



**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
TECNOLOGIA EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN
A ESTADOS UNIDOS DE BANANO DESHIDRATADO
CUBIERTO DE CHOCOLATE**

**INFORME DE TRABAJO FINAL PARA OPTAR AL GRADO DE TECNOLOGO EN
COMERCIO INTERNACIONAL**

**DANIELA ALEJANDRA POSADA ÁLVAREZ
KAREN LORENA LOAIZA SÁNCHEZ**

**ASESOR DE INVESTIGACIÓN:
ANDRES FELIPE URIBE ACOSTA**

2016

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestro asesor y guía del proyecto Andrés Felipe Uribe Acosta por brindarnos sus conocimientos, a nuestras familias que son el pilar más trascendental de nuestras vidas, nuestro apoyo y nuestra motivación. Agradecemos también a la universidad por abrirnos sus puertas para dar un paso más hacia un buen futuro como tecnólogas en comercio internacional.

Por último y más importante, le damos las gracias a Dios por ayudarnos a superar todos los retos durante nuestra etapa universitaria, por brindarnos la capacidad e inteligencia para cumplir las metas establecidas en nuestras vidas.

ÍNDICE

Introducción	13
CAPITULO INTRODUCTORIO	
1. Planteamiento del problema	15
2. Justificación	16
3. Objetivos	18
3.1 Objetivo General	18
3.2 Objetivos Específicos	18
4. Antecedentes	19
CAPITULO I – INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	
1.1 Nombre de la empresa y Logo	21
1.2 Tipo de empresa	21
1.3 Descripción de la empresa	21
1.3.1 Concepto del negocio	21
1.3.2 Ubicación	22
1.3.3 Código CIU	22
1.4 Visión y Misión de la empresa	22
1.4.1 Visión	22
1.4.2 Misión	22
1.4.3 Valores	22
1.5 Relación Productos y/o Servicios	23
1.6 Ventajas Competitivas y Valor Agregado	24
1.7 Trámites de Comercio Internacional	24

CAPITULO II. ANALISIS DE LA INDUSTRIA

2.1 Entorno	27
2.1.1 Colombia	27
2.1.2 Estados Unidos	28
2.2 Sector o Industria	30
2.2.1 Composición del sector industrial	30
2.2.2 Tendencias de crecimiento	32
2.2.3 Proyecciones del crecimiento real del PIB por sector	34

CAPITULO III. ANALISIS DEL MERCADO

3.1 Objetivos del mercado	35
3.2 Los Mercados Meta de los Bienes	35
3.2.1 Frutas deshidratadas en el mercado de Estados Unidos.	38
3.2.2 Arancel general	39
3.2.3 Requisitos de acceso y normatividad	40
3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes	41
3.4 Cuantificación de los Clientes Potenciales de los Bienes y/o Servicios	41
3.5 Mercado Competidor	42
3.5.1 Alimentos Naranja Verde LTDA	42
3.5.2 Andes Fruits	43
3.5.3 Frutar LTDA	43
3.6 Mercado Distribuidor	44
3.7 Estrategias de Promoción	46
3.7.1 Presupuesto de estrategias de promoción	46
3.8 Plan de Ventas (Oferta Exportable)	57

CAPITULO IV. ANALISIS DE COMERCIO INTERNACIONAL

4.1 Tratados Comerciales	48
4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios	50
4.3 Requerimientos y Vistos Buenos	51
4.3.1 Embalaje y Etiquetado	52
4.4 Capacidad Productiva y Exportadora	52
4.5 Participación en Ferias Internacionales	53
4.6 Rutas de Acceso	55
4.7 Liquidación de Precios de Exportación	56

CAPITULO V. ANALISIS TÉCNICO

5.1 Descripción del Proceso de Producción	57
5.2 Plan de Producción	59
5.3 Recursos Materiales y Humanos para la Producción	59
5.3.1 Locaciones	59
5.3.2 Requerimientos de Maquinaria, Equipo, Muebles y Enseres	61
5.3.3 Requerimiento de Materiales e Insumos	62
5.3.4 Requerimientos de Personal	63

CAPITULO VI. ANALISIS ADMINISTRATIVO

6.1 Estructura Organizacional del Negocio	64
6.1.1 Organigrama estructura organizacional	64
6.1.2 Organigrama estructura personal	65
6.1.3 Costos de personal de procesos administrativos tercerizados	66
6.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio	67
6.2.1 Locaciones empresa	67

6.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipo y software	67
6.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por área	68
CAPITULO VII. ANALISIS LEGAL	
7.1 Tipo de Organización Empresarial	70
7.2 Certificaciones y Gestiones ante Entidades Públicas	70
CAPITULO VII. ANALISIS FINANCIERO	
8.1 Tasas de Interés, Impuesto y Rentabilidad	71
8.2 Aporte de Capital de los Socios	71
8.3 Créditos y Préstamos Bancarios	71
8.4 Ingresos y Egresos	72
8.4.1 Ingresos del negocio	72
8.4.2 Egresos	73
8.4.2.1 Inversiones	73
8.5 TIO y TIR	75
8.6 VPN y TIR	75
8.7 Flujo de Caja	75
8.8 Análisis de Sensibilidad	76
8.8.1 Primer escenario	76
8.8.2 Segundo escenario	76
8.8.3 Tercer escenario	77
8.8.4 Cuarto escenario	77
Conclusiones	79
Bibliografía	81

LISTA DE FIGURAS

Figura N°1 Logo de la empresa	21
Figura N°2 Banano pasa	23
Figura N°3 Chocobanano	23
Figura N°4 Infraestructura de la Fabrica	60
Figura N°5 Inversión Inicial	71
Figura N°6 Tabla de Servicio a la Deuda	72
Figura N°7 Ingresos por Año	72
Figura N°8 Activos Fijos	73
Figura N°9 Gastos Pre-Operativos	74
Figura N°10 Gastos Operacionales	74
Figura N°11 VPN y TIR	75
Figura N°12 Flujo de Caja	76
Figura N°13 Sensibilidad al Incrementar Costos	76
Figura N°14 Sensibilidad al Disminuir Costos	77
Figura N°15 Sensibilidad al aumentar ingresos	77
Figura N°16 Sensibilidad al Disminuir Ingresos	78

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico N°1 Variación porcentual anual del PIB del sector alimentos y bebidas	31
Gráfico N°2 Proyecciones de crecimiento del PIB	34
Gráfico N°3 Organigrama de Estructura Organizacional	64
Gráfico N°4 Organigrama de la Estructura Personal	65

LISTA DE TABLAS

Tabla N°1 PIB Sector Industrial- Alimentos de los últimos 10 años	32
Tabla N°2 Variables Generales de Estados Unidos	35
Tabla N°3 Indicadores Socio-Económicos de Estados Unidos	36
Tabla N°4 Variables Generales de Reino Unido	37
Tabla N°5 Indicadores Socio-Económicos de Reino Unido	37
Tabla N°6 Aranceles Cobrados por Estados Unidos	40
Tabla N°7 Incremento de la Oferta Nacional	45
Tabla N°8 Proyección de Presupuesto Para Promoción	46
Tabla N°9 Incremento de la Oferta Exportable	47
Tabla N°10 Costos Aproximados Para Asistir a la Feria	54
Tabla N°11 Transporte Terrestre Nacional	55
Tabla N°12 Transporte Aéreo Nacional	55
Tabla N°13 Transporte Aéreo Internacional	55
Tabla N°14 Costos en Origen	56
Tabla N°15 Costos en Destino	56
Tabla N°16 Plan de Producción Para Cada Año	59
Tabla N°17 Maquinaria	61
Tabla N°18 Materiales y Equipos	62
Tabla N°19 Materiales e Insumos	62
Tabla N°20 Requerimientos del Personal	63
Tabla N°21 Descripción de Procesos del Personal	66
Tabla N°22 Procesos Tercerizados de la Empresa	67
Tabla N°23 Requerimientos de Materias Primas	68
Tabla N°24 Requerimientos de Insumos	69

ABSTRACT

In this pre-feasibility study for the chocolate-covered dehydrated bananas' export, it will be possible to observe all the characteristics and viability of the production and exportation of dehydrated bananas to the North American market.

It will put in context the food industry sector, especially the banana sector in Colombia, taking into account its ups and downs, the growth it has had over the last 10 years and the contribution it has made to the Colombia's economy. Banana exports account for approximately 30% of total exports in agriculture.

It will be possible to find the variables taken into account to determine and clarify the target market for this asset, such as geospatial location, political, economic, social and cultural issues.

On the other hand, Colombia's free trade agreement with the United States has been studied, which has given certain preferences to the Colombian market and has helped the different companies to expand their market to the world.

Finally, we have the production issues of dehydrated bananas, the human and material resources necessary for the creation of a new commercial area in charge of the export and commercialization of the product, and what is necessary to make this product competitive in the world market.

KEYWORDS

Bananas: Bananas are the most popular fruit in the world. In fact, banana is not a tree but a tall grass that grows up to 15 meters. It is believed that there are almost 1000 varieties of bananas in the world, subdivided into 50 groups. The most popular banana is the variety known as Cavendish, which is produced for export markets.

Dehydration: Dehydration is one of the oldest forms of food processing. It consists of eliminating a good part of the humidity of the foods, so that they do not ruin themselves. Food preservation is considered of great importance as this allows us to extend the useful life of the fruits and to have access to more distant markets, another of the importance of conserving dehydrated fruits is because we can count on fruits in times that normally they aren't produced, thus achieving better prices.

Export: It is the sending of a product or service to a foreign country for commercial purposes. These shipments are regulated by a series of legal provisions and tax controls that act as a contextual framework of trade relations between countries.

Urabá is the southernmost area of the Caribbean Sea, located east of the border between Panama and Colombia. Urabá because of its privileged geographical position is known like 'The best corner of America'. Struck by violence for many years, its virgin and unexplored territory stands as a fantastic vein of rural, ecological and adventure tourism.

Feasibility: It is a concept that takes relevance especially when to carry out a project, a plan or mission is the thing, because it refers precisely to the probability that exists to carry what is intended or planned out, to effectively realize it.

RESUMEN EJECUTIVO

En este estudio de prefactibilidad para la exportación de banano deshidratado cubierto de chocolate se podrá observar todas las características y la viabilidad que tiene la producción y exportación de banano deshidratado al mercado norteamericano.

Se pondrá en contexto el sector industrial de alimentos, en especial el sector bananero en Colombia, teniendo en cuenta sus altos y bajos, el crecimiento que ha tenido a lo largo de los últimos 10 años y el aporte que este le ha brindado a la economía colombiana. Las exportaciones de banano representan un aproximado de 30% de las exportaciones totales en temas agropecuarios.

Se podrán encontrar las variables tenidas en cuenta para determinar y aclarar cuál es el mercado meta para este bien, como lo son la ubicación geoespacial, temas políticos, económicos, sociales y culturales.

Por otro lado, se ha estudiado el tratado de libre comercio que tiene vigente Colombia con estados unidos, el cual le ha otorgado ciertas preferencias al mercado Colombiano y le ha ayudado a las distintas empresas a expandir su mercado al mundo.

Por último, se tienen los temas de producción del banano deshidratado, los recursos humanos y materiales necesarios para la creación de una nueva área comercial encargada de la exportación y comercialización del producto, y lo necesario para hacer este producto competitivo en el mercado mundial.

PALABRAS CLAVE

Banano: Los bananos son la fruta más popular del mundo. De hecho, el banano no es un árbol sino una hierba alta que crece hasta 15 metros. Se cree que existen casi 1000 variedades de banano en el mundo, subdivididos en 50 grupos. El banano más popular es la variedad conocida como Cavendish, que se produce para los mercados de exportación.

Deshidratación: la deshidratación es una de las formas más antiguas de procesar alimentos. Consiste en eliminar una buena parte de la humedad de los alimentos, para que no se arruinen. Se considera de mucha importancia la conservación de alimentos pues esto nos permite alargar la vida útil de las frutas y poder tener acceso a mercados más distantes, otra de las importancias de conservar frutas deshidratadas es debido a que podremos contar con frutas en épocas que normalmente no se producen, logrando así mejores precios.

Exportación: Es el envío de un producto o servicio a un país extranjero con fines comerciales. Estos envíos se encuentran regulados por una serie de disposiciones legales y controles impositivos que actúan como marco contextual de las relaciones comerciales entre países.

Urabá: es la zona más austral del mar Caribe, localizado al este de la frontera entre Panamá y Colombia. Urabá por su privilegiada posición geográfica es conocida como ‘La mejor esquina de América’. Golpeada por la violencia durante muchos años, su territorio virgen e inexplorado se erige como una veta fantástica del turismo rural, ecológico y de aventura.

Viabilidad: Es un concepto que toma relevancia especialmente cuando de llevar a cabo un proyecto, un plan o misión se trata la cosa, porque justamente refiere a la probabilidad que existe de llevar aquello que se pretende o planea a cabo, de concretarlo efectivamente.

INTRODUCCIÓN

Colombia es un país muy rico en temas de agricultura, esto es un privilegio para toda la población del país puesto que se cuenta con una gran variedad de frutas y verduras llenas de nutrientes que son de gran alimento para el ser humano. Una gran parte de las frutas son tropicales lo que las hace deliciosas y especiales.

Urabá es una región en la que se encuentra un gran pilar del sector agropecuario del país, con sus tierras tan aptas para la siembra de diversos frutos la hace una localidad importante para la economía colombiana. Con este proyecto se quiere resaltar esa importancia y promover la conservación de estas tierras.

La fruta más popular en el Urabá antioqueño es el banano, pues tiene una producción de más de 40.000 hectáreas, siendo ésta una gran oportunidad de negocio para las personas que allí habitan. Es cierto que el banano normalmente se come de una forma fresca y directa, pero es posible aprovechar una gran parte de esta fruta en la elaboración de productos derivados de la misma.

El banano deshidratado es un producto que resulta interesante, puesto que posee un valor agregado que puede abrir muchas puertas a los mercados internacionales. El banano deshidratado tiene además un plus, éste está cubierto de chocolate lo que lo hace más rico y atractivo para los clientes.

La exportación del banano deshidratado cubierto de chocolate permite apoyar y motivar a las personas dedicadas al sector bananero en Urabá, incrementará el valor de la fruta lo que ayudaría de buena forma a la economía de esta región.

Realizar este estudio de pre-factibilidad para la exportación de dicho producto que ya es vendido actualmente solamente a nivel regional, definirá las estrategias que se deben seguir y

suministrará significativos aportes para hacer que esta oportunidad sea aprovechada, logrando expandir bastante el área de mercado actual, lo que redundará en beneficios económicos tanto como en su contribución social, pues generarían más empleos en la zona.

