



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL

PLAN DE EXPORTACION ACEITE DE SACHA INCHI

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

ESTEFANÍA OSPINA MANRIQUE
JHON JAIRO ALEXANDER LÓPEZ MEJÍA
MARÍA ALEJANDRA MARTÍNEZ GUERRA

PROFESOR GUÍA: KAREN MARÍA LÓPEZ CALVO

2019

AGRADECIMIENTOS

Dedicamos este trabajo principalmente a Dios por permitirnos estar en este momento tan importante de nuestra vida y de nuestra formación profesional y a la Virgen María por acompañarnos en todo momento y ayudarnos a cumplir nuestro objetivo.

También agradecemos a la institución universitaria Esumer por impulsar nuestros sueños y acompañarnos durante estos tres años de formación académica.

Finalmente, expresamos nuestra gratitud a la docente Karen María López Calvo por guiarnos en la realización del proyecto, por su paciencia y entrega durante el semestre y el conocimiento que nos compartió.

Tabla de contenido

CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.....	21
1.1 Nombre de la empresa y marca.....	19
1.2 Tipo de empresa	19
1.3 Descripción de la empresa.....	19
1.4 Visión y Misión de la empresa.....	20
1.4.1 Misión	20
1.4.2 Visión	20
1.5 Relación de productos y/o servicios.....	20
1.6 Ventajas competitivas y comparativas	23
1.7 Trámites y costos.....	23
CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR.....	27
2.1 Entorno.....	25
2.2 Sector o industria.....	31
CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO	38
3.1 Objetivos del mercadeo.....	36
3.2 El mercado meta de los bienes y/o servicios.....	36
3.3 Perfil del mercado potencial de bienes y/o servicios.....	42
3.4 Cuantificación de clientes potenciales de bienes y/o servicios	43
3.5 Mercado competidor	44
3.6 Mercado Distribuidor.....	53
3.6.1 Distribución a través de terceros.....	53
3.7 Comunicación y actividades de promoción y divulgación.....	55
3.7.1 Logo de la empresa	55
3.7.2 Actividades de promoción y divulgación	55
3.8 Plan de ventas	56
CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL.....	58

4.1 Tratados comerciales	56
4.2 Posiciones arancelarias y beneficios arancelarios	57
4.3 Requisitos y vistos buenos	57
4.3.1 Capacidad exportadora / capacidad importadora	58
4.4 Participación en ferias especializadas	58
4.5 Rutas de acceso	62
CAPITULO V. ANÁLISIS TÉCNICO	66
5.1 Descripción del proceso de producción	66
5.2 Capacidad de producción	69
5.3 Plan de producción	70
5.4 Recursos materiales y humanos para la producción	71
5.4.1 Locaciones	71
5.4.2 Requerimientos de maquinaria, mueble, equipos y enseres	71
5.4.3 Requerimientos de materiales e insumos	72
5.4.4 Requerimientos de servicios	73
5.4.5 Requerimientos de personal	74
CAPITULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	75
6.1 Estructura organizacional del negocio	75
6.1.2 Organigrama estructura organizacional	75
6.1.2 Organigrama estructura personal	78
6.1.3 Costos personal y procesos administrativos tercerizados.....	83
6.2 Costos estructura organizacional del negocio	84
6.2.1 Locaciones empresa.....	84
6.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software, muebles y ensere.	85
6.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por área	88
6.2.4 Requerimientos de servicios por área	100
CAPITULO VII. ANÁLISIS LEGAL	103
7.1 Tipo de organización empresarial	101

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.....	101
CAPITULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO.....	104
8.1 Tasas de interés, impuestos, tasas de rentabilidad.....	104
8.2 Aportes de capital de los socios.....	104
8.3 Créditos y préstamos bancarios	105
8.4 Precios de los productos	105
8.4.2 Factores que influyen en la determinación de precios	105
8.4.2 Precios de los productos tomando como base los costos	106
8.5 Ingresos y egresos	106
8.5.1 Ingresos.....	108
8.5.1.1 <i>Ingresos propios del negocio</i>	106
8.5.2 Egresos.....	109
8.5.2.1 <i>Inversiones</i>	107
8.5.2.2 <i>Costos fijos y variables</i>	108
8.5.3 Estados Financieros.....	114
8.5.3.1 <i>Estado de pérdidas y ganancias</i>	112
8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Análisis de Sensibilidad	118
8.5.4.1 <i>Análisis de sensibilidad</i>	116
8.5.4.3 <i>Flujo de caja proyectado</i>	120
CONCLUSIONES	124
BIBLIOGRAFÍA.....	127
ANEXOS	132

LISTA DE FIGURAS

Ilustración 1. Cadena de valor del proyecto.....	33
Ilustración 2. Rentabilidad del sector.....	35
Ilustración 3. Matriz de estudio de mercado, análisis económico.....	38
Ilustración 4. Matriz de estudio de mercado, análisis político y legal.....	39
Ilustración 5. Matriz de estudio de mercado, análisis logístico y tecnológico.....	40
Ilustración 6. Matriz de estudio de mercado, análisis social y cultura.....	41
Ilustración 7. Viáticos de transporte 1.....	61
Ilustración 8. Viáticos transporte 2.....	62
Ilustración 9. Ruta marítima Cartagena a Los Ángeles.....	63
Ilustración 10. Ruta marítima Buenaventura a Los Ángeles.....	64
Ilustración 11. Ruta aérea El Dorado a Los Ángeles.....	64
Ilustración 12. Ruta aérea José María Córdova a Los Ángeles.....	65
Ilustración 13. Liquidación de costos.....	66
Ilustración 14. Diagrama de flujo.....	70
Ilustración 15. Bodega.....	72
Ilustración 16. Organigrama estructural.....	76
Ilustración 17. Organigrama del personal.....	79
Ilustración 18. Estado de pérdidas y ganancias.....	113
Ilustración 19. Flujo de caja del proyecto.....	114
Ilustración 20. Análisis TIR y VPN del proyecto del primer año.....	115
Ilustración 21. Variaciones en precio análisis de sensibilidad, TIR y VPN.....	116
Ilustración 22. Variaciones en cantidades análisis de sensibilidad TIR y VPN.....	117
Ilustración 23. Variaciones en costos variables análisis de sensibilidad, TIR y VPN.....	118
Ilustración 24. Variaciones costos fijos análisis de sensibilidad, TIR y VPN.....	119
Ilustración 25. Estado de pérdidas y ganancias proyectado.....	119
Ilustración 26. Flujo de caja a cinco años.....	120
Ilustración 27. Flujo de caja del proyecto a cinco años, TIR y VPN.....	121
Ilustración 28. Cotización exportación aceite de sachá inchi.....	132

Ilustración 29. Cotización exportación aceite de sachá inchi 2.....	133
Ilustración 30.	
Ilustración 31.	
Ilustración 32.	
Ilustración 33.	

