

PLAN DE NEGOCIOS

“PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FROSTSHOT A COSTA RICA”



Castrillón Aguirre Yeison Alexander

Estrada Flórez Alexandra Milena

Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín, Colombia

2012

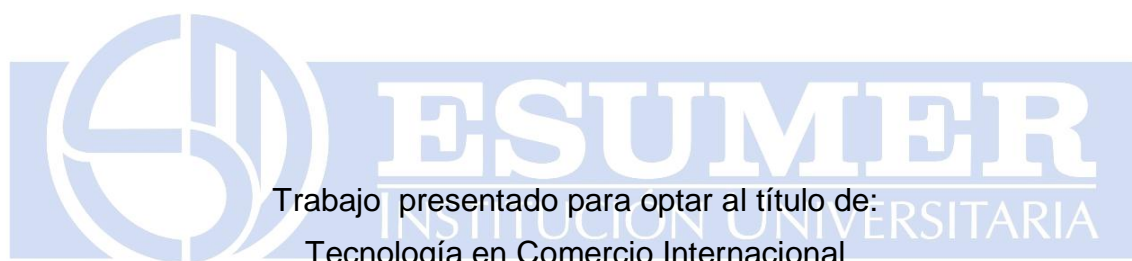
PLAN DE NEGOCIOS

“PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FROSTSHOT A COSTA RICA”

Areiza Vallejo Johana

Castrillón Aguirre Yeison Alexander

Estrada Flórez Alexandra Milena



Asesor:

Victor Saldarriaga

Línea de Investigación:

Practica Proyecto Y Plan De Negocio.

Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín, Colombia

2012



PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
FROSTSHOT A COSTA RICA

FROSTSHOT

Facultad de Negocios Internacionales

Noviembre del 2012



Escriba su Copyright

El uso de esta plantilla esta limitada a los estudiantes autorizados que estén realizando Planes de Negocios, ya sea para cursos regulares o a nombre propio con el aval de la Institución. De cualquier forma, al hacer uso de ésta, debe citarse la fuente. No esta permitida la reproducción total o parcial de esta plantilla por cualquier medio, sin el permiso previo y por escrito del titular del Copyright

DERECHOS RESERVADOS © 2007 Carlos Mario Morales C – UEEM -Coordinador de Emprendimiento ESUMER. carlos.morales@esumer.edu.co. Calle 76 No 80-126 Carretera al Mar Medellín –Colombia Teléfonos 2646011 Extensión 225

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FROSTSHOT A COSTA RICA

Contenido - Plan de Negocio

	Pág.
Lista de Figuras _____	- 4 -
Lista de Tablas _____	- 5 -
Resumen Ejecutivo _____	- 7 -
1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO	- 8 -
2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS _____	- 1 -
3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA _____	- 2 -
3.1. Nombre de la Empresa _____	- 2 -
3.2 Descripción de la Empresa _____	- 2 -
3.3 Misión y Visión de la Empresa _____	- 3 -
3.4Objetivos a corto, mediano y largo plazo _____	- 4 -
3.5Ventajas Competitivas _____	- 5 -
3.6Necesidad o problema que se quiere intervenir _____	- 5 -
3.7Relación de productos y/o servicios _____	- 6 -
3.8Justificación del Negocio _____	- 6 -
3.9 Análisis del entorno y del sector _____	- 7 -
3.10.Entorno económico _____	- 8 -
3.11.Conocimientos para entrar en el Negocio _____	- 9 -
4. ANALISIS DEL MERCADO _____	- 11 -
4.1. Objetivos de Mercadeo _____	- 11 -
4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios _____	- 12 -
4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios _____	- 12 -
4.3.1 Estudio del Mercado Consumidor _____	- 14 -
4.3.2 Determinación de la Demanda _____	- 16 -

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

4.3.3	Determinación de la Demanda _____	- 17 -
4.4.	El Mercado Proveedor _____	- 18 -
4.4.1.	Proveedores _____	- 18 -
4.4.2.	Estudio del Mercado de Proveedor _____	- 19 -
4.5	El Mercado Competidor _____	- 20 -
4.5.1	Competidores _____	- 20 -
4.5.2	Estudio del Mercado Competidor _____	- 20 -
4.6	El Mercado Distribuidor _____	- 22 -
4.6.1.	Distribución _____	- 22 -
4.6.2.	Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable) _____	- 23 -
4.6.3	Distribución Directa (En caso de ser aplicable) _____	- 24 -
4.6.4.	Manejo de Inventarios _____	- 25 -
4.6.5.	Comunicación _____	- 26 -
4.7	Actividades de promoción y divulgación _____	- 27 -
4.8.	Precios de los Productos _____	- 28 -
4.8.1.	Los Precios de los productos tomando como base los Costos _____	- 28 -
4.8.2.	Los Precios de los Productos propuestos _____	- 29 -
4.8.3	Política de Precios _____	- 29 -
4.2.	Costos asociados a las Actividades de Comercialización _____	- 29 -
4.3.	Riesgos y Oportunidades del mercado _____	- 29 -
4.4.	Plan de ventas _____	- 30 -
5	ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN) _____	- 32 -
5.1	Objetivos De Producción _____	- 32 -
5.2	Descripción del proceso de producción _____	- 33 -
5.3	Capacidad de producción _____	- 35 -
5.4	Plan de Producción _____	- 35 -
5.5	Recursos materiales y humanos para la producción _____	- 36 -
5.5.1	.Locaciones _____	- 36 -
5.5.2.	Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres. _____	- 37 -
5.5.3.	Requerimientos de materiales e insumos. _____	- 38 -
5.5.4	Requerimientos de servicios. _____	- 38 -
5.5.5	Requerimientos de personal. _____	- 39 -
5.5.6.	Programa de producción _____	- 39 -
5.5.8	Diagrama De Gant _____	41

6	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	42
6.1	Procesos Administrativos	42
6.1.1.	Descripción de los procesos administrativos	42
6.1.2.	Procesos administrativos externalizados	45
6.2.	Estructura Organizacional del Negocio	45
6.2.1.	Organigrama	45
6.2.2.	Descripción funcional de la Organización	46
6.3.	Recursos materiales y humanos para la administración	47
6.3.1.	Locaciones	47
6.3.2.	Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.	48
6.3.3.	Requerimientos de materiales de oficina.	48
6.3.4.	Requerimientos de personal	49
6.4.	Programa de administración	49
7	ASPECTOS LEGALES	51
7.1	Tipo de Organización empresarial	51
7.1.1	Pasos Para La Constitución De Una Sociedad Por Acciones Simplificada	52
7.2.	Certificaciones y gestiones ante entidades publicas	55
8	ASPECTOS FINANCIEROS	58
8.1.	Estructura Financiera del proyecto	58
8.1.1	Recursos Propios	58
8.1.2.	Créditos y Prestamos Bancarios	58
8.3.	Ingresos y Egresos	61
8.3.1.	Ingresos	61
8.3.2.	Egresos	62
8.4.	Evaluación financiera del proyecto	65
8.4.1	Valor Presente Neto	65
8.4.2.	Tasa Interna de Retorno	65
Consideraciones Finales		¡Error! Marcador no definido.
Referencias Bibliográficas		66

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Patrones de Consumo en Costa Rica _____	- 13 -
Figura 2. Imagen del Producto _____	- 26 -
Figura 3. Proceso de Elaboración. _____	- 34 -
Figura 4. Locaciones _____	47



Plan de Negocios:
Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Colombia, balanza comercial 2000 – 2011 _____	- 8 -
Tabla 2. Estudio de Proveedores _____	- 19 -
Tabla 3. Competidores _____	- 20 -
Tabla 4. Mercado Distribuidor _____	- 24 -
Tabla 5. Fuerza de Ventas _____	- 25 -
Tabla 6. Precios en base a los costos _____	- 28 -
Tabla 7. Costos Asociados a las Actividades _____	- 29 -
Tabla 8. Ficha Técnica de Producto _____	- 33 -
Tabla 9. Capacidad de Producción _____	- 35 -
Tabla 10. Plan de Producción _____	- 36 -
Tabla 11. Requerimientos de materiales e insumos _____	- 38 -
Tabla 12. . Requerimientos de servicios _____	- 38 -
Tabla 13. Requerimientos de personal _____	- 39 -
Tabla 14. Programa de producción _____	- 39 -
Tabla 15. Equipos _____	- 40 -
Tabla 16. Ingredientes _____	- 40 -
Tabla 17. Procesos administrativos externalizados _____	45
Tabla 18. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres. _____	48
Tabla 19. Requerimientos de materiales de oficina. _____	48
Tabla 20. Requerimientos de servicios. _____	49
Tabla 21. Requerimientos de personal _____	49
Tabla 22. Recursos Propios _____	58
Tabla 23. Ingresos Propios del Negocio. _____	61
Tabla 24. Inversiones exigibles y disponibles _____	62

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

Tabla 25. Costos _____	63
Tabla 26. Costos fijos Mensuales de produccion _____	63
Tabla 27. Gastos fijos de administración _____	64
Tabla 28. Costos fijos comercialización y venta _____	64



Resumen Ejecutivo

La empresa FROSTSHOT, será socialmente responsable, ofreciendo no solo un producto para abastecer el mercado, sino nuevas alternativas de aperitivos en sus eventos sociales para que el consumidor elija; un delicioso aperitivo con el 10% de alcohol, el cual se podrá conseguir en cinco deliciosos sabores denominados: CHERRY BOMB, TROPICAL EXPLOSIÓN, EXTREME LIME, CARIBBEAN PASSION, WILL BERRY BLAST.

FROSTSHOT tendrá una presentación de envasadas en fundas de aluminio para la portabilidad y facilidad de uso, pues en esa presentación, hará de FROSTSHOT un aperitivo llamativo y novedoso.

**1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE
TRABAJO**

YEISON ALEXANDER CASTRILLON AGUIRRE

Identificación: 1053798107 Teléfono: 477-69-94 Celular: 313-748-55-89

Dirección: CR 107 N 104B – 13 Barrio: El triunfo

Ciudad: Medellín Correo electrónico: youngzanet@hotmail.com



ALEXANDRA MILENA ESTRADA FLOREZ

Identificación: 43974800 Teléfono: 477-23-21 Celular: 312-860-99-73

Dirección: CR 63 A N 94 A 497 BLQ 35 ATO Barrio: Tricentenario
101

Ciudad: Medellín Correo electrónico: milena_8751@hotmail.com

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

JOHANA AREIZA VALLEJO

Identificación: 32205557 Teléfono: 347-37-08

Dirección: CR 82C N 30 – 100 Barrio: Belén los
Alpes

Ciudad Medellín Correo jareiza@bancolombia.com.co
electrónico:



2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Este es un proyecto de negocio cuyo propósito inicial se dio para aplicar los conocimientos adquiridos en la trayectoria de los estudios tecnológicos actuales de comercio exterior.

Pero gracias a las orientaciones académicas se convierte en razones personales que nos impulsan y nos dan la idea de negocio, ya que este producto es una idea innovadora que llamaría la atención de mercados internacionales. Estamos en un mundo de constantes cambios y esto nos obliga a generar cambios e innovar al mundo. Y que más que con un producto que llama la atención por ser algo novedoso. Algo que hasta hace poco se empieza a ver en el mercado y que anteriormente parecía difícil y era congelar el alcohol.

Por otra parte este trabajo nos ayudara para medir las capacidades que tenemos como futuros profesionales en el ámbito internacional. Uno de nuestros propósitos es presentar una gran propuesta, haciendo un excelente trabajo para la exportación de cocteles congelados (Frostshots) inicialmente a Costa Rica, convencer a empresarios involucrados en este tema para realizar el proyecto.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1. Nombre de la Empresa

FROSTSHOT S.A.S

3.2 Descripción de la Empresa

Esta empresa pertenece al sector industrial de las bebidas, en el cual hay grandes competidores, pero tenemos algo innovador. Una alternativa no tradicional, de bebidas a base de alcohol congelado; el cual en tiempos pasados era considerado imposible de congelar, pero se ha logrado la perfección. Es una bebida congelada alcohólica para jóvenes con edad legal para beber, convenientemente envasadas en fundas de aluminio para la portabilidad y facilidad de uso.

