



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA
EXPORTACION DE FRUTA DESHDRATADA A CANADA.**

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

ALEJANDRO GARCIA CAMPO

ALEJANDRA RENGIFO LAYOS

SANDRA MILENA OSORNO TORRES

PROFESORES GUÍAS: ALEJANDRA MARIN BETANCUR

2016

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Alejandra Marín Betancur nuestra profesora de grado por su apoyo y gestión incondicional a lo largo del semestre y en la elaboración de cada uno de los módulos presentes en este trabajo, igualmente a los profesores que hicieron parte de nuestro proceso educativo durante la tecnología en comercio internacional, gracias por compartir todo su conocimiento y sembrar en nosotros ese granito de arena que sin duda alguna dará frutos y servirá para aportar a nuestra sociedad.

Agradecemos a nuestros padres y a las personas que de alguna u otra forma nos ayudaron durante este proceso.

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA | 1 |
| 1.1 Nombre De La Empresa Y Marca..... | 1 |
| 1.2 Tipo de Empresa..... | 2 |
| 1.3 Descripción de la Empresa..... | 2 |
| 1.4 Visión Y Misión De La Empresa | 3 |
| 1.4.1 Misión | 3 |
| 1.4.2 Visión..... | 3 |
| 1.5 Relación Productos y/o Servicios..... | 4 |
| 1.6 Ventajas Competitivas..... | 5 |
| CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR..... | 6 |
| 2.1 Entorno | 6 |
| 2.2 sector | 8 |
| CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO | 10 |
| 3.1 Objetivos de Mercadeo..... | 10 |
| 3.2 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios..... | 10 |
| 3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios | 13 |
| 3.4 Cuantificación de los Clientes Potencial de Bienes y/o Servicios | 14 |
| 3.5 Mercado Competidor..... | 14 |
| 3.6 Mercado Distribuidor | 15 |
| 3.6.1 Distribución Directa..... | 15 |
| 3.6.2 Distribución a través de terceros..... | 16 |
| 3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación..... | 17 |
| 3.7.1 Comunicación | 17 |
| 3.7.2 Actividades de promoción y divulgación | 19 |
| 3.8 Plan de Ventas | 20 |
| 4.1 Tratados Comerciales | 21 |
| 4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios | 22 |

| | |
|---|-----------|
| 4.3 Requisitos y Vistos Buenos..... | 22 |
| 4.3 Capacidad Exportadora / Capacidad Importadora | 23 |
| 4.4 Participación en Ferias Especializadas..... | 24 |
| 4.5 Rutas de Acceso | 25 |
| 4.6 Liquidación de Costos de Importación y Precios de Exportación..... | 28 |
| CAPITULO V. ANÁLISIS TÉCNICO | 30 |
| 5.1 Descripción del proceso de comercialización | 30 |
| 5.2 Capacidad de comercialización..... | 31 |
| 5.3 Plan de Comercialización..... | 31 |
| CAPITULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO..... | 33 |
| 6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional | 33 |
| 6.1.2 Organigrama Estructura Personal | 35 |
| 6.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados | 37 |
| 6.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio..... | 38 |
| 6.2.1 Locaciones Empresa | 38 |
| 6.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres..... | 38 |
| 6.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por área..... | 39 |
| 6.2.4 Requerimientos de servicios por área..... | 40 |
| CAPITULO VII. ANÁLISIS LEGAL | 41 |
| 7.1 Tipo de Organización empresarial | 41 |
| 7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas..... | 41 |
| CAPITULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO..... | 44 |
| 8.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad | 44 |
| 8.2. Aportes de Capital de los Socios..... | 45 |
| 8.3 Créditos y Préstamos Bancarios | 46 |
| 8.4 Precios de los Productos..... | 49 |
| 8.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos | 49 |
| 8.5 Ingresos y Egresos..... | 50 |

| | | |
|---------|--|----|
| 8.5.1 | Ingresos | 50 |
| 8.5.1.2 | Ingresos Propios del Negocio | 50 |
| 8.5.2 | Egresos | 50 |
| 8.5.2.1 | Inversiones | 50 |
| 8.5.2.2 | Costos Fijos y Variables | 51 |
| 8.5.3 | Estados Financieros | 52 |
| 8.5.3.1 | Estado de Perdida y Ganancias | 52 |
| 8.5.3.2 | Flujo de Caja y VPN | 53 |
| 8.5.4 | Estados Financieros Proyectados y Analisis de Sensibilidad | 54 |
| 8.5.4.1 | Analisis de Sensibilidad | 55 |
| 8.5.4.2 | Estado de Perdida y Ganancias Proyectado | 57 |
| 8.5.4.3 | Flujo de Caja Proyectado | 58 |
| 7.6 | Evauación Financiera | 59 |
| 7.6.1 | VPN, TIR, PAYBACK DESCONTADO | 59 |
| | CONCLUSION | 61 |
| | BIBLIOGRAFIA | 62 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|-----------|
| Ilustración 1: Consulta de la Razón social empresa Col Dried Fruit..... | 2 |
| Ilustración 2: Descripción de fruta deshidratada (Piña)..... | 5 |
| <i>Ilustración 3: Análisis de la demanda.....</i> | <i>11</i> |
| Ilustración 4: Logo empresa Col Dried Fruit. | 18 |
| Ilustración 5: Ubicación puertos colombianos..... | 27 |
| Ilustración 6: Flujograma. | 30 |
| Ilustración 7: Organigrama Estructura Organizacional. | 33 |
| Ilustración 8: Organigrama Estructura Personal. | 35 |

LISTA DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1: Competencia del mercado..... | 15 |
| Tabla 2: Gastos en servicios Mensuales. | 16 |
| Tabla 3:Actividades de promoción y divulgación. | 20 |
| Tabla 4: Plan de Ventas. Fuente propia. | 20 |
| Tabla 5: Cotización de exportación. Col Dried Fruit..... | 29 |
| Tabla 6: Plan de comercialización o producción. | 32 |
| Tabla 7: Descripción de procesos administrativos..... | 34 |
| Tabla 8: Descripción de funciones Administrativas. | 36 |
| Tabla 9: Descripción de procesos tercerizados. | 37 |
| Tabla 10: Mano de obra administrativa | 37 |
| Tabla 11: Muebles y enseres administrativos. | 39 |
| Tabla 12: Suministros de oficina Mensuales. | 39 |
| Tabla 13: Gastos administrativos Mensuales..... | 40 |
| Tabla 14: Rentabilidad en Colombia | 44 |
| Tabla 15: Gastos por anticipado | 46 |
| Tabla 16: Amortización de la deuda. | 49 |
| Tabla 17: Ingresos por ventas. | 50 |
| Tabla 18: Inversiones de Col Dried Fruit | 51 |
| Tabla 19: Costos y gastos fijos | 52 |
| Tabla 20: costos y gastos variables | 52 |
| Tabla 21: Estado de resultados..... | 53 |
| Tabla 22: Flujo de caja y Rentabilidad. | 54 |
| Tabla 23: Criterios de decisión | 55 |
| Tabla 24: Análisis de sensibilidad afectando precio..... | 56 |
| Tabla 25: Análisis de sensibilidad afectando gastos administrativos | 56 |
| Tabla 26: Estado de resultados Proyectado..... | 58 |

Tabla 27: Flujo de caja y rentabilidad proyectada.59

GLOSARIO

DESADUANAMIENTO: Cumplimiento de las formalidades aduaneras necesarias para exportar, importar o para realizar cualquier destinación aduanera. (Significado, 2016)

TERCERIZACION: La tercerización o subcontratación es una práctica llevada a cabo por una empresa cuando contrata a otra firma para que preste un servicio que, en un principio, debería ser brindado por ella misma. Este proceso suele realizarse con el objetivo de reducir los costos. (Porto, 2014)

DIURÉTICA: Son alimentos que aumentan el flujo de la orina, ayudando a la desintoxicación. (Yasalud, 2011)

ABSTRACT

At the moment, the union of markets is a factor that is developing fast and that mainly looks for the trade of goods, be it to export the most produced good or to import a good that does not occur. In order to carry out these processes it is necessary for the intervention of certain agents that facilitate the internationalization; Becoming an exporter is considered a big challenge, but being well developed will become a great success.

The company Col Dried Fruits has the ability to take a Colombian product abroad. The chosen target market was CANADA, to begin with the recognition of the product and to generate habit of its consumption has been selected the city of Vancouver, since it is the main entrance to the Canadian market and that owns the necessary environment to make this export successful.

Canada offers entrepreneurs economic and social security, because it is among the largest economies according to their GDP and has one of the lowest and most stable inflation.

Consumers targeting the dehydrated fruit marketing market will be chain supermarkets in the city of Vancouver, located in the Southwest of Canada, in the province of British Columbia, next to the Pacific Ocean.

Col Dried Fruit will make visits to the different places where the product will be marketed in order to sensitize customers about the consumption of this product and its benefits, and the entire portfolio of dehydrated fruit products that will be used to export the product to the Facilities of these large supermarkets.

Vancouver has several supermarkets in the city among these are walmart, costco, safeway, T & T supermarket, grocery outlet, etc. Characterized by selling different products among these food products.

Consumers who are targeting the market for dehydrated fruit marketing will be people who implement in their daily lives eating habits and are interested in consuming products with many benefits for a healthy diet. They are perceived in the market as

healthy snacks, which can be consumed at any time, among our possible clients we find athletes, students, businessmen, usually have good income and that is why they decide to include in their purchases a product that by their characteristics Provide benefits and meet your needs for balanced nutrition.

The export of these products and the price offered to the distributors will be in DDP value, the process basically consists of: Col Dried Fruits buy the fruit from its supplier IPRODESA, then proceed with the packaging and packaging necessary for the export of this, which Is adapted to the rules of entry to Canada and bear the name of the company, to use the services of the customs agency and the loading agency that will be responsible for customs brokerage for export, international transit, insurance, Customs at destination and expenses at destination, and then final delivery to the customer.

Col Dried Fruit SAS is established in Colombia, specifically in Medellin where the supplier is available. Its installation counts on the equipment necessary for the management and development of the export activities, the trained personnel are: an administrator in charge of the correct national economic operation, and also performs the national purchases, payments, nominations, and other national activities and two Auxiliary of foreign trade, one of them in charge of the contracting and management of international traffic, and the other in charge of international marketing, customer search, after sales service, promotional activities, advertising among others.

Finally, the financial viability of the project in which the projections for the first years of operation and the expected rates of return were realized.

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente, la unión de mercados es un factor que se está desarrollando con rapidez y que busca principalmente el comercio de bienes, sea exportar el bien más producido o importar un bien que no se produce. Para llevar a cabo estos procesos es necesario de la intervención de ciertos agentes que facilitan la internacionalización; convertirse en un exportador es considerado un reto grande, pero al ser bien desarrollado se convertirá en un gran Éxito.

La empresa Col Dried Fruits tiene las capacidades de llevar un producto colombiano al exterior. El mercado meta escogido fue CANADA, para comenzar con el reconocimiento del producto y generar hábito de su consumo se ha seleccionado la ciudad de Vancouver, ya que es la principal entrada al mercado canadiense y que posee el entorno necesario para hacer esta exportación exitosa.

Canadá ofrece a los empresarios una seguridad económica y social, debido a que se encuentra entre las economías más grandes según su PIB y posee una de las inflaciones más bajas y estables.

Los consumidores a los cuales se dirige el mercado de comercialización de fruta deshidratada serán los supermercados de cadena en la ciudad de Vancouver, localizado al Sudoeste de Canadá, en la provincia de British Columbia, junto al Océano Pacífico.

Col Dried Fruit realizara visitas a los diferentes lugares donde se comercializará el producto con el fin de sensibilizar a los clientes sobre el consumo de este y sus beneficios, y todo el portafolio de productos de fruta deshidratada que se prestara para la exportación del producto hacia las instalaciones de estos grandes supermercados.

Vancouver cuenta con diversos supermercados en la ciudad entre estos se encuentran walmart, costco, safeway, T&T Supermarket, grocery aotlet, etc. Caracterizados por vender diversos productos entre estos productos alimenticios.

Los consumidores a los cuales se dirige el mercado de comercialización de fruta deshidratada serán las personas que implementen en su vida diaria hábitos alimenticios y se interesen en consumir productos con muchos beneficios para una alimentación

saludable. Son percibidos en el mercado como snacks saludables, que pueden ser consumidos en cualquier momento, entre nuestros posibles clientes encontramos deportistas, estudiantes, empresarios, por lo general cuentan con buenos ingresos y por eso deciden incluir en sus compras un producto que por sus características les brinden beneficios y satisfagan sus necesidades en cuanto a su alimentación balanceada.

La exportación de estos productos y el precio ofrecido a los distribuidores será en valor DDP, el proceso consiste básicamente en: Col Dried Fruits comprar la fruta a su proveedor IPRODESA, luego procederá con el empaque y embalaje necesario para la exportación de este, el cual se adapta a las normas de entrada a Canadá y llevará el nombre de la empresa, de utilizarán los servicios de la agencia de aduana y de la agencia de carga que se encargaran de la intermediación aduanera de exportación, el tránsito internacional, los seguros, la aduana en destino y gastos en destino, y posteriormente entrega final al cliente.

Col Dried Fruit SAS cuenta con establecimiento en Colombia, específicamente en Medellín donde se cuenta con el proveedor. Su instalación cuenta con los equipos necesarios para la gestión y desarrollo de las actividades de la exportación, el personal capacitado son: un administrador encargado del correcto funcionamiento económico nacional, y además realiza las compras nacionales, pagos, nominas, y demás actividades nacionales y dos auxiliares de comercio exterior, uno de ellos encargado principalmente de la contratación y gestión del tránsito internacional, y el otro encargado del mercadeo internacional, búsqueda de clientes, servicio postventa, actividades promotoras, publicidad entre otros.

Finalmente, se desarrolla la viabilidad financiera del proyecto en la que se realizaron las proyecciones correspondientes a los primeros años de funcionamiento y las tasas de rendimiento esperadas.

INTRODUCCIÓN

En este trabajo se presentará un proyecto de exportación de fruta deshidratada de Colombia a Canadá, se mostrará el proceso de la constitución de la empresa comercializadora de frutas deshidratadas, se describirá el proceso que se lleva a cabo para la elección del país a exportar y así mismo la cadena logística que se utilizará en su exportación teniendo como finalidad la entrega en destino según el término de negociación.

Se describirá los costos y gastos que incurren en el proyecto desde la constitución de la empresa hasta los costos del día a día, en ofician, salarios etc.