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Estrategia de mercadeo.....	22
Tabla 2. Ficha técnica del producto	23
Tabla 3. Trámites y costos de la empresa.....	24
Tabla 4. Análisis de los entornos.....	26
Tabla 5. ventas del sector.....	34
Tabla 6. Competencia internacional Shea Moisture.....	45
Tabla 7. Competencia internacional Mayan's Secret.....	45
Tabla 8. Competencia internacional eSutras Organics.....	46
Tabla 9. Competencia internacional HIGH ALTITUDE COSMECEUTICALS.....	47
Tabla 10. Competencia internacional Tamarin fruits.....	48
Tabla 11. Proveedor Discomerla SAS.....	49
Tabla 12. Proveedor Chamorro Benavides.....	50
Tabla 13. Proveedor Hacienda Flandes.....	51
Tabla 14. Proveedor Agrolive insumos.....	52
Tabla 15. Proveedor Don Juan Organic SAS.....	52
Tabla 16. Distribuidor Whole Foods.....	54
Tabla 17. Distribuidor Supermercado Latino.....	54
Tabla 18. Distribuidor Sprouts.....	55
Tabla 19. Actividades de promoción.....	56
Tabla 20. Plan de producción.....	57
Tabla 21. Liquidación de la feria.....	62
Tabla 22. Liquidación de costos.....	65
Tabla 23. Comparación de precios con la competencia en California.....	66
Tabla 24. Proceso de producción.....	67
Tabla 25. Proceso de exportación.....	67
Tabla 26. Crecimiento del sector comercio.....	71
Tabla 27. Crecimiento de exportaciones de la partida arancelaria.....	71
Tabla 28. Plan de producción.....	71
Tabla 29. Requerimientos de maquinaria equipos, muebles y enseres.....	73
Tabla 30. Requerimientos de materiales e insumos.....	73

Tabla 31. Requerimientos de servicios.....	73
Tabla 32. Requerimientos de personal.....	75
Tabla 33. Funciones, responsabilidades y actividades de la estructura organizacional de las áreas.....	76
Tabla 34. Funciones, responsabilidades y actividades del personal.....	80
Tabla 35. Costos del personal.....	83
Tabla 36. Requerimientos de maquinaria, equipos, software, muebles y enseres del área administrativa.....	85
Tabla 37. Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres del área de recursos humanos.....	85
Tabla 38. Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres del área de dirección general.....	86
Tabla 39. Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres del área de contabilidad.....	86
Tabla 40. Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres del área de cartera.....	86
Tabla 41. Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres del área de comercio exterior.....	87
Tabla 42. Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres del área de auxiliar de mercadeo.....	87
Tabla 43. Requerimientos de materiales e insumos del área administrativa.....	89
Tabla 44. Requerimientos de materiales e insumos del área recursos humanos.....	91
Tabla 45. Requerimientos de materiales e insumos del área de dirección general.....	92
Tabla 46. Requerimientos de materiales e insumos del área de cartera.....	94
Tabla 47. Requerimientos de materiales e insumos del área de comercio exterior.....	96
Tabla 48. Requerimientos de materiales e insumos del área de mercadeo.....	98
Tabla 49. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.....	100
Tabla 50. Porcentaje de margen contribución.....	102
Tabla 51. Créditos y préstamos bancarios.....	105
Tabla 52. Amortización.....	106
Tabla 53. Precios de los productos tomando como base los Costos.....	106
Tabla 54. Ventas totales del producto.....	107
Tabla 55. Activos fijos exigibles.....	107

Tabla 56. Gastos preoperativos exigibles.....	108
Tabla 57. Número de días para cubrir costos variables y fijos.....	108
Tabla 58. Número de días para cubrir el inventario.....	108
Tabla 59. Inversiones exigibles y disponibles.....	109
Tabla 60. Costo unitario de los componentes botella de 260ml.....	109
Tabla 61. Costos unitarios de los componentes botella de 500ml.....	110
Tabla 62. Costos fijos de producción mensuales.....	111
Tabla 63. Costos fijos de comercialización y ventas mensuales.....	112

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

DIAN: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

INVIMA: Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos.

PIB: Producto interno bruto.

S.A.S: Sociedad por acciones simplificada.

TIR: Tasa interna de retorno.

TLC: Tratado de libre comercio.

GLOSARIO

Arancel: Es un impuesto que se paga cuando se importa un bien o servicio.

Estado de resultados: Es un reporte financiero en el cual se señalan los ingresos obtenidos, los gastos y costos, también si hay utilidades o pérdidas en un periodo de tiempo determinado.

Exportación: Es todo bien o servicio que se envía desde un país a otro para su compra o utilización.

Flujo de Caja: Son todas las salidas y entradas de dinero que una empresa o proyecto tiene en cierto tiempo.

Incoterms: Los incoterms son términos de negociación internacional que se utiliza en las exportaciones o importaciones.

Inflación: Proceso económico provocado por el desequilibrio existente entre la producción y la demanda; causa un alza generalizada de los precios.

Tasa interna de retorno (TIR): Es la tasa de interés o rentabilidad que genera un proyecto. Y se encarga de medir la rentabilidad de una inversión.

TLC: Es un acuerdo entre dos o más países para facilitar sus operaciones comerciales.

Empresa: Es una organización la se encarga de satisfacer necesidades de la sociedad y al mismo tiempo puede recibir beneficios económicos.

Proyecto: Planificar una idea a través de diferentes actividades que se relacionan y desarrollan la idea.

Plan de negocio: Es una descripción sobre una idea de negocio que se desea emprender y la manera de cómo se llevará a cabo.

Viabilidad: Es un análisis que señala si un proyecto tendrá éxito o no, esto se hace a partir de diversas variables.

ABSTRACT

Sacha Salud S.A.S. is a company that will export sachá inchi oil in 260ml and 500ml glass bottles. Sachá Inchi oil contains various components such as omega 3, vitamins A and E, also has the lowest content of saturated fatty acids, is a fruit that is produced in the Amazon region of Colombia. Within the project, a laboratory will be contracted to manufacture the product. The S.A.S. modality was chosen because it accommodates the project, because it allows the company to have one or more partners, who can be natural or legal persons, the partners can choose the regulation that is closer to their interests and also, the payment of contributions can be deferred up to a maximum period of 2 years, which facilitates the constitution of the company, also for its constitution needs very few documents, for example, form RUES, RUT, Mercantile Registry and Sanitary Registration.

According to the analysis made of Colombia's environment, the project is viable because it is a country that is in full growth and economic development, which has to work much harder due to its high social and security problems, politically it is very influenced by high corruption, economically Colombia is a country with which it is increasingly easy to do business, it also has a wide variety of free trade agreements (FTAs), which benefit the country because it can make the economy grow and there is more confidence from other countries.

The sachá inchi oil belongs to the tertiary sector, as it offers the finished product and is part of the trade sub-sector. Colombia's tertiary sector is one of the most developed, according to the National Administrative Department of Statistics (DANE) and has a profitability of 3.90% annually.

