



NOMBRE DEL PROYECTO

NOMBRE DE LA EMPRESA
DEPARTAMENTO O DEPENDENCIA
FECHA



NOMBRE DEL PROYECTO
Plan de Negocios



Nombre de la Empresa
Nombre del Departamento, División o Dependencia
Ciudad, Mes, Año



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

NOMBRE DEL PROYECTO

Contenido - Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

- 3.1. Nombre de la Empresa
- 3.2. Descripción de la Empresa
- 3.3. Misión de la Empresa
- 3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo
- 3.5. Ventajas Competitivas
- 3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir
- 3.7. Relación de productos y/o servicios
- 3.8. Justificación del Negocio
- 3.9. Análisis del entorno y del sector
- 3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio

4. ANALISIS DEL MERCADO

- 4.1. Objetivos de Mercadeo
- 4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios
- 4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios
 - 4.3.1. El Mercado Meta
 - 4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor
- 4.4. El Mercado Proveedor
 - 4.4.1. Proveedores
 - 4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor
- 4.5. El Mercado Competidor
 - 4.5.1. Competidores
 - 4.5.2. Estudio del Mercado Competidor
- 4.6. El Mercado Distribuidor
 - 4.6.1. Distribución
 - 4.6.2. Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.3. Distribución Directa (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.4. Manejo de Inventarios
 - 4.6.5. Comunicación
 - 4.6.6. Actividades de promoción y divulgación
- 4.7. Precios de los Productos
 - 4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
 - 4.7.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos
 - 4.7.3. Los Precios de los Productos propuestos
 - 4.7.4. Política de Precios

- 4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado
- 4.10. Plan de ventas

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

- 5.1. Objetivos de producción
- 5.2. Descripción del proceso de producción
- 5.3. Capacidad de producción
- 5.4. Plan de Producción
- 5.5. Recursos materiales y humanos para la producción
 - 5.5.1. Locaciones
 - 5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.
 - 5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.
 - 5.5.4. Requerimientos de servicios.
 - 5.5.5. Requerimientos de personal.
- 5.6. Programa de producción

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

- 6.1. Procesos Administrativos
 - 6.1.1. Descripción de los procesos administrativos
 - 6.1.2. Procesos administrativos externalizados
- 6.2. Estructura Organizacional del Negocio
 - 6.2.1. Organigrama
 - 6.2.2. Descripción funcional de la Organización
- 6.3. Recursos materiales y humanos para la administración
 - 6.3.1. Locaciones
 - 6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.
 - 6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.
 - 6.3.4. Requerimientos de servicios.
 - 6.3.5. Requerimientos de personal
- 6.4. Programa de administración

7. ASPECTOS LEGALES

- 7.1. Tipo de Organización empresarial
- 7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

8. ASPECTOS FINANCIEROS

- 8.1. Estructura Financiera del proyecto
 - 8.1.1. Recursos Propios
 - 8.1.2. Créditos y Prestamos Bancarios
- 8.2. Ingresos y Egresos
 - 8.2.1. Ingresos
 - 8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.
 - 8.2.1.2 Otros Ingresos
 - 8.2.2. Egresos
 - 8.2.2.1. Inversiones
 - 8.2.2.2. Costos
 - 8.2.2.3. Gastos
 - 8.2.2.4. Gastos Financieros

- 8.3. Estados Financieros Proyectados
 - 8.3.1. Flujo de Caja
 - 8.3.2. Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)
 - 8.3.3. Balance General
- 8.4. Evaluación financiera del proyecto
 - 8.4.1. Valor Presente Neto
 - 8.4.2. Tasa Interna de Retorno
 - 8.4.3. Indicadores Financieros proyectados
 - 8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)
 - 8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

El negocio consiste en la creación de una empresa exportadora de pasifloras o un fruto exótico que se encuentra en muy pocos lugares en el mundo y Colombia cuenta con las variables perfectas para poder obtener este fruto tan apetecido tanto en el mercado nacional como en el exterior. La granadilla sería nuestra pasiflora a exportar la cual es un fruto en forma de baya de una cubierta dura y casi esférica de color naranja-amarillo con un brillo natural característico de este tipo de fruto, pero esta es cultivada de una forma diferente a las tradicionales, ya que esto nos daría una ventaja comparativa ante otros exportadores puesto que sería un cultivo totalmente orgánico y además de eso sería una contribución al medio ambiente porque al ser un producto natural, este ayudaría con la salubridad de aquellas personas que lo consumen.

Este fruto se venderá en el exterior por unidades, su valor añadido constaría de un tipo de cera que recubre todo el diámetro del fruto el cual le permite una vida útil de 20 o 25 días todavía apta para su consumo y una apariencia fresca y atractiva.

Se necesita una inversión de \$203.000.000 para que el cultivo llegue a su etapa de producción que tardaría cerca de 12 meses. El emprendedor hace un aporte del 100 % de esta cantidad para después llevarlo a su comercialización en Estados Unidos un país que cuenta con una gran cantidad de hispanos (53 millones 27 mil 708 en el 2012) las personas entre los 35 y 55 años son las que más consumen frutas ya que tienen mayores ingresos y adicionalmente mayor interés en productos saludables y nutritivos. Los cuales ya conocen el fruto y desearían consumirlo de nuevo puesto que este cuenta con grandes beneficios para la salud tales como: Ayuda a la cicatrización de las úlceras, frena el desarrollo de los tumores de cáncer de próstata, es un estimulante digestivo y puede ser consumido en diversas presentaciones tanto como postres, jugos, tartas o algunas salsas o tal vez sea una buena opción para llevar como algún tipo de onces.

A los clientes se les mostrará el manejo tan riguroso que se le hace al cultivo por medio de videos, fotografías, exámenes de suelos, residualidad sobre el fruto y la trazabilidad que se le ha llevado al cultivo durando los 12 meses para darle una confiabilidad sobre el producto que va llevar y el buen negocio que obtendrá al contactar con nosotros.

La empresa contará con 10 empleados tanto administrativos como operarios de producción no obstante el producto nos arroja los siguientes análisis financieros los cuales nos muestran los costos variables de \$8.761.800 y unos costos fijos de \$21.846.175, su tasa interna de oportunidad es del 34.49 % y una variación de la demanda de -35% y una variación del precio de un -45%, cuenta con un punto de equilibrio en unidades del 0.43% y punto de equilibrio en pesos \$25.581.899 sería lográndonos mostrar la gran flexibilidad con la que cuenta nuestro producto de granadilla línea verde.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Jeferson Jimenez Ibarra

Identificación: 1.152.449.331

Teléfono: 578-34-32

Celular: 321-815-0918

Dirección: carrera 66 N° 32B-85

Barrio: Belén Fátima

Ciudad: Medellín

Correo Electrónico: Jefersonjiba@hotmail.com

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Este proyecto es realizado principalmente por motivaciones personales con el fin de crear empresa y usar los conocimientos adquiridos durante la tecnología para lograr que esta idea de negocio sea rentable, puesto que esta investigación ha logrado mostrar las diferentes variables que puede tener el proyecto tanto positivas como negativas si no se conoce del manejo del mismo llegando a verse como una buena e idea de negocio dejando una rentabilidad considerable, tomando esta como oportunidades significativas a la hora de llevar a cabo dicha idea. Logrando cambiar el método tradicional en el que se produce este producto ayudando así al medio ambiente y llegando a obtener una producción limpia que no afecte la salud de nuestros consumidores.

Cambiando la conciencia tanto de cultivadores como de consumidores llegando hacer un punto de referencia para cultura Colombiana o tradicional a la hora de sembrar y consumir diversos productos agrícolas, ya que si podemos generar una base de datos en la cual se pueda consultar o asesorarse sobre esta nueva tendencia que ahora está dándole la vuelta al mundo y porque no empezar con este nueva cultura.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

J.O.J XM S.A.S

3.2 Descripción de la Empresa

J.O.J XM S.A.S es una micro empresa dedicada a la producción y comercialización de granadilla línea verde, con sede comercial en el poblado y sede de producción en Rio Negro, creada por tres asociados, la idea surge porque uno de los tres socio a conocido el producto durante 10 años y con la investigación realizada se ha visto una muy buena oportunidad de negocio.

3.3 Misión de la Empresa

Misión

Esta empresa va a comercializar, posicionar y distribuir los productos que lleguen a satisfacer al cliente para potenciar nuestras ventas generando mayor rentabilidad y beneficios tanto para nuestros trabajadores como para nuestros socios comerciales.

Visión

Lograr competir en el mercado nacional e internacional puesto que nuestros productos nos diferenciaran del resto de la competencia, consiguiendo así poder identificarnos a corto plazo en el mercado, volviéndonos más profesionales a la hora de distribuir la diferente variedad de artículos

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivo General

Promover la línea verde en Colombia con su debida trazabilidad a la hora de cultivar los diferentes productos como la granadilla para así fortalecer su consumo y reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional.

Objetivos Específicos

- Aprovechar los actuales acuerdos comerciales que se encuentran vigentes en el país, en este caso con Estados Unidos

- Ofrecer un producto totalmente orgánico o de producción limpia que ayude con la salud de nuestros consumidores.
- Realizar campañas publicitarias para mostrar los diferentes beneficios que el producto pueda traer, incentivando su consumo y la forma en la que el producto se ve a nivel internacional

3.5 Ventajas Competitivas

- Es un producto que ofrece diversos beneficios alimenticios y medicinales al consumidor que vela por su salud
- Los materiales utilizados para la producción son totalmente orgánicos los cuales no dejan residualidad sobre el fruto.
- La empresa cuenta con un personal totalmente calificado y capacitado, el cual permite brindar confianza a nuestro cliente a la hora de pedir nuestro producto.
- La empresa se encuentra gestionando certificados de la Global G.A.P y F.D.A los cuales le darán un valor agregado a nuestro producto y confiabilidad a la hora de consumirlo.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

Determinar los factores que inciden en la capacidad productiva del cultivo y los requisitos que se deben tener para lograr una adecuada exportación del fruto orgánico que se encuentra en su etapa de crecimiento ubicado en el municipio de Abejorral.

3.7 Relación de productos y/o servicios

Portafolio: Caja de Granadilla por 12 Unidades

- Peso neto: 1.8 kilos
- Pesos bruto: 2.2 kilos

Tabla #1

PRODUCTO	
Datos del producto	Nombre del producto: Cardamomo Molido
	Marca: J.O.J XM
	Registro ICA: En tramite
Lugar de Producción	Departamento de Antioquia
	Ciudad: Medellín
Composición	Granadilla enserada
Conservación	En lugar Fresco y seco

3.8 Justificación del Negocio

Debido a las circunstancias y al manejo tan riguroso que se le debe hacer al producto que se va comercializar debemos tener en cuenta, como requisito importante un sistema de trazabilidad que le genere confianza al cliente. Sin dejar de un lado todos los parámetros que se debe lograr para poder cumplir los requerimientos estipulados por las diferentes entidades públicas del orden nacional como ICA e internacionales como F.D.A Y GLOBAL G.A.P

3.9 Análisis del entorno y del sector

3.9 ANALISIS DEL ENTORNO Y DEL SECTOR

Para la obtención de los resultados esperados a la hora de realizar una idea de negocio es indispensable estudiar una serie de factores que inciden de manera directa o indirecta en el proyecto; Esto por medio de diferentes análisis que se pueden obtener de estudios previos para evaluar las posibilidades o amenazas presentes en el entorno, a continuación se plasmaran algunos de estos factores:

ANALISIS DEL ENTORNO

Factor Medioambiental:

- Ventajas de un cultivo orgánico de granadilla según el agrónomo certificado, En estos cultivos jamás se encontraran aditivos químicos cualquier otra clase de sustancia que contenga algún tipo de aditivos sintéticos, la producción no solo es beneficiosa para el consumo humano si no también que beneficia el medio ambiente evitando contaminación y permitiendo la regeneración del suelo.
- Conocer el cuidado del cultivo: Este es un tema primordial a la hora de hacer un análisis, ya que en nuestro caso es gran parte de la razón de ser del negocio, pues es gracias al

manejo del cultivo donde se produce una fruta totalmente exótica, con calcio en su cascara un porcentaje de acides optimo y con un llenado especial. Por lo tanto es importante conocer el cuidado pertinente, tiempos de cultivo, entre otros aspectos que se deben dar para la cosecha de la “fruta de la pasión” llamada así por sus múltiples beneficios.

