



**COMERCIALIZADORA DE DULCES ANTIOQUEÑOS SOFT & SWEET
PLAN DE NEGOCIOS**

C.I SOFT & SWEET S.A.S
COMERCIO INTERNACIONAL
MAYO DE 2014





Escriba su Copyright

El uso de esta plantilla esta 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



**COMERCIALIZADORA DE DULCES ANTIOQUEÑOS
SOFT & SWEET**

Contenido - Plan de Negocio

	PAG
RESUMEN EJECUTIVO	9
1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO	10
2. PROPOSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS	11
3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	12
3.1. Nombre de la Empresa	12
3.2. Descripción de la Empresa	12
3.3. Misión de la Empresa	12
3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo	12
3.5. Ventajas competitivas	13
3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir	13
3.7. Relación de productos y/o servicios	14
3.8. Justificación del Negocio	14
3.9. Análisis del entorno y del sector	14
3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio	19
4. ANALISIS DEL MERCADO	20
4.1. Objetivo del Mercado	20
4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios	20
4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios	24
4.3.1. El Mercado Meta	24
4.3.2. Estudios del Mercado Consumidor	26
4.4. El Mercado Proveedor	27
4.4.1. Proveedores	27
4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor	28
4.5. El Mercado Competidor	30
4.5.1. Competidores	30
4.5.2. Estudio del Mercado Competidor	30
4.6. El Mercado Distribuidor	32
4.6.1. Distribución	32
4.6.2. Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)	33
4.6.3. Distribución Directa (En caso de ser aplicable)	33
4.6.4. Manejo de Inventarios	33

4.6.5. Comunicación	33
4.6.6. Actividades de promoción y divulgación	34
4.7. Precios de los Productos	34
4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos	34
4.7.2. Los precios de los productos tomando como base los costos	34
4.7.3. Los precios de los productos propuestos	35
4.7.4. Política de precios	35
4.8. Costos asociados a las actividades de comercialización	35
4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado	35
4.10. Plan de Ventas	36
5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)	37
5.1. Objetivos de producción	37
5.2. Descripción del proceso de producción	38
5.3. Capacidad de producción	41
5.4. Plan de producción	41
5.5. Recursos materiales y humanos para la producción	41
5.5.1. Locaciones	41
5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres	42
5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos	42
5.5.4. Requerimientos de servicios	43
5.5.5. Requerimientos de personal	43
5.6. Programa de producción	45
6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	46
6.1. Procesos Administrativos	46
6.1.1. Descripción de los procesos administrativos	46
6.1.2. Procesos administrativos externalizados	46
6.2. Estructura Organizacional del Negocio	47
6.2.1. Organigrama	47
6.2.2. Descripción funcional de la organización	47
6.3. Recursos materiales y humanos para la administración	48
6.3.1. Locaciones	48
6.3.2. Requerimientos de quipos, software, muebles y enseres	48
6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina	49
6.3.4. Requerimientos de servicios	50
6.3.5. Requerimientos de personal	50
6.4. Programa de administración	51

7. ASPECTOS LEGALES	52
7.1. Tipo de organización empresarial	52
7.2. Certificados y gestiones ante entidades públicas	53
8. ASPECTOS FINANCIEROS	55
8.1. Estructura Financiera del proyecto	55
8.1.1. Recursos propios	51
8.1.2. Créditos y Préstamos Bancarios	51
8.2. Ingresos y Egresos	56
8.2.1. Ingresos	56
8.2.1.1. Ingresos propios del negocio	56
8.2.1.2. Otros ingresos	56
8.2.2. Egresos	56
8.2.2.1. Inversiones	56
8.2.2.2. Costos	57
8.2.2.3. Gastos	58
8.2.2.4. Gastos Financieros	59
8.3. Estados Financieros Proyectados	60
8.3.1. Flujo de caja proyectado	60
8.3.2. Estado de pérdidas y ganancias (Estado de Resultados)	63
8.4. Evaluación Financiera del proyecto	66
8.4.1. Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno del Proyecto	66
8.4.2. Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno del Inversionista	66
8.4.3. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)	66
8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)	66
9. CONSIDERACIONES FINALES	67

LISTA DE TABLAS

	pág
Tabla 1. Variables económicas	14
Tabla 2. Variables políticas	15
Tabla 3. Variables sociales	16
Tabla 4. Variables tecnológicas	17
Tabla 5. Variables económicas del sector agropecuario	17
Tabla 6. Proveedores	26
Tabla 7. Resultados del estudio de los proveedores	27
Tabla 8. Resultados del estudio de la competencia	28
Tabla 9. Precios de los productos tomando como base los costos	31
Tabla 10. Precios de los productos propuestos	31
Tabla 11. Plan de producción por doce meses	32
Tabla 12. Proceso de producción	33
Tabla 13. Equipos requeridos	35
Tabla 14. Materiales e insumos requeridos por doce meses	36
Tabla 15. Requerimiento de servicios	36
Tabla 16. Requerimiento de personal producción, departamento de comercio exterior	37
Tabla 17. Requerimiento de personal	39
Tabla 18. Equipos requeridos	41

	pág
Tabla 19. Materiales de oficina	42
Tabla 20. Requerimiento del departamento administrativo	43
Tabla 21. Requerimiento del departamento de mercadeo y ventas	43
Tabla 22. Programa de administración	44
Tabla 23. Trámites legales	46
Tabla 24. Trámites legales para exportar	47
Tabla 25. Aporte de los socios	48
Tabla 26. Créditos y préstamos bancarios	48
Tabla 27. Ventas totales mensuales por producto	49
Tabla 28. Activos fijos	49
Tabla 29. Inversiones pre-operativas	49
Tabla 30. Capital de trabajo	50
Tabla 31. Costos variables dulce Pétalos de Rosa	50
Tabla 32. Costos variables dulce papaya, piña y coco	50
Tabla 33. Costos variables arequipe de arracacha	50
Tabla 34. Costos variables arequipe de banano	51
Tabla 35. Costos fijos mensuales	51
Tabla 36. Gastos administrativos y legales	51
Tabla 37. Gastos distribución y ventas	51
Tabla 38. Gastos amortización de diferidos	52
Tabla 39. Gastos financieros	52
Tabla 40. Flujo de caja proyecto	52

	Pág
Tabla 41. Flujo de caja inversionista	53
Tabla 42. Estado de pérdidas y ganancias (Estado de resultados)	54
Tabla 43. Valor presente neto y tasa interna de retorno del proyecto	55
Tabla 44. Valor presente neto y tasa interna de retorno del inversionista	55
Tabla 45. Análisis de sensibilidad (Variación de costos variables)	55
Tabla 46. Análisis de sensibilidad (Variación del precio)	55

RESUMEN EJECUTIVO

COMERCIALIZADORA SOFT & SWEET

La COMERCIALIZADORA SOFT & SWEET es un proyecto investigativo, basado en la búsqueda de la viabilidad para la creación de una empresa, este plan; es el resultado de la capacidad y entrega de un grupo de estudiantes de la Universidad de Esumer que pensaron en su realización aportando ideas y tiempo, La Comercializadora tiene como objeto social efectuar operaciones de comercio exterior y particularmente orientar sus actividades hacia la promoción y comercialización de productos Colombianos en los mercados externos y darlos a conocer principalmente en las islas del caribe, iniciando por Aruba; teniendo como principal diferenciador la exportación de dulces exóticos de las diferentes regiones de Antioquia, empresa comercial que desarrolla su actividad en el sector alimentos.

El Proyecto está ubicado en el departamento de Antioquia, en la Calle 37 N 64A 64 Barrio Conquistadores, Medellín, lugar estratégico que nos permite tener un acceso más rápido a nuestros proveedores en la zona de Antioqueña.

Si bien se tiene proyectado empezar por la Isla de Aruba y todo este estudio está basado en ella, la idea es continuar los estudios pertinentes, para ampliar el mercado a todas las islas del Caribe, incursionar en centro América y llegar a Mercados como México (costas) y estados Unidos (costas).

La idea surge, porque se visualizó una oportunidad de negocio, debido a la gran cantidad de turistas que llegan a las islas del caribe, en este caso principalmente a Aruba pues recibe 871.000 turistas en el año en promedio y si a ello se suman los cruceros, el número se eleva a 1,2 millones de visitantes, además la baja oferta que existe en esta isla de estos productos.

Para la financiación del Proyecto se determinó que los integrantes deberán hacer inicialmente un aporte de \$4.240.000, que están reflejados en equipos de cómputo y salario del primer mes. Bancoldex es la entidad del sistema financiero que facilitara \$152.822.044 necesario para ejecutar el proyecto, generando una tasa de interés mensual de 1.217%, para una inversión total de \$157.062.044.

Las ventas mensuales estimadas son por \$40.356.000, se estiman unos costos fijos mensuales de \$2.046.323, y unos gastos mensuales de \$6.242.333.3

Es preciso resaltar que dentro de las operaciones logísticas de la empresa no esta presupuestado el manejo de inventarios, ya que después de las primeras ventas, será preciso negociar bajo las necesidades del cliente al cual a su vez se le dará un crédito previo estudio de 30 días.

Como consideración especial es necesario que en el momento de ejecutar el proyecto, se debe tener en cuenta el aspecto de Mercado, generando estrategias comerciales que incrementen el nivel de ventas y así tener un resultado Financiero superior.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Vanessa Grisales Vásquez

Identificación: 1.128.389.741 **Teléfono:** 2798675 **Celular:** 3042025898

Dirección: Carrera 59 # 75 AA Sur 75 **Barrio:** Toledo

Ciudad: La Estrella **Correo electrónico:** Vanessgv01@hotmail.com

Estudios: **Técnicos** **Tecnológicos** X **Universitarios**

Otros Estudios: Comercio Exterior.

Nasly Andrea Londoño Alborno

Identificación: 1.020.406.456 **Teléfono:** 2658903 **Celular:** 3127138365

Dirección: Carrera 59 # 41-31 Apto 401 **Barrio:** Búcaros

Ciudad: Bello **Correo electrónico:** naslylon@hotmail.com

Estudios: **Técnicos** **Tecnológicos** X **Universitarios**

Otros Estudios: Gestión Empresarial, Comercio Exterior

Luisa Fernanda Villa Londoño

Identificación: 1.020.439.909 **Teléfono:** 4538023 **Celular:** 3127422114

Dirección: Avenida 55 # 33-102 **Barrio:** Niquia

Ciudad: Bello **Correo electrónico:** Luisa-fernanda-villa@hotmail.com

Estudios: **Técnicos** X **Tecnológicos** X **Universitarios**

Otros Estudios: Técnica en Gestión Contable y Financiera, Comercio Exterior.