No obstante, las innumerables condiciones adversas que se puedan presentar en el desarrollo del plan de apertura de mercados, tal vez por falta de recursos financieros, el no contar con una infraestructura física y organizacional idónea adherida a los fines del proyecto, e inclusive el factor de orden público que, aun cuando ha mejorado ostensiblemente los últimos años, todavía existen grupos al margen de la ley que tienen su impacto negativo en la zona; son bastantes también los factores positivos que argumentan y justifican ampliamente la viabilidad del proyecto, como lo son: La innovación ya reconocida del producto y de la marca, la facilidad de abastecimiento de materia prima, el tiempo del producto en el mercado local con resultados notoriamente favorables, el tratado comercial vigente entre Colombia y Estados Unidos, y la ubicación geográfica de la planta. Todo lo cual, en su conjunto, representa una importante ventaja competitiva que está en mora de ser usufructuada.

CAPITULO INTRODUCTORIO

1. Planteamiento Del Problema

El consumidor cada vez más está cambiando su mentalidad de querer algo nuevo, novedoso y diferente. La necesidad de innovar está llevando a los empresarios a crear nuevas maneras de vender su producto, por eso, empresas como URABÁN vieron la oportunidad de entrar al mercado con productos que le ayudaron a cambiar la mentalidad al consumidor de que la única forma de comer banano no es en fruta fresca.

El banano es uno de los principales pilares de la exportación en el país. El banano de exportación colombiano se cultiva en los departamentos de Antioquia (región de Urabá) y Magdalena. Éste tiene gran importancia por ser un generador de empleo y de divisas para el país. La industria del banano en Colombia genera aproximadamente 22,000 empleos directos y cerca de 65,000 indirectos. Además, las exportaciones de banano representan el 30% de las exportaciones colombianas agropecuarias sin café, compitiendo en el primer lugar con las flores. (Productos de Colombia , SF, pág. 1)

La empresa URABÁN ubicada en el Urabá Antioqueño produce alimentos derivados del banano. Sus empleados son viudas y huérfanos víctimas de la violencia del Urabá que realizan estas labores para mantener sus familias, por ello y por la necesidad de abrir su empresa al mundo y ser competitivos en el mercado, desean ampliar su producción de manera que uno de sus productos estrella, los Chocobananos deshidratadas, arriben a mercados que antes no se tenían considerados; pero se observa que para lograr esta meta se requiere de un aumento en su oferta exportable, lo que implica, en primera instancia, una inversión significativa en infraestructura y maquinaria que mejore considerablemente la capacidad instalada actual, y así cumplir con el volumen requerido para la exportación de su producto.

2. Justificación

Con este proyecto de grado, lo que se busca es contribuir en gran manera a que la empresa Urabán pueda expandir su mercado actual, el cual se centra en la zona de Urabá, pero cuyos productos ofrecen mucho potencial, tanto como para pretender incursionar en el mercado internacional. Se quiere con este aporte, encaminar y viabilizar ese objetivo, pues en la exportación tienen una gran oportunidad de negocio.

El banano es un producto muy importante en el mercado colombiano, genera en el país, 95 millones de cajas año, con un valor aproximado de US\$ 730 millones año y constituye el 3.0% de las exportaciones totales y el 6.0% de las no tradicionales. Participa con el 0.4% del PIB Colombia. (Cuestas, 2011, pág. 5)

Sobre todo esta fruta es muy significativa para la región de Urabá pues ésta cuenta con una producción bananera de más de 40.000 hectáreas. (Mendoza, 2010, pág. 19)

Este producto es mayormente consumido de forma fresca, gracias a su dulce sabor, exquisita textura y alto contenido nutricional pero existe una gran cantidad que se puede utilizar en la elaboración de derivados del mismo que podrían tener una buena aceptación en el mercado internacional. Estos pueden obtenerse a partir del procesamiento de la fruta: banano deshidratado, banano en almíbar, banano apanado, jaleas y confites, salsas de frutas, panelita de banano, rollos de fruta, bolas de banano, comida de bebés, hojuelas o polvo, galletas.

El banano es una fruta que aporta muchas vitaminas y minerales a nuestra alimentación, es muy rico en vitamina A y vitamina C. También es una fruta rica en fósforo, lo cual fortalece nuestra mente. Es muy recomendado incluirlo en la dieta diaria de las personas mayores ya que retrasa problemas de sensibilidad. (El banano engorda, SF, pág. 1)

El mercado de productos a base de banano puede ser muy atractivo en el exterior y muy importante para la economía colombiana, pues es una idea innovadora que le da valor agregado a un producto que es realmente abundante y barato en el país, haciéndolo más productivo cuando de ganancias se habla. La exportación de los Chocobananos también afectará de una manera positiva al trabajo en la región de Urabá, pues generará muchos empleos.

Por otro lado existe el auge del “Fitness” que está teniendo el mundo en este momento. Las personas están más interesadas en el cuidado de sus cuerpos y la nutrición de los mismos, por ello los mercados se ven en la necesidad de ofrecer productos que cumplan con estas demandas, que sean naturales y contengan vitaminas, minerales y nutrientes que fortalezcan el cuerpo y den energía. Los Chocobananos al ser la unión de un producto que contiene gran contenido nutricional y otro que proporciona energía, podrían ser un gran atractivo en cualquier mercado del mundo ya que la creciente demanda de productos a base de frutas y alimentos orgánicos están haciendo que los mercados y los consumidores sean más exigentes a la hora de comprar un producto.

Se sabe que la producción y exportación de los Chocobananos es todo un reto para las empresas productoras y el país en general, ya que es un producto poco conocido y consumido en Colombia, pero también se tiene conciencia de la gran oportunidad que proporciona este mercado, siendo los productos a base de frutas tan atractivos en el exterior; *“Hay que aprender a enfrentar nuevos desafíos si se quieren descubrir nuevas oportunidades”*. (Phillips, 2012, pág. 1)

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Evaluar la prefactibilidad del aumento de la oferta exportable de Chocobananas (Bananos deshidratados recubiertos de chocolate) en la empresa “URABÁN” ubicada en Apartadó-Antioquia.

3.2 Objetivos Específicos

- Evaluar el incremento de la producción de Chocobananas en la empresa para alcanzar el volumen de exportación requerido.
- Examinar qué factores están impidiendo que la empresa no tenga un buen volumen de producción.
- Formar alianzas empresariales entre las distintas organizaciones dedicadas a la comercialización de productos a base de banano en la región de Urabá.
- Analizar el mercado potencial para la exportación de Chocobananas.
- Valorar la posibilidad de la creación de un departamento de comercio exterior.
- Evaluar financieramente la viabilidad de exportación de Chocobananas para determinar si es rentable o no.

4. Antecedentes

Son pocos los antecedentes que se tienen de la producción y exportación de las chocobananas, sin embargo, la exportación de productos a base de banano y de frutas deshidratadas ha ido creciendo a lo largo de los últimos años. Un ejemplo de una empresa productora de frutas deshidratadas en el país es “Oba & Quiscas” se dedican a procesar frutas frescas, como la piña, la manzana, el banano, la papaya, la uva, la uchuva, la fresa y el mango, para lograr un producto deshidratado que conserva las vitaminas, los minerales, la fibra, los antioxidantes y el propio sabor de la fruta. Su nombre proviene de la lengua indígena Chibcha donde Oba significa Fruta y Quiscas Hortalizas o Verduras. Esta empresa está ubicada en Ibagué, Tolima. (Rodriguez, 2013, pág. 1)

Por otro lado, Alimentos Naranja Verde Ltda., es una compañía colombiana constituida en el año 2006, dedicada a transformar y comercializar alimentos, especialmente deshidratados mediante al proceso de aire caliente. Su sistema gestión de la calidad les permite garantizar alimentos con alto contenido nutricional, cien por ciento naturales, inocuos y mayor vida útil, con excelentes características sensoriales que conservan las características y cualidades propias de cada producto. (Alimentos Naranja verde , SF, pág. 1)

Otro ejemplo es Frutar Limitada, una industria que hoy se dedica a vender en el país frutas deshidratadas y que espera conquistar los mercados internacionales con sus productos. La clave del negocio ha sido la pujanza y empeño de quienes hacen parte del grupo gestor. El capital humano que participa en el proyecto es lo que hace de la empresa una fortaleza y permite asegurar la adecuada y prospera viabilidad. Esto ha permitido a la compañía explotar y hacer uso de las capacidades y deseos empresariales para sacar adelante la empresa. (NULLVALUE, 2001, pág. 1)

Y por último se tiene a las multinacionales colombianas: Noel y Nacional de Chocolates. Tras largos años de producción en Colombia estas empresas decidieron abrir sus productos al mundo, entrando a mercados que se consideraban poco asequibles como Marruecos, Taiwán y Emiratos Árabes. La nacional de chocolates para ser más sencilla su distribución en el mundo compro fábricas en países como Costa Rica para la producción y distribución de sus productos; hoy tiene 11 oficinas comerciales por el mundo que son las encargadas de la distribución de sus productos en más de 11 países. (Semana, 2005, pág. 1)

CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1.1 Nombre De La Empresa y Logo

FIGURA N°1 LOGO DE LA EMPRESA



El dulce sabor de lo natural

Fuente: Juliana Quintana (2016)

1.2 Tipo De Empresa

Persona natural con nombre comercial (Urabán)

1.3 Descripción De La Empresa

1.3.1 Concepto del negocio

El plan de negocio que se desea realizar en este proyecto está enfocado en el aumento de la producción de Banano deshidratado cubierto de chocolate, producidos por la empresa URABAN ubicada en la región del Urabá Antioqueño, así como también la preparación para la exportación de las mismas.

Buscando al mismo tiempo que las micro empresas de la región de Urabá dedicadas a la producción de productos derivados del banano tales como Panelitas de banano, bolas de banano, galletas, banano deshidratado y banano en almíbar, entre otros, tengan sus primeros inicios en temas internacionales con el fin de diversificar la economía y contribuir al desarrollo industrial y social de la región, ya que en este momento son totalmente dependientes de la producción de banano y plátano.

1.3.2 Ubicación: Calle 103 # 94-24 Barrio / Obrero Apartadó-Antioquia.

1.3.3 Código CIU: 1089

1.4 Visión Y Misión De La Empresa

1.4.1 Misión

Conservar y transformar frutas mediante el proceso de deshidratación, generando alternativas de consumo de alimentos saludables para nuestros clientes, que les aportan energía y bienestar.

1.4.2 Visión

Ser la empresa con mayor producción de banano deshidratado en la región de Urabá para el año 2018 y consolidarse en el mercado local con marca propia.

1.4.3 Valores

•**Responsabilidad:** Respondemos a nuestras acciones y a nuestros compromisos adquiridos con valor y con amor.

•**Honestidad:** Trabajamos con honestidad y honradez, nuestra rectitud nos hace grandes.

•**Equidad:** Tenemos actitud de servicio sin privilegios, en igualdad de condiciones para todos los que lleguen y se encuentren en nuestra organización.

•**Transparencia:** Damos a conocer y manejamos con transparencia los bienes y servicios, haciendo nuestras acciones comprensibles y creando confiabilidad en nuestra organización y productos.

•**Respeto:** Valoramos la dignidad de cada persona y consideramos que debe merecer un trato bondadoso y de respeto.

1.5 Relación Productos y/o Servicios

FIGURA N°2 PRODUCTO BANANO PASA



Fuente: Juliana Quintana (2016)

FIGURA N°3 PRODUCTO CHOCOBANANO



Fuente: Juliana Quintana (2016)

1.6 Ventajas Competitivas Y Valor Agregado

El banano deshidratado cubierto de chocolate, es un producto originario de la región de Urabá. La presentación del producto es en Caja de plástico transparente x 230 gramos y su tiempo estimado de duración es de 4 a 5 meses.

El chocobanano deshidratado es un producto pensado para todo público, desde niños hasta personas de la tercera edad y se puede consumir en todas partes y a cualquier hora del día. El banano deshidratado cubierto de chocolate es un producto totalmente natural sin pigmentaciones artificiales, adiciones ni edulcorantes que ofrecerá a la familia nutrición con un excelente sabor.

La competencia de este producto es muy poca en el mercado, solo se produce en la región de Urabá. Solo dos empresas en Colombia producen el banano deshidratado cubierto de chocolate. Por otro lado está el hecho de que el banano usado para este producto, es el banano que no pudo ser exportado por los bananeros de la región, por ende hace que la fruta no sea desperdiciada.

1.7 Trámites De Comercio Internacional

La compañía “URABAN” es una empresa ya constituida formalmente, cuenta con su respectivo RUT y cámara de comercio, sin embargo, para realizar su primera exportación necesita tener en cuenta algunos aspectos que el gobierno les solicita, entre ellos está la inscripción de RUT como exportadores, Para adelantar actividades de exportación, se debe tramitar este registro, especificando dicha actividad.

Por otro lado se necesita evaluar si el producto a exportar, en este caso el banano deshidratado cubierto de chocolate, cuenta con los atributos necesarios para exportarlo, es decir, saber si este producto si es bien aceptado en el mercado internacional y si la capacidad

productiva de la empresa es la suficiente para atender esa demanda internacional.

El estudio de mercados es clave para iniciar el proceso de exportación, este ayuda a identificar el mercado potencial para este producto. Se necesita identificar el país o región potencial a donde se quiere llevar este producto determinando: requisitos de ingreso, vistos buenos, impuestos, preferencias arancelarias, entre otros factores que se encuentran involucrados en el proceso de venta en el exterior, para este tipo de cosas se cuenta con entidades como Procolombia, que apoya a las empresas brindando asesorías comerciales para iniciar sus procesos de exportación.

Cuando ya se tiene escogida la opción de mercado más conveniente, es importante tener en cuenta los vistos buenos que tiene el gobierno para la salida de productos del país, en este caso, al ser el banano deshidratado un alimento el gobierno exige el registro y certificado del **INVIMA** para medicamentos, alimentos y productos cosméticos. La búsqueda de clientes en ese país objetivo es quizás la más dura de realizar, el banano deshidratado cubierto de chocolate al ser un producto poco conocido en el mercado internacional, es difícil que distribuidoras en el exterior estén dispuestas a venderlo, sin embargo, un posible público objetivo para este producto podrían ser colonias latinas en Estados Unidos, las cuales toman el banano como un producto propio, de identidad latina, esto le daría la posibilidad a la empresa de vender su producto a esas personas que quieren el banano en todas sus presentaciones.

Cuando ya se hizo la negociación con el nuevo cliente en el exterior, se inicia el proceso de exportación. Lo primero que hay que hacer es realizar toda la documentación necesaria para la salida de la mercancía del país. Se necesitan documentos como certificado de origen, este lo solicita la empresa importadora para tener preferencias arancelarias a la hora de entrar la mercancía a su país.