De igual forma se presentará todos los temas organizacionales, legales, sectoriales, comerciales relacionados con la empresa exportadora y se mostraran los análisis sectoriales, financieros, administrativos, técnicos, internacionales entre otros, que hacen parte de la creación y del desarrollo de este proyecto.

CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1.1 Nombre De La Empresa Y Marca

El nombre que llevará la empresa exportadora de frutas deshidratadas será:
COL DRIED FRUITS SAS

El objetivo y la definición del nombre es básicamente la siguiente: Primeramente, la abreviación COL proviene del nombre del país COLOMBIA, el cual es común en varias empresas que manejan el comercio exterior, con el objetivo de resaltar el origen de la compañía, y dando a conocer el producto y buen nombre en el exterior.

La parte DRIED FRUITS, es sencillamente el nombre del producto en ingles, FRUTAS DESHIDRATADAS, con el objetivo de que la marca refleje el producto, evitando confusiones o nombres no coherentes al producto.

La marca es exactamente igual al nombre de la empresa, debido a que es un único producto de una empresa la cual únicamente tiene como objeto social la comercialización de las diferentes frutas deshidratadas, COL DRIED FRUITS no es una productora, únicamente compra el producto terminado y su proveedor se encarga de entregar listo para la exportación, es decir el producto (proveedor) maneja una línea especial de empaçado y marcado para el lote de compra de COL DRIED FRUITS.

A continuación, en la ilustración 1. Se puede evidenciar que el nombre de la empresa puede ser utilizado como razón social del proyecto de grado, puesto que no aparece como existente.

Contáctenos ¿Qué es el RUES? Cámaras de Comercio

RUES Registro Unico Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Confecámaras
Red de Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Veedurias Servicios Virtuales Acceso privado

Realice aquí su consulta empresarial o social

Consulte si una empresa o persona natural está inscrita en el registro mercantil de las cámaras de comercio del país. Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades.

Razón Social Nombre Razón Social Palabra Clave Número de Identificación Matrícula Mercantil Registro Nacional de Turismo

Los resultados de la consulta por nombre siempre se mostrarán en orden alfabético, y retorna todos aquellos comerciantes cuya razón social o sigla inicie con las palabras ingresadas.
Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia y Condiciones de Uso

Razón social: Col Dried Fruits Consultar

Advertencia:
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

RM - Registro Mercantil RUP - Registro Unico de Proponentes ESAL - Entidad Sin Animo de Lucro RNT - Registro Nacional de Turismo

Ilustración 1: Consulta de la Razón social empresa Col Dried Fruit.

1.2 Tipo de Empresa

El tipo de persona jurídica de COL DRIED FRUITS es ser una Sociedad Anónima Simplificada (SAS). Las razones por las cuales se escogió este tipo de persona jurídica es por su simplificación de trámites, ya que su constitución se puede hacer por una escritura público lo cual reduce mucho los procesos de constitución. También se escogió por la limitación de responsabilidad, que consiste en correr riesgo únicamente con el capital aportado exceptuando algunos casos. De igual forma se cuenta con libertad para estipular las normas que corresponden y se adaptan al negocio.

1.3 Descripción de la Empresa

- La empresa por si misma está constituida únicamente un pequeño piso de oficinas donde laboraran las personas pertenecientes a ella, está ubicado en un edificio cerca al centro de la ciudad donde es fácil el acceso y su ubicación, es pequeña

debido a que no se maneja ningún tipo de inventario ni maquinaria, únicamente muebles y enseres que utilizan las personas que laboran dentro.

- La empresa se dedica únicamente a la comercialización y exportación de la fruta deshidratada, diferenciada entre las demás por su cumplimiento en tiempos de entrega y su buen servicio, pertenece al sector comercial, dirigido al sector alimentos.
- Código CIIU 4631: comercio al por mayor de productos alimenticios.
- La empresa está clasificada como una micro empresa ya que cuenta menos de 5 empleados, no cuenta con una gran infraestructura ya que su única función como establecimiento es la de puestos de trabajo de oficina.
- La ubicación de Col Dried Fruits es únicamente nacional, desde donde se coordinarán todos los procesos de la exportación.

1.4 Visión Y Misión De La Empresa

1.4.1 Misión

Col Dried Fruits es una organización dedicada a la comercialización y exportaciones de fruta deshidratada que busca satisfacer los paladares de las personas que buscan una nutrición sana y que quieren complementar sus dietas de una forma simple y económica, con productos de buena calidad, ajustados a dietas balanceadas y siempre en beneficio del consumidor.

Estamos seguros de que Col Dried Fruits lograra dar a sus clientes una buena nutrición y un dulce snack, además de un buen servicio y cumplimiento en entrega.

1.4.2 Visión

Col Dried Fruits tiene como visión llegar a todos los mercados dentro de Canadá, alcanzar su distribución desde los establecimientos más grandes hasta los más pequeños y contar con su propia bodega de distribución dentro de Canadá.

Ser una marca reconocida y apetecida por todos sus clientes, buscando un cambio de mentalidad sobre la fruta deshidratada pasando de ser simplemente un complemento de nutrición a un snack que se puede comer en cualquier momento y que es saludable para la salud.

1.5 Relación Productos y/o Servicios

El producto específico de Col Dried Fruits es la piña deshidratada, la cual la empresa como comercializadora se encargará de exportarla y así llegar al lugar de destino.

La piña es considerada como una de las frutas tropicales más apetecidas en todo el mundo. Su sabor dulce y refrescante la hace adecuada para toda la familia y para incluir en muchas recetas; además, la piña es una fuente rica de antioxidantes y nutrientes esenciales que mejoran la salud.

El cuerpo acumula una gran cantidad de toxinas y desechos como consecuencia de la mala alimentación, la contaminación o el uso de productos químicos, entre otros. La piña tiene cualidades diuréticas y desintoxicantes que impulsan la eliminación de todas esas sustancias que pueden afectar la salud si no son expulsadas adecuadamente.

Además de ser una fruta diurética y desintoxicante, la piña se caracteriza por sus contenidos de vitaminas C, B1, B6, ácido fólico y minerales como el sodio, potasio, calcio, magnesio, manganeso y hierro. Gran parte de la composición de la piña es agua y también tiene una cantidad importante de fibra. Esto, sumado a que es muy baja en calorías, hace que sea una fruta ideal para la dieta. (Mejor con salud, 2016)

Como fruta deshidratada:

Después de revisar las propiedades nutricionales de este tipo de frutas que han perdido casi todo su contenido de agua, es sabido que estas frutas pueden contribuir a ingerir platos con más vitaminas y minerales, así como también con más fibra.

Sin embargo, allí no acaba su ayuda para comer más sano, sino que, además, las frutas deshidratadas constituyen un tentempié muy nutritivo y práctico para trasladar y consumir entre horas, de manera que puede constituir o ser parte de un buen snack saludable. (Gottau, 2015)

A continuación en la ilustración 2. Se presentan la descripción de una de las frutas deshidratadas:

| | | |
|--------------------------------------|---|---|
| DESCRIPCIÓN FÍSICA DEL PRODUCTO | La piña deshidratada es un producto alimenticio obtenido de evaporación y extracción de líquidos de la piña |  |
| INGREDIENTES PRINCIPALES | Hidrato de Carbono, fibra, potasio, vitamina c, magnesio, yodo, ácido fólico. | |
| INGREDIENTES SECUNDARIOS | NO APLICA | |
| CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL PRODUCTO | COLOR | AMARILLO |
| | OLOR | PIÑA |
| | SABOR | ACIDO SUAVE |
| ESTADO DEL PRODUCTO | SOLIDO | permanente |

Ilustración 2: Descripción de fruta deshidratada (Piña)

1.6 Ventajas Competitivas

El producto como tal ya existe y tiene su lugar en el comercio sin embargo continúa siendo un producto innovador debido a que tiene todos los beneficios de una fruta, pero con una vida útil más extensa, no necesita refrigeración ni congelación, además de ese gran beneficio que aporta a las dietas y buena nutrición al estar libre de grasas y colesterol, y poseer diferentes vitaminas.

Como negocio: la diferenciación es el servicio post-venta, la publicidad gratuita del producto para aumento de ventas, y precios competitivos.

CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

2.1 Entorno

Colombia ha presentado aspectos negativos y positivos al transcurrir el tiempo, sin embargo, en el año 2015 presento un crecimiento satisfactorio, pues termino con una tasa del 3% la que se compara muy favorablemente con el estancamiento en América Latina y el bajo crecimiento mundial.

Colombia mantiene una posición parcialmente favorable dentro de las economías emergentes. La inflación en este, es menor que la de muchos países de la región, pero son evidentes las presiones en precios y se está lejos de la meta de inflación del banco de la república.

En el año 2015 el PIB registró un crecimiento del 3,2%, los sectores mantienen un crecimiento positivo, el sector comercio, restaurantes, hoteles (4,6%) construcción (4,6%) y los establecimientos financieros (4,1%). Mientras disminuyo el sector agropecuario (2,9%), de servicios sociales (2,8%), electricidad y agua (2,6%), transporte y almacenamiento (1,7%), minas y canteras (1,2%) e industria (0,0%). (Turismo, 2016)

A pesar de las circunstancias en Colombia, los resultados laborales fueron positivos y la tasa de desempleo en el mes de noviembre de 2015 se ubicó en 7,3%, se ha mantenido la tasa de desempleo de un dígito. (Turismo, 2016)

En cuanto a la calidad de vida de Colombia ha mejorado, pues se ha reducido la pobreza, se ha generado empleos formales, se ha conservado altas coberturas de salud y ha mejorado un poco la educación.

En el contexto internacional, el país ha adquirido una mejor posición y actualmente tiene canales de acceso a mercados internacionales más claros que se deben aprovechar, sin embargo, en el año 2015 el desplome de los precios internacionales en

productos básicos, la baja dinámica del comercio global, dificultaron el desempeño exportador del país, aunque se debe resaltar que esto también es materia de la poca competitividad que tiene Colombia en el mundo.

Con el pasar de los últimos años se ha visto el progreso socioeconómico y el desarrollo industrial que ha tenido el país. Además, se ha trabajado e invertido en otras áreas como la educación, la salud, infraestructura a favor de los intereses de la sociedad. De hecho, un área que ha dado mucho de qué hablar en el último año es el proceso de paz que posiblemente sea uno de los impulsores que restablezca la confianza para que otros países quieran invertir y hacer negocios con Colombia.

Para el proyecto exportador planteado, se ha escogido Canadá como país objetivo para la exportación de frutas deshidratadas; a continuación, se presenta información básica de dicho país y su situación económica actual:

Canadá es una nación industrial y tecnológicamente avanzada, ampliamente autosuficiente en energía. Su economía se ha basado tradicionalmente en la abundancia de recursos naturales y el comercio, actualmente tiene un sistema económico orientado al mercado, patrones de producción y elevados estándares de economía, y a pesar de que esta es ampliamente diversificada, la explotación de los recursos naturales sigue siendo un factor importante para muchas economías regionales.

Este país tiene una de las economías más sólidas y estables del mundo dado al buen funcionamiento de las variables económicas. Según el producto interno bruto (PIB) esta ocupa el noveno lugar en las economías más grandes y su inflación se ha mantenido entre los más bajos de los países industrializados. Por otro lado, la tasa de desempleo es relativamente baja y se ha mantenido estable por los últimos 30 años, lo cual favorece a la economía del país.

La economía de Canadá responde constantemente a los cambios y a la competencia de los mercados mundiales.

Este país es el segundo más feliz del mundo por sus excelentes indicadores de bienestar general y calidad de vida. Las personas se sienten satisfechas con el sistema público de su país, pues el sistema de salud y la educación básica son gratuita, aunque se considera que la salud puede mejorarse, pero en cuanto a la educación se considera de las mejores del mundo y el acceso a ella es eficaz.

Las personas de bajos recursos reciben ayuda por parte de programas sociales del gobierno que satisfacen las necesidades básicas de las familias (servicio del cuidado infantil, protección para la población de la tercera edad, salarios dignos, acceso a la vivienda, disponibilidad de bancos sociales de alimentos), este es un rol importante que juega el estado canadiense como promotor de políticas públicas, regulador de reglas sociales y proveedor de servicios de asistencia social; las ayudas gubernamentales para inmigrantes y para las familias, ya sean canadienses o extranjeros, con hijos menores de edad, son algunos de los incentivos para que ciudadanos de todo el mundo, piensen en Canadá como un destino confiable para establecerse.

2.2 sector

En los años noventa, el proceso de internacionalización de la economía tuvo efectos importantes sobre la actividad comercial y el mercado de bienes y servicios en Colombia. La apertura de mercados financieros y de bienes creó las condiciones de expansión del comercio en formatos modernos, al mismo tiempo que aparecieron compañías extranjeras y las grandes cadenas nacionales se sellaron alianzas estratégicas con socios internacionales. Este proceso trajo como consecuencia la modernización del sector, mejoras significativas en la productividad y mayores exigencias en la contratación de personal.

Los rasgos más importantes para el comercio colombiano son el PIB y la contribución al empleo. El comercio ocupa el cuarto puesto en el PIB después de la agricultura, la industria manufacturera y los servicios financieros. Como generador del

empleo, la participación del comercio es más importante. De acuerdo con la Confederación de Cámaras de Comercio del país, hay 219.925 establecimientos con 646.955 personas empleadas.

Estructura del sector comercial

En primer lugar, está altamente concentrada en el comercio minorista; en segundo lugar, la conforman unidades de negocios de pequeño tamaño con predominio de la actividad unipersonal; y, finalmente, existe una alta rotación y la estabilidad de los negocios es reducida.

Bogotá ocupa el primer lugar en el sector comercial en Colombia, en segundo lugar, Medellín y en tercer lugar Cali. En el mes de noviembre del año 2015 Medellín y Cali observaron los mayores niveles de ventas con 2,4 y 1,8 por ciento, mientras que Bucaramanga y Bogotá presentaron variaciones negativas de 7,9 y 6,3 por ciento. (Jiménez, 2016)

Canales de Distribución del Sector Comercial

Los canales de distribución de este sector comercial se clasifican así:

Supermercados: establecimientos con un área de más de 100 metros cuadrados, gran surtido y variedad de bienes de alimentos, aseo, droguería, papelería, etc.

Tradicional: tiendas con formato de mostrador, surtido variado y atención personalizada como los graneros, almacenes de víveres, etc.

Droguerías: tiendas con formato de mostrador y venta de productos medicinales y aseo personal.

Tiendas de consumo local: locales con consumo de más del 50% de los bienes dentro del establecimiento, incluye restaurantes, bares y cafeterías, estas últimas las más numerosas.

Kioscos y cajoneros: ventas ambulantes de productos de confitería y miscelánea.