Está disponible en cinco sabores intensos y emocionantes que se enfríe o caliente todos los gustos de la noche en la ciudad. FROSTSHOT es la primera de su tipo.

Estamos ubicados en la ciudad de Medellín en el barrio Trinidad, en la dirección CLL 29 N 52 – 74, en la cual se opera el área administrativa y de producción.

3.3 Misión y Visión de la Empresa

Misión: Ser la empresa líder y de mayor reconocimiento del país en la exportación y distribución de cocteles congelados (FROSTSHOT); con alta calidad en nuestro portafolio de productos, de su gente, de sus servicios y alto profesionalismo que posee dicho producto. Generando plena satisfacción en los clientes y consumidores.

Somos una empresa con proyección nacional e internacional, Preparamos, producimos y comercializamos cócteles a base de frutas tropicales, vodka y un grado bajo de alcohol para su consumo. Esto es reflejo del esfuerzo de una idea ya plasmada y ejecutara con éxito actual y futuro.

Visión: Como organización nos orientamos a buscar un liderazgo en el sector de la industria de bebidas e innovación en la presentación de las mismas que sean atractivas para nuestros consumidores y además asequibles a su consumo.

El compromiso con nuestros clientes es con lealtad y ética profesional para así lograr una estabilidad y permanencia en el mercado. Contando con un grupo de trabajo humano, profesional y de compromiso.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivos A Corto Plazo

Para el 2012 seremos una empresa líder en exportación de FROSTSHOT, siendo nuestros principales clientes los países latinoamericanos y centroamericanos.

Iniciar las actividades empresariales de exportación de FROSTSHOT a Costa Rica entre los años 2012 y 2013 en adelante.

Objetivos A Mediano Plazo

Seguir las actividades empresariales de fabricación y de exportación de FROSTSHOT no solo a Costa Rica en el 2013, sino abriendo cada año a nuevos mercados y nuevas innovaciones.

En el recorrido del año 2013, debido a la creciente solicitud de productos, aumentaremos nuestro personal, realizando todas las contrataciones directamente con la compañía y asignando 2 nuevos cargos para el manejo de proveedores y ventas.

Objetivos A Largo Plazo

Para el año 2015 aumentaremos nuestros clientes, ampliando nuestra cobertura a nivel nacional e internacional, creciendo como mínimo con 10 nuevos clientes, de igual manera seguir en la innovación de nuevas presentaciones y sabores.

Para el 2016 gracias al éxito de comercialización, nos estableceremos como grandes productores realizando alianzas estratégicas con nuestros actuales proveedores.

En el 2017 y de ahí en adelante el objetivo es ampliar nuestro mercado a los

países de todo el mundo, teniendo como principales referencias los que ya hemos incursionado; nuestros novedosos, prácticos y deliciosos productos. Al menos con un socio estratégico en cada país.

3.5 Ventajas Competitivas

Los sabores innovadores y su llamativo empaque se combinan perfectamente, se ajustan a un estilo creativo de mercadeo para mantenerlos siempre adelante de la competencia.

Frostshot actualmente es un proyecto a exportar en países de centro América. Que mejor manera de traer un producto que triunfara en el mercado. El cual tiene un alto nivel de profesionalismo, logística y reconocimiento. FROSTSHOT tendrá un crecimiento en Colombia garantizado y en su portafolio es un producto ganador.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

Nuestro producto desea satisfacer el mercado de los refrescos y licores a nivel nacional e internacional, sobre todo en el sector social que representa cada país, deseamos estar siempre en una constante búsqueda de oferta para llamar la atención de los nuestros consumidores dándole un toque de innovación en nuestra publicidad, empaque, sabor y costo ya que está al alcance de cualquier estatus social.

3.7 Relación de productos y/o servicios

Ofreceremos un producto fácil de llevar y fácil de consumir, la idea es satisfacer el deseo refrescarse de una manera diferente, consumiendo un coctel para todos aquellos que disfrutan de una vida en “El carril Rápido”, FROSTSHOT ofrece una refrescante forma de mantener la rumba prendida sin importar cuánto calor hace.

Los rumberos pueden escoger nuestros cinco diferentes sabores tales como Caribbean Passion, Cherry Bomb, Extreme Lime, Tropical Explosión y Wil Berry Blast.



3.8 Justificación del Negocio

La innovación de nuestro producto es el fuerte que tenemos, por lo tanto atenderemos las necesidades del mercado basándonos en lo delicioso que son los cocteles y de que tendremos una gran acogida en lugares nocturnos o con acceso a diferentes variedades de licores, dándole un toque afrodisiaco a la fruta y al licor captando así la atención del mercado nacional e internacional ofreceremos no solo el coctel tradicional sino un producto donde entra a competir la comodidad de adquirirlo tanto al momento de consumirlo como de adquirirlo, con nuestra fantástica presentación y excelente publicidad que se podrán encontrar en los distribuidores y páginas web, lo cual generara confianza en los exigentes mercados.

3.9 Análisis del entorno y del sector

Sabemos que estamos en un mundo cambiante y que cada vez está en la búsqueda de la globalización, afortunadamente tenemos la posibilidad de acceder a un sin número de bienes y productos propios de diferentes países lo que hace que nuestros mercados cada día sean más competitivos y con mayor variedad para nuestro cliente final, a su vez tenemos un mercado que demanda más con calidad en el producto y su diversidad.

Nos encontramos en un país en el cual la cultura de los jóvenes cambia aceleradamente. Unos pocos años atrás los cocteles no eran ni mencionados en las calles. Y ahora se ven en gran parte de los sitios en los cuales se frecuentan para consumir alcohol. Esto demuestra la gran acogida que cogieron los cocteles en nuestra sociedad, pero el mercado de nosotros no es solo producir y vender cocteles. Nuestra empresa producirá los cocteles con el toque innovador de consumirlo congelado esto nos abre las puertas a otro mercado, innovando una nueva manera de consumir los cocteles. El ámbito social del mercado nacional como internacional nos favorece positivamente ya que estamos apostando en un producto que ya tiene mucha acogida pero lo estamos mejorando e innovando con algo que hasta el momento no se había visto. Y el hecho de traer algo nuevo y novedoso al mercado hace que la percepción de posibles consumidores sea aceptada.

3.10. Entorno económico

Tabla 1. Colombia, balanza comercial 2000 – 2011
Millones de dólares FOB

Años	Exportaciones	Importaciones	Balanza
2000	13.158	10.998	2.160,5
2001	12.330	11.997	333,3
2002	11.975	11.897	78,2
2003	13.129	13.026	102,8
2004	16.788	15.649	1.139,7
2005	21.190	19.799	1.391,5
2006	24.391	24.534	-143,0
2007	29.991	30.816	-824,3
2008	37.626	37.155	470,5
2009	32.853	31.188	1.665,2
2010	39.820	38.351	1.468,9
2011*	17.326	15.576	1.750,5

Correspondiente al período Enero - Abril de 2011

Nombre de la fuente : DIAN Cálculos: DANE

Tasa de desempleo: Según el DANE en enero de 2012, la tasa de desempleo fue de 12,5%, frente a 13,6% del mismo mes de 2011.

Según vemos en la tabla Colombia es un país que en los últimos años a aumentado sus exportaciones y esto se debe en gran parte a las grandes facilidades, beneficios y/o ayudas que nos brinda el gobierno colombiano para fomentar las exportaciones del país, esto nos favorece positivamente ya que Colombia por encima de muchos países latinoamericanos se encuentra mejorando cada vez en sus exportaciones gracias a su ubicación geográfica.

Es entonces cuando nace esta idea de negocio, teniendo implícito el hecho el crear empresa, que sin duda es el mejor aporte que se puede hacer a la

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

economía actual, debido a que esta se dinamiza en el mundo global, y aunque también existe el riesgo de que tengamos una menor aceptación de nuestro producto, esta la investigación de mercado realizada como respaldo para evitar un fracaso a corto plazo o inclusive no tenga viabilidad.

El aperitivo FROSTSHOT se convertirá en una alternativa que ampliara las opciones para el consumidor objetivo como hombres y mujeres mayores de edad, según el país a incursionar.

FROSTSHOT, es un producto práctico, novedoso, económico y menos perjudicial para la salud por su menor grado de alcohol que los otros cocteles, y representa una oportunidad para ser desarrollada en el mercado regional y en un futuro poco a poco al nacional e internacional.

3.11. Conocimientos para entrar en el Negocio

Para desarrollar el plan de negocio es necesario conocer la composición del marco legal que contiene este tipo de producto y sus restricciones tanto nacional como internacionalmente, según el país que se elija como mercado meta; además requerimientos de empaque.

Como todos los negocios se pretenden generar rentabilidad, por ende es necesario tener amplitud en los conocimientos básicos administrativos como financieros y demás.

Hay que tener mucho conocimiento en el área de producción y además de esto confiabilidad porque, como muchos sabemos es muy difícil lograr congelar el alcohol, por ende es demasiado gratificante el haber podido lograr este objetivo

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

que tantas personas desean tener y que hoy en día para nosotros a sido el máximo logro, ya el próximo es poder expandirnos al resto del mundo.



4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1. Objetivos de Mercadeo

Objetivos a corto plazo

- Nuestro principal objetivo a corto plazo es hacer conocer nuestro producto y nuestra marca. Que los consumidores finales empiecen a tener una referencia de lo que es nuestra marca. Y que vean que el coctel congelado no es solo para salir de rumba si no que cumple también la función de refrescar
- Crear campañas publicitarias por medio de redes sociales, ya que es la manera más fácil de llegar a los jóvenes.
- Crear una página web en la cual los posibles compradores de Frostshot se enteren de lo que tenemos para ellos.

Objetivo mediano plazo

- Tenemos como meta y lo acordado con nuestro distribuidor en Costa Rica. Llegar a tener presencia no solo en bares y sitios nocturnos de dicho país objetivo, sino también en Supermercados y Tiendas
- Incrementar nuestra cobertura en Colombia, y en Costa Rica llegar a las principales ciudades como lo son San José, Alajuela, Cartago, Heredia, Liberia y Limón y así incrementando nuestras ventas en un 40%.

Objetivos a largo plazo

- En 5 años tener nuestra marca posicionada en los países de Centro América y con miras para entrar a países de Europa

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Nombre Comercial: FROSTSHOT

- FROSTSHOT es una alternativa innovadora a las bebidas a base de alcohol tradicionales, debido a que en el pasado el alcohol había sido juzgado imposible congelarlo; pero ahora lo hemos hecho posible con nuestros shot's congelados.
- FROSTSHOT es un tiro alcohólico congelado hecho para los de la edad de consumición legal que se empaqueta convenientemente en las mangas de aluminio para la portabilidad y la facilidad de empleo.
- FROSTSHOT está disponible en cinco emocionantes y sabores intensos refrescar cualquier gusto o noche caliente hacia fuera en la ciudad
- FROSTSHOT es el primer de su clase.