Por otro lado está la contratación de una agencia de aduanas y una agencia de carga, estas estarán encargadas de realizar todos los trámites necesarios para la autorización de la salida de la mercancía. La agencia de aduana solicitará documentos tales como: Factura comercial, listas de empaque, el certificado INVIMA, estos serán ingresados al sistema de la DIAN para determinar si la mercancía se le hará una inspección física o documental o si esta saldrá del país directamente sin realizar algún tipo de inspección. La agencia de carga será la encargada de realizar los trámites de transporte para mover la mercancía de origen a destino, es decir, Colombia- país importador.

El pago que se realiza, es decir, el ingreso de divisas al país se debe realizar a través de intermediarios cambiarios, es decir, bancos comerciales. Para esto se utiliza el formulario n°2 reclamarlo y presentarlo ante el banco que se haya escogido para realizar el giro, esto se hace con el fin de que el dinero que entre sea dinero legal y sea avalado por la nación.

CAPITULO II. ANALISIS DE LA INDUSTRIA

2.1 Entorno

2.1.1 Colombia

A pesar de la caída del precio del petróleo en el año 2014, el paro camionero del presente año o el intenso invierno que ha habido en Colombia los últimos años, generadores de un aumento en los precios de la canasta familiar; el sector de la industria alimenticia es el segundo entre los que más contribuyeron para que la economía colombiana tuviera un crecimiento. “La industria de alimentos se ha convertido en uno de los sectores más promisorios para la competitividad del país en los mercados globales, debido a la diversidad regional y la riqueza de los productos colombianos ante el mundo” (Mineducacion, 2012, pág. 1)

El paro camionero que tuvo una duración de más de 40 días, dejó bajas en las operaciones de comercio en el país. Grandes pérdidas de alimentos perecederos que se dejaron de transportar, productos de importación que por motivos de logística no se pudieron transportar desde los puertos marítimos o productos de exportación que no se pudieron sacar a los puertos o por vía terrestre a otros países, ocasionó primero que todo que hubiera un desabastecimiento de productos en los mercados colombianos y segundo que estos productos tuvieran un aumento significativo en sus precios. Sin embargo, en los últimos días se ha visto una estabilidad de los precios de los productos del sector industrial de alimentos.

Todos los días se ve un aumento en el intercambio de bienes y servicios en todo el mundo, esto se da por el desarrollo tecnología que está teniendo el mundo en la actualidad, esto conlleva a que las compañías se vean en la obligación de tecnificar su maquinaria y así usar la tecnología necesaria para los procesos productivos y realizar estudios continuos para actualizar e ir a la par con las necesidades del mercado. Pero en algunos casos como Colombia que posee un nivel

de producción bueno sin importar la carencia de tecnología, se originan productos de excelente calidad.

¿Cómo se prepara el sector para el posconflicto?

Si bien es cierto que la paz en Colombia es necesaria, que “acabar” la guerra supondría grandes cambios para el país, muchas empresas del sector tienen miedo de ingresar excombatientes a sus empresas pero si los acuerdos de paz son aceptados el sector tendrá que realizar grandes compromisos con el país permitiendo que reinsertados trabajen en actividades de desarrollo que les permite crear un nuevo estilo de vida diferente a las armas.

Una reciente encuesta realizada por la Cámara de Comercio de Bogotá entre 1321 empresarios colombianos mostró que el 47 % de estos estaban de acuerdo con el proceso de paz porque consideran que es la mejor alternativa para el país y el bienestar de los colombianos. (El país, 2015)

Con esto se puede ver que los empresarios son optimistas a la hora de firmar los acuerdos de paz, porque según estos se va a ver reflejado en un aumento en la inversión extranjera y en el crecimiento económico acelerando así el desarrollo del país. Sin embargo las empresas del sector industrial deberán de realizar planes de mejora para la construcción de la paz con fondos de apoyo para los emprendedores, abriendo vacantes para la capacitación y creación de fuentes de empleo. Simón Gaviria asegura que “Se espera un fortalecimiento profundo del crecimiento en los sectores de agricultura e industria. Los dividendos para estos sectores sería de un punto porcentual de crecimiento adicional en el largo plazo” (El país, 2015)

2.1.2 Estados Unidos

Es un país económicamente sostenible, es una economía diversificada, con una mezcla de grandes y pequeñas empresas y una gran variedad de industria y servicios. Aunque hace

muy poco tuvo una crisis económica este se ha recuperado lentamente gracias a un plan de estímulo presupuestario, bajas en las tasas de interés, aumento en el consumo de los hogares y la creación de empleos, invirtiendo en la modernización corporativa.

En el aspecto político USA es un estado presidencialista, bipartidista y feudal, existen las tres ramas: rama legislativa, rama judicial, rama ejecutiva. Y el presidente se elige bajo el voto popular. En el tema cultural y social, USA es un país consumista por naturaleza, donde sus habitantes solo piensan en gastar, gastar y gastar, prefieren las cosas de lujo, y hechas a máquina. Es un país de inmigrantes en su mayoría, por ende existe una revoltura de culturas provenientes del mundo entero, pero en su mayoría latinos y europeos. Sus dietas se basan más que todo en comidas ligeras como sándwiches, ensaladas o comidas rápidas y alimentos que se preparen en microondas en pocos minutos.

En el aspecto tecnológico, estados unidos es uno de los países más avanzados, según datos de Economy Weblog (2011), cada año se invierten miles de millones de dólares en investigación, desarrollo y educación. Allí viven los científicos e investigadores más importantes del mundo, ya que tienen una proyección clara y real de la importancia que tienen las ciencias y las tecnologías para el mundo.

En el tema ambiental, si bien es cierto que estados unidos es un país que tiene muy en cuenta el tema medioambiental, que destina recursos para encontrar nuevas formas de producir energía sostenible, también es cierto que es uno de los países más contaminantes del mundo, al ser un país netamente industrial en donde incluso el tema ganadero y agropecuario utiliza mecanismos industriales para la cosecha o engorde de sus animales, debería de tener muchísimo más en cuenta que gran parte de la contaminación del mundo se debe a ellos y a sus formas de vida consumistas e industrial.

2.2 Sector o Industria

El sector al que pertenece este proyecto es conocido como el sector secundario o sector industrial, sector de la economía que transforma la materia prima extraída del sector primario o agropecuario en productos comercializables utilizando, para ello, fuerza humana, maquinaria y energía. Este sector comprende la industria, artesanía, alimentos, construcción y obtención de energía.

2.2.1 Composición Del Sector Industrial

La industria alimenticia que se compone de aceites, grasas animales y vegetales, cacao, chocolate, productos de confitería y otros productos alimenticios representaron según datos del Banco de la República en 2015 2.651 (miles de millones de pesos), Productos a base de café representaron 580 (miles de millones de pesos) del PIB colombiano. Se encuentran empresas como:

- El café: Con empresas como Colcafé, Sello rojo, Aguila roja, Dolca, Nescafé, Juan Valdez. Entre otros.
- Chocolate: Con marcas como El sol, andino, Cruz, Especial, Corona.
- Aceites: Purísimo, Girasol, Premier, Oleocali.
- Harinas: Maizena, Ricaute, La monjita, La Americana.
- Lácteos: Alpina, Colanta, Alqueria, Pomar, Puralac.
- Pastas: Doria, la muñeca, la bambina, etc.
- Sopas: Knor, Maggi, La constancia. Etc.
- Confitería: Colombina, Jef, Nestlé.
- Grasas vegetales: La fina, Alpina, Natura, Rama

Bebidas las cuales representaron según datos del Banco de la República en 2015 3.981 (miles de millones de pesos) del PIB Colombia. En este sector encontramos empresas como

Postobon, Pepsi, coca-cola, y bebidas cervezas como aguila, bavaria, ceriveria unión. Industria textilera representó según datos del Banco de la República en 2015 600 (miles de millones de pesos) del PIB colombiano y en esta encontramos empresas como Coltejer Fabricato, Leonisa, Enka entre otras.

Papel el cual representó según datos del Banco de la República 2.442 (miles de millones de pesos) del PIB en Colombia y se encuentran empresas como Propal, Cartón de Colombia.

GRÁFICA N°1 VARIACIÓN PORCENTUAL ANUAL DEL PIB DEL SECTOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS



Fuente: DANE. El PIB de alimentos y bebidas está reportado en precios constantes y serie desestacionalizada. Pr: Cifras preliminares; P: Cifras provisionales

Con base en la gráfica anterior, en 2011 el PIB del sector de alimentos y bebidas fue del 2,94% del valor total del mismo y este sector tuvo ventas de 12.480 (miles de millones de pesos). En 2012 disminuyó el porcentaje a un 0,91% del valor del PIB pero aumentaron las ventas a 12.594 (Miles de millones de pesos). Para el año 2013 volvió a haber un aumento del PIB de este sector con un 2,15% y un valor en ventas de 12.865 (miles de millones de pesos). Finalmente en el 2014 hubo un aumento más considerable el cual fue de 4,24% del valor del PIB que significó unas ventas de 13.411 (miles de millones de pesos).

2.2.2 Tendencias De Crecimiento

**TABLA N°1 PIB SECTOR INDUSTRIAL- ALIMENTOS DE LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS
(MILES DE MILLONES DE PESOS)**

AÑO	MILES DE MILLONES DE PESOS
2006	2.097
2007	2.272
2008	2.348
2009	2.392
2010	2.383
2011	2.449
2012	2.471
2013	2.544
2014	2.649
2015	2.651

Fuente: Banco de la Republica. 2016

En la última década el sector de la industria alimenticia en Colombia ha tenido un crecimiento significativo, este crecimiento se atribuye a que es un país esencialmente agrícola y de transformación de alimentos y esta actividad constituye la industria más generalizada y su importancia hace relación tanto a los productos de consumo interno como a los de exportación.

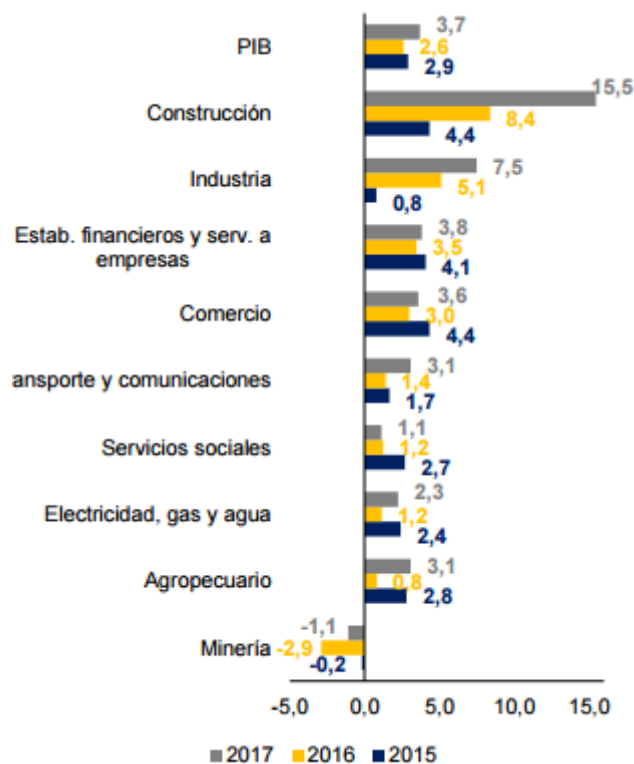
Con base en la tabla anterior, el sector de alimentos tuvo variaciones positivas para la economía. En el año 2006 constituyó 2.097 (miles de millones de pesos) al PIB colombiano con una variación del 3,71% respecto al año anterior. Para el año 2007 constituyó 2.272 (miles

de millones de pesos) del PIB con una variación del 8,35% frente al año 2006. En el año 2008 constituyó 2.348 (miles de millones de pesos) del PIB con una variación de 3.35% frente al año anterior. El año 2009 este sector representó 2.393 (miles de millones de pesos) con una variación del 1,87% pero para el año 2010 se ve que la variación disminuyó respecto a los años anteriores, este año representó 2.383 (miles de millones de pesos) con una variación negativa de -0,38% del PIB. Pero para los años siguientes la participación del sector de alimentos al PIB Colombia tuvo un incremento positivo, para el año 2011 el aumento fue del 2,77% respecto a años anteriores con una participación de 2.449 (miles de millones de pesos)

Para el año 2012 la participación fue de 2.471 (miles de millones de pesos) con una variación del 0,90%, no fue muy alta, sin embargo es un aspecto positivo para la economía. Para el año 2013 la participación fue del 2,95% representado en 2,544 (miles de millones de pesos). Para el año 2014 tuvo un incremento significativo en su participación en el PIB, este fue de 4,13% que representó 6,649 (miles de millones de pesos). Y por último para el año 2015 la variación no fue muy alta, representada por 2.651 (miles de millones de pesos) con una variación del 0,08%.

2.2.3 Proyecciones del crecimiento real del PIB por sector

GRÁFICO N°2 PROYECCIONES DE CRECIMIENTO DEL PIB



Fuente: DANE. 2014 Cálculos: ASOBANCARIA

Como se puede observar en el gráfico N°1, el sector de la industria tendría un crecimiento este año de 5.1% en su participación en el PIB. Así mismo, para el 2017 se prevé un crecimiento en su participación en PIB colombiano del 7.5% siendo el segundo sector con mayor crecimiento para dicho año. Esto afectaría de manera positiva a la economía Colombiana, lo que a su vez aumentaría el empleo y las exportaciones netas.

CAPITULO III. ANALISIS DEL MERCADO

3.1 Objetivos de Mercadeo

- Incrementar el nivel de reconocimiento de la marca, en un período máximo de 3 años.
- Posicionar la marca en un período de máximo 5 años, manteniendo el crecimiento del producto estrella.
- Realizar ventas anuales por más de 98 millones de pesos a partir del primer año con un crecimiento anual del 5%.

3.2 Los Mercados Meta de los Bienes.

Con base de la investigación realizada, se han escogido 2 posibles mercados a los cuales exportar el producto, estos países se caracterizan por tener un alto consumo de frutas deshidratadas:

TABLA N°2 VARIABLES GENERALES DE ESTADOS UNIDOS

ESTADOS UNIDOS	
CAPITAL	Washington, DC
IDIOMA	Inglés
TIPO DE GOBIERNO	República Federal Presidencial
RELIGIÓN	Protestante: 51.3% Católica Romana: 23.9% Otras: 24.8%
MONEDA	Dólar Americano
PRINCIPALES CIUDADES	Nueva York, Los Angeles, Miami, San Francisco, San Diego.

Fuente: Central Intelligence Agency (CIA). 2016.

