLA 19. LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS PROPUESTOS _____	47
TABLA 20. COSTOS ASOCIADOS A LAS ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACIÓN _____	48
TABLA 21. NÓMINA DE EMPLEADOS _____	49
TABLA 22. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN _____	54
TABLA 23. PLAN DE PRODUCCIÓN _____	57
TABLA 24. DESCRIPCIÓN DE LA BODEGA Y LAS OFICINAS DE LA COMERCIALIZADORA _____	58
TABLA 25. REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA, EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES. _____	59
TABLA 26. RECURSOS MATERIALES DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN _____	60
TABLA 27. REQUERIMIENTOS DE SERVICIO _____	61
TABLA 28. REQUERIMIENTO DEL PERSONAL _____	61
TABLA 29. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN _____	63
TABLA 30. PROCESOS ADMINISTRATIVOS EXTERNALIZADOS _____	70

TABLA 31.	RECURSOS HUMANOS PARA LA ADMINISTRACIÓN _____	76
TABLA 32.	REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS, SOFTWARE, MUEBLES Y ENSERES. _____	76
TABLA 33.	RECURSOS MATERIALES PARA OFICINA _____	77
TABLA 34.	REQUERIMIENTO DEL PERSONAL. _____	78
TABLA 35.	CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PÚBLICAS _____	83
TABLA 36.	APORTES DE LOS SOCIOS. _____	85
TABLA 37.	TABLA DE AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO (MENSUAL) _____	85
TABLA 38.	INGRESOS PROPIOS DEL NEGOCIO _____	90
TABLA 39.	VENTAS TOTALES POR PRODUCTO _____	90
TABLA 40.	INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS _____	91
TABLA 41.	INVERSIÓN EN GASTOS PRE-OPERATIVOS _____	91
TABLA 42.	INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO _____	92
TABLA 43.	COSTOS VARIABLES _____	92
TABLA 44.	COSTOS FIJOS _____	93
TABLA 45.	GASTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES _____	93
TABLA 46.	GASTOS DISTRIBUCIÓN Y VENTAS _____	94
TABLA 47.	GASTOS AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS _____	94
TABLA 48.	GASTOS FINANCIEROS _____	94
TABLA 49.	FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO _____	95
TABLA 50.	FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA _____	96
TABLA 51.	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (ESTADO DE RESULTADOS) _____	97
TABLA 52.	VALOR PRESENTE NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO DE PROYECTO _____	98
TABLA 53.	VALOR PRESENTE NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO DEL INVERSIONISTA _____	98
TABLA 54.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD (VARIACIÓN DE LA DEMANDA) _____	98
TABLA 55.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD (VARIACIÓN DEL PRECIO) _____	98
TABLA 56.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD (VARIACIÓN DEL PRECIO Y VARIACIÓN DE LA DEMANDA) _____	99

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
FIGURA 1. DESCRIPCIÓN GRÁFICA DEL PRODUCTO _____	27
FIGURA 2. DISTRIBUCIÓN A TRAVÉS DE TERCEROS _____	39
FIGURA 3. LOGO _____	44
FIGURA 4. FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN _____	56
FIGURA 5. PLANTA 1. _____	59
FIGURA 6. PROCESO ADMINISTRATIVO _____	64
FIGURA 7. ORGANIGRAMA _____	70

RESUMEN EJECUTIVO

KEKSE S.A.S., surgió de la necesidad de crear repostería light para las personas diabéticas, con problemas de azúcar. Abridando la posibilidad de que estas personas no se abstengan de comer dulces o galletas por su condición de salud, al contrario estas personas van a llevar una vida saludable consumiendo nuestros productos y acompañándolo de una dieta balanceada rica en frutas, verduras y rutina de ejercicio diario; este tipo de repostería le aportara al cuerpo múltiples proteínas que no alteran la condición física, al contrario ayuda a mantener un buen nivel de azúcar en la sangre.

Nuestra meta es exportar este producto hacia Canadá, la exportación se va a realizar vía marítima con una frecuencia semanal. El objetivo principal es minimizar el alto grado de obesidad mórbida, especialmente en la niñez canadiense, después de realizar una investigación previa se encontró que el 63% de las personas tienen sobre peso y el 28% son obesos; por medio de programas de capacitación por parte del gobierno para adultos y cambiar en forma lenta la forma de alimentarse, para que las familias incluyan en su canasta familiar además de nuestro producto, mas Frutas verduras y menos comidas rápidas (embutidos, paquetes, conservas etc.). La tarea tiene cierto grado de dificultades ya que la población canadiense tiene hábitos de consumo muy arraigados y cambiar su cultura alimenticia no es tarea fácil, por lo anterior pretendemos llegar al mercado con galletas exóticas e innovadoras, que llame la atención el consumo de repostería sana y nutritiva.

Nuestra comercializadora internacional se encargara de distribuir el producto a tiendas light, reposterías, negocios y supermercados como: .Cookies for kids' cancer, Dee-Lights, Cake Works The Lemon Tree, Grainery Bakery, King of dates sweets y bakery; entre otros para satisfacer el exquisito paladar de nuestros clientes. El tiempo de entrega en los diferentes puntos de venta del país, será semanalmente, ya que nuestra repostería es un producto no perecedero y cuenta con una fecha de vencimiento de 6 meses a 1 año, presenta características físicas por ejemplo: dureza, color, sabor e inclusive olor, se verá muy fresco desde la primera vez que lo adquirió. Las presentaciones son: Galleta light con mermelada de mora,- Galleta light con relleno de chocolate y nueces Galleta light corazón de hojaldre. Las Galletas light rellenas de chocolate con nueces: están empacadas en cajas de cartón, cada caja contiene 6 unidades de galletas, son de

forma circular y en su centro tienen chocolate y nueces .Las Galletas light con mermelada de mora: están empacadas en cajas de cartón, cada caja contiene 6 unidades, y Las galletas light corazón de hojaldre vienen empacadas en cajas de cartón, cada caja contiene 18 unidades. En el estudio técnico, para los gastos de administración son de \$7'340.000 y los salarios de mercadeo son de \$4700.000, el total de la nómina mensual es de \$ 12'040.000, las áreas de la empresa son: área de Recursos Humanos, Jefe de compras, Jefe de ventas y recepción. Son 3 socios, la inversión es de 10'166.666 para un total de \$30'500.000, también se realizaría un préstamo a la entidad financiera Bancolombia de \$46'876.334 con un plazo de 5 años a una tasa de interés del 2,3% , las ventas Galleta light con mermelada de mora son de \$ 35.250.000 mensuales con un porcentaje de participación del 31,54%, las Galleta light con relleno de chocolate y nueces \$35.250.000 ventas mensuales, con un porcentaje de participación del 31,54% y Galleta light corazón de hojaldre \$41.250.000 total de ventas, con un porcentaje de participación del 36,91%, el proyecto es viable, el valor presente neto es de \$ 70.260.886 y la tasa interna de retorno es de 38,14%.

El precio es muy susceptible a las cantidades por lo que juega un papel muy importante, no se puede subir mucho el precio ya que no es compatibles con las cantidades, se tiene que jugar con el precio vs cantidades sin afectar la calidad del producto ni la productividad.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Lucero Andrea Serna Villa					
Identificación:	1035431247	Teléfono:	2743800	Celular:	3117046185
Dirección:	Calle 47B N° 42-145			Barrio:	Fátima
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Luces3800@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	X	Tecnológicos	X	Universitarios
Otros Estudios:	Técnica como Asistente en Comercio Internacional Tecnóloga en Comercio Internacional				

Paula Andrea Giraldo Pulgarin					
Identificación:	1128478804	Teléfono:	2380548	Celular:	3203335417
Dirección:	Calle 25 N° 72-33			Barrio:	Belén San Bernardo
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Paulandrea_1106@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	X	Tecnológicos	X	Universitarios
Otros Estudios:	Técnica como Asistente en Comercio Internacional Tecnóloga en Comercio Internacional				

Estefanía Marín Lotero					
Identificación:	1053817150	Teléfono:		Celular:	3207545219
Dirección:	Calle 76A N° 81 C -28			Barrio:	Robledo Villa Flora
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Este115@hotmail.es		
Estudios:	Técnicos		Tecnológicos	X	Universitarios
Otros Estudios:	Tecnóloga de Comercio Internacional				

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

La idea del negocio se creó con el fin de incursionar en el mercado de los negocios internacionales; crear empresa, ser competitivos, generar empleo y desarrollo en el departamento de Antioquia, para ello fue necesario evaluar una serie de indicadores muy importantes que tendrán gran relevancia al momento de la ejecución.

La respuesta a lo anterior tiene gran valor, ya que brindan claridad frente al objetivo empresarial; además de aplicar los conocimientos básicos teóricos y prácticos adquiridos durante la tecnología en comercio internacional, los cuales se acercan hacia la realidad del funcionamiento interno de las empresas, certificaciones, simulación en la creación de empresas, etc.

Es fundamental que toda empresa antes de crearse realice los siguientes estudios:

Investigación de mercados, con el objeto de tener claridad hacia dónde se quiere exportar ese producto y cubrir esa necesidad.

Análisis de la competencia interna y externa, quienes son las marcas predominantes de ese producto, cuanta es la capacidad de producción que maneja, cual es la tecnología que se está utilizando en esa compañía; si la maquinaria o el software es de última tecnología o por el contrario es obsoleta.

Ubicación inicial de la empresa: Tiene gran importancia porque es el lugar donde se encuentran asentados los clientes potenciales, además con el paso del tiempo puedo pensar en expandirme a nivel nacional e internacional para no solo llegarles a un determinado número de personas, sino a una población más amplia.

Identificar el tipo de necesidades que se va a cubrir o satisfacer, ya sea por ser un producto sustituto transformado o porque trae beneficios a los compradores en aportes alimenticios, en tecnología, maquinaria, etc.

Es fundamental organizar el presupuesto, realizar los costos y gastos, en cuanto a la exportación desde nuestro país hacia el lugar de destino de la mercancía, costos internos, compra de materia prima y/o transformación de productos

En cuanto a la selección de proveedores, verificar garantía, experiencia, capacidad económica, puntualidad en la entrega, precio de venta mayoritaria, es ideal contar con una lista de proveedores y realizar licitaciones públicas para elegir proveedores que cumplan con todas las

exigencias de la empresa. Evaluar margen de desperdicio de la empresa y disposición final de los mismos teniendo en cuenta no afectar al medio ambiente, inscribir la empresa a planes de responsabilidad social ya que está aportando no solo al fortalecimiento y cuidado de la flora y la fauna sino también a la protección del ser humano, el número de socios de la empresa y el capital que le aporten cada uno.

Establecer claridad sobre el tipo de sociedad al cual pertenece la empresa, beneficios, deberes y obligaciones, etc.

Conclusión:

El presente trabajo resulta muy enriquecedor ya que permite aplicar todos los conocimientos adquiridos, es necesario enfatizar en la investigación identificando: Tipo de clientes, compañías que consumen el producto o servicio, proveedores y capacidad de adquisición, etc.

Realizar análisis financiero identificando costos y gastos de la empresa, liquidación del personal, costos en impuestos internos, de operación, de comercio, especificar si es importación o exportación, recursos financieros y entidades financieras que brinden crédito a la empresa.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

KEKSE S.A.S

3.2 Descripción de la Empresa

KEKSE es una pequeña empresa dedicada a la comercialización de reposterías light; está ubicada en la ciudad de Medellín.

El proveedor principal es la Repostería Astor, la compra se hace de forma directa y a si mismo se comercializa.

Los clientes potenciales son las reposterías mayoristas del mercado canadiense, las cuales están dirigidas a los consumidores dietéticos y obesos en dicho mercado.

La diferenciación de la empresa Kekse con las demás empresas, es el valor agregado de las galletas; los cuales son: variados rellenos y el endulzante dietético.

3.3 Misión de la Empresa

Misión: Ser una empresa reconocida en el campo de los negocios, comercializando repostería light y así lograr la satisfacción de nuestros clientes, estos productos aportan un valor altamente nutritivo para el cuidado y protección del cuerpo, así mismo, incursionándonos en políticas de responsabilidad social empresarial, para el cuidado del medio ambiente y contribuir con campañas de reciclaje, sin alterar la flora y la fauna ambiental

Visión: Para el 2025 ser una comercializadora internacional líder en exportación de repostería light, llegar al mercado canadiense y sus alrededores, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes; especialmente para personas con obesidad, enfermedades cardiacos y también para el cuidado del cuerpo y así consumir alimentos saludables, lograr con nuestros productos excelente calidad y satisfacción de todos nuestros clientes.

3.4 Objetivos

3.4.1 Objetivo General.

Determinar la viabilidad de la comercialización de galletas light al país de Canadá.

3.4.2 Objetivos Específicos.

- Identificar el sector al cual se pertenece y la demanda que se tiene con respecto al país de Canadá.
- Analizar de las ventajas y desventajas del producto exportable en el mercado meta.
- Estudiar el tamaño de la empresa para que sea optima y satisfaga la demanda del producto.
- Identificar los requisitos para ser una comercializadora.
- Evaluar diferentes alternativas de financiación para la creación y sostenimiento de la empresa.

3.5 Ventajas Competitivas

Ventajas Competitivas

- Galletas light que son de ayuda a las personas diabéticas y obesas.
- Galletas light con valores agregados tales como el relleno de chocolate y nuez y el relleno de mermelada de mora.
- Sabores cítricos y dulces en cada galleta.
- Comercialización específica, pues la empresa solo le va a vender a tres tiendas del mercado canadiense.
- Precios justos en cada caja de galletas.
- La presentación de las galletas vienen por seis unidades (galletas light con mermelada de mora y con relleno de chocolate con nueces), y la otra presentación de las galletas viene por 18 unidades (galletas corazón de hojaldre).

Distinciones Competitivas

- Presentación agradable que genera confianza para consumirlas.
- Conferencias a los distribuidores a cerca de los beneficios de consumir productos light.
- Pertenecer a las ferias y festivales más importantes de la gastronomía de Canadá.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

En la actualidad, la obesidad y el sobrepeso es uno de los principales factores de mortalidad; uno de los países más afectados es Canadá el cual el 63% de las personas tienen sobre peso y el 28% son obesos según el Dr Remi Lelolanc (chapman, 2014)

Esto se ha generado por el modo de vida que tienen los canadienses; primero estos son personas muy ocupadas que pasan el día realizando todo tipo de actividades, por eso resulta habitual que anden con prisas y coman cosas ligeras como lo son las comida de la calle, enlatados sin observar cuantas calorías va consumir.

A su vez, la obesidad es producida por altibajos en las emociones de las personas como la ansiedad y depresión; otro factor, es el consumo de tecnología ya que según un estudio realizado por la universidad Simon Fraser, en Canadá, evidenció que “ el hecho de ser propietario de 3 dispositivos tecnológicos está asociado con una disminución del 31% de la actividad física, un incremento del 21% del tiempo que pertenece sentado y el aumento de 9 cm en el diámetro de la cintura de estas personas ”lo que conlleva a tener un mayor riesgo a la obesidad y diabetes. (Mercado Fitness, 2014)

Todo lo anterior demuestra que se está afectando de manera importante la productividad de las empresas, desarrollo y desempeño escolar y desarrollo del país.

Por tanto, las secretarías de salud de los países, México, EEUU, y Canadá están trabajando contra la obesidad mediante 3 pilares, los cuales son: llevar en el producto etiqueta frontal de los componentes de los alimentos, sello de calidad y bebidas con bajos en calorías pero de gran nivel nutritivo. (24 horas el diario sin límites, 2014)

3.7 Relación de productos y/o servicios

Los productos que se van a ofrecer al mercado de Canadá van a ser galletas light con valores agregados tales como: mermelada de mora, relleno de chocolate con nueces y hojaldre.

Al consumir dichas galletas, los consumidores van a poder saciar la necesidad de consumir un dulce durante el día a día.

Los productos son:

- Galletas light con mermelada de mora.
- Galleta light rellena de chocolate con nueces.
- Galleta light corazón de hojaldre.

3.8 Justificación del Negocio

En la ciudad de Montreal de Canadá hay oportunidad de exportación de galletas light ya que estas contribuyen al cuidado de la salud y pueden ser parte de la canasta familiar de aquellas personas con obesidad o diabetes.

Un producto light / lite. Contiene de 33 a 50% menos calorías por porción, con base en cuántas calorías provienen de las grasas sustituyendo los contenidos alimentarios, químicos o naturales que aportan calorías por otras sustancias que tienen cantidades menos energética. Estos también contribuyen a mantener la salivación activa, mantener el estómago activo y controla la ansiedad según la nutricionista Pilar Serrano. (noticias rcn, 2014)

Por otro lado, según un estudio realizado por la Escuela de Negocios John Molson de la Universidad de Concordia, en Montreal, Canadá demuestra que los ciudadanos canadienses les llama la atención aquellos productos que son fabricados para el cuidado de la salud o del medio ambiente (Suarez, 2013)

3.9 Análisis del entorno y del sector

Colombia, oficialmente República de Colombia, es una república unitaria de América situada en la región noroccidental de América del Sur. Está constituida en un estado social y democrático de derecho cuya forma de gobierno es presidencialista.

La superficie de Colombia es de 2.129.748 km², de los cuales 1.141.748 km² corresponden a su territorio continental y los restantes 988.000 km² a su extensión marítima. El país limita con Venezuela Nicaragua, Brasil, Perú Ecuador, Panamá, Costa Rica, Honduras, Jamaica y Haití. (Colombia, 2014)

Demografía: El país es la cuarta nación en extensión territorial de América del Sur con alrededor de 47 millones de habitantes.

La difícil situación económica y los problemas de orden público, hacen que Colombia sea un país con muchos emigrantes, la mayoría de estos se dirigen a Estados Unidos y a España; pero en los últimos años también se están dirigiendo a los países de México, Venezuela, Italia, Chile y Canadá, donde la población tiene mejor calidad de vida. (Colombia,2014)

Economía: La moneda oficial de Colombia es el PESO, el cual se divide en 100 centavos. Colombia se posiciona como la cuarta economía más grande de América Latina, tras las de Brasil, México y Argentina en la clasificación internacional, se encuentra dentro de las 28 mayores del mundo.