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Este proyecto se lleva a cabo con el fin académico de realizar el trabajo de grado de la Tecnología en Comercio Internacional, el propósito es determinar la viabilidad del proyecto y poner en práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la tecnología por cada uno de los integrantes del grupo, y así mismo adquirir nuevos conocimientos y resolver inquietudes que posiblemente surjan al momento de poner en marcha la investigación.

Contamos con la asesoría de la docente a Karen López que a lo largo del semestre, nos dará las pautas que debemos tener en cuenta para el desarrollo del mismo, la intención de los integrantes del grupo es que éste resulte viable y considerarlo como un proyecto de vida tal vez en mediano plazo.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la empresa

CI. SOFT & SWEET

3.2 Descripción de la Empresa

C.I. Soft & Sweet tiene como objeto social efectuar operaciones de comercio exterior y particularmente orientar sus actividades hacia la promoción y comercialización de productos Colombianos en los mercados externos, teniendo como principal diferenciador la exportación de dulces exóticos de las diferentes regiones de Antioquia, siendo una empresa comercial que desarrolla su actividad en el sector alimentos.

La empresa está ubicada en el departamento de Antioquia, en la Calle 37 N 64A 64 Barrio Conquistadores, Medellín, lugar estratégico que nos permite tener un acceso más rápido a nuestros proveedores en la zona de Antioqueña.

C.I Soft and Sweet, está clasificada en el rango de micro empresa.

3.3 Misión de la Empresa

Ser la comercializadora internacional de dulces exóticos de las diferentes zonas de la región antioqueña, que ofrece innovación de sabores y texturas para darlos a conocer en el mercado internacional y satisfacer los gustos y necesidades gastronómicas de los turistas, a través del compromiso, acciones de calidad, servicio, innovación en productos y con responsabilidad frente a los colaboradores, el medio ambiente y la sociedad.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivos a Corto Plazo

1. Encontrar en los primeros dos meses proveedores en las distintas regiones antioqueñas, visitando los municipios, pueblos donde la gerencia de la empresa pueda establecer vínculos comerciales y de esa manera podamos incrementar nuestro portafolio.

2. Localizar los clientes a nivel internacional, iniciando con la Isla de Aruba, mediante el estudio de mercados realizado y las visitas del área de mercadeo a la isla, dentro de los primeros tres meses.

Objetivos a Mediano Plazo

1. En un año se quiere fortalecer las relaciones comerciales con nuestros proveedores, manteniendo un flujo estable de compras.
2. En un año se pretende fortalecer las relaciones con los distribuidores iniciales y buscar generar nuevas alianzas con otros distribuidores de la Isla de Aruba.

Objetivos A Largo Plazo.

1. En cinco años vamos a ser reconocidos entre los distribuidores de la Isla de Aruba como la principal comercializadora de dulces exóticos de Antioquia-Colombia.
2. Integrar todos los microempresarios antioqueños que se dedican a fabricar dulces y conservas exóticas como nuestros proveedores.

3.5 Ventajas Competitivas

Lo que distingue nuestro producto de la competencia es la particularidad gastronómica de dulces y conservas de la región Antioqueña, que es llevada al mercado de una manera artesanal y natural, aunque en el mercado encontramos empresas que nos ofrecen variedad de dulces, vemos que ninguna de ellas ha incursionado con un producto que tenga este valor innovador.

Distinciones Competitivas.

Las prestaciones que diferencian la empresa de la competencia son en primera instancia la venta de un producto innovador y en segunda instancia el servicio que se ofrece al cliente al enviarle en una misma exportación variedad de productos.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

No se identificó una necesidad para satisfacer, si no que se visualizó una oportunidad de negocio, debido a la gran cantidad de turistas que llegan a la Isla de Aruba, buscando una oferta gastronómica diferente, a su vez se encontró que en la isla hay una demanda importante en los productos que se consumen en los países de origen de sus habitantes. Por ello hay interés, en productos tales como: plátano, yuca, frutas y verduras en todas sus formas (snack, frescos, pre-cocidos,

congelados, en conservas, en mermeladas, en preparaciones y derivados, entre otros).

3.7 Relación de productos y/o servicios

Dulce de pétalos de Rosa.

Dulce de Papaya, piña y coco.

Arequipe de Arracacha.

Arequipe de Banano.

Nota: Estos son los productos con los que se inician las actividades de comercialización, con el paso del tiempo el propósito es ampliar el portafolio de productos y proveedores.

3.8 Justificación del Negocio

Los productos que C.I Soft & Sweet ofrece no buscan satisfacer una necesidad, sino aprovechar una oportunidad de negocio que dio el mercado de la Isla de Aruba, al mostrar su interés en ofrecer a propios y extranjeros productos gastronómicos diferentes.

3.9 Análisis del Entorno y del Sector

ENTORNO

En la siguiente tabla se analizan las diferentes variables económicas que pueden influir en la viabilidad del proyecto.

VARIABLES ECONOMICAS				
CONCEPTO	AÑOS			
	2010	2011	2012	2013
PIB %	4.0	6.6	4.0	4.3
PIB PERCAPITA (A precios corrientes USD)	6.259	7.114	7.855	
EXPORTACIONES USD Millones	39819	57.420	60.666	
IMPORTACIONES USD Millones CIF	40.683	54.675	58.632	
Disponible en internet: http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/perfil-economico-comercial-Colombia-2013.pdf [citado en 2014-04-02]				

Durante el 2012, el Producto Interno Bruto (PIB) totalizó en 470.947 millones de pesos (COP), de esta forma presentó un crecimiento del 4,0%, con relación al 2011, El PIB per cápita de Colombia para el 2012 totalizó USD7.855 y registró un aumento del 10,4% en comparación con el año anterior cuando logró USD7.114, el crecimiento promedio anual de las exportaciones en los tres últimos años fue del 21,4%, al pasar de USD35.086 millones, en el 2008, a USD60.666 millones, en el 2012. En los tres últimos años, el crecimiento promedio anual de las importaciones fue del 18,8%, al pasar de USD 40.683 millones, en el 2010, a USD58.632 millones, en el 2012.

VARIABLES POLITICAS	
GOBIERNO	Las Elecciones en Colombia son reguladas y controladas por el Consejo Nacional Electoral, organismo que provee información sobre las elecciones y resultados de las mismas a los políticos electos a nivel central (el presidente y el congreso). El presidente es electo para un periodo de 4 años. El Congreso tiene dos cámaras: la Cámara de Representantes tiene 163 miembros, elegidos por elección popular por 4 años. El Senado tiene 102 miembros, elegidos por elección popular por 4 años
SISTEMA POLITICO	Colombia es un Estado social de derecho organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general. La Constitución vigente fue adoptada en 1991 que reformó la de 1886, es "norma de normas." Colombia tiene un sistema democrático, Son ramas del poder público, la legislativa, la ejecutiva y la judicial. Los diferentes órganos del Estado tienen funciones separadas pero colaboran armónicamente para la realización de sus fines.
LEYES	El Gobierno Nacional trabaja, en conjunto con el sector privado y diferentes instancias de la sociedad, en la construcción de una visión de largo plazo de Colombia proyectada al 2019. Dentro de las herramientas utilizadas para llegar a los objetivos propuestos se tiene el desarrollo de las instituciones públicas para mejorar a competitividad del país
Disponible en internet: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/ecde/informe_ECDE_08.pdf [citado en 2014-04-02]	
TLC	TLC Colombia-México, El Salvador, Guatemala y Honduras, CAN, Caricom, Mercosur, Chile, Afta, Canadá, Estados Unidos, Alianza del Pacifico.
Disponible en internet: http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=5398 [citado en	

2014-04-02]

Analizando el entorno Político y Legal, notamos como en Colombia se ha venido trabajando para la creación de normas que favorezcan la creación de empresa, en firma de tratados comerciales que incentiven las exportaciones. Precisamente en este 2014 se llevaron a cabo las elecciones para Senado y Cámara y se realizará las elecciones para Presidente de la Republica.

VARIABLE SOCIAL			
CONCEPTO	AÑOS		
	2010	2011	2012
DESEMPLEO	11.8	10.8	10.4
ESCOLARIDAD		5.8	5.9
CALIDAD DE VIDA	De acuerdo a las condiciones socioeconómicas de los hogares Colombianos, y analizando los años 2011 y 2012, se percibe en una pequeña mejoría en la calidad de vida de los Colombianos		
CULTURA	Colombia es un País Multiétnico y Pluricultural, donde cada región posee rasgos propios que la distinguen de sus vecinas. Así, se puede hablar de una cultura andina, en la que se siente con mayor fuerza el ancestro europeo; de una cultura Caribe, amalgama de herencias indígenas y africanas; de una cultura Pacífica, de raigambre africana y de la cultura de la Orinoquía y Amazonía, esencialmente indígena		
CONSTUMBRES	Las costumbres varían según la región, según la fecha: Navidad, semana santa, fechas religiosas, fechas patrias, siendo el común denominador los reinados y las fiestas donde no puede faltar la buena cocina y la bebida de la región, en todo el país son atentos, serviciales		
Disponible en internet: http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/colombia/cultura [citado en 2014-04-02]			

VARIABLES DE AVANCES TECNOLOGICOS
Software y Servicios de Tecnología de Información (TI) se encuentra en el 4 lugar en Latinoamérica, después de Brasil, México y Chile, Durante los últimos años su enfoque ha estado orientado a Hardware y servicios de Tecnología de información.

Analizando las fuerzas externas Colombianas, podríamos decir que aspectos sociales, legales, y políticos nos permiten visualizar de manera positiva nuestro proyecto, pues en estos sectores notamos como se ha venido mejorando y

creando mecanismos que ayuden a la creación de empresa, son los sectores económicos los que generan un poco de incertidumbre frente al mismo, vemos que en los últimos años los índices económicos realmente no han sido lo esperado, teniendo en cuenta que las exportaciones vienen incrementando en Colombia, el sector de alimentos tiene una baja participación.