TABLA N°3 INDICADORES SOCIO ECONÓMICOS DE ESTADOS UNIDOS

INDICADORES SOCIO ECONÓMICOS	
POBLACIÓN	323'995.528 (Julio 2016)
PIB	\$17.95 trillones (2015)
PIB PER CAPITA	\$55.800 (2015)
TASA DE DESEMPLEO	5.2% (2015)
IMPUESTOS Y OTROS INGRESOS	18.1% del valor del PIB
TASA DE INFLACIÓN	0.1% (2015)

Fuente: Centra Intelligence Agency (CIA). 2016

Estados Unidos es un amplio importador de productos agrícolas como frutas y verduras, ya sean frescos o secos. Este mercado tiene un constante aumento en el consumo de alimentos, abastecido especialmente por países latinoamericanos. Según datos de CEPAL (2008) por cada 100 dólares gastados en alimentos, trece son de origen importado desde Latinoamérica y el caribe. Lo que lleva a entender que las ganancias que se puedan tener por vender un producto alimenticio en este país sean considerablemente buenas.

Gracias al alto número de latinos residentes en Estados Unidos, la oportunidad de venta de snacks, confitería y galletas es muy alta. Estos son distribuidos en las colonias hispanas donde es más sencillo que la marca obtenga un buen reconocimiento, y debido a que estos forman parte de la dieta diaria y existe una tendencia al consumo de alimentos orgánicos o naturales como frutas deshidratadas, los Chocobananos serían bien recibidos en este mercado.

TABLA N°4 VARIABLES GENERALES DE REINO UNIDO

REINO UNIDO	
CAPITAL	Londres
IDIOMA	Inglés
TIPO DE GOBIERNO	Monarquía Constitucional Parlamentaria
RELIGIÓN	Cristiano (incluye anglicana, católica, presbiteriana, metodista): 59.5% Musulmana: 4.4% Otras: 36.1%
MONEDA	Libra esterlina
PRINCIPALES CIUDADES	Londres, Birmingham, Liverpool, Manchester

Fuente: Central Intelligence Agency (CIA). 2016.

TABLA N°5 INDICADORES SOCIO ECONÓMICOS DE REINO UNIDO

INDICADORES SOCIO ECONÓMICOS	
POBLACIÓN	64,430,428 (Julio 2016)
PIB	\$2.679 trillones (2015)
PIB PER CAPITA	\$41,200 (2015)
TASA DE DESEMPLEO	5.4% (2015)
IMPUESTOS Y OTROS INGRESOS	38.4% del valor del PIB (2015)
TASA DE INFLACIÓN	0.1% (2015)

Fuente: Central Intelligence Agency (CIA). 2016.

El Reino Unido es la novena economía de exportación más importante del mundo, Según datos de la OEC (2014) entre las principales importaciones de Reino Unido se encuentran Coches, que representa el 7,12% de las importaciones totales de Reino Unido, seguido por Petróleo Crudo, que representa el 5,13% Y se le conoce como el quinto importador más grande del mundo de servicios y el sexto importador de mercancías. Entre sus principales proveedores se encuentran Alemania, USA, Francia, Países bajos e Italia. Por otro lado, en el sector de la agricultura, el país es totalmente autosuficiente en la mayoría de productos básicos puesto que sus granjas tienden a ser más grandes que las de la Unión Europea.

Debido a la decisión que el país tomo para salirse de la Zona euro, es decir, de la Unión Europea, el país tendrá que renegociar varios acuerdos comerciales dando como consecuencia cierta incertidumbre con respecto a su comercio internacional, debido a que los países no se sentirán tan seguros de realizar sus negociaciones allí, aunque ésta sea una gran economía mundial.

3.2.1 Frutas deshidratadas en el mercado de Estados Unidos.

Después de una búsqueda de los países potenciales para la exportación de este producto, se eligió como país potencial Estados Unidos de América, por ser un conocedor del producto, por ser un país consumista por naturaleza, por tener una colonia de latinos muy grande, que según datos de BBC Mundo (2016) ronda los 55,2 millones de latinos en Estados Unidos, lo que representa el 17% de la población total de este país. Y por último porque la gran mayoría de sus habitantes está buscando consumir alimentos nutritivos y fáciles de llevar. El auge fitness está en aumento, según datos de FitSeven (2013) el 10,2% de la población norteamericana hacen deporte y consumen alimentos saludables, lo que equivale a 50,2 millones de habitantes, esto lleva a que el banano deshidratado tenga una tendencia a la aceptación por parte de la población norteamericana.

Estados Unidos es un país rico en diversidad étnica, por ende la variedad de productos es muy alta. Para poder entrar un producto nuevo a este país se debe saber que los consumidores buscan una alta calidad y a precios razonables, para medir esta calidad las empresas que deciden entrar productos nuevos al mercado se fijan en color, sabor, olor y que el corte del producto sea de un tamaño estándar fácil para su consumo, buscando que exista de parte del exportador la flexibilidad necesaria para adaptar sus productos a tales requerimientos. En este caso el banano deshidratado es conocido como snack, el cual es de fácil manejo, consumo y nutritivo para quien lo consuma.

Por otro lado está el empaque del producto, el cual sea atractivo para el consumidor idealmente que cuente con una porción transparente para apreciarlo y que sea acorde al segmento del mercado objetivo, fácil de abrir y cerrar.

Y por último darle un valor agregado al producto, el cual el consumidor pueda diferenciarlo de otros productos del mercado que sean parecidos, en este caso el banano deshidratado se encuentra recubierto de chocolate y no cuenta con aditivos y conservantes que le dañen el sabor al producto haciéndolo más natural y más atractivo para el consumidor.

Según el reporte de Packaged Facts sobre Snack Foods in the U.S (2011), señalo que las ventas al detalle de frutas deshidratadas envasadas alcanzaron una suma de casi 64 mil millones de USD en el año 2010, Dentro de esta última década, el norteamericano pasó de consumir 3,8 comidas diarias a 4,9 comidas, incremento el cual se atribuye principalmente al consumo de snacks. Este cambio de hábito resultó en un 29% de crecimiento de la categoría en los últimos 10 años proyectándose un aumento del 20% para el año 2015.

Este creciente aumento de consumo de frutas deshidratadas se debe a que los consumidores están más consientes sobre la importancia de preferir snacks saludables y que den energía.

3.2.2 Arancel General

Estados unidos tienen aranceles a los productos importados dependiente del país de origen. Estos aranceles son pagados por un grupo muy reducido de países debido a que la mayoría gozan de los beneficios de la cláusula de la nación más favorable o acuerdos bilaterales y regionales que otorgan beneficios adicionales a la desgravación, como es el caso de Colombia, el cual cuenta con un tratado de libre comercio con los Estados Unidos de América.

TABLA N°6 ARANCELES COBRADOS POR ESTADOS UNIDOS

POSICIÓN	DESCRIPCIÓN	ARANCEL GENERAL	ARANCEL COBRADO A COLOMBIA	ACUERDO
0803	Bananas o plátanos, frescos o secos			
08.03.00.20	- Bananos, frescos o secos	0%	0%	N/A
08.03.00.30	- Plátanos frescos	0%	0%	
08.03.00.40	- Plátanos secos	1,4%	0%	TLC

Fuente: Ministerio de comercio industria y turismo. (2013)

3.2.3 Requisitos de acceso y normatividad

A pesar de que las frutas procesadas no están sujetas a normativas o inspecciones fitosanitarias o de comercialización sí deben cumplir, en determinados casos, con normas y estándares de calidad. Estos por lo general son de carácter voluntario. Las frutas deshidratada, y dentro de ellas el banano deshidratado, deben cumplir tanto con las normas de salud pública y estándares de calidad, como con las regulaciones sobre rotulado.

Esta inspección se debe realizar para determinar si estos alimentos han sido adulterados en su producción o distribución, evitando riesgos para el consumidor.

La fruta deshidratada importada en Estados Unidos está sujeta a inspección por el FDA en el puerto de entrada. El cargamento que no pasa esta inspección y es retenido en el puerto de entrada tiene una segunda oportunidad para dar cumplimiento a los requerimientos, siendo los costos involucrados en esta re-inspección, como re-etiquetado o costos de procesamiento, cargo del importador. (ProColombia , 2013, pág. 3)

Cuando el producto entra a estados unidos, hay un organismo encargado de revisar los grados de calidad del producto otorgando a los productos inspecciones, certificados e implementación

de programas en apoyo de la industria que produce las frutas deshidratadas, Este organismo se llama PPB (Processed Products Branch).

3.3 Perfil de Mercado Potencial de Bienes.

Los consumidores potenciales para el banano deshidratado se podrían definir como personas de cualquier edad, sexo, estado civil, que sus ingresos estén en el nivel promedio de la población, y su nivel de educación es indiferente. Sin embargo, el producto se enfoca más en las personas que desean consumir alimentos sin conservantes ni aditivos, que ayuden a la buena nutrición y que no engorden. Este snack es fácil de llevar a cualquier lugar y es un alimento simple que ayuda en momentos en los que no se tiene el tiempo para tener una comida completa y balanceada, lo cual es común en los Estados Unidos, donde las personas tienen a estar siempre en movimiento, en reuniones por varias horas, corriendo de un lugar a otro, recogiendo sus hijos, yendo a los trabajos, a clases, al gimnasio, etc. Debido a esto, los hábitos de compra y de consumo de este producto son altos, puesto que el banano deshidratado ayuda a calmar el hambre en medio de las ocupaciones cotidianas.

Como región geográfica para su venta, según Procolombia (2015), las regiones de estados unidos donde se consume frutos deshidratados son Miami, Arizona, Texas, Los Angeles, Nueva York, Carolina del Norte y Carolina del Sur, dado que la concentración de latinos es alta. Por ende, el banano deshidratado será vendido en estas regiones del país por su alta probabilidad de compra y consumo.

3.4 Cuantificación de los Clientes Potenciales de Bienes y/o Servicios

Como mercado objetivo se tiene el estado de California el cual posee según datos de BBC (2016) la mayor población de latinos en Estados Unidos, con un aproximado de 14,4 millones. Pero realizando una segmentación más profunda se tiene como ciudad objetivo a Los Ángeles, dado que en ésta habitan alrededor de 4 millones de latinos. Como se puede observar, el

producto está dirigido a las comunidades latinas, pero el objetivo es que toda la población angelina pueda y quiera comprar los chocobananos y consumirlos.

Los consumidores potenciales son latinos que viven Los Ángeles california. Estos se distribuyen así: Según datos de BLENDEX (2016) viven alrededor de 49.776 colombianos. Según datos de SDP noticias (2015), la cantidad de mexicanos en los Ángeles es alrededor de 1,7 millones de personas. Dado que los mexicanos y los colombianos tienen un gran gusto por el banano, estos serán los clientes y/o consumidores potenciales para los Chocobananos deshidratadas.

3.5 Mercado Competidor.

3.5.1 Alimentos Naranja Verde LTDA

Alimentos naranja verde según su página web <http://www.naranjaverde.co/> es una empresa constituida en el año 2006, dedicada a la deshidratación de frutas, vegetales y la producción de condimentos. Todo esto mediante el proceso de aire caliente.

Sus fortalezas se centran en la responsabilidad social. La mano de obra son mujeres cabeza de hogar vinculadas con todas las garantías laborales, por otro lado está el hecho de que sus productos cuando se les realiza el proceso de transformación quedan con sus características y cualidades propias, su variedad de frutas y verduras que se deshidratan es inmensa, como lo son la ochuva, el banano, el coco, La piña, el mango, lulo, mandarina manzana, entre otras o verduras como el pimentón, la papa, la cebolla, los champiñones el jengibre, la zanahoria, etc.

La empresa cuenta con un valor agregado del producto, debido a que realiza las operaciones de maquila en donde la deshidratación de sus productos se realiza según las especificaciones del cliente.

Descripción de la oferta Exportable

- Frutas y vegetales deshidratados en trozos
- rebanadas
- gránulos y en polvo
- Barras de fruta a base de uchuva con mezclas de piña, mango, banano, fresa y papaya.

El canal de distribución que tiene la compañía se centra en la venta por medio de supermercados, mini mercados, tiendas de barrio.

3.5.2 Andes Fruits

Según su página web (<http://www.andesexport.com/es/index.html>) Andes Fruits, es una compañía Colombia pero de descendencia europea, se dedica a la deshidratación y comercialización de frutas exóticas deshidratadas tales como la uchuva, la pitaya y el banano pequeño o “bananito”. Sus mercados objetivos son Europa en general y los Estado Unidos.

Su responsabilidad social se centra primero que todo en darle empleo a personas de Boyacá, las cuales se encargan de cultivar toda la fruta que es utilizada por la empresa, y segundo, no utilizan agro-químicos en sus cultivos por esta razón se les otorgó un certificado orgánico por el cuidado de sus cultivos.

Una desventaja que se podría ver en sus productos está en el hecho de que son productos con un estimado de duración no máximo a 17 días, lo que en ocasiones hace que el distribuidor o el que venda el producto no lo adquiera por miedo a que este se dañe.

3.5.3 Frutar LTDA

Es una compañía ubicada en Bogotá, que hoy en día se dedica a vender en el país frutas deshidratadas y que espera conquistar los mercados internacionales con sus productos.

Sus ventas se centran en la capital del país, en donde el consumo de estos frutos ha ido aumentando cada vez más y donde esta marca ha tenido un gran reconocimiento en el mercado. Esperan conquistar el mercado internacional, saliendo a diversas ferias alrededor del mundo donde se han dado cuenta de que el consumo de frutos deshidratados y además con un valor agregado está en pleno auge. Para llegar a estos mercados FRUTAR ha empezado a realizar alianzas estratégicas con diversas empresas como Oasis Fruti para conseguir la materia prima, y para que estos sean los que vendan sus productos en el exterior. Sus frutos deshidratados tienen presentaciones de 50 y 200 gramos, cantidades que sugieren un consumo individual o familiar según sea el caso. Además cada porción ofrece la cantidad recomendada para consumo diario de vitaminas, calorías, proteína y demás que poseen las frutas.

Quizás una de las debilidades que tiene la compañía es su falta de promoción en el mercado, debido a que no poseen página web, uso de redes sociales o sus productos no son conocidos en otros mercados a parte del de la capital de país.

Su oferta exportable se centra en frutos como Ochuva, Mango, Carambolo y piña.

3.6 Mercado Distribuidor.

De acuerdo al formato del producto, el tamaño y sus porciones, el canal de distribución más adecuado para el banano deshidratado es el canal de retail, ya que se considera un producto que se adquiere para ser llevado y consumido fuera del hogar, en el trabajo o durante actividades al aire libre.

En Estados Unidos se conocen diversas variedades de Retailers, como son los locales independientes, cadenas de supermercados estatales y nacionales, y tiendas por internet. Por ser un mercado tan amplio y debido a que existe tanta competencia entre los distintos retailers cada uno busca ampliar su gama de productos diferenciándose por calidad, ubicación y número

de locales, lo cual le da al banano deshidratado una ventaja muy grande, puesto que éste se puede concentrar en posicionarse dentro de un segmento específico de consumidores.