Papelerías: tiendas especializadas en venta de libros, revista y papel.

CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1 Objetivos de Mercadeo

- Identificar en el primer año un distribuidor para el mercado de Vancouver Canadá
- Incrementar las ventas en un 25% en el mercado de Vancouver durante los próximos dos años,
- ser reconocido en el mercado canadiense como uno de los mejores comercializadores colombiano de frutas deshidratadas 5 años.

3.2 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

El mercado meta se situará en el país de Canadá, “limita al norte con el océano Ártico, al noreste con la bahía de Baffin y el estrecho de Davis, que lo separa de Groenlandia, al este con el océano Atlántico, al sur con Estados Unidos y al oeste con el océano Pacífico y Alaska” (Martínez, 2007)

A continuación, se presenta un análisis de demanda, el cual se tuvo en cuenta para la elección del país.

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2015

Clasificación arancelaria: 08.04.30.00.00 pinas, frescas o secas.

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de [Asociación Latinoamericana de Integración \(ALADI\)](#). (Trade Map, 2016)

| Importadores | Indicadores comerciales-Valor exportada en 2015 (miles de USD) | Indicadores comerciales- Participación de las exportaciones para Colombia (%) | Indicadores comerciales- Cantidad exportada en 2015 | Indicadores comerciales- Unidad de medida | Indicadores comerciales- Valor unitario (USD/unidad) | Indicadores comerciales-Tasa de crecimiento de los valores exportadas entre 2011-2015 (% p.a.) |
|---------------------|--|---|---|---|--|--|
| Mundo | 3458 | 100 | 4883 | Toneladas | 708 | 24 |
| Estados Unidos | 1507 | 43,6 | 1416 | Toneladas | 1064 | 5 |
| Italia | 1078 | 31,2 | 2213 | Toneladas | 487 | |
| belgica | 375 | 10,8 | 836 | Toneladas | 449 | 25 |
| países bajos | 121 | 3,5 | 172 | Toneladas | 703 | |
| Chile | 119 | 3,4 | 4 | Toneladas | 29750 | |
| canada | 103 | 3 | 6 | Toneladas | 17167 | 32 |
| Reino Unido | 70 | 2 | 150 | Toneladas | 467 | |
| Antillas Holandesas | 27 | 0,8 | 31 | Toneladas | 871 | -44 |
| Francia | 19 | 0,5 | 13 | Toneladas | 1462 | 67 |
| Suiza | 16 | 0,5 | 19 | Toneladas | 842 | |
| Suecia | 9 | 0,3 | 0 | Toneladas | | 102 |
| españa | 8 | 0,2 | 16 | Toneladas | 500 | -17 |
| Portugal | 4 | 0,1 | 4 | Toneladas | 1000 | |
| Aruba | 1 | 0 | 1 | Toneladas | 1000 | 4 |

Ilustración 3: Análisis de la demanda

Teniendo en cuenta no solo los indicadores comerciales de valor exportado en 2015, sino considerando también el crecimiento de exportaciones que los países han tenido durante los últimos cinco años, de acuerdo a la ilustración 3. anterior se encontró que Canadá creció en 32% su importación de fruta deshidratada.

Específicamente en el sector agroindustrial, según datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo basado en cifras del Dane, las exportaciones en el periodo de agosto 2011 al mismo mes de 2013 aumentaron 19% a Canadá sumando US\$145,7 millones de dólares mientras que en el mismo período de 2009 a 2011 fueron de US \$116,92 millones de dólares.

“Confitería, frutas deshidratadas y salsas gourmet, productos que han acogido los canadienses”. (Procolombia, 2013)

Es un mercado sensible a la conciencia social y ambiental, así como también en calidad y seguridad de lo que consumen, lo que requiere que el producto cumpla con las normas y certificación que el país exige, además de adaptar el producto al consumidor según sus necesidades. Además, se cuenta con un TLC que favorece el ingreso del producto libre de arancel, lo cual facilita la entrada al país y así la empresa “Col Dried Fruits” sea competitiva en el mercado canadiense. Según informes de Procolombia:

Canadá es un mercado que se caracteriza por su diversidad cultural, manifestada en los inmigrantes que equivalen al 20% de la población de 35 millones de habitantes. Esta característica demográfica abre oportunidades para productos que estén dirigidos a nuevos nichos de mercado como los asiáticos o los más de 50.000 colombianos que viven allá. (Procolombia, 2013).

Vancouver ciudad a la cual se dirigirán las exportaciones de frutas deshidratadas, está ubicado en el Sudoeste de Canadá, en la provincia de British Columbia, y está junto al Océano Pacífico, lo que facilitaría la entrada de mercancías por el puerto de Vancouver, “considerado como uno de los puertos más grande y concurrido de Canadá” (GoldiumCrucero, 2016).

“La población de Vancouver supera los 612.000 habitantes, mientras que toda el área metropolitana supera los 2 millones de habitantes, convirtiéndola en la tercera ciudad de Canadá tras Toronto y Montreal.” (infovancouver, 2016). En cuanto al idioma el 52% de los habitantes de Vancouver tienen como primera lengua el inglés, seguido del francés.

Vancouver, importante puerto ubicado en la Columbia Británica, ha recibido una fuerte inmigración asiática, la que ha generado una interesante demanda por frutas y verduras tropicales y exóticas. Las facilidades de su puerto, la han convertido en el centro de distribución de productos por vía terrestre o marítima hacia otras regiones, en especial a la de las praderas, en la que se

encuentran las provincias de Alberta, Saskatchewan y Manitoba y ciudades como Calgary, Edmonton, Regina, Saskatosa y Winnipeg. Esta región se caracteriza por la gran dispersión de los centros de consumo. (Interletras, 2002)

Para la comercialización de las frutas deshidratadas en este caso de la piña se llevará hacia los consumidores a través de los supermercados, mercados de alimentos, tiendas de conveniencia.

3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios

Los consumidores a los cuales se dirige el mercado de comercialización de fruta deshidratada serán como se mencionó anteriormente los supermercados de cadena en la ciudad de Vancouver, localizado al Sudoeste de Canadá, en la provincia de British Columbia, junto al Océano Pacífico.

Col Dried Fruit realizara visitas a los diferentes lugares donde se comercializará el producto con el fin de sensibilizar a los clientes sobre el producto, sus beneficios, y todo el portafolio de productos de fruta deshidratada que se prestara para la exportación del producto hacia las instalaciones de los establecimientos.

Vancouver cuenta con diversos supermercados en la ciudad entre estos se encuentran walmart, costco, safeway, T&T supermarket, grocery aotlet, etc. Caracterizados por vender diversos productos entre estos productos alimenticios.

Los consumidores a los cuales se dirige el mercado de comercialización de fruta deshidratada serán las personas que implementen en su vida diaria hábitos alimenticios y se interesen en consumir productos con muchos beneficios para una alimentación saludable. Son percibidos en el mercado como snacks saludables, que pueden ser consumidos en cualquier momento, entre nuestros posibles clientes encontramos deportistas, estudiantes, empresarios, por lo general cuentan con buenos ingresos y por

eso deciden incluir en sus compras un producto que por sus características les brinden beneficios y satisfagan sus necesidades en cuanto a su alimentación balanceada.

Los criterios de venta del producto se tendrán un precio por unidad de \$26.100 COP. Incluidos gastos de exportación. La forma de pago será independiente del lugar de venta ya sea giro directo, tarjeta crédito o débito, pago anticipado.

En cuanto a calidad el producto cuenta con los estándares de calidad necesarios por que se reconoce que Canadá es un país que se caracteriza por ser estricto en el ingreso de productos extranjeros a su territorio y más aún cuando se trata de alimentos.

Es un producto el cual se puede consumir en cualquier época del año y en cuanto a las edades no hay límite de edad.

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

Vancouver tiene una población aproximada de 612.000 habitantes. Cuenta con una población muy diversa puesto que está ubicado en la costa pacífica por donde han ingresado muchos inmigrantes en su mayoría de Asia. La población en Vancouver se caracteriza por la importancia que le dan al momento de consumir productos saludables y además por la conservación del medio ambiente es así como se consideró que un 60% de la población de Vancouver estaría interesada en el consumo de nuestro producto.

3.5 Mercado Competidor

A continuación, en la tabla 1. se presenta un grupo de empresas colombianas que representan competencia para la compañía puesto que producen fruta deshidratada y además de suplir el mercado colombiano también lo exportan hacia otros países y uno de ellos es Canadá.

| NOMBRE | PAGINA WEB | PRODUCTOS | FORTALEZAS Y DEBILIDADES | ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN |
|------------------------------------|---|--|--|--|
| FRUANDES (COLOMBIANA) | http://www.fruandes.com/index.php?option=com_content&view=article&id=24&Itemid=184&lang=es | piña deshidratada, mango organico deshidratado, uchuva deshidratada. | fortaleza: tiene informacion muy completa sobre sus productos. | Redes sociales, imagen Llamativa para los consumidores. |
| NARANJA VERDE (COLOMBIANA) | http://www.naranjaverde.co/ | Frutas, vegetales, especies deshidratadas | fortaleza: maquilan según las necesidades | pagina web con toda la informacion de sus productos. |
| CARIBBEAN EXOTICS (COLOMBIANA) | http://www.caribbeanexotics.com.company.php | Comercializacion de frutas | fortaleza: tiene su pagina en ingles. | es visual mostrando paso a paso los procesos que realizan. |

Tabla 1: Competencia del mercado.

Además de competir con empresas colombianas, hay diferentes países de los cuales Canadá también importa este producto, como lo son: Costa Rica, México, Estados Unidos, Perú, Ecuador, Brasil y Chile, estos países son los más representativos en la exportación de fruta deshidratada. (Lizeth Crow, 2014)

3.6 Mercado Distribuidor

3.6.1 Distribución Directa

La empresa comercializadora de fruta deshidratada cuenta con un productor llamado IPRODESA localizado en municipio de Itagüí, es una de las empresas más reconocidas en el mercado de frutas deshidratadas, con más de 30 años de experiencia en el mercado encargado de proveerle a la comercializadora el producto listo para la exportación, es decir, el costo por el cual se está pagando incluye costos de empaque y etiquetado, este será el costo de la materia prima de la fruta deshidratada por unidad \$12.500.

Para poder llevar a cabo la distribución del producto hacia destino Canadá, contaremos una instalación localizada en Medellín, donde se gestionará todo el proceso desde la compra al proveedor hasta la venta al cliente, también se contará con servicios

tercerizados tales como el de la agencia de aduanas y de carga con el fin de prestar un mejor servicios y gestión de los procesos.

A continuación, en la tabla 2. se presentarán los costos en los que se incurrirá el pago de servicios en las instalaciones en la ciudad de Medellín:

| GASTOS EN SERVICIOS MENSUALES | | |
|--------------------------------------|------------------|----------------------|
| NOMBRE | PROVEEDOR | VALOR MENSUAL |
| Arriendo sede principal | BIEN RAIZ | \$ 800.000 |
| Servicios públicos | EPM | \$ 155.000 |
| Seguros | SURA | \$ 59.166 |
| Teléfono e Internet | UNE | \$ 130.000 |
| Hosting y dominio sitio web | UNE | \$ 250.000 |
| TOTAL | | \$ 1.394.166 |

Tabla 2: Gastos en servicios Mensuales.

3.6.2 Distribución a través de terceros

Se identificó algunos de los comercializadores los cuales se podrían apoyar para la venta al consumidor del producto en Canadá: bacex, penta-transaction

Tipos de almacenes

Supermercados, mercados de alimentos, tiendas de conveniencia. “Alimentaria y no alimentaria. Hay muchos de ellos en las grandes ciudades. Hay por lo menos una tienda de comida en cada ciudad. Loblaws, Iga, Metro, Maxi, Walmart”. (Export Entreprises SA, 2016)

Los establecimientos se califican como útiles, funcionales y con mayor probabilidad de éxito para comenzar con la comercialización del producto.

Loblaws: se definen a sí mismo en su página web como el líder de alimentos y farmacia en Canadá, poseen una red de almacenes en todo el país y ofrece empleos a muchos canadienses, su propósito es buscar el bienestar de las personas; reconocida por los grandes beneficios como farmacias de servicio completo, no usar comisiones bancarias y vender marcas conocidas. (Loblaw Companies Limited, 2016).

Walmart: Es una multinacional con tiendas en varios países, su origen es estados unidos, son almacenes de cadena, que funcionan bajo el autoservicio y maneja grandes descuentos en sus productos por vender al retail.

Iga: Es uno de los almacenes especializados en comestibles, ubicado en más de 30 países, no tienen el mismo sistema de otros almacenes, no funciona por cadenas, funciona como franquicias.

3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación

3.7.1 Comunicación

El logotipo (Mirar Ilustración 4.) está diseñado de la siguiente manera: en el centro va la razón social (Col Dried Fruits) tras el nombre hay un mundo el cual es mitad mapa, mitad frutas (manzana, naranja, fresa, uva, piña) y tras el mapa hay una especie de estrella la cual le brinda un contorno base al logotipo.

Con el mundo queremos resaltar la internacionalización del producto y los diferentes tipos de frutas deshidratadas que se manejan.



Ilustración 4: Logo empresa Col Dried Fruit.

El eslogan es: “naturallysweet and healthy” en español: “Naturalmente dulce y saludable” las frutas deshidratadas son 100% naturales, con un beneficio de tiempo de consumo más extenso, además de ser un delicioso snack que no genera en el cuerpo ningún tipo de perjuicio por grasas, colesterol, entre otros y por el contrario aporta las vitaminas y los minerales que poseen las frutas.

Nombre Comercial: Frutas deshidratada

El producto tendrá un empaque de forma rectangular, de 19 cm de alto, 14 cm de ancho y 1.5 cm de grosor en la parte inferior la cual disminuirá hacia arriba hasta llegar a un borde simple; será de color blanco; en la parte inferior derecha tendrá un pequeño rectángulo plástico transparente que permitirá ver el producto, en la parte superior estará sellado completamente; bajo este sellado se encuentra un cierre plástico; que permitirá que el empaque sea nueva mente cerrado.

El diseño del empaque es básico, en la parte media superior central llevara el logotipo de la empresa, bajo esta ira una imagen de la fruta especifica que contendrá cada empaque y el nombre de la fruta, es decir: si es piña deshidratada, ira una imagen de piña deshidratada, y en la parte inferior llevara el eslogan y bajo esta ira la cantidad que

contiene el empaque en este caso 250g, así como también la tabla información nutricional del producto.

Este será un empaque reciclable y biodegradable, ya las mayorías de los países, en especial Canadá exigen para la entrada de productos al país este tipo de empaques innovadores que reemplazan los tradicionales.