- Permisos y certificaciones que requiere el producto para ser exportado: Este tema es de atención, hay que conocerlo muy a fondo pues en la actualidad es un factor fundamental para las empresas y una gran herramienta para exportar, fuentes de Proexport revelan que: “Para los productores y exportadores Colombianos de Alimentos, las certificaciones Internacionales además de darle un mayor valor agregado a su oferta, son un prerrequisito para poder exportar con éxito

Los documentos que los agentes aduaneros exigen a la hora de exportar son los documentos soportes (certificados fitosanitarios, certificado del ICA), descripción de la mercancía, ya otras certificaciones son como valor agregado al país de destino y sus requerimientos.

- Contribución al Medio ambiente: Al ser un producto natural orgánico, este contribuye no solo con el medio ambiente, sino también con la salubridad de aquellas personas que lo consumen ya que posee múltiples beneficios adicionando que todos los procesos se llevan con alto estándar de calidad, certificando aquella contribución tanto al medio ambiente como al consumo humano.

“Para ser competitivos es fundamental adaptarse a la cultura del cliente y ofrecer productos con valor agregado acorde a sus gustos, para marcar la diferencia y ganar espacios en mercados cada vez más exigentes y competidos. Una tendencia en muchos países es la preocupación del consumidor por su salud, alimentación y físico. Esto genera nuevos hábitos de vida y con ellos la mayor demanda de alimentos bajos en azúcar, orgánicos y con ingredientes naturales y empaques ecológicos.

- Influencia de los Acuerdos comerciales: Gracias a estos acuerdos comerciales (TLC) podemos tener una oportunidad más factible a la hora de exportar a los Estados Unidos y aprovechar las oportunidades que este país nos brinda como ese nuevo auge por buscar alternativas de comida sana donde esta diferencia es bien remunerada ya que sería un producto de alta calidad porque en este país el consumo de frutas per cápita es creciente y entre sus preferencia se encuentran las frutas exóticas y orgánicas, “ Los estadounidenses evitan las comidas perjudiciales para la salud, el 60% cuida el contenido de grasas en su dieta y el 69% escoge aperitivos saludables.” (Cámara de Comercio)
- “El sector agrícola representa gran parte del PIB en Colombia pero la mayoría de cultivos

no son línea verde u orgánica, ya que la mayoría de las tierras de cultivo certificadas como orgánicas son para la producción de café (25%), frutas (18%), aceite de palma 15 (%), caña de azúcar (15%), palmito (14%) y plantaciones mixtas (12%). El porcentaje relativamente alto de producción de fruta orgánica es engañoso ya que incluye un área de 5,100 hectáreas de recolección silvestre de mangos, las superficies completamente certificadas para frutas orgánicas son 7,933.77 hectáreas y adicionalmente 707.42 hectáreas están en el proceso de conversión a la agricultura orgánica” (Proexport)

Comportamiento del sector: El sector agropecuario se encontraba en un crecimiento progresivo hasta los años 2008,2009 y 2010 donde tuvo unos crecimientos negativos los cuales no aportaban al PIB pero esto cambio en los años siguientes donde este sector comenzó a generar un incremento entre el 2.4% y el 2.6% hasta el 2012, no obstante el PIB per cápita continuo avanzando hasta el segundo trimestre de este año donde nos mostró un crecimiento del 7.6% según el DANE. Lo que nos muestra el gran dinamismo del sector agropecuario y su confiabilidad a la hora de invertir dándonos así unas bases más sólidas para nuestro proyecto de cultivación de granadilla línea verde

Áreas de producción (y en proceso de conversión) de frutas orgánicas en Colombia 2010
Tabla # 2

Fruta	Certificadas (en ha)	En conversión (en ha)
Banano	1,805.82	1.05
Aguacate	5.84	
Mora	51.39	2
Guayaba	130.2	17
Uchuva	6.48	10.7
Piña	10	1.7
Mango (principalmente silvestre)	5,869.85	7
Papaya	14	
Tamarindo	18	
Maracuyá	14	155.9
Guanábana	5	
Asociados	3.19	
Lulo		71
Mandarina		83.07
Limón		1.84
Otras frutas		117.5
Total	7,933.77	707.42

Tabla de Proexport

- Al parecer esta cultura orgánica no se ha llegado a un apogeo significativo en Colombia puesto que estos productos son más difíciles de manejar a la hora de cultivar y por esto se ve referenciado en su precio el cual es un poco más costoso de lo habitual como se podría ver referenciado en la siguiente tabla de Proexport

Tabla # 3

Ejemplo de varias verduras Orgánicas

Producto	Precio en pesos	Marca comercial
Salad (Lechuga Morada)	3.130,00	Defrescura
6 Tomatoes (1000 gr.)	8.300,00	Taeq (Exito)
Cebolla (500gr.)	6.040,00	Taeq (Exito)
Zuchini (500 gr.)	4.500,00	Vitta Pura
Calabacin (500 gr.)	4.500,00	Vitta Pura
Ruculla (150 gr.)	11.500,00	Defrescura
Cubios (1000 gr.)	5.050,00	Montaña Pura

Tabla de Proexport

- Para poder certificar los cultivos de granadilla línea verde se necesitan unos requisitos esenciales, los cuales son:

Desde el 2006, el esquema de certificación nacional para la agricultura orgánica está vigente, el cual incluye un logotipo nacional para los productos alimenticios orgánicos. Los organismos de certificación localizados en Colombia necesitan un registro. Estos deben informar periódicamente al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural sobre las nuevas operaciones certificadas. En septiembre de 2010, la base de datos oficial de “operadores orgánicos certificados” ha mostrado las siguientes cifras básicas (organismos de certificación extranjeros no registrados sin sucursal en Colombia, por ejemplo IMO no están obligados a reportar al Ministerio. Por lo tanto el autor asume que las cifras finales son ligeramente más altas que las Presentadas en la base de datos).

- 156 operaciones certificadas (incluyendo grupos Productores)
- 5,704 agricultores orgánicos
- 49,072 hectáreas certificadas o 1.29% del total dela tierra de cultivo (de estos hay 7,930 hectáreas en proceso de convertirse en orgánicas o 0.21% del total de la tierra de cultivo y 41,142 hectáreas son completamente orgánicas)

Tabla

Organismos de certificacion aprobado en Colombia

Tabla # 4

Razón Social	Departamento	Municipio	Web	Email
CONTROL UNIÓN	BOGOTÁ	BOGOTÁ	www.controlunion.com	dsepulveda@hotmail.com
Biotropico	VALLE DEL CAUCA	CALI	www.biotropico.com	gerencia@biotropico.com
COTECNA CERTIFICADORA	BOGOTÁ	BOGOTÁ	www.cotecna.com.co	paola.velandia@cotecna.com.co
BCS ÖKO GARANTIE	BOGOTÁ	BOGOTÁ	www.bcs-oeko.com	tecnica@bcscolombia.com
ECOCERT	BOGOTÁ	BOGOTÁ	www.ecocert.com	office.colombia@ecocert.com
CERES Certification	VALLE DEL CAUCA	CALI	www.ceres-cert.com	auditora.cerescolombia@gmail.com

Tabla de Proexport

Distribucion regional de tierras de cultivos organicos en Colombia
Tabla # 5

Departamento	Grand Total (ha)
ANTIOQUIA	415,02
ATLANTICO	504,74
BOGOTÁ, DIST. CAPITAL	20,93
BOLIVAR	0
BOYACÁ	2,92
CALDAS	1620,81
CAUCA	7418
CESAR	7417,4
CHOCÓ	173,55
CÓRDOBA	25
CUNDINAMARCA	428,1
HUILA	519,39
LA GUAJIRA	0
MAGDALENA	13194,8
META	0
NARIÑO	16,78
QUINDIO	166,27
RISARALDA	87,26
SANTANDER	7207,42
TOLIMA	649,85
VALLE DEL CAUCA	9216,75
Grand Total	49084,99



Tabla de Proexport

En esta tabla podemos ver que hay sectores de Colombia que ni siquiera han empezado sus cultivos de línea verde u orgánica aunque hay otros sectores como (Caldas, Magdalena y Valle del Cauca que ya están certificando sus cultivos y pueden ser los pioneros más representativos a la hora de manejar la línea verde

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

Para la elaboración de todo proyecto es fundamental la investigación previa de todas las variables que influyen en el entorno, y de una u otra manera invierten positiva o negativamente en la organización, siendo muy importante que las compañías antes de ser realizadas evalúen su capacidades y se proyecten a un entorno ligeramente cambiante, por lo tanto es necesario conocer factores económicos, factores políticos-legales, competencia, productos sustitutos, aspectos socio- culturales puesto que con estos la empresa tendrá unas bases que le permitirán realizar el resto del estudio con mayor facilidad.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

- Lograr un crecimiento paulatino de las ventas en un 7% a mediano plazo (1 año)
- Posicionar el producto en su propio cubículo en el cual se muestren las especificaciones de este producto, como sus bondades referentes al tema de la salud
- Poder otorgar degustaciones, promocionando así su consumo por medio del voz a voz, permitiéndole al cliente conocer sus cualidades para incentivarlo a llevar el producto

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Tabla # 6

Ficha técnica del producto o servicio	
Nombre del producto	Granadilla línea verde
Características técnicas	Granadilla, es una planta trepadora El fruto de color anaranjado, dorado, pardo o amarillo con pequeñas pintas claras. Tiene forma redondeada. Su tamaño es de 6,5 a 8 cm de largo
Necesidades a satisfacer	La granadilla busca satisfacer las necesidades de las personas que llevan un estilo de vida saludable o un estilo de vida verde pues cuenta con beneficios nutricionales y ayuda a las personas con problemas de colon llevándolos a consumir un producto orgánico
Usos del producto	De uso culinario el cual podría servir como un buen aperitivo o postre
Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> • Es un buen complemento nutricional • Funciona como tranquilizante natural • Puede ayudar a la cicatrización de las úlceras • Un consumo diario frena el desarrollo de los tumores frente al cáncer de próstata • Alivia la tos y baja la fiebre • Su jugo funciona como estimulante digestivo
Diseño/empaque/duración	Se usara mayalon para protegerla, cera para aumentar su tiempo de consumo en una caja de 12 unidades, totalmente protegida para evitar aberturas entre 12.5° y 15°

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Tabla # 7

	País 1	País 2
1. Economía, política y geografía		
País:	ESTADOS UNIDOS	HOLANDA
Población	318,892,103	16.795.000
Moneda:	DOLAR USD \$	EURO €
PIB:	USD \$ 16,80 Billones	USD \$ 800.2 Mil Millones
PIB per Cápita:	53.142,89 USD	47.617,40 USD