SECTOR AGROPECUARIO.

En la siguiente tabla se analizan las diferentes variables económicas del sector agropecuario que pueden influir en la viabilidad del proyecto.

VARIABLES ECONOMICAS		
CONCEPTO	AÑOS	
	2011	2012
PIB	2.4	2.6
IMPORACIONES USD	5.719,60	6.395,20
EXPORTACIONES	7.059,30	6.626,80
ARTICULOS DE CONFITERIA preparados con azúcar	2013	2014
	17.8	12.6

Disponible en internet:

http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_ene14.pdf

[citado en 2014-04-02]

Las ventas externas de productos agropecuarios, alimentos y bebidas presentaron una disminución de 1,9% al pasar de US\$505,9 millones en el mes de enero de 2013 a US\$496,1 millones en el mismo mes de 2014. Este comportamiento se explica principalmente por la disminución en las ventas de café sin tostar descafeinado o no (-20,4%) y ganado bovino vivo (-92,3%) con una contribución conjunta de -12,5 puntos porcentuales; en contraste el aumento registrado en bananas (incluso plátanos) frescas o secas (52,7%) y otros azúcares de caña o de remolacha (88,9%), sumaron 8,0 puntos porcentuales a dicha variación.

De acuerdo al análisis del sector, identificamos que las variables económicas del sector Agricultura, sector en el que está nuestro proyecto, ha tenido una baja participación en el mercado, pues durante los últimos años ha tenido una tendencia a la baja tanto en las exportaciones como en las importaciones, teniendo solo una participación en enero del 2014 del 2.5 en los artículos de confitería, cabe resaltar que nuestro proyecto es un proyecto no muy común en Colombia y que estas cifras son de acuerdo al sector en general, por este motivo no vemos de una manera negativa su influencia en el proyecto.

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

Para el desarrollo de la empresa se requieren conocimientos en Comercio Internacional, Administración, Logística, Mercadeo y Ventas. Al igual que la asesoría Legal y Contable.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

Objetivos a Corto Plazo

1. En los primeros seis meses se desea alcanzar el nivel de ventas proyectado, generando vínculos con los Distribuidores de la Isla.

Objetivos a Mediano Plazo

1. En un año queremos fortalecer las relaciones comerciales con los Distribuidores, generando valor agregado con la variedad de productos y el buen servicio de distribución.

Objetivos A Largo Plazo.

1. En cinco años vamos a ser reconocidos entre los distribuidores de la Isla de Aruba como la principal comercializadora de dulces exóticos de Antioquia-Colombia.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

DULCE DE PÉTALOS DE ROSA

Un despliegue de aromas, sabores y olores inolvidables, expresión de nuestra sazón y alegríadesbordante.



Peso: 250 gr
Información nutricional
Tamaño de la porción 1 paquete (19gr)
Porciones por envase 18
Cantidad por porción
Calorías 90 calorías de grasa 10

	Valor diario
Grasa total 0gr	0%
Grasa saturada 0 gr	0%
Grasa trans 0 gr	0%
Colesterol 0mg	0%
Sodio 0 mg	0%
Carbohidratos total 56g	19%
Fibra dietaria 0g	0%
Azucares	0g
Proteínas	1gr
Vitamina A	0%
Vitamina C	0%
Calcio	0%
Hierro	0%

*los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2000 calorías.

Tiene una durabilidad de un año, después de abierto conservar refrigerado, debe ser consumido en no más de un mes, se debe transportar como carga frágil, cumple con los parámetros técnicos y de calidad exigidos por el importador.

DULCE DE PAPAYA, PIÑA Y COCO

Un despliegue de aromas, sabores y olores inolvidables, expresión de nuestra sazón y alegría desbordante.



Peso: 250 gr
 Información nutricional
 Tamaño por porción 15gr (1 cucharada)
 Porciones por envase
 Cantidad por porción
 Calorías 15,2 calorías de grasa 0,0

	Valor diario
Grasa total 0gr	0%
Grasa saturada 0 gr	0%

Grasa trans 0 gr	0%
Colesterol 0mg	0%
Sodio 0 mg	0%
Carbohidratos total 3,7g	1,2%
Fibra dietaria 0g	0%
Azucares	0g
Proteínas	0,1gr
Vitamina A	0
Vitamina C	0%
Calcio	0%
Hierro	0%

*los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2000 calorías.

Tiene una durabilidad de un año, después de abierto conservar refrigerado, debe ser consumido en no más de un mes, se debe transportar como carga frágil, cumple con los parámetros técnicos y de calidad exigidos por el importador.

AREQUIPE DE ARRACACHA

Nutritivo, saludable y natural, con una textura suave, fundiéndose y dejando en los paladares un toque perfecto, autentico y exótico.



Peso: 290 gr
 Información nutricional
 Tamaño de la porción 100gr
 Porciones por envase
 Cantidad por porción
 Calorías 236 calorías de grasa 2,7

	Valor diario
Grasa total 0gr	0%
Grasa saturada 0 gr	0%
Grasa trans 0 gr	0%
Colesterol 0mg	0%
Sodio 0 mg	0%
Carbohidratos total 51g	17%

Fibra dietaria 0g	0%
Azucares	0g
Proteínas	7gr
Vitamina A	0%
Vitamina C	0%
Calcio	0%
Hierro	0%

*los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2000 calorías.

Tiene una durabilidad de un año, después de abierto conservar refrigerado, debe ser consumido en no más de un mes, se debe transportar como carga frágil, cumple con los parámetros técnicos y de calidad exigidos por el importador.

AREQUIPE DE BANANO.

Nutritivo, saludable y natural, con una textura suave, fundiéndose y dejando en los paladares un toque perfecto, autentico y exótico.



Peso: 290 gr
 Tamaño de la porción 100gr
 Porciones por envase
 Cantidad por porción
 Calorías 274 calorías de grasa 3

	Valor diario
Grasa total 0gr	0%
Grasa saturada 0 gr	0%
Grasa trans 0 gr	0%
Colesterol 0mg	0%
Sodio 0 mg	0%
Carbohidratos total 60g	20%
Fibra dietaria 0g	0%
Azucares	0g
Proteínas	8gr

Vitamina A	0%
Vitamina C	0%
Calcio	0%
Hierro	0%

*los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2000 calorías.

Tiene una durabilidad de un año, después de abierto conservar refrigerado, debe ser consumido en no más de un mes, se debe transportar como carga frágil, cumple con los parámetros técnicos y de calidad exigidos por el importador.

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

INFORMACIÓN GENERAL DE ARUBA.

Superficie	180 km ²
Capital	Oranjestad
Estado en las Naciones Unidas	Parte autónoma del Reino de los Países Bajos
Moneda	Florín arubeño
Código de moneda	AWG
Dominio Internet	AW
Demografía y población de Aruba	
Población total	2011 est. 106 113 habitantes
Población, varones	2011 est. 50 354 habitantes
Población, mujeres	2011 est. 55 759 habitantes
Densidad de población	2011 est. 589.5 habitantes por km ²
Población urbana	2010 47.0 % de la población
Población rural	2010 53.0 % de la población
Población menor de 15 años	2012 est. 18.4 % de la población
Población entre 15 y 64 años	2012 est. 70.3 % de la población
Población mayor de 65 años	2012 est. 11.2 % de la población
Edad media de la población	2012 est. 38.2 años

Disponible en internet:

http://es.worldstat.info/Central_America_and_the_Caribbean/Aruba [citado en 2014-04-02]

Los consumidores a los cuales se desea llegar son los distintos Distribuidores de la Isla.

La isla cuenta con alrededor de 11 empresas distribuidoras de las cuales 6 importan alimentos.



Ellos a su vez tendrán como consumidor final llegar a los turistas por medio de las cadenas hoteleras y tiendas de regalos.

En general, Aruba recibe 871.000 turistas en el año en promedio. Si a ello sumamos los cruceros, el número se eleva a 1,2 millones de visitantes.

Disponible en internet: <http://www.elmundo.com.ve/noticias/mundo-corporativo/10-preguntas-a.../aruba-es-la-segunda-casa-de-los-venezolanos.aspx>[citado en 2014-04-02]

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

Determinar la magnitud de la oportunidad de negocio que representan las Islas del Caribe para el proyecto, seleccionar la que represente una ventaja significativa

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

Principalmente el estudio está basado en datos extraídos de internet en especial de la página web de proexport, se utilizaron datos de la balanza bilateral con Aruba, el turismo de la isla y las tendencias de las importaciones de los principales distribuidores.

Disponible en internet: <http://www.elmundo.com.ve/noticias/mundo-corporativo/10-preguntas-a.../aruba-es-la-segunda-casa-de-los-venezolanos.aspx> [citado en 2014-04-02]

Disponible en internet: <http://www.slideshare.net/pasante/oportunidades-para-alimentos-perecederos-en-aruba-y-curazao> [citado en 2014-04-02]

c) Aplicación de Medios

Los encargados de esta investigación fuimos los integrantes del grupo de trabajo asignado para este proyecto, Vanessa Grisales, Nasly Londoño y Luisa Fernanda Villa, se realizó principalmente mediante las fuentes de investigación de la web, con el apoyo de la asesoría de la profesora Karen López y se aplicó a lo largo del 6 semestre de la tecnología en comercio internacional en cuanto fuera necesario.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

El tipo de consumidor:

Se quiere llegar al consumidor final por medio de los distribuidores de la isla de Aruba, el consumidor final se pretende que sea principalmente el público turista de la isla

Los criterios de compra de los consumidores

Al hacer la conversión del precio de venta del producto a Dólares o Florines, se estima un precio muy asequible a los turistas, la calidad hoy en día no es considerada una un

valor agregado de un producto, por el contrario debe estar implícito obligatoriamente, entonces se presenta un producto que apunta al cumplimiento de los estándares de estipulados por las entidades reguladoras. No se ve afectado por las temporadas.

El perfil de los consumidores:

Los dulces son productos orientados a un público muy amplio, no influyen las variables de sexo, estado civil, educación, nivel de compra, en cuanto al rango de edad se estima que los consumidores estén entre los 24 años y los 65, que son los turistas que potencialmente tienen más poder adquisitivo y decisión de compra.