3.7.2 Actividades de promoción y divulgación

La principal estrategia será la visita en el sector de Vancouver en las principales tiendas de cadena donde se dará a conocer el producto al consumidor final allí se realizará el respectivo stand, con muestras comerciales y toda la información necesaria para dar a conocer el producto.

También se tendrá publicidad en internet, pagina web donde se encontrarán todas las formas de contacto (emails, Facebook, Instagram, número telefónico etc.). Donde se dará a conocer el producto como un snack saludable, que busca endulzar los paladares de todas las personas especialmente de aquellas que no pueden consumir azúcar y buscan una vida sana. Para la conversión de dólares canadienses a pesos colombianos se tuvo en cuenta un precio del dólar canadiense promedio de \$2.270.12 COP, según el promedio de los últimos seis meses del presente año (dolar/web, 2016). En la siguiente Tabla 3. Se presentan las actividades a desarrollar:

| ACTIVIDAD | FECHA | COSTO CAD | COSTO COP | OBJETIVO |
|-----------------------------------|--------------------------|---|---|----------------------------|
| 1ra Actividad promotora (Walmart) | 7/01/2017 8/01/2017 | Stand: \$285 CAD, Muestras: \$250 CAD, Salario | Stand: \$646.984 Muestras: \$567.530 | Dar a conocer el producto. |
| 2da Actividad Promotora (Loblaws) | 14/01/2017 15/01/2017 | Muestras: \$ 250 CAS, Salario | Muestras: \$ 567.530 | Dar a conocer el producto |
| 3ra Actividad Promotora (Iga) | 21/01/2017 22/01/2017 | Muestras: \$250 CAD, Salario | Muestras: \$567.530 | Dar a conocer el producto |
| Actividad | 28/01/2017 | Salario | | Publicidad |

| | | | | |
|---|------------|-------------|-------------|--|
| descuentos (foto en redes sociales con el producto) | 29/01/2017 | | | gratuita en redes sociales |
| Actividad Premios (cupones) por recolectar empaque del producto | 11/02/2017 | Salario | | Aumentar la compra del producto por recolectar empaque |
| TOTAL | | \$1.035 CAD | \$2.349.574 | |

Tabla 3: Actividades de promoción y divulgación.

3.8 Plan de Ventas

Este plan de ventas se proyecta considerando la capacidad de ventas del personal comercial y los estudios previos que se han hecho sobre el comportamiento de la fruta deshidratada en Canadá. Para efectos financieros se tuvo en cuenta una cantidad de unidades considerables, donde la empresa reciba una utilidad por las ventas del 15% y una tasa interna de retorno del 34.96%.

El total de unidades vendidas aproximadas anualmente es de 7590.

A continuación, en la Tabla 4. Se puede observar cual es la intención de ventas en cantidades mes a mes.

| FRUTA DESHIDRATADA | | | | | | | | | |
|---------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|
| Periodo | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 |
| Cantidad | 750 | 770 | 790 | 820 | 850 | 880 | 890 | 910 | 930 |
| | Unds | Unds | Unds. | Unds | Unds | Unds | Unds | Unds | Unds |

Tabla 4: Plan de Ventas. Fuente propia.

CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL

4.1 Tratados Comerciales

Actualmente Colombia cuenta con un acuerdo de promociones comercial con Canadá según el ministerio de industria y turismo:

“fue aprobado mediante la Ley 1363 del 9 de diciembre de 2009 por el Congreso colombiano. El proceso de incorporación a la legislación interna colombiana se complementó el 24 de julio de 2010, cuando la Corte Constitucional mediante sentencia C-608/10 encontró acorde al ordenamiento constitucional del país a este Acuerdo, así como la Ley 1363 de 2009, aprobatoria del mismo. De igual manera el acuerdo fue aprobado en consenso por el parlamento canadiense el 21 de junio de 2010, y posteriormente firmado por la gobernadora general de este país. El acuerdo entró en vigor el 15 de agosto de 2011.” (Mincit, 2011).

El tratado de libre comercio entre Colombia y Canadá se suscribió el 21 de noviembre de 2008 consolidándose como una mayor iniciativa para el comercio colombiano.

Se generan además grandes expectativas puesto que el gobierno colombiano se encuentra trabajando para que Canadá se interese por el mercado colombiano, así como lo afirma el Ministerio de Industria y Turismo: “Hoy tenemos un representante comercial en Montreal para mirar qué oportunidades tenemos en la costa este y otro en Vancouver que nos ayuda a identificar el potencial de la costa oeste. Nuestro reto es lograr una mayor efectividad en la promoción, llevando un mensaje claro sobre las oportunidades que hay para estrechar la relación económica con ese país.” (Mincit, 2011)

Tan pronto entró en vigor el Tratado, el 98% de las exportaciones colombianas a Canadá ingresan hoy libres de arancel a ese mercado. De ese 98%, el 99.8% del comercio de bienes industriales está libre de aranceles desde el

mismo momento en que se comenzó a aplicar el acuerdo, mientras que el 97.6% de los bienes agrícolas recibió el mismo tratamiento. (Mincit, 2011).

4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

PAIS ORIGEN

Posicion arancelaria: 08.04.30.00.00 piñas tropicales(ananas) frescas o secas.

IVA: 0%

Arancel general: 15%

PAIS DESTINO

Posicion arancelaria:08.13.50.00.00 Mixtures Of Edible Nuts Or Dried Fruits - Canadian Importers Database (CID)

Arancel con beneficio arancelario: 0%

4.3 Requisitos y Vistos Buenos

Documentos soportes de importación: Documento-Entidad

- Documento de Requisitos Fitosanitarios de Importación - Instituto Colombiano Agropecuario. Opcional
- Visto Bueno - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos. Obligatorio

Documentos soportes de exportación: Documento – Entidad

- Certificado inspección sanitaria exportación alimentos y materias primas - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos. Opcional
- Certificado de Exportación - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos. Opcional

- Certificado de no obligatoriedad - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos. Opcional
- Certificado fitosanitario - Instituto Colombiano Agropecuario. Opcional.

Según información: (DIAN, 2005)

A su vez la Agencia Canadiense de Inspeccion de alimentos (CFIA) exige que los exportadores cumplan los siguientes puntos:

1. Grado mínimo o estándar de identidad: que refleje la composición, pureza, calidad y tamaño de los contenidos, cuando sea aplicables.
2. Envases especificados: el empaque debe hacerse en los envases designados, incluyendo el tipo y tamaño, los niveles de llenado, la composición y resistencia de los medios de empaque/envase como la sal. La calidad bacteriológica del agua utilizada en el producto, el procesamiento y limpieza de los envases y el equipo debe ser monitoreada ya que afecta el estándar del producto final.
3. Etiquetado Correcto: si los productos procesados se proveen en envases más grandes que el envase más grande especificado (esto significa envases que están entre aproximadamente los 2 l o 2 kg y 20 l o 20 kg) entonces el importador, antes de la importación, debe tener las etiquetas probadas por la CFIA (Procolombia, 2012)

4.3 Capacidad Exportadora / Capacidad Importadora

El proveedor IPRODESA está en capacidad de suministrar a la comercializadora un total de 1500 unidades mensualmente de fruta deshidratada con su respectivo empaque, embalaje y etiquetado, listo para la exportación del producto.

El precio de compra de la fruta deshidratada ofrecida por el proveedor Iprodesa es de \$12.500, en un término de negociación EXW.

4.4 Participación en Ferias Especializadas

En Canadá se encuentran diferentes ferias especializadas en diferentes tipos de alimentos entre estas se tiene:

CHFA EXPO WEST, realizada en Vancouver, Canadá del 14 al 15 de mayo, en la feria se desarrollan conferencias y se realiza la exhibición de comercios de la Asociación Canadiense de alimentos saludables (CHFA, 2016)

Expo Manger Santé et Vivre Vert 2017 Montreal: Exposición de alimentos ecológicos, SIAL Canadá 2017 Toronto: Feria Agroalimentaria de Canadá, Toronto Food & Wine Toronto Feria para la cocina, comida y entretenimiento, etc.

Otra feria importante en Canadá es SIAL CANADA 2017 (Exhibición internacional de alimentos, bebidas, vinos y espirituosos).

Sial Canadá 2017 es una feria organizado por Expo Canadá France, Membre de Réseau Comexposium asociados a SET CANADA. Se realiza desde el 2 de mayo de 2017 hasta el 4 de mayo de 2017, en las instalaciones del Centre Enercare, Toronto. Su primera edición fue en el año 2001 y se hace anualmente. (feriasalimentarias, 2016)

Sial Canadá 2017 es la mayor exposición comercial sectorial de las industrias de la alimentación y las bebidas para el mercado canadiense. En esta podremos encontrar las últimas tendencias del sector. (Portalferias, 2016)

Estos son algunos de los productos que se pueden encontrar en Sial Canadá 2017: aceites, alimentos dietéticos, alimentos para bebés, alimentos naturales, bebidas alcohólicas, café, carnes, dulces, mermeladas, frutas y cítricos, frutos secos, aperitivos, snacks, chocolate, lácteos, preparados y pre cocidos, etc. (feriasalimentarias, 2016)

El costo total de asistir a la feria CHFA Expo west de Vancouver, Canadá es de \$9'515.990. El cual se distribuye así:

Transporte aéreo \$2'354.990, hospedaje \$1'961.000, alimentación \$700.000, inscripción y montaje en la feria \$2'000.000, material de promoción (publicidad, muestras del producto) \$2'500.000. El valor total en dólares canadienses equivale a aproximadamente 4.191.84 CAD

4.5 Rutas de Acceso

País exportador – COLOMBIA

Principales Aeropuertos de Colombia

En la siguiente grafica se observarán los principales aeropuertos internaciones de Colombia, tabla tomada de (Principales Aeropuertos de Colombia, 2016)

| Cuidad | Nombre | Código | |
|--------------|--|--------|------|
| | | OACI | IATA |
| Bogotá | ■ <u>Aeropuerto Int'l El Dorado</u> | SKBO | BOG |
| Medellín | ■ <u>Aeropuerto Int'l José Ma. Córdova</u> | SKRG | MDE |
| Medellín | ■ <u>Aeropuerto Olaya Herrera</u> | SKMD | EOH |
| Barranquilla | ■ <u>Aeropuerto Int'l Ernesto Cortisoz</u> | SKBQ | BAQ |
| Cartagena | ■ <u>Aeropuerto Int'l Rafael Núñez</u> | SKCG | CTG |
| Santa Marta | ■ <u>Aeropuerto Int'l Simón Bolívar</u> | SKSM | SMR |
| Buenaventura | ■ <u>Aeropuerto Gerardo Tobar</u> | SKBU | BUN |
| Cali | ■ <u>Aeropuerto Int'l Alfonso Bonilla</u> | SKCL | CLO |

Debido a que el proveedor (IPRODESA) está ubicado en la ciudad de Medellín, el aeropuerto el que se utilizaría en caso de llegar a realizar una exportación aérea, sería el Aeropuerto internacional José María Córdova.

Principales puertos marítimos de Colombia

A continuación, en la Ilustración 5. se mostrarán gráficamente los diferentes puertos de Colombia y se nombrarán las sociedades portuarias de cada una. (Jupiter Global de Colombia, 2015)

Santa Marta: Sociedad portuaria regional de Santa Marta

Barranquilla: Sociedad portuaria regional de Barranquilla

Barranquilla: Palermo sociedad portuaria

Barranquilla: Barranquilla container terminal S.A (BCT)

Tumaco: Sociedad portuaria regional de Tumaco S.A

Cartagena: Sociedad portuaria regional de Cartagena.

Cartagena: CONTECAR, Terminal de contenedores de Cartagena.

Cartagena: Terminal de Cartagena grupo COMPAS

Buenaventura: Sociedad portuaria terminal contenedores TC BUEN

Buenaventura: Sociedad portuaria regional Buenaventura.



Ilustración 5: Ubicación puertos colombianos.

País Importador – CANANDA – VANCOUVER

Aeropuerto

El **Aeropuerto Internacional de Vancouver** (Código IATA: **YVR**, código OACI: **CYVR**), se encuentra localizado en Sea Island, dentro de Richmond, British Columbia, **Canadá**, aproximadamente a 12 kilómetros del centro de Vancouver.

(Aeropuertos.NET, s.f.)

Puerto

El **puerto de Vancouver** es el más grande y concurrido de Canadá y el cuarto puerto más grande de Norteamérica.

La mayor parte de las importaciones de Canadá y de exportaciones al Oriente y Australia pasan por **Vancouver**, la entrada de **Canadá** al **Océano Pacífico**. (Goldium Cruceros, 2016)

El medio de transporte por el cual se exportará será marítimo esto debido a volumen y peso de la carga, el cual se explicará en la liquidación de la exportación. El envío marítimo a Vancouver se realiza por el océano pacifico, por lo cual saldrá del puerto de Buenaventura hacia Canadá.