Hace parte de los CIVETS (Colombia, Indonesia, Vietnam, Egipto, Turquía y Suráfrica). En 2012 entró en vigencia el TLC entre Colombia y Estados Unidos. El acuerdo se suma a los ya 10 tratados vigentes, y a otros seis que se encuentran en negociación. (Colombia,2014)

La economía colombiana se basa, fundamentalmente, en la producción de bienes primarios para la exportación, y en la producción de bienes de consumo para el mercado interno. Una de las actividades económicas más tradicionales es el cultivo de café, seguido de la producción petrolífera, los minerales, explotación de carbón, producción y explotación de oro, esmeraldas, zafiros y diamantes. Además es un gran exportar de flores, banano y productos del sector textil como blue jeans. La inflación colombiana se encuentra con una cifra de 2.79% (Junio 2014) esto es debido a los bajos precios de la canasta familiar que se vienen presentando desde el año 2013.

Empleo

Gráfica .1. Empleo en Colombia



En la anterior grafica se observa claramente que para el 2018 la tasa de desempleo va a seguir disminuyendo, pasará de 8.1% (2014) a 6.8% (2018). Esta baja del desempleo se debe a que cada día los empleos son más formales, además Colombia le está apuntando cada vez más a exportar y para ello las empresas deben aumentar su producción y es allí donde se generarán nuevos empleos.

Tabla 1. Tasas de empleo y desempleo en Colombia desde el 2009 al 2014

Año-Mes	Tasa de empleo %	Tasa de desempleo %
2009 Diciembre	55.50	11.31
2010 Enero	53.02	14.62
2010 Junio	55.15	11.64
2010 Diciembre	55.93	11.12
2011 Enero	54.07	13.56
2011 Junio	56.05	10.91
2011 Diciembre	58.52	9.82
2012 Enero	55.95	12.48
2012 Junio	58.79	10.03
2012 Diciembre	58.41	9.55
2013 Enero	56.16	12.07
2013 Junio	57.84	9.24
2013 Diciembre	59.06	8.44
2014 Enero	56.56	11.10

Analizando esta información obtenida del DANE, podemos concluir que en el país la tasa de desempleo ha venido disminuyendo por el alto índice de nuevas empresas en los diferentes sectores colombianos. Además observamos que siempre a principio de año la tasa de desempleo aumenta y en el transcurso del año esta disminuye, esto se debe a la reorganización que van tomando las empresas para mejorar su economía.

Tabla 2. Exportaciones Colombianas

Exportaciones	2009	2010	2011	2012	2013	2014(Enero)
Total de exportaciones	32.846	39.713	56.915	60.125	58.822	4.775(Enero)
Productos alimenticios y bebidas.	3.858	3.582	4.768	3.976	4.007	294(Enero)

Del cuadro anterior se concluye que las exportaciones colombianas cada vez están aumentando más, debido a los TLC firmados y a los acuerdos y alianzas negociadas; en el sector de los productos alimenticios y bebidas, el cual es el que nos compete, observamos que estas también han aumentado significativamente, las empresas colombianas de este sector han descubierto que pueden exportar los alimentos típicos nuestros, estos son muy atractivos a nivel internacional.

Tabla 3. Comportamiento histórico del dólar

Diciembre 2010	1.913.98
Diciembre 2011	1.942.70
Diciembre 2012	1.768.23
Diciembre 2013	1.926.83
Agosto 2014	1.926.92

Religión: El 92% de la población colombiana profesa la religión católica. El 8% restante profesa las religiones de protestantes, testigos de Jehová, budistas, taoístas, musulmanes y judíos. (Colombia, 2014).

Educación: Se conforma por los niveles de educación preescolar, educación básica, educación media y de nivel superior. La entidad encargada de la coordinación de la misma es el Ministerio de Educación Nacional. (Colombia,2014)

Clima: El clima de Colombia está determinado por los aspectos geográficos y atmosféricos que incluye: precipitaciones, intensidad radiación solar, temperatura, sistemas de vientos, altitud, continentalidad y humedad atmosférica. Estos factores desarrollan un amplio

mosaico de climas y microclimas en Colombia, que van desde los más calurosos a 30 °C en las costas y llanuras hasta lo más frío, temperaturas bajo 0 °C en los picos de las montañas de la Cordillera de los Andes y la Sierra Nevada de Santa Marta. (Colombia, 2014)

Leyes: Las leyes colombianas que competen al sector de alimentos son:

Decreto 3075 de 1997. Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones. La salud es un bien de interés público.

Ley 9 de 1979: Código Sanitario Nacional por cuanto dicta medidas sobre las condiciones sanitarias básicas para la protección en el medio ambiente, suministro de agua, saneamiento de edificaciones, alimentos, droga, medicamentos, cosméticos, vigilancia y control epidemiológico, prevención y control de desastres, derechos de los habitantes respecto a la salud.

Resolución 5109 de 2005: Reglamento Técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado para alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano, expedido por el Ministerio de Protección Social y publicado en el Diario Oficial 46150 de enero 13 de 2006.

Decreto 1575 de 2007: El objeto del presente decreto es establecer el sistema para la protección y control de la calidad del agua, con el fin de monitorear, prevenir y controlar los riesgos para la salud humana causados por su consumo, exceptuando el agua envasada. (Alimentos).

Ley 1480/11: Esta ley tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos, en especial, lo referente a:

- i. La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad.
- ii. El acceso de los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas.
- iii. La educación del consumidor.
- iv. La libertad de constituir organizaciones de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten.

- v. La protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo con lo establecido en el Código de la Infancia y la Adolescencia. (Colombia C. d., 2014)
- Sector al cual pertenece el producto: sector alimentos
 - Subsector al cual pertenece el producto: transformación
 - Código CIU: 5224 comercio al por menor de productos de confitería, en establecimientos especializados. (DIAN,2014)

Porcentaje de participación del PIB en el sector alimentario: En el primer trimestre del año 2014 la economía colombiana creció 6,4% con relación al mismo trimestre de 2013. Frente al trimestre inmediatamente anterior, el PIB aumentó 2,3%.

Gráfica .2. Variación anual del PIB



Los sectores que impulsaron el crecimiento en el 2013 fueron:

- Explotación de minas y canteras (4,9%).
- Electricidad, gas de ciudad y agua (4,9%).
- Establecimientos financieros, seguros, inmuebles y servicios a las empresas (4,6%).
- Comercio, servicios de reparación, restaurantes y hoteles (4,3%).
- Transporte, almacenamiento y comunicaciones (3,1%).

El sector de alimentos en Colombia, le aporta un 9% al PIB, una contribución del 21% en las exportaciones, una generación del 19% del empleo total del país y un enorme potencial sustentado en ventajas competitivas y comparativas. (DANE, 2014)

Tabla 4. Producto Ranking Mundial de Exportaciones Agrícolas en el mundo y en América Latina 2008 (en toneladas)

Café verde	3.637.42
Plátano	3.109.43
Banano	41.639.833.3
Aceite de palma	5.315.61
Azúcar refinado	7.546.52
Frijol seco	857.92
Fécula de yuca	9.650.03
Dulces de azúcar y confitería	10.134.12
Extracto de café	1.515.74
Mezcla de masas y panadería	1.619.71
Harina de maíz	206.87

Fuente: Organización de la Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO por sus siglas en inglés)

Tabla 5. Número de empresas del sector y principales actores

RAZÓN SOCIAL	INGRESOS OPERACIONALES			Utilidad Operacional	Utilidad Neta	Activo	Pasivo	Margen Operacional	Margen Neta	Deuda	Liquidez
	2011	2010	VARIACIÓN %								
ALPINA PRODUCTOS ALIMENTICIOS S.A.	1.265.083	1.142.355	10.7%	79.143	29.974	1.096.645	574.789	6.3%	2.4%	52.4%	1.3
NESTLÉ DE COLOMBIA S.A.	1.166.463	1.108.383	5.2%	127.985	75.924	719.733	484.854	11.0%	6.5%	67.4%	1.9
COLOMBINA S.A.	1.030.848	680.199	51.6%	45.451	43.184	922.197	482.342	4.4%	4.2%	52.3%	1.4
PEPSICO ALIMENTOS COLOMBIA LTDA.	553.569	482.677	14.7%	15.657	9.438	260.550	106.674	2.8%	1.7%	40.9%	2.1
QUALA S.A.	563.354	503.519	11.9%	35.523	15.491	396.222	165.460	6.3%	2.7%	41.8%	1.7
COMPAÑIA NACIONAL DE CHOCOLATES S.A.S	621.931	736.054	-15.5%	50.128	37.566	1.010.635	342.498	8.1%	6.0%	33.9%	1.3
QUALA S.A.	563.354	503.519	11.9%	35.523	15.491	396.222	165.460	6.3%	2.7%	41.8%	1.7
COMPAÑIA DE GALLETAS NOEL S.A.S	556.650	581.088	-4.2%	41.206	31.998	1.096.938	286.454	7.4%	5.7%	26.1%	1.1
AJECOLOMBIA S.A.	421.501	348.359	21.0%	18.180	5.956	200.545	166.382	4.3%	1.4%	83.0%	0.6
BIMBO DE COLOMBIA S.A.	321.909	263.495	22.2%	22.127	16.702	224.016	63.001	6.9%	5.2%	28.1%	1.1
GRUPO NACIONAL DE CHOCOLATES S.A.	276.978	NR	-	266.590	255.981	6.545.458	69.218	96.2%	92.4%	1.1%	0.2
HARINERA DEL VALLE S.A.	437.686	361.445	21.1%	23.058	28.929	827.332	215.204	5.3%	6.8%	26.0%	1.8
AJECOLOMBIA S.A.	421.501	348.359	21.0%	18.180	5.956	200.545	166.382	4.3%	1.4%	83.0%	0.6
CADBURY ADAMS COLOMBIA S.A.	333.144	299.497	11.2%	30.072	20.754	314.212	142.715	9.0%	6.2%	45.4%	1.1
BIMBO DE COLOMBIA S.A.	321.909	263.495	22.2%	22.127	16.702	224.016	63.001	6.9%	5.2%	28.1%	1.1
INGENIO RISARALDA S.A.	259.311	213.558	21.4%	54.733	36.175	337.024	83.616	21.1%	14.0%	24.8%	1.0
CI YUMBO S.A.	253.508	258.090	-1.8%	5.181	1	97.910	73.365	2.0%	0.0%	74.9%	1.9
KELLOGG DE COLOMBIA S.A.	186.697	168.250	11.0%	29.494	9.354	118.615	43.418	15.8%	5.0%	37.2%	1.1
CI SUPER DE ALIMENTOS S.A.	166.435	140.223	18.7%	10.260	5.356	151.473	89.322	6.2%	3.2%	59.0%	1.4
ALIMENTOS FRIKO S.A.	161.639	162.498	-0.5%	-9.483	-4.935	156.374	51.420	-5.9%	-3.1%	32.9%	0.9

Como se puede observar claramente en el anterior cuadro, se analizan que nuestros competidores directos los cuales son Noel, Nestlé y Quala, estos competidores están muy bien

posicionados en el mercado nacional e internacional, están entre las primeras 10 empresas con más ventas y por consiguiente más ingresos en el sector de los alimentos.

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

Fundamentos de comercio internacional

Introducción de contabilidad

Legislación aduanera

Introducción al derecho

Metodología de la investigación

Competencias comunicativas

Semillero de investigación.

Economía

Régimen arancelario

Régimen de exportaciones

Costos y cotizaciones

Mercadeo general e internacional

Matemática financiera

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

Objetivos a corto plazo (6 meses):

Posicionar en el mercado internacional las galletas light, dando a conocer la empresa

Brindar nuevas fuentes de ingresos, generando nuevos empleos; para la distribución del producto

Obtener un sitio web para dar a conocer, y así poder agilizar en la optimización y rendimiento de los pedidos

Objetivos a mediano plazo (1 año):

Aumentar la línea de servicios al 50% en el área metropolitana, explorando nuevos mercados

Implementar inventarios de mercancías con el propósito de controlar la entrada, salida y existencia de las mismas

Promover y comercializar productos colombianos en el exterior

Ampliar la gama de proveedores en Canadá

Objetivos a largo plazo (más de 2 años)

Obtener un software multimedial, para aportar los términos relacionados con la contaminación ambiental, con los procesos de cuidado y protección del medio ambiente y el reciclaje

Diseñar procesos que permitan optimizar recursos en tiempo, calidad y producción.

Mejorar permanentemente la calidad de vida de los empleados, brindándoles condiciones de trabajo adecuadas, generando un ambiente laboral y un desarrollo organizacional que propicie en ellos el sentido de equidad.

Proveer soluciones especializadas que faciliten a corto, mediano y largo plazo optimizar el manejo de la información, facilitando la comunicación y coordinación entre las diferentes personas que integran al cliente

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Figura 1. Descripción gráfica del producto



Corazones de hojaldre light: Estos productos van a ayudar a las personas enfermas con diabetes, hipertensión, obesidad, entre otras enfermedades en el transcurso de su vida, ya que son 100% dietéticos no afectara con su salud, tiene los mismos beneficios que comerse un dulce, solo que con menos cantidad de grasa, y son libres de azucares, la persona está consumiendo un producto saludable para su salud, no tiene efectos secundarios.

Las ventajas de los consumidores son muchas, ya que tendrá una vida saludable, al mismo se están cuidando para tener un cuerpo y una salud libre de enfermedades, le aportarán energías, les reducirán la ansiedad de estar dependientemente de los dulces y así mismo satisfacer sus necesidades.

Antes de consumir este producto se le dará una capacitación a cada distribuidor de los beneficios de consumir este producto así mismo a los gerentes de las tiendas light, reposterías light, para que se instruyan acerca del producto que van a exhibir en su stand y lo van a vender al público en general.

Condiciones especiales de empaque: cada galleta viene empacada en una caja que contiene seis unidades, esto en el caso de las de mermelada de mora y relleno de chocolate, las de hojaldre vendrán empacadas en una cada que contiene 18 unidades. En el empaque habrá una etiqueta con el logo de la empresa.

Almacenamiento: consérvese en un lugar fresco, no mayor a temperaturas que excedan los 35.c

Transporte: la exportación será vía marítima, al momento de llegar al puerto de Montreal, para su distribución local, esta será por terrestre hasta cada lugar del distribuidor.

Tabla 6. Distribución Física Internacional de las galletas light

Origen	Destino	Tiempo de tránsito (días) conexiones	Frecuencia
Barranquilla	Montreal	20-22	Semanal

FUENTE: Proexport 2014.

Duración: 1 año después de fabricado para poder consumirlas.

Nombre comercial de los productos:

- Galleta light con mermelada de mora
- Galleta light con relleno de chocolate y nueces
- Galleta light corazón de hojaldre.

Galletas light rellenas de chocolate con nueces: están empacadas en cajas de cartón, cada caja contiene 6 unidades de galletas, cada galleta está recubierta por un pirotin. La caja está adornada con frases que dicen 0% azúcar. Tienen forma circular y en su centro tienen chocolate y nueces.

Galletas light con mermelada de mora: están empacadas en cajas de cartón, cada caja contiene 6 unidades de galletas, cada galleta está recubierta por un pirotin. La caja está adornada con frases que dicen 0% azúcar. Tienen forma de piñones y en los centros tienen tres huecos los cuales están rellenos de mermelada de mora.

Las galletas light corazón de hojaldre vienen empacadas en cajas de cartón, cada caja contiene 18 unidades de galletas, la caja tiene frases de light y de 0% azúcares. Las galletas corazón de hojaldre tienen forma de corazón.

Necesidades que satisfacen: las galletas light le ayudan al cliente a controlarse en el consumo de azúcares y grasas, estas galletas son un suplemento de los dulces y galletas que debemos consumir todos los días, sirven para endulzar el día.

Tabla 7. Tabla nutricional de las galletas light de mermelada de mora

Información Nutricional	
Tamaño de la porción (12g) Porción por envase 6 unidades	
Calorías 60 Kcal	
Cantidad por porción %	Valor diario *
Grasa total 3.1g	4.8%
Carbohidratos totales 7.14g	2.4%
Fibra bruta 0g	0%
Proteína 1g	2%
Sodio 0g	0%
Azúcares 0g	0%
No es una fuente significativa de fibra dietarí, vitamina A, vitamina D, calcio y hierro	*Los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2000 calorías. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas.

Tabla 8. Tabla nutricional de las galletas light rellenas de chocolate con nueces.

Información Nutricional	
Tamaño d la porción (12g) Porciones por envase 6 unidades	
Calorías 62 Kcal	Calorías de grasas 34 Kcal
Cantidad por porción %	Valor diario *
Grasas totales 4g	6%
Carbohidratos totales 6g	2%
Fibra bruta 0g	0%
Proteína 1g	2%
No es una fuente significativa de fibra dietarí, vitamina A, vitamina D, calcio y hierro	*Los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2000 calorías. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas.

Tabla 9. Tabla nutricional de las galletas light corazón de hojaldre

Cantidad por porción			
Calorías 180 Calorías de la grasa 70			
	% Valor diario		
Grasa total	8 g 12%		
Grasa Saturada	5g 25%		
Grasa trans	0g		
Colesterol	0mg 0%		
Sodio	140 mg 6%		
Carbohidrato total	25g 8%		
Fibra dietaria	<1 g 2%		
Azucares	7g		
Proteína	2g 4%		
Vitamina A 0%	Vitamina C 0%	Calcio 0%	Hierro 0%

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

La distribución del producto será: Fabricante, Mayorista, Detallista consumidor final

Descripción de la población

Población total en Canadá: 35.158.304

Población urbana: 80,9%

Población rural: 19,1%

Densidad de la población: 4hab./km²

Población masculina (en %): 49,5%

Población femenina (en %): 50,4%

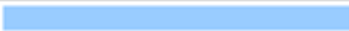
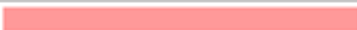
Crecimiento natural: 1,16%

Orígenes étnicos: Originalmente británica y francesa. Sin embargo, las olas sucesivas de inmigrantes venidos desde numerosos países han diversificado considerablemente la composición étnica de Canadá.