In the market analysis three countries were compared as potential buyers, which were the United States, South Korea and Japan, analyzing their economic environment, political and legal, logistical and technological, social and cultural, with the United States being the country with the highest score of the three. Specifically, the product will be taken to the city of Los Angeles, which has the largest population in the state of California, where people opt for a healthy diet, where the cuisine is extensive with infinite restaurants, which have a tendency for organic and natural products. Here most people have good purchasing power. The consumption of sachá inchi oil, for 2013 data, one of the main importing states of the

United States was California with a total of 1.107 million dollars, for all this is viable because the product would have a good reception in the country of destination.

The competition of sacha inchi oil can be food and beauty products, the vast majority of competition analyzed has quality certifications, which is very important in the U.S. consumer when purchasing a product. Suppliers have the ability to supply the quantity of bottles needed to guarantee export. The distribution of the oil would be done through third parties, which would be restaurants or supermarkets that are located in Los Angeles - California, these restaurants or supermarkets in turn would be promoting the oil and therefore would get greater recognition for our product abroad. In addition, promotional activities would also be through social networks, websites, fairs, thus encompassing a greater number of people who may be potential customers.

To bring the sacha inchi oil to the United States, a tax of 2.30% of the CIF value must be paid. The requirements and approvals for sacha inchi oil are twofold: environmental license and INVIMA sanitary registration. The most favorable route to export the oil is by sea, due to the type of product and in order to reduce costs, leaving the Buenaventura port and arriving at the port of Los Angeles.

Finally, the financial study shows that as a project is not viable to a year because the expected rate of return is 3.90% while the rate of return offered by the project is 0.53%, really is very little and the net present value is even negative, so it takes \$200,396,758, but if projected at five it would be viable since from the second year the investment is recovered, because the internal rate of return is much higher than that of expected profitability, thus leaving a net present value of \$287,845,259 in the fifth year, therefore it is viable.

RESUMEN EJECUTIVO

Sacha Salud S.A.S es una empresa que se dedicará a la exportación de aceite de sachá inchi en botellas de vidrio de 260ml y 500ml. El aceite de Sachá Inchi contiene diversos componentes como el omega 3, vitaminas A y E, además tiene el más bajo contenido en ácidos grasos saturados, es una fruta que se produce en la región Amazónica de Colombia. Dentro del proyecto se contratará un laboratorio que fabrique el producto. Se eligió la modalidad S.A.S porque se acomoda al proyecto, debido a que permite que en la empresa haya uno o más socios, que pueden ser personas naturales o jurídicas, los socios pueden escoger la normativa que se acerque más a sus intereses y también, el pago de los aportes puede ser diferido hasta un plazo máximo de 2 años, lo cual facilita la constitución de la empresa, además para su constitución necesita muy pocos documentos, por ejemplo, formulario RUES, RUT, Registro Mercantil y Matrícula sanitaria.

De acuerdo al análisis realizado del entorno de Colombia el proyecto es viable porque es un país que se encuentra en pleno crecimiento y desarrollo económico, que tiene que esforzarse mucho más debido a sus altos problemas sociales y de seguridad, políticamente se ve muy influenciado por la alta corrupción, económicamente Colombia es un país con el cual cada vez es más fácil realizar negocios, además cuenta con una amplia variedad de tratados de libre comercio (TLC), que benefician al país porque puede hacer crecer así la economía y hay más confianza por parte de otros países.

El aceite de sachá inchi pertenece al sector terciario, ya que ofrece el producto terminado, además, hace parte del subsector del comercio. El sector terciario de Colombia es uno de los más desarrollados, de acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) y tiene una rentabilidad de 3,90% anual.

En el análisis de mercado se compararon tres países como posibles compradores potenciales, los cuales fueron Estados Unidos, Corea del Sur y Japón, analizando su entorno económico, político y legal, logístico y tecnológico, social y cultural, siendo Estados Unidos el país con mayor puntaje de los tres. Específicamente se va llevar el producto a la ciudad de Los Ángeles, la cual tiene la mayor población del estado de California, donde las personas optan por una alimentación saludable, donde la gastronomía es amplia con infinitos restaurantes,

que tienen tendencia por productos, orgánicos y naturales. Aquí la mayoría de las personas cuentan con un buen poder adquisitivo. El consumo de aceite de sacha inchi, para datos del año 2013, uno de los principales estados importadores de Estados Unidos fue California con un total de 1.107 millones de dólares, por todo esto es viable porque el producto tendría una buena acogida en el país de destino.

La Competencia del aceite de sacha inchi puede ser de alimentos y productos de belleza, la gran mayoría de competencia analizada cuenta con certificaciones de calidad, lo cual toma mucha importancia en el consumidor estadounidense a la hora de adquirir un producto. Los proveedores tienen la capacidad de suministrar la cantidad de botellas necesarias para garantizar la exportación. La distribución del aceite se haría por medio de terceros, los cuales serían restaurantes o supermercados que se encuentren ubicados en Los Ángeles - California, estos restaurantes o supermercados a su vez estarían promocionando el aceite y por lo tanto se obtendría un mayor reconocimiento a nuestro producto en el exterior. Además, las actividades de promoción también serían por medio de redes sociales, pagina web, ferias, abarcando así un mayor número de personas que pueden ser posibles clientes.

Para ingresar el aceite de sacha inchi a Estados Unidos se debe pagar un impuesto de 2,30% sobre el valor CIF. Los requisitos y vistos buenos para el aceite de sacha inchi son dos: licencia ambiental y registro sanitario INVIMA. La ruta de acceso más favorable para la exportación del aceite es marítima, debido al tipo de producto y para reducir costos, saliendo del puesto de Buenaventura y llegando al puerto de Los Ángeles.

Finalmente, en el estudio financiero se evidencia que como proyecto no es viable a un año porque la tasa de rentabilidad que se espera es de 3,90% mientras que la tasa de rentabilidad que ofrece el proyecto es de 0,53%, realmente es muy poco y el valor presente neto incluso es negativo, por lo que hace falta \$200.396.758, pero si se proyecta a cinco sería viable ya que a partir del segundo año se recupera la inversión, debido a que la tasa interna de retorno es mucho más alta que la de la rentabilidad esperada, dejando así un valor presente neto de \$287.845.259 al quinto año, por lo tanto es viable.

INTRODUCCIÓN

El aceite de sacha Inchi es un producto que en los últimos años ha tenido una significativa importancia, debido a los beneficios que este tiene para la salud, se ha vuelto muy popular especialmente en países donde la alimentación orgánica es un hábito que se ha adquirido a través del tiempo, como lo es Estados Unidos, Japón, Francia, Corea del Sur, entre otros.

El sacha Inchi es un vegetal dañoso y duradero, conocido también como el maní del inca, las semillas están encapsuladas, su fruto es de color verde y cuando madura es de color marrón. La mayor producción de este vegetal se da en Perú, y en Colombia se da en la región del Amazonas.