La ubicación de los consumidores:

Los turistas provienen de todas partes del mundo, principalmente de Estados Unidos, seguido de Latinoamérica, Países Bajos y Europa

Determinación de la Demanda

La isla cuenta con alrededor de 11 empresas distribuidoras de las cuales 6 importan alimentos, los productos que más importan son alimentos perecederos y sus principales proveedores, son Estados Unidos, Países Bajos y Holanda, muestran un gran interés en conocer la oferta exportadora de Colombia, la tendencia es que importar un contenedor semanal.

Disponible en internet: <http://www.slideshare.net/pasante/oportunidades-para-alimentos-perecederos-en-aruba-y-curazao>[citado en 2014-04-02]

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

PROVEEDOR	INSUMO
DULCES DEL JARDIN	DULCE DE PETALOS DE ROSA
DULCES DEL JARDIN	DULCE DE PAPAYA, PIÑA, COCO
DULCES DEL JARDIN	AREQUIPE DE BANANO
DULCES DEL JARDIN	AREQUIPE DE ARRACACHA

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

- Que cumpla con las normas requeridas por el INVIMA para la fabricación de productos alimenticios.
- Que cuente con una capacidad de producción, que puedan cumplir con los incrementos estimados en el proyecto
- Tiempos de entrega y cumplimiento
- Empaque y embalaje
- Precios y capacidad de negociación

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor

El estudio inició a raíz del conocimiento del producto por parte de los integrantes del grupo de trabajo, de allí se partió y se hizo la investigación a partir de páginas web, la página web del proveedor escogido y una visita presencial a la empresa

c) Aplicación de la Medios

Los encargados de esta investigación fuimos los integrantes del grupo de trabajo asignado para este proyecto, Vanessa Grisales, Nasly Londoño y Luisa Fernanda Villa, se realizó principalmente mediante las fuentes de investigación de la web, con el apoyo de la asesoría de la profesora Karen López y se aplicó a lo largo del 6 semestre de la tecnología en comercio internacional en cuanto fuera necesario

d) Resultados del estudio de los proveedores

PROVEEDOR	DIRECCION	CONTACTO	PRODUCTOS	CONFIABILIDAD	DEBILIDADES	FORTALEZAS
PRODUCTOS LA CARRETA LTDA.	CI 92 13-21 Ap 502 TEL 8776472	www.productoslacarreta.com	Dulce de Leche la Carreta Dulce de Leche los Abuelos Leche Condensada Leche Condensada Maquillas Salsa de Frutas y Glasse	BUENA	Domicilio, es una empresa en Bogotá por lo tanto, en efectos de logística en este proyecto consideramos que es una debilidad, no maneja producción a escala.	portafolio amplio de presentaciones de su producto
PRODUCTOS ALIMENTICIOS PEPITA	CI 85 B 48-32 Itagüí Colombia, Medellín Tel: (57) (4) 4484843	www.productospepita.com	Salsa de Piña Salsa de Mora Salsa de Ciruela Salsa Hawaiana	BUENA	Tienen una línea de productos que no representan nada novedoso para el proyecto, no maneja producción a escala.	Está ubicado en el área metropolitana de la ciudad de domicilio del proyecto, en efectos logísticos y por el objetivo del proyecto de comercializar solo productos de Antioquia, consideramos esta empresa como posible proveedor
DULCES DEL JARDIN	Calle 13 # 5-47 Jardín - Antioquia Tel. 8456584	http://www.dulcesdeljardin.com/	Arequipes Chocolates Dulces de frutas Frutas en almíbar Bocadillos Mermeladas light	BUENA	No maneja producción a escala.	tiene en sus leneas de producto sabores innovadores y exóticos, que llamaron la atención del proyecto

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

Se analizó una competencia muy alta proveniente de varios países, es de conocimiento que la competencia de los productos alimenticios es muy amplia en cualquier parte del mundo, en conclusión los productos competencia son, las mermeladas, las mantequillas, los arequipes, los dulces en general y snack.

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Principalmente se tuvo en cuenta el tipo de producto que suministra y a cual de nuestros productos va orientada la competencia directa.

Se tuvo en cuenta también el tamaño de esas empresas y su capacidad de producción, que en conclusión es mucho más alta que la nuestra y adicionalmente se aprecia una saturación de sus productos en el mercado.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Principalmente, páginas de internet y también a partir del conocimiento de uno de los integrantes del grupo que ha visitado varias veces la isla.

c) Aplicación de la Medios

Los encargados de esta investigación fuimos los integrantes del grupo de trabajo asignado para este proyecto, Vanessa Grisales, Nasly Londoño y Luisa Fernanda Villa, se realizó principalmente mediante las fuentes de investigación de la web, con el apoyo de la asesoría de la profesora Karen López y se aplicó a lo largo del 6 semestre de la tecnología en comercio internacional en cuanto fuera necesario.

d) Resultados del Estudio de la Competencia

PROVEEDOR	PAIS	CONTACTO	PRODUCTOS	COMPETENCIA
GLORYBEE FOODS INC.	97402 Eugene, OR, Estados Unidos	www.glorybeefoods.com	Productos de Chocolate, Frutas secas, Mermeladas, Hierbas, Especies, Harina, Miel, Nueces, Aceite, Vinagre, Aceitunas, Productos de Tomates, Productos orgánicos	CON TODOS LOS PRODUCTOS
JOY'S SPECIALTY FOODS, LLC	81328-9059 Mancos CO, Estados Unidos	www.joysinc.com	Mermeladas	CON TODOS LOS PRODUCTOS
CONSERVAS PANAMEÑAS SELECTAS	Calle 13 # 5-47 Jardín - Antioquia Tel. 8456584 Vía Simón Bolívar y Cl.17 Pueblo Nuevo Panamá	www.del-prado.com	Productos de Tomates, Mermeladas, Mermeladas, Jugo de Frutas, Néctares de Frutas	CON TODOS LOS PRODUCTOS

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

La distribución del producto se va a realizar a través de terceros, estos son algunos de los posibles distribuidores

Bersah Aruba N.V.

Dirección: Bushiri 33

Teléfono: (297) 583-4622

Fax: (297) 583-5405

Categorías: Mayoristas y Distribuidores de alimentos

DFS Discount Food & Supplies

Dirección: Wayaca 45-47

Teléfono: (297) 582-7940

Fax: (297) 582-7094

Cellphone: (297) 593-1192

Categorías: Mayoristas y Distribuidores de alimentos

Satex Agencies Aruba N.V.

Dirección: Seroe Blanco z/n

Teléfono: (297) 583-7132

Fax: (297) 582-1770

Categorías: Mayoristas y Distribuidores de alimentos

Int'l Food Processors

Dirección: Freezone z/n

Teléfono: (297) 583-9692

Fax: (297) 583-9465

Categorías: Mayoristas y Distribuidores de alimentos

Disponible en internet: <http://www.slideshare.net/pasante/oportunidades-para-alimentos-perecederos-en-aruba-y-curazao>[citado en 2014-04-02]

Disponible en internet: <http://paginasamarillas.yellowpages-aruba.com/categorias/industria-y-comercio/alimentos-distribuidores-de>[citado en 2014-04-02]

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

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

En la isla solo hay 11 distribuidores legalmente constituidos y estos son los principales, por ello llegamos a la conclusión que ellos deben ser nuestros posibles clientes.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

Toda la información de los medios utilizados fue extraída de la web, principalmente de la página de proexport.

Disponible en internet: <http://www.slideshare.net/pasante/oportunidades-para-alimentos-perecederos-en-aruba-y-curacao>[citado en 2014-04-02]

c) Aplicación de Medios

Los encargados de esta investigación fuimos los integrantes del grupo de trabajo asignado para este proyecto, Vanessa Grisales, Nasly Londoño y Luisa Fernanda Villa, se realizó principalmente mediante las fuentes de investigación de la web, con el apoyo de la asesoría de la profesora Karen López y se aplicó a lo largo del 6 semestre de la tecnología en comercio internacional en cuanto fuera necesario

4.6.3 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

a) Describa los medios a través de los cuales se hará la distribución del producto

No aplica

b) Fuerza de ventas

No aplica

4.6.4 Manejo de Inventarios

En los primeros 6 meses la empresa debe hacer un estudio, para tener datos reales de cual debe ser su inventario, inicialmente no se va a contar con uno, se pide al proveedor las cantidades y se preparan para ser exportados en el menor tiempo posible.

4.6.5 Comunicación

1. Mermelada de Pétalos de Rosas

Mermelada de Papaya, coco y piña

Arequipe de Arracacha

Arequipe de Banano

2. En cuanto al empaque de los productos no exigimos a nuestros proveedores ninguna especificación de colores o imagen en la etiqueta, comercializamos los productos como ellos los provean

3. C.I SOFT AND SWEET S.A.S.

4. Los colores distintivos son el amarillo y el café.

4.6.6 Actividades de promoción y divulgación

Para empezar C.I. SOFT AND SWEET tiene como estrategia de promoción un contacto inicial con los distribuidores virtualmente y telefónicamente, los productos se darán a conocer a nuestros clientes mediante un blochure virtual acompañado de una lista de precios y una página web.

También se contempla la posibilidad de participar o asistir a ferias gastronómicas nacionales e internacionales en un futuro

4.7 Precios de los Productos

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

Para los precios, se contempla en primer lugar los precios de los productos similares que se comercializan en la isla, que oscilan entre 7 y 10 dólares, no se considera que la calidad sea un tema a tener en cuenta pues hoy en día la calidad es un requisito para ser competitivo en los mercados internacionales.

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

PRODUCTO	COSTO	UTILIDAD %	UTILIDAD SOBRE VENTA	PRECIO VENTA
DULCE DE PETALOS DE ROSA	5814.73	46.18	2685.24	8500
DULCE DE PAPAYA, PIÑA,	5814.73	46.18	2685.24	8500

COCO				
AREQUIPE DE BANANO	6814.73	54	3680	10500
AREQUIPE DE ARRACACHA	6814.73	54	3680	10500

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

PRODUCTO	COSTO	PRECIO VENTA
DULCE DE PETALOS DE ROSA	5814.73	8500
DULCE DE PAPAYA, PIÑA, COCO	5814.73	8500
AREQUIPE DE BANANO	6814.73	10500
AREQUIPE DE ARRACACHA	6814.73	10500

4.7.4 Política de Precios

Se plantea un plan de pagos a 30 días de crédito.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

La actividad de comercialización de los productos la realizará la persona encargada del área de mercadeo y ventas desde domicilio de la empresa a través de medios virtuales y tecnológicos, posibles visitas a los clientes y asistencia a ferias gastronómicas internacionales.