4.6 Liquidación de Costos de Importación y Pecios de Exportación

Exportador:

Para la comercialización de las frutas deshidratadas se tiene previsto la exportación de 750 unidades mensuales aproximadas, se enviarán vía aérea lo cual tardara aproximadamente cinco días, a continuación, en la Tabla 5. se presenta una cotización de los costos en que incurre en la exportación:

| COL DRIED FRUITS | | LIQUIDACION DE EXPORTACION | | | | No. 001 | |
|------------------------------------|------------------|----------------------------|--------------|---------------|-----------------------|--------------|----------|
| PROVEEDOR: | COL DRIED FRUITS | FECHA RECIBO: | | | INFORMACION CAMBIARIA | | |
| PAIS ORIGEN: | COLOMBIA | A. ADUANA: | ALADUANA | | TC USD | \$ | 3.049,97 |
| PAIS DESTINO: | CANADA | A. CARGA: | JUPITER | | TC CAD | \$ | 2.270,12 |
| INCOTERM: | DDP VANCOUVER | | | | TC USD-CAD | \$ | 1,35 |
| FECHA DE SPACHO: | | | | | | | |
| DESCRIPCION | CANT. | \$ UN. COP | \$ TOTAL COP | \$ UN. USD | \$ TOTAL USD | \$ TOTAL CAD | |
| FRUTA DESHIDRATADA PAQUETE 250 gr | 750 | \$ 12.500 | \$ 9.375.000 | USD 4,10 | USD 3.073,80 | USD 4.161,93 | |
| Valor EXW | | | | | USD 3.073,80 | USD 4.161,93 | |
| Empaque | 750 | \$ 2.500 | \$ 1.875.000 | USD 0,82 | USD 614,76 | USD 832,39 | |
| Flete interno y gastos de embarque | | | | | USD 20,00 | USD 27,08 | |
| Comision Aduanal | | | | | USD 80,00 | USD 108,32 | |
| Vistos buenos | | | | | USD 130,00 | USD 176,02 | |
| Costos operativos | | | | | USD 50,00 | USD 67,70 | |
| consolidacion | | | | | USD 100,00 | USD 135,40 | |
| Manejo | | | | | USD 50,00 | USD 67,70 | |
| Verificacion peso | | | | | USD 35,00 | USD 47,39 | |
| Valor FCA | | | | VALOR FACTURA | USD 4.153,56 | USD 5.623,92 | |
| Cargue en puerto | 1 | | | | USD 50,00 | USD 67,70 | |
| Guía Aérea | | | | | USD 60,00 | USD 81,24 | |
| Flete Internacional | | | | | USD 490,00 | USD 663,48 | |
| Valor CPT | | | | | USD 4.753,56 | USD 6.436,32 | |
| Seguro de mercancías | 0,40% | | | | USD 70,00 | USD 94,78 | |
| CIF | | | | | USD 4.823,56 | USD 6.531,10 | |
| Almacenamiento | | | | | USD 40,00 | USD 54,18 | |
| Desconsolidacion | | | | | USD 50,00 | USD 67,70 | |
| DAT | | | | | USD 4.913,56 | USD 6.652,96 | |
| Transporte interno | | | | | USD 80,00 | USD 108,32 | |
| seguro interno | | | | | USD 20,00 | USD 27,08 | |
| DAP | | | | | USD 5.013,56 | USD 6.788,36 | |
| Documentacion | | | | | USD 63,00 | USD 85,30 | |
| Comision Aduanal | | | | | USD 120,00 | USD 162,48 | |
| Vistos buenos | | | | | USD 65,00 | USD 88,01 | |
| Aduana (impuestos) ISBS | 5,1% | | | | USD 156,76 | USD 212,28 | |
| impre vistos | 5,0% | | | | USD 241,18 | USD 326,58 | |
| DDP | | | | | USD 5.659,50 | USD 7.662,97 | |
| | | | | | FACTOR EXPORTADOR | \$ 1.8412 | |

Tabla 5: Cotización de exportación. Col Dried Fruit.

En esta cotización se evidencia el precio de venta del producto puesto en DDP CANADA, tanto en dólares americanos como canadiense.

En Canadá se encontró que en supermercados como Wal-Mart venden la fruta deshidratada a un precio de \$8,2 CAD correspondiente a un gramaje de 200 gr, mientras que el producto de la empresa Col Dried Fruit tendrá un precio de \$11,72 CAD con un gramaje de 250 gr, aproximadamente \$26.100 COP.

CAPITULO V. ANÁLISIS TÉCNICO

5.1 Descripción del proceso de comercialización

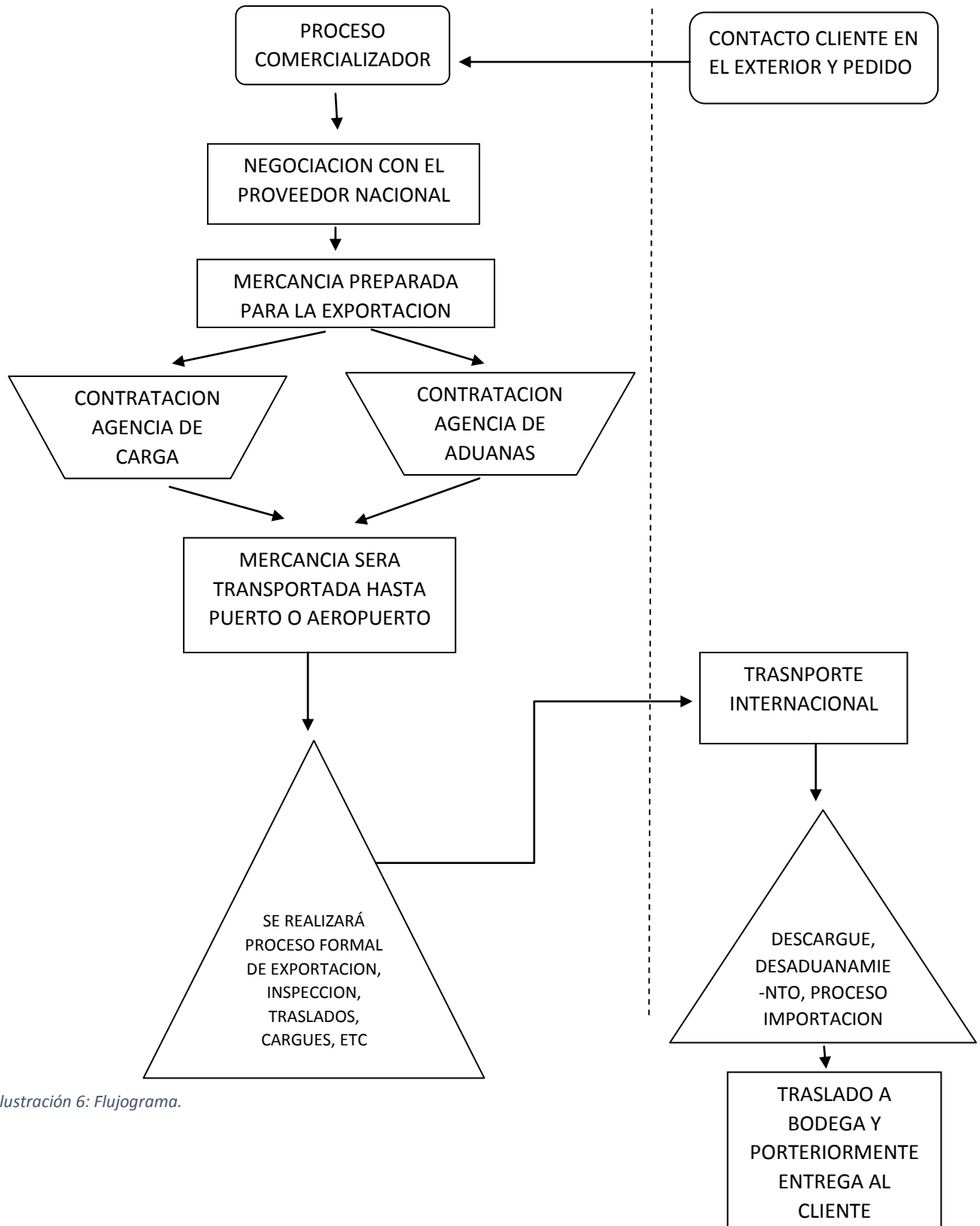


Ilustración 6: Flujograma.

Esta descripción del proceso se enfocará en la parte de comercialización, (Ilustración 6.) debido a que “Col Dried Fruits” no es productora.

Nacionalmente habrá una persona encargada de realizar todo este proceso desde la compra hasta la exportación, el proceso inicia en el momento de la compra, luego de realizarse la negociación con el proveedor nacional, se procederá con la contratación del operador logístico el cual se encargara de recoger el producto en la fábrica del proveedor (existe un acuerdo con el proveedor en donde el producto puesto en fábrica ya tendrá el empaque y el embalaje para ser exportado), así que solo se procederá con una recogida.

Luego, la mercancía será dirigida hacia el puerto o aeropuerto, donde pasará por todo el proceso de aduana de exportación, este proceso de exportación se realiza a través de una agencia de aduana, a la cual se le paga una comisión y otros factores. Si es marítimo En el el puerto el contenedor podrá incurrir en diferentes gastos (inspecciones, trasladados, etc.) además de estos posibles costos está el cargue al buque el cual es tanto operación como costo.

Posterior al embarque, el buque o avión toma su rumbo al país de destino Canadá, donde al llegar este deberá pasar por un proceso de desaduanamiento el cual tendrá un costo, luego de que la mercancía termine los tramites de aduana será llevada a la bodega del mayorista en Canadá, donde se almacenará, pero este tendrá un ciclo rotativo casi inmediato, ya que en la bodega se procederá con la distribución a los almacenes distribuidores

5.2 Capacidad de comercialización

La capacidad de comercialización depende en parte de la capacidad productora Iprodesa. Anualmente se estima que pueden producir 15000 unidades de fruta deshidratada la cual se divide una parte para las ventas nacionales y la otra para los demás clientes, entre estos se encuentra Col Dried Fruit a la cual le suministrarán aproximadamente 7890 unidades anuales.

5.3 Plan de Comercialización

Este plan de producción (Tabla 6.) se proyecta en base en el plan de ventas y considerando la capacidad instalada en el negocio. Durante los tres primeros meses de funcionamiento de este proyecto se planea la puesta en marcha y alistamiento del negocio, a continuación, se presenta la proyección del primer año de comercialización (9 meses)

| FRUTA DESHIDRATADA | | | | | | | | | |
|---------------------------|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Periodo | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 |
| Cantidad | 800 kg | 820 kg | 810 kg | 850 kg | 880 kg | 910 kg | 920 kg | 940 kg | 960 kg |

Tabla 6: Plan de comercialización o producción.

Fuente propia.

CAPITULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

6.1 Estructura Organizacional del Negocio

6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional

La empresa Col Dried Fruits presenta en la Iustracion 7. Su estructura organizacional:

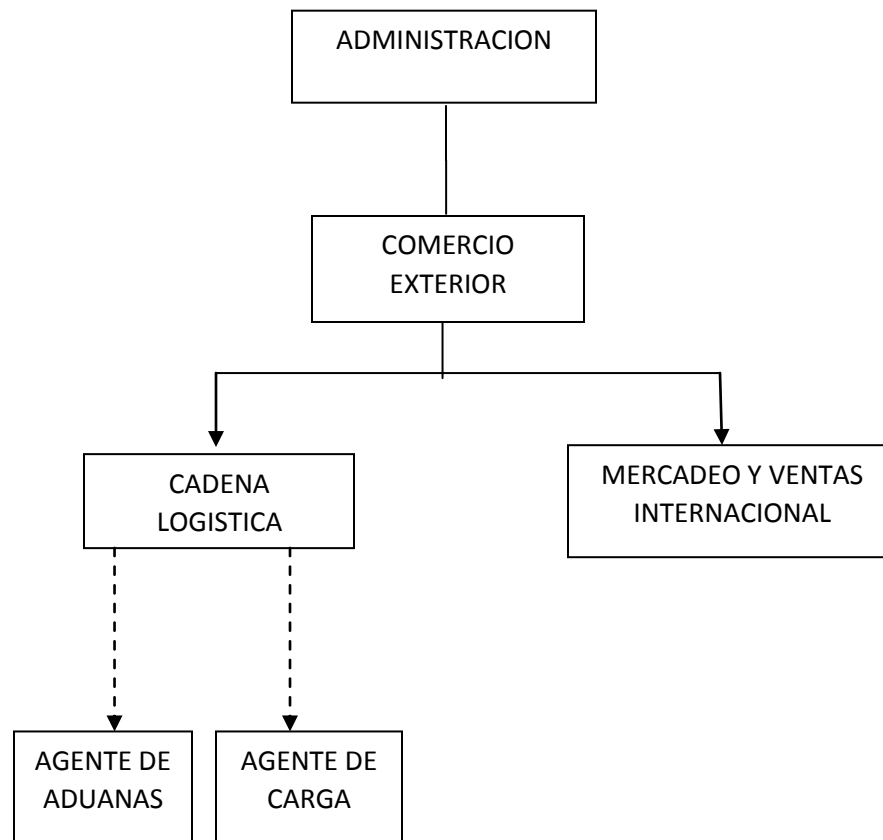


Ilustración 7: Organigrama Estructura Organizacional.

En cuanto a los procesos tercerizados se llevan a cabo de forma total, de manera que estos funcionan como intermediarios para facilitar los procesos de la empresa específicamente agenciamiento adunero y de carga, y así, las siguientes áreas puedan desempeñar sus funciones apropiadamente como se muestra en siguiente la Tabla 7:

| DESCRIPCION DE PROCESOS ADMINISTRATIVOS | |
|--|---|
| ÁREA | FUNCIONES |
| ADMINISTRACION | <p>Se encarga de establecer los objetivos de la organización, además de registrar la información cuantitativa de las transacciones que realiza la empresa para así tomar decisiones, además, entre sus funciones se está:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Planeación. -Organización -Dirección. -Coordinación. -Control. -Evaluación. |
| COMERCIO EXTERIOR | <p>Se encarga de gestionar los procesos de exportación en la empresa a través de su gestión por medio de servicios tercerizados para realizar la operación. Su función principal es gestionar los procesos tanto de aduanas como de transporte para el correcto envío de los productos hacia el exterior.</p> |
| MERCADEO Y VENTAS INTERNACIONALES | <p>Se encarga de hacer la promoción y negociación del producto con los clientes en el exterior, para de esta forma generar ingresos por medio de las ventas.</p> |

Tabla 7: Descripción de procesos administrativos.

FUENTE PROPIA

6.1.2 Organigrama Estructura Personal

Este es el siguiente organigrama de la estructura del personal Ilustración 8.

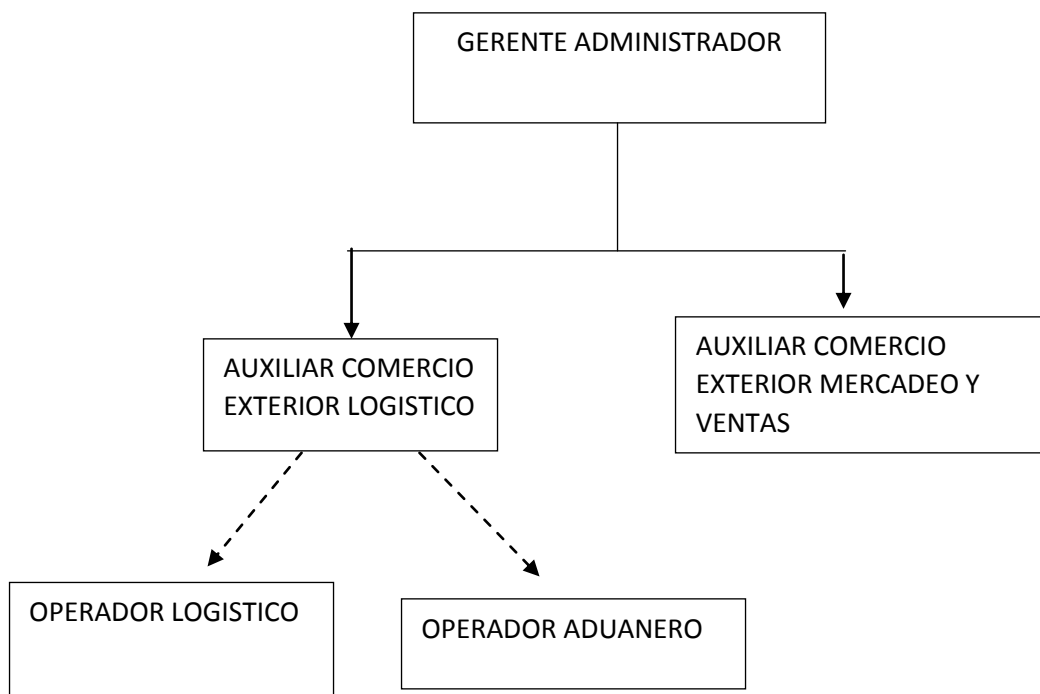


Ilustración 8: Organigrama Estructura Personal.