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

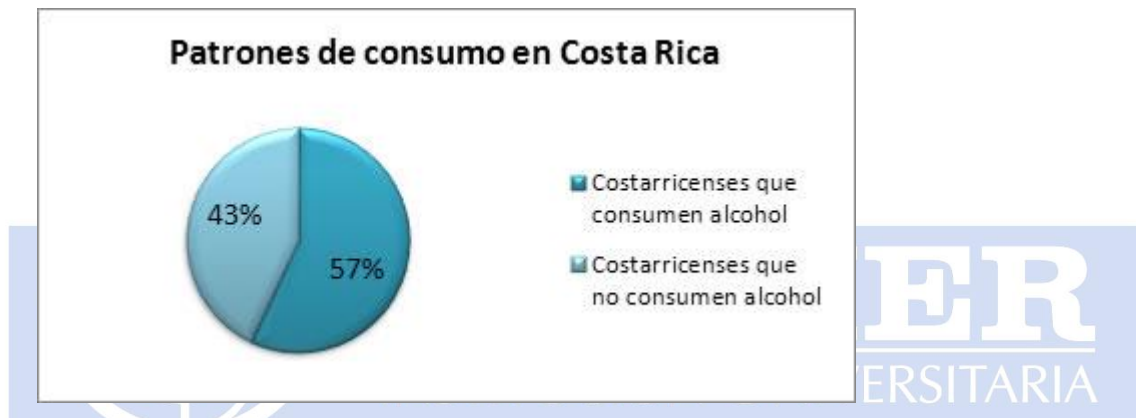
El Mercado Meta¹

Nuestro producto va enfocado básicamente a personas que consuman alcohol y que lo quieran hacer de una manera distinta, encontramos que en Costa Rica el número de habitantes es de 4.509.209. Hombres: 2.117.699, Mujeres: 2.078.215 de esta totalidad vemos que existe una balanza semejante entre hombres y mujeres, el mercado que vamos a incursionar es de personas mayores de edad principalmente jóvenes que quieran invertir en una tendencia de tomar alcohol, edad ternaria de Costa Rica 0-14 años: 27.1% (hombres 584,782/mujeres

¹ Centro Centroamericano de Población, Universidad de Costa Rica. www.ccp.ucr.ac.cr

557,952) 15-64 años: 66.8% (hombres 1.416,456/mujeres 1,384,692) 65 años en adelante: 6% (hombres 116,461/mujeres 135,571) Edad media de la población 27.1 años Hombres: 26.7 años Mujeres: 27.6 años. Encontramos que la edad promedio de los ticos esta entre los 27 años esto nos favorece bastante porque nuestro producto esta enfocado básicamente a estos jóvenes que quieren probar productos nuevos e innovadores.

Figura 1. Patrones de Consumo en Costa Rica



Nombre de la fuente: Centro Centroamericano de Población, Universidad de Costa Rica.
www.ccp.ucr.ac.cr

Florida bebidas realizo, en conjunto con la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLASCO), un estudio de las personas que consumen alcohol en Costa Rica y dado los resultados vemos que los ticos en un 57% de su población consume alcohol, este es el mercado al cual debemos apuntar el 57% de los costarricenses que consumen alcohol de este 57% debemos destacar tendencias de consumo y/o costumbres pero vemos que tenemos un buen mercado para alcanzar buenos resultados.

4.3.1 Estudio del Mercado Consumidor²

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

Nuestro objetivo del estudio de mercado fue identificar básicamente nuestros consumidores finales. Identificar sus gustos y su cultura a la hora de compartir un trago o refrescarse. Saber la población del país al cual le estamos vendiendo y de esta saber la población posible que pueda consumir nuestro producto.

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

Frostshot realizó los estudios de nuestros consumidores basándonos en datos estadísticos de la posible competencia que tenemos en el país al que vamos a incursionar. Páginas de internet y revistas

c) Aplicación de la Medios

Como se dijo anteriormente la información se ha tomado en base a los datos suministrados por la investigación de mercado realizado, adicional a esto pues por productos sustitutos o competidores, y adicional a esto por páginas web; tomando datos de la población de Costa Rica y sus costumbres, permitiendo así analizar más a fondo nuestro mercado objetivo y también poder obtener datos de relevancia que nos permitan encaminar la empresa por el rumbo deseado, la búsqueda la enfocamos en personas entre los 18 y 65 años

d) Resultados del estudio de los consumidores

²Index Mandí. Costa Rica. <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?v=74&c=cs&l=es>,

Centro Centroamericano de Población, Universidad de Costa Rica. www.ccp.ucr.ac.cr

Autor desconocido. Consumo de Alcohol en Costa Rica. Florida Ice & Farm Co. http://www.florida.co.cr/responsabilidad_social/dse112a_consumo_costa_rica.php

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

Tipo de consumidor: El tipo de consumidores que queremos llegar con nuestros cocteles es principalmente a bares, licorerías y clubes nocturnos en las principales ciudades de Costa Rica por medio de un distribuidor en este país. Nuestro producto va dirigido a personas mayores de 18 años que deseen probar licor de forma refrescante y con deliciosos sabores a fruta, enfocándonos básicamente en personas jóvenes que les gusta estar en lugares nocturnos.

Criterios de compra de los consumidores: los consumidores de nuestro producto es directamente el cliente en el momento de su compra en los diferentes lugares de distribución, el cual su precio es asequible, su forma de pago es de contado, la temporada es más que todo en el momento de socialización con sus diversos entornos sociales, y según el estudio realizado anteriormente se realiza la mayor parte del consumo de los cocteles a finales de la semana, donde la gente se reúne a socializar y disfrutar de diversos entornos y de gratas compañías. La garantía de nuestros cocteles es totalmente confiable puesto que nos regimos a las normas impuestas en el país en el que se distribuirán.

Perfil de los consumidores: Según nuestro producto las características de nuestros futuros clientes son las mismas de los actuales, simplemente que estén en el rango de edad para el consumo de bebidas alcohólicas, puesto que para adquirir nuestro producto no es necesario considerar el sexo, el estado civil, la educación, ni mucho menos el nivel de ingresos ya que es un producto económico, el lugar de compra es en aquellos puntos de distribución como son lugares nocturnos, licorerías y demás destinos de ventas, la frecuencia de compra es aproximadamente a finales de la semana.

La ubicación de los consumidores: Nuestra ubicación geográfica está en el barrio trinidad de la ciudad de Medellín, y con posibilidades de expandirnos a Costa

Rica. Pretendemos intervenir el mercado de los club's nocturnos y demás sitios de socialización existentes de la ciudad y del país de Costa Rica.

4.3.2 Determinación de la Demanda

Nuestros cocteles serán dirigidos a hombres y mujeres entre los 18 años en adelante donde según el estudio de mercadeo que se ha realizara para poder determinar cómo será la estrategia y la penetración de dicho mercado.

El mercado potencial de nuestros cocteles será aproximadamente 45.000 personas, equivalente al 27% de la totalidad de la población en Medellín y el Valle de Aburra, en los estratos 2, 3 y 4; entre hombres y mujeres que cumplan con el mercado objetivo, debido a que sus ingresos promedio mensual oscilan entre \$566.000 y \$ 1.500.000 según encuestas registradas por el DANE.

Para lograr unas excelentes ventas inicialmente se realizara una negociación con distribuidores locales como es el caso de DISLICORES, donde se dio a conocer el coctel en su novedosa presentación.

El distribuidor permite entregar al consumidor final dicho coctel con las siguientes condiciones:

- Margen de rentabilidad del 25% para cada uno.
- La empresa FROTSHOT, ofrecerá el soporte de mercadeo y merchandising del producto con un precio especial de distribuidor a \$ 1.500 unidad para ser comercializado al cliente final por valor de \$ 2000.

4.3.3 Determinación de la Demanda

Nuestros cocteles serán dirigidos a hombres y mujeres entre los 18 años en adelante donde según el estudio de mercadeo que se ha realizara para poder determinar cómo será la estrategia y la penetración de dicho mercado.

El mercado potencial de nuestros cocteles será aproximadamente 45.000 personas, equivalente al 27% de la totalidad de la población en Medellín y el Valle de Aburra, en los estratos 2, 3 y 4; entre hombres y mujeres que cumplan con el mercado objetivo, debido a que sus ingresos promedio mensual oscilan entren \$566.000 y \$ 1.500.000 según encuestas registradas por el DANE.

Para lograr unas excelentes ventas inicialmente se realizara una negociación con distribuidores locales como es el caso de DISLICORES, donde se dio a conocer el coctel en su novedosa presentación.

El distribuidor permite entregar al consumidor final dicho coctel con las siguientes condiciones:

- Margen de rentabilidad del 25% para cada uno.
- El tamaño de la empresa en el segmento del mercado inicialmente es pequeño, con una cantidad de posibles clientes futuros a nivel nacional e internacional como lo es ahora DISLICORES nuestro distribuidor directo en Costa Rica, país el cual tiene una población en la cual las personas de 18 a 65 años no es mucho lo que consuman bebidas alcohólicas y si lo hacen relativamente en cantidades bajas (74%) el estudio, que estuvo a cargo de la firma UNIMER, demuestra que Costa Rica tiene un consumo de alcohol saludable, lo cual según los costarricenses presentan abuso y dependencia, sin embargo esto no consideramos que sea algún obstáculo para incursionar en el mercado puesto que existen otras variables anteriormente mencionadas

que harán de nuestro producto un gran éxito como lo está siendo en nuestro mercado nacional.

4.4. El Mercado Proveedor

4.4.1. Proveedores

- **EPM:** Nos provee Servicio de alcantarillado, energía, acueducto, gas
- **UNE:** Nos Provee las telecomunicaciones
- **SODEXO:** Aseo y mantenimiento
- **Cartonera De Colombia:** Nos proveen las cajas en sus diferentes dimensiones
- **Imágenes E Imágenes:** Diseño de los diferentes empaques, y de las tarjetas de presentación y de las páginas web, Toldos, pasacalles
- **Plásticos R y M Empaque:** Bolsas en las que se empaican los cocteles
- **Extintores Colombia:** Los extintores y las etiquetas de seguridad
- **BREMEN:** Accesorios de protección personal , para los empleados (Guantes, Tapabocas, Gorros, Delantales, Polainas)
- **Frut Gourmet:** Saborizantes de Frutas
- **ETALMAC:** Alcohol
- **Súper mercado el plan:** Nos proveen todos los productos de aseo y cafetería
- **Papelería la feria:** Nos proveen todo lo relacionado con productos de oficina

4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Lo que estudiamos del mercado del proveedor fueron básicamente

- Precios
- Facilidades de pago
- Pedidos mínimos
- Cumplimiento
- Capacidad de entrega
- Localización
- Experiencia

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

Los medios por los realizamos la investigación de los proveedores fueron páginas de internet, páginas amarillas y recomendaciones.

c) Resultados del estudio de los proveedores

Tabla 2. Estudio de Proveedores

Nombre	Dirección	Producto	Forma de pago	Precio
EPM	Carrera 58 # 42-125	Energía, acueducto, gas	Mensual	\$260.000
UNE		Telecomunicaciones	Mensual	\$97.000
SODEXO	Cr 7 No 127 - 48 Piso 5	Aseo Mantenimiento	Mensual	\$1000.000
Cartonera Nacional S.A	Parque Sur Villa Rica	Las Cajas	Adelantado	Depende Cantidad
Imágenes e imágenes	Carrera 38 # 22-12	Diseños y presentaciones	Inmediata	Depende Cantidad
Plásticos r y m empaque	Carrera 38 # 45-56	Empaques	Inmediata	Depende Cantidad

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

Extintores Colombia	Calle 29 # 55-36	Seguridad	Servicio Anual	\$120.000
BREMEN	Carrera 51 No 44 – 92	Productos especializados y profesionales para dotación	Inmediata	Depende Cantidad
Frut gourmet	Central Mayorista	Saborizantes	Inmediata	Depende Cantidad
Etalmac	Carrera 50 No. 12 Sur	Alcohol	Inmediata	Depende Cantidad
Súper mercado el plan	Cr 87 # 104 B 09	Productos Aseo Cafetería	Quincenal	\$40.000
Papelería la feria	Cr 87 # 90 -35	Productos de oficina	Mensual	\$ 40.000



4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

Tabla 3. Competidores

Empresa	Dirección	Objetivo social
Fábrica de licores de Antioquia	Carrera 50 No. 12 Sur	Producir licores y alcoholes de alta calidad para la venta nacional e internacional
Bavaria	Plantas en todo el país	Producir cerveza
Fábrica nacional de licores (fanal	Alajuela (costa rica)	Producir licores

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Lo que estudiamos del mercado competidor es ver la fuerza que tienen estos productos en la industria de bebidas, analizar sus diseños de empaque su calidad, posición en el mercado, capacidad de producción, precios, canales de distribución

y la experiencia que tienen en el mercado.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

La manera como la empresa investigo el mercado competidor, fue acercándose a los consumidores finales e indagándoles que es lo que más le gusta de los productos competidores como lo son la cerveza y los licores en general, sus diferentes precios y su publicidad, para así lograr acercarnos a ser más excelentes e innovadores como hasta ahora lo estamos haciendo y lo seguiremos siendo.

c) Aplicación de la Medios

Visitamos las páginas web de cada uno de los posibles competidores

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Luego de analizar lo que queremos con nuestro producto determinamos que la competencia que tenemos en si no es una competencia directa, porque nuestro producto no es solo un licor es un producto novedoso. Un producto nuevo del cual hasta el momento ninguna empresa productora de licores ha lanzado al mercado un licor que se pueda congelar y que refresque.