Cambio de la moneda X US\$:	COP \$ 1962,84	COP \$ 2508.01
Inflación %:	1.5% (2013 est.)	2.5% (2013 est.)
Socios de exportación:	Canadá 18.9%, México 14%, China 7.2%, Japón 4.5%	Alemania 26.5%, Bélgica 13.7%, Francia 8.8%, UK 8%, Italia 4.5% (Est. 2012)
Socios de importación:	China 19%, Canadá 14.1%, México 12%, Japón 6.4%, Alemania 4.7%	Germany 13.8%, China 12%, Belgium 8.4%, UK 6.7%, Russia 6.4%, US 6.1% (Est. 2012)
Productos de importación:	*Productos Agrícolas 4.9% *Suministros industriales 32.9% *Bienes de capital 30.4% *Bienes de consumo 31.8%	Maquinaria y equipo de transporte, productos químicos, combustibles, alimentos, prendas de vestir
Productos de exportación:	agricultural products 9.2%; industrial supplies;26.8%, capital goods 49.0%, consumer goods 15.0%	Maquinaria y equipo, productos químicos, combustibles; productos alimenticios
Eficiencia despacho de Aduanas (1= baja a 5= alta)	3.67	3.85
Idioma:	Ingles	Holandés
Religión:	No Aplica	No Aplica
Tipo de Gobierno:	Republica - Demócrata	Monarquía
Clima y estaciones:	Verano - Invierno - Primavera - Otoño	Verano - Invierno - Primavera - Otoño
Océanos:	Norte del océano pacifico y Atlántico	Mar del norte
2. Transporte		
Costo estimado transporte:	Santa Marta - Miami Contenedor 20´ USD \$829 Contenedor 40´ USD \$954 Bogotá - Chicago - Vuelo: Carga General +500 KGS Valor tarifa USD \$ 1.10	Bogotá - Ámsterdam Vuelo: Carga General. Escala +500 KGS Valor tarifa USD \$ 1.80
Tiempo de tránsito:	Aéreo: 1 día Marítimo: 8 días aprox.	Aéreo: 1 ó 2 días Marítimo: 21 días aprox.
Frecuencia:	Vuelo: Diario	Vuelo: Diario
Calidad Infraestructura relacionada al comercio Internacional. 1= baja a 5= alta	4.14	4,15

Aeropuertos (nombrarlos):	Memphis (Tennessee) - Anchorage (Alaska) - Louisville (Kentucky) - Miami (Florida) - Los Ángeles (California)	*SCHIPOL 15 km al sur de Amsterdam *EINDHOVEN - A 10 Km de Eindhoven *ROTTERDAM THE HAGUE *AACHEN, MAASTRICHT
Puertos (nombrarlos):	Los Angeles - Long Beach - Oakland - New York/New Jersey - Savannah - Charleston - Miami - Port Everglades o Houston.	*EUROPOORT, MAARDIJK, AMSTERDAM, DORDRECHT, ROTTERDAM y ENCLUSA
3. Régimen arancelario, aduanero y comercial		
Arancel:	0%	0%
Iva:	7%	6%
Otros impuestos:		
Normas de entrada:		Voluntario - Productos de producción ecológica
Otros requisitos:	- Factura comercial - Packing list -Debe estar registrada en la FDA (Food and Drug Administration) y tener un n° de registro.	- Factura comercial - Packing list
Tratados o convenios con Colombia:	TLC Estados Unidos - Colombia	TLC Union Europea - Colombia

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

- Conocer que cantidad de clientes están dispuestos a consumir el producto.
- Saber en qué lugares es más aceptado el producto.
- Obtener precios que puedan ser accesibles al nicho de mercado.

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

La información recolectada ha sido en su mayoría fuentes de internet como informes y estadísticas de diferentes entidades (DANE, Proexport), a su vez de análisis y estudios realizados por personas expertas en el tema, además páginas que contienen tanto datos Nacionales como internacionales.

c) Aplicación de la Medios

Los medios usados fueron a través de vía Internet, localización de páginas, estadísticas que poseían algunas entidades certificadas las cuales nos garantizan sus resultados

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

En Estados Unidos las personas entre los 35 y 55 años son las que más consumen frutas ya que tienen mayores ingresos y adicionalmente mayor interés en productos saludables y nutritivos. Pero se ha visto evidenciado un aumento en el consumo de frutas en el sexo femenino a diferencia de su contraparte puesto que ellas le dan una mayor importancia al cuidado del cuerpo, las dietas, las calorías y un sinfín de variables a tomar en cuenta.

Adicionalmente es importante tener en cuenta a los consumidores hispanos que son un grupo en constante crecimiento en este país, este grupo objetivo disfruta y acostumbra tener frutas frescas a diario.

En los estados Unidos la población de hispanos era de un 16% en el 2010 de la población total “a Oficina del Censo de Estados Unidos en su primer desglose demográfico nacional muestra que la población de hispanos aumento en un 50% a 53 millones 27 mil 708 en el 2012.

En esta estancia podemos ver que hay un gran nicho de mercado en Estados Unidos puesto que hay una cantidad significativa de posibles consumidores dispuestos a llevar nuestro producto a la mesa de su hogar, pensando en su bienestar y en todos los beneficios que puede conllevar el consumo de dicha fruta (granadilla) .

Determinación de la Demanda

No existe un análisis acerca del consumo de la granadillas pero si se muestra algunos consumos y ventas de frutas tropicales y exóticas ofrecidas en los estados Unidos, en la siguiente tabla se puede ver que el 28% de los adultos de los Estados Unidos consumían frutas dos o más veces al día esto genera un beneficio para la empresa puesto que una de estas frutas podría ser la granadilla.

Tabla # 8

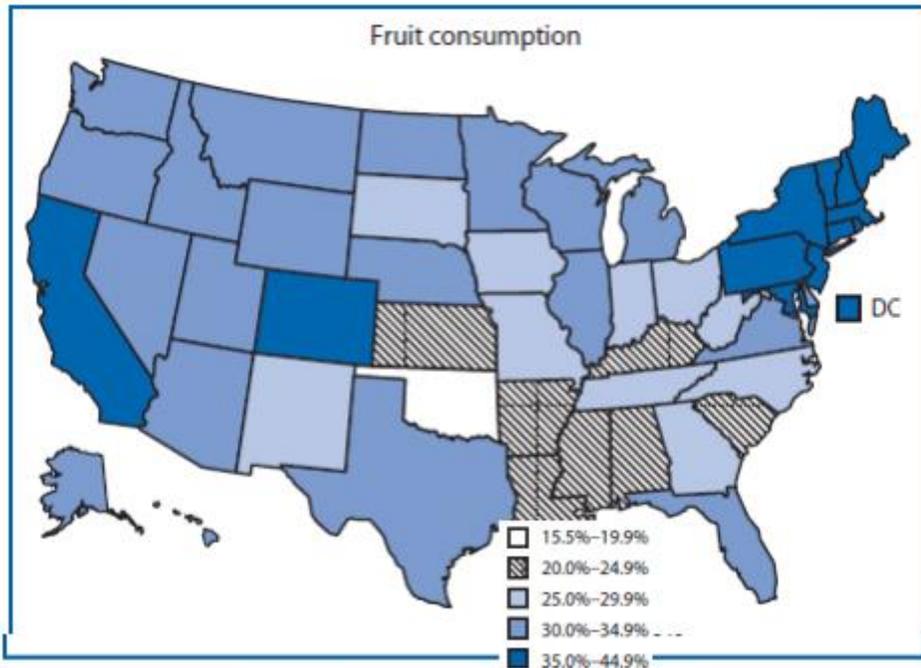
<i>FRUTAS</i>	<i>VENTAS US\$ millones</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Banano	19.5	39.0
Maracuy	14.2	28.4
Mango	6.7	13.4
Guayaba	5.6	11.2
Papaya	2.7	5.4
Otros	1.3	2.6
TOTAL	50	100.00

Tabla de Proexport

En el siguiente mapa se puede ver evidenciado el consumo más significativo de frutas exóticas

este fue registrado en los estados de California y Nueva York un 40,2% y la menor en Oklahoma con un 18.1%

Tabla # 9



(Tabla de Proexport 2012)

- Considerando la totalidad de los posibles consumidores, tienen acceso al producto como frutas exóticas (granadilla). Puede haber una gran cantidad de posibles consumidores, los cuales están dispuestos adquirir nuestro producto teniendo en cuenta que este será comercializador inicialmente en los almacenes de cadena, dado que estudios previos muestra que casi un 80% de todos los alimentos se canalizan a través de estos almacenes, siendo así una alta oportunidad para captar clientes que buscan mejorar su salud y contribuir con el medio ambiente.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

Tabla # 10

Posible proveedores para el cultivo de granadilla	
Insumos	Granadilla: (Cultivo de granadilla, insumos agrícolas)
Materiales	Materiales de oficina: (Papelería Marión) Cajas para empaque de Granadilla: (Cartón de Colombia S.A) Cera para la preservación de la fruta: (Tao Química)
Maquinaria	N/A
Equipo y servicios	Transporte: () Equipo de oficina: (Almacenes éxito, office depot)

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Cada una de las empresas que mencionaremos, son empresas reconocidas en el mercado nacional por cada uno de los servicios que esta presta y por esto han sido elegidas como nuestros proveedores de insumos o materias primas.

Tabla # 11

Insumos agrícolas	Tiempo de entrega	Precio	Confiabledad (mala-regular-buena)	Posibilidad de pago
Tao Química	2 día hábil	\$18.000 Litro	Buena	Crédito 15
Tierragro	1 día hábil	\$110.000 Litro	Buena	Contado

Según el estudio que se realizó para observar las ventajas más significativas de nuestros proveedores de insumos agrícolas fueron: Su tiempo de entrega, el menor posible, el precio más económico del mercado con su respectiva oportunidad de pago y la confiabilidad que como empresa nos brinda.

Los mejores resultados fueron los de Tao Química puesto que ofrece buenos insumos agrícolas (orgánicos o baja residualidad) además de eso puesto en fábrica o cultivo en el menor tiempo posible, con el precio más bajo además de un sistema de crédito.

Materiales:

Tabla # 12

Insumos del empaçado	de	Tiempo entrega	de	Precio	Confiabilidad (Buena-mala-regular)	Posibilidad de pago
Cartón Colombia	de	3 días		\$1.700 cada caja	Buena	Crédito 15 días

En esta estancia solo tenemos un proveedor ya que es una de las mejores empresas de empaque de todo el país, tiene un recorrido significativo y muy buenas referencias comerciales además de eso es la única empresa que cuenta con este empaque especial para el tipo de producto que nosotros optamos por manejar.

Tabla # 13

Materiales de oficina	de	Tiempo entrega	de	Precio Económico-normal-costoso)	(Confiabilidad (Mala-regular-buena)	Posibilidad de pago
Papelería Marion		Inmediato		Costoso	Buena	Contado
Papelería Colombia		Inmediato		Económico	Buena	Contado

Según las variables analizadas para la adquisición de ciertos materiales de oficina la más adecuada para nuestro negocios sería papelería Colombia tan solo por una incidencia en el precio puesto que esta nos beneficiaría o reduciría ciertos costos.