El reparto de inmigrantes actualmente en Canadá es: Estados Unidos 2,6%, otros lugares de América 9,1%, Europa 16,4%, África 10,5%, Asia 60,5%.

Tabla 10. Edad y composición de la población

Edad de la población

Esperanza de vida en años	
Hombre:	79,1 
Mujer:	83,6 

Fuente: Naciones Unidas, División de Población. Previsiones demográficas mundiales: revisión de 2009., 2009 - últimos datos disponibles.

Distribución de la población por edades en %	
Menos de 5 años:	5,3% 
De 5 a 14 años:	11,0% 
De 15 a 24 años:	13,3% 
De 25 a 69 años:	60,5% 
Más de 70 años:	9,8% 
Más de 80 años:	3,9% 

Fuente: Naciones Unidas, Departamento de los asuntos económicos y sociales, División de la Población, Perspectivas 2010 - últimos datos disponibles.

Composición de los hogares

Número total de hogares (en millones)	13,3
Tamaño promedio de los hogares	2,6 personas
Porcentaje de hogares de 1 persona	27,6%
Porcentaje de hogares de 2 personas	34,1%
Porcentaje de hogares de 3 a 4 personas	30,0%
Porcentaje de hogares de más de 5 personas	8,4%

Fuente: UN data, 2013 - últimos datos disponibles.

Composición de los hogares

Número total de hogares (en millones)	13,3
Tamaño promedio de los hogares	2,6 personas
Porcentaje de hogares de 1 persona	27,6%
Porcentaje de hogares de 2 personas	34,1%
Porcentaje de hogares de 3 a 4 personas	30,0%
Porcentaje de hogares de más de 5 personas	8,4%

Fuente: UN data, 2013 - últimos datos disponibles.

Gastos de consumo

Paridad del poder adquisitivo	2010	2011	2012	2013	2014 (e)
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	1,22	1,24	1,24	1,23	1,24

Fuente: IMF - World Economic Outlook Database - últimos datos disponibles.

Continuación Tabla 10. Edad y composición de la población

Gastos de consumo de los hogares	2011	2012	2013
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD, precio constante de 2000)	745.790	762.980	779.515
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	2,2	1,8	2,2
Gastos de consumo de los hogares per capita (USD, precio constante de 2000)	21.716	21.954	22.172
Gastos de consumo de los hogares (% of GDP)	55,7	55,7	55,6

Fuente: World Bank - últimos datos disponibles.

El Producto Interno Bruto (PIB) per cápita de Canadá en 2012 se calculó en US\$ 50.344. (ir, 2013)

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor

a) **Objetivos del estudio del mercado consumidor**

Capacitar a los clientes sobre los hábitos saludables y el consumo de productos más sanos.

Promover el desarrollo de comportamientos saludables de alimentación y nutrición enfocados en mejorar las condiciones humanas.

Realizar estudio sobre tipos de productos saludables y benéficos para la salud.

b) **Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor**

A través de estudios previos por medio de internet, libros, revistas, etc. encontramos que en Canadá, hay un alto porcentaje de obesidad mórbida, pacientes entre los 40 y los 59 años de edad, el 30% fallecieron a consecuencia de las complicaciones.(Año 2011), así mismo las enfermedades cardiacas, tuvo una alta complicación en los pacientes jóvenes, aproximadamente entre los 25 y los 45 años de edad, las personas en el transcurrir de los años se volvieron más sedentarias y con una vida menos activa, así mismo problemas en la alimentación, por motivos de optimización de tiempo, un almuerzo puede ser una comida rápida con algún tipo de bebida, ya sea energética o gaseosa, en los intermedios entre comida, comen un dulce, una torta, acompañado de gaseosas, las personas ya no le dieron tanta importancia al cuidado de la salud, ni a su estética; día a día empezaron a comprar tallas de ropa cada vez más grandes, empezaron a consumir más dulces de lo habitual y más comidas rápidas como pizza y hamburguesa, siempre a

altas horas de la noche entre las 9:00 y 10:00 pm. Es muy importante que las personas tomen precauciones acerca del cuidado de su salud, de no abusar con los excesos de comida pero sobre todo de practicar a algún deporte, salir a caminar e incluir en su dieta frutas y verduras.

c) **Aplicación de la Medios**

Los medios incluidos para el estudio del consumidor, fueron los datos relevados en internet, revistas, datos estadísticos. Los organismos internacionales clasifican a 18% de los adultos como obesos en el 2011, lo que representa un incremento del 200 % respecto a 1985. De hecho, el 63 % de las personas que tienen sobrepeso y hasta un 28 % son obesos.

Dr. Remi LeBlanc , Medicina Interna del Hospital Universitario Dr. Georges- L. – Dumont. Poco a poco el gobierno canadiense ha venido concientizando a las personas acerca del cuidado de la salud pero aun la gestión son muy poca por parte del mismo, las cifras en Canadá van aumentando y lo más grave es que los niños también, entre menos edad aun la padecen en mayor proporcionalidad, es por esta razón que el estado quiere implicar a incursionar los buenos hábitos alimenticios, ferias de comidas saludables, descuentos en frutas y verduras, talleres instituciones, en las empresas y demás para que vallan teniendo importancia acerca del cuidado, protección y demás del cuerpo para tener una vida libre de enfermedades, buena autoestima; entre estas esta buena apariencia física, etc.

d) **Resultados del estudio de los consumidores**

El tipo de consumidor es consumidor directo

Perfil del consumidor

Tipo de consumidor: niños y personas adultas

Criterios de compra: productos para el cuidado de la salud

Ubicación geográfica: Montreal, Canadá

Poder adquisitivo: 817.000 usd/mes

Edad: 7 años-65 años

Estrato: 2-7

Estado civil: indistinto

Género: masculino o femenino

Estilo de vida: alto

Educación: alta. El 85% entre los 25 y 64 años han obtenido un título de secundaria

- Lugar de compra: almacenes de cadena, supermercados

Frecuencia de compra: frecuente

Hábitos de consumo: consumen muchas comidas rápidas, verduras y frutas platos regionales a base de carnes de búfalo, platos de papas fritas con queso y salsa y "pâtes chinois" una especie de pastel de papas, con carne molida y maíz al interior.

Forma de pago: 70% anticipada por el valor de la mercancía y 30% confirmada y a la vista

Calidad: Son galletas 100% light elaboradas con 0% grasa, azúcares, aditivos, y demás son galletas especiales para cualquier tipo de consumidor desde niños hasta adultos, no es nocivo para la salud, al contrario le ayuda a reducir la ansiedad de consumir un dulce convencional.

Temporadas

En festividades como: navidad, año nuevo y san Valentín; a nuestros clientes se les realizara un descuento del 20%

Determinación de la Demanda Tamaño del segmento del mercado: 11'058.075 personas.

Consumo aparente: Los canadienses todos los días consumen galletas ya que para ellos son muy apetecidos los ingredientes que estas contienen, como lo son los cereales y los sabores cítricos. (Calderón, 2013)

Galleta light con mermelada de mora: La demanda actual de esta galleta esta en el 40%. Se espera que dentro de un año la demanda llegue al 60% ya que le produce beneficios al consumidor.

Galleta light rellena de chocolate con nueces: La demanda actual es de 52%, ya que contiene chocolate y nueces. Se estima que dentro de un año la demanda llegue al 65%.

Galleta light corazón de holadre: La demanda actual es de 50%, son nuevas en el mercado y aun gustado mucho. Se espera que la demanda llegue al 68%.

En conclusión se espera que la empresa sea capaz de lograr sus objetivos en el mercado canadienses ofreciéndole sus productos saludables, ya que le ofrece una deliciosa galleta a sus consumidores con el alivio de que están consumiendo productos bajos en azúcares.

Consumidor final: el número de habitantes que tiene Canadá es de 35.105.000, pero solo el 31.5% de personas son obesas y diabéticas, esto da como resultado 11.058.075 de habitantes, de los cuales solo el 37% compra en supermercados (mercado meta), esto significa que solo 4.091.487.75 de personas estarán en capacidad de observar y comprar las galletas light.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

Tabla 11. Tabla de los proveedores

Proveedor	Equipos /insumos
Industrias offline	Escritorios, sillas, muebles de oficina
ASHE S.A	Papelería, lapiceros, etc.
Dell Colombia	Computadores, impresoras, software, etc.
Repostería Astor S.A.S.	Galletas de mermelada y galleta sacher
Dietesyn S.A.	Galletas de hojaldre

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

- a) Variables estudiadas del mercado proveedor: El tiempo de entrega de cada uno es de 2 días hábiles para el servicio de papelería, para los proveedores de galletería 1 día hábil y para el proveedor de los computadores e impresoras el tiempo es 4 días hábiles, después de haber efectuado el pago.
- b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor: Para escoger a los proveedores, el personal de la empresa consultó en internet que proveedores les pudieran servir para el desarrollo de la empresa, luego llamaron para saber quién les podía proveer en menos tiempo y ante todo menos costo, que se encuentren ubicados en la ciudad de Medellín y que den una garantía de 6 meses a 1 año, esto brinda seguridad y si el producto sale defectuoso lo puedan cambiar en el menor tiempo posible y sin tener que preocuparse que se van a quedar sin computador como es el caso de Dell ya que ellos nos brindan la posibilidad de dar un computador temporal mientras el otro que se envía por garantía.

Tabla 12. Proveedores

Tabla 12. Proveedores

Nº	Datos de contacto	Producto o servicio	Precio	Políticas de pago	Fortalezas	Debilidades
1	Industrias offline S.A.S.	Venta de escritorios, sillas para oficina	800.000	De contado	Es una buena empresa ya lleva mucho tiempo en el mercado comercializa escritorios, sillas y demás enseres para colegio y oficina	Solo tiene pago de contado, no tienen líneas a crédito, después de entregado los enseres, se tienen 3 días hábiles para efectuar el pago
2	ASHE S.A	Papelería	Valor total 512.000	De contado y a crédito	Tiene una alta gama de proveedores, razón por la cual hace que sus entregas sean cada vez más eficaces y en menor tiempo	La atención al cliente es muy demorada.
3	Dell Colombia	Computadores e impresoras	Valor computador:\$1'500.000 Valor impresora: \$2'370.000	De contado	Es una marca posicionada en el mercado, tiene sucursales a nivel mundial y es la marca líder en aparatos electrónicos	Después de efectuarse la entrega, se hace la instalación en 1 día hábil
4	Repostería Astor S.A.S.	Galletas Light	7.900 c/u	De contado y a crédito	Es una repostería grande, en Medellín cuenta con 5 sucursales, entre sus productos se encuentran la línea convencional de tortas, galletas y demás y adicionalmente tienen la línea dietética	Cuando no tienen las cantidades, hay que esperar 2 días hábiles en obtener el producto
5	Dietesyn S.A.	Galletas light	12.000 c/u	De contado y a crédito	Es una empresa que se dedica a la elaboración de galletería y endulzantes light	La fábrica se encuentra en Bogotá y los pedidos los hacen desde allí, por tal motivo hay que hacerlos con 8 días de anticipación

Tabla 13. Cotizaciones de los proveedores

proveedor	precio	cantidad/und	articulo	direccion	persona del contacto	forma de pago
Industrias offline s.a.s	800000 c/u	10	escritorios de oficina	(57) (4) 311 12 00 carrera 46 N° 7-41 (Patio Bonito)	rodolfo gnajales	contado
ASHE S.A	\$ 25.000	5	papel de impresora	medellin (54+4) 4443309-3164780007	leonardo buitrago	contado,credito
	\$ 15.000	4	cajas de lapiceros			
	\$ 60.000	70	carpetas			
	\$ 120.000	6	cajas de marcadores x8 und			
	\$ 72.000	3	perforadoras			
	\$ 120.000	2	cosedoras			
Dell Colombia	6'000.000	4	computadores de mesa	Dirección: 45 Local 328, Carrera 50 # 10, Medellín, Antioquia	carolina patiño	contado
	4'740.000	2	impresoras			
reposteria astor s.a.s	4'000.000	500	galletas mermelada	Dirección:Carrera 43 A 25 A 106 Teléfono:(574) 316 6020	paola gomez	contado,credito
	4'000.000	500	galletas sacher			
Dietesyn s.a	6'410.000	500	galletas de hojaldre	Medellin. Cll. 15 Sur # 48-74 Sector La Aguacatala PBX: (4) 6040575	marta elizabeth meza	contado,credito

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

a) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Investigar en internet acerca de la reputación de la competencia colombiana y canadiense.

Realizar investigaciones acerca de la producción mensual, trimestral, anual etc.

Realizar alianzas con otras empresas para penetrar en un mercado más amplio.

Diseñar avisos publicitarios amigables con el medio ambiente.

b) Variables estudiadas del mercado Competidor

Tabla 14. Competidores

Competidor	Fortalezas	Debilidades	Representación	Imagen	Tecnología	Cap. de producción	Precio
Nestlé	poder de negociación con los proveedores	falta de planta de producción nacional	alta	Es una empresa reconocida con muchas franquicias a nivel mundial	alta	6500 ton/mes	1 paq por 6 und \$3.880 1paq por 9 und \$3.190
Noel	tiene muy buenas marcas en el mercado	los paquetes de galletería light por las mismas unidades son más costosas que las de mi competencia	alta	Alianza con el grupo Nutresa que es la 4ta compañía de alimentos más grande a nivel mundial	alta	50 ton/dia	1 paq por 6 und \$5.830 1 paq tosh ligh por 9 und \$3770
Nestlé	\$14 billones	40%	interno y externo(proveedores y clientes)	pág. web, asesor con proveedores, servicio telefónico	Nestlé	\$14 billones	40%

c) Aplicación de la Medios

Conocer la competencia es fundamental para una empresa, ya que cada con el día a día la globalización está cambiando el rumbo de los negocios, entre más grande es la empresa tendrá mayor apogeo en el mercado, entre mayor sea su capacidad de producción va a tener, mejor facilidad en obtener inversionistas y proveedores. Actualmente las alianzas con otras marcas, en las empresas son fundamentales para abarcar muchos mercados y clientes, para saber la necesidad del mismo, es importante ya que así le sabrá llegar con más facilidad y va a suplantar necesidades o a facilitarle ciertas dificultades.

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Tabla 15. Resultados de la competencia

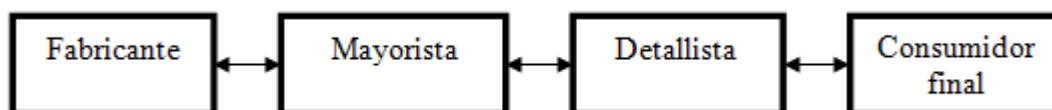
Nombre	Dirección	Persona de contacto	Producto
Sin azúcar	Transversal 39 B No. 75 - 12 Medellín - Colombia	Carlos ballesteros	Galletas light tales como: galletas de soya, picaritas y galletas tentación.
Nestlé	CL 14 52 A 20, Medellín, Antioquia, Colombia Teléfono: 2852655	Rodrigo Betancur	Galletas light tales como: galletas fitness y saltinas integral.
Noel	Cr52 2-38. Medellín. Teléfono: 3659999	José Luis Luna	Galletas light tales como: galletas y barras tosh.

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

Las galletas tendrán una distribución a través de terceros.

Figura 2. Distribución a través de terceros



Productor: Repostería Astor S.A.S.

Dirección: Carrera 43 A 25 A 106

Correo electrónico: astor@elastor.com.co

Teléfono: 3166020

Productor: Dietesyn S.A.

Dirección: Cl 21 44-08, Bogotá, Cundinamarca

Teléfono: 5719004

Mayorista: Comercializadora Internacional de Galletas Light

Dirección: Cr 64 N°42B-45.

Correo electrónico:cigalletaslight@gmail.com

Teléfono: 2304113.

Detallista: Galletas para niños con cáncer

Página Web: http://www.cookiesforkidscancer.org/Bake_Sales_s/177.htm

Teléfono: 1-888-978-5313

Dirección: Hoffman Crossing Rd. Califon, NJ 07830

Detallista: Dee-Lights

Página Web: http://www.deelightsbakery.com/Contact_Us.html

Telefono: 519-539-6474

Dirección: 379 Dundas Street, Woodstock, Ontario, N4S 1B6

Detallista: The Lemon Tree

Página Web: <http://thelemontreebakery.ca/contact-us/>

Telefono: 7924900

Dirección: 181 Livingstone St. East Barrie ON L4M 6Z4

Tabla 16. Principales Panaderías en Canadá

Panaderías	Ventas en %
1.Cookies for kids' cancer	40.1%
2.Dee-Lights	38%
3.Cake Works	39.9%
4.The Lemon Tree	36%
5.Grainery Bakery y Deli	32.64%
6.Panache Bakery y café	29%
7.Riganellis Bakery LTD	26%
8.Nanaimo Bakery	24%
9.Artistic cake desing centre	27%
10.King of dates sweets y bakery	22%
11.BeNanna bakery	26%

FUENTE: Discovery Travel and Living Chanel, 2014

4.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

Para elegir los tres distribuidores se estudiaron las siguientes variables:

Precio por comisiones, por exhibición de las galletas y de la marca.

Cercanía al mercado meta

Condiciones de pago el cual será el 70% a la vista y el 30% a la llegada de la mercancía.

Productos parecidos a las galletas light

Amabilidad a la hora del servicio al cliente.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

Cotización vía e-mail.