El sacha Inchi y sus derivados se han convertido en productos potenciales para Colombia, por su demanda en el extranjero. Según el ministerio de agricultura y desarrollo rural, el área sembrada de sacha Inchi en Colombia ha aumentado en un 300% al pasar de 111 hectáreas en 2015 a 463 en 2017. Las Evaluaciones Agropecuarias (EVAS) de esa entidad revelan que en 2017 se produjeron 1.100 toneladas de Sacha Inchi y los principales productores fueron Putumayo, Valle del Cauca, Amazonas y Antioquia, donde se concentra el 85% del total del país. (Lanotaeconomica, 2018)

También es importante mencionar que el sacha Inchi tiene un alto contenido de omega 3 lo que contribuye a evitar el sacrificio de la especie animal para la estación de la omega 3, también contiene omega 6 y 9. Además, se utiliza mucho para la producción de medicamentos, suplementos dietarios, cosméticos, productos comestibles, entre otros.

A partir de la realidad de la producción del Sacha Inchi en Colombia, es muy rentable, desde el sector primario se cuenta con suelos aptos para su cultivo y del sector de producción cuentan con laboratorios que pueden ser fortalecidos y apoyados por la investigación de las bondades de este producto, además, es un cultivo que sustituye de manera significativa el cultivo de la coca (otra posibilidad para nuestros campesinos), todo o anterior, se revertirá en el mejoramiento de la economía y calidad de vida de los habitantes. Surge entonces la pregunta ¿Es factible la creación de una empresa que se dedique a la exportación de aceite de Sacha Inchi?

Justificación del proyecto

Es importante exportar el aceite de Sacha Inchi por las siguientes razones:

- Aprovechar la ventaja que tiene Colombia en cuanto a su diversidad en frutas exóticas, en este caso explotar productos a base de la fruta conocida como Sacha Inchi, convirtiéndola en producto terminado y con valor agregado, de esta manera el precio del producto final se elevaría, lo que significa mayor utilidad tanto para el productor como para el exportador.
- Cambiar la mentalidad de los exportadores colombianos, es decir, dar a entender que es mucho más rentable ofrecer al mercado internacional un producto terminado que seguir exportando la materia prima, para después importarla nosotros convertida en un producto final, sabiendo que es un proceso que en Colombia se puede realizar, incentivando a una mejora de la industria.
- Ayudar a cambiar el déficit que existe actualmente en la balanza comercial haciendo crecer el índice de exportaciones frente a las importaciones, contribuyendo con la mejora de la economía del país.
- Fortalecer las relaciones comerciales dentro de los diferentes acuerdos que actualmente tiene Colombia, comercializando un producto no tan reconocido como lo es el aceite de Sacha Inchi.
- Con el Aceite de Sacha Inchi se busca ayudar a los consumidores en el cuidado de su salud, ofreciendo un producto natural, que brinda demasiados beneficios, como por ejemplo gracias a su contenido de dos ácidos grasos como Alfa Linolénico Omega-3 y Linolénico Omega-6, puede ayudar en el control y reducción del colesterol, intervenir en la formación del tejido nervioso (mielinización), del tejido ocular y de la estructura de las membranas celulares. Estos ácidos pueden ser de gran ayuda en otras funciones importantes de manera indirecta, desde la regulación de la presión arterial, pasando por la función inmunitaria hasta la agregación de plaquetas.

El aceite de Sacha Inchi, por medio de otros productos, puede ayudar a reestructurar y proteger la piel, el cabello y las uñas, limitando la deshidratación, fortaleciendo y reconstruyendo su barrera natural. Para pieles sensibles, deshidratadas, secas, incluyendo inflamaciones e irritaciones, y para cabellos estropeados o secos. La vitamina E es un

componente activo de la regeneración y los ácidos grasos insaturados nutren, previenen y tratan los problemas de la piel y del cabello. (INCANAT, 2015)

- Apoyar a la sustitución de cultivo de coca por Sacha Inchi, Un problema es que el gobierno todavía no brinda un suficiente apoyo a este tema, y muchas personas ante esta situación, solo ven una salida: volver a sembrar coca y utilizar gasolina, amoníaco y otros químicos, contaminando el suelo y el aire, y volver a ser un engranaje del negocio de la droga. Promoviendo el cultivo de Sacha Inchi, esta problemática puede disminuir, como resultado no se contaminaría más el medio ambiente con productos químicos malignos, también se contribuiría a una mejora en la calidad de vida de las personas que viven en el sector rural, por último, sería un buen paso en contra del mercado ilícito, cambiando así la imagen del país y mostrando una mejor versión de Colombia hacia el mercado internacional. Según SachaColombia, una hectárea de tierra puede producir 3 kilos de semillas de sachá inchi vs. 2.15 kilos de coca. (Wolcott, 2017)

Objetivos:

General

Determinar la viabilidad de la exportación de aceite de Sacha Inchi como un plan de negocio.

Específicos

- Identificar variables externas que afectan el proyecto de manera positiva o negativa.
- Determinar la existencia de una demanda para el producto y las condiciones en las cuales se va a participar en el mercado.
- Establecer la función óptima en los procesos, procedimientos, combinación de medios de producción para la producción del producto.
- Diseñar la estructura organizacional y operativa teniendo en cuenta las debilidades y fortalezas de la empresa.
- Identificar cuáles son las normas legales que rigen el producto y los tributos que la exportación de este acarrea.
- Sistematizar la información monetizable de los estudios anteriores.

De acuerdo a lo anterior, el proyecto consiste en exportar aceite de **Sacha Inchi**, el cual viene empacado en botellas de 250 ml. En cada uno de los estudios se puede ver si es viable desde esa perspectiva y cuáles son los aspectos que se deben tener en cuenta para ejecutar el proyecto. Teniendo en cuenta el análisis financiero que es uno de los más importantes para conocer si el proyecto no deja pérdidas y que la utilidad sea considerable para los socios.

Finalmente, se establecen unas conclusiones basadas en los resultados de los estudios y así tener un panorama general de lo que se puede hacer con el proyecto.

CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1.1 Nombre De La Empresa Y Marca

El proyecto consiste en exportar aceite de Sacha Inchi, el cual viene empacado en botellas de vidrio de 250 ml. El aceite de Sacha Inchi contiene diversos componentes como el omega 3, vitaminas A y E, adicional posee el más bajo contenido en ácidos grasos saturados. Dentro del proyecto se tiene planeado contratar un laboratorio que fabrique el producto con el fin de tener un enfoque más especializado de sachá inchi.

El nombre de la empresa es Sacha Salud, el cual muestra lo que se pretende con el proyecto que es enfocarse al cuidado de la salud, la marca será llamada igual a la empresa. Se debe recalcar que, en las etiquetas está la marca, pero el proceso de etiquetado lo hace el laboratorio.