En la siguiente tabla 8. Se presentan las funciones de cada cargo de la empresa Col Dried Fruit:

| DESCRIPCION DE FUNCIONES | |
|---------------------------------|--|
| CARGO | FUNCION |
| Gerente Administrador | Sus funciones son: velar por el funcionamiento correcto de la parte financiera de la empresa, entradas y salidas de dinero, pagos a proveedores, facturación, cartera con clientes, manejo de los extractos bancarios, manejo de |

| | |
|--|---|
| | caja menor, administrador y comprador de bienes y materiales internos de la empresa. |
| Comercio Exterior (cadena logística) | Se encarga de la negociación y compra del producto en origen, contacto directo con el vendedor con el objetivo que de la mercancía salga de fábrica lista para exportar, también se encarga de la contratación de los operadores logísticos y de las agencias de aduana. Vigilar y velar por el cumplimiento de los tiempos, rastrear los envíos y estar al pendiente de todos los movimientos y eventualidades de la carga, confirmar la recepción de la mercancía de destino, resolver inconvenientes que se presenten en la cadena logística |
| Comercio Exterior (mercadeo y ventas) | Se encarga de contactar clientes existentes y buscar nuevos clientes, ofrecer los productos. Realizara viajes periódicos al país de destino, donde desarrollara un servicio postventa y programara actividades promotoras del producto, tomara los pedidos y las cantidades, e informara con anticipación los envíos que se deben hacer. |

Tabla 8: Descripción de funciones Administrativas.

Se presentan los procesos Tercerizados de la empresa Tabla 9.

| TERCERIZACION | FUNCIONES |
|--|--|
| Operador Logístico (agencia de carga) | Es una contratación que se encarga de la cadena logística física de la mercancía, desde la recogida en camión en la fábrica del productor (proveedor), transporte al puerto, transporte internacional, y hasta la entrega al cliente, se maneja un servicio puerta a puerta. |

| | |
|--------------------------|---|
| Agencia de Aduana | Se encarga del proceso de aduana de exportación en destino, todos los trámites y presentación de documentos son manejados por esta agencia con el objetivo de una exportación bajo los marcos legales. Igualmente, mediante alianzas gestionara el proceso de aduana en destino, pago de impuestos y desaduanamiento de la carga. |
|--------------------------|---|

Tabla 9: Descripción de procesos tercerizados.

FUENTE PROPIA

6.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados

En cuanto a la nomina de la empresa se presenta la Tabla 10. Con la inofrmacion de los salarios:

| MANO DE OBRA ADMINISTRATIVA SALARIO MENSUAL | | | | |
|--|-----------------|--------------|-----------------------------|---------------------|
| NOMBRE | CANTIDAD | VALOR | FACTOR PRESTACION AL | TOTAL |
| ADMINISTRADOR | 1 | \$ 1.902.893 | \$ 792.804 | \$ 2.695.697 |
| AUXILIAR DE COMERCIO EXTERIOR | 2 | \$ 1.346.295 | \$ 528.535 | \$ 3.749.660 |
| | | | | * 2 EMPLEADOS |
| TOTAL | 3 | | | \$ 6.445.357 |

Tabla 10: Mano de obra administrativa

Col Dried Fruit cuenta con dos actividades tercerizadas, el costo de estos procesos depende de la comisión que cobran estas agencias, ya sea de carga o de aduanas, y depende de factores como cantidad de mercancía, valor, lugar de entrega, entre otros.

6.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Locaciones Empresa

Como se ha mencionado anteriormente el establecimiento se encontrará en La ciudad de Medellín, se tendrá una pequeña oficina en la cual estará ubicado el personal y estará al pendiente de todo el proceso logístico y aduanal en Colombia.

La dimensión de esta oficina serán de 8m², la cual tendrá un servicio sanitario y una pequeña zona de cafetería.

Es un local arrendado por un costo de \$800.000 mensuales.

6.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres

En el caso de este proyecto dirigido a la comercialización se tendrá en cuenta los equipos, muebles y enseres necesarios para cumplir con el normal funcionamiento de la empresa comercializadora de fruta deshidratada, se tendrá en cuenta todos los equipos que conforman la oficina lugar de trabajo (*Tabla 11.*).

Para la adquisición de dichos equipos se realizará por medio de la inversión inicial aportada por los socios de la empresa Col Dried Fruits SAS

| MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRACIÓN | | | | |
|---|---------------|----------------------|-------------------|---------------------|
| NOMBRE | | CANTI DAD | VALOR | TOTAL |
| ESCRITORIOS | MODULO | 3 | \$ 650.000 | \$ 1.950.000 |

| | | | |
|---|----------|---------------------|---------------------|
| MULTIPLE EN L | | | |
| SILLAS ERGONOMICAS | 3 | \$ 150.000 | \$ 450.000 |
| SILLAS AUXILIARES | 2 | \$ 45.000 | \$ 90.000 |
| EXTINTORES | 2 | \$ 50.000 | \$ 100.000 |
| TELEFONOS | 3 | \$ 110.000 | \$ 330.000 |
| IMPRESORA/FAX/FOTOCOPIAD ORA | 1 | \$ 650.000 | \$ 650.000 |
| COMPUTADORES | 3 | \$ 1.320.000 | \$ 3.960.000 |
| ARCHIVADOR | 2 | \$ 300.000 | \$ 600.000 |
| TOTAL MUEBLES ENSERES | | | \$ 8.130.000 |

Tabla 11: Muebles y enseres administrativos.

6.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por área

Los suministros de oficina seran gastos que se contaran mensualmente (Tabla 12.)

| SUMINISTROS DE OFICINA MENSUALES | |
|--|-------------------|
| NOMBRE DEL SUMINISTRO | VALOR |
| SUMINISTROS DE ASEO Y CAFETERIA | \$ 100.000 |
| PAPELERIA | \$ 150.000 |
| TOTAL IMPLEMENTOS | \$ 250.000 |

Tabla 12: Suministros de oficina Mensuales.

6.2.4 Requerimientos de servicios por área

Los servicios necesarios para el lugar desde el cual se coordinará todo lo de la cadena logística para la comercialización de la Fruta deshidratada son como se presentan en la Tabla 13.

| GASTOS EN SERVICIOS | |
|------------------------------------|----------------------|
| NOMBRE | VALOR MENSUAL |
| Arriendo sede principal | \$ 800.000 |
| Servicios públicos | \$ 155.000 |
| Seguros | \$ 59.166 |
| Teléfono e Internet | \$ 130.000 |
| Hosting y dominio sitio web | \$ 250.000 |
| TOTAL | \$ 1.394.166 |

Tabla 13: Gastos administrativos Mensuales

CAPITULO VII. ANÁLISIS LEGAL

7.1 Tipo de Organización empresarial

Col Dried Fruits es una sociedad por acciones simplificada (SAS), ya que es de naturaleza comercial y está constituida por varias personas naturales donde la responsabilidad de los socios se limita a sus aportes, además el trámite de su creación es fácil y ligero, también permite contar con el apoyo de fondos de capital importantes para el emprendimiento y el fortalecimiento de la organización.

7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Según gestión legal Colombia Consultores estos son los pasos para constituir empresa en Colombia

Trámite y descripción:

Paso 1. Consulte que sea posible registrar el nombre su compañía, es decir, que está disponible por no ser el de ninguna otra.

Paso 2. Prepare, redacte y suscriba los estatutos de la compañía. Éstos son el contrato que regulará la relación entre los socios; y entre ellos y la sociedad.

Recomendamos cualquiera los siguientes.

Paso 3. PRE-RUT. En la Cámara de Comercio, puede tramitar el PRE-RUT antes de proceder al registro. Es necesario presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal y la de su suplente.

Paso 4. Inscripción en el Registro. En la Cámara de Comercio llevarán a cabo un estudio de legalidad de los estatutos; debe tener en cuenta que es necesario

cancelar el impuesto de registro, el cual tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.

Paso 5. Es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se proceda a abrir una cuenta bancaria. Sin la certificación de apertura de la cuenta, la DIAN no procederá a registrar el RUT como definitivo.

Paso 6. Con el certificado bancario se debe tramitar en la DIAN el RUT definitivo.

Paso 7. Llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que, en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.

Paso 8. En la DIAN, se debe solicitar una resolución de facturación, en principio manual. Sin facturas es posible contratar, pero no se pueden cobrar los servicios.

Paso 9. Toda compañía debe solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio; éstos serán el Libro de actas y el Libro de accionistas. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.

Paso 10. Se debe registrar a la empresa en el sistema de Seguridad Social, para poder contratar empleados. (Mprende, 2012)

Costos del trámite:

- La solicitud de PRE-RUT, es un trámite enteramente gratuito.
- Teniendo en cuenta que usted desea constituir una compañía, tipo S.A.S, no es necesario que los estatutos consten en escritura pública, con lo que sólo deberá ser autenticada en la notaría más cercana. El valor de una autenticación es de \$4.756 por firma y huella.
- El registro de la empresa en cámara de comercio, genera un impuesto de registro con cuantía que corresponde al 0.7% (\$ 227.686) sobre el valor del capital suscrito.
- Los derechos de inscripción corresponden a \$32.000 por el registro del documento.

- El formulario de Registro Único Empresarial: \$4.000.
- La apertura de la cuenta en un banco, requisito fundamental para establecer el RUT como definitivo, no genera costos.
- Tanto para la entidad bancaria, como para la cámara de comercio es necesario contar con certificados originales de existencia y representación legal, el valor de éstos es de aproximadamente \$4.300. (2)
- Los trámites ante la DIAN se atienden de forma gratuita.
- La inscripción de los libros obligatorios, que son, el libro de actas, y de accionistas tiene un costo de \$10.300 por cada libro que desee registrar sin importar el número de hojas. Según: (legal, 2015)

TOTAL: \$308.774

CERTIFICACIONES

Registro INVIMA

Dirección encargada de expedir los registros sanitarios para los alimentos y bebidas. Así mismo define los lineamientos y criterios del modelo de Inspección, Vigilancia y Control, bajo el enfoque de gestión de riesgo de los productos de su competencia. (INVIMA, 2016)

Registro sanitario; permiso sanitario y notificación sanitaria, cuando se realiza el control se dan 15 días hábiles para la debida revisión, en 10 días hábiles se contesta el requerimiento y la respuesta del requerimiento se realiza en 15 días hábiles. (INVIMA, 2016)

La tarifa que se paga por este registro es de \$1.608.728 y el concepto de este es: derivados de frutas, jugos, concentrados, néctares, pulpas, pulpas azucaradas y refrescos, y/o adicionados y/o fortificados con vitaminas y minerales, pulpa y fruta deshidratada. (INVIMA, 2016).

CAPITULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO

8.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad

| COMO ESTA LA RENTABILIDAD EN COLOMBIA | |
|--|------|
| Rentabilidad de las empresas colombianas | |
| ROE (Rentabilidad sobre patrimonio) Promedio 2008-2014 | |
| Cifras porcentuales | |
| Promedio colombia | 9,2 |
| Petróleo y gas | 20,9 |
| Distribución de gas | 17,1 |
| Construcción de edificios | 13 |
| Construcción de obras civiles | 12,6 |
| Transporte de gas | 11,2 |
| Comercio minorista | 11 |
| Productos químicos | 11 |
| Bancos | 10,9 |
| Carbón | 10,6 |
| Comercio mayorista | 10,3 |
| Calzado | 10,3 |
| Compañías financieras | 10,1 |
| Transporte aéreo de carga | 10 |
| Productos metálicos | 9,8 |
| Telefonía y redes | 9,6 |
| Generación de energía | 9,5 |
| Transmisión de datos | 9,2 |
| Telefonía básica | 9,1 |
| Prendas de vestir | 8,7 |
| Metalurgia | 8,3 |
| Vidrio | 7,6 |
| Transporte terrestre de carga | 7,5 |
| Distribución de energía | 7,5 |
| Alimentos | 7,5 |
| Vehículos | 7,4 |
| Bebidas | 7,4 |
| Transmisión de energía | 7,3 |
| Papel | 6,8 |
| Transporte de tuberías | 6,6 |
| Minerales metálicos | 5,4 |
| Cerámica | 4,4 |
| Llantas | 3,1 |
| Fabricación de gas | 2,9 |

Fuente: Asocodis

Gráfico: LR / AG

Tabla 14: Rentabilidad en Colombia

Esta información de la Tabla 14. muestra cómo está la rentabilidad en Colombia de acuerdo a cada sector. El sector comercio en este caso sobre la comercialización de frutas deshidratadas tiene una rentabilidad del 10.3 %, (La republica, 2015)

“Durante el primer trimestre del año en curso, la economía colombiana creció en 2.5%”. (Portafolio, 2016)

Actualmente en Colombia el impuesto sobre la renta es del 25% que se calcula sobre la rentabilidad, ingreso y utilidad de la empresa y el CREE es del 9% que se calcula sobre la renta y el margen de contribución sobre el costo unitario del producto de Col Dried Fruit equivale a un 15%.