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

Con cada uno de nuestros proveedores se tuvo un cierto acercamiento tanto telefónico como personal mente en los cuales se hablaron de las variables que nos beneficiarían, puesto que ellos nos brindaron información bastante clara y oportuna de sus servicios o productos

c) Aplicación de la Medios

La aplicación de los medios fue tanto vía telefónica como personal donde se les pregunto qué era lo más conveniente para la utilización de los insumos que estos nos proveían y las ventajas que otorgaban a diferencia de los otros entes representativos del mercado, como su competencia más directa.

d) Resultados del estudio de los proveedores

Tabla # 14

Nombre	Dirección	Persona contacto	Productos	Forma de pago	Debilidades	Fortalezas
Tao Química	Calle 35 A N° 80ª-14	Leidy Rodríguez	Ecofertix	Crédito 15 días	Su tiempo de entrega oscila en 4 y 5 días	Sus insumos son orgánicos y cuenta con un sistema de crédito
Cartón Colombia	Calle 17 N° 43f-316	Daniel Montiel	Cajas para empaque de granadilla	Crédito 15 días	Su tiempo de entrega oscila en 4 y 5 días	Es el único proveedor con el tipo de caja que se necesita
Papelería Colombia	Calle 56 N°34-20	-----	Materiales de oficina	Contado	Poco stock	Un precio muy bajo a diferencia de la competencia con una buena calidad

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

Tabla # 15

Nombre	Dirección	Persona de contacto	Producto que suministra
Ocati S.A	Bogotá Calle 96 N° 13-31	Info@ocati.com	Maracuyá, uchuva, Granadilla, pitaya amarilla, mango baby, tamarindo
Comercializadora Caribbean	Rionegro vereda cimarrones Carretera a marinilla Km 1	Carex@caribbeanexotic.com	Curuba, feijoa, mango, granadilla, maracuyá, papaya, tamarindo
Fresh fruit	Bogotá Cra 91 N°66ª-37	info@andinofruit.com	Higo, granadilla, uchuva, tomate de árbol

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Tabla # 16

	OCATI S.A	Comercializadora Caribbean	Fresh Fruit
Fortalezas y Debilidades	<p>Fortalezas: Esta empresa cuenta con un sistema de empaque y embalaje certificado con HACCP y no obstante tiene uno de los certificados más importantes el cual es el GLOBALGAP que le permite exportar a casi a cualquier lugar del mundo su mercancía.</p> <p>Debilidades: Ocati comercializa a grandes superficies de almacenes lo cual no le permitiría tener un mayor acercamiento con su cliente final.</p>	<p>Fortalezas: Cuenta con un amplio portafolio de servicios y lleva una trayectoria en el mercado muy amplia con más de 20 años exportando frutas exóticas</p> <p>Debilidades: Al ser una empresa con tanto recorrido se ha fiado demasiado de sus clientes y no se ha preocupado por un mercadeo más efectivo y además de esto algunos de los cultivos que utiliza no pertenecen a ellos.</p>	<p>Fortalezas: Esta empresa cuenta con una logística bastante amplia puede poner el producto en la empresa de su cliente en el menor tiempo posible</p> <p>Debilidades: Su debilidad más visible es que solo tiene producción durante todo el año pero de tan solo 2 productos mientras que el resto de ellos tendría que ser en sus respectivas cosechas</p>
Capacidad de Producción	Pueden producir una cantidad más reducida de sus productos por que necesita contar con sus socios cultivadores	No todos sus productos pueden estar disponibles durante todo el año	Como tiene un amplio portafolio de productos se le hace difícil controlar el tiempo de cosecha de sus proveedores agrícolas
Cantidad de ventas anuales	1,089,923.70 FOB	354,208.00 FOB	18,742.81 FOB
Fuerza de Venta	Su gran recorrido en el mercado a través del tiempo la ha hecho conocer por el voz a voz entre sus clientes	Su mayor fuerza de la fidelización del cliente la cual le permite realizar alianzas estratégicas	Esta empresa confía en su tele mercadeo a través de su página web y grandes facultades en el manejo y utilización

			del internet
Servicio al Cliente	Al tener unas cuantas certificaciones en calidad tan relevantes lo lleva a entender y satisfacer muy bien a sus clientes	Se ha moldeado a través del tiempo y ahora atiende uno de los mercados más exigente del mundo en cuanto a productos exóticos	Su servicio lo caracteriza es eficiente y cuenta con una logística efectiva

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Tabla # 17

	OCATI S.A	Comercializadora Caribbean	Fresh Fruit
Página Web	SI	SI	SI

c) Aplicación de la Medios

Estos estudios del mercado competidor fueron aplicados a los competidores más influyentes y que poseen más conocimiento sobre el producto tanto en su logística como manejo, para llevarlo hasta el exterior. Todos estos medios fueron a través de la web

d) Resultados del Estudio de la Competencia

En este cuadro se muestra la competencia nacional pero también hay competencia en otros países los más representativos son :

COSTA RICA Y VENEZUELA pero su falencia es que no pueden producir durante todo el año a diferencia de **COLOMBIA**

Tabla # 18

NOMBRE	OCATI S.A	Comercializadora Caribbean	Fresh Fruit
DIRECCION	Bogotá Calle 96 N° 13-31	Rionegro vereda cimarrones Carretera a marinilla Km 1	Bogotá Cra 91 N°66 ^a -37
PERSONA DE CONTACTO	Info@ocati.com	Carex@caribbeanexotic.com	info@andinofruit.com
VENTAS EN FOB	1,089,923.70 FOB	354,208.00 FOB	18,742.81 FOB
PRODUCTO	Maracuyá, uchuva, Granadilla, pitaya amarilla, mango baby, tamarindo	Curuba, feijoa, mango, granadilla, maracuyá, papaya, tamarindo	Higo, granadilla, uchuva, tomate de árbol

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

Nuestra forma de distribuir el producto será On- trade, que según investigaciones en la web da a entender que se refiere a los canales de distribución relacionados con el producto principal (granadilla) para consumo directo que se distribuye o se vende en almacenes de cadena. Y que de este tipo de distribución se despliega de una forma directa del productor.

Esta forma de distribución es bastante efectiva por que los almacenes que venden comida orgánica poseen varias sedes en diferentes lugares lo que puede ser una gran ventaja pero también tienen la oportunidad de ir al cliente final.

Tabla # 19

Información de distribuidor	Contacto de distribuidor
Whole Foods Market	<ul style="list-style-type: none"> • Página Oficial: http://www.wholefoodsmarket.com/ • Contacto de servicio al cliente: Teléfono: 305.969.5800 • Sitios Web: www.facebook.com/legal/terms blog.wholefoodsmarket.com www.twitter.com/wholefoods www.flickr.com/photos/whole_foods www.wholefoodsmarket.com/newslett...

Cotizacion



Empresa: JOJ XM S.A.S
Contacto: Josue Marin
Cargo: Importaciones
E - mail: j.emusical@gmail.com

PRE COSTEO MARITIMO CONTENERIZADA

Consecutivo: 2487_JOJ XM S.A.S_
Fecha: 31/10/2014
Validez: 02/11/2014
Moneda: USD

INCOTERMS: CFR
T.T: 5 Días
Frecuencia: Semanal
Tasa Cambio: 2.050,52

DATOS DEL EMBARQUE

Producto: Granadillas línea verde organica
Cantidad: 1
Ruta: CTG-PEV

Valor Mercancia: 1,00
Empaque: Contenedor 40'
Volumen (M3): 0,00

Peso (Kg): 4.000
Peso (Tn): 4,00

INSTRUCCIONES DE RUTA

Modalidad: Exportación marítima FULL

Origen: Cartagena

Destino: Miami

GASTOS EN ORIGEN

Concepto	Und Med	Cantidad	Valor	Minima	Subtotal	Total
Manejo en terminal de origen	Por Kg	1,00	150,00		150,00	150,00
Aduana de Exportación	Por Und	1,00	160,00		160,00	160,00
Transporte terrestre en origen	Por Carga	1,00	865,00		865,00	865,00



GASTOS FLETE INTERNACIONAL

Concepto	Und Med	Cantidad	Valor	Minima	Subtotal	Total
Flete marítimo	Por cont	1,00	3.130,00		3.130,00	3.130,00
B/L	Por Und	1,00	50,00		50,00	50,00



GASTOS DESTINO

Concepto	Und Med	Cantidad	Valor	Minima	Subtotal	Total
----------	---------	----------	-------	--------	----------	-------



TOTAL : USD 4.355,00
TOTAL POR KILO: USD 1,09

TOTAL: \$ 8.930.016,65
TOTAL POR KILO: \$ 2.232,50

OTROS GASTOS SI APLICAN

Concepto	Und Med	Cantidad	Valor	Minima	Subtotal	Total
----------	---------	----------	-------	--------	----------	-------



El fruto se llevara en cajas de 12 unidades las cuales pesan 1.8 kilos peso neto y 2.2 kilos peso bruto, en arrumes de 5 cajas vertical y 2 cajas horizontal en total de 20 cajas por pallets en un contenedor refrigerado a 13° y 14° y no pueden variar esta temperatura porque le puede causar un tipo de quemadura a la fruta.

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

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

Tabla # 20

Whole Foods Market
<p>Este almacén de cadena de productos orgánicos se compromete con la calidad de los productos una excelente atención al cliente ya que valora y cree en los alimentos en su estado más puro sin adulterar por sabores artificiales, edulcorantes, colorantes y conservantes siempre ofrece el mejor sabor y la comida más nutritiva y saludable posible.</p>

Logo:

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

Estrategia más evidente fue centrarnos en el mercado objetivo el cual era los almacenes de cadena de productos orgánicos y después escoger el mejor de ellos con una mayor capacidad de clientes y por ende unas ventas más elevadas.

c) Aplicación de la Medios

La aplicación de medios consto en la búsqueda de los distribuidores más significativos vía internet, localizando páginas web, números telefónicos, ubicación de la empresa y su cobertura en Miami, puesto que esto nos puede garantizar la llegada de nuestro producto al cliente final.

d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

Tabla # 21

Distribuidor	Confiabilidad
Whole Foods Market	<p>Este almacén es confiable, ya que mueve una gran cantidad de productos y ofrece diversos servicios en casi toda la ciudad de Miami.</p> <p>Whole Foods Market cuenta con oficinas regionales para hacer un contacto más directo con su proveedor ellos revisan los diferentes productos que se le puedan ofrecer y para esto piden muestra del producto y un registro del coste actual que debe ser presentado por su portal de internet.</p> <p>Para ellos lo más importante es la seguridad alimenticia de sus clientes por esto son bastante rigurosos a la hora de hacer la compra, necesitan la trazabilidad del producto para ellos hacer una certificación de este con sus clientes.</p> <p>Whole Foods Market no comprar cualquier cosa, ya que ellos certifican calidad a sus clientes le exigen más aun a sus proveedores para poder pasar sus estándares de calidad y así tener una satisfacción mutua del cliente.</p> <p>Nos encontramos por buen camión dado que ellos buscan comida orgánica de la más alta calidad por esto podremos lograr satisfacer sus necesidades más difíciles.</p>

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

DESCRIBA EL O LOS MEDIOS A TRAVÉS DE LOS CUALES SE HARA LA DISTRIBUCION DEL PRODUCTO, para esto:

Describa la forma como se hará la distribución; por ejemplo: a través de un puesto de ventas, reparto puerta a puerta, o cualquier otro.

b) Fuerza de ventas

DEFINA LA FUERZA DE VENTA, para esto:

En una tabla consigne el personal, la cantidad, las competencias y costos del personal que tendrá a cargo las ventas del producto o los productos del proyecto.