-Lecturas en internet a cerca del reconocimiento en Canadá de las tiendas.

c) Aplicación de la Medios

Los contactos que se utilizaron para distribuir las galletas light en las tiendas fueron los asesores de mercadeo de cada una, ellos cordialmente respondieron a cada uno de los e-mails enviados por la empresa.

d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

Tabla 17. Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

Nombre	Dirección	Producto	Descuento	Precio	Forma de pago	Confiabilidad (0-5)	Debilidades	Fortalezas
Cookies for Kids' Cancer	31 Hoffman's Crossing Rd. Califon, NJ 07830	-Ref. 0001 -Ref. 0002 -Ref. 0003	10% (Épocas especiales)	-7.25USD -7.25 USD -8.47USD	70 Ant. Y 30% llegada.	4	Pocas tiendas en Canadá	Ayudas a los niños enfermos con cáncer
Dee-Lights	379 Dundas Street, Woodstock, Ontario, N4S 1B6	-Ref. 0001 -Ref. 0002 -Ref. 0003	10% (Épocas especiales)	-7.25USD -7.25 USD -8.47USD	70 Ant. Y 30% llegada.	4	Competencia Costos bajos	Reconocimiento Sección solo para productos light.
The Lemon Tree	181 Livingstone St. East Barrie, ON L4M 6Z4	-Ref. 0001 -Ref. 0002 -Ref. 0003	10% (Épocas especiales)	-7.25USD -7.25 USD -8.47USD	70 Ant. Y 30% llegada.	3	Poca variedad de galletas	Galletas para fechas especiales

Referencia 0001 Galleta light con mermelada de mora

Referencia 0002 Galleta light rellena de chocolate y nueces

Referencia 0003 Galleta light corazón de hojaldre

4.6.3 Manejo de Inventarios

La empresa tendrá capacidad de atender fechas especiales, demandas extraordinarias, para ello, se estará comprando periódicamente a los proveedores las galletas en cantidades de 1.500 cajas, estas se comprarán cada mes.

En fechas especiales como San Valentín, Día de la Independencia, Festival del Tulipán y el evento de Toronto Taste, la empresa estará en capacidad de proveedor la demanda de estas fiestas, comprando 2.000 cajas de galletas mensuales.

Evento

Toronto Taste es un evento gastronómico que celebra, al mismo tiempo, la cocina y la cultura helénica presente en Toronto. Es uno de los festivales de calle más grande de Canadá.

Este evento dura tres días y la calle en la cual se celebra toma un aspecto de pueblo griego. Se organizan conciertos de música contemporánea para los visitantes.

4.6.4 Comunicación

Nombre comercial de los productos:

- Galleta light con mermelada de mora
- Galleta light con relleno de chocolate y nueces
- Galleta light corazón de hojaldre.

Nombre de la empresa: Kekse

Colores distintivos de la empresa:

Aguamarina: Es un color que se asocia con los valores y la sensación de sentirse bien como persona, además simboliza la relajación, por tal motivo se decidió este color para el nombre de la empresa, se quiere generar aura de relajación; la empresa quiere que cada consumidor que vea el logo, se incite a consumir las galletas ya que es un color llamativo, además este mismo color como ya se dijo anteriormente, es para que los consumidores se sientan bien consumiendo los productos.

Café: El color café significa el color de la tierra es un color neutro, por tal motivo es que la mayoría de las galletas son hechas de este color o en sus diferentes tonalidades. Este color estimula el apetito de las personas. Por otro lado, este color representa la constancia, la sencillez, la amabilidad y la confianza

Turquesa: El turquesa es un color envolvente, refrescante y tranquilizante. Es un color, que anima a empezar de nuevo con fuerzas renovadas e ideas nuevas.

Blanco: El blanco se asocia a la luz, la bondad, la inocencia, la pureza y la virginidad. Se le considera el color de la perfección. El blanco significa seguridad, pureza y limpieza.

Figura 3. Logo



Este logotipo representa calidez, sabiduría, limpieza y sencillez.

La línea con ondas representa los escalones que la empresa dará en el país de Canadá, es decir, los propósitos que esta tiene, los cuales son: Estudiar el comportamiento de las ventas en la ciudad de Montreal y ampliarse a nuevos mercados en dicho país.

Símbolo

El símbolo representativo de la comercializadora es una galleta mordida, la cual va a incitar a los consumidores a probar las galletas, a darse cuenta que consumir productos light y dietéticos ayudaran en un futuro a la salud y por ende al cuerpo.

Se quiere resaltar que no se debe consumir estas galletas en cantidades, es recomendable comer una o dos, esto es para saciar la necesidad del dulce en el cuerpo.

Slogan

¡Elige sentirte bien!

Representa el valor agregado de las galletas, el cual es light.

Valores

Honestidad y honradez

Responsabilidad

Austeridad y eficiencia

Lealtad y confidencialidad

Pasión por servir

Congruencia

Respeto y Tolerancia

Trabajo en equipo

Espíritu emprendedor y deseo de superación

4.6.5 Actividades de promoción y divulgación

Estrategias de venta: Campañas publicitarias a través los volantes.

En los eventos públicos la empresa estará en en el evento de Toronto Taste, cabe aclarar que estará en este eventos promocionando las galletas, ya que la única venta se realizara a través de los supermercados ya mencionados.

4.7 Precios de los Productos

4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

Tabla 18. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

Calidad	Salud
Mercado	Demanda
Satisfacción del cliente	Valor agregado
Sabor	Competencia
Canales de distribución	Promociones
Eventos	Alianzas

Continuación Tabla 18. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

Galleta light con mermelada de mora				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Galletas	\$ 7.900,00	6,00	Paquete	\$ 7.900,00
Etiqueta	\$ 200,00	1,00	Unidad	\$ 200,00
Caja	\$ 2.972,00	1,00	Unidad	\$ 2.972,00
Transporte en origen	\$ 1.400,00	1,00	Unidad	\$ 1.400,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 12.472,00
Galleta light con relleno de chocolate y nueces				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
GALLETA	\$ 7.900,00	6,00	Paquete	\$ 7.900,00
ETIQUETA	\$ 200,00	1,00	Unidad	\$ 200,00
CAJA	\$ 2.972,00	1,00	Unidad	\$ 2.972,00
TRANSPORTE EN ORIGEN	\$ 1.400,00	1,00	Unidad	\$ 1.400,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 12.472,00
Galleta light corazón de hojaldre				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
GALETA	\$ 12.000,00	18,00	Paquete	\$ 12.000,00
ETIQUETA	\$ 200,00	1,00	Unidad	\$ 200,00
CAJA	\$ 3.105,00	1,00	Unidad	\$ 3.105,00
TRANSPORTE ORIGEN	\$ 1.400,00	1,00	Unidad	\$ 1.400,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 16.705,00

Los precios de las galletas son en base a la utilidad deseada.

- a) Galletas light con mermelada de mora y galletas light rellenas de chocolate con nueces, la caja de estos dos tipos de galletas viene por 6 unidades cada una.

Costo: \$7.900 cada caja

Etiqueta: \$200 c/u

Caja: 2.972

Utilidad: 30%

Transporte en origen: \$1.400

Precio de exportación: \$23.500

- b) Galletas light corazón de hojaldre, la caja de este tipo de galleta viene con 18 unidades cada una.

Costo:\$12.000 cada caja

Etiqueta: \$200 c/u

Caja: 3.105

Utilidad: 30%

Transporte en origen: \$1.400

Precio de exportación: \$27.500

Los Precios de los productos tomando como base los Costos.

4.7.2 Los Precios de los Productos propuestos

Tabla 19. Los Precios de los Productos propuestos

Producto	Precio colombiano	Precio canadiense
Galleta light con mermelada de mora	\$23.500	10.76USD
Galleta light rellena de chocolate y nueces	\$23.500	10.76USD
Galleta light corazón de hojaldre	\$27.500	12.59USD

4.7.3 Política de Precios

La empresa dará descuentos por volúmenes por compras mayores de 60.000 USD.

Al igual, la empresa dará descuentos por pronto pago del 5%.

La política de la empresa para cancelar el total de la factura es 70% anticipado y 30% con la llegada de la mercancía; el cliente que cancele el valor total de la factura anticipada, se le dará un descuento del 4% sobre el valor de esta.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Tabla 20. Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Gastos	Valor Unitario en \$	Valor Total en \$
Comisión por marca (3Tiendas)	12.500	37.500
Exhibición de galletas (3Tiendas y 1500 galletas)	1.000	1.500.000
Evento Toronto Taste	500.000	500.000
Volantes (10.000)	1.500.000	1.500.000
Gasto etiquetas (1500)	200	300.000
TOTAL		3.837.500

Recursos Humanos (Unidades)	Valor Unitario en \$	Valor Total en \$
Jefe de compras	1.200.000	1.200.000
Jefe de ventas	1.200.000	1.200.000
Recepcionista	900.000	900.000
Mensajero	800.000	800.000
TOTAL		4.700.000

Recursos Materiales (Unidades)	Valor Unitario en \$	Valor Total en \$
Escritorios de oficina (3)	800.000	2.400.000
Computadores (3)	1.500.000	4.500.000
Impresoras (1)	2.370.000	2.370.000
Papel impresora (1)	5.000	5.000
Cajas de lapiceros (1)	3.750	3.750
Carpetas (9)	857.14	7.714.26
Cajas de marcadores (1)	20.000	20.000
Perforadoras (2)	24.000	48.000
Cosedoras (2)	60.000	120.000
Cartuchos para impresora (2)	25.000	50.000
Sellos (2)	25.000	50.000
Ambientador (1)	5.000	5.000
Total		9.579.464.26

Tabla 21. Nómina de empleados

PLANILLA DE LIQUIDACIÓN DE NÓMINA Y CAUSACIONES																	EMPRESA: KEKSE			
PERIODO DE PAGO:		del		noviembre 1, 2014				al		le Noviembre de 2										
Días laborados:		30																		
DEVENGADOS																				
		SALARIO	SUELDO A	H.E.D.		H.O.N.		H.E.D.F.		H.O.N.F.		H.E.N.F.		H.E.N.		H.O.F.		SUBTOTAL	AUXILIO DE	TOTAL
NOMBRE		BÁSICO	PAGAR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	DEVENGADO	TRANSPORTE	DEVENGADO
1	Jefe de compras	1.200.000	\$ 1.200.000		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -	1.200.000	\$ -	\$ 1.200.000
2	Jefe de ventas	1.200.000	\$ 1.200.000		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -	1.200.000	\$ -	\$ 1.200.000
3	Recepcionista	900.000	\$ 900.000		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -	900.000	\$ -	\$ 900.000
4	Mensajero	800.000	\$ 800.000		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -	800.000	\$ -	\$ 800.000
TOTAL			\$ 4.100.000	-	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	\$ 4.100.000	\$ -	\$ 4.100.000

Nombre		Deducciones			Neto A Pagar
		EPS	Pensiones	Total Ded.	
1	Jefe de compras	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 96.000	\$ 1.104.000
2	Jefe de ventas	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 96.000	\$ 1.104.000
3	Recepcionista	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 72.000	\$ 828.000
4	Mensajero	\$ 32.000	\$ 32.000	\$ 64.000	\$ 736.000
TOTAL		\$ 164.000	\$ 164.000	\$ 328.000	\$ 3.772.000

Causaciones Para Centro De Costos						
Nombre	Cesantías	I/Cesantías	Prima	Vacac	S.S.	Paraf
Jefe de compras	99.960	12.000	99.960	50.040	258.000	108.000
Jefe de ventas	99.960	12.000	99.960	50.040	258.000	108.000
Recepcionista	74.970	9.000	74.970	37.530	193.500	81.000
Mensajero	66.640	8.000	66.640	33.360	172.000	72.000
TOTAL	341.530	41.000	341.530	170.970	881.500	369.000

PRESTACIONES SOCIALES	TARIFA	MONTO
CESANTIAS	8,33%	341.530
INTRS. CESANTIAS	1%	41.000
PRIMA SERVICIOS	8,33%	341.530
VACACIONES	4,17%	170.970
TOTAL		895.030

APORTES SEGURIDAD SOCIAL

APORTE	TARIFA	MONTO
EPS		348.500
PENSIONES	12%	492.000
ARP	1%	41.000
TOTAL	21,5%	881.500

APORTES PARAFISCALES

APORTE	TARIFA	MONTO
CAJA COMP	4%	164.000
ICBF	3%	123.000
SENA	2%	82.000
TOTAL	9%	369.000

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

4.9.1 Oportunidades

Poca competencia, en el mercado canadiense hay muy pocas panaderías y distribuidores que comercializan galletas light.

Las familias canadienses cada vez son de menores cantidades, por ello la empresa decidió comercializar las galletas en cajas de a 6 unidades.

Brindar mejor salud a las familias canadienses ofreciéndoles un suplemento dietario.

El mercado canadiense le está apuntando a consumir productos naturales que le aporten beneficios a su salud, esto lo generarán las galletas light.

Las galletas se pueden clasificar como una comida tipo gourmet, ya que estas son ligeras, de buen sabor y poco comunes.

El valor agregado de las galletas le aportan mejor percepción en el consumidor.

En Canadá gusta mucho los sabores exóticos, las galletas le ofrecen un sabor inigualable a mermelada de mora.

Los canadienses confían más cuando el canal de distribución es por medio de intermediarios y no directamente.

El Tratado de Libre Comercio es la principal ventaja competitiva de Colombia para los importadores de Canadá, quienes además reconocen en la oferta colombiana productos de mayor calidad que la de otros proveedores en el mundo.

Los cinco principales factores de influencia de compra son: Precio, la experiencia previa, la etiqueta del producto, la familia / amigos, recomendación y exhibición en la tienda. Todas estas variables están a favor de las galletas light. El precio es asequible y justo, la experiencia previa es que la empresa cuenta con dos proveedores de gran reconocimiento nacional, el etiquetado y empaque del producto llaman la atención del consumidor, dejándole claro que son 100% libre de azúcares, las galletas se van a distribuir en tiendas las cuales tienen un buen reconocimiento en Canadá y estas tiendas son personalizadas.

4.9.2 Riesgos

Canadá no importa gran cantidad de panadería desde Colombia.

El mercado canadiense es muy específico, este está mirando que cosa nueva sale al mercado que le produzca mayores beneficios así sea que lleven años con la misma tienda, ósea no hay fidelización.

No son buenas las relaciones de los países.

Desconocimiento del TLC firmado entre los países. (Proexport,2014)

4.10 Plan de ventas

A corto plazo: Se estima comercializar 1.500 galletas mensuales que darán un margen de venta de \$28.847.000

A mediano plazo: Se estima comercializar 3.000 galletas mensuales que darán un margen de venta de \$57.694.000

A largo plazo: Se estima comercializar 6.000 galletas mensuales que darán un margen de venta de \$115.388.000

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

Objetivo General

Establecer un programa de producción que satisfaga las necesidades del mercado canadiense.

Objetivos Específicos a Corto Plazo

Definir las estrategias para almacenar y comercializar las galletas light en el mercado meta.

Designar las funciones de los trabajadores del área de producción para un mejoramiento continuo del negocio.

Examinar y dedicar un área especializada para la comercialización de las galletas light.

Objetivos Específicos a Mediano Plazo

Evaluar continuamente el desarrollo del área de producción.

Estimar la ampliación de la producción en el mercado canadiense.

Calificar la acogida de las galletas light en el mercado meta para desarrollar un nuevo plan de producción ampliando el mercado.

Objetivos Específicos a Largo Plazo

Organizar el área de producción para que sea más eficiente y siga satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

Analizar la alternativa de conseguir nuevos distribuidores en Canadá

Justificar las ventas de la comercialización de las galletas light ante la organización.

5.2 Descripción del proceso de producción

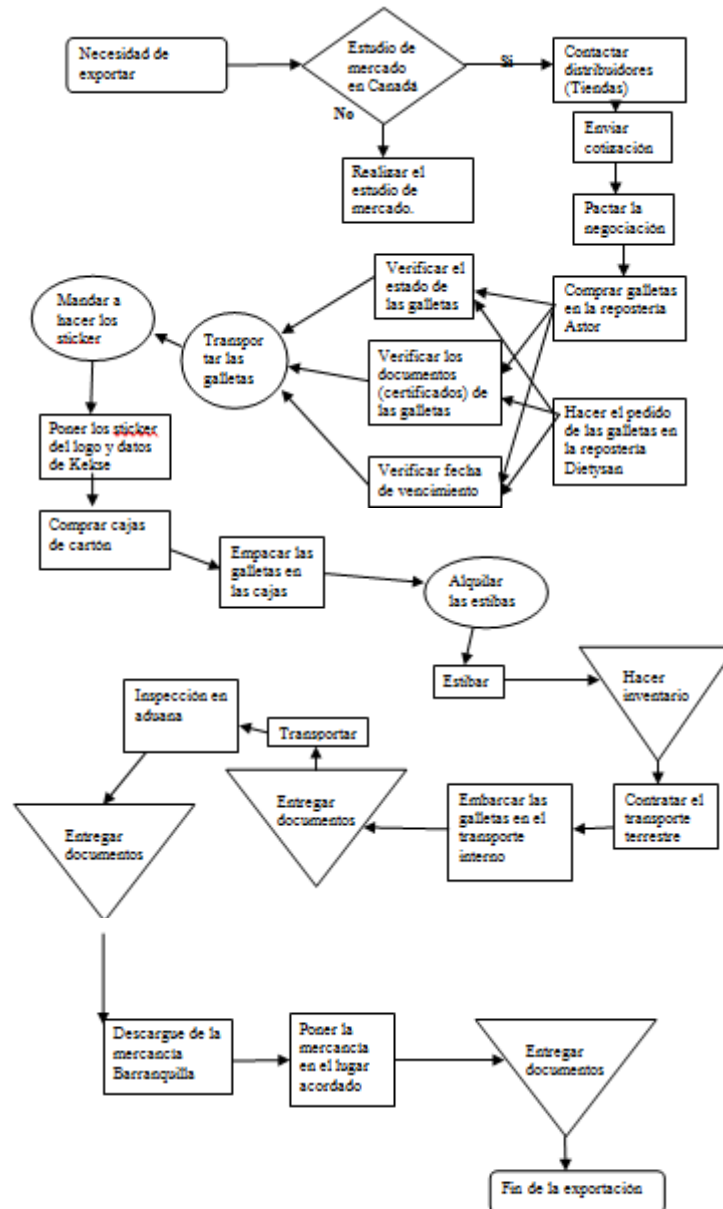
Tabla 22. Descripción del proceso de producción