Fábrica De Licores De Antioquia: La Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia es una organización con gran experiencia en el país y con 90 años elaborando licores y alcoholes para mercados locales, nacionales e internacionales.

La Empresa está legalmente constituida como dependencia adscrita a la Secretaría de Hacienda del departamento de Antioquia. Es dirigida por un equipo de funcionarios que tienen como objetivo primordial trabajar con toda la eficiencia, lealtad y honestidad que corresponde a la dignidad y pujanza de los antioqueños.

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

La Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia es considerada como la industria licorera número uno de Colombia, gracias a la alta calidad de sus productos, sus procesos certificados, las acertadas estrategias de sus dirigentes y los volúmenes de ventas.

La planta cuenta con tres líneas de vidrio y pet, y con dos líneas de empaque tetrabrik. El área del lote de la FLA es de 124.841 m² y el área total construida es de 53.171 m².

BAVARIA S.A: Es la mayor cervecera de Colombia, una de las más grandes de América Latina y la décima del mundo Fue fundada el 4 de abril de 1889 por el alemán Leo Siegfried Kopp con el nombre Sociedad Kopp's Deutsche Brauerei. En 1910 se lanzó la cerveza La Pola. En 1930 el Consorcio de Cervecerías Bavaria surgió de la fusión de la Kopp's Deutsche Brauerei y algunas cerveceras regionales, y cambiaría su nombre a Bavaria S.A. en 1959.

Fábrica Nacional De Licores: Empresa productora de licores de costa rica

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1. Distribución

Nuestro producto en Colombia se va a distribuir por medio de almacenes de cadena como lo son Carrefour, Éxito, Olímpica y Carulla - Pomona. Por medio de una distribuidora autorizada Dislicores

En costa rica nuestros productos se va a distribuir por medio de una empresa comercializadora

Comproim Dirección 150 norte de Cocorisa, Bodegas mano izquierda de color terracota. Bodega N° 10.

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

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

Como para empezar nuestras exportaciones a costa rica decidimos empezar la distribución en ese país por medio de un tercero en este caso comenzamos por buscar distribuidores y comercializadoras en Costa Rica, lo hicimos por medio de páginas amarillas y revistas corroborando información en los sitios web, encontramos varias pero decidimos quedarnos con Comproim ya que es una empresa grande con capacidad de almacenamiento bastante cómoda y conocen muy bien el mercado costarricense, nosotros solo nos encargamos de montarles pedidos y ellos ya se encargaran de la distribución y venta del producto en Costa Rica.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

Los medios utilizados para la investigación de los distribuidores fueron fuentes secundarias: páginas web, en donde se encontraron todos los servicios ofrecidos por esta empresa.

c) Aplicación de la Medios

Fue Aplicada por medio de la página web de esta empresa y comparando con muchas otras y tomando variables como capacidad de compra , confiabilidad, experiencia, cobertura nacional y experiencia en importaciones

d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

Tabla 4. Mercado Distribuidor

Nombre	Comercializadora de productos importados
Dirección	150 norte de COCORISA, bodegas mano izquierda color terracota. Bodega #10.
Confiabilidad	Mediante las alianzas desarrolladas proveedores, han logrado el posicionamiento de Marcas y productos que hoy en día tienen un altísimo reconocimiento en el mercado.
Fortalezas	Ofrecen un portafolio de productos de alta calidad, y son reconocidos en gran parte de costa rica
Debilidades	Su fuerte en distribución no son las bebidas alcohólicas como sí lo son en nuestra distribuidora en Colombia (dislicores)

4.6.3 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

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

Los medios a través de los cuales nuestra empresa realizara la distribución como se dijo anteriormente será por medio de terceros, en el caso de Medellín que es nuestra primera opción de producción y distribución se hará por medio de la empresa DISLICORES, y algunos almacenes de cadena como lo son el ÉXITO, CARREFUL y demás.

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

b) Fuerza de ventas

Tabla 5. Fuerza de Ventas

Actividades	Lugares	Competencias	Costos
Carro con valla nocturno durante 4 horas, con 2 modelos, obsequiando muestras gratis de FROSTSHOT	Inicialmente por toda la ciudad de Medellín, en las afuera de discotecas, bares y licorerías.	*El objetivo es ejecutar las estrategias de conocimiento del producto, promocionándolo e impulsándolo por este medio inicialmente de acuerdo a los lineamientos establecidos.	\$ 4.320.000 valor del evento incluyendo, costos del carro con la valla, las muestras y los FROSTSHOT a regalar.
Degustación con dos modelos durante 4 horas	En almacenes de cadena	<ul style="list-style-type: none">• Dar a conocer nuestros productos a la mayoría de los futuros consumidores, haciendo estas promociones en días y horarios con mayor influencia en los supermercados.	589.164 +0.5% de comisión sobre la venta mensual.

4.6.4. Manejo de Inventarios

Nosotros en nuestra bodega ubicada en la ciudad de Medellín, tenemos como meta según los estudios realizados de capacidad de fabricación y almacenamiento en las bodegas. Una capacidad de inventario de 120000 unidades. Estas son las unidades que tenemos como meta alcanzar a vender mensualmente tanto al mercado de costa rica como al mercado nacional.

4.6.5. Comunicación

Nombre Comercial: FROSTSHOT

Nuestro producto viene empacado en bolsas de aluminio debidamente selladas y marcadas con las características del producto y la empresa

Ofrecemos un display de 5 unidades del mismo sabor o con los 5 sabores distintos que ofrecemos.

Figura 2. Imagen del Producto





Nombre de la empresa:

APOLLO, es el nombre de la empresa en la cual está registrada en cámara y comercio y por la cual se realizan los acuerdos comerciales, legalizaciones y demás, y el nombre comercial de los productos que comercializaremos y exportaremos a diversos países, con su respectivo nombre comercial como lo es FROSTSHOT,

4.7 Actividades de promoción y divulgación

Nuestro principal fuerte en material de promoción son las redes sociales, por medio de estas llegamos directamente a jóvenes que es nuestro mercado objetivo. Disponemos de pendones colocados en diferentes sitios de la ciudad como bares, discotecas, distribuidores minoristas (cigarrerías) licoreras y de mas sitios nocturnos. Y a Costa Rica, se hará por el proveedor mayorista anteriormente mencionado el cual su forma de distribución la realizara de la misma manera que la haremos acá en Colombia.

4.8. Precios de los Productos

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

Los factores que nos llevaron a la determinación de los precios fueron básicamente el valor agregado que tenemos y es la innovación. El hecho de tener un licor congelado que refresque y con deliciosos sabores a fruta. Esto hace que nuestro producto sea algo más que un licor o un refresco, combina estas dos sensaciones. Esto nos ayudó a determinar el precio de nuestro producto.

4.8.1. Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Tabla 6. Precios en base a los costos

Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Agua	\$ 680,00	0,05	litro	\$ 34,00
Azucar refinada	\$ 350,00	0,03	libra	\$ 10,50
Alcohol etilico	\$ 2.850,00	0,02	litro	\$ 57,00
Aciduante	\$ 950,00	0,02	libra	\$ 19,00
Estabilizante	\$ 300,00	0,03	libra	\$ 9,00
Benzoato de sodio	\$ 315,00	0,04	libra	\$ 12,60
Sorbato de sodio	\$ 185,00	0,06	libra	\$ 11,10
Saborizante Artificial	\$ 650,00	0,07	libra	\$ 45,50
Color fd y c	\$ 980,00	0,06	libra	\$ 58,80
Empaque	\$ 80,00	1,00	Unidades	\$ 52,00
Total costo por producto				\$ 309.50

4.8.2. Los Precios de los Productos propuestos

Nuestro precio venta en el mercado nacional a un distribuidor directo es de \$920

Nuestro precio al distribuidor en costa rica es de Usd 0.61 Fob a una taza de \$1800x Usd1

4.8.3 Política de Precios

Con nuestro principal cliente en Colombia (dislicores) manejaremos una política de venta de la siguiente manera: Pedidos máximos de 40.000 unidades mensuales ofrecemos un descuento del 5%. Las ventas a dislicores serán a crédito con un plazo máximo de 60 días.

Con (Comproim) manejamos un precio base que son Usd 0.61 unidad 50 % adelantado 50% a 30 días

4.2. Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Tabla 7. Costos Asociados a las Actividades

Descripción costos	Monto/mensuales
Página web	\$150000 Anuales
Volantes	\$90000
Carteles	\$200000
Impulsadoras Marcas s.a	\$2000000
Transporte	\$300000
Papelería	\$60000
Personal ventas	\$120000

4.3. Riesgos y Oportunidades del mercado

Riesgos: Nuestro principal riesgo es que somos una empresa que llegamos con un producto nuevo e innovador y corremos el riesgo de que una empresa grade y conocida copie nuestra idea y se conviertan así en competidores directos

No somos una empresa hasta el momento conocida y llegamos con un portafolio corto. Con un solo producto en 5 sabores y esto podría ser una desventaja al momento de un servicio ya que podríamos no cumplir con las necesidades del distribuidor.

Oportunidades: Una de nuestras grandes oportunidades es darnos a conocer rápidamente en el mercado ya que llegamos con un producto innovador y esto es lo que le gusta ahora a los jóvenes, estar a la moda e innovar y para esto llegamos para crecer rápidamente y hacer que nuestra marca se conozca en el mercado nacional y en gran parte del mercado internacional. Y así hacer que nuestra marca crezca para generar más variedad de productos y crecer nuestro Portafolio

4.4. Plan de ventas

Con base a nuestro estudio de mercados se crea un producto con una presentación totalmente nueva en el mercado nacional e internacional, esta idea de negocio FROSTSHOT como aperitivo con solo 10% de alcohol, va a desarrollar expectativas en el mismo producto con penetración y posicionamiento en mercados objetivos a través inicialmente por DISLICORES en la ciudad de Medellín, quienes serán los encargados de ponerlo en los diferentes puntos de venta según negociación anteriormente realizada con dicho distribuidor, como es:

- Almacenes de cadena
- Discotecas
- Licoreras

Se hará énfasis en diversos lanzamientos de todos los sabores que nuestra empresa FROSTSHOT posee por medio de los cocteles en el momento se dará a conocer el producto por medio de muestras gratis, cupones, rifas y concursos en

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

discotecas y exhibiciones en los puntos de compra las cuales estarán cuantificadas en los costos de publicidad.



5 ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos De Producción Después de los resultados de la encuesta y de la información buscada, se crearon objetivos claros de la producción que se requiere, por lo tanto se puede visualizar un porcentaje altísimo, de personas que les gustaría probar el nuevo licor que pensamos producir, como también un porcentaje alto de personas que piensan que nuestro licor puede resultar de buen sabor.

En el momento de pensar en la idea de los Shots, se visualizaron algunos de los objetivos de calidad y de productividad, al mismo tiempo, Por esto con el conjunto de factores humanos, materiales financieros y técnicos organizados e impulsados por la dirección que trata de alcanzar unos objetivos acordes con la finalidad asignada de forma previa a corto y largo plazo. Se hace una producción mínima diaria, por lo tanto esta es cuantificada semanal y mensual para tener control de la realización de la empresa:

- Con esto se pretende ,
- Ser el líder del mercado.
- Incrementar las ventas.
- Generar mayores utilidades.
- Obtener una mayor rentabilidad.
- Lograr una mayor participación en el mercado.
- Ser una marca líder en el mercado.
- Ser una marca reconocida por su variedad de diseños.
- Aumentar los activos.
- Sobrevivir.
- Crecer

5.2 Descripción del proceso de producción

Desde que se hizo la investigación nos informaron que si se dejan al aire y en reposo los jugos de frutas y vegetales dulces se forma alcohol. Este proceso es debido a la fermentación. Durante ella, los compuestos químicos complicados se disocian en sustancias de formulas más simples. En todos los casos, el cambio se produce por sustancias llamadas enzimas, que se originan en minúsculos seres vegetales o animales presentes en el liquido. El tipo de fermentación depende del tipo de enzima actuante. El modo de actuar de las enzimas no es claro, pero muchas de esas sustancias producen la acción química sin modificarse ellas mismas, es decir, por su sola acción de presencia.