1.2 Tipo de Empresa

La asociación que más acomoda al proyecto es la Sociedad por Acciones Simplicada (S.A.S), la cual permite que en la empresa exista mínimo un socio o la cantidad que está considere necesario, los cuales, pueden ser personas naturales o jurídicas y cada uno es responsable de acuerdo al aporte que realizó al momento de unirse a la empresa. Además, los socios pueden escoger la normativa que se acerque más a sus intereses y también, el pago de los aportes puede ser diferido hasta un plazo máximo de 2 años, lo cual facilita la constitución de la empresa (Dinero, 2019). No es conveniente la sociedad anónima ya que esta es para medianas y grandes empresas, y este proyecto es una pequeña empresa que apenas se va a constituir. (Barragán, s.f.), y tampoco una sociedad limitada ya que esta requiere que el aporte de los socios sea igual y el pago de estos deben ser pagados en su totalidad al momento de la constitución de la empresa (Actualicese, 2015).

1.3 Descripción de la Empresa

La empresa Sacha Salud se va a dedicar a la exportación de aceite de sachá inchi, tanto para el uso cosmético como alimenticio. El aceite viene en dos presentaciones que es en botellas

de 260 ml y 500 ml. La empresa no se encargará de la producción de este, sino que solo a la venta del aceite, por lo cual el negocio pertenece al sector del comercio.

Sacha Salud va a ser una pequeña empresa la cual tendrá una bodega en el barrio de Robledo para almacenar el aceite de sacha Inchi y un Coworking en el Poblado que se encargará de todas las áreas administrativas de la empresa. Sacha Salud solo estará ubicada en Medellín por el momento.

1.4 Visión y Misión de la empresa

1.4.1 Misión

La empresa Sacha salud fue creada para la comercialización de aceite de sacha Inchi, estamos comprometidos con ofrecer calidad y satisfacción a los clientes, ofreciéndoles precios muy accesibles y hábitos saludables de alimentación.

1.4.2 Visión

En el año 2024 el aceite de Sacha salud estará posicionado y reconocido en los mercados internacionales, la expectativa es que cada día los usuarios se den cuenta de los beneficios que este tiene en cada uno de sus usos.

1.5 Relación Productos y/o Servicios

Como ya se ha dicho anteriormente la presentación del aceite va a ser en botellas de vidrio 260 ml y 500 ml, el cual tiene los siguientes beneficios:

Beneficios:

- Es apto para el consumo humano
- El alto en vitaminas y omega 3
- Posee diversidad de usos
- Puede ser utilizado tanto como alimentos como para uso cosmético.

Tabla 1. Estrategia de mercadeo

Tipo de producto	De consumo final
Necesidad que se Atiende	<ul style="list-style-type: none"> - Ayuda al control y reducción del colesterol. - Ayuda a la regulación de la presión arterial. - Reestructura y protege el cabello, las uñas. - De manera natural ayuda a pieles sensibles y deshidratadas. - Sustituye la siembra de cultivos ilícitos. - Evita el sacrificio de animales como, por ejemplo: peces.
Características físicas	La presentación es en un envase de vidrio, generalmente con capacidad de 260 ml, con una etiqueta donde se especifican las propiedades y contenido del aceite, es espeso, de color amarillo
Características técnicas	El aceite es 100% sacha inchi, contiene propiedades como omega 3 entre el 45% y 54%, omega 6 38%, omega 9 9%.
Características intangibles	El cliente final está apoyando el consumo sostenible y sustentable, promueve el cuidado del medio ambiente y contribuye al desarrollo de las zonas rurales.
Usos del producto	El uso principal del aceite es para preparaciones alimenticias. También tiene usos marginales como por ejemplo mascarillas para el cabello, mascarillas para la cara, preparaciones para la piel.
Normativa	Registro sanitario y visto bueno ante el Invima.
Productos sustitutos o complementarios	El aceite tiene productos complementarios como por ejemplo una ensalada y en general cualquier preparación para el hogar. Posibles productos sustitutos son: aceite de aguacate, aceite de oliva, aceite de argán, aceite de cúrcuma, aceite de coco, aceite de canola.

Fuente elaboración propia con datos recolectados de: Legiscomex.

El aceite de Sacha Salud ofrece un servicio post-venta para conocer la satisfacción del cliente y en que se debe mejorar, al igual que eficiencia en los pedidos y cumplimiento en las cantidades vendidas. También tiene dos presentaciones para que se adecue a la necesidad del cliente. Además, es un producto 100% colombiano el cual tiene un alto reconocimiento a nivel mundial.

En la siguiente tabla, se muestra la ficha técnica del aceite de sachá inchi con su composición.

Tabla 2. Ficha técnica del producto.

FICHA TÉCNICA		
Nombre del Producto	Aceite de sachá inchi	Proporción
Descripción del Producto	Aceite de sachá inchi presentación 260 ml Aceite de sachá inchi presentación 500 ml	N/A
Lugar de Elaboración	Producto elaborado en valle del guamuez-putumayo	N/A
Composición Nutricional	Agua	86%
	Calorías	22%
	Proteínas	0,30%
	Carbohidratos	10,60%
	Fibra	0,50%
Vitaminas y beneficios (considerado también como lo que aporta)	Caroteno	N/A
	Tiamina	N/A
	Riboflavina	N/A
	Niacina	N/A
	Ácido Ascórbico	N/A
	Hierro	N/A
	Fósforo	N/A
	Cálcio (mineral)	N/A
	Vitamina A	N/A
	Vitamina B	N/A
	Minerales	N/A
	Potasio	N/A
	Calcio	N/A
	Posee propiedades diuréticas	N/A
	Vitamina A, vitamina B, minerales, potasio, magnesio, hierro y calcio. Además, contiene fibra	N/A

	soluble (pectinas), taninos, sustancias de acción astringente y numerosas sustancias aromáticas como los ácidos orgánicos (cítrico, tartárico y málico).	
	Contiene fibra soluble (pectinas), taninos, sustancias de acción astringente y numerosas sustancias aromáticas como los ácidos orgánicos (cítrico, tartárico y málico).	N/A
Presentación y empaques comerciales	Botellas de vidrio	N/A

Fuente elaboración propia.

1.6 Ventajas Competitivas y comparativas

El aceite de sacha inchi que va a explotar Sacha Salud tiene como principal ventaja que es extra virgen por lo que puede ser utilizado como cosmético en la piel o el cabello y perfectamente como alimento saludable.

Como el producto va a ser comercializado con distribuidores, el aceite viene en dos presentaciones que son aptos para el diferente consumo dependiendo el distribuidor, ya sea para un hogar, restaurantes, etc.

El aceite es 100% colombiano y producido de manera sostenible por el laboratorio.

1.7 Trámites y Costos

Para la constitución legal de una empresa se requieren los siguientes documentos:

Tabla 3. Trámites y costos de la empresa.

Trámite	Entidad	Costo	Periodicidad
Formulario Rúes	Cámara de comercio	Sin costo	Único

Rut	DIAN	Sin costo	Único
Registro Mercantil	Cámara de comercio	\$854.000	Cada tres meses
Matrícula Sanitaria	Secretaria de salud	\$4.670.851	Es un registro sanitario alto por lo tanto dura 5 años

Fuente elaboración propia.

CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

2.1 Entorno

A continuación, se analizarán cómo las variables del entorno colombiano influyen de manera positiva o negativa en el desarrollo del proyecto por medio de las siguientes tablas.

Tabla 4. Análisis de los entornos.

Entorno Político			
Variable	Descripción	Comportamiento	Análisis
Impuestos	Dinero que se paga al estado para soportar los gastos	Continúa siendo inseguro, para el 2018 en Colombia las compañías pagan 69.8% de impuestos. Entre los más relevantes están impuestos de renta con un 16.3%, industria y comercio, ICA 19.5% y contribuciones a la seguridad social 14.12%.	Esto impacta desfavorablemente a las pequeñas empresas puesto que deben pagar lo mismo que las grandes y sus utilidades son mucho menores.
Acuerdos comerciales	Tratado amplio de impuestos, aranceles y comercio entre países.	Tratados vigentes de Colombia: TLC Colombia - México, Mercosur, Caricom, Canadá, TLC Guatemala-Salvador y Honduras (Triángulo del norte), Alianza del pacífico, CAN, Colombia - Unión Europea, Colombia - Corea del Sur, EFTA, Estados Unidos, Cuba, Nicaragua, Costa Rica.	Hay que aprovechar los 14 tratados vigentes que tiene Colombia para diversificar mercados.
Sistema político	Presidencialista y democrata	El presidente se elige por medio del voto de todos los ciudadanos/as del país.	Se puede decir que es bueno porque se tiene en cuenta la opinión de todo un país por medio del voto. Un sistema democrático permite expresar intereses individuales, estimula la participación ciudadana.

Riesgo político	Mide que tanto se afecta un país debido a las acciones y decisiones políticas de los gobiernos.	Colombia se encuentra en un rango de 50-59 puntos entre 100 se dice que es riesgo de nivel medio y que podría mejorar a largo plazo.	En este momento es favorable para el país porque el riesgo está estable esto propicia seguridad para el proyecto.
Transparencia internacional	Mide el nivel de corrupción de un país	En la más reciente emisión (28 enero -2019) Colombia cae de 37 puntos al 36 entre 1001 –ranking de países pasa del puesto 96 al 99 de 180.	Colombia se ha caracterizado por ser un país con alto nivel de corrupción, por ende este aspecto se convierte en una amenaza para el proyecto.
Acuerdos de paz	Diálogos o negociaciones de paz entre el estado colombiano y las FARC	2018 y 2019 años llenos incertidumbres algunas partes del acuerdo seguirán progresando lentamente pero otras serán frustradas.	En este momento los acuerdos de paz en Colombia están frenados y posiblemente frustrados, lo cual es desfavorable para el proyecto.
Entorno económico			
Variante	Descripción	Comportamiento	Análisis
Doing Business (ranking)	Describe la facilidad para hacer negocios en el país.	De acuerdo a los rankings que se realizan cada año, Colombia ha estado en las siguientes posiciones: 65 (2019) - 59 (2018) - 55 (2017) - 54 (2016) - 52 (2015).	En los últimos años se nota que cada vez es más complejo hacer negocios ya que ha venido bajando posiciones.
Índice de competitividad (ranking)	Mide cómo usar sus recursos y la facultad para proporcionar a sus habitantes un alto nivel de prosperidad.	60 (2018) - 66 (2017) 61 (2016) - 66 (2015) 69 (2014).	Cada vez la economía va siendo más sostenible pero no ha avanzado mucho los últimos años.
PIB	Mide el total de bienes y servicios que se producen en un país, en un periodo de tiempo determinado.	USD 330.227,87 MM (2018) - USD 311,79 MM (2017) - USD 282,825 MM (2016) - USD 291,5 MM (2015) - USD 381,112 MM (2014).	El crecimiento más alto fue en 2014 (4,7%) y no ha superado ese valor, aunque ha venido creciendo. Porcentualmente ha decrecido llegando a 2018 a un 2,16%.
PIB per cápita	Mide la relación entre el nivel de ingresos de un país y sus habitantes	USD 6.651,3 (2018) - USD 6.375,9 (2017) - USD 5.871,2 (2016) -	Ha aumentado muy poco para el año 2018 comparado con los años anteriores.

		USD 6.175,9 (2015) - USD 8.114 (2014).	Porcentualmente ha crecido debido a que en el año 2014 fue negativo (-1.3%) y en el año 2018 fue 0,4%.
Inflación	Muestra un aumento sustancial, persistente y sostenido del nivel general de los precios.	3,18 (2018) - 4,09 (2017) - 5,75 (2016) 6,77 (2015) 3,66 (2014).	Se ha estado equilibrando la inflación ya que los años anteriores fue muy alta.
Tasa de interés	Muestra cuánto cuesta el dinero en el mercado financiero.	4,5% (2018) - 4,75 (2017) - 7,50% (2016) - 5,75% (2015) - 4,5% (2014)	Actualmente hay más demanda para créditos porque la tasa está más baja comparado con otros años.
Tasa de cambio	Es la cantidad de pesos colombianos por un dólar de los Estados Unidos.	3.205,67(2019) - Junio 2.930,80(2018) - Junio 3.038,26(2017) - Junio 2.916,15(2016) - Junio 2.585,11(2015) - Junio	Aunque su comportamiento es variable, la tendencia es de crecimiento, lo cual es positivo porque al exportar se tendría una mayor utilidad.
Balanza Comercial	Incluye las importaciones y exportaciones de un país, siendo negativo que las importaciones sean mayores a las exportaciones.	-15.581 (2015), -11.081 (2016), -5.950 (2017), -7.040 (2018), - 4.422 (2019).	Aunque ha disminuido actualmente está en déficit, lo ideal es aumentar las exportaciones, para así, generar mayores utilidades al país, más empleo, etc.
Entorno Social			
Variable	Descripción	Comportamiento	Análisis
Desempleo	Porcentaje de personas que no tienen empleo.	Junio (2019 9.4), (2018 9.1), (2017 10.8), (2016 8.9), (2015 8.2).	Ha estado en aumento, lo cual es algo negativo para el país, sin embargo es una oportunidad para la empresa generar empleo.
Población	Número de habitantes en el país.	49.648.685 (2018) Millones 48.901.066 (2017) Millones 48.171.392 (2016) Millones 47.520.667 (2015) Millones	Entre más habitantes haya aumenta el consumo del aceite de sachá inchi.