Actividad	Descripción	Responsable	Tiempo	Maquinaria y/o herramienta necesaria
Comprar	Compra de las galletas en la repostería Astor	Jefe de compras	15 minutos	
Comprar	Compra de galletas en la empresa Dietsan por medio de e-mail	Jefe de compras	15 minutos	Computador e internet
Verificar	Verificación del estado de todas las galletas	Jefe de compras	1 hora =60 minutos	
Verificar	Verificación los certificados y documentos que cada compra tenga	Jefe de compras	45 minutos	
Verificar	Verificación de la fecha de vencimiento de cada galleta	Jefe de compras	12 horas= 720 minutos	
Poner	Ponerle la etiqueta de la comercializadora internacional de galletas light a cada caja de galleta	Jefe de ventas	12 horas= 720 minutos	Sticker del logo y datos de la empresa
Comprar	Compra de las cajas para exportar las galletas vía e-mail	Jefe de compras	15 minutos	Computador e internet
Empacar	Empaque de las galletas en las cajas (46 cajas)	Jefe de compras	8 horas = 480 minutos	Cajas de cartón
Alquiler	Alquilar las estibas para acomodar las cajas vía e-mail	Jefe de compras	15 minutos	Computador e internet
Estibar	Estibar las cajas en los pallets	Jefe de ventas	2 horas= 120 minutos	Estibas
Inventariar	Hacer un inventario de la mercancía que se va a despachar para la exportación	Jefe de ventas	1 hora= 60 minutos	Computador

Continuación Tabla 22. Descripción del proceso de producción

Actividad	Descripción	Responsable	Tiempo	Maquinaria y/o herramienta necesaria
Llamar	Llamar a la empresa Botero Soto para contratar el transporte terrestre de Medellín hasta Barranquilla	Jefe de ventas	15 minutos	Teléfono
Embarcar	Embarcar la mercancía en el transporte terrestre	Jefe de compras y ventas	30 minutos	Montacargas
Entregar	Entregar los documentos de la mercancía al transportador	Jefe de ventas	10 minutos	
Transportar	Transportar la mercancía hasta Barranquilla	Transportador de la empresa Botero Soto	1 día= 1440 minutos	Carro de transporte
Inspeccionar	Inspección de la mercancía en la aduana de Barranquilla	Agente aduanero	30 minutos	
Entregar	Entrega de documentos de la mercancía al agente de aduanas	Transportador	20 minutos	
Descargue	Permiso para el descargue de la mercancía	Agente de aduana	15 minutos	
Descargue	Descargar mercancía	Transportador	40 minutos	
Poner	Poner la mercancía en el lugar acordado para que el comprador la reclame.	Transportador	30 minutos	
Entregar	Entregar la mercancía y los documentos al comprador	Transportador	20 minutos	

Figura 4. Flujograma de producción



5.1 Capacidad de producción

Kekse estará en capacidad de comercializar las galletas de las reposterías Astor y Dietyssan en 1.500 unidades mensuales de cada tipo de galleta.

Las exportaciones se realizarán cada ocho días, de acuerdo a las fechas especiales o promociones que vayan a realizar las tiendas en las cuales va a comercializar.

La capacidad de comercialización será:

- Día: kekse comprará 50 unidades de galletas al día de cada referencia.
- Semana: En la semana se comprarán 400 unidades de galletas de cada referencia.
- Quincena: En la quincena comprará 750 unidades de galletas de cada referencia.
- Mes: En el mes comprarán 1.500 unidades de galletas de cada referencia.

Luego de un año, la empresa estará en capacidad de comercializar 1200 unidades semanales de galletas ya que el mercado demandara más las galletas por que le hacen bien a su salud; a comienzos de la realización del proyecto solo se van a comercializar 1.500 unidades mensuales ya que la empresa no es conocida en el país de Canadá.

5.2 Plan de Producción

Tabla 23. Plan de producción

Compra de galleta	Cantidades de compra	Precio total de la compra	Proveedor	Cantidades para las fiestas y festivales.	Festivales-Fiestas en Canadá	Compra de galletas para los festivales
Día	50	472.600	Astor y Dietysan	200 Unidades cada proveedor	Toronto taste	100 Unidades
Semana	400	3.725.200	Astor y Dietysan	1000 Unidades cada proveedor	Festival del Tulipán	550 Unidades
Quincena	750	6.950.000	Astor y Dietysan	1400 Unidades cada proveedor	Día de la Independencia	1.350 Unidades
Mes	1.500	19.900.000	Astor y Dietysan	1800 Unidades cada proveedor	San Valentín	3.000 Unidades

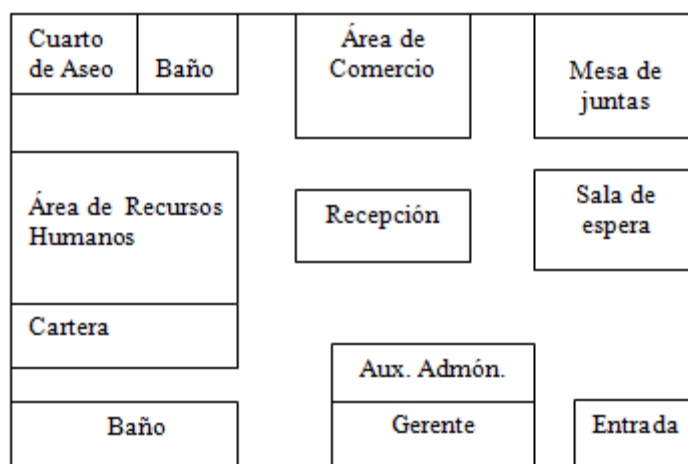
5.3 Recursos materiales y humanos para la producción

5.3.1 Locaciones

Tabla 24. Descripción de la bodega y las oficinas de la comercializadora

	Descripción	Valor
Arriendo	La empresa kekse pagara una bodega localizada en Medellín-Antioquia con un monto de \$4.200.000 incluido el IVA; esta es nueva, tiene 1 piso y dos baños, tiene 500 metros.	\$4.200.000
Luz		\$250.000
Agua		\$100.000
Telefonía	Con Telefonía Avanzada IP integre todos los servicios que le ofrece la Telefonía fija tradicional y otros adicionales que solo tiene a su disposición la tecnología IP, con este servicio comience a hacer uso de la mensajería (fax a e mail, buzón de voz), la telefonía virtual (Softphone), los registros de llamadas, entre otros	\$100.000
Internet	Internet Plus Plan 20Mbps	\$177.248
Lámparas(12)	lámpara T8 luz led; medida 120 de 3 tubos	\$72.000
Alarma	5 sensores de movimiento y 5 sensores de humo	\$ 90.000
Instalación alarma		\$1.000.000
Cámaras fija(5)		\$5.625.000
Cámara domo	cámara con rotación de 360°	\$200.000
DVR		\$400.000
Instalación cámara		\$800.000
TOTAL		13.014.248

Figura 5. Planta 1.



5.2.1 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Tabla 25. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Recursos Materiales(Unidades)	Descripción	Valor Unitario en \$	Valor Total en \$	Proveedor
Estanterías (2)	estantería metálica medida 240 x 240 x 100 (altura, largo, ancho)	\$ 223.000	\$ 446.000	Industrias Offiline
Señalización (6)	Carteles de señalización	\$11.000	\$66.000	INNOVA
Logotipo	Logotipo	\$30.000	\$30.000	INNOVA
Porta pendones (1)	Porta pendones	\$80.000	\$80.000	INNOVA
TOTAL			14.522.000	

Tabla 26. Recursos Materiales del área de producción

Recursos Materiales (Unidades)	Descripción	Valor Unitario en \$	Valor Total en \$	Proveedor
Estanterías (2)	estantería metálica medida 240 x 240 x 100 (altura, largo, ancho)	\$ 223.000	\$ 446.000	Industrias Offiline
Señalización (6)	Carteles de señalización	\$11.000	\$66.000	INNOVA
Logotipo	Logotipo	\$30.000	\$30.000	INNOVA
Porta pendones (1)	Porta pendones	\$80.000	\$80.000	INNOVA
TOTAL			14.522.000	

Materia Prima	Descripción	Valor Unitario en \$	Valor Total en \$	Proveedor
Galletas light con mermelada de mora (500)	Harina de trigo fortificada, grasa vegetal, huevos, edulcorante (sucralosa), mermelada sin azúcar (maltitol, fresa, mora, gelificante (CMC), pectina) edulcorante(sacarosa)	\$ 7.900,00	\$ 3.950.000,00	Repostería Astor S.A.S
Galletas light rellenas de chocolate y nueces (500)	Harina de trigo fortificada, grasa vegetal, huevos, edulcorante (sucralosa), crema de chocolate: (cobertura de leche sin azúcar (maltitol, manteca de cacao, poli dextrosa, leche entera, masa de cacao leche descremada, lecitina de soya (emulsionante), aceulfame), crema de leche, edulcorante)), nueces de árbol.	\$ 7.900,00	\$ 3.950.000,00	Repostería Astor S.A.S
Galletas light corazón de hojaldre (500)		\$ 12.000,00	\$ 6.000.000,00	Dietesyn S.A.

5.3.2 Requerimientos de servicios.

Tabla 27. Requerimientos de servicio

Gastos	Valor Unitario en \$	Valor Total en \$
Vigilancia (Subcontratado)	900.000	900.000

5.3.3 Requerimientos de personal

Tabla 28. Requerimiento del personal

PLANILLA DE LIQUIDACIÓN DE NÓMINA Y CAUSACIONES										EMPRESA:		KEKSE							
PERIODO DE PAGO:	del	noviembre 1, 2014	al	10 DE NOVIEMBRE 2014															
Días laborados:	30																		
DEVENGADOS																			
	SALARIO	SUELDO A	H.E.D.		H.O.N.		H.E.D.F.		H.O.N.F.		H.E.N.F.		H.E.N.		H.O.F.		SUBTOTAL	AUXILIO DE	TOTAL
NOMBRE	BÁSICO	PAGAR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	DEVENGADO	TRANSPORTE	DEVENGADO
1 Vigilancia	900.000	\$ 900.000		\$.		\$.		\$.		\$.		\$.		\$.		\$.	900.000	\$.	\$ 900.000
TOTAL		\$ 900.000	.	\$.	.	\$.	.	\$.	.	\$.	.	\$.	.	\$.	.	\$.	\$ 900.000	\$.	\$ 900.000

Nombre		Deducciones			Neto A
		Eps	Pensiones	Total Ded.	Pagar
1	Vigilancia	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 72.000	\$ 828.000
TOTAL		\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 72.000	\$ 828.000

Causaciones Para Centro De Costos						
Nombre	Cesantías	I/Cesantías	Prima	Vacac	S.S.	Paraf
Vigilancia	74.970	9.000	74.970	37.530	193.500	81.000
TOTAL	74.970	9.000	74.970	37.530	193.500	81.000

PRESTACIONES SOCIALES	TARIFA	MONTO
CESANTIAS	8,33%	74.970
INTRS. CESANTIAS	1%	9.000
PRIMA SERVICIOS	8,33%	74.970
VACACIONES	4,17%	37.530
TOTAL		196.470

APORTES SEGURIDAD SOCIAL

APORTE	TARIFA	MONTO
EPS	8,5%	76.500
PENSIONES	12%	108.000
ARP	1%	9.000
TOTAL	21,5%	193.500

APORTES PARAFISCALES

APORTE	TARIFA	MONTO
CAJA COMP	4%	36.000
ICBF	3%	27.000
SENA	2%	18.000
TOTAL	9%	81.000

- **Vigilancia:** este es muy importante, ya que es el que protege de cualquier persona que quiera realizar alguna infracción dentro de las instalaciones, no se permitirá el ingreso de personas no autorizadas; este personal estará diurno y nocturno en nuestra empresa

5.4 Programa de producción

Tabla 29. Programa de producción

CONTROL Y SEGUIMIENTO DE ACTIVIDADES																											
FECHA DE INICIO DEL PROYECTO:														06/08/2012													
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:														comercializadora internacional de galletas light													
Fase o Plan	N°	ACTIVIDADES	MES / SEMANA				1				2				3				4				5				OBSERVACIONES AL SEGUIMIENTO O CIERRE DE ACCIONES
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
	1	registrar ante camara de comercio y mincomercio	ok	ok	ok	ok																					toda empresa o persona natutal que va a crear empresa debera estar inscrito antes estas entidades
actividades preoperat	2	gestionar y obtener documentos y certificados para poder exportar	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok																	es el permiso por parte del estado para poder exportar nuestros productos hacia el exterior
	3	arrendamiento del terreno			ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok													es donde vamos a estar ubicados
	4	compra de equipos para adecuar el area de trabajo				ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok											son los bienes tangibles e intagibles de la empresa
	5	acondicionamiento de las oficinas					ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok											a cada personal se le asignara un lugar de trabajo con un escritorio, computador, etc
	6	contratar el alquiler de una bodega para nuestros productos			ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok					se tendra un lugar para guardar temporalmente la mercancia
	7	crear el departamento de gestion humana					ok	ok	ok	ok	ok																es toda la parte encargada con la contratacion del personal
	actividades preoperativas	8	contratacion de personal			ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok										
9		realizar un estudio de proveedores				ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok					son a quienes le vamos a comprar la materia prima de nuestra empresa, para ello se analiza variables como: precio, calidad tiempos de entrega entre otros
10		contratar proveedores								ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok					una vez definido quienes son nuestros proveedores, se prsigue a la contratacion de los mismos para que nos suministren la materia prima
11		hacer un estudio de mercados de nuestros clientes	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok																a quienes le vamos a vender nuestros productos, si es a empresa o clientes.
12		contratacion de personal por prestacion de servicios				ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok												son las personas que no estan directamente en nuestra empresa, pero con su conocimiento ayudan al desarrollo de la empresa
12		contratacion de clientes				ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok									despues de realizar un estudio, en esta etapa ya tenemos clientes interesados en compraros nuestros productos
RESPONSABLES DE LA EJECUCIÓN Y ENTREGA DE ACTIVIDADES:														lucero patíño, paula andrea, estefania marin													
FECHA DE CIERRE DEL PROYECTO:														03/12/2014													

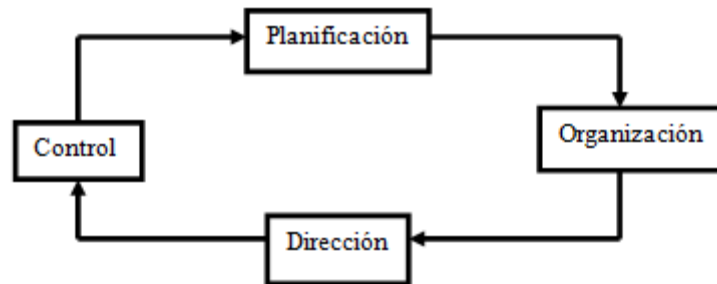
Responsables: Lucero Serna, Paula Giraldo, Estefanía Marín

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Figura 6. Proceso Administrativo



Planificación:

¿Qué hace?

- Determinar objetivos de la empresa.
- Pronosticar las ventas.
- Determinar objetivos del mercado meta.
- Establecer funciones a los empleados
- Establecer las condiciones de trabajo.
- Establecer políticas, procedimientos y métodos de desempeño.
- Solucionar los problemas.
- Definir los planes que se quieren alcanzar.
- Modificar los planes para darle solución a los problemas
- Administrar la empresa

¿Cómo se hace? Para que las áreas que están involucradas en el proceso de planificación puedan realizar todas las metas y logros propuestos en este proceso, es

necesario, realizar un estudio del mercado para analizar la acogida de las empresas del mismo sector en dicho mercado. Además es necesario realizar una junta para que todos los miembros de la empresa aporten ideas a cerca del funcionamiento de la misma, todos deben de estar enterados y deben de aceptar lo que se pacte para poder empezar a funcionar la empresa.

¿Con que se hace? El proceso de planificación en una empresa se hace de acuerdo a los intereses de los socios de esta.

Se realiza con las ideas de los socios y de los miembros de la organización.

¿Dónde se hace? Este proceso lo realizan los jefes de cada área de la empresa, además de esto, también participan en la planificación la junta de socios.

¿En cuánto tiempo se hace? Se realiza aproximadamente en un mes, hay que tener bien definido este proceso para poder continuar realizando los procesos de organización, dirección y control

Áreas de la empresa que están involucradas en este proceso

-Área administrativa

-Área de contabilidad y finanzas

-Área de mercadeo

-Área de recurso humano

Organización

¿Qué hace?

- Subdividir el trabajo en unidades operativas
- Agrupar las obligaciones operativas en puestos
- Reunir los puestos operativos en unidades manejables y relacionadas.
- Aclarar los requisitos del puesto.
- Seleccionar y colocar a los individuos en el puesto adecuado.
- Utilizar y acordar la autoridad adecuada para cada miembro de la administración
- Apoyar a los empleados.
- Felicitarse a los empleados por sus funciones realizadas de acuerdo a las políticas de la empresa.

¿Cómo se hace? El proceso administrativo de la organización se realiza controlando y verificando que todos los miembros de la empresa estén cumpliendo con todas las funciones y responsabilidades dadas en el proceso de planificación.

¿Con que se hace? Se realiza dejando evidencia de los logros del personal para luego retribuirles sus meritos.

¿Dónde se hace? Este proceso se hace en cada área, el jefe de cada área de la empresa dará un informe a gerencia a cerca del comportamiento de sus empleados.

¿En cuánto tiempo se hace? Este proceso no tiene tiempo, este proceso se realiza todas las semanas para poder llevar un mejor control de los empleados y por consiguiente de la empresa.

Áreas de la empresa que están involucradas en este proceso

- Área administrativa
- Área de contabilidad y finanzas
- Área de mercadeo
- Área de recurso humano

Cabe aclarar que de cada área solo participan los jefes o directores de las mismas.

Dirección

¿Qué hace?

- Poner en práctica la filosofía de participación por todos los afectados por la decisión.
- Conducir y retar a otros para que hagan su mejor esfuerzo.
- Motivar a los miembros.
- Comunicar con efectividad.
- Desarrollar a los miembros para que realicen todo su potencial.
- Recompensar con reconocimiento y buena paga por un trabajo bien hecho.
- Satisfacer las necesidades de los empleados a través de esfuerzos en el trabajo.