8.2. Aportes de Capital de los Socios

El aporte de los socios es de \$37'000.000 el cual va dirigido para la constitución legal de la empresa y todos sus gastos pre operativos (Tabla 15), es decir este dinero será invertido en los tres meses que la organización se preparará para la comercialización de frutas deshidratadas. El destino del capital es para el arriendo, muebles y equipos, publicidad, servicios públicos, certificados y trámites legales, salarios, papelería, entre otros gastos. Además, este dinero también se invertirá a largo plazo, en los diferentes viajes que hará uno de los auxiliares de comercio exterior a Canadá para concretar ventas, estudiar los cambios del mercado, hacer publicidad del producto, y el inventario para la comercialización de la primera exportación. etc.

| GASTOS PRE OPERATIVOS (3 MESES) | | |
|--|----------------|----------------------|
| GASTOS | MESNUAL | TOTAL 3 MESES |
| SUMINISTROS DE ASEO Y CAFETERIA | \$ 100.000 | \$ 300.000 |
| PAPELERIA | \$ 150.000 | \$ 450.000 |
| ADMINISTRADOR | \$ 2.695.697 | \$ 8.087.091 |
| ASISTENTE COMERCIO EXTERIOR | \$ 1.874.830 | \$ 5.624.490 |
| ASISTENTE COMERCIO EXTERIOR | \$ 1.874.830 | \$ 5.624.490 |
| ARRIENDO SEDE PRINCIPAL | \$ 800.000 | \$ 2.400.000 |
| SERVICIOS PUBLICOS | \$ 155.000 | \$ 465.000 |
| SEGUROS | \$ 59.166 | \$ 177.498 |

| | | |
|-----------------------|------------|---------------|
| TELEFONO E INTERNET | \$ 130.000 | \$ 390.000 |
| HOSTING Y DOMINIO WEB | \$ 250.000 | \$ 750.000 |
| PUBLICIDAD | \$ 988.797 | \$ 2.966.391 |
| CONSTITUCION | | \$ 308.774 |
| MUEBLES Y ENSERES | | \$ 8.130.000 |
| INVENTARIO | | \$ 19.575.000 |
| TOTAL | | \$ 55.248.734 |

Tabla 15: Gastos por anticipado

8.3 Créditos y Préstamos Bancarios

El crédito para la inversión en los meses pre operativos, Col Dried Fruit lo hará en el Banco de los pobres – Banco de las oportunidades por un valor de \$28'000.000 con una tasa de interés del 0,91% mensual y un Efectivo anual de 11% a un plazo de 48 meses. (banco de las oportunidades, 2016). Se elige esta fuente de financiación porque una de sus líneas de crédito es destinada para los estudiantes recién egresados con el fin de crear o fortalecer microempresa, beneficiando a sus interesados con una tasa justa para y el tiempo necesario para cubrir la deuda.

A continuación, en la Tabla 16. Se presenta la tabla de Amortización para Pago Mensual: **\$723,674.63** sobre 48 meses

| Mes | Intereses a pagar | Abono a capital | Saldo Obligación |
|-----|-------------------|-----------------|------------------|
| 1 | \$256,666.67 | \$467,007.97 | \$27,532,992.03 |
| 2 | \$252,385.76 | \$471,288.87 | \$27,061,703.16 |
| 3 | \$248,065.61 | \$475,609.02 | \$26,586,094.14 |
| 4 | \$243,705.86 | \$479,968.77 | \$26,106,125.37 |
| 5 | \$239,306.15 | \$484,368.48 | \$25,621,756.89 |
| 6 | \$234,866.10 | \$488,808.53 | \$25,132,948.36 |

| | | | |
|---|--------------------------|------------------------|-------------------------|
| 7 | \$230,385.36 | \$493,289.27 | \$24,639,659.08 |
| 8 | \$225,863.54 | \$497,811.09 | \$24,141,847.99 |
| 9 | \$221,300.27 | \$502,374.36 | \$23,639,473.63 |
| 10 | \$216,695.17 | \$506,979.46 | \$23,132,494.17 |
| 11 | \$212,047.86 | \$511,626.77 | \$22,620,867.40 |
| 12 | \$207,357.95 | \$516,316.68 | \$22,104,550.72 |
| Totales para el año 1 | | | |
| <p>Usted pagará \$8,684,095.60 por su obligación en el año 1 \$2,788,646.32 se irán a INTERESES \$5,895,449.28 se abonará a la OBLIGACIÓN</p> | | | |
| | | | |
| Mes | Intereses a pagar | Abono a capital | Saldo Obligación |
| 13 | \$202,625.05 | \$521,049.58 | \$21,583,501.14 |
| 14 | \$197,848.76 | \$525,825.87 | \$21,057,675.27 |
| 15 | \$193,028.69 | \$530,645.94 | \$20,527,029.32 |
| 16 | \$188,164.44 | \$535,510.20 | \$19,991,519.12 |
| 17 | \$183,255.59 | \$540,419.04 | \$19,451,100.08 |
| 18 | \$178,301.75 | \$545,372.88 | \$18,905,727.20 |
| 19 | \$173,302.50 | \$550,372.13 | \$18,355,355.07 |
| 20 | \$168,257.42 | \$555,417.21 | \$17,799,937.86 |
| 21 | \$163,166.10 | \$560,508.54 | \$17,239,429.32 |
| 22 | \$158,028.10 | \$565,646.53 | \$16,673,782.79 |
| 23 | \$152,843.01 | \$570,831.62 | \$16,102,951.16 |
| 24 | \$147,610.39 | \$576,064.25 | \$15,526,886.92 |
| Totales para el año 2 | | | |
| <p>Usted pagará \$8,684,095.60 por su obligación en el año 2 \$2,106,431.79 se irán a INTERESES</p> | | | |

| | \$6,577,663.81 se abonará a la OBLIGACIÓN | | |
|------------------------------|--|-----------------|------------------|
| | | | |
| Mes | Intereses a pagar | Abono a capital | Saldo Obligación |
| 25 | \$142,329.80 | \$581,344.84 | \$14,945,542.08 |
| 26 | \$137,000.80 | \$586,673.83 | \$14,358,868.25 |
| 27 | \$131,622.96 | \$592,051.67 | \$13,766,816.58 |
| 28 | \$126,195.82 | \$597,478.81 | \$13,169,337.76 |
| 29 | \$120,718.93 | \$602,955.70 | \$12,566,382.06 |
| 30 | \$115,191.84 | \$608,482.80 | \$11,957,899.26 |
| 31 | \$109,614.08 | \$614,060.56 | \$11,343,838.70 |
| 32 | \$103,985.19 | \$619,689.45 | \$10,724,149.26 |
| 33 | \$98,304.70 | \$625,369.93 | \$10,098,779.33 |
| 34 | \$92,572.14 | \$631,102.49 | \$9,467,676.84 |
| 35 | \$86,787.04 | \$636,887.60 | \$8,830,789.24 |
| 36 | \$80,948.90 | \$642,725.73 | \$8,188,063.51 |
| Totales para el año 3 | | | |
| | Usted pagará \$8,684,095.60 por su obligación en el año 3 \$1,345,272.19 se irán a INTERESES \$7,338,823.41 se abonará a la OBLIGACIÓN | | |
| | | | |
| Mes | Intereses a pagar | Abono a capital | Saldo Obligación |
| 37 | \$75,057.25 | \$648,617.38 | \$7,539,446.13 |
| 38 | \$69,111.59 | \$654,563.04 | \$6,884,883.08 |
| 39 | \$63,111.43 | \$660,563.20 | \$6,224,319.88 |
| 40 | \$57,056.27 | \$666,618.37 | \$5,557,701.51 |

| | | | |
|--|-------------|--------------|----------------|
| 41 | \$50,945.60 | \$672,729.04 | \$4,884,972.47 |
| 42 | \$44,778.91 | \$678,895.72 | \$4,206,076.76 |
| 43 | \$38,555.70 | \$685,118.93 | \$3,520,957.83 |
| 44 | \$32,275.45 | \$691,399.19 | \$2,829,558.64 |
| 45 | \$25,937.62 | \$697,737.01 | \$2,131,821.63 |
| 46 | \$19,541.70 | \$704,132.93 | \$1,427,688.69 |
| 47 | \$13,087.15 | \$710,587.49 | \$717,101.21 |
| 48 | \$6,573.43 | \$717,101.21 | \$0.00 |
| Totales para el año 4 | | | |
| Usted pagará \$8,684,095.60 por su obligación en el año 4 \$496,032.09 se irán a INTERESES \$8,188,063.51 se abonará a la OBLIGACIÓN | | | |

Tabla 16: Amortización de la deuda.

(Pymes futuro, 2016)

8.4 Precios de los Productos

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

Col Dried Fruit para determinar el precio de su producto hizo un análisis en cuanto a los costos incurridos desde la compra al proveedor hasta los costos en la exportación del producto, además teniendo en cuenta factores que influyen en la determinación del mismo. El aspecto a seguir, es la calidad del producto porque el mercado al cual va dirigido es exigente con este tipo de productos y están dispuestos a pagar por el siempre y cuando sean de calidad.

8.5 Ingresos y Egresos

8.5.1 Ingresos

8.5.1.2 Ingresos Propios del Negocio

Según el plan de ventas se estima vender al mes un promedio de 843 unidades de fruta deshidratada, teniendo en cuenta que la empresa comenzara primeramente con una etapa de iniciación durante tres meses con el fin de constituirse legalmente y empezar a realizar la etapa de mercadeo para alcanzar las ventas esperadas durante los próximos años.

En la tabla 17. se visualiza los ingresos de la empresa durante los próximos cinco años por las ventas proyectadas anuales:

| | | | | | | |
|---------------------|-------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Total Ventas | | | | | | |
| Precio Promedio | \$ | 26.100,0 | 27.405,0 | 28.775,3 | 30.214,0 | 31.724,7 |
| Ventas | unid. | 7.590 | 7.970 | 8.368 | 8.786 | 9.226 |
| Ventas | \$ | 198.099.000 | 218.404.148 | 240.790.573 | 265.471.606 | 292.682.446 |

Tabla 17: Ingresos por ventas.

8.5.2 Egresos

8.5.2.1 Inversiones

En la siguiente Tabla 18. se especifican las inversiones de Col Dried Fruit en activos fijos, gastos pre-operativos y en capital de trabajo.

| ACTIVOS FIJOS | | GASTOS PRE-OPERATIVOS | | CAPITAL DE TRABAJO | |
|-------------------|--------------|---------------------------------|------------|--------------------|--------------|
| MUEBLES Y ENSERES | \$ 3.190.000 | SUMINISTROS DE ASEO Y CAFETERIA | \$ 300.000 | INVERSION SOCIOS | \$37'000.000 |

| | | | | | |
|--------------------|--------------------|-----------------------------|----------------------|--------------|---------------------|
| EQUIPOS DE OFICINA | \$ 4.940.000 | PAPELERIA | \$ 450.000 | | |
| | | ADMINISTRADOR | \$ 8.087.091 | | |
| | | ASISTENTE COMERCIO EXTERIOR | \$ 5.624.490 | | |
| | | ASISTENTE COMERCIO EXTERIOR | \$ 5.624.490 | | |
| | | ARRIENDO SEDE PRINCIPAL | \$ 2.400.000 | | |
| | | SERVICIOS PUBLICOS | \$ 465.000 | | |
| | | SEGUROS | \$ 177.498 | | |
| | | TELEFONO E INTERNET | \$ 390.000 | | |
| | | HOSTING Y DOMINIO WEB | \$ 750.000 | | |
| | | PUBLICIDAD | \$ 2.966.391 | | |
| | | CONSTITUCION | \$ 308.774 | | |
| | | MUEBLES Y ENSERES | \$ 8.130.000 | | |
| | | INVENTARIO | \$ 19.575.000 | | |
| TOTAL | \$8'130.000 | TOTAL | \$ 55.248.734 | TOTAL | \$37'000.000 |

Tabla 18: Inversiones de Col Dried Fruit

Los gastos pre-operativos son la inversión más representativa de la empresa debido a que de estos depende el cubrimiento del inicio de la misma.

8.5.2.2 Costos Fijos y Variables

A continuación, en las tablas 19 y 20. se presentan los costos, gastos fijos y variables en los que la empresa Col Dried Fruit necesita para iniciar la etapa comercializadora, estos costos se encuentran calculados mensualmente.

| COSTOS Y GASTOS FIJOS MENSUAL | |
|--------------------------------------|---------------------|
| SERVICIOS | \$ 155.000 |
| ARRIENDO | \$ 800.000 |
| SALARIOS | \$ 6.445.357 |
| SEGUROS | \$ 59.166 |
| SITIO WEB | \$ 250.000 |
| TELEFONO E INTERNET | \$ 130.000 |
| DEPRECIACION EN EQUIPOS | \$ 208.444 |
| TOTAL | \$ 8.047.967 |

Tabla 19: Costos y gastos fijos

| COSTOS Y GASTOS VARIABLES MENSUALES | |
|--|---------------------|
| PARTICIPACION FERIAS | \$ 792.999 |
| PUBLICIDAD Y PROMOCION | \$ 195.798 |
| SUMINISTROS DE ASEO Y CAFETERIA | \$ 100.000 |
| PAPELERIA | \$ 150.000 |
| TOTAL | \$ 1.238.797 |

Tabla 20: costos y gastos variables

8.5.3 Estados Financieros

8.5.3.1 Estado de Perdida y Ganancias

Se presenta el Estado de Resultados para el primer año Tabla 21.

| | Año 1 |
|---|--------------------|
| ESTADO DE RESULTADOS | |
| Ventas | 198.099.000 |
| Devoluciones y rebajas en ventas | 0 |
| Materia Prima, Mano de Obra | 94.875.000 |

| | |
|------------------------------------|--------------------|
| Depreciación | 2.284.667 |
| Agotamiento | 0 |
| Otros Costos | 0 |
| Utilidad Bruta | 100.939.333 |
| Gasto de Ventas | 8.899.173 |
| Gastos de Administracion | 72.805.707 |
| Provisiones | 0 |
| Amortización Gastos | 11.049.747 |
| Utilidad Operativa | 8.184.707 |
| Otros ingresos | |
| Intereses | 5.294.778 |
| Otros ingresos y egresos | -5.294.778 |
| Utilidad antes de impuestos | 2.889.928 |
| Impuestos (35%) | 953.676 |
| Utilidad Neta Final | 1.936.252 |
| | |

Tabla 21: Estado de resultados

Durante el primer año la empresa obtiene una utilidad neta final de \$1.936.252, este se deduce de todos los gastos que incurren en el funcionamiento de la empresa y las ventas de la misma. Es entendible que la utilidad no sea tan alta debido a que la empresa esta en un proceso de reconocimiento por el mercado, pero a futuro se proyectan mejores utilidades.

8.5.3.2 Flujo de Caja y VPN

Se presenta el Flujo de caja y rentabilidad de la empresa Cold Dried Fruit . *ver Tabla 22.*

| | | |
|-------------------------------------|--|--|
| Flujo de Caja y Rentabilidad | | |
|-------------------------------------|--|--|

| | | |
|-------------------------------|--------------------|--------------------|
| Flujo de Operación | | 21.519.120 |
| Flujo de Inversión | -65.000.000 | 0 |
| Flujo de Financiación | 65.000.000 | -10.894.778 |
| Flujo de caja para evaluación | -65.000.000 | 21.519.120 |
| Flujo de caja descontado | -65.000.000 | 18.712.278 |

Tabla 22: Flujo de caja y Rentabilidad.