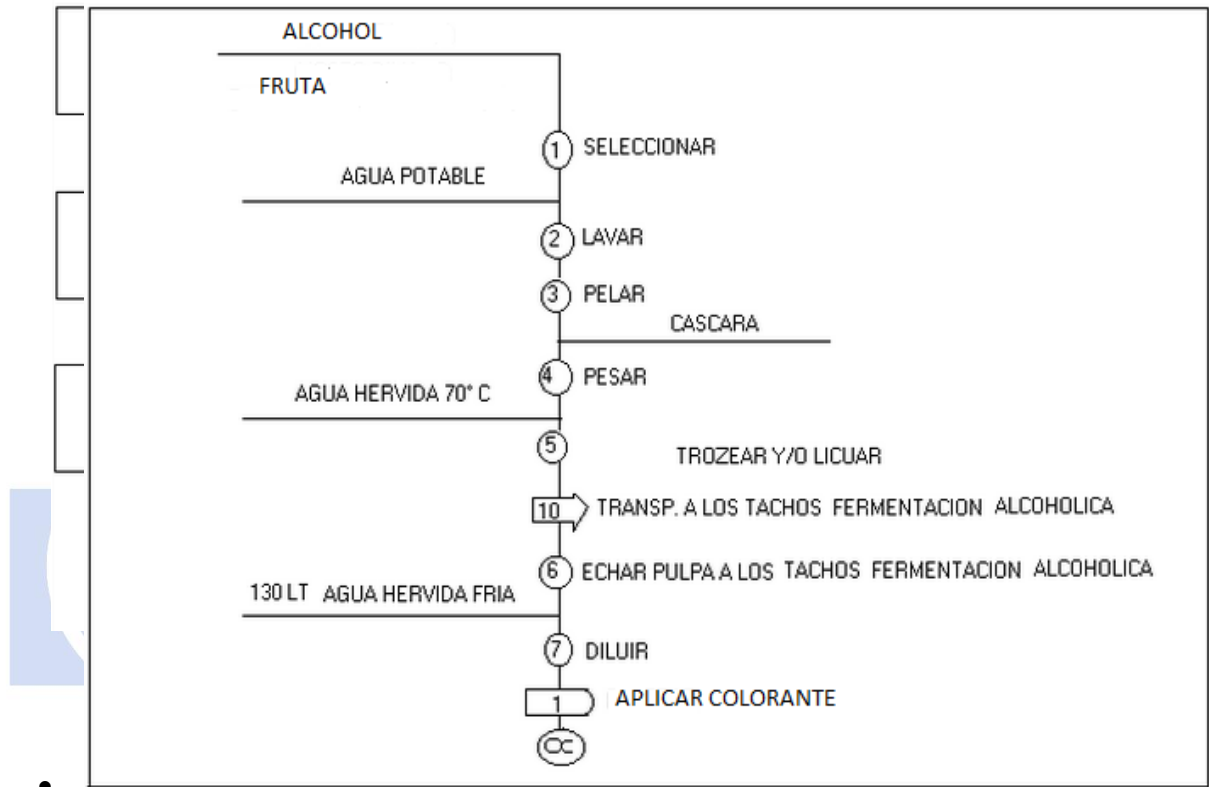
Hay tres tipos principales de fermentación: alcohólica, acética y putrefactiva. Cada una de ellas es causada por la presencia de bacterias- levaduras u hongos- que producen la enzima especial responsable del cambio químico.

A continuación mostramos la ficha técnica del producto.

Tabla 8. Ficha Técnica de Producto

INGREDIENTES	% P/P				
	PIÑA	LIMON	FRAMBUESA	CEREZA	MARACUYA
Agua	75,298	77,002	74,934	77,173	75,312
Azucar Refinada	15,091	13,502	15,198	13,313	14,959
Alcohol Etílico	8,526	8,523	8,520	8,520	8,526
Acidulante (acido citrico) E330	0,874	0,823	0,822	0,825	0,874
Estabilizante CMC (carboximetilcelulosa) E466	0,103	0,053	0,052	0,052	0,103
Benzoato de sodio (Conseervantes) E211	0,019	0,019	0,019	0,019	0,019
Sorbato de potasio (Conseervantes y)E202	0,019	0,019	0,019	0,019	0,019
Saborizante Artificial a Piña	0,063				
Saborizante Artificial a Limon		0,058			
Saborizante Artificial a Frambuesa			0,427		
Saborizante Artificial a Cereza				0,070	
Saborizante Artificial a Maracuya					0,188
Color FD&C Amarillo Nº5 C.I:19140	0,007	0,001			
Color FD&C Azul Brillante Nº1 C.I:42090			0,009		
Color FD&C Red Nº40 Rojo Allura C.I: 16255				0,009	0,001
TOTAL	100	100	100	100	100

Figura 3. Proceso de Elaboración.



- Dilución pulpa fruta / agua:
- Se añade 2 litros de agua hervida fría por cada litro de pulpa obtenido.
- Entonces: 1 litro de pulpa 2 litros de agua
- Corrección de acidez:
- Para el caso de las frutas, se agrega ácido cítrico
- ½ cucharadita de ácido cítrico por 10 litros de producción.
- Requerimiento: 9 ¾ cucharaditas de ácido cítrico.

5.3 Capacidad de producción

La capacidad de producción que se tiene con la empresa a la fecha, está muy enfocada a los litros adquiridos en ETALMAC, en el mes son comprados más de 500 litros el cual va muy orientado a los pedidos de se tengan mensual. Con esta empresa se evidencia que no está sujeto a inventario ya que el licor es muy aceptado en la sociedad el cual hace que sea aceptado y muy vendido, por lo tanto no maneja un Stop alto. EL local de producción tiene las siguientes características, por cada 500 Litros comprados en ETALMAC de Alcohol se hacen 120.000 cocteles mensual, esta producción es implica que el recurso humano haga diario 4800 entre las maquinas destilatorias y los empleados, en el año se tiene una producción de 1.440.000 cocteles, los cuales son distribuidos entre el mercado Internacional y el nacional.

Tabla 9. Capacidad de Producción

Día	Personas En Producción	Total Pf	Stop
Lunes	8	4800	4800
Martes	8	4800	4800
Miércoles	8	4800	4800
Jueves	8	4800	4800
Viernes	8	4800	4800
Sábado	8	4800	4800

Como se observa anteriormente las unidades producidas son vendidas y entregadas diarias

5.4 Plan de Producción

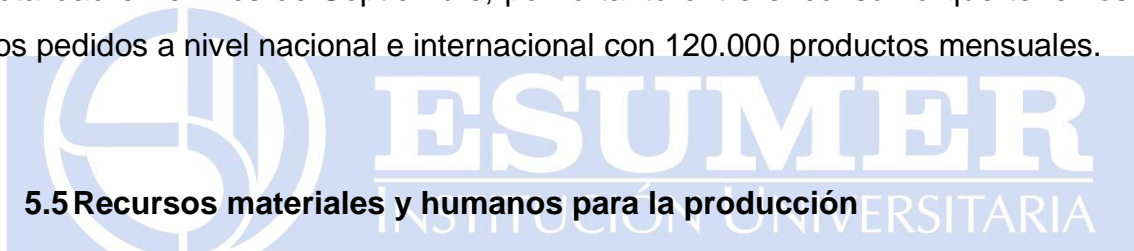
Según el plan de ventas que se tiene en la empresa vemos los siguientes: (Ver Tabla 10)

Tabla 10. Plan de Producción

Mes	Unidades Mes	Inventario
JUNIO	120000	0
JULIO	120000	0
AGOSTO	120000	120
SEPTIEMBRE	120000	0

En el anterior cuadro vemos que para el periodo de Junio y Julio que son temporadas de vacaciones y primas se hizo la producción del mes y no hubo inventario.

Para el mes de Agosto quedo en inventario 120 pero estas fueron vendidas en su totalidad en el mes de Septiembre, por lo tanto entre el consumo que tenemos y los pedidos a nivel nacional e internacional con 120.000 productos mensuales.



5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 .Locaciones

Área De La Planta: Para dar creación al plan de producción se tiene una bodega con 1.200 mts cuadrado, el cual es arrendado y adecuado con los recursos necesarios para hacer el coctel, al arrendador se le paga el total de \$ 7.500.000

El sostenimiento de este local a nivel general es de 25.000.000 incluidos los servicios generales, atención a empleados y de Telecomunicaciones.

Disposición De La Planta: Capacidad Instalada: 80 %Capacidad Operativa:

100 %En su capacidad operativa cuenta con dos secciones una de procesos y la otra de almacenamiento de la materia prima,

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

Así mismo un espacio donde se almacenara, de clasificara, limpiara y pesara la materia prima para ser procesada.

- Otro donde se realizara el estrujado y mezcla del producto.
- Otro para la conservación del producto.

5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

En la bodega de creación del producto se tiene las siguientes adecuaciones

Para la BASE:

Cantidad	Maquinaria	Proveedor	Precio	Total
2	Torre de Absorción	Equipos y Equipos	2,500,000	5,000,00
10	Enfriador	Hotachi	952100	9,521,00
2	Quemador	Hotachi	1,100,000	2,200,000
2	Acumulador	Hotachi	952100	1'904.200
2	Digestor	Hotachi	952100	1'904.200
2	Tanque de Soplado	Hotachi	1,250,000	2,500,000
2	Sacudidores	Hotachi	1,250,000	2,500,000
1	Cribas	Equipos y Equipos	1,100,000	1,100,000
3	Limpiadores	Clening	1,250,000	3'750.000
3	Espesadores	Sofici	1,100,000	3,300,000
4	Caja de Almacenamiento	Nofrost	2,000,000	8,00,0,000
2	Estantes	Vidriemaz	1,100,000	2'200.000
15	Sillas Plásticas	Rimax	60000	900. 000

5.5.3.Requerimientos de materiales e insumos.

Tabla 11. Requerimientos de materiales e insumos

Ingredientes	Proveedor	Precio
Agua	UNE	650 LITRO
Azúcar Refinada	MANUELITA	350 LIBRA
Alcohol Etílico	ETALMAC	2850 LITRO
Aciduante	QUIMICOS J Y M	520 LIBRA
Estabilizante	QUIMICOS J Y M	300 LIBRA
Benzoato de Sodio	QUIMICOS J Y M	120 LIBRA
Sorbato de Sodio	QUIMICOS J Y M	150 LIBRA
Saborizante Artificial	QUIMICOS J Y M	30 LIBRA
Color FD y C	QUIMICOS J Y M	10 IBRA



5.5.4Requerimientos de servicios.