4.9 Riesgos y Oportunidades del Mercado.

Riesgos.

Se detecta principalmente una fuerte presencia de los mercados de estados unidos en la isla, considerando este país como el principal proveedor, con mayor capacidad de abastecimiento y un posicionamiento en el mercado local, competencia directa de Soft and Sweet.

Oportunidades.

Es un mercado poco explorado por las empresas Colombianas, con una alta demanda de productos alimenticios y los principales importadores han manifestado interés en comprar productos colombianos.

4.10 Plan de ventas

PLAN DE PRODUCCIÓN POR DOCE MESES

PRODUCTO	INCREMENTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
DULCE DE PÉTALOS DE ROSA	5%	800	840	882	926	972	1021	1072	1126	1182	1241	1303	1368	12734
DULCE DE PAPAYA, PIÑA, COCO	5%	800	840	882	926	972	1021	1072	1126	1182	1241	1303	1368	12734
AREQUIPE DE BANANO	5%	800	840	882	926	972	1021	1072	1126	1182	1241	1303	1368	12734
AREQUIPE DE ARRACACHA	5%	800	840	882	926	972	1021	1072	1126	1182	1241	1303	1368	12734
TOTAL MES		3200	3360	3528	3704	3890	4084	4288	4503	4728	4964	5212	5473	50935

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

C.I Soft & Sweet Comercializadora, no produce los productos que se van a comercializar, es por este motivo que los objetivos de producción están basados en la exportación de sus productos.

1. Construir relaciones comerciales con las distribuidoras de Aruba durante los seis meses iniciales, que faciliten la exportación y distribución de los productos con las cadenas hoteleras a las que se va a llegar.
2. Usar el Incoterms más conveniente para la exportación de los productos, optimizando costos y minimizando riesgos, teniendo en un mediano plazo un proceso de exportación definido.
3. A largo plazo C.I Soft & Sweet Comercializadora, desea calificar su proceso de exportación, como un proceso que cumple con todos los requisitos solicitados tanto en Colombia como en Aruba.

5.2 Descripción del proceso de producción

6 PROCESO DE PRODUCCIÓN				
PASOS	ACTIVIDAD	DESCRIPCION	RESPONSABLE	EQUIPO REQUERIDO
1	Negociación con Proveedores	Realizar los acuerdos comerciales con los proveedores, como formas de pago.	Gerente	Equipo de Cómputo, Teléfono, Impresora.
2	Estudio de Mercados	Estudio del Mercado Internacional Potencial, identificar los Distribuidores.	Coordinador de Mercadeo y Ventas	
3	Cotización de productos al proveedor	Solicitar cotización a los proveedores de la cantidad requerida		
4	Solicitar pedido	Enviar formalmente al proveedor la solicitud del pedido	Auxiliar Administrativa	
5	Enviar por el pedido	Enviar al transporte local por el pedido donde el proveedor		
6	Remisión de la Factura Proforma	Se suministrar una factura proforma (cotización), con el objeto de facilitar al importador la solicitud previa de licencias o permisos de importación y el establecimiento del instrumento de pago a favor del exportador.	Coordinador de Comercio Exterior	
7	Aceptación de las Condiciones	El importador en el exterior confirma la compra de la mercancía y la aceptación de las condiciones de la negociación, y procede según éstas a la apertura de la carta de crédito en el banco corresponsal o a la remisión de las letras o pagarés por los valores respectivos		
8	Confirmación de la Carta de Crédito	El banco comercial colombiano recibe copia de la carta de crédito del banco corresponsal garante u otro documento que se convenga como garantía de pago y comunica al exportador para que este inicie los trámites		

		para el despacho de la mercancía.		
9	Factura Comercial	Cuenta por los productos que se envían al comparador en el extranjero		
10	Lista de Empaque	Acompaña generalmente la factura comercial, proporciona información sobre el embalaje, cantidades de bultos o cajas, su contenido, su peso y volumen así como las condiciones de manejo y transporte de las mismas.		
11	Contratación del Transporte	Se contratará el medio y la compañía de transporte más adecuados, en los términos acordados con el comprador.		
12	Certificado de Origen	por ser un requisito para la nacionalización o para obtener preferencias arancelarias en el país de destino		
13	Compra y Diligenciamiento del DEX	Se diligencia con los datos de la exportación		
14	Solicitud de Vistos Buenos	Certificado de inspección sanitaria exportación de alimentos. Certificado Fitosanitario		
15	Presentación de documentos de Exportación (DEX) y aforo de mercancía	Una vez presentado el DEX con sus anexos respectivos, si se encuentra bien diligenciado y reúne los requisitos exigidos, la Aduana acepta la solicitud de autorización de embarque o la declaración definitiva, según el caso, procediendo al aforo de la mercancía y autorizando su embarque. El DEX se presenta junto con los siguientes documentos:		

		<ul style="list-style-type: none"> - Documento de Identidad del exportador o documento que acredite su autorización a la Sociedad de Intermediación Aduanera, - Documento de transporte (guía aérea, conocimiento de embarque o carta de porte), - Factura comercial, - Registros sanitarios, autorizaciones expresas y demás requisitos exigidos para la exportación del producto 		
16	Pago de la Exportación.	Se recibe el dinero correspondiente a la exportación y se debe canalizar las divisas a través de los intermediarios del mercado cambiario.		

5.3 Capacidad de producción

La capacidad de exportación de Soft & Sweet, es realizar 24 exportaciones por el año de 6.000 productos en cada una

5.4 Plan de Producción

El plan de exportación de Soft & Sweet, se basa en la capacidad de producción de sus proveedores, donde previamente se confirmó que mensualmente podríamos tener un incremento del 5% en las exportaciones.

PLAN DE PRODUCCIÓN POR DOCE MESES

PRODUCTO	INCR EMEN TO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTA L
DULCE DE PÉTALOS DE ROSA	5%	800	840	882	926	972	1021	1072	1126	1182	1241	1303	1368	12734
DULCE DE PAPAYA, PIÑA, COCO	5%	800	840	882	926	972	1021	1072	1126	1182	1241	1303	1368	12734
AREQUIPE DE BANANO	5%	800	840	882	926	972	1021	1072	1126	1182	1241	1303	1368	12734
AREQUIPE DE ARRACACHA	5%	800	840	882	926	972	1021	1072	1126	1182	1241	1303	1368	12734
TOTAL MES		3200	3360	3528	3704	3890	4084	4288	4503	4728	4964	5212	5473	50935

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

El área necesaria para llevar a cabo las exportaciones y las funciones administrativas del proyecto es una oficina de 8x6 metros, la cual se arrendara en un complejo de oficinas ubicado en la Calle 37 N 64^a-64, Barrio Conquistadores, con un canon de arrendamiento de \$ 1.000.000, las adecuaciones necesarias y dotación de la misma ya están incluidas en el alquiler, estas adecuaciones son las instalaciones sanitarias, eléctricas, cocineta, y la dotación con la cual viene la oficina, son tres escritorios, tres sillas giratorias y cuatro sillas para el público. El % correspondiente para el área de producción que en este caso es el departamento de Comercio Exterior es del 30%.

Anexo: Plano de Complejo de Oficinas.

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

EQUIPOS REQUERIDOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador de escritorio, memoria ram 4GB, DD500 GB 7200 RPM SATA	1	ESYSTEMS S.A.S	840.000	840.000
Impresora Multifuncional HP	1	ESYSTEMS S.A.S	522.000	522.000
Office	1	ESYSTEMS S.A.S	USD 249.4	476.853
Teléfono	1	HOME CENTER	80.000	80.000
Mantenimiento equipos de Computo	1	ESYSTEMS S.A.S	35.000	35.000
TOTAL				1.953.853

Los materiales de oficina se relacionan en el estudio administrativo.

Anexo: Cotización Equipos de Cómputo.

5.2.3 Requerimientos de materiales e insumos.

MATERIALES E INSUMOS REQUERIDOS POR DOCE MESES

DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
DULCE DE PETALOS DE ROSA	12734	DULCES DEL JARDIN	\$ 4.500,00	\$ 57.303.000,00
DULCE DE PAPAYA, PIÑA, COCO	12734	DULCES DEL JARDIN	\$ 4.500,00	\$ 57.303.000,00
AREQUIPE DE BANANO	12734	DULCES DEL JARDIN	\$ 5.500,00	\$ 70.037.000,00
AREQUIPE DE ARRACACHA	12734	DULCES DEL JARDIN	\$ 5.500,00	\$ 70.037.000,00
TOTAL POR DOCE MESES	50936		\$ 20.000,00	\$ 254.680.000,00

5.2.4 Requerimientos de servicios.

Para realizar la exportación y las labores administrativas, los servicios requeridos son:

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS

SERVICIO	DESCRIPCION	PROVEEDOR	PRECIO
Agua	Estos servicios son requeridos para las labores diarias, tanto de la parte técnica, como la administrativa, se cancelan en conjunto con los demás arrendatarios.	EPM, Empresas Públicas de Medellín	\$30.000
Energía			\$50.000
Comunicaciones (Telefonía e Internet)	Servicio de llamadas, nacionales e internacionales, servicio de internet banda ancha.	UNE Telecomunicaciones	\$100.000
TOTAL			\$180.000

5.2.5 Requerimientos de personal.

REQUERIMIENTO DE PERSONAL PRODUCCIÓN, DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR

CARGO	FUNCIONES	PERFIL	SALARIO	OBLIGACIONES PRESTACIONALES
Coordinador de Comercio Exterior	-Diligenciamiento documental.	Tecnólogo en Comercio Internacional o áreas afines	Salario 1.000.000, Auxilio de Transporte 72.000	1. SSS: 167.480, 2. PRESTACIONES SOCIALES: 231.010, 3. APORTES PARAFISCA
	-Gestionar los trámites ante las administraciones públicas de las operaciones de	Manejo de Ingles		

	exportación.		LES: 90.000
	-Organizar y gestionar la logística almacenamiento y DFI de mercancías.	Experiencia mínimo de un año en exportaciones, preferiblemente de sector alimentos	
	Gestionar canalización de divisas por el pago de las exportaciones.	Persona responsable, dinámica, que trabaje en equipo.	
TOTAL			1.072.000 0
			488.490

Salario básico. 1.000.000

Auxilio de transporte. 72.000 (2014)

Total devengado 1.072.000

Nota. Para efectos de la seguridad social no se tiene en cuenta el Auxilio de transporte.