En cuanto a las ventas nacionales, se destinaría un 23% del total de la producción. Según datos de La Economía de Hoy (2016), el Banco Central de Colombia tiene una meta de inflación para el 2017 de 4,5% y una tasa de interés de 7,0% lo que significa un gran aumento en los precios de los alimentos los cuales según analistas no bajarían en un corto plazo. Esta meta de inflación sin embargo, según datos de El Colombiano (2016) (Ortiz Castaño, 2016), no será posible pues en Junio del año actual este indicador se trepó a 8,6% y se estima que cerrará el año con 6,5%. Dado lo anterior se ha planteado un incremento del 5% en los precios del producto que representa un aumento por debajo del porcentaje de inflación, debido a que los Chocobananos son realizados con la fruta fresca que no es apta para la exportación por razones mínimas, como lo son: maduración excesiva o tamaño no adecuado. Esto favorece a la empresa puesto que no le afecta demasiado el índice de inflación (sale más económica la materia prima).

TABLA N°7 INCREMENTO DE LA OFERTA NACIONAL

AÑO	CAJAS DE CHOCOBANANOS DESHIDRATADOS		VENTA TOTAL \$
	CANTIDAD	PRECIO \$	
2017	3.000	6.000	18'000.000
2018	3.150	6.300	19'845.000
2019	3.308	6.615	21'882.420
2020	3.473	6.946	24'123.458
2021	3.647	7.293	26'597.571

3.7 Estrategias De Promoción

- **VOLANTES:** Se pegarán y repartirán volantes en los mercados en dónde el producto vaya a estar presente y así los clientes podrán enterarse de la existencia del mismo.
- **REDES SOCIALES:** Esta estrategia consiste en crear páginas en redes sociales tales como: Facebook, Instagram y Twitter. Esto con el fin de generar una cercanía con el consumidor y ganar su confianza, así mismo dar a conocer las promociones existentes y precios de venta.
- **PÁGINA WEB:** Consiste en la creación de una página web para la empresa como tal, con miras a que los mercados en el exterior conozcan el producto y deseen venderlo en sus países.
- **FERIAS O EXPOSICIONES INTERNACIONALES:** Asistir a diferentes ferias en el exterior para generar atracción por parte de los asistentes, con el fin de ampliar el mercado y hacer que el producto sea reconocido.

3.7.1 Presupuesto de Estrategias de Promoción

TABLA N°8 PROYECCIÓN DE PRESUPUESTO PARA PROMOCIÓN

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Volantes	\$300.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000
Redes Sociales	\$600.000	\$300.000	\$300.000	\$300.000	\$300.000
Página Web	\$4'000.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000
Ferias o Exposiciones	\$8'000.000	\$8.000.000	No se participa más. Al 2do año ya debe ser reconocido el producto		
TOTAL	\$12'900.000	\$8'900.000	\$900.000	\$900.000	\$900.000

3.8 Plan De Ventas (Oferta Exportable)

Las proyecciones de ventas fueron diagnosticadas incrementando un 5% anual, siendo éstas un total del 77% de toda la producción. En la siguiente tabla se muestra tal incremento:

TABLA N°9 INCREMENTO DE LA OFERTA EXPORTABLE

AÑO	CAJAS DE CHOCOBANANOS		VENTA TOTAL \$
	DESHIDRATADOS		
	CANTIDAD	PRECIO \$	
2017	10.000	10.000	100'000.000
2018	10.500	10.500	110'250.000
2019	11.025	11.025	121'550.625
2020	11.576	11.576	131'006.670
2021	12.155	12.155	147'744.785

CAPITULO IV. ANALISIS COMERCIO INTERNACIONAL

4.1 Tratados Comerciales

La república de Colombia y los estados unidos de américa poseen un tratado de libre comercio suscritos el 22 de noviembre de 2006 y aprobado el 1 de octubre de 2011. Su objetivo es el de abrir el mercado norteamericano a los productos originarios de Colombia generando empleo, inversión y el tratar de erradicar la pobreza en Colombia, también está el hecho de volver al país una plataforma de exportación y convertir a Colombia en un país atractivo para la inversión nacional y extranjera.

Con este acuerdo se negociaron temas como: Acceso a mercados en dos vertientes (industriales y agrícolas), propiedad intelectual, inversión, compras del estado, comercio electrónico, servicios, temas ambientales y laborales.

Según informes de Colombia digital (2012) las ventajas de este acuerdo se dividen en:

- Aumento y aceleración del crecimiento económico por mayor flujo de capital.
- Incremento de las exportaciones, la mayoría de productos no tradicionales.
- Aumento de la competitividad nacional, gracias al acceso de nuevas tecnologías, materias primas y conocimiento a menores costos.
- Estabilidad en el mercado laboral en el sector industrial, es decir, aumento del empleo.
- Aumento de confianza para la inversión.
- Modernización del estado y de las relaciones internacionales.

Pero como en todo, existen desventajas a la hora de realizar un acuerdo con un grande del comercio. Entre sus desventajas podemos encontrar un desequilibrio de la economía interna y una desprotección de sectores que no se benefician con el tratado. Cuando se elimina los aranceles de entrada de productos extranjeros se estaría dejando de recibir impuestos lo que podría aumentar el déficit fiscal del país y por último se tiene que la empresas tienen poca capacidad de adaptación a los estándares internacionales de producción lo que hace que las empresas provenientes de Norteamérica monopolicen, por decirlo de alguna manera, algunos mercados colombianos.

Los sectores de la economía colombiana que tienen mejores preferencias para entrar a Estados Unidos son el sector automotriz, medicamentos, materiales de construcción, alimentos frescos y procesados, azúcar y sus derivados. Estos sectores cuentan con mejores condiciones de acceso al mercado gracias a que tienen menores aranceles y menos barreras no arancelarias.

Según datos de Mincit (2014) se exportaron 317 productos manufacturados, 62 agroindustriales y 52 prendas de vestir. Desde que entró en vigencia el acuerdo se registraron 1908 nuevas empresas de sectores diferentes a los mineros provenientes de ciudades como Bogotá (1082), Antioquia (307), valle del cauca (119), Atlántico (87) y Cundinamarca (80). La mayoría de estas empresas son pertenecientes a las MIPYMES, las cuales son la base de la economía Colombiana.

Como está el acuerdo después de 4 años de vigencia:

Después de 4 años de entrar en vigencia el acuerdo comercial, los balances no son muy buenos.

En el año 2011, antes de implementarse el TLC con Estados Unidos, el superávit comercial de Colombia con ese país había alcanzado US\$ 8.111 millones. Para 2014, tres años después, el déficit comercial superó los US\$ 3.303 millones y en los primeros dos meses de 2015 sobrepasó los US\$ 1.200 millones. Significa que el TLC podría ser responsable de la pérdida

de US\$ 12.622 millones en comercio para Colombia, equivalentes a \$25 billones de pesos. Desde que inició el TLC, en mayo de 2012, no ha habido un solo mes con superávit comercial. (RECALCA, 2015)

Como se puede ver, los datos no son para nada alentadores. Aunque desde un principio se había dicho que el tratado de libre comercio tendría más ventajas para estados unidos que para Colombia, sin embargo, se ha visto que muchas pequeñas y medianas empresas han aumentado sus ventas y por ende sus ingresos gracias a la apertura de este nuevo tratado, pero debido a que Colombia no tiene una suficiente sofisticación en su producción las exportaciones hacia los Estados Unidos no se consideran un motor de crecimiento económico para el país.

4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

- **País de origen:** 0803.90.20.00

Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías

Bananas, incluidos los plátanos «plantains», frescos o secos.

- Los demás:

- - Secos

- **Arancel General:** 15%
- **Arancel por acuerdo internacional (TLC con EE.UU):** 0.00%

- **País de destino:** 0803.90.00.45

Bananas y plátanos, frescos o secos:

-Otros:

--Secos

- **Arancel General:** Libre
- **Arancel por acuerdo internacional (TLC con Colombia):** Libre

4.3 Requisitos y Vistos Buenos

Según informe de Santander TradePortal (2016), cerca del 20% de todas las importaciones a los Estados Unidos son alimentos o productos alimenticios. En 2002, el Congreso aprobó la Ley de Bioterrorismo como parte de su esfuerzo de lucha contra el terrorismo. La Ley de Preparación y Respuesta ante temas de Seguridad de la Salud Pública y el Bioterrorismo de 2002 (Ley de Bioterrorismo) precisa que la FDA desarrolle dos sistemas: uno que apoye el registro de instalaciones que fabriquen, procesen, envasen o conserven productos alimenticios destinados al consumo en los Estados Unidos y otro para recibir notificaciones previas antes de que se importen los alimentos o se ofrezca su importación a los Estados Unidos. Dicha notificación previa ha de ser remitida por vía electrónica a la FDA.

Los productos fabricados deben cumplir los estándares estadounidenses, lo que implica una serie de costes potenciales adicionales. Un tercero ha de garantizar sistemáticamente el equipamiento electrónico. Hay más de 2.700 autoridades municipales o federales que pueden emitir certificaciones de seguridad, las cuales varían de un estado a otro. Debido a que no hay una fuente central de información sobre los aspectos normativos, es obligatorio buscar de antemano la ayuda de un importador.

Indistintamente de la naturaleza del producto, la documentación es importante, especialmente en términos de facturas y certificados de origen. Las formalidades de documentación son notablemente duras en lo que se refiere a la importación de textiles (todos los productos por encima del 5% de la composición del producto textil, han de ser listados de forma precisa). La normativa relativa al etiquetado puede generar también costes adicionales importantes.

La mayoría de las frutas, vegetales y avellanas se encuentran sujetas a licencias de importación. El APHIS (Animal and Plant Health Inspection Service, Servicio de Inspección

Sanitaria de Animales y Plantas) analiza los riesgos de enfermedad. La FDA (Administración de Alimentos y Fármacos, Food and Drugs Administration) es la agencia federal responsable de verificar que los alimentos son seguros, sanos e higiénicos.

4.3.1 Embalaje y etiquetado:

- Embalar el producto en contenedores fuertes, que absorban la humedad
- Distribuir el peso del producto uniformemente
- Utilizar una protección adecuada y un anclaje dentro del contenedor
- Utilizar contenedores transatlánticos o paletas para el embalaje para asegurar un fácil manejo
- El inglés es obligatorio. Otros idiomas son optativos.
- Todos los productos importados deben tener una etiqueta indeleble que mencione su país de origen. Dependiendo del producto, aplican especificaciones particulares. Los productos alimentarios deben nombrar todos los ingredientes que contienen en el orden siguiente: de mayor a menor prevalencia. Además, se debe listar toda la información nutricional del producto.

4.4 Capacidad Productiva y Exportadora

La capacidad de producción de la empresa CI Tropical, productora de banano, depende de los inventarios de fruta con que se cuente en el momento y estos varían según distintos factores como lo son siembras nuevas, renovaciones, clima y el mercado. Sin embargo, la empresa está en capacidad de proveer a Uraban 1500 cajas de banano fresco al año, es decir, en cada caja vienen alrededor de 100 bananos lo que equivale alrededor de 150.000 Bananos, con un precio de 9USD por caja.

Con respecto al chocolate para cubrir el banano deshidratado, se tiene como proveedor la marca Sephra, Ubicada en la ciudad de Bogotá. La compra del chocolate se da de 8 libras cada semestre, con un valor de \$227.000.

La empresa Urabán está en capacidad de producir alrededor 13.200 cajas al año de 230gr de chocobabanos deshidratados, es decir, 1083 cajas de chocobabanos al mes. De las cuales 834 cajas de 230gr se destinarán para la exportación lo que equivale a 10.000 al año. Y 249 cajas de 230gr se destinarán para la venta nacional lo que equivale a 3000 por año. (Todo esto teniendo en cuenta el porcentaje de desperdicio que se pueda tener al año).






4.5 Participación en Ferias Internacionales

Para obtener reconocimiento de la marca y del producto, es necesario asistir a determinadas ferias internacionales. Teniendo en cuenta que el país de interés es Estados Unidos, el Gerente de la empresa y el encargado del comercio internacional asistirán a la próxima feria Winter Fancy Food Shows 2017 USA: Feria de Alimentación y Bebida San Francisco.

Winter Fancy Food Shows 2017 USA será una feria que debido a su gran categoría, se ha convertido en una cita de gran importancia para los profesionales del sector, siendo para ellos un evento de casi inexcusable asistencia en el cual podrán descubrir interesantes novedades y establecer muy buenos contactos.

Winter Fancy Food Shows 2017 San Francisco, la feria internacional de alimentación atraerá a miles de expositores de todo Estados Unidos y del mundo. La mayoría de los expositores son empresarios que han desarrollado un nuevo producto y comenzado una compañía, en este evento se darán citas grandes profesionales y expertas del sector.

TABLA N°10 COSTOS APROXIMADOS PARA ASISTIR A LA FERIA

CONCEPTO	COSTO
INSCRIPCION A LA FERIA Y MONTAJE	\$450.000
PASAJES	<div data-bbox="614 584 1362 757"> <p>14:17 → 23:15 José María Córdova → San Francisco Internacional (MDE) → Internacional (SFO) Duración total 11h58m, 2 paradas Avianca (AV8427) Operado por AVIANCA Avianca (AV382) Operado por TACA INTERNATIONAL AIRLINES - TACA Avianca (AV560) Operado por TACA INTERNATIONAL AIRLINES - TACA</p> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; display: inline-block;">COP 1.588.955</div> </div> <p>Avianca (2016)</p> <div data-bbox="614 864 1362 1059"> <p>06:02 → 23:55 San Francisco → José María Córdova Internacional (SFO) → Internacional (MDE) Duración total 14h53m, 1 parada Avianca (AV565) Operado por TACA INTERNATIONAL AIRLINES - TACA Avianca (AV369) Operado por TACA INTERNATIONAL AIRLINES - TACA</p> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; display: inline-block;">COP 795.365</div> </div>
HOSPEDAJE	<p>Trivago (2016)</p> <div data-bbox="614 1167 1362 1435"> <p>▶ Habitación Doble con 2 camas dobles ¡Recién reservado! COP 3.650.573 [?]</p> <p>Camas: 2 camas dobles </p> <p> Aire acondicionado  Bañera</p> <p> Baño privado  TV de pantalla plana</p> <p>Más</p> <p>Los precios son por habitación, por 4 noches No incluido: 14% Impuesto, 2.45% Impuesto municipal.</p> <div style="float: right; border: 1px solid gray; padding: 5px; display: inline-block;">COP 2.197.002 -40% [?]</div> </div>
MATERIAL DE PROMOCION	700 Broshures: \$250.000 50 cajas de chocobananos: \$300.000
ALIMENTACION	\$150.000 Diario por persona

4.6 Rutas de Acceso

TABLA N°11 TRANSPORTE TERRESTRE NACIONAL

TRANSPORTE TERRESTRE NACIONAL				
TRANSPORTADOR	LUGAR DE PARTIDA	LUGAR DE ARRIVO	TIEMPO DE TRANSITO	TARIFA
COINTRASE	Apartadó Antioquia	Aeropuerto Antonio Roldán Betancourt -Carepa	20 minutos	USD\$21,66

La tabla anterior muestra cómo será el transporte terrestre nacional para cada exportación que se haga, teniendo en cuenta de que se hará una exportación mensual.