Anexamos los servicios adquiridos en el mes de la planta

Tabla 12. . Requerimientos de servicios

Servicios	Proveedor	Valor
VIGILANCIA	SEGURIMAX	870.000
ASEO Y VARIOS	SODEXO	1.100.000
SERVICIOS PUBLICOS	EPM	260.000
SEGURIDAD INDUSTRIAL	BREMEN	1.250.000
MANTENIMIENTO	SODEXO	556.000
COMUNICACIONES	CLARO	85.000
MENSAJERIA	DOMESA	250.000
SECRETARIA	TEMPORAL SAS	871.000

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

5.5.5 Requerimientos de personal.

Tabla 13. Requerimientos de personal

Personal	Cargo	Perfil	Salario	Prestacione	Comisió n
Victor Saldarriaga	Químico	Farmaceuta	3,000,000	Completas	NO
Camilo Sierra	Ayudante	Aux químico	800.000	Completas	NO
Edmundo Charria	Ayudante	Aux químico	800.000	Completas	NO
Kelly Acevedo	Ayudante	Aux químico	800.000	Completas	NO
Arcesio Gomez	Ayudante	Aux químico	800.000	Completas	NO
Bruno Quintero	Ayudante	Aux seguridad	800.000	Completas	NO
Tania Rodriguez	Ayudante	Aux seguridad	800.000	Completas	NO
Camila Sierra	Ayudante	Aux seguridad	800.000	Completas	NO

5.5.6. Programa de producción

Tabla 14. Programa de producción

Operación	Cantidad Requerida	Total Operarios	Producción Final
Selecciona la fruta	2400	7	0
Pesado -Lavado	N/A	3	0
Troceado Licuado	N/A	5	0
Activación levadura	N/A	2	0
Fermentación Alcohólica	20 Litros	7	0
Descube	20 Litros	4	0
Filtrar	N/A	1	0
Envasar	N/A	2	0
Almacenar	N/A	1	4800 SHOTS
Total Día			4800

Plan de Negocios:

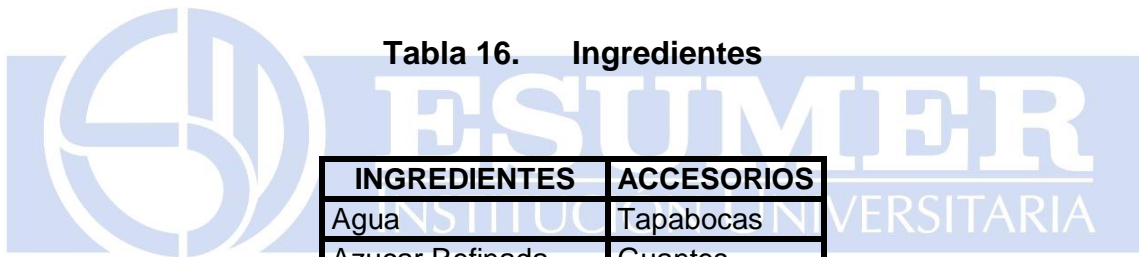
Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

Tabla 15. Equipos

Cantidad	Maquinaria
2	Torre de Absorción
10	Enfriador
2	Quemador
2	Acumulador
2	Digestor
2	Tanque de Soplado
2	Sacudidores
1	Cribas
3	Limpiadores
3	Espesadores
4	Caja de Almacenamiento
2	Estantes
15	Sillas Plásticas

Tabla 16. Ingredientes

INGREDIENTES	ACCESORIOS
Agua	Tapabocas
Azucar Refinada	Guantes
Alcohol Etílico	Delantales
Aciduante	Gorros
Estabilizante	Polainas
Benzoato de Sodio	
Sorbato de Sodio	
Saborizante Artificial	
Color FD y C	

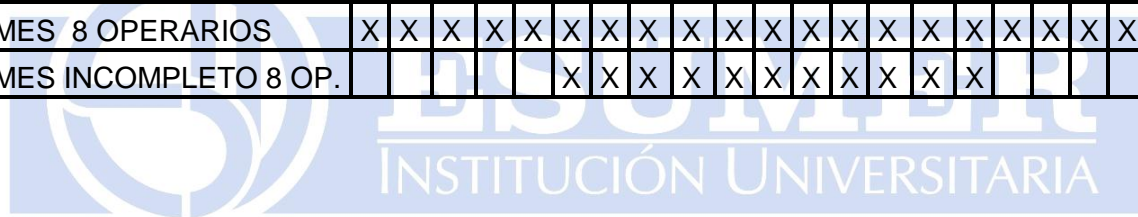


Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

5.5.8 Diagrama De Gant

Fecha	Periodos/ Operarios	Semana 1						Semana 2						Semana 3						Semana 4					
		L	M	M	J	V	S	L	M	M	J	V	S	L	M	M	J	V	S	L	M	M	J	V	S
1/06/2012 -30/06/2012	MES 8 OPERARIOS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
01/07/2012 - 31/07/2012	MES 8 OPERARIOS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
01/08/2012 - 31/08/2012	MES 8 OPERARIOS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
01/09/2012 - 12/09/2012	MES INCOMPLETO 8 OP.						X	X	X	X	X	X	X	X	X	X									



6 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1. Descripción de los procesos administrativos

En la empresa FROSTSHOT se tiene los siguientes procesos administrativos,

Gerente: En el cargo del gerente se pretende que administrar y Controlar los Recursos Humanos, Materiales y Económicos de la empresa para el desarrollo de los diferentes proyectos que se tengan, a través del cumplimiento de los objetivos y las metas.

¿Como lo hace?

- A través de elaborar la información económica que precisa los costos para establecer las estrategias de la empresa.
- Es el encargado de vigilar los planes de inversiones y los aspectos tributarios que son de la empresa
- Recibe y consolida los presupuestos de los diferentes departamentos de la empresa para el correspondiente presupuesto
- Esta validando las metas que son de largo y corto plazo
- asume también las responsabilidades de los recursos humanos y, en este entorno, dirige la contratación de personal, la valoración y desarrollo de los empleados y la formación correspondiente.
- También se encarga de elaborar y dar la información necesaria de costos para poder incluir la información de su departamento en los costos horario de los trabajos realizados y en el impacto de los gastos generales sobre los mismos trabajos.

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

- Así mismo se encarga de velar para que la empresa en general este con el funcionamiento correcto en todos los aspectos

Área De Producción

En el área de producción se hace lo siguiente:

- Diseño del producto
- Planear y controlar la producción:
- elegir el sistema de producción
- Fabricación del producto
- Control de calidad de los Shots

Área De Mercadeo:

A través del área de Mercadeo se puede evidenciar:

Las ooportunidades de negocio, por ejemplo, la oportunidad de incursionar en un nuevo mercado.

- Nuevas necesidades o deseos, y, de ese modo, poder diseñar nuevo productos que se encarguen de satisfacer dichas necesidades o deseos.
- cambios en los gustos o preferencias de los consumidores, y, de ese modo, poder adaptar nuestros productos a dichos cambios.
- nuevas modas o tendencias, y, de ese modo, poder crear o adaptar nuestros productos de acuerdo a dichas modas o tendencias.

Área De Finanzas

- Esta área se trata de un departamento la cual va vinculado directamente al gerente de la compañía, a través de un asesor financiero.
- Valida la rentabilizar la empresa y maximizar las Ganancias.

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

- Desarrollar de manera eficiente las actividades de custodia, control, manejo y desembolso de fondos, valores y documentos negociables que administra la empresa.
- Efectúa los registros contables y estados financieros referentes a los recursos económicos, compromisos, patrimonios y los resultados de las operaciones financieras de la empresa.
- Presenta informes mensuales y anuales de la ejecución de los diferentes programas bajo su responsabilidad.
- Administra todos los ingresos de la empresa.
- Coordinarse con las áreas de crédito y cobranza contabilidad, producción, almacenes, recursos humanos, compras y ventas

Los Operarios

- Seguir normas de seguridad pertinentes, a fin de evitar accidentes de trabajo.
- Responsabilizarse de todas las herramientas e implementos que sean asignados ya que de esto depende el correcto desempeño de la maquinaria asignada.
- Manejar y velar la adecuada utilización de la maquinaria a su cargo.
- Responsabilizarse de todas las herramientas e implementos que sean asignados ya que de esto depende el correcto desempeño de la maquinaria asignada.

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

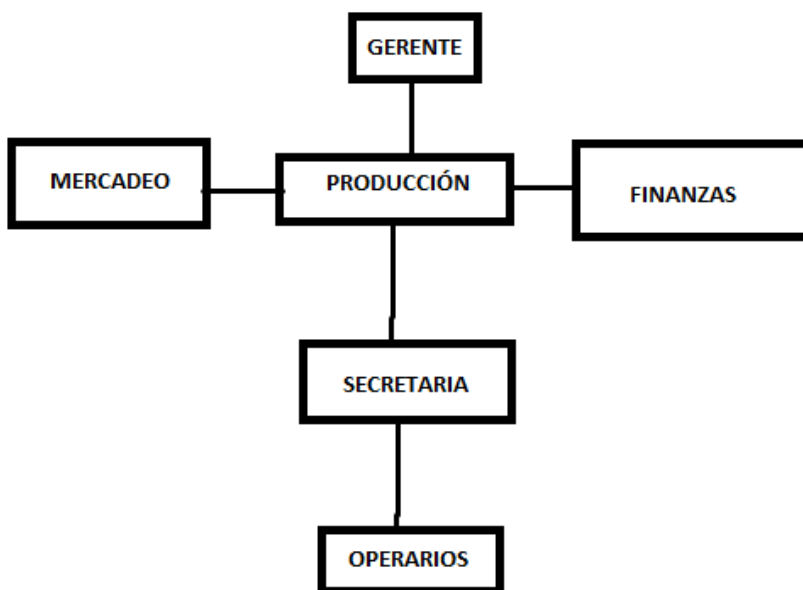
6.1.2. Procesos administrativos externalizados

Tabla 17. Procesos administrativos externalizados

Empres a	Servicio	Servicio Que Presta	Tiempo	Costo Mensual	Costo Anual
Sap	Murex	Brindar información financiera	Mensual	\$250.000	\$3`000.000
Bremen	Capacitación	Brinda capacitación al operario	Semestral	0	\$1`100.000
Gas Medellín	Gas	Para el servicio de las maquinas	Mensual	\$57.000	\$684.000
Tempos	Operarios	La temporal del operario	Mensual	\$1`000.000	\$12`000.000
Total				\$1`307.000	\$16.784.000

6.2. Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1. Organigrama



6.2.2. Descripción funcional de la Organización

Gerente: Vela por todas las funciones de mercadeo y ventas de una empresa y también así como las operaciones del día a día.

Mercadeo Y Ventas: Esta área en la empresa hará la aplicación práctica de las técnicas de mercadeo por lo tanto busca el análisis, la planeación, la implementación y control de programas diseñados para crear, construir y mantener intercambios de beneficio mutuo con los mercados que tenemos como objetivo.

Producción: Tiene como función principal, la transformación de insumos y materia prima para que estos sean en productos finales

Finanzas: La función principal del departamento financiero es obtener y administrar los recursos monetarios de la empresa FROSTSHOT de la siguiente manera

- Invertirlos y asignarlos adecuadamente.
- Registrar las operaciones.
- Presentar los resultados de las operaciones
- Cumplir con las obligaciones fiscales.

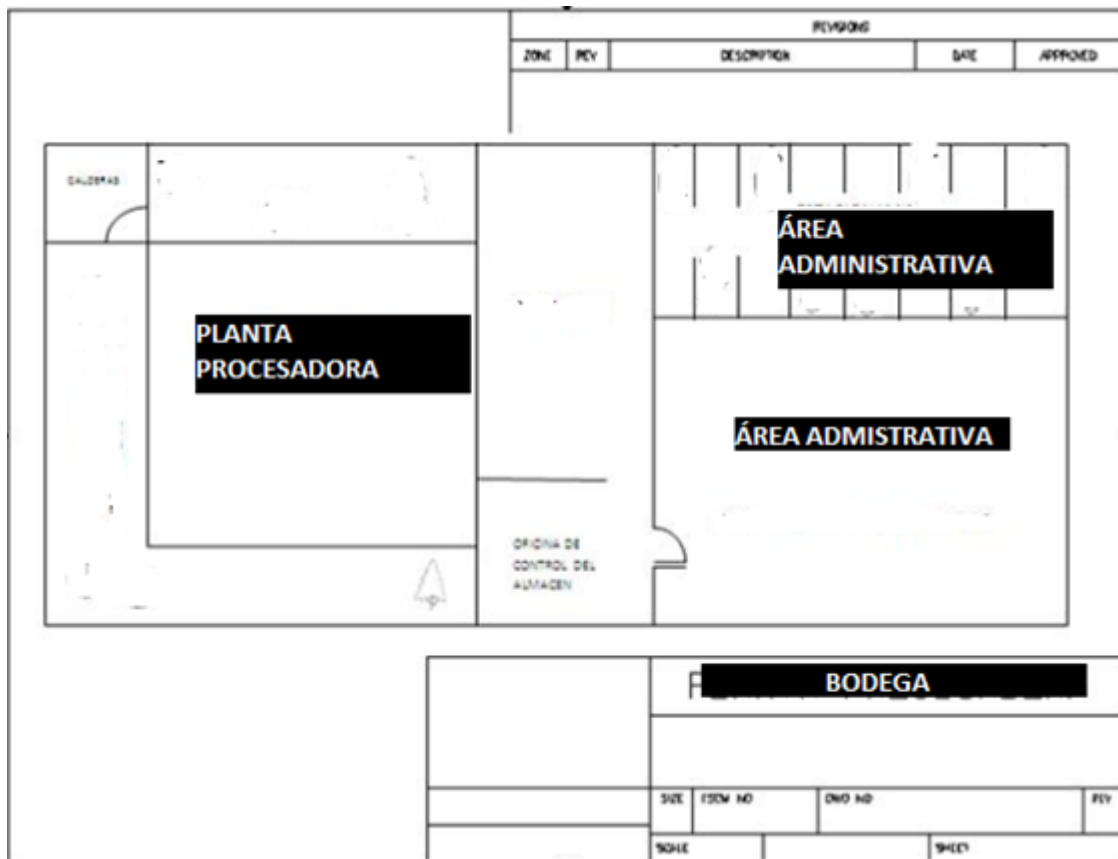
6.3. Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1. Locaciones