4.6.4 Manejo de Inventarios

El manejo de inventarios que se utilizara consta de la estrategia de manufacturación “make to order”, hecho bajo pedido, por lo tanto este no será muy grande puesto que estos productos son perecederos y muy delicados, su manejo es tedioso y requiere de un poco de tiempo para que pueda estar listo para ser exportado.

4.6.5 Comunicación

1. Granadilla Línea verde
2. Granadilla Línea verde para consumo humano

Color: Amarillo

Empaque: Caja de cartón con mayalon

Tener en cuenta: Cera orgánica para su perduración en un ambiente que no exceda los 12° para que el producto continúe en buen estado

3. Nombre de la empresa: J.O.J XM S.A.S

4.6.6 Actividades de promoción y divulgación

Las estrategias elegidas por las cuales se va a promocionar y dar a conocer el producto, serán campañas publicitarias dando a conocer los beneficios del producto como sus ventajas comparativas ante otro tipo de alimentos y aunque sea un fruto exótico cuenta con un precio asequible además de esto ayudando con la salud del consumidor o sirviendo como un postre natural, en nuestra cultura esto no es muy relevante pero el mundo está tomando conciencia y le gustan aquellos productos que ayudan al medio ambiente y no lo afectan o lo deterioran como la granadilla línea verde que es tratada con productos totalmente orgánicos y estos es un valor agregado que se puede exponer en las diferentes ferias nacionales (Alimentec, Expo Agro futuro, Agroexpo, Expo fincas Medellín) para dar a conocer la granadilla línea verde como fruta exótica.

La empresa J.O.J XM usara las redes sociales como (Facebook, Twitter, Instagram) y su página web para comenzar a darse a conocer en las cuales mostrara las ventajas de su producto (Granadilla) un fruto totalmente orgánico que puede ayudar a varias enfermedades intestinales además de su rico sabor y su practicidad a la hora de llevarla como un tipo onces.

Después de la divulgación de sus ventajas en las redes sociales y la página web también se le mostrara al público y a nuestros compradores evidencia mediante fotografías y videos del manejo que se le hace al cultivo totalmente orgánico a todos nuestros seguidores y de fácil manejo en la página web, ya que esto puede dar la confiabilidad del fruto que será consumido.

4.7 Precios de los Productos

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

Tabla # 22

FACTOR	DESCRIPCION
Costos (Insumos, proveedores)	En este paso se estudió aquellos que nos pudieran proveer los insumos agrícolas y materiales de empaque con los requerimientos necesarios, como que fuesen orgánicos, alta calidad, tiempo y precios
Competencia	Se hizo el estudio y se encontró que muy pocos distribuyen granadilla a Estados Unidos puesto que ellos se centran en el mercado Europeo y los que logran vender la granadilla en Estados Unidos la ofrecen entre \$1.63 Dólares mientras que nosotros podríamos ofrecerla entre \$1.50 dólares, con esta diferencia de precio se puede competir y lograr penetrar ese mercado que tiene la competencia.
Calidad del producto	Es el eje central porque cuando se habla de alimentos para consumo humano debemos ser muy rigurosos y más aún cuando estos alimentos son de tipo orgánico porque su manejo es más minucioso y por esta dedicación que se le da al producto puede determinar un cambio en referente a la cultura verde.
Valor Agregado	Este factor es de gran valor para el mercado de Estados Unidos puesto que ellos ya están tomando conciencia en referente a su salud y el beneficio que los productos orgánicos pueden traer para las personas.,

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

Tabla # 23

Costo variable	Precio de venta	Margen de contribución	Utilidad
8.761.800	60.000.000	51.238.200	85-40%

4.7.4 Política de Precios

Tabla # 24

FOMA DE PAGO	DESCUENTOS (vol.)	DESCUENTOS PRONTO PAGO
100% Anticipado	2% por más de 1.000 cajas	N/A
50% Anticipado 50% 30 días contra B/L	2% por más de 1.000 cajas	3% Dentro de los 5 primeros días contra B/L

Para tener en cuenta que en el segundo caso los descuentos no son acumulables, además las formas de pago otorgados a cada cliente.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Tabla # 25

COSTOS EN LA COMERCIALIZACION			
	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Costos de empaque	Dependiendo de la cantidad requerida	\$ 1.700	(Dependiendo de la cantidad requerida)
Publicidad	N/A	\$367.000	(Depende de la temporada)

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

Riesgos

- Disminución de producción debido
- a los cambios climáticos.
- Posibles plagas en la producción y/o contaminación en la comercialización.
- Pueden haber alteraciones ambientales que acelere la maduración del producto.

Oportunidades

- El producto ya cuenta con un público objetivo y esperamos que gracias a las buenas referencias del voz a voz se vea un aumento significativo en su consumo.
- Las personas se encuentran tomando conciencia referente a los productos orgánicos por los beneficios que traen para la salud.
- La cantidad de hispanos en Estados Unidos se encuentra en aumento los cuales podrían ser unos consumidores potenciales.

4.10 Plan de ventas

Tabla # 26

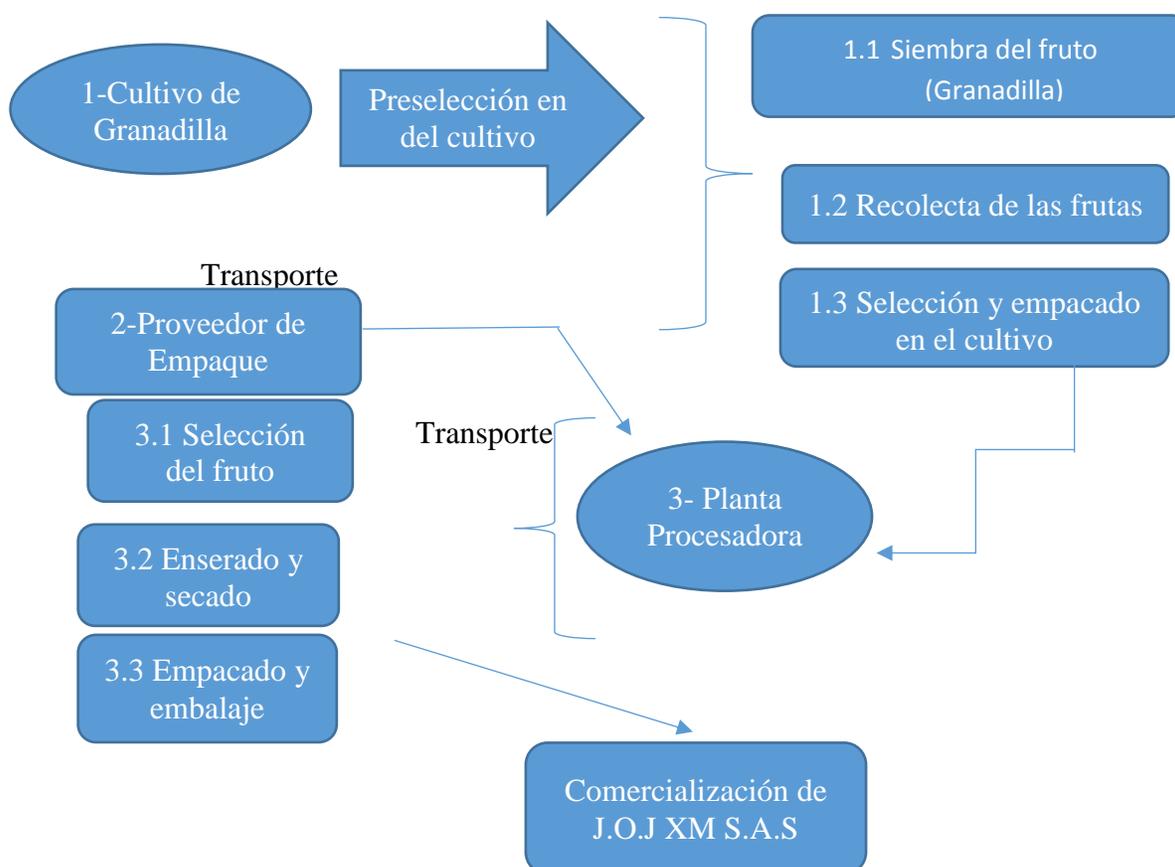
Tiempo en meses	Cantidades en meses	Total año	Cantidades de unidades por año	Valor total
Mes	1 Lote por 10.000	12 lotes	120.000 unidades	720.000.000

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

- Cumplir con todos los estándares de calidad requeridos por el país a exportar (Estados Unidos) para la comercialización del producto (Granadilla línea verde)
- Aumentar la capacidad de producción de las granadillas enceradas en un 5% en el periodo de 3 años
- Crear e incentivar grupos de trabajo los cuales estén en capacidad de aportar ideas para mejorar el manejo de la fruta y de su producción para que esto genere una mejora continua en la empresa

5.2 Descripción del proceso de producción



Cultivo de Granadilla: La empresa tiene un control riguroso sobre su cultivo y sobre las buenas prácticas agropecuarias que se realicen con él, también se cuenta con una trazabilidad a la hora de la cosecha del fruto para evitar gastar más tiempo del necesario en la elección del fruto a exportar.

El cultivo tiene la capacidad de ofrecer hasta 33.180 kilos por cosecha (3 cosechas por año)

Proceso de encerado y elección final: Ya en la planta el fruto que fue previamente seleccionado se le hace un tipo de elección final para después sumergir la fruta en una cera que recubre todo su diámetro la cual le cierra los poros para que esta detenga su proceso natural de deshidratación.

Esta será la podemos encontrar en Tao Química S.A.S la cual nos ofrece la venta de este producto de esta forma

Tabla # 27

Cantidad	Precio	Especificaciones
1 litro de cera	\$47.000	Recipiente transparente con tapa blanca (Reutilizable)
Más de 10 litros de cera	\$41.000	Recipiente transparente con tapa blanca (Reutilizable)

Empaque y embalaje: Después de hacer un secado natural de la cera sobre la fruta, el paso a seguir es el empaque este debe ser en una caja con un tipo de base que permite poner cada fruta en su lugar separándola de las demás para no causar ninguna fricción o leve rose entre ellas, para así lograr un mejor manejo y cuidado de nuestro producto, esta caja será cerrada y puestas en arrumes de 5 niveles para después ser embaladas y llevadas a su respectivo medio de transporte. Este empaque lo podemos encontrar en Cartón de Colombia S.A

Tabla # 28

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor total
500	En cartón blanco	\$1.700	\$850.000
1000	En cartón blanco	\$1.400	\$1'400.000

5.3 Capacidad de producción

J.O.J XM S.A.S quiere abastecer parte de la población de Miami, con un producto fresco y saludable para que este llene las expectativas del consumidor, el cultivo posee 1580 plantas de granadilla las cuales pueden producir 45 kilos por cosecha pero de esta serán aptas para exportar menos de la mitad de la producción donde sus picos de comercialización se efectuaran en 3 periodos al año, en cada periodo se puede lograr producir 33 Ton o un ponderado de 33.180 kilos por cosecha las cuales serán repartidas en los almacenes de cadena especializados en comida orgánica.

5.4 Plan de Producción

Tabla # 29

Producto	Cantidad de producción	Tiempo
Granadilla	33.000 kilos - 33 Ton	Cada 4 meses
Cajas	18.565 cajas	Cada 4 meses

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

Sera una bodega arrendada la cual tiene una buena distribucion fisica la cual se encuentra en el parque empresarial de Rionegro y tiene un costo mensual de \$2'000.000.