TABLA N°12 TRANSPORTE AÉREO NACIONAL

TRANSPORTE AÉREO NACIONAL				
TRANSPORTADORA	LUGAR DE PARTIDA	LUGAR DE ARRIVO	TIEMPO DE TRANSITO	TARIFA
AVIANCA	Aeropuerto Antonio Roldán Betancourt -Carepa	Jose María Córdoba -Rionegro	40 minutos	USD\$65

TABLA N°13 TRANSPORTE AÉREO INTERNACIONAL

TRANSPORTE AÉREO INTERNACIONAL				
TRANSPORTADORA	LUGAR DE PARTIDA	LUGAR DE ARRIVO	TIEMPO DE TRANSITO	TARIFA
AVIANCA	Jose María Córdoba -Rionegro	Aeropuerto de los Ángeles (LAX)	7 horas, 40 minutos	USD\$312

4.7 Liquidación de Precios de Exportación.

Para conocer los precios de exportación de los chocobananos deshidratados, se solicitó una cotización aérea a la agencia de carga All in cargo. Esto debido a que el producto a exportar es perecedero por lo tanto se necesita un tiempo de tránsito corto. A continuación se muestra dicha cotización (DDP):

TABLA N°14 COSTOS EN ORIGEN

Flete internacional	
Destino:	Los Ángeles
Aerolinea:	Avianca
Detalle	Valor USD
Transporte al aeropuerto	65,00
Aduana de exportacion	85,00
Seguro internacional	60,00
Flete internacional 2,00 x 156	312,00
Due agent	45,00
Due carrier	25,00
Total International freight	592,00

Fuente: ALL IN CARGO (2016)

TABLA N°15 COSTOS EN DESTINO

Detalle	Valor USD
Customs entry	150,00
Messenger service	25,00
Bonds to Customs Min	40,00
Food and drugs admin.	40,00
FDA prior notice	45,00
Handling	50,00
Import fee	50,00
Entrega en domicilio	120,00
Total costos en destino	520,00

Fuente: ALL IN CARGO (2016)

CAPITULO V. ANÁLISIS TÉCNICO

5.1 Descripción del proceso de producción

Compra de materia prima: Al comprar el banano se deben tener en cuentas las siguientes características:

- **Grado de madurez:** Es mejor comprar el banano verde garantizando que es un fruto fresco, el cual salió de la clasificación del producto para exportar pero no cumplió los estándares para su exportación. Y el banano que tiene un grado de maduración bajo, por ende aun es apto para su deshidratación.
- **Variedad:** Existen diferentes variedades de banano, todas ella se distinguen por su sabor, color, forma y su comportamiento a la hora de deshidratar. Para este caso la variedad que más favorece es la tipo Caveandish, la cual posee mayor aceptabilidad para su deshidratación.

Lavado y maduración de la fruta: para tener un mayor control sobre la maduración de la fruta es mejor partir del banano verde y ponerlo a madurar en la empresa. Para esto se realiza un lavado de la fruta el cual se ejecuta por inmersión en un tanque con agua potable, en el cual se aplica un producto conocido como ethrel hasta formar una solución, luego se sumergen los bananos durante 3 minutos.

Después de esto se colocan los bananos en sacos o canastas de madera, y se dejan a temperatura ambiente entre 5 y 7 días hasta que adquiera un color amarillo. Luego de esto se selecciona el banano apto para la deshidratación, es decir, un banano uniforme y firme al tacto.

Pelado y corte: el banano se pela de forma manual. Para su corte se determina el grueso y el tamaño de cada uno, ya que de esto depende su tiempo de exposición al aire caliente. Aquí se

elimina aquel banano que se encuentra en mal estado, garantizando que los cortes obtenidos se encuentran en buenas condiciones para su comercialización.

Pardeamiento enzimático: para evitar la oxidación del banano, este es sumergido en un baño con sulfitos (sales del ácido sulfuroso), El producto es sumergido en bisulfito de sodio y sorbito de potasio durante 5 minutos, esto con el fin de prevenir que el banano se oscurezca por la oxidación y para evitar el crecimiento de microorganismos.

Escurrido: se saca el producto del baño con sulfitos y este se distribuye en unas bandejas de acero inoxidable con 12 orificios de 1 mm de diámetro para escurrir el agua. Estas bandejas se deben encontrar en buen estado y limpias. La distribución de la fruta en las bandejas debe ser cuidadosa para evitar que el banano se rompa.

Secado: Una vez escurrida la fruta estas bandejas se colocan en los hornos o secadores de aire caliente, a una temperatura de entre 60 y 65 °C durante 6 a 8 horas. El punto final se determina por el contenido de humedad el cual se da entre 12% y 15% y por la textura del producto, que se permita cortar fácilmente.

Recolección: luego de la salida del horno la fruta es depositada y almacenada en un sitio específico para su enfriamiento. Aquí se evita que la fruta absorba humedad del ambiente.

Proceso de cobertura de chocolate: La fruta es llevada en bandejas con rejillas. Aquí la fruta deshidratada es bañada en chocolate dulce y es dejado en reposo durante 10 minutos hasta que el chocolate se ponga duro y se adhiera al banano.

Empaque: Las frutas deshidratadas deben ser empacadas en el menor tiempo posible para evitar que absorba la humedad del medio, este banano deshidratado cubierto de chocolate es empacado en cajas de plástico transparente por 230gr cada una embalado en caja de cartón corrugado por 25 unidades. Las cajas de plástico son membretadas con el logotipo de la

empresa, las especificaciones técnicas, código de barras, registro INVIMA, fecha de vencimiento, ingredientes. Etc.

Almacenamiento: El producto solo podrá ser almacenado si se encuentra en su embalaje final sellado, para mantener las características y calidad del producto. El tiempo estimado de duración del producto es de 5 a 6 meses y no deben ser almacenados con arrumes de más de 6 cajas.

5.2 Plan de Producción

En cuanto a cantidades, también se estima un crecimiento de 5% que se dará gracias al aumento de la mano de obra y maquinaria, lo que incrementará la capacidad productiva. En la siguiente tabla se muestra el plan de producción estimado para cada año:

TABLA N°16 PLAN DE PRODUCCIÓN PARA CADA AÑO

AÑO	CANTIDAD
2017	13.200 Unidades
2018	13.860 Unidades
2019	14.553 Unidades
2020	15.281 Unidades
2021	16.045 Unidades
TOTAL PRODUCCIÓN (5 AÑOS)	72.939 Unidades

5.3 Recursos Materiales y Humanos Para la Producción

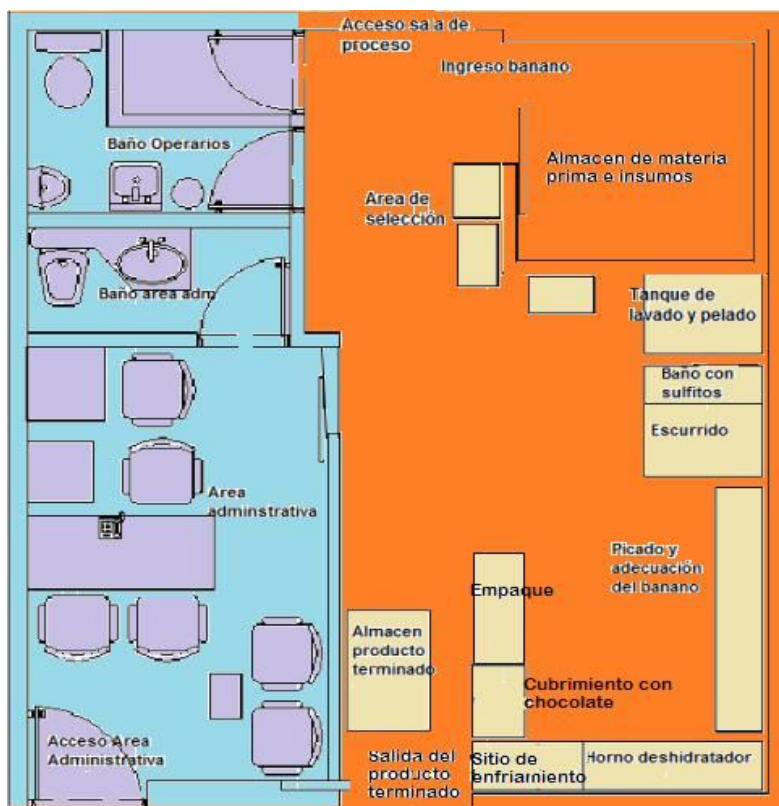
5.3.1 Locaciones

Para el proceso de fabricación de los Chocobananos, se debe contar con un local suficiente grande para tener las siguientes áreas: Almacén de la materia prima e insumos, proceso

productivo, Administración, baños de operarios, baños del área administrativa y por último una bodega para el producto terminado.


En el área de producción se debe contar con un sistema de desagüe y debe haber un proceso de eliminación de desechos. El local debe tener un diseño adecuado en el cual la maquinaria se encuentre instalada en secuencia de procesos. En la siguiente imagen se muestra la organización de la fabricación:

FIGURA N°4 INFRAESTRUCTURA DE LA FÁBRICA



5.3.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

TABLA N°17 MAQUINARIA

Maquina	Descripción	Precio	Cant.	Total
Horno deshidratador- Secador 	SECADOR Estructura en acero, lamina en acero al carbón exterior y galvanizado en la parte interna del horno. Medidas 1.60 X 110 X 2.20 cts. Calentamiento directo con gas propano. Parte eléctrica 110 voltios con gabinete. Un carro con 28 bandejas, 14 en la parte de adelante y 14 en la parte trasera, de 93 X 49 X 6 cromadas Acabado externo con pintura anti hongo. Área de transferencia térmica en bandejas 13 metros cuadrados. Instrumentación (control de humedad, termómetro digital, control de temperatura y un termómetro de bulbo caratula de 2 ½” en la puerta de horno).	\$18'000.000	2	\$36'000.000

Fuente: MercadoLibre (2016)

TABLA N°18 MATERIALES Y EQUIPOS

COSTOS DE MATERIALES Y EQUIPOS			
REQUERIMIENTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SECCIÓN ADMINISTRATIVA			
COMPUTADORES	1	1'500.000	1'500.000
ARCHIVADOR	1	270.000	270.000
IMPRESORA	1	700.000	700.000
SILLAS	5	100.000	500.000
ESCRITORIOS	2	150.000	300.000
TOTAL			3'270.000

5.3.3 Requerimientos de materiales e insumos.

TABLA N°19 MATERIALES E INSUMOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	PROVEEDOR
MATERIAS PRIMAS (ANUAL)			
BANANO	1500 cajas	\$ 27.000 = \$40'500.000	C.I TROPICAL
CHOCOLATE	16 libras	\$454.000	SEPHRA
TOTAL		\$40'954.000	
INSUMOS (ANUAL)			
EMPAQUE	13.200 CAJAS PLÁSTICAS	\$1.000 =\$13'200.000	DARNEL
EMBALAJE	410 CAJAS DE CARTÓN CORRUGADO	\$2000 =\$820.000	
TOTAL		\$14'020.000	
TOTAL MATERIA PRIMA E INSUMOS		\$54'974.000	

5.3.4 Requerimientos de personal.

TABLA N°20 REQUERIMIENTOS DEL PERSONAL

CARGO	CANT	ASIGNACIÓN	TIPO DE CONT.	SALARIO	VALOR ANUAL
JEFE DE COMERCIO	1	COMPLETA	FIJA	\$1'800.000	\$21'600. 000
JEFE DE COMPRAS Y PRODUCCIÓN	1	COMPLETA	FIJA	1'800.000	\$21'600. 000
OPERARIOS	5	COMPLETA	FIJA	\$689.450	\$8'273.4 00
TOTAL					\$51'473. 400

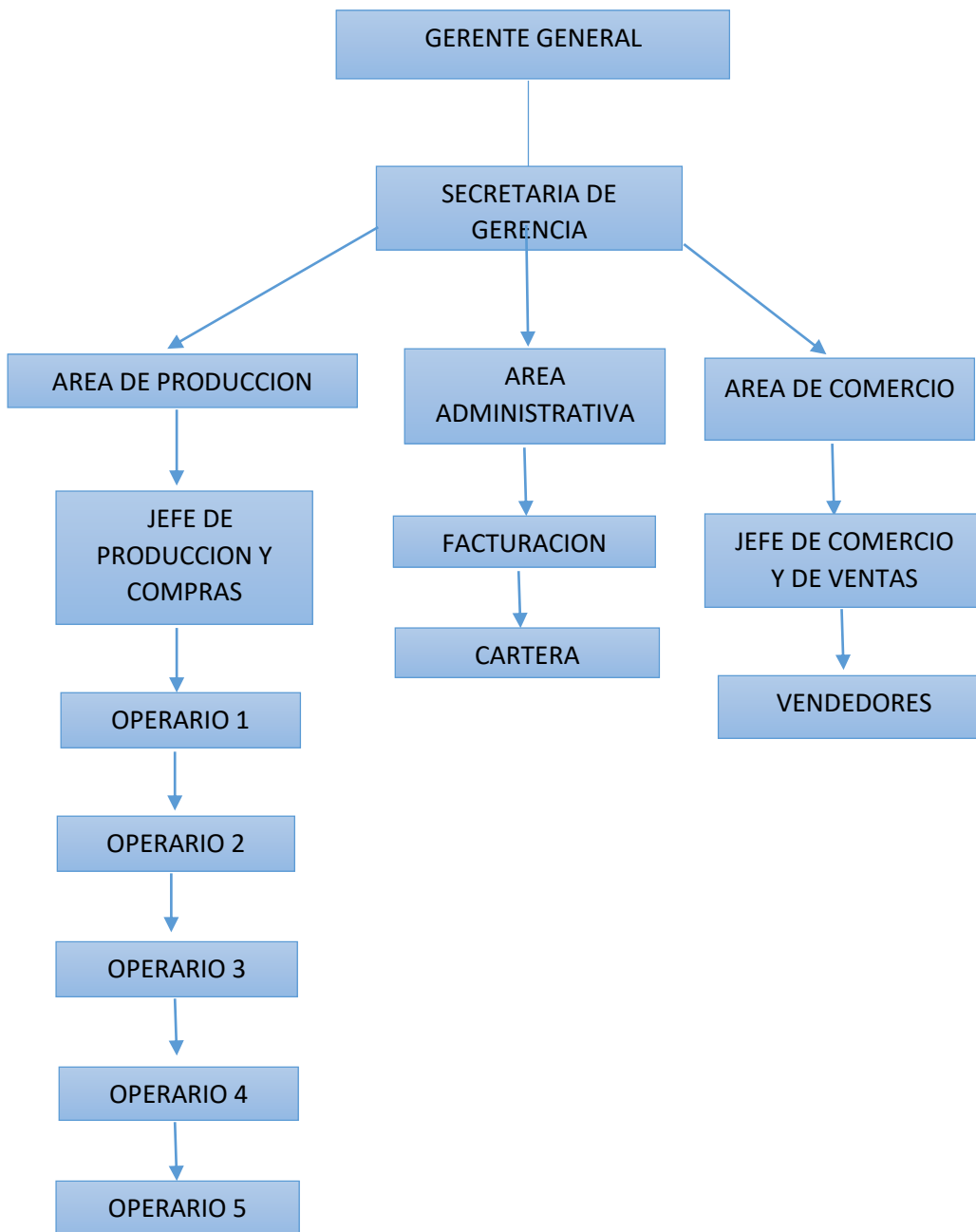
CAPITULO VI. ANALISIS ADMINISTRATIVO

6.1 Estructura Organizacional del Negocio

6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional

En el siguiente organigrama se identifican las áreas de la empresa:

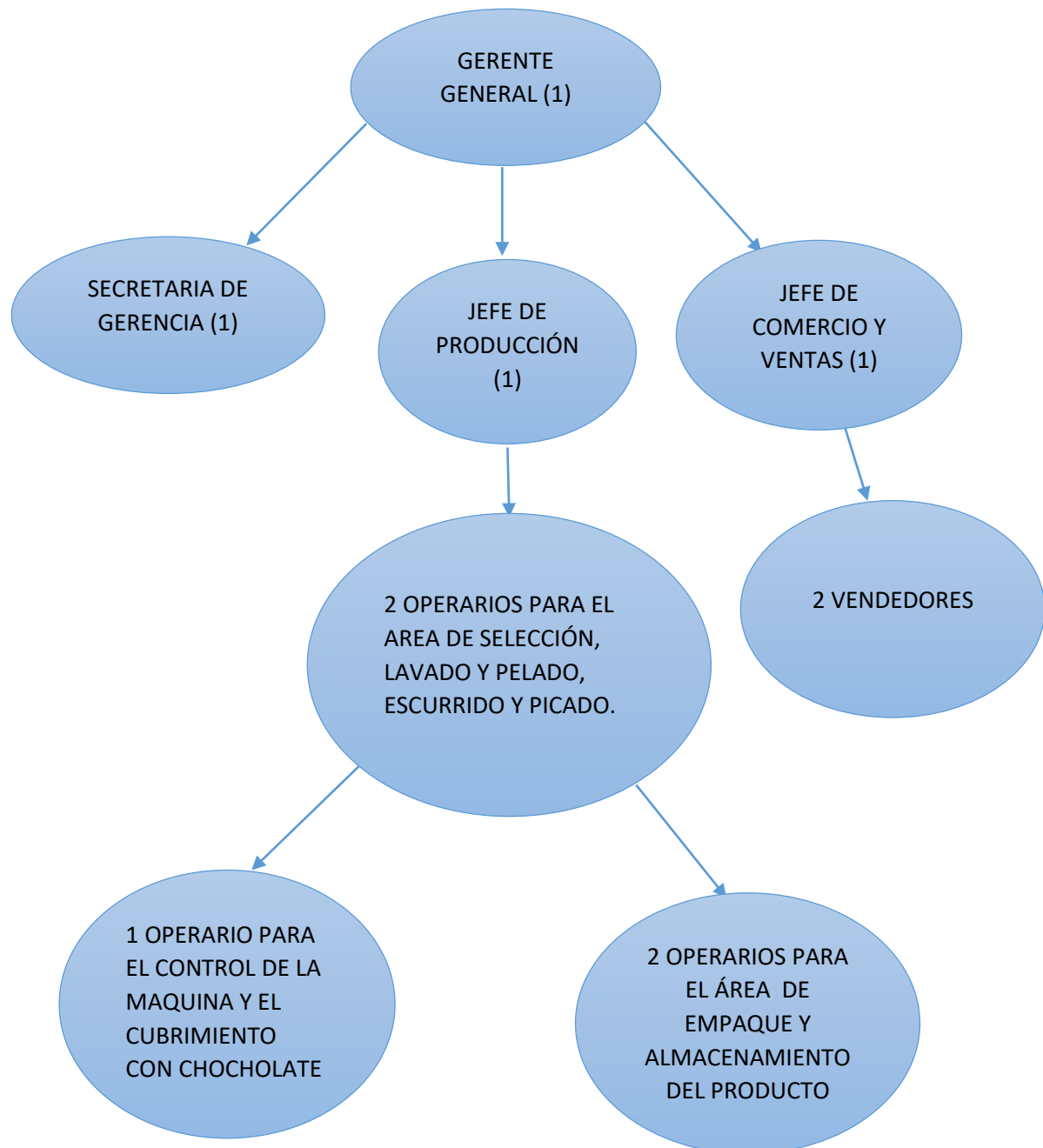
GRAFICA N°3 ORGANIGRAMA DE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Fuente: Propia (2016)

6.1.2 Organigrama estructura personal

GRÁFICO N°4 ORGANIGRAMA DE LA ESTRUCTURA PERSONAL



Fuente: Propia (2016)

TABLA N°21 DESCRIPCIÓN DE PROCESOS PERSONAL

Personal de la empresa	Procesos administrativos	Funciones
Gerente	Está a cargo de la dirección o coordinación de la empresa	Designar todas las posiciones gerenciales, realizar evaluaciones periódicas a todas las áreas. Desarrollar metas y objetivos
Secretaria	Realizar lo que el gerente le delegue, planificar su tiempo y el de su jefe	Organizar papeleo, asistir a reuniones, atender visitas, establecer relaciones internas y externas efectivas para la empresa
Jefe de producción	Trabajar en la Gestión del personal y mantener una buena comunicación con los operarios.	Vigilar y hacer cumplir los trabajos necesarios de producción. Supervisar y coordinar las actividades.
Operarios	Participación del proceso productivos realizando una actividad específica	Realizar todas las actividades del área de producción, desde la selección de la materia prima hasta el empaque y almacenamiento
Jefe de comercio y ventas	Diferentes labores que le permitan a la empresa una continua presencia en distintos mercados.	Identificar nuevas oportunidades de negocio, administrar el presupuesto para la exportación, controlar inventarios y tiempo de entrega de la mercancía
Vendedores	Realizar distintas actividades que permitan la retención de clientes, encontrar nuevos, alcanzar un determinado volumen de ventas.	Establecer una buena relación entre el cliente y la empresa, mostrar las cualidades del producto, lograr buen volumen de ventas.

6.1.3 Costos Personal de Procesos Administrativos Tercerizados

La empresa cuenta con dos áreas tercerizadas, el área de contabilidad y la de transporte de materias primas. Esta decisión fue tomada para reducir gastos dentro de la compañía. En la siguiente tabla se relacionan los costos para estas dos áreas:

TABLA N°22 PROCESOS TERCERIZADOS DE LA EMPRESA

PROCESO TERCERIZADO	CONCEPTO
TRANSPORTE DE MATERIAS PRIMAS	Este transporte es mensual, con un costo de \$60.000
CONTADOR	El trabajo del contador se hace una vez cada mes, su salario será de \$300.000 por prestación de servicios.

Fuente: Propia (2016)

6.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Locaciones Empresa

La empresa posee un área de 700mt² aproximadamente, con un gasto de arriendo mensual de \$4'000.000. La empresa se encuentra ubicada en la Calle 103 # 94-24 Barrio / Obrero Apartadó-Antioquia.

6.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres



Fuente:Mercadolibre (2016)

La compra de esta maquinaria se realizara por mercado libre, siendo el proveedor una persona natural ubicada en Bogota D.C. el costo de la maquinaria nueva es de \$18'000.0000 c/u. la cantidad de hornos necesarios son dos. Con capacidad de 28 bandejas cada una. La compra de estos hornos se da como una inversión inicial, y tienen una vida útil de 10 años c/u.



Computador Escritorio HP Pro 400MT
Core i3 RAM 4GB 500GB Disco Duro,
este tiene un costo de \$1'500.000, se
requiere un solo computador para el área
de comercio. El proveedor es Alkomprar,
se considera como inversión inicial y
tiene una vida útil de 5 años.

Fuente: Mercadolibre (2016)

6.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por área

TABLA N° 23 REQUERIMIENTOS DE MATERIAS PRIMAS

Materia prima	Descripción	Cantidad necesaria	Proveedor y precio
Banano	Una fruta que crece en un clima tropical, se produce todo el año, este se compra mensualmente.	1500 cajas al año, con un aproximado de 100 bananos cada una, lo que equivale a un total de alrededor 150.000 bananos	El proveedor es C.I Tropical y el precio de venta del banano es \$27.000 la caja

TABLA N°24 REQUERIMIENTOS DE INSUMOS

Insumo	Descripción	Cantidad necesaria	Proveedor y precio
Chocolate	Es un alimento que proviene del cacao mezclado con azúcar, se compra semestralmente	16 libras anuales, se compran al semestre 8 libras.	SEPHRA es el proveedor, su precio de venta es \$454.000 las 16 libras.
Empaque (cajas plásticas)	Cajas plásticas en material PET y OPS, transparentes que permiten visualizar el productos.	13.200 cajas anuales	DARNEL es el proveedor, su precio de venta es \$1.000 c/u lo que equivale a \$13'200.000 anual

CAPITULO VII. ANÁLISIS LEGAL

7.1 Tipo de Organización empresarial

La empresa URABAN está constituida como una persona natural con nombre comercial, esta ejerce de forma permanente o habitual actividades mercantiles y asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce.

Las ventajas de ser el único accionista dentro de la compañía es la de ejercer todas las operaciones día a día, el poder tomar sus propias decisiones, el tener autonomía y manejar sus tiempos, recoge todos los beneficios económicos de las operaciones, este tipo de empresa genera alternativas para mayor inversión productiva, porque elimina barreras para aquellas personas que prefieren trabajar solas y no con unos socios que en algunas circunstancias son una barrera para el normal funcionamiento de la compañía.

7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

El certificado que posee la compañía para producir el banano deshidratado es conocido como INVIMA, (Instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos). Es una entidad pública encargada de vigilar temas sanitarios y de control de calidad de alimentos, medicamentos, productos biológicos, bebidas alcohólicas, cosméticos Etc. Que puedan impactar en la salud o el bienestar individual o colectivo.

CAPITULO VIII. ANALISIS FINANCIERO

8.1 Tasas de interés, Impuestos y Rentabilidad

Respecto a la TIO se tiene que el sector de productos alimenticios genera un 13% de rentabilidad anual según datos históricos del Fondo Financiero de Proyectos de Desarrollo. En cuanto a la tasa de interés por parte del banco AV Villas utilizada para financiar la mitad de la inversión inicial del proyecto se tiene un porcentaje de 11,5%. Por último el impuesto sobre la renta es de 34%.

8.2 Aporte de Capital de los Socios

La inversión inicial para este proyecto será de \$85'740.000, los socios aportarían un 50% correspondiente a \$42'870.000 de este valor y se financiaría el restante por medio del banco AV Villas.

FIGURA N°5 INVERSIÓN INICIAL

Total Inversión	\$ 85.740.000,00
% Part Socios	50%
Total Inversión Socios	\$ 42.870.000,00
TIO	13%
% Part Banco Av villas (Préstamo)	50%
Total Financiación	\$ 42.870.000,00

Fuente: Propia (2016)

8.3 Créditos y Préstamos Bancarios

Se pediría un préstamo bancario por el 50% del valor de la inversión inicial que equivale a \$42.870.000 el cual se terminaría de pagar en el año 5 con una tasa de 11,5%

FIGURA N°6 TABLA DE SERVICIO A LA DEUDA

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Crédito Banco Av Villas	42.870.000					
Amortización K, Abono a Préstamo		8.574.000	8.574.000	8.574.000	8.574.000	8.574.000
Saldo del Crédito	42.870.000	34.296.000	25.722.000	17.148.000	8.574.000	0
Gasto Financiero Antes de Impto.		4.930.050	3.944.040	2.958.030	1.972.020	986.010
Gasto Financiero Después de Impto.		3.253.833	2.603.066	1.952.300	1.301.533	650.767

Fuente: Propia (2016)

8.4 Ingresos y Egresos

8.4.1 Ingresos del negocio

Los ingresos de la empresa se dan por la venta del producto estrella (Los chocobananos). El primer año mensualmente se venderían 1083 cajas, los años próximos aumentaría la demanda por un 5% cada uno contando desde el año inmediatamente anterior. Al año se venderían alrededor de 13.000 cajas de chocobanano. A continuación se muestran los ingresos de cada año:

FIGURA N°7 INGRESOS POR AÑO

	PRESUPUESTO DE VENTAS						TOTALES
	VENTAS NACIONALES			OFERTA EXPORTABLE			
1 año	3000	6000	\$ 18.000.000	10000	\$ 8.000	\$ 80.000.000	\$ 98.000.000
2 año	3150	6300	\$ 19.845.000	10500	\$ 8.400	\$ 88.200.000	\$ 108.045.000
3 año	3308	6615	\$ 21.882.420	11025	\$ 8.820	\$ 97.240.500	\$ 119.122.920
4 año	3473	6946	\$ 24.123.458	11576	\$ 9.261	\$ 107.205.336	\$ 131.328.794
5 año	3647	7293	\$ 26.597.571	12155	\$ 9.724	\$ 118.195.220	\$ 144.792.791

Fuente: Propia (2016)

8.4.2 Egresos

8.4.2.1 Inversiones

Respecto a los activos fijos, se cuenta con egresos por un valor de \$39'270.000 que corresponde a la compra de equipos de cómputo, maquinaria y muebles y enseres. A continuación se muestra el valor de estos activos y su depreciación:

FIGURA N°8 ACTIVOS FIJOS

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria (10 años)	36.000.000					
Depreciación del Periodo		3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000
Depreciación Acumulada		3.600.000	7.200.000	10.800.000	14.400.000	18.000.000
Valor en Libros o Contable	36.000.000	32.400.000	28.800.000	25.200.000	21.600.000	18.000.000
Muebles y Enseres (10 años)	1.070.000					
Depreciación del Periodo		107.000	107.000	107.000	107.000	107.000
Depreciación Acumulada		107.000	214.000	321.000	428.000	535.000
Valor en Libros o Contable	1.070.000	963.000	856.000	749.000	642.000	535.000
Equipo de Computo (5 años)	2.200.000					
Depreciación del Periodo		440.000	440.000	440.000	440.000	440.000
Depreciación Acumulada		440.000	880.000	1.320.000	1.760.000	2.200.000
Valor en Libros o Contable	2.200.000	1.760.000	1.320.000	880.000	440.000	0
Total Activos Fijos	39.270.000					
Total Depreciación Periodo		4.147.000	4.147.000	4.147.000	4.147.000	4.147.000
Total Depreciación Acumulada		4.147.000	8.294.000	12.441.000	16.588.000	20.735.000
Total Valor en Libros o Contable	39.270.000	35.123.000	30.976.000	26.829.000	22.682.000	18.535.000