Col Dried Fruits en el primer año tuvo un flujo de operación de \$21.519.120, los cuales hacen referencia a los ingresos líquidos obtenidos por las entradas de la actividad económica principal de la empresa e invirtió \$10'894.778 en muebles, enseres y equipos, además en cuanto a lo financiero se abonó al préstamo y se hizo el pago de los respectivos intereses.

El flujo de caja a cinco años actualmente representa un valor de \$37.991.058 que equivale al valor presente neto originado por una inversión.

Según las entradas y salidas de efectivo de la empresa y de acuerdo a la inversión realizada, la rentabilidad obtenida en el primer año es del 34,72%, es decir la tasa interna de retorno.

8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Analisis de Sensibilidad

En la Tabla 23. Se presentan los criterios de decisión, en la cual se puede observar si el proyecto presenta viabilidad financieramente:

| Criterios de Decisión | |
|---|-------------------|
| Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor | 15% |
| TIR (Tasa Interna de Retorno) | 34,72% |
| VAN (Valor actual neto) | 37.991.058 |

| | |
|--|---------------|
| PRI (Periodo de recuperación de la inversión) | 2,02 |
| Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses | 3 mes |
| Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprendedor. (AFE/AT) | 43,08% |

Tabla 23: Criterios de decisión

Se proyecta una tasa mínima de rendimiento del 15% y la tasa interna de retorno del 34.72%, lo cual lo consideramos factible y razonable, recordando que a empresa está en sus inicios. A continuación, presentaremos un análisis de sensibilidad para identificar que tan sensible es el negocio.

8.5.4.1 Analisis de Sensibilidad

Se realiza un analisis de sensibilidad considerando una disminución en precio de venta del 5% debido a que es lo maximo que la empresa podria disminuir el cual afectaria los criterios de decisión como se observa en la tabla 24.

El precio actual es de \$26.100, con la disminuion del 5% seria un precio de \$24.795 el cual afectaria notablemente la tasa interna de retorno.

Balance

P y g

Flujo de caja, Indicadores

| Criterios de Decisión | |
|---|-----------|
| Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor | 15% |
| TIR (Tasa Interna de Retorno) | 17,90% |
| VAN (Valor actual neto) | 5.402.112 |
| PRI (Periodo de recuperación de la inversión) | 2,89 |

| | |
|--|--------|
| Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses | 3 mes |
| Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT) | 43,08% |

Tabla 24: Análisis de sensibilidad afectando precio.

Con lo cual se concluye que la TIR es muy sensible en cuanto a precio.

Se realiza el siguiente analisis de sensibilidad considerando una disminución en los gastos administrativos del 5%, afecta igualmente los criterios de decisión Tabla 25.

Los gastos administrativos son de \$72.805.707, Con la disminución de estos en un 5% quedan en \$69.165.422

Indicadores

| Criterios de Decisión | |
|--|------------|
| Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor | 15% |
| TIR (Tasa Interna de Retorno) | 39,84% |
| VAN (Valor actual neto) | 48.108.576 |
| PRI (Periodo de recuperación de la inversión) | 1,85 |
| Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses | 3 mes |
| Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT) | 43,08% |

Tabla 25: Análisis de sensibilidad afectando gastos administrativos

Con lo que se demuestra que positivamente se mejora la TIR, generando mas posibilidades de ingresos para el negocio.

8.5.4.2 Estado de Perdida y Ganancias Proyectado

Esta tabla presenta la proyecicon del estado de resultados por un periodo de cinco años Tabla 26.

| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ESTADO DE RESULTADOS | | | | | |
| Ventas | 198.099.000 | 218.404.148 | 240.790.573 | 265.471.606 | 292.682.446 |
| Materia Prima, Mano de Obra | 94.875.000 | 104.599.688 | 115.321.155 | 127.141.574 | 140.173.585 |
| Depreciación | 2.284.667 | 2.284.667 | 2.284.667 | 638.000 | 638.000 |
| Utilidad Bruta | 100.939.333 | 111.519.793 | 123.184.750 | 137.692.032 | 151.870.861 |
| Gasto de Ventas | 8.899.173 | 9.344.132 | 9.811.338 | 10.301.905 | 10.817.000 |
| Gastos de Administracion | 72.805.707 | 76.445.992 | 80.268.292 | 84.281.707 | 88.495.792 |
| Amortización Gastos | 11.049.747 | 11.049.747 | 11.049.747 | 11.049.747 | 0 |
| Utilidad Operativa | 8.184.707 | 14.679.923 | 22.055.373 | 32.058.674 | 52.558.068 |
| Otros ingresos | | | | | |
| Intereses | 5.294.778 | 3.795.400 | 2.899.759 | 1.971.509 | 1.005.681 |
| Otros ingresos y egresos | -5.294.778 | -3.795.400 | -2.899.759 | -1.971.509 | -1.005.681 |

| | | | | | |
|-----------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Utilidad antes de impuestos | 2.889.928 | 10.884.522 | 19.155.614 | 30.087.165 | 51.552.388 |
| Impuestos (35%) | 953.676 | 3.591.892 | 6.321.353 | 9.928.764 | 17.012.288 |
| Utilidad Neta Final | 1.936.252 | 7.292.630 | 12.834.261 | 20.158.400 | 34.540.100 |

Tabla 26: Estado de resultados Proyectado.

En este estado de resultados se proyecta las utilidades a cinco años de la empresa Col Dried Fruits, en el cual se proyecta un aumento de las ganancias anualmente.

Las cuentas mas representativas son las ventas porque de estas dependen los ingresos y la utilidad generada y los gastos de materia prima o mano de obra que representan el objeto social de la empresa los cuales anualmente aumentan.

8.5.4.3 Flujo de Caja Proyectado

En esta tabla 27, se presenta el flujo de caja y rentabilidad proyectado a cinco años:

| | | | | | | |
|--------------------------------------|--------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Flujo de Caja y Rentabilidad | | | | | | |
| Flujo de Operación | | 21.519.120 | 27.060.660 | 31.797.895 | 37.425.068 | 43.267.304 |
| Flujo de Inversión | -65.000.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Flujo de Financiación | 65.000.000 | -10.894.778 | -9.395.400 | -8.499.759 | -7.571.509 | -6.605.681 |
| Flujo de caja para evaluación | -65.000.000 | 21.519.120 | 27.060.660 | 31.797.895 | 37.425.068 | 43.267.304 |
| Flujo de caja descontado | -65.000.000 | 18.712.278 | 20.461.747 | 20.907.632 | 21.397.904 | 21.511.497 |

Tabla 27: Flujo de caja y rentabilidad proyectada.

Con el pasar de los años el flujo de caja descontado aumenta ya que las utilidades operacionales aumentan y los gastos financieros disminuye, por lo tanto el flujo de caa de financiamiento es el mas representativo debidoa que se disminuyen los gastos en este y esto beneficiara las utilidades operacionales.

7.6 Evauación Financiera

7.6.1 VPN, TIR, PAYBACK DESCONTADO

Analizando la proyección de los 5 años, el flujo de caja actualmente representa un valor de \$37.991.058 que equivale al valor presente neto originado por una inversión, la cual obtendrá una rentabilidad del 34,72% y esta inversión se podrá recuperar durante un lapso de 2 años.

Para concluir, de acuerdo al modelo financiero este proyecto tiene una viabilidad positiva, puesto que el margen bruto está en una cifra considerable al igual que la tasa de rentabilidad.

CONCLUSION

Se concluye en esta investigación que las condiciones con las que proponemos la exportación y comercialización de las frutas deshidratadas es viable.

Canadá a pesar de que es un país que restringe y presenta algunas barreras para la exportación de productos hacia su país, también es conocido como uno de los países que se encuentra entre las más grandes economías según su PIB y producto de esto su población cuenta con buenos niveles de ingresos per cápita e interesados por productos saludables, lo que lo hace un país atractivo para la exportación.

El acuerdo internacional que Colombia tiene con este país favorece este producto arancelariamente, lo que beneficia el precio del producto en cuanto a costos sabiendo además que se debe cumplir con las condiciones que proponen como requisitos y vistos buenos.

Desde el punto de vista logístico, se debe tener una clara planeación de todos los procesos que se deben de llevar a cabo para no incurrir en demoras o incumplimientos a los clientes y así llevar mejor las relaciones comerciales.

El análisis financiero demostró la viabilidad del negocio en sus proyecciones, presentando utilidades primeramente bajas pero que con el pasar del tiempo y el reconocimiento de la marca se pueden mejorar.

BIBLIOGRAFIA

Aeropuertos.NET. (s.f.). Recuperado el 2016, de 2015: <http://www.aeropuertos.net/aeropuerto-internacional-de-vancouver/>

banco de las oportunidades. (2016). *Banco de lasoportunidades*. Obtenido de https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/Plan deDesarrollo_0_5/Noticias/Shared%20Content/Documentos/2016/BANCOOPORTUNID2016.pdf

CHFA. (2016). *Canadian Health Food Association*. Obtenido de <https://chfa.ca/en/index.html>

DIAN. (2005). *Direccion de Impuestos y Aduanas Nacionales*. Obtenido de Direccion de Impuestos y Aduanas Nacionales Web site: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>

dolar/web. (2016). *Dolar web*. Obtenido de <http://dolar.wilkinsonpc.com.co/divisas/dolar-canadiense.html>

Export Entreprises SA,. (Agosto de 2016). *Santander Trade Portal*. Recuperado el 15 de Agosto de 2016, de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/canada/distribuir-un-producto>

feriasalimentarias. (2016). Obtenido de http://www.feriasalimentarias.com/main/oblea.asp?id_feria=40

Goldium Cruceros. (2016). Recuperado el 2016, de <http://www.goldiumcruceros.com/puertos-de-cruceros/crucero/vancouver-canada/id/403>

GoldiumCrucero. (2016). *GoldiumCrucero web site*. Obtenido de GoldiumCrucero: <http://www.goldiumcruceros.com/puertos-de-cruceros/crucero/vancouver-canada/id/403>

Gottau, G. (26 de 02 de 2015). Obtenido de <http://www.directoalpaladar.com/ingredientes-y-alimentos/todo-sobre-las-frutas-deshidratadas-o-desechadas-y-su-ayuda-para-comer-mas-sano>

infovancouver. (2016). *infovancouver web site*. Obtenido de infovancouver: <http://www.infovancouver.com/es/informacion-para-los-visitantes/informacion>

Interletras. (2002). Obtenido de <http://interletras.com/manualcci/Canada/canada06.htm>

INVIMA. (2016). *Instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos*. Recuperado el 31 de octubre de 2016, de Instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/ActualizacionManualTarifarioVigencia201620>

- INVIMA. (7 de Julio de 2016). *Instituto Nacional de Vigilancia de medicamentos y alimentos*. Recuperado el 31 de octubre de 2016, de Instituto Nacional de Vigilancia de medicamentos y alimentos: [www.invima.gov.co /servicios de información al ciudadano/portafolio de servicios](http://www.invima.gov.co/servicios-de-informacion-al-ciudadano/portafolio-de-servicios)
- Jimenez, F. A. (19 de enero de 2016). *El colombiano* . Recuperado el 29 de Agosto de 2016, de <http://www.elcolombiano.com/negocios/comportamientos-de-la-industria-y-el-comercio-EH3458226>
- Jupiter Global de Colombia. (2015). *Jupiter Global de Colombia*. Recuperado el 2016, de <http://jupiterdecolombia.com/herramientas/aprenda/principales-puertos-en-colombia>
- La republica. (22 de 08 de 2015). Obtenido de http://www.larepublica.co/rentabilidad-de-patrimonio-del-sector-de-petr%C3%B3leo-y-gas-es-la-de-mejor-resultado_291641
- legal, G. (08 de 12 de 2015). *Mprende*. Obtenido de Mprende: <http://mprende.co/gesti%C3%B3n/%C2%BFcu%C3%A1nto-me-cuesta-crear-una-empresa-en-colombia>
- Loblaw Companies Limited. (2016). *Loblaw Companies Limited*. Recuperado el 08 de 2016, de <http://www.loblaw.ca/en.html>
- Martínez, R. B. (23 de 06 de 2007). *Pais Canada*. Obtenido de <http://paiscanada.blogspot.com.co/2007/06/ubicacin.html>
- Mejor con salud. (2016). Obtenido de <https://mejorconsalud.com/beneficios-consumir-pina-diuretica-desintoxicante/>
- Mincit. (2011). Obtenido de web site: <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=16157>
- Mincit. (2011). *Ministerio de Comercio, Industria*. Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria web site: <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=683>
- Mincit. (2011). *Ministero de comercio industria y Truismo*. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=18210>
- MOLANO, F. (28 de junio de 1999). *El tiempo* . Obtenido de el tiempo web site: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-916386>
- Mprende. (09 de 08 de 2012). Obtenido de <https://mprende.co/legal/10-pasos-para-crear-una-empresa-en-colombia>
- Portafolio. (03 de 06 de 2016). Obtenido de <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/pib-colombia-crecio-primer-trimestre-2016-496845>
- Portalferias. (2016). *portal ferias*. Obtenido de http://www.portalferias.com/sial-canada-2017-toronto_30687.htm
- Porto, J. P. (2014). Obtenido de <http://definicion.de/tercerizacion/>

Principales Aeropuertos de Colombia. (2016). <http://www.colombiasa.com/aeropuertos/aeropuertos.html>. Recuperado el 28 de 2016

Procolombia. (2012). *Procolombia*. Obtenido de http://www.procolombia.co/sites/default/files/colombia_ingredientes_naturales_para_la_industria_alimenticia_2012_0.pdf

Procolombia. (2013). Obtenido de <http://www.procolombia.co/noticias/certificarse-en-seguridad-alimentaria-reto-para-exportar-viveres-a-canada>

Pymes futuro. (2016). Obtenido de http://www.pymesfuturo.com/amortizacion.php?form_complete=1&sale_price=&year_term=&annual_interest_percent=&show_progress=1

Significado. (2016). Obtenido de <http://www.significado-diccionario.com/Desaduanamiento>

Turismo, M. I. (Enero de 2016). Recuperado el 29 de Agosto de 2016, de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Informe_de_Gesti%C3%B3n_2015_A%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Informe_de_Gesti%C3%B3n_2015_A%20(2).pdf)

Yasalud. (28 de 12 de 2011). Obtenido de <http://yasalud.com/frutas-diureticas/>

Lizeth Crow, D. M. (Enero de 2014). Pro Ecuador. Recuperado el 18 de Octubre de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/frutas-deshidratadas-y-sus-beneficios-en-el-mercado-canadiense-enero-2014/>