Exportaciones de aceite de sachá inchi	Precio equivalente a las exportaciones de aceite de Sachá Inchi	USD 1.519.596,94 (2014) USD 1.935.044,41 (2015) USD 1.707.520,66 (2016)	Aunque en el año 2016 tuvo una caída, siempre se ha mantenido la tendencia de crecimiento, lo que significa que producto tiene potencial en el mercado exterior.
Entorno Tecnológico			
Variable	Descripción	Comportamiento	Análisis
Proceso de elaboración de aceite de sachá inchi	Procedimientos que se realizan para extraer el aceite de sachá inchi.	1. Descascaramiento y molienda de la semilla.2.Evaporación y extracción de los jugos.3.Almacenamiento en bruto por varios días.4.Purificación y envasado en botella de vidrio oscura para evitar oxidación.	Este proceso sería más óptimo si implementamos tecnologías al momento de producir.
Infraestructura de los molinos de mecánicos para la extracción del aceite	Es el mecanismo por medio del cual se extrae el aceite de la semilla de sachá inchi.	En Colombia desde el año 2007 aproximadamente se utilizan estos molinos.	Cabe destacar que su uso genera una producción más óptima y confiable del aceite.
Zonas Portuarias	Son los lugares que permiten el flujo de mercancías por vía marítima.	Colombia cuenta con 10 zonas portuarias, las más importantes en el comercio exterior son: Buenaventura, Cartagena, Barranquilla y Santa Marta.	Es muy beneficioso puesto que se facilita más la circulación de mercancías.
Zonas Aeroportuarias	Son lugares que permiten el flujo de mercancías por vía aérea.	Colombia cuenta actualmente con 590 aeropuertos y campos de aterrizaje. Los más importantes están en: Bogotá, Medellín, Barranquilla, Cartagena, Santa Marta, Buenaventura, Cali y San Andrés.	Es bueno tener acceso a estos aeropuertos, puesto que hay mercancía que solo ingresan o salen del país por este medio.
Infraestructura Vial	Es el medio a través del cual se le otorga conectividad terrestre al país tanto para el transporte de personas como de carga.	Para el 2017 se espera que la inversión en carreteras y autopistas alcance 7.8 billones	Colombia no cuenta con muy buena infraestructura vial, esto disminuye la comercialización por medio de vía terrestre.

Índice de desempeño logístico	Mide variables relacionados con el comercio y la logística con el fin de mejorar los procesos.	2,94 (2018) 2,61 (2016) 2,64 (2014)	En 2018 ha mejorado su desempeño ya que en un ranking de 100 países pasó del puesto 94 al 58 subió 36 puestos comparado con el año 2016. Este avance se da como resultado del esfuerzo del gobierno en temas de construcción de infraestructura, intermodalidad y facilitación del comercio.
Entorno Ecológico			
Variable	Descripción	Comportamiento	Análisis
Cambio climático	Trata las consecuencias en el clima por las acciones del ser humano, organizaciones como World Meteorological Organization (WMO), se encargan de hacer estos estudios.	Actualmente los recursos naturales se están utilizando más rápido de lo normal y se están agotando en grande escala	Se reduce la capacidad de regeneración de recursos evitando que los cultivos se realicen adecuadamente.
Tendencias ecológicas	Actitudes y comportamientos de las personas frente al cuidado del medio ambiente.	Actualmente los consumidores toman su decisión de compra con base en su impacto en el medio ambiente.	Se debe tener en cuenta el impacto ambiental a la hora de comercializar, pues este aspecto es muy importante para el comprador.
Registro sanitario para el aceite	Es el que da la autorización para su uso o consumo.	Para este tipo de producto se requiere la resolución INVIMA 243630 de 1999.	Este registro es muy importante puesto que genera más seguridad al momento de comprar un producto, pero para este proyecto no se requiere sacar este registro, sino que el laboratorio ya lo debe tener.

Entorno Legal			
Variable	Descripción	Comportamiento	Análisis
Índice de propiedad intelectual	Es una rama del derecho que busca por una parte fomentar la innovación, la creación y la transferencia tecnológica.	61 (2018) 62 (2017) 71 (2016) 72 (2015)	En un ranking de 1 a 100 puestos, Colombia en el año 2018 se ubicó en el puesto 61, lo que demuestra que, cada vez se fomenta más la innovación y la creación de empresas por lo que puede haber un crecimiento económico.
Creación de empresa	Documentos necesarios para crear una empresa en Colombia.	Rut, Certificado de existencia y representación legal, Registro mercantil.	Son alguno de los trámites necesarios para crear una empresa en Colombia, adicionalmente cuentan con el apoyo de la Cámara de Comercio.

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de: (Consejo nacional de competitividad, 2018), (Galeano, 2018), (Clavijo & Joya, 2019), (Datos macro, 2018), (Wikipedia, 2019), (Financial red, 2018), (Semana, 2019), (Manchego, 2018), (Efxto, 2012), (Marsh, 2019), (Portafolio, 2019), (Johnson, 2019), (García, 2017), (Alcaldía de Barranquilla, 2019), (Rueda, 2018), (DNP, 2018), (Mincomercio, 2019), (Dane, 2019), (Banrep, 2019), (Banco mundial, 2018), (Banco mundial, 2017), (International property index, 2018), (Cámara de Medellín, 2019), (Numbeo, 2019).

De acuerdo al análisis realizado sobre las variables del entorno de Colombia se puede concluir que, es un país que se encuentra en pleno crecimiento y desarrollo económico, que tiene que esforzarse mucho más debido a sus altos problemas sociales y de seguridad. Como por ejemplo políticamente hablando es un tema que se ha visto perjudicado por la alta corrupción que se vive actualmente en el país, como lo muestra la transparencia internacional. Socialmente es un país con déficit en empleo, lo que genera pobreza y así mismo se genera la inseguridad porque las personas de alguna forma u otra busca como sobrevivir y lo hace por medio de actividades ilícitas, otro tema social y que hace parte del político son los acuerdos de paz que trajeron mucha paz y tranquilidad a las personas que viven en zonas rurales del país, aunque en la actualidad estos acuerdos están en pausa.

Económicamente, Colombia es un país con el cual cada vez es más fácil realizar negocios, esto lo demuestra el Doing Business, además cuenta con una amplia variedad de tratados de libre comercio (TLC), que benefician al país porque puede hacer llegar sus productos a muchas más personas, haciendo crecer así la economía. Tecnológicamente Colombia aún está en desventaja con relación a otros países del primer, aun así, cuenta con una buena cantidad de zonas aeroportuarias y tiene acceso tanto al mar Caribe como al mar Atlántico y al océano Pacífico, lo cual es una de las mayores ventajas de Colombia (Castro, Acosta, & Praj, 2019). Ecológicamente, el país está tratando de concientizar más a las personas, fomentando una tendencia al cuidado del medio ambiente, porque los cambios climáticos son una amenaza para el país, debido a que gran parte de la economía proviene de cultivos y pues estos se ven afectados.

Finalmente, en el aspecto legal, es muy fácil fundar una empresa en Colombia, la Cámara de Comercio trata de no exigir tanto, con la intención de que las personas se animen y constituyan empresas legalmente, porque estas nuevas ideas de negocio, hacen crecer la economía del país.