Fuente: Propia (2016)

Para el comienzo de las operaciones en la empresa se tienen que realizar unos gastos como lo son: Montaje de la máquina, capacitación de los empleados y materiales de papelería y volantes. En la siguiente figura se discriminan los gastos pre-operativos necesarios:

FIGURA N°9 GASTOS PRE-OPERATIVOS

GASTOS PREOPERATIVOS		
ITEM	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MONTAJE Y PREPARACIÓN DE LA MÁQUINA	300.000 C/U	600.000
CAPACITACIÓN DE LOS OPERARIOS	1'500.000	1'500.000
GASTOS DE PAPELERIA Y VOLANTES INICIALES	1'000.000	1'000.000
TOTAL		3'600.000

Fuente: Propia (2016)

En gastos operacionales se tienen valores del salario de jefe de comercio, gastos en servicios domiciliarios como lo son el agua potable, residual, energía eléctrica, tasa de aseo, etc. En la siguiente figura se desglosan dichos gastos:

FIGURA N°10 GASTOS OPERACIONALES

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Salariales Personal Admon y Ventas:						
1 Jefe de Comercio		36.575.280	39.135.550	41.875.038	44.806.291	47.942.731
Subtotal Gastos Personal		36.575.280	39.135.550	41.875.038	44.806.291	47.942.731
Gastos Operativos Generales						
<i>Servicios Domiciliarios Complementarios</i>						
Agua Potable		250.000	255.000	260.100	265.302	270.608
Agua Residual		120.000	122.400	124.848	127.345	129.892
Energía Eléctrica		4.000.000	4.080.000	4.161.600	4.244.832	4.329.729
Tasa de aseo		300.000	306.000	312.120	318.362	324.730
Servicios de Telefonía y Móvil		1.000.000	1.100.000	1.300.000	1.400.000	1.600.000
Papelería e Insumos de Oficina		500.000	510.000	520.200	530.604	541.216
Gastos Transporte Fijo		3.000.000	3.060.000	3.121.200	3.183.624	3.247.296
Servicios de Mensajería		400.000	408.000	416.160	424.483	432.973
Subtotal Gastos Operativos Generales		9.570.000	9.841.400	10.216.228	10.494.553	10.876.444
Total Gastos Operativos		46.145.280	51.425.798	54.695.829	58.065.886	61.760.133
(+) Gastos Depreciación Act. Fijos Admon y Ventas		4.147.000	4.147.000	4.147.000	4.147.000	4.147.000
(+) Amortización de Diferidos (100%)		720.000	720.000	720.000	720.000	720.000
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		51.012.280	56.292.798	59.562.829	62.932.886	66.627.133

Fuente: Propia (2016)

8.5 TIO Y TIR

Como se tenía planteado al inicio del proyecto, la tasa de rentabilidad esperada era de un 13%, esto se determinó por datos históricos que ha tenido el sector de alimentos en los últimos años, sin embargo, al finalizar el modelos financiero donde se determinaron cuáles eran los gastos, costos y demás valores necesarios para poner el proyecto en marcha se determinó que la rentabilidad final dada por el proyecto, es decir la TIR, es de un 26%.

8.6 VPN Y TIR

Después de calcular todos los montos necesarios para el funcionamiento de este proyecto se determinó el valor de la inversión, luego se calculó la ganancia que el proyecto generaría para la empresa, esto se estableció por medio del Valor presente neto menos la inversión inicial, el cual arrojó un valor positivo de \$33.973.928,02 lo que representaría una tasa interna de retorno de 26%.

FIGURA N°11 VPN Y TIR

13.VPN	
	\$119.713.928,02
	\$33.973.928,02
14.TIR	26%

Fuente: Propia (2016)

8.7 Flujo de Caja

Con respecto a las entradas y salidas de dinero para cada año se concretó un aumento del 5% en los ingresos de la compañía, estos restados con los egresos generan un saldo positivo como se ve a continuación:

FIGURA N° 12 FLUJO DE CAJA

12. Flujo de Caja						
Concepto	Inversión año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 85.740.000,00	98.000.000	108.045.000	119.122.920	131.328.794	144.792.791
Egresos		73.892.080	80.320.584	84.818.960	89.503.346	94.603.926
Totales	\$ (85.740.000,00)	24.107.920	27.724.417	34.303.960	41.825.448	50.188.865

Fuente: Propia (2016)

8.8 Análisis de Sensibilidad

8.8.1 Primer escenario

En este escenario se incrementaron los costos un 20% y los resultados se muestran a continuación:

FIGURA N°13 SENSIBILIDAD AL INCREMENTAR COSTOS

13.VPN	
	\$117.612.144,10
	\$31.872.144,10
14.TIR	25%

Fuente: Propia (2016)

Como se puede apreciar en la figura anterior, al aumentar los costos en un 20% la rentabilidad tendría una disminución del 10% pasando del 35% al 25%.

8.8.2 Segundo escenario

En el segundo escenario, contrario al anterior, se disminuyeron los costos en un 20% como se muestra en la siguiente figura:

FIGURA N°14 SENSIBILIDAD AL DISMINUIR COSTOS

13.VPN	
	\$175.759.810,58 \$90.019.810,58
14.TIR	45%

Fuente: Propia (2016)

En esta figura se puede observar que al disminuir los costos en un 20% la rentabilidad tendería a aumentar un 10% pasando de 35% a 45%.

8.8.3 Tercer escenario

En este escenario los ingresos se aumentaron en un 20% generando los siguientes resultados:

FIGURA N°15 SENSIBILIDAD AL AUMENTAR INGRESOS

13.VPN	
	\$246.150.928,62 \$160.410.928,62
14.TIR	67%

Al aumentar los ingresos 20% la rentabilidad incrementaría un 32% pasando de un 35% a un 67%.

8.8.4 Cuarto escenario

En este último escenario contrario al anterior, se hizo una disminución del 20% de los ingresos así:

FIGURA N°16 SENSIBILIDAD AL DISMINUIR INGRESOS

13.VPN	
	\$47.221.026,07
	-\$38.518.973,93
14.TIR	-4%

Como es posible observar en la última figura, al disminuir los ingresos un 20% la rentabilidad disminuye un 39% pasando de un porcentaje positivo del 35% a uno negativo del -4%.

CONCLUSIONES

Como resultado de la realización de este proyecto, se tiene que el mercado de alimentos en Colombia es conocido por ser uno de los pilares de la economía del país, teniendo en cuenta esta ventaja la producción y exportación de Banano deshidratado cubierto de chocolate generara un crecimiento no solo para la empresa sino también para el sector industrial de alimentos.

Por otro lado, se determinó que el mercado potencial para la exportación de este producto es el mercado Estadounidense, esto debido a diferentes factores, entre ellos se encuentra que es un país económicamente sostenible, se tiene un tratado de libre comercio el cual le brinda beneficios arancelarios y no arancelarios a Colombia. En temas de población es un país que engloba diferentes culturas entre ellas la latina, que representa un gran porcentaje de la población total del país, lo que beneficia a la exportación de este producto. Sin embargo existen otros factores que hacen atractivo a los chocobananos para este mercado, tales como la necesidad que tienen los norteamericanos de diversificar, de buscar nuevos productos que los satisfagan debido a que es un país consumista por naturaleza. Aparte los norteamericanos son grandes conocedores de los frutos deshidratados puesto que estos son consumidos por ser nutritivos y fáciles de llevar.

Respecto a la viabilidad financiera de este proyecto, los datos arrojados por el previo estudio demuestran que no solo se cumple con la rentabilidad esperada sino que después de pagada la inversión inicial del proyecto este generaría un 35% de tasa interna de retorno lo que contribuirá a un crecimiento anual de la compañía y hace que la producción y exportación de este producto sea una gran oportunidad de negocio.

Por último se debe resaltar que la realización de este proyecto contribuiría a la diversificación de la economía no solo en la zona de Urabá, sino también para el país incentivando la exportación de productos no tradicionales.

Bibliografía

- Phillips, J. (2012). Innovar para asumir riesgos y descubrir oportunidades. *El empleo* , 1-1. Obtenido de http://www.empleo.com/colombia/consejos_profesionales/innovar-para-asumir-riesgos-y-descubrir-oportunidades-----/12439142
- Alimentos Naranja verde . (SF). *Alimentos Naranja Verde* . Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de <http://www.naranjaverde.com/nosotros>
- Banco de la Republica . (2015). *Banco de la Republica* . Recuperado el 7 de Septiembre de 2016, de <http://www.banrep.gov.co/info-temas-a/4024>
- BBC MUNDO. (15 de marzo de 2016). *BBC MUNDO*. Recuperado el 2 de Octubre de 2016, de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/03/160304_internacional_elecciones_eeuu_2016_cifras_latinos_if
- BLENDEX. (16 de Mayo de 2016). *Idiomas Blendex*. Recuperado el 17 de Octubre de 2016, de <http://www.idiomasblendex.com/cuantos-colombianos-hay-en-estados-unidos/>
- Cuestas, M. (2011). *SISTEMA DE INFORMACIÓN DE GESTIÓN Y DESEMPEÑO DE ORGANIZACIONES DE CADENAS*. Recuperado el 22 de agosto de 2016, de <http://sioc.minagricultura.gov.co/index.php/art-inicio-cadena-banano/?ide=24>
- Daniel. (29 de abril de 2016). *La Economía de Hoy*. Recuperado el 17 de 10 de 2016, de <http://laeconomiadehoy.com.co/proyeccion-tasa-de-inflacion%E2%80%AC-%E2%80%AAbanco-de-colombia%E2%80%AC%E2%80%AC-2017-y-2018/>
- El banano engorda. (SF). *El banano engorda o no?* . Recuperado el 22 de agosto de 2016, de <http://elbananoengorda.blogspot.com.co/2013/05/vitaminas-del-banano.html>
- El pais. (31 de Diciembre de 2015). ¿Cómo se están preparando las empresas para el posconflicto? *El pais* . Obtenido de <http://www.elpais.com.co/elpais/colombia/proceso-paz/noticias/como-están-preparando-empresas-para-posconflicto>
- EL TIEMPO . (29 de Junio de 2001). Frutas secas de exportacion . *EL TIEMPO* . Recuperado el 03 de Octubre de 2016, de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-434701>
- Export Entreprises SA. (Agosto de 2016). *Santander TradePortal*. Recuperado el 18 de Octubre de 2016, de <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/estados-unidos/acuerdos-y-procedimientos-aduaneros>
- FitSeven. (02 de Diciembre de 2013). *FitSeven*. Recuperado el 03 de Octubre de 2016, de <http://fitseven.net/vida/motivacion/industria-del-fitness-mundial>
- Mendoza, H. (2010). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de banano deshidratado a partir del banano de descarte de exportación cultivado en la zona de Urabá para comercializar el producto en el exterior* . Recuperado el 22 de Agosto de agosto , de <http://repositorio.uis.edu.co/jspui/bitstream/123456789/11606/2/133225.pdf>
- MINCIT. (2014). *Ministerio de comercio, industria y turismo*. Recuperado el 18 de Agosto de 2016, de <http://www.mincit.gov.co/tlc/publicaciones.php?id=33180>
- Mineducacion. (22 de Marzo de 2012). *MINISTERIO DE EDUCACION* . Recuperado el 6 de Septiembre de 2016, de <http://www.mineducacion.gov.co/1621/w3-article-299218.html>

- Molano, A. (1 de Agosto de 2012). *Colombia Digital* . Recuperado el 18 de Octubre de 2016, de <https://colombiadigital.net/actualidad/articulos-informativos/item/2057-que-es-el-tlc-colombia-estados-unidos.html>
- NULLVALUE. (29 de Junio de 2001). FRUTAS SECAS DE EXPORTACIÓN. *EL TIEMPO* , págs. 1-1. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-434701>
- OECD. (2014). *The observatory of economic complexity* . Recuperado el 17 de Octubre de 2016, de <http://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/gbr/>
- Ortiz Castaño, D. (07 de Julio de 2016). Haga cuentas para 2017 con inflación de al menos 6,5 %. *El Colombiano*. Recuperado el 17 de Octubre de 2016, de <http://www.elcolombiano.com/negocios/a-rezar-para-que-la-inflacion-2016-sea-de-6-5-YY4526980>
- Pampillón, R. (12 de Diciembre de 2011). *Economy Weblog* . Recuperado el 6 de Septiembre de 2016, de <http://economy.blogs.ie.edu/archives/2011/12/%C2%BFcuanto-invierte-el-mundo-en-id.php>
- ProColombia . (2013). *FRUTA DESHIDRATADA EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS*. Recuperado el 03 de octubre de 2016, de http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/tmp/oportunidades_mapa_pais/unzip/17360c933dc7668c77e07353a6ff16f8/ARCHIVOS%20RELACIONADOS/FrutasdeshidratadasEstadosUnidos_0.pdf
- Productos de Colombia . (SF). *Productos de Colombia*. Recuperado el 20 de agosto de 2016, de <http://www.productosdecolombia.com/main/Colombia/Banano.asp>
- RECALCA. (15 de Mayo de 2015). *Red colombiana de acción frente al libre comercio*. Recuperado el 18 de Octubre de 2016, de <http://www.recalca.org.co/balance-de-los-3-anos-del-tlc-con-estados-unidos/>
- Rodriguez, C. (13 de julio de 2013). *Planeta Colombia*. Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de <http://www.planetacolombia.com/frutas-deshidratadas-F1B0BC80519D4>
- SDP noticias . (15 de Septiembre de 2015). *SDPnoticias*. Recuperado el 16 de Octubre de 2016, de <http://www.sdpnoticias.com/estilo-de-vida/2015/09/15/cuales-son-las-ciudades-con-mas-mexicanos-en-estados-unidos>
- Semana. (24 de Abril de 2005). Dulces exportaciones. *SEMANA*, 1-1. Obtenido de <http://www.semana.com/especiales/articulo/dulces-exportaciones/72144-3>
- Superintendencia de Sociedades . (2015). *Desempeño del sector de alimentos y bebidas 2012-2014*. Bogota . Recuperado el 7 de Septiembre de 2016, de <http://www.supersociedades.gov.co/noticias/Documents/2015/Septiembre/EE-%20Estudio%20alimentos%20y%20bebidas-%202015%20IX%207.pdf>