Rionegro Parque empresarial RIONEGRO



\$ 2.000.000

Área Const.: 185,00 m²

Precio m²: 10.811/m²

Estrato: 4

Habitaciones: Sin especificar

Baños: Sin especificar

Estado: Excelente

[Comparar](#)



5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Tabla # 30

Descripción	Cantidad necesaria	Proveedor	Precio Unitario	Precio total
Bombas manuales	3	Tierrago	\$230.000	\$690.000
Guadaña	1	Tierrago	\$990.000	\$990.000
Total			\$1'220.000	\$1'680.000

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Tabla # 31

Descripción	Cantidad necesaria	Cantidad total	Proveedor	Precio Unitario	Precio total	Tiempo de utilización
Cera: Esta se usa para evitar la deshidratación del fruto	1 litros	23 litros	Tao Química	\$41.000	\$943.000	Cada 10.000 Unidades
Ecofertix	1	60	Tao Química	\$18.000	\$1.080.000	Cada 45 Días
Semillas	1600	1600	Finca la chapa	\$34.38	\$55.000	Una sola vez por cultivo
Recipiente: En este recipiente se deposita la cera para después sumergir el fruto	2 Tambores	2 tambores	Solo envases	\$63.000	\$126.000	1 año
Guantes de algodón	3 pares de guantes	69 pares de guantes	Guantes industriales del norte	\$14.000	\$966.000	Cada 10.000 unidades
Total				\$118.000	\$2'035.000	

5.5.4 Requerimientos de servicios.

Tabla # 32

Descripción	Proveedor	Precio / mensual
Administración	Fortox	\$89.211
Agua	Epm	\$20.125
Luz	Epm	\$14.147
Comunicaciones	Une	\$75.992
Saneamiento	Epm	\$15.820
Total		\$215.295

5.5.5 Requerimientos de personal.

Se contrataran 3 empleados los cuales deben estar entre los 20 y 40 años capaces de generar fuerza pero al mismo tiempo cuidadoso para hacer una buena selección y preparación del fruto que será exportado

La empresa J.O.J XM S.A.S contratar operarios los cuales serán capacitados para tener un buen manejo de nuestro producto de manera objetiva, una de sus habilidades debe ser una buena motricidad fina la que le permite seleccionar más rápido nuestro fruto puesto que esto nos beneficiaria en tiempo y costos, para esto se contrataran tres operarios a los cuales se les pagara el mínimo:

Tabla # 33

SALARIO MINIMO DE LOS OPERARIOS	
Requerimientos	Valor
4% Eps	\$12.320
16 % Pensión	\$110.080
Subsidio de transporte	\$72.000
Prima 8.33%	\$344.000
Quincenal	\$319.360
Total del Salario	\$616.000

5.6 Programa de producción

Tabla # 34

Descripción de la Actividad	Actividad	Duración en Meses
Arriendo del predio para el cultivo	1	Mes 1
Contratación de personal	2	Mes 1
Siembra del cultivo	3	Mes 2
Adquisición de insumos	4	Mes 2
Adquisición de maquinaria para el cultivo	5	Mes 4
Producción del cultivo	6	Mes 10

Tabla # 35

DIAGRAMA DE GANTT				Me s 1	Me s 2	Me s 3	Me s 4	Me s 5	Me s 6	Me s 7	Me s 8	Me s 9	Me s 10	Me s 11
Arriendo del predio para el cultivo				■										
Contratación del personal del cultivo				■										
Siembra del cultivo					■									
Selección de proveedores						■								
Adquisición de maquinaria para el cultivo							■							
Adquisición de insumos					■									
Producción del Cultivo													■	
Arriendo de la oficina											■			
Contratación del personal Administrativo												■		
Adquisición de equipos e inmuebles											■			
Acondicionamiento de la Oficina											■			
Distribución del Producto														■

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

La empresa J.O.J XM S.A.S será dirigida bajo los parámetros de la administración los cuales son: Planificar, organizar, dirigir y controlar

Planificar: Proceso en el que se determinaran sus políticas y métodos para desarrollar los objetivos que se encuentren planificados, además se realiza la división del trabajo y planes estratégicos como los estudios de mercado, investigaciones y análisis del entorno, y esta planificación se puede encontrar en la misión, visión, objetivos y políticas.

Organizar: En este paso se desarrollara un cronograma de actividades en el cual se verán especificadas todas las responsabilidades dando paso al organigrama de la organización

Dirigir: La empresa se encontrara dirigida por un gerente el cual se encontrara encargado de coordinar todos los procesos administrativos, delegando funciones en el personal capacitado que se contratara para prestar sus servicios profesionales.

Controlar: En este proceso se encontraran los datos históricos, es decir los datos de todos los estudios anteriores, estados financieros, y demás resultados de las negociaciones.

Tabla # 36

Área	Que hace	Como	Donde	En cuanto tiempo
Gerente General	Crear estrategias	Planeación de actividades estratégicas	J.O.J XM S.A.S	Constante
Gerente Comercial	Conseguir los proveedores, realizar compras	Búsqueda, cotizaciones, visitas, llamadas	J.O.J XM S.A.S	Constante
Gerente de producción	Control de la fabricación	Mediante métodos de trabajo para optimizar tiempo	J.O.J XM S.A.S	Constante
Mercadeo y ventas	Estudios de mercado, publicidad, ventas	Investigaciones, análisis, estudios	J.O.J XM S.A.S	Constante
Contabilidad	Estados financieros	Balances generales	J.O.J XM S.A.S	Mensual, cierre de cada mes
Agente de aduanas	Intermediación aduanera	Trazabilidad de la mercancía, documentación	J.O.J XM S.A.S	Semestral
Técnico en sistemas	Mantenimiento y arreglo de los equipos de oficina	Limpieza física e interna y renovación de los equipos de computo	J.O.J XM S.A.S	Trimestral
Agrónomo	Manejo del cultivo	Bajo los parámetros de la línea verde	Cultivo de J.O.J XM S.A.S	Constante

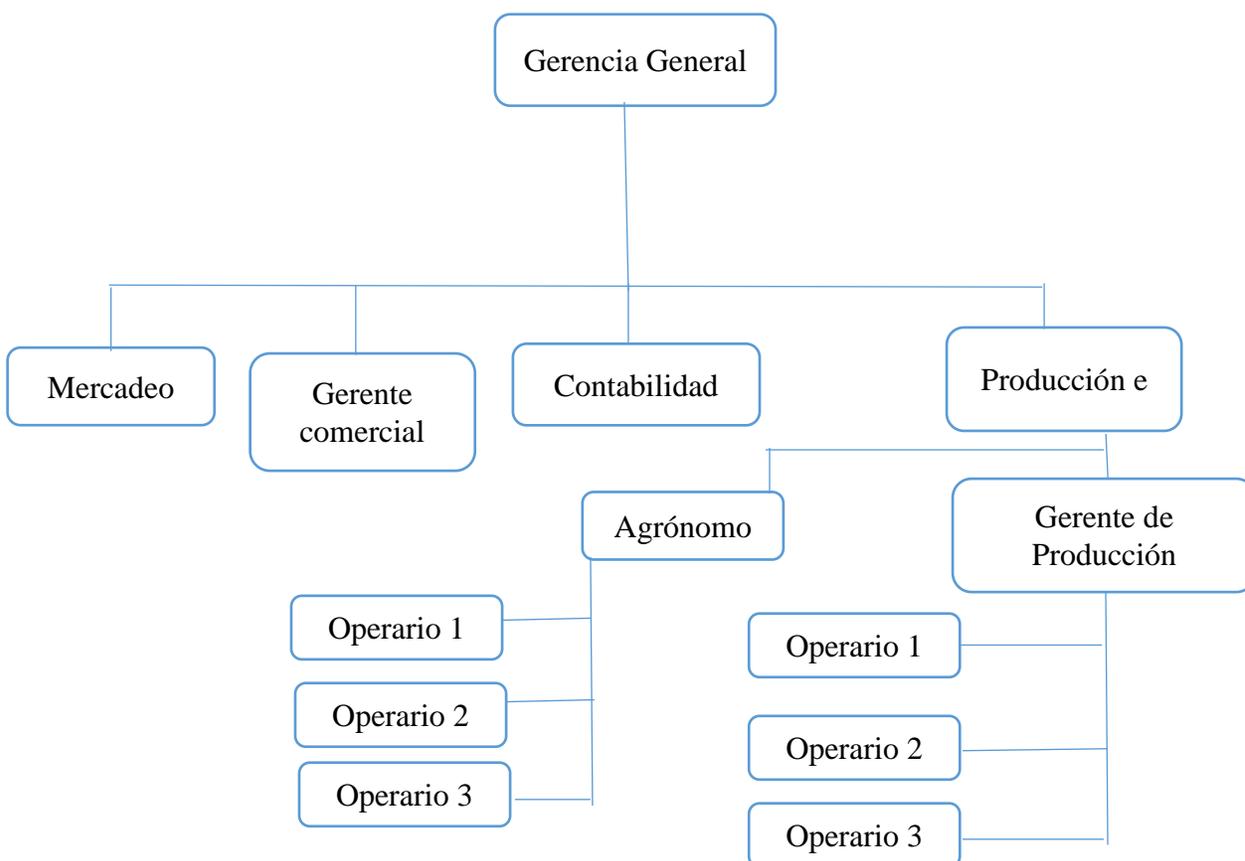
6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Tabla # 37

Servicios	Proveedor	Costo	Especificaciones
Técnico en sistemas	Global y Service	\$150.000 Cada 3 meses	Se encarga de hacer el respectivo mantenimiento a los equipos de oficina
Agencia de Aduanas	Maida Uribe	\$200.000 Cada que se genere pedido	Se encarga de la intermediación (Documentos de exportación)
Total		\$350.000	

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Cargo: Gerente general

Descripción del perfil: Persona líder, capaz de trabajar en equipo, con aptitudes para representar a la compañía con capacidad para tomar decisiones, iniciativa propia y con unos objetivos y metas claras.

Nombre de la empresa: J.O.J XM S.A.S

Salario: 2'500.000

Tabla # 38

Factores		Especificaciones
Conocimientos y Habilidades	Educación:	Negocios Internacionales
	Experiencia cuantitativa:	3 Años
	Experiencia cualitativa:	En las actividades del puesto, con áreas afines
Responsabilidad	Descripción del cargo:	Velar por el buen funcionamiento de los procesos para lograr un trabajo productivo
	Funciones:	Planificar, organizar, dirigir y controlar

Cargo: Gerente Comercial

Descripción del perfil: Persona con capacidad para laborar en equipo, con habilidades como comprador y vendedor

Nombre de la empresa: J.O.J XM S.A.S

Salario: 1'500.000

Tabla # 39

Factores		Especificaciones
Conocimientos y Habilidades	Educación:	Administración de empresas
	Experiencia cuantitativa:	3 Años
	Experiencia cualitativa:	En las actividades respectivas de su puesto con afinidad en su área
Responsabilidad	Descripción del cargo:	Debe saber dirigir ya que el fija precios y define las políticas de descuentos y bonificaciones
	Funciones:	Disponer de cartera de clientes y proveedores

Cargo: Mercaderista

Descripción del perfil: Persona líder, capaz de trabajar en equipo, con capacidad para representar a la compañía, iniciativa propia para lograr la satisfacción del cliente.