Seguridad social a cargo del empleador.

Salud (4.4%). $1.000.000 * 0.044 =$ 44.000

Pensión (12%). $1.000.000 * 0.12 =$ 120.000

A.R.L. (Según la tabla). $1.000.000 * .00348 =$ 3.480

Prestaciones sociales.

Prima de servicios. $1.072.000 * 0.0833 =$ 89.297

Cesantías. $1.072.000 * 0.0833 =$ 89.297

Intereses sobre las cesantías. $89.297 * 0.12 =$ 10.716

Vacaciones. $1.000.000 * 0.0417 =$ 41.700

Aportes parafiscales.

Cajas de compensación familiar (4%). $1.000.000 * 0.04 =$ 40.000.

I.C.B.F. (3%). $1.000.000 * 0.03 =$ 30.000.

Sena. (2%). $1.000.000 * 0.02 =$ 20.000.

Nota. Para el cálculo de los Aportes parafiscales se toma el valor total de la nómina. Mensual de la empresa, excluyendo el Auxilio de transporte que no es factor salarial.

Neto a pagar al empleado.

Deducciones de nómina. (Conceptos a cargo del empleado)

Salud (4%). $1.000.000 \times 0.04 =$ 40.000

Pensión (4%). $1.000.000 \times 0.04 =$ 40.000

Total devengado 1.072.000 (-)

Salud 40.000

Pensión 40.000

Neto pagado 982.000

5.3 Programa de producción

Se indica en el estudio Administrativo.

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Los procesos administrativos de la empresa con sus actividades

- **Actividades Administrativas:** Gerencia de la empresa, dirección de estrategias, coordinación de departamentos, tramitología legal, revisar funciones financieras.
- **Recursos Humanos:** Contratación de Personal, capacitación, bienestar laboral, clima organizacional
- **Actividades de Mercadeo:** Estrategias de posicionamiento de marca, participación en eventos, en ferias,
- **Publicidad:** Manejo de medios publicitarios
- **Ventas:** Conseguir clientes, servicio post venta

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

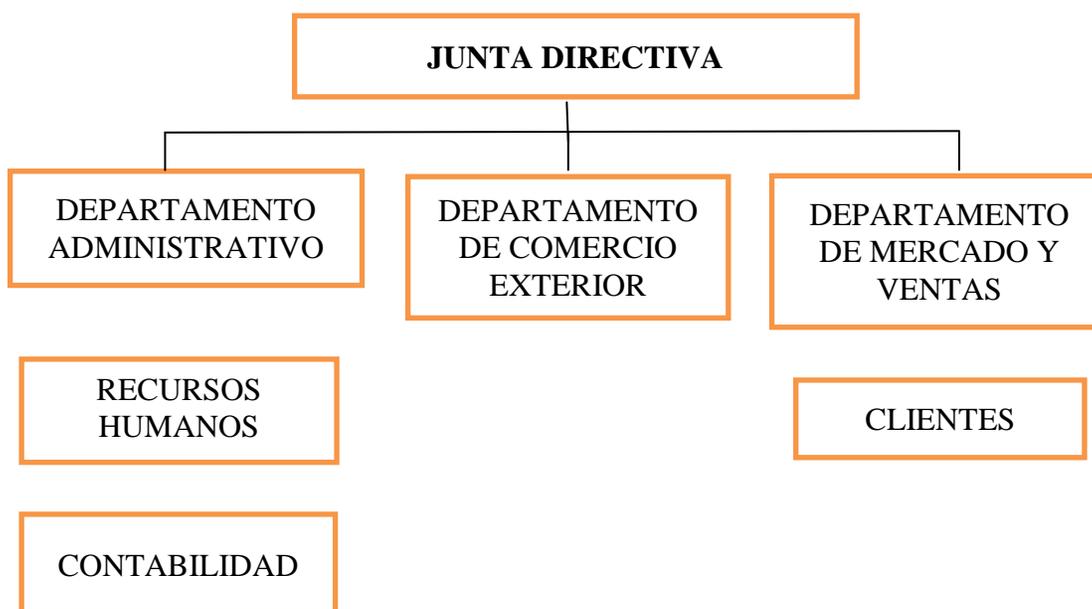
C.I Soft & Sweet, manejará sus procesos contables, transporte de mercancía de una manera tercerizada.

REQUERIMIENTO DE PERSONAL

NOMBRE PROCESO	PROVEEDOR	FUNCIONES	COSTOS
Contabilidad	Martha Higuita	-Realizar estados de cuenta.	\$300.000
		-Balance general	
		-Estados Financieros	
		-Informes de situación financiera	
		-Declaraciones tributarias	
Transporte de Productos	AlonsoGómez	Recoger los productos desde la planta de proveedores y llevarla a la oficina de Soft & Sweet	\$600.000
TOTAL			\$900.000

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Las funciones de los cargos administrativos son:

1. Gerente

- Contratación de personal.
- Trámites Legales.
- Gestión de calidad.
- Gestión Financiera.
- Planeación y Formulación de estrategias.

2. Coordinador de Comercio Exterior.

- Diligenciamiento documental.
- Gestionar los trámites ante las administraciones públicas de las operaciones de exportación.
- Organizar y gestionar la logística almacenamiento y DFI de mercancías.

3. Coordinador de Mercadeo y Ventas

- Diagnosticar el posicionamiento e imagen institucional
- Preparar y desarrollar estrategias de mercado.
- Ejecutar un programa de promoción de los productos.
- Contactar clientes.
- Manejar el servicio post-venta.

4. Contabilidad

- Realizar estados de cuenta.
- Balance general
- Estados Financieros
- Informes de situación financiera
- Declaraciones tributarias.

5. Transporte de productos

- Recoger el producto desde la empresa proveedora y llevarlo a la empresa

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

Las locaciones de C.I Soft & Sweet, están relacionadas en el Estudio Técnico.

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

EQUIPOS REQUERIDOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador de escritorio, memoria RAM 4GB, DD500 GB 7200 RPM SATA	1	ESYSTEMS S.A.S	840.000	840.000
Computador Portátil Samsung Ultra Thin, memoria 6GB, DDR3	1	ESYSTEMS S.A.S	1.250.000	1.250.000
Office	2	ESYSTEMS	USD 249.4	953.706

		S.A.S		
Teléfono	1	HOME CENTER	80.000	80.000
Mantenimiento equipos de Computo	2	ESYSTEMS S.A.S	35.000	70.000
TOTAL				3.193.706

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

MATERIALES DE OFICINA

DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Resmas tamaño carta	2	Megapapel	\$7.900	\$15.800
Resma tamaño Oficio	1		\$9.800	\$9.800
Recibos de caja	1		1500	\$1.500
Recibos de egreso	1		\$2.000	\$2.000
Recibos de Ingreso	1		\$2.500	\$2.500
Caja de lapiceros (c/u 12)	1		\$500	\$500
Gancho legajador	1		\$3.000	\$3.000
Marcadores	4		1000	\$3.000
Clips	3		\$600	\$1.800
Grapadoras	3		\$2.200	\$6.600
Cocedora	3		\$5.500	\$16.500
AZ	3		\$5.500	\$16.500
Carpetas	20		\$150	\$450
Calculadora	3		\$12.000	\$48.000
Porta lapiceros	4		\$3.800	\$15.200
Portapapeles	4		\$2.000	\$8.000
Folder	4		\$8.500	\$34.000
Portaminas	4		\$2.800	\$11.200
Minas	4		\$1.000	\$4.000
Regla	2		\$1.500	\$3.000
Agendas	4	\$9.000	\$36.000	

Borradores	4		\$500	\$2.000
Pegante (x 6 unidades)	1		\$417	\$417
Cinta	2		\$1.750	\$3.500
TOTAL	80		\$85.417	\$245.267

Anexo: Cotización de materiales de oficina

6.3.4 Requerimientos de servicios.

Los requerimientos de servicios ya están relacionados en el estudio técnico

6.3.5 Requerimientos de personal

REQUERIMIENTO DEL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

CARGO	FUNCIONES	PERFIL	SALARIO	OBLIGACIONES PRESTACIONALES	TOTAL
Gerente	-Contratación de personal.	-Administrador de empresas o áreas a fines.	Salario 1.000.000, Auxilio de Transporte 72.000	1. SSS: 167.480, 2. PRESTACIONES SOCIALES: 231.010, 3. APORTES PARAFISCALES: 90.000	1.560.490
	-Trámites Legales.	-Experiencia Laboral.			
	-Gestión de calidad.	-Capacidad de Motivación.			
	-Gestión Financiera.	-Dotes de Mando.			
	-Planeación y Formulación de estrategias	-Perseverancia y constancia.			
	Negociación con proveedores	-Manejo de Ingles			
TOTAL			1.072.000	488.490	

REQUERIMIENTO DEL DEPARTAMENTO DE MERCADEO Y VENTAS

CARGO	FUNCIONES	PERFIL	SALARIO	OBLIGACIONES PRESTACIONALES	TOTAL
Coordinador de Mercadeo y Ventas	-Diagnosticar el posicionamiento e imagen institucional	- Tecnólogo en mercadeo y ventas o áreas a fines.	Salario 1.000.000, Auxilio de Transporte 72.000	1. SSS: 167.480, 2. PRESTACIONES SOCIALES: 231.010,	1.560.940
	Realizar estudio de mercados	-Manejo de Ingles.			