Para este caso el local será arrendado, el monto del arriendo será 7.500.000 por el local este se adecuará para que el área administrativa este en el piso de arriba y el área de producción este en el 1er piso

Según lo anterior anexamos

Figura 4. Locaciones



Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Tabla 18. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Muebles	Cantidad	Proveedor
Escritorio Secretarial	1	Homecenter
Escritorio Ejecutivo	10	Muebles PEPITO
Estantería	8	Estantería S.A
Exhibidores	2	Estantería S.A
Fotocopiadora	1	IBM
Gabinete	5	Estantería S.A
Impresora	2	IBM
Intercomunicador	1	IBM
Locker	25	Estantería S.A
Tajalápiz	3	Almacenes Éxito
Telefax	1	Almacenes Éxito
Teléfono	10	Almacenes Éxito
Estantería Pesada	1	Estantería S.A
Estantería Liviana	3	Estantería S.A
Calculadora	10	Almacenes Éxito
Biblioteca	1	Almacenes Éxito

6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.

Tabla 19. Requerimientos de materiales de oficina.

Insumo	Proveedor
Disco Duro	IBM
Memorias Pc	IBM
Cd Romm	IBM
Memoria Usb	KINSTONG
Cartuchos	COLORIN
Tintas	COLORIN
Toners	COLORIN
Impresoras	IBM
Fotocopiadoras	IBM
Papel	KIMBERLY
Lapiz	BIC
Lapiceros	BIC
Ganchos	GANCHIN

Tabla 20. Requerimientos de servicios.

Servicio	Proveedor
Vigilancia	SECURITY S.A
Aseo	SODEXO
Mensajería	DOMESA
Comunicaciones	EPM
Seguro De Local	LIBERITY
Póliza De Empleados	LIBERITY
Planta De Energia	EPM
Servicios Publicos	EPM

6.3.4.Requerimientos de personal

Tabla 21. Requerimientos de personal

Cargo	Perfil	Cantidad	Salario	Prestaciones
Gerente	Administrativo	1	2500000	Legales
Financiero	Financiero	2	1500000	Legales
Mercadeo	Marketing	2	1500000	Legales
Secretaria	Secretariado	1	700000	Legales
Aseo	Bachiller	1	600000	Legales

6.4. Programa de administración

Ya seleccionada la empresa y el tipo de negocio se tendrán siguientes características

El plan del Negocio. La selección y contratación del grupo de personas que te ayudarán en la operación. Poniendo en marcha un sistema sencillo pero eficaz de reclutamiento y selección, en el que se reflejen las necesidades actuales y futuras de tu empresa, así como las fuentes de reclutamiento donde podrás satisfacerlas, enfocándolo a contar siempre con el mejor grupo de personas desde el mismo inicio de las operaciones.

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

La organización legal y administrativa de la empresa. Se debe estar cumpliendo con todos los requisitos legales necesarios, incluyendo el registro legal del nombre, licencias y permisos necesarios, manteniendo actualizado tus manuales de Organización (estructura administrativa), políticas y procedimientos

Las fuentes de financiamiento, Se debe validar las necesidades de financiamiento, manteniendo abiertas varias alternativas para obtener los fondos que se irá requiriendo al expandir las operaciones.

La organización de tu contabilidad. Asesórate desde un inicio con un contador que te oriente sobre lo que debes hacer para asegurarte que tus registros contables inicien de manera correcta, poniendo especial atención en las formas de diferir algunos costos de apertura.

- El programa de promociones y publicidad.
- Se buscará los proveedores
- El gerente debe estar capacitado para atender el área financiera de la empresa ya que debe llevar los registros contables para los costos

7 ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

FROSTSHOT SAS: Según lo consultado en las páginas registradas Colombia cuenta ahora con un tipo de asociación empresarial. Se trata de la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), que ha sido diseñada para facilitar trámites, reducir costos y tener más flexibilidad en las organizaciones colombianas. Este nuevo modelo les ayudará a las empresas a desarrollar mecanismos de gobierno corporativo a la medida de sus necesidades y su crecimiento

El gobierno informó que el nuevo tipo de sociedad brinda a los empresarios las ventajas de las sociedades anónimas e incluso las mejora. Así mismo también señaló que este tipo de sociedades es más flexible y menos costoso para hacer negocios, ya que le sirve a las empresas para crecer, con todas las posibilidades de recibir capitales de inversionistas.

“Es importante que todos conozcamos la razón de ser de esta nueva sociedad cuyo propósito principal es la facilitación de negocios, en la medida en que los empresarios pueden acceder a un modelo societario que les permite crear empresa y hacerla crecer rápidamente, sin tener que cambiar de clase de asociación en el transcurso del tiempo, como sucede en la actualidad”, explicó el titular de esa cartera.

7.1.1 Pasos Para La Constitución De Una Sociedad Por Acciones Simplificada

Paso 1 - Documentos requeridos:

- Certificado de existencia y representación legal de la sociedad inversionista, expedido por el funcionario competente del domicilio de la sociedad. En caso de tratarse de una persona natural, deberá hacerse llegar una copia del pasaporte o cédula de extranjería.
- Poder autorizando a un abogado o persona natural para actuar en nombre del inversionista.
- Definir los estatutos de la sociedad que va a ser constituida.

Paso 2 - Obtención del NIT o RUT para los accionistas extranjeros:

- Certificado de existencia y representación legal de la sociedad inversionista, expedido por el funcionario competente del domicilio de la sociedad. En caso de tratarse de una persona natural, deberá hacerse llegar una copia del pasaporte.
- Poder autorizando a un abogado o persona natural para actuar en nombre del inversionista.
- **Valor Trámite 140.000**

Paso 3 - Protocolizar el contrato en documento privado:

Estatutos de la Sociedad:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.;
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

- El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.
- El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.
- La autenticación del documento genera el pago por cada socio de USD 0,63.
- **Valor trámite 2.150.000**

Paso 4- Efectuar el Registro Único Tributario (RUT)

Este trámite se puede hacer personalmente o a través de apoderado, ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales para así obtener el NIT de la sociedad.

- El documento privado de constitución, las cartas de aceptación, el NIT de los inversionistas extranjeros, y el formulario adicional para fines tributarios (RUT y NIT si es el caso) diligenciado indicando los impuestos a los que la compañía estará sujeta, deberán inscribirse en la Cámara de Comercio del domicilio de la compañía. Para ello debe diligenciarse el formulario de matrícula mercantil.

Dicha entidad expedirá un certificado de existencia y representación legal de la compañía.

- La inscripción en la Cámara de Comercio está sujeta al pago del impuesto de registro equivalente al 0,7% del monto del capital de la compañía, y al pago de derechos de matrícula mercantil por un valor de entre USD 13,5 y USD 669 dependiendo del capital.
- Dicha inscripción debe renovarse anualmente ante la misma entidad, lo cual tiene un valor de entre USD 13,5 y USD 669 dependiendo del capital.
- *Tasa de Referencia: USD 1 = COP 2.000. Valores para 2010.
- **Valor Trámite 270.000**

Paso 5 - Obtener las cartas de aceptación de los cargos de la sociedad:

- Deberán obtenerse cartas de aceptación al cargo de las personas nombradas en los estatutos de la compañía, cuando haya lugar a cada nombramiento. Dichas cartas deben incluir el nombre completo de la persona que acepta el cargo, el cargo, el tipo documento y número de identificación de la persona y su firma.
- **Valor Trámite 720.000**

Paso 6 - Registrar los libros de la compañía en la Cámara de Comercio.

Toda sociedad deberá tener los libros corporativos y de contabilidad. Entre los libros que se deben registrar se encuentran los siguientes:

- Libro de registro de accionistas.
- Libro de actas de la asamblea general de accionistas.
- Libro de actas de la junta directiva, si hay lugar a ello.
- Libro diario.
- Libro mayor de balance.

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

- Libro de inventarios
- Valor de la inscripción para cada libro es de USD 4,5. Valores para 2010
- **Valor Trámite 0**

Paso 7 - Abrir una cuenta bancaria en la entidad de su elección.

- Toda compañía debe abrir una cuenta a su nombre en una entidad bancaria. En esta cuenta se hará el depósito del capital por parte de los inversionistas.
- Para información sobre las entidades financieras en Colombia puede visitar la página de la Superintendencia Financiera.
- **Valor Trámite 0, Solo se abre con 50.000**

Paso 8 - Registrar la inversión extranjera en el Banco de la República.

- Una vez efectuada la inversión, es decir una vez se cubra el capital asignado a la compañía, y posteriormente en cada aumento del mismo, deberá efectuarse el registro de la inversión extranjera ante el Banco de la República. El procedimiento de registro de la inversión varía dependiendo del tipo de sociedad. Para información detallada sobre este procedimiento consultar el procedimiento de cómo registrar la inversión.
- **Valor Trámite 0**
- Ver código de comercio, recomendación SAS

7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Registro de la empresa en la Cámara de Comercio

- Documento privado de constitución en la Cámara de Comercio, este documento tiene un valor de \$30000
- Formulario único empresarial: \$4.000

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

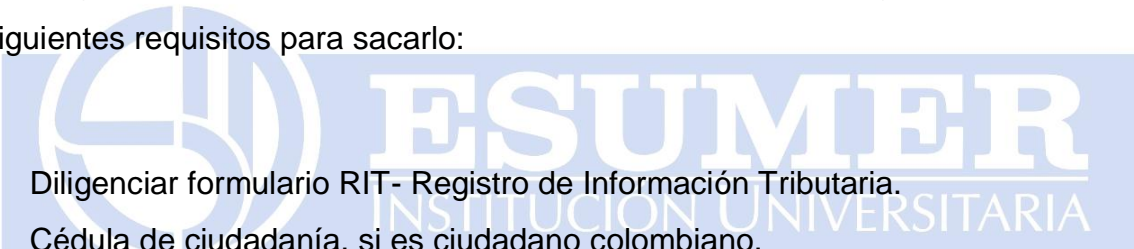
- Derechos de inscripción (Mínimo \$1'800.000 para S.A.S): \$140000 estos trámites tardan de 24 a 48 horas.

RUT ante la DIAN

Este trámite es gratuito y para adquirirlo es necesario dirigirse a las instalaciones de la DIAN y el documento es entregado el mismo día.

Registro de Industria y Comercio:

Se diligencia cuando la empresa comience a funcionar, es gratuito y tiene los siguientes requisitos para sacarlo:

- 
- Diligenciar formulario RIT- Registro de Información Tributaria.
 - Cédula de ciudadanía, si es ciudadano colombiano.
 - Cédula de extranjería, si es ciudadano extranjero.
 - RUT- Registro Único Tributario, expedido por la DIAN- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.
 - Registro Mercantil, expedido por la Cámara de Comercio.
 - Poseer un establecimiento de comercio, industrial o de servicios.

Licencia de Funcionamiento: Este documento debe ser diligenciado ante Planeación Municipal, tiene un costo de \$10.000 y tarda 15 días para ser otorgado.

Licencia sanitaria: Este es un certificado que es expedido por Metrosalud, y tarde entre 15 y 30 días.