¿Cómo se hace? El proceso administrativo de la dirección se realiza analizando los resultados de los empleados.

¿Con que se hace? Este proceso se hace con las evidencias que dejen las áreas de la empresa acerca del funcionamiento de sus empleados.

¿Dónde se hace? La dirección la realizan el gerente y los jefes de cada área, estos exponen los logros obtenidos por sus empleados.

¿En cuánto tiempo se hace? Este proceso se realiza a fin de mes, con el fin de retribuirles en dinero o en días de descanso a los empleados, se realiza aproximadamente en 2 horas.

Áreas de la empresa que están involucradas en este proceso Jefes de las áreas de la empresa, el que toma la decisión de retribuir a los empleados es el Gerente.

Control

¿Qué hace?

- Comparar los resultados con los planes generales.
- Evaluar los resultados contra los estándares de desempeño.
- Idear los medios efectivos para medir las operaciones.
- Comunicar cuales son los medios de medición.
- Transferir datos detallados de manera que muestren las comparaciones y las variaciones.
- Sugerir las acciones correctivas cuando sean necesarias.

¿Cómo se hace? El proceso administrativo de control se realiza verificando los planes propuestos en el proceso de planificación y los resultados de la empresa.

¿Con que se hace? Se realiza con las evidencias que cada jefe del área de a conocer y tomando como base los planes, funciones y responsabilidades propuestas.

¿Dónde se hace? Este proceso lo realizan los jefes de cada área, los cuales les exponen al gerente los resultados y la información obtenida de sus empleados a cargo.

¿En cuánto tiempo se hace? Esta fase se realiza aproximadamente en un día laboral, ya que los jefes se sientan con el Gerente y dialogan y exponen los resultados obtenidos. Luego de esta reunión cada jefe le debe de informar a su área lo dialogado y las mejoras que a partir del otro mes se van a implementar.

Áreas de la empresa que están involucradas en este proceso

- Área administrativa
- Área de contabilidad y finanzas
- Área de mercadeo
- Área de recurso humano

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

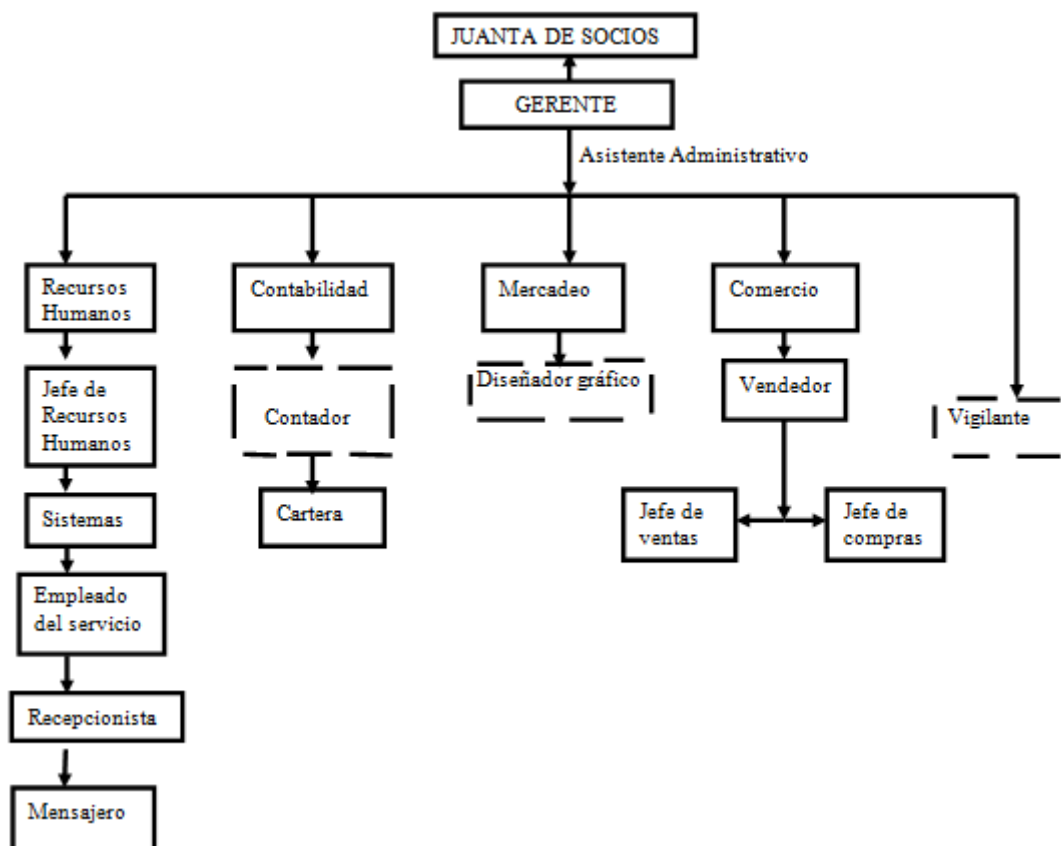
Tabla 30. Procesos administrativos externalizados

Nombre del proceso	Proveedor del servicio	Costos estimados	Tiempo de entrega de la función o responsabilidad.
Contabilidad	Juan Carlos Restrepo	400.000	Cada quince días
Publicidad	INNOVA PUBLICIDAD VISUAL S.A.S.	70.000	Cada mes.
Promoción	-Tv: Bravo -Revista Canadian -Grocer	9.800.000 1.000.000	Cada mes
Transporte	DHL	2.100.000	Cada mes
TOTAL		11.270.000	

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama

Figura 7. Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

MANUAL DE FUNCIONES

A) GERENTE:

Supervisar a los jefes de cada área.

Estar enterado de cualquier anomalía que suceda en la empresa.

Atender las quejas de los empleados, clientes y proveedores, por pequeñas que sean.

Encargarse de que se supla cualquier puesto si es necesario.

Atender a los clientes especiales y promover el buen desarrollo y funcionamiento de la empresa.

Establecer los planes de desarrollo de la empresa.

Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.

Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.

Ejerce el liderazgo para guiar y motivar a las personas, así como trabajar y velar por el logro de los objetivos de la organización.

Selecciona, asigna, motiva, integra, promueve y evalúa a las personas dentro de la estructura organizacional, teniendo en cuenta sus capacidades, habilidades, destrezas, competencias, carácter y personalidad.

Toma decisiones y dirige el rumbo de la empresa hacia sus objetivos.

Controla el desempeño de las personas, verifica los logros de la organización, evalúa la producción y la productividad, mide las ventas, la rentabilidad y las utilidades alcanzadas y establece las medidas correctivas en caso de que no se estén alcanzando dichas metas.

Fomenta la responsabilidad social de la empresa, para cuidar el medio ambiente, respetar los derechos humanos y contribuir con el desarrollo de la sociedad.

b) Asistente Administrativo

Asistir en el desarrollo de los programas y actividades de la empresa.

Participar en la elaboración del anteproyecto de presupuesto de la empresa.

Participar en el estudio y análisis de nuevos procedimientos y métodos de trabajo.

Llenar formatos de órdenes de pago por diferentes conceptos, tales como: pagos a proveedores, pagos de servicios, aportes, asignaciones, ayudas, avances a justificar, incremento o creación de fondos fijos, fondos especiales y de funcionamiento, alquileres, cuentas de cursos y otras asignaciones especiales.

Realizar seguimiento a los pagos para su cancelación oportuna.

Controlar los pagos efectuados al personal administrativo u obrero por diversos beneficios.

Realizar solicitudes de dotación de equipos y materiales para la dependencia.

Suministrar materiales y equipos de trabajo al personal de la dependencia y controlar la existencia de los mismos.

Recibir y tramitar solicitud de servicios de mantenimiento y reparaciones de las edificaciones, máquinas y/o equipos de la dependencia.

Redactar y transcribir correspondencia y documentos diversos.

Brindar apoyo logístico en actividades especiales.
Recopilar, clasificar y analizar información para los planes y programas.
Mantiene en orden su sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.

C) JEFE DE RECURSOS HUMANOS

Garantizar una buena comunicación entre todos los niveles de la organización, lo cual permita mantener un ambiente organizacional.
Elaborar y controlar el proceso de reclutamiento, selección, ingreso e inducción del personal, a fin de asegurar la elección de los candidatos más idóneos para los puestos de la organización.
Proyectar y coordinar programas de capacitación y entrenamiento para los empleados, a fin de cumplir con los planes de formación, desarrollo, mejoramiento y actualización del personal.
Supervisar y verificar los procesos de servicios en la administración de personal, a objeto de dar cumplimiento a los planes y programas sobre los beneficios establecidos por la empresa.
Supervisar y controlar los pasivos laborales del personal activo (vacaciones, anticipos de prestaciones sociales, fideicomiso, etc.) y liquidaciones de prestaciones sociales, a objeto de cumplir con las procedimientos establecidos en la Empresa.
Supervisar y revisar los procesos de nómina a fin de garantizar el depósito oportuno de los empleados y asignados de la empresa.
Elaboración de carta de trabajo al personal activo, respetando la modalidad de contratación.
Planificar y supervisar el Plan de Formación de Personal.
Anticiparse a las necesidades de los empleados con el fin de solventar cualquier inquietud o insuficiencias que padezcan.
Mantener supervisión funcional de tareas relacionadas con toda el área de recursos humanos para la atención de reclamos y soluciones de problemas personales.
Tener y desarrollar iniciativas para la solución de problemas y toma de decisiones.
Poseer alto sentido de responsabilidad y honestidad en el manejo de información confidencial.
Cumplir con las normas y procedimientos de seguridad y salud en el trabajo.

d) Sistemas

Hacer el mantenimiento de los equipos, detección y resolución de averías.
Gestionar de cuentas de usuario y asignación de recursos a las mismas.
Preservar la seguridad de los sistemas y de la privacidad de los datos de usuario, incluyendo copias de seguridad periódicas.
Evaluar de necesidades de recursos (memoria, discos, unidad central) y provisión de los mismos en su caso.
Instalar y actualización de utilidades de software.
Instalar y configuración de aplicaciones en los servidores.
Administrar de las listas de correo
Realizar copias de seguridad de los datos de los usuarios y recuperación de los mismos en caso de pérdida.

Instalar, configurar y mantener de servicios como correo electrónico Diseño, Implementación y Administración de Redes de Comunicaciones
Seleccionar e instalar los Sistemas Informáticos. Definición de configuraciones tanto para servidores como para puestos de trabajo. Elección de Sistemas Operativos. Selección e instalación de Software base
Administrar las Bases de Datos
Explotar de la información contenida en las Bases de Datos. Exportación de la información a formatos manejables por aplicaciones ofimáticas
Elaborar de informes
Reparar y mantenimiento de equipos
Consolidar de la estructura de los sitios web.
Diseñar de los sitios web
Hacer el mantenimiento de los servicios que por Internet se dispongan.
Administrar y publicación de la base de datos de usuarios del servicio.
Implementar sistemas de búsqueda de información en web.

e) Empleado del Servicio

Velar para que todas las aéreas de la empresa tengan un ambiente agradable y limpio.
Organizar los implementos de aseo.
Limpiar cada que se produzca un accidente en la empresa y en la bodega.

f) Recepcionista

Operar una central telefónica pequeña, haciendo y recibiendo llamadas telefónicas, conectando las mismas con las diferentes extensiones.
Atender al público que solicita información brindándole la orientación requerida.
Anota en libros de control diario las llamadas efectuadas y recibidas por el personal y el tiempo empleado.
Mantiene el control de llamadas locales y a larga distancia mediante registro de número de llamadas y tiempo empleado.
Recibe la correspondencia y mensajes dirigidos a la unidad.
Anota los mensajes dirigidos a las diferentes personas y secciones de la unidad.
Entrega la correspondencia recibida a las diferentes personas y secciones, así como también los mensajes recibidos.
Mensajero
Entregar y recoger documentos y paquetes en lugares diversos
Verifica que la documentación esté completa y que tenga registrados el nombre, domicilio y teléfono tanto del destinatario como del remitente
Realiza trámites bancarios y el pago de impuestos, entre otras gestiones ante dependencias públicas e instancias privadas.
Contador (Subcontratado)

Verificar mensualmente los recursos o egresos recibidos de las ventas o productividad, así como las mismas tracciones virtuales (pago de servicios y pago terceros)

Integrar mensualmente los estados financieros y estados de flujo de efectivo del Sector, con información oportuna, confiable y veraz que permitan dar a conocer la correcta aplicación de los recursos utilizados en las diversas áreas.

Elaborar mensualmente las conciliaciones bancarias para apoyar la toma de decisiones de la Unidad Administrativa.

Vigilar el registro oportuno de las comprobaciones que se generan con motivo de las solicitudes de recursos, a fin de mantener actualizada la información contable.

Revisar que la documentación soporte, las órdenes de pago y solicitudes de recursos turnadas del departamento de ventas por pagar cumplan con la normatividad aplicable por conceptos de adquisiciones, comprobaciones y arrendamiento de bienes y servicios, para integrar el soporte documental de los registros.

Elaborar los reportes de ministraciones recibidas y aplicaciones para dar a conocer en todo momento los recursos captados por este concepto.

Verificar los saldos de las cuentas bancarias de nómina contra los estados de cuenta bancarios para confirmar los saldos de afectaciones y administración oportuna de recursos.

Elaborar los reportes necesarios para dar a conocer la situación de los deudores o pasivos a la fecha.

Verificar la comprobación y el reembolso de gastos de fondo resolvente a fin de hacer la reposición correspondiente.

Coordinar y supervisar las actividades de elaboración, emisión, protección, cancelación, comprobación y resguardo de cheques así como las de recepción de depósitos.

g) Diseñador gráfico (Subcontratado)

Realizar la publicidad y promoción cada mes en el mercado meta.

h) Cartera

Revisar y controlar el proceso de pagos que se realizan en la empresa.

Controlar y verificar la cartera a favor de la empresa y velar por su recaudo oportuno.

Grabar, controlar y revisar el registro sistematizado de los pagos recibidos por diferentes conceptos, para el reporte oportuno al Departamento de Contabilidad.

Verificar y controlar los intereses de cobros de cartera morosa y reportarlos al área administrativa.

Expedir semestralmente los estados de cuenta y paz y salvos por conceptos de la cartera.

Elabora mensualmente y tramitar el envío de los estados de cuenta de los créditos otorgados.

i) Vendedor

Informar al cliente en todo momento de promociones, ofertas y nuevos lanzamientos.

Solución de incidencias; impagos, abonos, devoluciones...

Prospección y nuevas aperturas de clientes.
Encontrar clientes potenciales.
Hacer un seguimiento de la entrega de los pedidos
Notificar a sus clientes los cambios de precio de los productos
Programar y preparar sus visitas

j) Jefe de Compras

Encargarse de la adquisición, manejo, almacenamiento, stock y seguridad de los insumos.
Controlar que las áreas de almacenamiento estén bien ubicadas, limpias y ordenadas.
Velar por el abastecimiento de materia prima
Buscar, seleccionar y mantener proveedores competentes.
Realizar el control de garantías.
Proponer e implementar procedimientos para la realización de compras.
Realizar localización de nuevos producto, materiales y fuentes de suministros.
Estudiar la situación en el mercado, precios, flujo y calidad de los productos a adquirir.
Velar por que se paguen los precios justos por la materia prima sin que ello desmejore la calidad de los mismos.
Realizar indicadores de gestión que reflejen la situación del área de compras.
Velar por la adecuada realización de inventarios y control de los mismos.
Mantener actualizado el registro de proveedores y las condiciones de venta de cada uno.
Generar y controlar el presupuesto designado a su área.
Mantener los inventarios en los niveles óptimos de acuerdo a las operaciones de la empresa.
Supervisar continuamente al personal a su cargo velando por que cumplan con las normas, procedimientos y reglamentos establecidos por el área.
Mantener a gerencia comunicada acerca de las variaciones en los precios de los insumos y productos.
Cumplir y hacer cumplir las normas políticas y procedimientos establecidos en los manuales de la empresa.
Realizar otras actividades asignadas por su jefe y que permitan cumplir con los objetivos del puesto.
Comprar las galletas en las empresas ya especificadas para poder comercializarlas.

k) Jefe de Ventas

Prepara planes y presupuestos de ventas.
Establecer metas y objetivos. Calcular la demanda pronosticar las ventas.
Reclutamiento, selección y capacitación de los vendedores

l) Vigilante

Vigilar todas las aéreas de la empresa

6.1 RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA ADMINISTRACIÓN

Tabla 31. Recursos Humanos para la administración

Recursos Humanos(Unidades)	Valor Unitario en \$	Valor Total en \$
Gerente	2.000.000	2.000.000
Asistente Administrativo	740.000	740.000
Sistema	740.000	740.000
Cartera	740.000	740.000
Contador (externo)	400.000	400.000
Vendedor	800.000	800.000
Jefe de recursos humanos	1.200.000	1.200.000
Diseñador gráfico (externo)	70.000	70.000
Empleado del servicio	650.000	650.000
TOTAL		7.340.000

6.2.3 Locaciones

La empresa Kekse pagará una bodega localizada en Medellín - Antioquia con un monto de arriendo de \$4.200.000 incluido el IVA. Esta es nueva, tiene 1 piso y dos baños. Contiene 500 metros cuadrados.