Negociación con clientes	-Persona proactiva.		3. APORTES PARAFISCALES : 90.000
-Preparar y desarrollar estrategias de mercado.	Persona con experiencia mínimo de un año con experiencia en ventas internacionales		
-Ejecutar un programa de promoción de los productos.	Capacidad de negociación		
-Contactar clientes.	Con buenas relaciones interpersonales		
-Manejar el servicio post-venta.			
TOTAL		1.072.000	488.490

6.4 Programa de administración

PROGRAMA

TIEMPO								
ACTIVIDAD	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
Conseguir local	X							
Tramites Creación de la Empresa	X	X						
Compra e instalación de Equipos de computo		X						
Compra de materiales de oficina		X						
Instalación de telefonía e Internet		X						
Contratación de personal			X					
Contratación servicios publicitarios, web, blochure			X	X				
Negociación con proveedores			X	X				
Estudio de Mercados Internacionales			X	X	X	X		
Negociación con Distribuidores							X	X

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

La empresa estará constituida como C.I SOFT & SWEET S.A.S

Este Régimen especial, creado mediante la Ley 67 del 28 de Diciembre de 1979, conocido como un Instrumento de Apoyo a las Exportaciones, es un beneficio tributario otorgado por el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio Exterior, mediante el cual, las empresas que lo obtengan, podrán efectuar compras de mercancías del mercado nacional configuradas como Bienes corporales muebles y/o Servicios Intermedios de la Producción, con destino a la exportación, libres del impuesto a las ventas IVA y/o de la Retención en la Fuente, si las operaciones de compraventa están sujetas a dichos tributos, además podrá beneficiarse conjuntamente con los proveedores de las líneas de crédito de Bancoldex.

Como Persona Jurídica, constituirse mediante escritura pública como Sociedad de Comercialización Internacional C.I. en alguna de las formas establecidas en el Código de Comercio (Anónima, Limitada, E.U. etc.)

De acuerdo a las formas establecidas en el Código de Comercio, el tipo de Sociedad es “Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S” Creada mediante la Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008. Nos acogimos a la Ley 1429.

Algunos de sus beneficios y ventajas de las S.A.S son:

- Los empresarios pueden fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad. Es posible, por ejemplo, contar con estatutos flexibles que se adapten a las condiciones y a los requerimientos de cada empresario.
- La creación de la empresa es más fácil. Una S.A.S se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero. ·La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes. La empresa puede beneficiarse de la limitación de la responsabilidad de sus socios, sin tener que tener la pesada estructura de una sociedad anónima.
- No se requiere establecer una duración determinada. La empresa reduce costos, ya que no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria esté próximo a caducar.

- El pago de capital puede diferirse hasta por dos años. Esto da a los socios recursos para obtener el capital necesario para el pago de las acciones. La sociedad puede establecer libremente las condiciones en que se realice el pago.
- El trámite de liquidación es más ágil. No se requiere adelantar el trámite de aprobación de inventario ante la Superintendencia de Sociedades.
- El objeto social: *Efectuar operaciones de comercio exterior y particularmente, orientar sus actividades hacia la promoción y comercialización de productos colombianos en los mercados externos.*

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

TRAMITES LEGALES

TRAMITE	DESCRIPCIÓN	ENTIDAD	COSTO	TIEMPO
Verificación del nombre	Se realiza la verificación del nombre, para confirmar que no la tiene otra empresa	Cámara de Comercio	N.A	5 minutos
Redactar Contrato constitutivo de la S.A.S	Documento privado que debe tener información de la empresa y sus accionistas.	Notaria	3.500	2 Horas
Diligenciar los Formularios de matricula	Formulario de registro	Cámara de Comercio	4.300	30 minutos
Formulario del Rut "Para tramite en Cámara"	Se debe diligenciar para obtener el Número de Identificación Tributaria-NIT- debe estar firmado por el Representante Legal	Oficinas de la DIAN, o pág. web: www.dian.gov.co	N.A	1 Hora
Presentación de documento "Para tramite en Cámara"	Debe ser presentado personalmente por el representante legal o persona autorizada.	Cámara de Comercio o Notaria.	N.A	1 Día
Diligenciar Formato anexo DIAN-SM	Documento para los establecimientos de comercio, debe ser diligenciado y firmado por el	Dian	N.A	2 Horas

	Representante Legal			
Pago de Impuesto de Registro	Si se acoge a los beneficios de la Ley 1429 "la cual genera incentivos para la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas", el costo de la matrícula del primer año es gratuita	Cámara de Comercio u Oficinas de Rentas departamentales	0	2 Horas
Pago de Derechos de Registro	La matrícula de establecimientos de comercio causa los derechos de acuerdo a la localización de la agencia	Cámara de Comercio	69.000	2 Horas
Presentar los documentos ante la Cámara de Comercio de Medellín			N.A	
Inscripción de los Libros			10.700	
TOTAL			87.500	

Con estos pasos se obtiene:

Inscripción en el registro mercantil y pago del impuesto de registro para el departamento de Antioquia

Certificado del RUT por primera vez sin necesidad de desplazarse la Dian

Asignación del NIT e inscripción en el RUT.

Notificación de la apertura del establecimiento a la Secretaría de Hacienda Municipal

Certificado de matrícula, existencia y representación legal.

TRAMITES LEGALES PARA EXPORTAR

TRAMITE	ENTIDAD	COSTO
Registro Nacional de Exportadores	MINCOMEX	0
Inscripción como Sociedad de Comercializadora Internacional	Cámara de Comercio	0
Elaborar documento de Estudio de Mercados	N.A	0
Solicitar por escrito la inscripción como Sociedad de Comercialización Internacional C.I	MINCOMEX	0

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

APORTE DE LOS SOCIOS

NOMBRE	APORTE	VALOR	MES DE APORTE
NASLY ANDREA LONDOÑO	Equipo de computo portátil, salario primer mes	\$ 1.550.000	PRIMER MES
VANESSA GRISSALES	Equipo de computo portátil, salario primer mes	\$ 1.550.000	PRIMER MES
LUISA FERNANDA VILLA	Equipo de computo de escritorio, salario primer mes	\$ 1.140.000	PRIMER MES
TOTAL		\$ 4.240.000	

8.1.2 Créditos y Prestamos Bancarios

Crédito financiado por Bancoldex.

Monto del Préstamo:	\$ 152.822.044
Intereses (efectivo Mensual):	1,217%
Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	Cuota fija

AÑO	INTERESES	AMORTIZACIÓN
1	\$ 20.850.041	22.391.451
2	17.353.521	25.887.972
3	13.311.003	29.930.490
4	8.637.230	34.604.263
5	3.233.626	40.007.867

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

VENTAS TOTALES MENSUALES POR PRODUCTO		
Ventas		Participación del total Ventas
Dulce Pétalos de Rosa	\$ 9.027.000,0	22,37%
Dulce de Papaya, Piña y Coco	\$ 9.027.000,0	22,37%
Arequipe de Arracacha	\$ 11.151.000,0	27,63%
Arequipe de Banano	\$ 11.151.000,0	27,63%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 40.356.000,0	100,00%

8.2.1.2 Otros Ingresos

C.I SOFT & SWEET, no percibe dinero por otros ingresos.

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

ACTIVOS FIJOS

Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)	Valor
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 6.034.412,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 6.034.412,0

INVERSIONES PRE-OPERATIVAS

Gastos Pre operativos Exigibles	Valor
Constitución y registro	\$ 87.500,0
Presentación y Promoción	\$ 300.000,0
Salarios	\$ 900.000,0

Viaje y representación	\$ 200.000,0
Publicidad y Promoción	\$ 1.000.000,0
Total Gasto Pre operativos Exigibles	\$ 2.487.500,0

CAPITAL DE TRABAJO

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Costos Variables	90	\$ 80.478.105
Costos Fijos de Producción	90	\$ 6.138.969
Costos Fijos de Administración	90	\$ 14.102.626
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	90	\$ 4.500.000
Cuentas por Cobrar	60	\$ 70.146.467
Materia Prima	30	\$ 26.826.035
Total Capital de trabajo Exigible		\$ 148.540.132

8.2.2.2 Costos Mensuales**COSTOS VARIABLES DULCE PÉTALOS DE ROSA**

Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Dulce Pétalos de Rosa	\$ 4.500,00	1,00	1	\$ 4.500,00
Transporte Local	\$ 165,38	1,00	1	\$ 165,38
Exportación	\$ 1.149,35	1,00	1	\$ 1.149,35
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 5.814,73

COSTOS VARIABLES DULCE PAPAYA, PIÑA Y COCO

Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Dulce de Papaya, Piña y Coco	\$ 4.500,00	1,00	1	\$ 4.500,00
Transporte Local	\$ 165,38	1,00	1	\$ 165,38

Exportación	\$ 1.149,85	1,00	1	\$ 1.149,85
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 5.815,23

COSTOS VARIABLES AREQUIPE DE ARRACACHA

Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Arequipe de Arracacha	\$ 5.500,00	1,00	1	\$ 5.500,00
Transporte	\$ 165,38	1,00	1	\$ 165,38
Exportación	\$ 1.149,35	1,00	1	\$ 1.149,35
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 6.814,73

COSTOS VARIABLES AREQUIPE DE BANANO

Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Arequipe de Banano	\$ 5.500,00	1,00	1	\$ 5.500,00
Transporte Local	\$ 165,38	1,00	1	\$ 165,38
Exportación	\$ 1.149,85	1,00	1	\$ 1.149,85
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 6.815,23

COSTOS FIJOS MENSUALES

Salarios	\$ 1.072.000
Prestaciones Sociales	\$ 488.490
Arriendo	\$ 300.000
Servicios	\$ 180.000
Mantenimiento	\$ 5.833
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 2.046.323

8.2.2.3 Gastos Mensuales

Gastos Administrativos y legales

Salarios	\$ 2.144.000
Prestaciones Sociales	\$ 976.980
Gastos de representación	\$ 100.000
Papelería	\$ 40.877
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 11.666
Arriendo	\$ 700.000
Honorarios	\$ 300.000
Imprevistos	\$ 427.352
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 4.700.875

Gastos Distribución y Ventas

Publicidad y Mercadeo	\$ 500.000
Representación Comercial	\$ 1.000.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 1.500.000

Gastos Amortización de diferidos

Gastos Pre-operativos Exigibles	Amortización
Constitución y registro	\$ 1.458,3
Presentación y Promoción	\$ 5.000,0
Salarios	\$ 15.000,0
Costos financieros	\$ 0,0
Viaje y representación	\$ 3.333,3
Publicidad y Promoción	\$ 16.666,7
Total Amortización Mensual	\$ 41.458,3