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

Licencia de bomberos: Este documento no es obligatorio para todos los establecimientos, sin embargo se deben cumplir las normas básicas de seguridad.

INVIMA: El registro sanitario para alimentos y bebidas alcohólicas, tiene un valor de \$3'381.310.



8 ASPECTOS FINANCIEROS

8.1. Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

Tabla 22. Recursos Propios

Nombre socio	Aporte	Valor
Johana Areiza Vallejo	2 portatiles, 1 telefax. 2 celures	\$2'300.000
Alexandra Milena Estrada Flórez	3 escritorios, 4 sillas 1 sofá	\$3'000.000
Yeison Alexander Castrillón	1 vehículo	\$12'000.000
Total		\$17.300.000

8.1.2. Créditos y Prestamos Bancarios

El préstamo lo realizaremos por medio de la entidad financiera Bancolombia. El préstamo se ara por un monto de \$155.163.580 a una tasa del 2.14% mensual a un plazo de 60 meses

Tabla de amortización

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 155.163.580
1	\$ 4.616.321	\$ 3.320.501	\$ 1.295.820	\$ 153.867.760
2	\$ 4.616.321	\$ 3.292.770	\$ 1.323.551	\$ 152.544.209

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

3	\$ 4.616.321	\$ 3.264.446	\$ 1.351.875	\$ 151.192.334
4	\$ 4.616.321	\$ 3.235.516	\$ 1.380.805	\$ 149.811.529
5	\$ 4.616.321	\$ 3.205.967	\$ 1.410.354	\$ 148.401.175
6	\$ 4.616.321	\$ 3.175.785	\$ 1.440.536	\$ 146.960.639
7	\$ 4.616.321	\$ 3.144.958	\$ 1.471.363	\$ 145.489.276
8	\$ 4.616.321	\$ 3.113.471	\$ 1.502.850	\$ 143.986.425
9	\$ 4.616.321	\$ 3.081.310	\$ 1.535.011	\$ 142.451.414
10	\$ 4.616.321	\$ 3.048.460	\$ 1.567.861	\$ 140.883.553
11	\$ 4.616.321	\$ 3.014.908	\$ 1.601.413	\$ 139.282.140
12	\$ 4.616.321	\$ 2.980.638	\$ 1.635.683	\$ 137.646.457
13	\$ 4.616.321	\$ 2.945.634	\$ 1.670.687	\$ 135.975.771
14	\$ 4.616.321	\$ 2.909.881	\$ 1.706.439	\$ 134.269.331
15	\$ 4.616.321	\$ 2.873.364	\$ 1.742.957	\$ 132.526.374
16	\$ 4.616.321	\$ 2.836.064	\$ 1.780.257	\$ 130.746.117
17	\$ 4.616.321	\$ 2.797.967	\$ 1.818.354	\$ 128.927.763
18	\$ 4.616.321	\$ 2.759.054	\$ 1.857.267	\$ 127.070.497
19	\$ 4.616.321	\$ 2.719.309	\$ 1.897.012	\$ 125.173.484
20	\$ 4.616.321	\$ 2.678.713	\$ 1.937.608	\$ 123.235.876
21	\$ 4.616.321	\$ 2.637.248	\$ 1.979.073	\$ 121.256.803
22	\$ 4.616.321	\$ 2.594.896	\$ 2.021.425	\$ 119.235.377
23	\$ 4.616.321	\$ 2.551.637	\$ 2.064.684	\$ 117.170.694
24	\$ 4.616.321	\$ 2.507.453	\$ 2.108.868	\$ 115.061.826
25	\$ 4.616.321	\$ 2.462.323	\$ 2.153.998	\$ 112.907.828
26	\$ 4.616.321	\$ 2.416.228	\$ 2.200.093	\$ 110.707.734

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

27	\$ 4.616.321	\$ 2.369.146	\$ 2.247.175	\$ 108.460.559
28	\$ 4.616.321	\$ 2.321.056	\$ 2.295.265	\$ 106.165.294
29	\$ 4.616.321	\$ 2.271.937	\$ 2.344.384	\$ 103.820.910
30	\$ 4.616.321	\$ 2.221.767	\$ 2.394.553	\$ 101.426.357
31	\$ 4.616.321	\$ 2.170.524	\$ 2.445.797	\$ 98.980.560
32	\$ 4.616.321	\$ 2.118.184	\$ 2.498.137	\$ 96.482.423
33	\$ 4.616.321	\$ 2.064.724	\$ 2.551.597	\$ 93.930.826
34	\$ 4.616.321	\$ 2.010.120	\$ 2.606.201	\$ 91.324.625
35	\$ 4.616.321	\$ 1.954.347	\$ 2.661.974	\$ 88.662.651
36	\$ 4.616.321	\$ 1.897.381	\$ 2.718.940	\$ 85.943.711
37	\$ 4.616.321	\$ 1.839.195	\$ 2.777.126	\$ 83.166.585
38	\$ 4.616.321	\$ 1.779.765	\$ 2.836.556	\$ 80.330.029
39	\$ 4.616.321	\$ 1.719.063	\$ 2.897.258	\$ 77.432.771
40	\$ 4.616.321	\$ 1.657.061	\$ 2.959.260	\$ 74.473.511
41	\$ 4.616.321	\$ 1.593.733	\$ 3.022.588	\$ 71.450.923
42	\$ 4.616.321	\$ 1.529.050	\$ 3.087.271	\$ 68.363.652
43	\$ 4.616.321	\$ 1.462.982	\$ 3.153.339	\$ 65.210.313
44	\$ 4.616.321	\$ 1.395.501	\$ 3.220.820	\$ 61.989.493
45	\$ 4.616.321	\$ 1.326.575	\$ 3.289.746	\$ 58.699.747
46	\$ 4.616.321	\$ 1.256.175	\$ 3.360.146	\$ 55.339.601
47	\$ 4.616.321	\$ 1.184.267	\$ 3.432.053	\$ 51.907.548
48	\$ 4.616.321	\$ 1.110.822	\$ 3.505.499	\$ 48.402.048
49	\$ 4.616.321	\$ 1.035.804	\$ 3.580.517	\$ 44.821.531
50	\$ 4.616.321	\$ 959.181	\$ 3.657.140	\$ 41.164.391

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

51	\$ 4.616.321	\$ 880.918	\$ 3.735.403	\$ 37.428.988
52	\$ 4.616.321	\$ 800.980	\$ 3.815.341	\$ 33.613.648
53	\$ 4.616.321	\$ 719.332	\$ 3.896.989	\$ 29.716.659
54	\$ 4.616.321	\$ 635.936	\$ 3.980.384	\$ 25.736.274
55	\$ 4.616.321	\$ 550.756	\$ 4.065.565	\$ 21.670.710
56	\$ 4.616.321	\$ 463.753	\$ 4.152.568	\$ 17.518.142
57	\$ 4.616.321	\$ 374.888	\$ 4.241.433	\$ 13.276.709
58	\$ 4.616.321	\$ 284.122	\$ 4.332.199	\$ 8.944.510
59	\$ 4.616.321	\$ 191.413	\$ 4.424.908	\$ 4.519.601
60	\$ 4.616.321	\$ 96.719	\$ 4.519.601	\$ 0

8.3. Ingresos y Egresos

8.3.1. Ingresos



Tabla 23. Ingresos Propios del Negocio.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
	Ventas	Participación del total Ventas
Caribbean Passion	\$ 15.166.666,7	20,00%
Cherry Bomb	\$ 15.166.666,7	20,00%
Extreme Lime	\$ 15.166.666,7	20,00%
Tropical Explosion	\$ 15.166.666,7	20,00%
Wild Berry Blast.	\$ 15.166.666,7	20,00%
Ventas totales	75.833.333,3	100%

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

Nuestros productos generan un ingreso mensual a la empresa de \$75.833.333 teniendo participaciones similares en nuestras 5 referencias cada una con un 20%

Otros Ingresos

No aplica

8.3.2. Egresos

Inversiones

La inversión de los activos fijos es correspondiente a \$65.725.400 correspondiente al equipamiento de la planta para su funcionamiento de los cuales por parte de los socios se cuenta con \$17.300.000 por aportes de equipos de cómputo, muebles y vehículo. Para los gastos preoperativos se requiere de \$2.940.000 los cuales se requieren para la constitución de la empresa y actividades requeridas antes del inicio de la misma

Tabla 24. Inversiones exigibles y disponibles

Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	\$ 65.725.400,0	\$ 17.300.000,0	\$ 48.425.400,0
Gastos Preoperativos	\$ 2.940.000,0	\$ 2.940.000,0	\$ 0,0
Capital de Trabajo	\$ 106.738.180,0	\$ 0,0	\$ 106.738.180,0

Costos

En esta tabla se especifica los costos totales de producción mensual en los 5 sabores que manejamos. Con un total en costos variables de producción de \$25.791.666

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

Tabla 25. Costos

Total Costos Variables por Producto		Ventas Unidades	Costo Variable total
Caribbean Passion	\$ 309,5	16.667	\$ 5.158.333,3
Cherry Bomb	\$ 309,5	16.667	\$ 5.158.333,3
Extreme Lime	\$ 309,5	16.667	\$ 5.158.333,3
Tropical Explosion	\$ 309,5	16.667	\$ 5.158.333,3
Wild Berry Blast.	\$ 309,5	16.667	\$ 5.158.333,3

En esta tabla se especifica los costos fijos mensuales. Donde se incluyen todos los gastos mensuales que tengan que ver con la producción de los cocteles. con un costo fijo mensual de \$22.099.701

Tabla 26. Costos fijos Mensuales de produccion

Salarios	\$ 8.100.000
Prestaciones Sociales	\$ 4.770.701
Arriendo	\$ 6.000.000
Servicios	\$ 195.000
Transporte	\$ 100.000
Mantenimiento	\$ 566.000
Aseo	\$ 660.000
Vigilancia	\$ 1.680.000
Comunicaciones	\$ 28.000
Total costos:	\$22.099.701

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

Gastos

Gastos Administrativos y legales: En esta tabla se especifica todos los gastos relacionados con la administración, Los salarios corresponden a Gerente, Mercaderista, Financiero y secretaria. Con un total de todos los gastos administrativos de \$ 11.611.610

Tabla 27. Gastos fijos de administración

Salarios	\$ 5.600.000
Prestaciones Sociales	\$ 3.019.610
Arriendo	\$ 1.500.000
Papeleria	\$ 120.000
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 100.000
Seguros	\$ 0
Aseo	\$ 440.000
vigilancia	\$ 720.000
Comunicaciones	\$ 112.000
Total costos	\$ 11.611.610

Gastos Distribución y Ventas: En esta tabla se encuentran los gastos relacionados con la comercialización de nuestros productos esto incluye un vendedor, publicidad y la contratación de una empresa especializada en impulsar productos.

Esto con un total de \$ 4.289.242 Mensuales

Tabla 28. Costos fijos comercialización y venta

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

Salarios	\$ 1.200.000
Prestaciones Sociales	\$ 634.242
Publicidad y Mercadeo	\$ 290.000
Pagina web	\$ 150.000
MARCAS SAS	\$ 2.000.000
Papeleria	\$ 15.000
Total gastos comercialización	\$ 4.289.242

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

Valor Presente Neto	164.518.737
El valor presente neto nos da positivo	

8.4.2. Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno	32,06%
-------------------------	--------

La tir que vamos a tener si se dan las ventas proyectadas es de 32.06%

Plan de Negocios:

Productora y Comercializadora de FROSTSHOT a Costa Rica

Referencias Bibliográficas

Autor desconocido. Consumo de Alcohol en Costa Rica. Florida Ice & Farm Co.
[http://www.florida.co.cr/responsabilidad_social/dse112a_consumo_costa_ri
ca.php](http://www.florida.co.cr/responsabilidad_social/dse112a_consumo_costa_ri
ca.php)

Index Mundi. Costa Rica. <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?v=74&c=cs&l=es>,

Centro Centroamericano de Población, Universidad de Costa Rica. www.ccp.ucr.ac.cr

Wikipedia, La Enciclopedia Libre. Costa Rica.
http://es.wikipedia.org/wiki/Costa_Rica,