Nombre de la empresa: J.O.J XM S.A.S

Salario: 1'500.000

Tabla # 40

Factores		Especificaciones
Conocimientos y Habilidades	Educación:	Mercadeo
	Experiencia cuantitativa:	3 Años
	Experiencia cualitativa:	En las respectivas actividades de su puesto
Responsabilidad	Descripción del cargo:	Experto en marketing y/o estrategias que se deben utilizar para vender el producto, debe analizar a los clientes o consumidores, la detección de sus necesidades, sus deseos, demandas y expectativas
	Funciones:	Lograr satisfacer al cliente referente a los que él desea

Descripción del perfil: Tiene la capacidad de prever los posibles sucesos de crisis dentro de una empresa u organización logrando evitar cualquier tipo de sanción.

Nombre de la empresa: J.O.J XM S.A.S

Cargo: Contador

Salario: 1'000.000

Tabla # 41

Factores		Especificaciones
Conocimientos y Habilidades	Educación:	Contabilidad
	Experiencia cuantitativa:	3 Años
	Experiencia cualitativa:	En las respectivas actividades de su puesto
Responsabilidad	Descripción del cargo:	Instrumentar y operar las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la exactitud y seguridad en la captación y registro de las operaciones financiera.
	Funciones:	Mantener actualizado el catálogo de cuentas y guía contabilizadora, elaborar, analizar y consolidar los estados financieros

Cargo: Gerente de producción

Descripción del perfil: Se encarga de organizar y dar seguimiento a la ejecución de todos los trabajo dentro del ciclo de producción garantizado que, individualmente, cumple con las especificaciones establecidas en el sistema de calidad

Nombre de la empresa: J.O.J XM S.A.S

Salario: 1'500.000

Tabla # 42

Factores		Especificaciones
Conocimientos y Habilidades	Educación:	Ingeniería Industrial
	Experiencia cuantitativa:	3 Años
	Experiencia cualitativa:	En las respectivas actividades de su puesto
Responsabilidad	Descripción del cargo:	Tiene la responsabilidad sobre el funcionamiento del área productiva de la empresa y sobre el cumplimiento de los objetivos y políticas establecidas por el gerente.
	Funciones:	Optimizar y planificar los recursos productivos de la empresa para obtener un crecimiento progresivo de la productividad.

Cargo: Ingeniero Agrónomo

Descripción del perfil: Se encarga de estudiar los factores de producción vegetal y animal, así como los procesos de conservación y transformación de esos productos con el objeto de obtener a menores costos, más y mejores alimentos

Nombre de la empresa: J.O.J XM S.A.S

Salario: 1'200.000

Tabla # 43

Factores		Especificaciones
Conocimientos y Habilidades	Educación:	Agronomía
	Experiencia cuantitativa:	3 Años
	Experiencia cualitativa:	En las respectivas actividades de su puesto
Responsabilidad	Descripción del cargo:	Tiene la capacidad de enfrentar y resolver los problemas que presentan los procesos productivos y de transformación en el agro
	Funciones:	Dirigir la organización y asesoría de explotaciones agrícolas, controlando su calidad y eficiencia

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

Medellín poblado



\$ 2.100.000

Área Const.: 63,43 m²
Precio m²: 33.107/m²
Estrato: 4
Habitaciones: Sin especificar
Baños: Sin especificar
Estado: Excelente
Antigüedad: 1 a 8 años
Garajes: 1
Sector: SurOriente

[Comparar](#)

[Ver otros inmuebles de A y N Activos y Negocios](#)



6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Tabla # 44

Artículos	Descripción	Cantidad	Proveedor	Precio Unitario	Precio Total
Escritorio:	Escritorio personal 1.40 cm* 60 cm	6	Office Depot	\$180.000	\$1'080.000
Sillas:	Silla ejecutiva	6	Office Depot	\$130.000	\$780.000
Computador:	TOSHIBA Portátil Ci5 C-145B4208FL	6	Almacenes éxito	\$1'369.000	\$8'214.000
Impresora multiusos:	Hewlett packard-inkadvantage c-5525	1	Almacenes éxito	\$199.000	\$199.000
Teléfono	Sony Cs-6229-3	1	Almacenes éxito	\$255.900	\$255.900
Total				\$2'133.900	\$10'528.900

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Tabla # 45

Artículos	Cantidad	Proveedor	Precio Unitario	Precio Total
Tinta de impresora:	2	Papelería Colombia	\$34.900	\$69.800
Resmas de papel:	4	Papelería Colombia	\$16.000	\$64.000
Lapiceros:	4 cajas	Papelería Colombia	\$10.000	\$40.000
Agendas:	6	Papelería Colombia	\$22.000	\$132.000
Cosedora:	6	Papelería Colombia	\$3.500	\$21.000
Perforadora:	2	Papelería Colombia	\$3.500	\$7.000
Calculadora	6	Papelería Colombia	\$29.800	\$178.800
Papelera	6	Papelería Colombia	\$22.000	\$132.000
Kit de aseo	1	Jumbo	\$15.000	\$15.000
Total			\$156.700	\$659.600

6.3.4 Requerimientos de servicios.

Tabla # 46

Administración	\$180.000
Mantenimiento	\$150.000
Servicios públicos	\$168.225
Comunicaciones	\$81.210
Total	\$579.435

6.3.5 Requerimientos de personal

Tabla # 47

Cargo	Salario	Contrato	Prestaciones
Gerente General:	\$2'500.000	Indefinido	-Eps 4% -Pensión 16% -Subsidio de transporte \$72.000 -Prima 8.33% -Básico \$688.000 -Comisión de venta 5%
Gerente Comercial:	\$1'500.000	Indefinido	-Eps 4% -Pensión 16% -Subsidio de transporte \$72.000 -Prima 8.33% -Básico \$688.000 -Comisión de venta 5%
Gerente de Producción:	\$1'500.000	Indefinido	-Eps 4% -Pensión 16% -Subsidio de transporte \$72.000 -Prima 8.33% -Básico \$688.000
Mercaderista:	\$1'500.000	Indefinido	-Eps 4% -Pensión 16% -Subsidio de transporte \$72.000 -Prima 8.33%

			-Básico \$688.000
Contador:	\$1'000.000	Indefinido	-Eps 4% -Pensión 16% -Subsidio de transporte \$72.000 -Prima 8.33% -Básico \$688.000
Ingeniero Agrónomo:	\$1'200.000	Indefinido	-Eps 4% -Pensión 16% -Subsidio de transporte \$72.000 -Prima 8.33% -Básico \$688.000
Total	\$9'200.000		

6.4 Programa de administración

La empresa J.O.J XM S.A.S se encargara de contratar cierto tipo del personal ya que en sus socios se encuentra la mitad de los cargos administrativos pero por esto se contratara el personal más capacitado con una iniciativa particular que permita que la empresa crezca de una manera segura, constante y confiable.

Tabla # 48

Descripción de la Actividad	Actividad	Duración en días
Arriendo de oficina	1	3
Contratación de personal	2	5
Adquisición de equipos e inmuebles	3	4
Acondicionamiento de la oficina	4	2
Distribución del producto	5	1

Tabla # 49

DIAGRAMA DE GANTT				Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11
Arriendo del predio para el cultivo				■										
Contratación del personal del cultivo				■										
Siembra del cultivo					■									
Selección de proveedores						■								
Adquisición de maquinaria para el cultivo							■							
Adquisición de insumos					■									
Producción del Cultivo													■	
Arriendo de la oficina											■			
Contratación del personal Administrativo												■		
Adquisición de equipos e inmuebles											■			
Acondicionamiento de la Oficina											■			
Distribución del Producto														■

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

J.O.J XM S.A.S (Sociedad por acciones simplificada) se eligió este tipo de asociación empresarial puesto que trae consigo múltiples beneficios, y aun para aquellas empresas que apenas están comenzando en el entorno, como ejemplo de ello de ello esta lo mencionado por

Finanzas.com.co “Esta modalidad de empresas permite a los emprendedores simplificar trámites y comenzar su proyecto con un bajo presupuesto. Por ejemplo, las S.A.S no necesitan revisor fiscal y pueden ser personas naturales o jurídicas” y sus beneficios serian.

- Los empresarios pueden fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad
- 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
- Las S.A.S permiten que tenga beneficios tributarios en los primeros años de operación, como retención en la fuente, parafiscales.
- La mejor referencia para visualizar los beneficios y responsabilidades de este tipo de empresas se puede encontrar en la Ley 1419 de 2010.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Capítulo XXXII - Registro de predios productores y exportadores de fruta fresca.

ARTÍCULO 51°.- Las tarifas para el registro de personas naturales o jurídicas que actúen como productor, productor – exportador de fruta fresca de que trata el artículo 51 del capítulo XXXII del Acuerdo 15 de 2007, se actualizan así:

618	Expedición o renovación del registro de productor, exportador o productor – exportador de fruta fresca	256.000
-----	--	---------

Tabla del ICA

Tabla # 50

Documentos	Costos
Cámara de Comercio	\$ 195.000
-RUT / NIT -Registro de industria y comercio	\$ 300.000
Certificado del ICA (Instituto Colombiano agropecuario)	\$256.000

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

Tabla # 51

Número de socios	Inversión
Socio # 1	\$67.736.130
Socio # 2	\$67.736.130
Socio # 3	\$67.736.130
Total	\$203.208.390

8.2 Créditos y Préstamos Bancarios

No se hacen préstamos por que los socios aportan todo el capital exigible

8.3 Ingresos y Egresos

8.3.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

Tabla # 52

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas		Participación del total Ventas
Granadilla línea verde	\$ 60.000.000,0	100,00%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 60.000.000,0	100,00%

El cuadro anterior refleja los ingresos propios, obtenidos del precio de venta del producto por cada mes que se comercialice

8.2.1.2 Otros Ingresos

N/A

8.3.2 Egresos

Tabla # 53

Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)	Valor
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 8.668.900,0
Maquinaria (10 años)	\$ 1.680.000,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 1.860.000,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 12.208.900,0

Tabla # 54

Gastos Pre operativos Exigibles	Valor
Constitución y registro	\$ 495.000,0
Total Gasto Pre operativos Exigibles	\$ 495.000,0

Tabla # 55

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Costos Variables	300	\$ 87.618.000
Costos Fijos de Producción	300	\$ 50.952.950
Costos Fijos de Administración	90	\$ 46.202.640
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	30	\$ 1.350.000

Tabla # 56

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Inventario de Materia Prima	15	\$ 4.380.900

8.3.2.1 Inversiones

Tabla # 57

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)		
Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible
Activos Fijos	\$ 12.208.900,0	\$ 12.208.900,0
Gastos Pre operativos	\$ 495.000,0	\$ 495.000,0
Capital de Trabajo	\$ 190.504.490,0	\$ 190.504.490,0

8.3.2.2 Costos

Tabla # 58

Variables

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Cera recubridora	\$ 41.000,00	23,00	litros	\$ 943.000,00
guantes	\$ 14.000,00	69,00	Unidades	\$ 966.000,00
Caja	\$ 1.700,00	834,00	Unidades	\$ 1.417.800,00
Insumos agrícolas	\$ 18.000,00	60,00	litros	\$ 1.080.000,00
Transporte terrestre en origen	\$ 865.000,00	1,00	Unidades	\$ 865.000,00
Flete internacional	\$ 3.130.000,00	1,00	Unidades	\$ 3.130.000,00
B/L	\$ 50.000,00	1,00	Unidades	\$ 50.000,00
Aduana de exportación	\$ 160.000,00	1,00	Unidades	\$ 160.000,00
Manejo en terminal de origen	\$ 150.000,00	1,00	Unidades	\$ 150.000,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 8.761.800,00