8.2.2.4 Gastos Financieros

AÑO	INTERESES
1	\$ 20.850.041
2	17.353.521
3	13.311.003
4	8.637.230
5	3.233.626

8.3 Estados Financieros proyectados

8.3.1 Flujo de Caja proyectado.

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 484.272.000	\$ 594.928.152	\$ 730.869.235	\$ 897.872.855	\$ 1.103.036.802
- Costos variables		\$ 321.912.421	\$ 334.788.917	\$ 348.180.474	\$ 362.107.693	\$ 376.592.001
- Costos fijos		\$ 98.966.380	\$ 102.925.035	\$ 107.042.036	\$ 111.323.718	\$ 115.776.666
Costos fijos de Producción		\$ 24.555.876	\$ 25.538.111	\$ 26.559.635	\$ 27.622.021	\$ 28.726.902
Costos fijos de Administración		\$ 56.410.504	\$ 58.666.924	\$ 61.013.601	\$ 63.454.145	\$ 65.992.311
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 18.000.000	\$ 18.720.000	\$ 19.468.800	\$ 20.247.552	\$ 21.057.454
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.508.964	\$ 2.508.964	\$ 2.508.964	\$ 2.508.964	\$ 2.508.964
- Intereses Crédito		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 60.884.236	\$ 154.705.236	\$ 273.137.761	\$ 421.932.480	\$ 608.159.171
- Impuestos	\$ 0	\$ 20.091.798	\$ 51.052.728	\$ 90.135.461	\$ 139.237.719	\$ 200.692.527
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	\$ 40.792.438	\$ 103.652.508	\$ 183.002.300	\$ 282.694.762	\$ 407.466.645
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.508.964	\$ 2.508.964	\$ 2.508.964	\$ 2.508.964	\$ 2.508.964

+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 169.748.037
Prestamos	\$ 0					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 173.770.945
Valor de Salvamento						-\$ 4.022.908
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 157.062.044	\$ 5.941.605	\$ 6.179.269	\$ 6.426.440	\$ 6.683.498	\$ 0
Activos Fijos	\$ 6.034.412					
Pago Crédito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 2.487.500					
Capital de Trabajo	\$ 148.540.132	\$ 5.941.605	\$ 6.179.269	\$ 6.426.440	\$ 6.683.498	
FLUJO DE CAJA	-\$ 157.062.044	\$ 37.359.797	\$ 99.982.203	\$ 179.084.823	\$ 278.520.228	\$ 579.723.645

Flujo De Caja Inversionista.

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 484.272.000	\$ 594.928.152	\$ 730.869.235	\$ 897.872.855	\$ 1.103.036.802
- Costos variables		\$ 321.912.421	\$ 334.788.917	\$ 348.180.474	\$ 362.107.693	\$ 376.592.001
- Costos fijos		\$ 98.966.380	\$ 102.925.035	\$ 107.042.036	\$ 111.323.718	\$ 115.776.666

Costos fijos de Producción		\$ 24.555.876	\$ 25.538.111	\$ 26.559.635	\$ 27.622.021	\$ 28.726.902
Costos fijos de Administración		\$ 56.410.504	\$ 58.666.924	\$ 61.013.601	\$ 63.454.145	\$ 65.992.311
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 18.000.000	\$ 18.720.000	\$ 19.468.800	\$ 20.247.552	\$ 21.057.454
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.508.964	\$ 2.508.964	\$ 2.508.964	\$ 2.508.964	\$ 2.508.964
- Intereses Crédito		\$ 20.850.041	\$ 17.353.521	\$ 13.311.003	\$ 8.637.230	\$ 3.233.626
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 40.034.195	\$ 137.351.715	\$ 259.826.757	\$ 413.295.251	\$ 604.925.545
- Impuestos	\$ 0	\$ 13.211.284	\$ 45.326.066	\$ 85.742.830	\$ 136.387.433	\$ 199.625.430
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	\$ 26.822.910	\$ 92.025.649	\$ 174.083.927	\$ 276.907.818	\$ 405.300.115
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.508.964	\$ 2.508.964	\$ 2.508.964	\$ 2.508.964	\$ 2.508.964
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 152.822.044	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 169.748.037
Prestamos	\$ 152.822.044					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 173.770.945
Valor de Salvamento						-\$ 4.022.908
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 157.062.044	\$ 28.333.057	\$ 32.067.242	\$ 36.356.930	\$ 41.287.761	\$ 40.007.867

Activos Fijos	\$ 6.034.412					
Pago Crédito (Capital)		\$ 22.391.451	\$ 25.887.972	\$ 29.930.490	\$ 34.604.263	\$ 40.007.867
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 2.487.500					
Capital de Trabajo	\$ 148.540.132	\$ 5.941.605	\$ 6.179.269	\$ 6.426.440	\$ 6.683.498	
FLUJO DE CAJA	-\$ 4.240.000	\$ 998.818	\$ 62.467.372	\$ 140.235.962	\$ 238.129.021	\$ 537.549.249

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

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 +	40.356.000	40.356.000	40.356.000	40.356.000	40.356.000	40.356.000	40.356.000	40.356.000	40.356.000	40.356.000	40.356.000	40.356.000
Costo - Variables	26.826.035	26.826.035	26.826.035	26.826.035	26.826.035	26.826.035	26.826.035	26.826.035	26.826.035	26.826.035	26.826.035	26.826.035
Costos Fijos Producción -	2.046.323	2.046.323	2.046.323	2.046.323	2.046.323	2.046.323	2.046.323	2.046.323	2.046.323	2.046.323	2.046.323	2.046.323
Gastos Depreciación -	167.622	167.622	167.622	167.622	167.622	167.622	167.622	167.622	167.622	167.622	167.622	167.622
Utilidad Bruta en = Ventas	11.316.020	11.316.020	11.316.020	11.316.020	11.316.020	11.316.020	11.316.020	11.316.020	11.316.020	11.316.020	11.316.020	11.316.020
Costos - fijos de	4.700.875	4.700.875	4.700.875	4.700.875	4.700.875	4.700.875	4.700.875	4.700.875	4.700.875	4.700.875	4.700.875	4.700.875

	Administración												
-	Costos Fijos de Ventas y Distribución	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
-	Amortización de diferidos	41.458	41.458	41.458	41.458	41.458	41.458	41.458	41.458	41.458	41.458	41.458	41.458
=	Utilidad Operativa	5.073.686	5.073.686	5.073.686	5.073.686	5.073.686	5.073.686	5.073.686	5.073.686	5.073.686	5.073.686	5.073.686	5.073.686
+	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	5.073.686	5.073.686	5.073.686	5.073.686	5.073.686	5.073.686	5.073.686	5.073.686	5.073.686	5.073.686	5.073.686	5.073.686
-	Impuestos	1.674.316	1.674.316	1.674.316	1.674.316	1.674.316	1.674.316	1.674.316	1.674.316	1.674.316	1.674.316	1.674.316	1.674.316
=	UTILIDAD NETA	3.399.370	3.399.370	3.399.370	3.399.370	3.399.370	3.399.370	3.399.370	3.399.370	3.399.370	3.399.370	3.399.370	3.399.370
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

=	Utilidades no Repartidas	3.399.370	3.399.370	3.399.370	3.399.370	3.399.370	3.399.370	3.399.370	3.399.370	3.399.370	3.399.370	3.399.370	3.399.370
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	3.399.370	6.798.740	10.198.110	13.597.479	16.996.849	20.396.219	23.795.589	27.194.959	30.594.329	33.993.698	37.393.068	40.792.438

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno del Proyecto

Tasa Interna de Oportunidad	51,11%
Valor Presente Neto	90.363.401
Tasa Interna de Retorno	73,36%

8.4.2 Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno del Inversionista

Tasa Interna de Oportunidad	51,11%
Valor Presente Neto	178.332.125
Tasa Interna de Retorno	406,24%

8.4.3 Análisis de sensibilidad (Variación de Costos Variables)

La variación que podría manejar el proyecto en sus costos variables es un aumento del 23%, durante el flujo de caja de 5 años.

Tasa Interna de Retorno	51,11%
Valor Presente Neto	1.306.323
Tasa Interna de Retorno	51,42%

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

La variación que podría manejar el proyecto sería un -12% en el precio durante el flujo de caja de 5 años. Siendo así un proyecto muy sensible a la variación del precio pues maneja un margen muy pequeño.

Tasa Interna de Retorno	51,11%
Valor Presente Neto	1.500.760
Tasa Interna de Retorno	51,48%

9. CONSIDERACIONES FINALES

Con el estudio se puede concluir que los objetivos planteados con esta investigación se alcanzaron y podrán ser puestos en marcha

En el estudio Técnico y Comercial, se puede afirmar que se encontraron muchas opciones de proveedores que cumplen con los requisitos para realizar la exportación de los mismos y además poseen variedad de productos y sabores, que permiten ampliar el portafolio de productos ofrecidos por la *Comercializadora Soft & Sweet*, logrando de esta manera aumentar las ventas y abrir nuevos mercados.

En el estudio Legal y Organizacional, se determina que actualmente el gobierno facilita la creación de empresa, documenta y capacita a las personas interesadas, además ofrece beneficios económicos como el pago de impuestos, el no pago del registro mercantil y la exoneración del IVA entre otros, de acuerdo a la ley a la cual se acoja, en la parte Organizacional se encuentra que cada uno de los miembros de este grupo de investigación cuenta con el perfil adecuado para desarrollar las actividades requeridas por la empresa.

En el estudio Financiero, se estipula que el proyecto a pesar de ser muy sensible a la variación del precio, alcanza una tasa interna de retorno muy superior a la tasa interna de oportunidad tanto desde el punto de vista del proyecto como del inversionista.

Las principales estrategias que se deben poner en práctica para iniciar el proyecto, son las estrategias de mercadeo, las cuales permitirán alcanzar los mercados propuestos.

Como consideración especial es necesario que en el momento de ejecutar el proyecto, se deba tener en cuenta el aspecto de Mercado, generando estrategias comerciales que incrementen el nivel de ventas y así tener un resultado Financiero superior.