6.2.4 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres

Tabla 32. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Recursos Materiales(Unidades)	Valor Unitario en \$	Valor Total en \$	Proveedor
Escritorios de oficina (7)	800.000	5.600.000	Industrias offline S.A.S.
Sala de espera (1)	635.000	635.000	Industrias offline S.A.S.
Archivadores (3)	239.000	717.000	Industrias offline S.A.S.
Mesa de Juntas (1)	236.000	236.000	Industrias offline S.A.S.
Licencia de Windows 8	200.000	1.400.000	Dell
CRM (7)	30.000 por usuario	210.000 mensuales	DataCRM
TOTAL		8.798.000	

6.2.5 Requerimientos de materiales de oficina

Tabla 33. Recursos materiales para oficina

Recursos Materiales(Unidades)	Valor Unitario en \$	Valor Total en \$	Proveedor
Computadores (7)	1.500.000	10.500.000	Dell Colombia
Impresoras (2)	2.370.000	4.740.000	Dell Colombia
Papel de impresora (2)	5.000	10.000	ASHE S.A
Cajas de lapiceros(2)	3.750	7.500	ASHE S.A
Carpetas (36)	857.14	30.857.04	ASHE S.A
Cajas de marcadores (2)	20.000	40.000	ASHE S.A
Perforadoras (6)	24.000	144.000	ASHE S.A
Cosedoras (6)	60.000	360.000	ASHE S.A
Cartuchos para impresora (2)	25.000	50.000	ASHE S.A
Sellos (4)	25.000	100.000	ASHE S.A
Traperos (1)	5.000	5.000	Colombiana de Abarrotes
Escobas (1)	5.000	5.000	Colombiana de Abarrotes
Trapos para limpiar (2)	2.000	4.000	Colombiana de Abarrotes
Ambientadores (2)	5.000	10.000	Colombiana de Abarrotes
Celular	245.000	245.000	Claro
TOTAL		16.251.357.04	

6.2.6 Requerimientos de personal

Tabla 34. Requerimiento del personal.

PLANILLA DE LIQUIDACIÓN DE NÓMINA Y CAUSACIONES																	EMPRESA:		KEKSE	
PERIODO DE PAGO:		del 1 DE NOVIEMBRE DEL 2014		al 30 DE NOVIEMBRE DEL 2014																
Días laborados:		30																		
DEVENGADOS																				
NOMBRE	SALARIO	SUELDO A	H.E.D.		H.O.N.		H.E.D.F		H.O.N.F		H.E.N.F.		H.E.N		H.O.F.		SUBTOTAL	AUXILIO DE	TOTAL	
	BÁSICO	PAGAR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	DEVENGADO	TRANSPORTE	DEVENGADO	
1 Gerente	2.000.000	\$ 2.000.000		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -	2.000.000	\$ -	\$ 2.000.000	
2 Asistente Administrativo	740.000	\$ 740.000		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -	740.000	\$ -	\$ 740.000	
3 Sistema	740.000	\$ 740.000		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -	740.000	\$ -	\$ 740.000	
4 Cartera	740.000	\$ 740.000		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -	740.000	\$ -	\$ 740.000	
5 contador(externo)	400.000	\$ 400.000		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -	400.000	\$ -	\$ 400.000	
6 Vendedor	800.000	\$ 800.000		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -	800.000	\$ -	\$ 800.000	
7 J.f de rec humanos	1.200.000	\$ 1.200.000		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -	1.200.000	\$ -	\$ 1.200.000	
8 Diseñ. gráfico (externo)	70.000	\$ 70.000		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -	70.000	\$ -	\$ 70.000	
9 emp.del servicio	650.000	\$ 650.000		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -	650.000	\$ -	\$ 650.000	
TOTAL		\$ 7.340.000	-	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	\$ 7.340.000	\$ -	\$ 7.340.000	

Nombre		Deducciones			Neto A Pagar
		EPS	Pensiones	Total Ded.	
1	Gerente	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 160.000	\$ 1.840.000
2	Asistente Administrativo	\$ 29.600	\$ 29.600	\$ 59.200	\$ 680.800
3	Sistema	\$ 29.600	\$ 29.600	\$ 59.200	\$ 680.800
4	Cartera	\$ 29.600	\$ 29.600	\$ 59.200	\$ 680.800
5	contador(externo)	\$ 16.000	\$ 16.000	\$ 32.000	\$ 368.000
6	Vendedor	\$ 32.000	\$ 32.000	\$ 64.000	\$ 736.000
7	J.f de rec humanos	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 96.000	\$ 1.104.000
8	Diseñ. gráfico (externo)	\$ 2.800	\$ 2.800	\$ 5.600	\$ 64.400
9	emp.del servicio	\$ 26.000	\$ 26.000	\$ 52.000	\$ 598.000
TOTAL		\$ 293.600	\$ 293.600	\$ 587.200	\$ 6.752.800

PRESTACIONES SOCIALES	TARIFA	MONTO
CESANTIAS	8,33%	611.422
INTRS. CESANTIAS	1%	73.400
PRIMA SERVICIOS	8,33%	611.422
VACACIONES	4,17%	306.078
TOTAL		1.602.322

APORTES SEGURIDAD SOCIAL

APORTE	TARIFA	MONTO
EPS	8,5%	623.900
PENSIONES	12%	880.800
ARP	1%	73.400
TOTAL	21,5%	1.578.100

Causaciones Para Centro De Costos						
Nombre	Cesantías	I/Cesantías	Prima	Vacac	S.S.	PARAF
Gerente	166.600	20.000	166.600	83.400	430.000	180.000
Asistente Administrativo	61.642	7.400	61.642	30.858	159.100	66.600
Sistema	61.642	7.400	61.642	30.858	159.100	66.600
Cartera	61.642	7.400	61.642	30.858	159.100	66.600
contador(externo)	33.320	4.000	33.320	16.680	86.000	36.000
Vendedor	66.640	8.000	66.640	33.360	172.000	72.000
J.f de rec humanos	99.960	12.000	99.960	50.040	258.000	108.000
Diseñ. gráfico (externo)	5.831	700	5.831	2.919	15.050	6.300
emp.del servicio	54.145	6.500	54.145	27.105	139.750	58.500
TOTAL	611.422	73.400	611.422	306.078	1.578.100	660.600

APORTES PARAFISCALES

APORTE	TARIFA	MONTO
CAJA COMP	4%	293.600
ICBF	3%	220.200
SENA	2%	146.800
TOTAL	9%	660.600

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

Kekse S.A.S.

Sociedad por acciones simplificadas

Artículo 4 de la ley 1429 de 2010 prevé la progresividad en el pago del impuesto de renta y complementarios para los primeros 5 años de funcionamiento de la empresa.

Artículo 12°. Transferencia de acciones a fiducias mercantiles.- Las acciones en que se divide el capital de la sociedad por acciones simplificada podrán estar radicadas en una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia

7.1.1 Impacto sobre el recaudo de IVA de las exclusiones y exenciones

Ante la dificultad de definir el concepto de beneficio tributario, o renuncia tributaria, dada la existencia de tarifas diferenciales para algunos productos y de bienes excluidos y exentos del IVA, se considera como beneficio tributario, las exclusiones y exenciones vigentes en la legislación colombiana para el año gravable 2010, salvo los amparados en acuerdos internacionales y los de reciprocidad diplomática, así como los bienes para la exportación.

(Hacienda, 2014)

Ley 1258 de 2008, que dio vida a la Sociedad por Acciones Simplificadas, instrumento de desarrollo empresarial, la mayoría de las sociedades que se están creando en el país en este momento son S.A.S, gracias a ventajas como la agilización de trámites, la facilidad para diferir el pago de capital y la reducción de costos para los empresarios, están exentas de pagar impuestos, entre otras.

Además la S.A.S. ha tenido una enorme aceptación entre los empresarios porque permite escoger las normas societarias más convenientes, por ser una regulación flexible que puede ser adaptada a las condiciones y requerimientos especiales de cada quien.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Tabla 35. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Tipo de documento	Entidad	Tiempo	costo
Matricula mercantil	Camara de Comercio	3 días hábiles	\$ 109,500
Certificado de existencia y representación legal	Camara de Comercio	5 días hábiles	\$ 4,300
Inscripcion al VUCE	Ministerio de Comercio Exterior	4 días hábiles	\$ 1.848.000,000
NIT	DIAN	2 días hábiles	\$ -
Registro Nacional de Exportadores	DIAN	5 días hábiles	\$ -
Formulario para S.A.S.	DIAN	6 días hábiles	\$ -
RUT	DIAN	2 días hábiles	\$ -
DEX	DIAN	2 días hábiles	\$ -
Declaracion de cambio N°2	Bancolombia	4 días hábiles	\$ -
Retencion en la fuente	DIAN	6 días hábiles	\$ -
Certificado de vistos buenos	Mincomex	8 días hábiles	\$ 400.000,000
TOTAL			\$ 2.248.113,800

Nota: en el caso de la Dian y de Bancolombia, si se desea hacer alguna modificación a los documentos tendrá algún costo de dependiendo de lo que desee realizar, así mismo se cobrara la huella digital. (DIAN, 2014)

Gráfica .3. Consulta del nombre de la empresa



8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

Tabla 36. Aportes de los socios.

SOCIOS	APORTE	MOMENTO EN QUE SE REALIZA EL APOORTE
Lucero Andrea Serna Villa	\$10.166.666	15 de Octubre del 2014
Paula Andrea Giraldo Pulgarin	\$10.166.666	15 de Octubre del 2014
Estefanía Marín	\$10.166.666	15 de Octubre del 2014
TOTAL		\$30.500.000

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

Entidad Financiera	Bancolombia
Monto Total	\$ 400.000.834.92
Tasa Interés	2.3%
Plazo	60 Meses (5 Años)

Tabla 37. Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)

Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 400.000.835
1	\$ 10.666.689	\$ 4.000.008	\$ 6.666.681	\$ 393.334.154
2	\$ 10.600.022	\$ 3.933.342	\$ 6.666.681	\$ 386.667.474
3	\$ 10.533.355	\$ 3.866.675	\$ 6.666.681	\$ 380.000.793
4	\$ 10.466.689	\$ 3.800.008	\$ 6.666.681	\$ 373.334.113
5	\$ 10.400.022	\$ 3.733.341	\$ 6.666.681	\$ 366.667.432
6	\$ 10.333.355	\$ 3.666.674	\$ 6.666.681	\$ 360.000.751
7	\$ 10.266.688	\$ 3.600.008	\$ 6.666.681	\$ 353.334.071
8	\$ 10.200.021	\$ 3.533.341	\$ 6.666.681	\$ 346.667.390
9	\$ 10.133.354	\$ 3.466.674	\$ 6.666.681	\$ 340.000.710
10	\$ 10.066.688	\$ 3.400.007	\$ 6.666.681	\$ 333.334.029
11	\$ 10.000.021	\$ 3.333.340	\$ 6.666.681	\$ 326.667.349
12	\$ 9.933.354	\$ 3.266.673	\$ 6.666.681	\$ 320.000.668
13	\$ 9.866.687	\$ 3.200.007	\$ 6.666.681	\$ 313.333.987
14	\$ 9.800.020	\$ 3.133.340	\$ 6.666.681	\$ 306.667.307
15	\$	\$	\$	\$

-Plan de Negocios KEKSE S.A.S

	9.733.354	3.066.673	6.666.681	300.000.626
	\$	\$	\$	\$
16	9.666.687	3.000.006	6.666.681	293.333.946
	\$	\$	\$	\$
17	9.600.020	2.933.339	6.666.681	286.667.265
	\$	\$	\$	\$
18	9.533.353	2.866.673	6.666.681	280.000.584
	\$	\$	\$	\$
19	9.466.686	2.800.006	6.666.681	273.333.904
	\$	\$	\$	\$
20	9.400.020	2.733.339	6.666.681	266.667.223
	\$	\$	\$	\$
21	9.333.353	2.666.672	6.666.681	260.000.543
	\$	\$	\$	\$
22	9.266.686	2.600.005	6.666.681	253.333.862
	\$	\$	\$	\$
23	9.200.019	2.533.339	6.666.681	246.667.182
	\$	\$	\$	\$
24	9.133.352	2.466.672	6.666.681	240.000.501
	\$	\$	\$	\$
25	9.066.686	2.400.005	6.666.681	233.333.820
	\$	\$	\$	\$
26	9.000.019	2.333.338	6.666.681	226.667.140
	\$	\$	\$	\$
27	8.933.352	2.266.671	6.666.681	220.000.459
	\$	\$	\$	\$
28	8.866.685	2.200.005	6.666.681	213.333.779
	\$	\$	\$	\$
29	8.800.018	2.133.338	6.666.681	206.667.098
	\$	\$	\$	\$
30				

-Plan de Negocios KEKSE S.A.S

	8.733.352	2.066.671	6.666.681	200.000.417
	\$	\$	\$	\$
31	8.666.685	2.000.004	6.666.681	193.333.737
	\$	\$	\$	\$
32	8.600.018	1.933.337	6.666.681	186.667.056
	\$	\$	\$	\$
33	8.533.351	1.866.671	6.666.681	180.000.376
	\$	\$	\$	\$
34	8.466.684	1.800.004	6.666.681	173.333.695
	\$	\$	\$	\$
35	8.400.018	1.733.337	6.666.681	166.667.015
	\$	\$	\$	\$
36	8.333.351	1.666.670	6.666.681	160.000.334
	\$	\$	\$	\$
37	8.266.684	1.600.003	6.666.681	153.333.653
	\$	\$	\$	\$
38	8.200.017	1.533.337	6.666.681	146.666.973
	\$	\$	\$	\$
39	8.133.350	1.466.670	6.666.681	140.000.292
	\$	\$	\$	\$
40	8.066.684	1.400.003	6.666.681	133.333.612
	\$	\$	\$	\$
41	8.000.017	1.333.336	6.666.681	126.666.931
	\$	\$	\$	\$
42	7.933.350	1.266.669	6.666.681	120.000.250
	\$	\$	\$	\$
43	7.866.683	1.200.003	6.666.681	113.333.570
	\$	\$	\$	\$
44	7.800.016	1.133.336	6.666.681	106.666.889
	\$	\$	\$	\$
45				

-Plan de Negocios KEKSE S.A.S

	7.733.349	1.066.669	6.666.681	100.000.209
	\$	\$	\$	\$
46	7.666.683	1.000.002	6.666.681	93.333.528
	\$		\$	\$
47	7.600.016	\$ 933.335	6.666.681	86.666.848
	\$		\$	\$
48	7.533.349	\$ 866.668	6.666.681	80.000.167
	\$		\$	\$
49	7.466.682	\$ 800.002	6.666.681	73.333.486
	\$		\$	\$
50	7.400.015	\$ 733.335	6.666.681	66.666.806
	\$		\$	\$
51	7.333.349	\$ 666.668	6.666.681	60.000.125
	\$		\$	\$
52	7.266.682	\$ 600.001	6.666.681	53.333.445
	\$		\$	\$
53	7.200.015	\$ 533.334	6.666.681	46.666.764
	\$		\$	\$
54	7.133.348	\$ 466.668	6.666.681	40.000.083
	\$		\$	\$
55	7.066.681	\$ 400.001	6.666.681	33.333.403
	\$		\$	\$
56	7.000.015	\$ 333.334	6.666.681	26.666.722
	\$		\$	\$
57	6.933.348	\$ 266.667	6.666.681	20.000.042
	\$		\$	\$
58	6.866.681	\$ 200.000	6.666.681	13.333.361
	\$		\$	\$
59	6.800.014	\$ 133.334	6.666.681	6.666.681
	\$		\$	\$
60	\$	\$ 66.667	\$	\$ 0

	6.733.347		6.666.681	
--	-----------	--	-----------	--

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

7.2.1.1. Ingresos Propios del Negocio

Tabla 38. Ingresos Propios del Negocio

CALENDARIO DE INGRESOS	
Ingreso Referencia 001	\$35.250.000
Ingreso Referencia 002	\$35.250.000
Ingreso Referencia 003	\$41.250.000
Total Ingresos de Productos	\$111.750.000
Demanda	1.500 Galletas Mensuales
Precio Referencia 001	\$23.500
Precio Referencia 002	\$23.500
Precio Referencia 003	\$27.500
Total Precio de Productos	\$74.500

Tabla 39. Ventas Totales por Producto

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas		Participación del total Ventas
Galleta light con mermelada de mora	\$ 35.250.000,0	31,54%
Galleta light con relleno de chocolate y nueces	\$ 35.250.000,0	31,54%
Galleta light corazón de hojaldre	\$ 41.250.000,0	36,91%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 111.750.000,0	100,00%

8.2.2 Egresos

7.2.2.1. Inversiones

Tabla 40. Inversión en Activos Fijos

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)				
Activos Fijos				
Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)	Valor	Depreciación Mensual	Activos Fijos Disponibles	Valor
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 33.036.000,0	\$ 917.666,7	Equipos de Informática y Comunicaciones	\$ 22.000.000,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 10.106.000,0	\$ 84.216,7	Muebles y Enseres	\$ 8.000.000,0
Útiles y papelería (2 años)	\$ 822.000,0	\$ 34.250,0	Útiles y papelería (2 años)	\$ 500.000,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 43.964.000,0		Total Activos Fijos Disponibles	\$ 30.500.000,0
Total Depreciación Mensual		\$ 1.036.133,3		

Tabla 41. Inversión en Gastos Pre-Operativos

Gastos Pre-operativos				
Gastos Pre-operativos Exigibles	Valor	Amortización	Gastos Pre-operativos Disponibles	Valor
Constitución y registro	\$ 2.361.800,0	\$ 39.363,3	Constitución y registro	\$ 1.500.000,0
Viaje y representación	\$ 2.000.000,0	\$ 33.333,3	Viaje y representación	\$ 0,0
Adecuaciones Locativas	\$ 80.000,0	\$ 1.333,3		\$ 0,0
Certificados de salud y Bomberos	\$ 73.000,0	\$ 1.216,7		\$ 0,0
Total Gasto Pre-operativos Exigibles	\$ 4.514.800,0		Total Gasto Pre-operativos Disponible	\$ 1.500.000,0
Total Amortización Mensual		\$ 75.246,7		

Tabla 42. Inversión en Capital de Trabajo

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Costos Fijos de Producción	30	\$ 5.767.248
Costos Fijos de Administración	30	\$ 14.316.257
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	30	\$ 10.314.030

Total Capital de trabajo Exigible	\$ 30.397.535			
INVERSION TOTAL EXIGIBLE	\$ 78.876.335	INVERSIÓN DISPONIBLE	TOTAL	\$ 32.000.000

7.2.2.2. Costos

Tabla 43. Costos Variables

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Galletas	\$ 7.900,00	6,00	Paquete	\$ 7.900,00
Etiqueta	\$ 200,00	1,00	Unidad	\$ 200,00
Caja	\$ 2.972,00	1,00	Unidad	\$ 2.972,00
Transporte en origen	\$ 1.400,00	1,00	Unidad	\$ 1.400,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 12.472,00