Fijos

Tabla # 59

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 1.848.000
Prestaciones Sociales	\$ 1.032.000
Arriendo	\$ 2.000.000
Servicios	\$ 110.264
Aseo	\$ 15.820
Vigilancia	\$ 89.211
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 5.095.295

8.3.2.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

Tabla # 60

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 9.200.000
Prestaciones Sociales	\$ 1.720.000
arriendo	\$ 2.100.000
Papelería	\$ 320.800
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 150.000
Administración	\$ 180.000
Varios (Vigilancia, aseo, etc.)	\$ 330.000
Imprevistos	\$ 1.400.080
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 15.400.880

Gastos Distribución y Ventas

Tabla # 61

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	
Publicidad y Mercadeo	\$ 1.350.000

Gastos Amortización de diferidos

Tabla # 62

Total Amortización Mensual		\$ 8.250,0
-----------------------------------	--	-------------------

8.3.2.4 Gastos Financieros

No se hacen préstamos y por esto no hay gastos financieros

8.4 Estados Financieros Proyectados

8.4.1 Flujo de Caja

Tabla # 63

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 720.000.000	\$ 761.536.512	\$ 805.469.249	\$ 851.936.448	\$ 901.084.320
- Costos variables		\$ 105.141.600	\$ 109.872.972	\$ 114.817.256	\$ 119.984.032	\$ 125.383.314
- Costos fijos		\$ 262.154.100	\$ 273.951.035	\$ 286.278.831	\$ 299.161.378	\$ 312.623.640
Costos fijos de Producción		\$ 61.143.540	\$ 63.894.999	\$ 66.770.274	\$ 69.774.937	\$ 72.914.809
Costos fijos de Administración		\$ 184.810.560	\$ 193.127.035	\$ 201.817.752	\$ 210.899.551	\$ 220.390.030
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 16.200.000	\$ 16.929.000	\$ 17.690.805	\$ 18.486.891	\$ 19.318.801
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.342.633	\$ 3.342.633	\$ 3.342.633	\$ 3.342.633	\$ 3.342.633
- Intereses Credito		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 349.361.667	\$ 374.369.872	\$ 401.030.529	\$ 429.448.404	\$ 459.734.733
- Impuestos	\$ 0	\$ 115.289.350	\$ 123.542.058	\$ 132.340.074	\$ 141.717.973	\$ 151.712.462
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 234.072.317	\$ 250.827.814	\$ 268.690.454	\$ 287.730.430	\$ 308.022.271
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.342.633	\$ 3.342.633	\$ 3.342.633	\$ 3.342.633	\$ 3.342.633
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 223.170.881
Préstamos	\$ 0					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 227.180.148
Valor de Salvamento						-\$ 4.009.267
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 203.208.390	\$ 8.572.702	\$ 8.958.474	\$ 9.361.605	\$ 9.782.877	\$ 0
Activos Fijos	\$ 12.208.900					
Pago Credito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 495.000					
Capital de Trabajo	\$ 190.504.490	\$ 8.572.702	\$ 8.958.474	\$ 9.361.605	\$ 9.782.877	
FLUJO DE CAJA	-\$ 203.208.390	\$ 228.842.248	\$ 245.211.974	\$ 262.671.483	\$ 281.290.187	\$ 534.535.786

8.4.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

Tabla # 64

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	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Costo Variables	8.761.800	8.761.800	8.761.800	8.761.800	8.761.800	8.761.800	8.761.800	8.761.800	8.761.800	8.761.800	8.761.800	8.761.800
Costos Fijos Producción	5.095.295	5.095.295	5.095.295	5.095.295	5.095.295	5.095.295	5.095.295	5.095.295	5.095.295	5.095.295	5.095.295	5.095.295
Gastos Depreciación	270.303	270.303	270.303	270.303	270.303	270.303	270.303	270.303	270.303	270.303	270.303	270.303
Utilidad Bruta en Ventas	45.872.602	45.872.602	45.872.602	45.872.602	45.872.602	45.872.602	45.872.602	45.872.602	45.872.602	45.872.602	45.872.602	45.872.602
Costos fijos de Administración	15.400.880	15.400.880	15.400.880	15.400.880	15.400.880	15.400.880	15.400.880	15.400.880	15.400.880	15.400.880	15.400.880	15.400.880
Costos Fijos de Ventas y Distribución	1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000	1.350.000
Amortización de diferidos	8.250	8.250	8.250	8.250	8.250	8.250	8.250	8.250	8.250	8.250	8.250	8.250
Utilidad Operativa	29.113.472	29.113.472	29.113.472	29.113.472	29.113.472	29.113.472	29.113.472	29.113.472	29.113.472	29.113.472	29.113.472	29.113.472
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	29.113.472	29.113.472	29.113.472	29.113.472	29.113.472	29.113.472	29.113.472	29.113.472	29.113.472	29.113.472	29.113.472	29.113.472
Impuestos	9.607.446	9.607.446	9.607.446	9.607.446	9.607.446	9.607.446	9.607.446	9.607.446	9.607.446	9.607.446	9.607.446	9.607.446
UTILIDAD NETA	19.506.026											
Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidades no Repartidas	19.506.026	19.506.026	19.506.026	19.506.026	19.506.026	19.506.026	19.506.026	19.506.026	19.506.026	19.506.026	19.506.026	19.506.026
Utilidades no Repartidas Acumuladas	19.506.026	39.012.053	58.518.079	78.024.106	97.530.132	117.036.158	136.542.185	156.048.211	175.554.238	195.060.264	214.566.290	234.072.317

8.4.3 Balance General

N/A

8.5 Evaluación financiera del proyecto

8.5.1 Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno

Tabla # 65

Tasa Interna de oportunidad	34,49%
Valor Presente Neto	417.976.373
Tasa Interna de Retorno	119,15%

8.5.2 Indicadores Financieros proyectados

N/A

8.5.3 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Tabla # 66

Cambio Porcentual en el Precio	-35,00%
Tasa de oportunidad	2,50%
Valor Presente Neto	4.021.777
Tasa Interna de Retorno	2,69%

8.5.4 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Tabla # 67

Cambio Porcentual en las Ventas	-45,00%
Tasa de Retorno	2,50%
Valor Presente Neto	499.982
Tasa Interna de Retorno	2,53%

9. CONSIDERACIONES FINALES

Considerando los datos arrojados gracias a las investigaciones para el desarrollo del proyecto, se puede concluir que la cultivación y la exportación de granadilla línea verde a Estados Unidos, es un negocio bastante viable desde el punto de vista comercial, técnico, legal, organizacional y financiero puesto que el producto además de ser orgánico y ayudar al medio ambiente es saludable sin dejar de una lado su característica de fruto exótico el cual nos deja ver la aceptación del mercado en Estados Unidos gracias a la aceptación de todos los hispanos que residen en este país los cuales están en busca de productos orgánicos y saludables.

El proyecto de cultivar y exportar la granadilla línea verde es una idea de negocios factible puesto que lograr un manejo adecuado y consistente en el cultivo no debe ser un problema sin dejar de un lado su cuidadoso manejo para la exportación con algunos trámites y aspectos administrativos del negocio los cuales son normales en casi todo tipo de negocio.

Este producto es bastante aceptado en el exterior y su comercialización no es tan complicada ya que por ser un fruto exótico el cual solo puede ser cultivado en el trópico lo hace bastante apetecido por el público con un precio aceptable o accesible para todos aquellos que deseen disfrutar de su sabor y ventajas nutricionales.

Los aspectos financieros que el proyecto logro mostrarnos lo pone en una posición bastante tentadora puesto que logra cubrir todos los gasto que el proyecto amerita y lograr generar unas ganancias significativas para la empresa, también se ha podido ver que el producto puede ser muy competitivo y puede llegar hasta unos márgenes de variación de precios y ventas bastante bajos lo que nos permite entrar a competir con otros productos sin dejar pérdidas para J.O.J XM S.A.S.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

La bibliografía utilizada para la elaboración de la plantilla fue la siguiente:

Mincomercio (2013) Tratado de libre comercio entre Colombia y Estados Unidos, bienvenidos al sitio Web de la biblioteca, disponible en :

<http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=637>

Proexport (2013) Colombia, proveedor mundial de alimentos, bienvenidos al sitio Web de la biblioteca, disponible en :

http://www.procolombia.co/sites/default/files/revista-agribusiness-espanol_0.pdf

Sociedad de agricultores de Colombia (2014) Balance y perspectivas del sector agropecuario Colombiano, bienvenidos al sitio Web de la biblioteca, disponible en :

<http://www.sac.org.co/es/estudios-economicos/balance-sector-agropecuario-colombiano.html>

Minagricultura (2013) Crecimiento del PIB agropecuario en el segundo trimestre de 2013, bienvenidos al sitio Web de la biblioteca, disponible en :

<https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/7,6-creci%C3%B3-el-pib-agropecuario-en-el-segundo-trimestre-de-2013.aspx>

Portafolio (2014) Crecimiento de la economía Colombiana, bienvenidos al sitio Web de la biblioteca, disponible en :

<http://www.portafolio.co/economia/pib-colombia-2013>

Osec (2010) Sector de frutas y verduras orgánicas, bienvenidos al sitio Web de la biblioteca, disponible en :

http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/estudio_organicos_-_efta_1.pdf

Corpoica (2008) Manual de manejo, cosecha y pos cosecha de granadilla, bienvenidos al sitio Web de la biblioteca disponible en :

<http://corpomail.corpoica.org.co/BACFILES/BACDIGITAL/54902/54902.pdf>

Abastecimiento de granadilla (2009) Condiciones de etiquetado y forma de exportar a Estado Unidos, bienvenidos al sitio Web de la biblioteca disponible en :

<http://abastecimientodegranadilla.blogspot.com/2009/03/principales-mercados-mundiales-1.html>

Legiscomex (2013) Exportación de frutas exóticas en Colombia, bienvenidos al sitio Web de la

biblioteca disponible en :

<http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/estudio-frutas-exoticas-colombia-completo.pdf>

wholefoodsmarket (2014) Importadores de frutos orgánicos, bienvenidos al sitio Web de la biblioteca disponible en :

<http://www.wholefoodsmarket.com/company-info/information-potential-suppliers>

About (2012) Población latina en Estados Unidos, bienvenidos al sitio Web de la biblioteca disponible en :

<http://hispanos.about.com/od/Inmigracion/a/Poblaci-On-Latina-De-Los-Estados-Unidos.htm>

Ferias (2014) Calendario de ferias agrícolas en Colombia, bienvenidos al sitio Web de la biblioteca disponible en :

<http://www.nferias.com/agricola/colombia/>

The Usa (2002) Precio de productos agrícolas en Estados Unidos, bienvenidos al sitio Web de la biblioteca disponible en :

<http://www.theusaonline.net/spanish/economia.htm>

Dane (2013) Variación de precios en Colombia, bienvenidos al sitio Web de la biblioteca disponible en :

http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bolet_PIB_Itrim13.pdf

Dane (2008) Indice de precios al consumidor, bienvenidos al sitio Web de la biblioteca disponible en :

<https://www.dane.gov.co/index.php/indices-de-precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc>

Banrep (2014) Inflacion en Colombia, bienvenidos al sitio Web de la biblioteca disponible en :

<http://www.banrep.gov.co/es/comunicado-29-11-2013>

Tao química (2014) Insumos agrícolas, bienvenidos al sitio Web de la biblioteca disponible en :

<http://www.taoquimica.com/index.php/productos>