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
GALLETA	\$ 7.900,00	6,00	Paquete	\$ 7.900,00
ETIQUETA	\$ 200,00	1,00	Unidad	\$ 200,00
CAJA	\$ 2.972,00	1,00	Unidad	\$ 2.972,00
TRANSPORTE EN ORIGEN	\$ 1.400,00	1,00	Unidad	\$ 1.400,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 12.472,00

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
GALETA	\$ 12.000,00	18,00	Paquete	\$ 12.000,00
ETIQUETA	\$ 200,00	1,00	Unidad	\$ 200,00
CAJA	\$ 3.105,00	1,00	Unidad	\$ 3.105,00
TRANSPORTE ORIGEN	\$ 1.400,00	1,00	Unidad	\$ 1.400,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 16.705,00

Tabla 44. Costos Fijos

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES	
Arriendo	\$ 4.200.000
Servicios	\$ 627.248
Transporte	\$ 40.000
Vigilancia	\$ 900.000
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 5.767.248

7.2.2.3. Gastos

Tabla 45. Gastos Administrativos y legales

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 7.340.000
Prestaciones Sociales	\$ 3.172.422
Gastos de representación	\$ 2.000.000
Papelería	\$ 138.357
Seguros	\$ 340.000
Varios (Vigilancia, aseo, etc.)	\$ 24.000
Imprevistos	\$ 1.301.478
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 14.316.257

Tabla 46. Gastos Distribución y Ventas

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	
Salarios	\$ 4.700.000
Prestaciones Sociales	\$ 1.776.530
Publicidad y Mercadeo	\$ 3.837.500
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 10.314.030

Tabla 47. Gastos Amortización de diferidos

Total Amortización Mensual	\$ 75.246,7
----------------------------	-------------

7.2.2.4. Gastos Financieros

Tabla 48. Gastos Financieros

PERIODO (AÑO)	INTERESES
1	\$ 43.600.091
2	\$ 34.000.071
3	\$ 24.400.051
4	\$ 14.800.031
5	\$ 5.200.011

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja del Proyecto

Tabla 49. Flujo de Caja del Proyecto

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA						
Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 1.341.000.000	\$ 1.450.291.500	\$ 1.568.490.258	\$ 1.696.322.214	\$ 1.834.572.474
- Costos variables		\$ 749.682.000	\$ 809.656.560	\$ 874.429.085	\$ 944.383.412	\$ 1.019.934.085
- Costos fijos		\$ 364.770.419	\$ 393.952.052	\$ 425.468.216	\$ 459.505.674	\$ 496.266.128
Costos fijos de Producción		\$ 69.206.976	\$ 74.743.534	\$ 80.723.017	\$ 87.180.858	\$ 94.155.327
Costos fijos de Administración		\$ 171.795.083	\$ 185.538.689	\$ 200.381.785	\$ 216.412.327	\$ 233.725.314
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 123.768.360	\$ 133.669.829	\$ 144.363.415	\$ 155.912.488	\$ 168.385.487
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 71.466.760	\$ 71.466.760	\$ 71.466.760	\$ 71.466.760	\$ 71.466.760
- Intereses Credito		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 155.080.821	\$ 175.216.128	\$ 197.126.196	\$ 220.966.368	\$ 246.905.502
- Impuestos	\$ 0	\$ 51.176.671	\$ 57.821.322	\$ 65.051.645	\$ 72.918.901	\$ 81.478.816
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 103.904.150	\$ 117.394.806	\$ 132.074.551	\$ 148.047.467	\$ 165.426.686
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 71.466.760	\$ 71.466.760	\$ 71.466.760	\$ 71.466.760	\$ 71.466.760
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 108.146.018
Prestamos	\$ 0					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 126.350.018
Valor de Salvamento						-\$ 18.204.000
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 432.000.835	\$ 7.429.683	\$ 8.024.057	\$ 8.665.982	\$ 9.359.261	\$ 0
Activos Fijos	\$ 43.964.000					
Pago Credito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 295.165.800					
Capital de Trabajo	\$ 92.871.035	\$ 7.429.683	\$ 8.024.057	\$ 8.665.982	\$ 9.359.261	
FLUJO DE CAJA	-\$ 432.000.835	\$ 167.941.228	\$ 180.837.508	\$ 194.875.329	\$ 210.154.966	\$ 345.039.464

8.3.2 Flujo de caja del Inversionista

Tabla 50. Flujo de caja del Inversionista

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA						
Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 1.341.000.000	\$ 1.450.291.500	\$ 1.568.490.258	\$ 1.696.322.214	\$ 1.834.572.474
- Costos variables		\$ 749.682.000	\$ 809.656.560	\$ 874.429.085	\$ 944.383.412	\$ 1.019.934.085
- Costos fijos		\$ 364.770.419	\$ 393.952.052	\$ 425.468.216	\$ 459.505.674	\$ 496.266.128
Costos fijos de Producción		\$ 69.206.976	\$ 74.743.534	\$ 80.723.017	\$ 87.180.858	\$ 94.155.327
Costos fijos de Administración		\$ 171.795.083	\$ 185.538.689	\$ 200.381.785	\$ 216.412.327	\$ 233.725.314
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 123.768.360	\$ 133.669.829	\$ 144.363.415	\$ 155.912.488	\$ 168.385.487
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 71.466.760	\$ 71.466.760	\$ 71.466.760	\$ 71.466.760	\$ 71.466.760
- Intereses Credito		\$ 43.600.091	\$ 34.000.071	\$ 24.400.051	\$ 14.800.031	\$ 5.200.011
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 111.480.730	\$ 141.216.057	\$ 172.726.145	\$ 206.166.337	\$ 241.705.491
- Impuestos	\$ 0	\$ 36.788.641	\$ 46.601.299	\$ 56.999.628	\$ 68.034.891	\$ 79.762.812
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 74.692.089	\$ 94.614.758	\$ 115.726.517	\$ 138.131.446	\$ 161.942.679
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 71.466.760	\$ 71.466.760	\$ 71.466.760	\$ 71.466.760	\$ 71.466.760
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 400.000.835	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 108.146.018
Préstamos	\$ 400.000.835					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 126.350.018
Valor de Salvamento						-\$ 18.204.000
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 432.000.835	\$ 87.429.850	\$ 88.024.224	\$ 88.666.149	\$ 89.359.428	\$ 80.000.167
Activos Fijos	\$ 43.964.000					
Pago Credito (Capital)		\$ 80.000.167	\$ 80.000.167	\$ 80.000.167	\$ 80.000.167	\$ 80.000.167
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 295.165.800					
Capital de Trabajo	\$ 92.871.035	\$ 7.429.683	\$ 8.024.057	\$ 8.665.982	\$ 9.359.261	
FLUJO DE CAJA	-\$ 32.000.000	\$ 58.729.000	\$ 78.057.294	\$ 98.527.128	\$ 120.238.778	\$ 261.555.290

8.3.3 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

Tabla 51. Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES												
CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por concepto de Ventas	111.750.000	111.750.000	111.750.000	111.750.000	111.750.000	111.750.000	111.750.000	111.750.000	111.750.000	111.750.000	111.750.000	111.750.000
Costo Variables	62.473.500	62.473.500	62.473.500	62.473.500	62.473.500	62.473.500	62.473.500	62.473.500	62.473.500	62.473.500	62.473.500	62.473.500
Costos Fijos Producción	5.767.248	5.767.248	5.767.248	5.767.248	5.767.248	5.767.248	5.767.248	5.767.248	5.767.248	5.767.248	5.767.248	5.767.248
Gastos Depreciación	1.036.133	1.036.133	1.036.133	1.036.133	1.036.133	1.036.133	1.036.133	1.036.133	1.036.133	1.036.133	1.036.133	1.036.133
Utilidad Bruta en Ventas	42.473.119	42.473.119	42.473.119	42.473.119	42.473.119	42.473.119	42.473.119	42.473.119	42.473.119	42.473.119	42.473.119	42.473.119
Costos fijos de Administración	14.316.257	14.316.257	14.316.257	14.316.257	14.316.257	14.316.257	14.316.257	14.316.257	14.316.257	14.316.257	14.316.257	14.316.257
Costos Fijos de Ventas y Distribución	10.314.030	10.314.030	10.314.030	10.314.030	10.314.030	10.314.030	10.314.030	10.314.030	10.314.030	10.314.030	10.314.030	10.314.030
Amortización de diferidos	4.919.430	4.919.430	4.919.430	4.919.430	4.919.430	4.919.430	4.919.430	4.919.430	4.919.430	4.919.430	4.919.430	4.919.430
Utilidad Operativa	12.923.402	12.923.402	12.923.402	12.923.402	12.923.402	12.923.402	12.923.402	12.923.402	12.923.402	12.923.402	12.923.402	12.923.402
Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	12.923.402	12.923.402	12.923.402	12.923.402	12.923.402	12.923.402	12.923.402	12.923.402	12.923.402	12.923.402	12.923.402	12.923.402
Impuestos	4.264.723	4.264.723	4.264.723	4.264.723	4.264.723	4.264.723	4.264.723	4.264.723	4.264.723	4.264.723	4.264.723	4.264.723
UTILIDAD NETA	8.658.679	8.658.679	8.658.679	8.658.679	8.658.679	8.658.679	8.658.679	8.658.679	8.658.679	8.658.679	8.658.679	8.658.679
Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidades no Repartidas	8.658.679	8.658.679	8.658.679	8.658.679	8.658.679	8.658.679	8.658.679	8.658.679	8.658.679	8.658.679	8.658.679	8.658.679
Utilidades no Repartidas Acumuladas	8.658.679	17.317.358	25.976.038	34.634.717	43.293.396	51.952.075	60.610.754	69.269.434	77.928.113	86.586.792	95.245.471	103.904.150

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno de Proyecto

Tabla 52. Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno de Proyecto

Tasa Interna de Retorno	12,68%
Valor Presente Neto	315.940.848
Tasa Interna de Retorno	36,27%

8.1.1 Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno del Inversionista

Tabla 53. Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno del Inversionista

Tasa Interna de Retorno	12,68%
Valor Presente Neto	369.009.716
Tasa Interna de Retorno	213,39%

8.1.2 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Tabla 54. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Cambio Porcentual en las Ventas	-33,00%
Tasa de Retorno	1,00%
Valor Presente Neto	3.154.719
Tasa Interna de Retorno	1,38%

8.1.3 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Tabla 55. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Cambio Porcentual en el Precio	-14,00%
Tasa de Retorno	1,00%
Valor Presente Neto	7.801.762
Tasa Interna de Retorno	1,95%

8.4.2 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio y Variación de la Demanda)

Tabla 56. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio y Variación de la Demanda)

Cambio Porcentual en el Precio	-14,00%
Cambio Porcentual en las Ventas	-33,00%
Cambio Porcentual Costos Variables	0,00%
Cambio Porcentual Costos Fijos	0,00%
Tasa de Retorno	0,00%
Valor Presente Neto	163.266.918
Tasa Interna de Retorno	20,30%

9. CONSIDERACIONES FINALES

La Comercializadora Internacional de Galletas Light – KEKSE es viable como comercializadora y como empresa. Cumple con la norma nacional que exige que las comercializadoras tengan el monto mínimo de cuatrocientos millones de pesos (\$4000.000.000). Kekse para poder empezar a operar necesita cien millones de pesos (\$100.000.000). Los otros trescientos millones de pesos (\$300.000.000) se pedirán en el préstamo pero se tendrán como capital de la empresa para futuras inversiones.

El proyecto es viable para el inversionista ya que en el periodo inicial el solo debe invertir treinta y dos millones de pesos (\$32.000.000) y solo debe de prestar en una entidad financiera trescientos sesenta y siete millones novecientos noventa y nueve pesos (\$367.999.999)

Lo que se resalta del proyecto es que el producto (galletas light) se pretende que tengan mucha demanda en los próximos años; las personas día a día se están preocupando más por su salud y por consiguiente desean consumir productos bajos en grasas y en azucares. Estas ventajas las representan las galletas light con mermelada de mora, rellenas de chocolate y nueces y con hojaldre; que a su vez le otorgan valores agregados a los consumidores.

En el momento no hay mucha competencia en el mercado a cerca de estos productos porque como se dijo anteriormente, las personas aún no se han preocupado por su salud. Las pocas empresas que están incursionando en el mercado con estos tipos de productos son empresas ya reconocidas por otra clase de productos, tienen mucha trascendencia en el mercado y por lo tanto sus precios son demasiados altos y solo ofrecen una unidad de cada galleta o de cada producto light.

Kekse ofrece 6 unidades de galleta en una compra, en el caso de las galletas light con mermelada de mora y relleno de chocolate y nueces, y en el caso de las galletas light corazón de hojaldre está ofreciendo 18 unidades por una compra.

El precio es asequible, estos son: \$23.500 para las primeras galletas mencionadas y \$27.500 para la última galleta mencionada.

a) ESTUDIO DEL ANÁLISIS DEL MERCADO

En este estudio se encontró que el proyecto si es viable por la demanda que hay en el mercado canadiense sobre el producto mencionado.

Existen muchas tiendas y distribuidores en dicho mercado pero se descubrió que las galletas light que ellas ofrecen no tienen variedad de sabores y por ende no tienen valores agregados. La mayoría de las galletas son las galletas típicas de vainilla o de chocolate. Esto mismo se encontró en el mercado colombiano.

La empresa en este estudio no realizó mayor inversión, lo esencial fue invertir en la publicidad que se hará.

b) ESTUDIO DEL ANÁLISIS TÉCNICO

Se encontró que no es rentable para la empresa alquilar o comprar una bodega para almacenar las galletas que se compran para la exportación.

Lo rentable fue comprar sobre pedido. Esto es un punto negativo para la empresa porque se llegara el caso de que algún distribuidor demande una cantidad grande de galletas y los proveedores en su momento no las tengan; la empresa quedará mal y perderá los distribuidores en el mercado canadiense.

c) ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Se necesitaron muy pocos empleados para poner en marcha el proyecto; ya que se decidió que una misma persona iba a tener varias funciones en el funcionamiento de la empresa.

Estudio legal

Es muy poco el dinero que se necesitó para crear la comercializadora, esto para la empresa no genera un mayor costo. De igual manera estos costos son obligatorios para poder operar.

d) ESTUDIO FINANCIERO

En este estudio, el proyecto dio viable con la rentabilidad mensual de cuatro millones cuatrocientos cincuenta y siete mil pesos (\$4.457.000) el primer mes. Este dinero se repartirá entre las tres socias y a cada una le tocará de un millón quinientos mil pesos aproximadamente (\$1.500.000).

El proyecto fue viable para el inversionista ya que es muy poco el dinero que este debe invertir y por consiguiente es muy poco el dinero que debe de prestar en una entidad financiera.

Analizando el flujo anual, se encuentra que a tan solo tres años, el inversionista podrá recuperar el dinero invertido.

e) ESTRATEGIAS PARA PONER EN PRÁCTICA EL NEGOCIO

- i. Realizar una publicidad pre-operativa concientizando a las personas para que cuiden su salud consumiendo productos saludables.
- ii. Ofrecerle al mercado gran variedad de productos saludables tales como: galletas, pasteles y tortas.
- iii. Brindarles a los consumidores valores agregados típicos de cada país, por ejemplo en nuestro país se podría ofrecer galletas con mermelada de maracuyá, rellenas de arequipe y brevas y galletas con trocitos de cereales y trigo. Así mismo se podrían realizar pasteles y tortas con rellenos exóticos.
- iv. Promover el consumo de productos bajos en azúcares especialmente en los niños los cuales son los más adictos a los dulces.
- v. Presentarles a los padres de familia una canasta de alimentos saludables los cuales les pueden servir para despacharles a sus hijos una lonchera saludable y deliciosa.
- vi. Con todas estas estrategias se pretende conquistar más mercado y así aumentar su demanda. Luego si se podrá constituir una comercializadora internacional ya que el monto subirá.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Calderón, G. (2013). Obtenido de <http://es.slideshare.net/gabycalderon923/perfil-cultural-de-consumo-de-los-canadienses-1>
- Chapman, I. (5 de 03 de 2014). RCI Radiocanada internacional. Recuperado el 9 de 9 de 2014, de RCI Radiocanada internacional: <http://www.rcinet.ca/es/2014/03/05/la-obesidad-gana-terreno-rapidamente-en-canada/>
- Colores. (2014). Obtenido de <http://www.webusable.com/coloursMean.htm>
- DIAN. (2 de Octubre de 2014). Obtenido de <http://www.dian.gov.co/DIAN/Tramites.nsf/f19c12cfe8ff6ec0052577e50054d970/31f8dda976a4695e05257a87007aca55>
- Dr. Remi LeBlanc, M. I.-L.-D. (2014).
- EUROSIDENTE. (2014). Obtenido de <http://www.euroresidentes.com/horoscopos/colores/significado-color-turquesa.htm>
- Hacienda, M. d. (2 de Octubre de 2014). Obtenido de <http://www.minhacienda.gov.co/>
- Ir, m. q. (2013). Obtenido de <http://www.mequieroir.com/paises/canada/emigrar/descripcion/economia/>
- Mercado Fitness. (10 de 02 de 2014). Recuperado el 09 de 09 de 2014, de mercado Fitness: <http://www.mercadofitness.com/blog/noticias/el-consumo-tecnologico-incrementa-la-obesidad-y-diabetes-en-paises-en-via-de-desarrollo/>
- Noticias RCN. (9 de 05 de 2014). Recuperado el 10 de 09 de 2014, de NOTICIAS RCN: <http://www.noticiasrcn.com/bienestar-saludrcn/beneficios-y-cuidados-consumir-alimentos-light>
- 24 horas el diario sin límites. (21 de 05 de 2014). Recuperado el 09 de 09 de 2014, de 24 horas el diario sin límites: <http://www.24-horas.mx/mexico-eu-y-canada-acuerdan-trabajar-contrala-obesidad/>
- Suarez, p. (6 de 10 de 2013). merca20. Recuperado el 10 de 09 de 2014, de merca20: <http://www.merca20.com/el-marketing-etico-vende-mas/>