2.2 Sector o Industria

Sector

La comercialización del aceite de sacha inchi pertenece al sector terciario ya que ofrece el producto terminado, además, hace parte del subsector del comercio.

Código CIU

4631: El comercio al por mayor de frutas, legumbres y hortalizas, productos lácteos, huevos y productos de huevos, aceites y grasas comestibles, carnes y productos cárnicos, productos de la pesca, azúcar, panela, productos de confitería, productos de panadería y productos farináceos, café transformado, té, cacao y chocolate y especias, salsas, y otros preparados alimenticios.

Cadena de valor

Dentro de la cadena de valor el proyecto se piensa desarrollar a partir de la logística externa, lo que significa que la logística interna y todo lo relacionado con operaciones se va a realizar por medio de terceros.

Ilustración 1. Cadena de valor del proyecto.



Actores principales del sector:

Competencia: Existen muchas empresas dedicadas a la distribución y comercialización de bienes, actualmente se utilizan diferentes estrategias para llegar al consumidor final, como el marketing o la innovación (Acosta & Montoya, 2019). El subsector es muy amplio y hay gran diversidad de bienes, pero se debe tener en cuenta que en cualquier momento alguna empresa puede llegar a comercializar aceite de sachu inchi. Adicional hay empresas que se dedican a la venta de este tipo de aceite como Senderos de Paz y Bienestar, Inzunza Gift of Nature, entre otros que llevan más tiempo realizando esta actividad. (Quimnet, 2019)

Proveedores: Generalmente las mismas empresas productoras del aceite de sacha Inchi o cualquier otro, proveen por sí mismos la materia prima que en este caso el vegetal de sacha inchi el cual se produce principalmente en el Putumayo, Valle del Cauca, Amazonas y Antioquia. (La nota económica, 2018). Dentro de los proveedores se podría considerar los laboratorios o fincas donde se realice este proceso.

Consumidores: Dentro del subsector los consumidores pueden variar dependiendo del tipo de aceite, los aceites utilizados para cocinar son especialmente comprados por amas de casa, restaurantes, etc. El aceite de sacha inchi se puede consumir como alimento ya que contiene gran cantidad de omega 3, pero también es muy utilizado para la producción de cosméticos por lo que es muy probable que las empresas dedicadas a la fabricación de estos sean unos de los principales clientes.

Ventas del sector comercio

Tabla 5. ventas del sector.

2017	2016	2015	2014	2013
250,5 billones de pesos	246 billones de pesos	232,8 billones de pesos	210,4 billones de pesos	186.3 billones de pesos

Fuente elaboración propia.

Se puede analizar que el comportamiento de las ventas en el sector comercio entre los años 2013 y 2017 ha ido variando positivamente, cada año van aumentando las ventas demostrando que el sector del comercio ocupa un lugar importante dentro de la economía (Dane, 2015).

Empleos que genera el sector

El sector terciario de Colombia es uno de los más desarrollados. De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia (DANE), el sector terciario aloja más del 80 % de la fuerza laboral del país, y también indica que, de los

establecimientos económicos del país, el 48 % está dedicado al sector comercio mientras que el 40 % está destinado a los servicios (Acosta Strobel, 2013; 2015).

El sector terciario incluye las actividades relacionadas con la venta de bienes y servicios entre las cuales están: el comercio, las telecomunicaciones, el transporte, la medicina, la salud pública, la educación, el turismo la administración y las finanzas. (Martínez, 2019)

El sector del comercio de servicios representó un 68% del valor agregado del producto interno bruto (PIB), En lo cual se puede ver que el sector de servicios es muy relevante en Colombia y por lo tanto contribuye a la generación de empleo productivo y de oportunidades para los colombianos. (Portafolio, 2017). En el año 2017 el sector comercio ocupó de manera directa 577.694 personas (Dane, 2018).

Número de empresas en el sector

Dentro de las 100 empresas más grandes de Colombia, el subsector de comercio al por menor es el segundo al mando después de petróleo y gas con 17 empresas entre las cuales indiscutiblemente el grupo éxito sigue siendo el líder de esta lista. (Semana, 2017)

El sector comercio en el año 2018 obtuvo un crecimiento del 3,9% dentro del PIB. La disminución en las tasas de interés de crédito de consumo y de las tarjetas de crédito favoreció el incremento en las compras, especialmente en temporada de vacaciones. (Einforma, 2018)

En la última medición se les preguntó a los empresarios sobre sus márgenes de rentabilidad para el segundo semestre de 2016, se aprecia que los márgenes para el sector de comercio (6 en su balance de respuestas en 2016-II vs. -1 en 2015-II) y servicios (12 vs. 6) han experimentado una ligera recuperación, Ello se explica por reducciones en los costos (27 en 2016-II vs. 41 en 2015-II para comercio y 28 vs. 34 para servicios), las cuales han superado las caídas en los ingresos (7 vs. 16 en comercio y 13 vs. 18 en servicios). (Anif, 2017)

Ilustración 2. Rentabilidad del sector.

INDICADORES FINANCIEROS SECTOR COMERCIO										
Indicador	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2015	2017
	Rentabilidad									
Margen Bruto	20,9%	22,0%	21,2%	21,4%	21,0%	21,2%	22,7%	17,5%	18,6%	17,6%
Roe	5,0%	4,9%	5,8%	4,2%	4,1%	0,6%	2,0%	5,4%	0,8%	-3,3%

El promedio de la rentabilidad del sector entre los años 2008 y 2017 es de 2,95, relativamente es bajo, esto puede afectar el proyecto, porque en algún momento la inversión puede ser más alta que las ganancias.

Barreras de entrada

Las barreras más relevantes a identificar en el sector son, la complejidad tecnológica, la necesidad de patentes y altas inversiones y esto ayuda a definir el riesgo de entrada de nuevos competidores. (Méndez, 2019)

Poder de negociación

Proveedores: Los proveedores juegan un papel importante dentro del sector del comercio ya que a partir de lo que ellos proporcionan se puede ver un alza o una baja en los precios y en la economía del sector, a pesar de eso cabe resaltar que hay una unión con los distribuidores ya que si ellos no tienen pedidos los proveedores no pueden vender.

Clientes: Tienen un alto poder de negociación porque son quienes tiene la opción de escoger y seleccionar el bien o servicio. Cuando el distribuidor o proveedor es un monopolio, el cliente pierde el poder ya que debe acoplarse a la oferta que tiene.

Distribuidores: El poder de negociación de los distribuidores es intermedio porque son dependientes de los proveedores y de los clientes, a partir de la oferta y la demanda, es decir, dependiendo de la capacidad de los proveedores los distribuidores pueden elegir la cantidad y la calidad entre otros factores para comprar, al igual que dependiendo de los clientes, estos miden la cantidad de compra.

CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1 Objetivos de Mercadeo

Dentro de los objetivos de mercadeo se pretende tener claro el tiempo y la manera de hacer crecer el negocio y dar posicionamiento al producto.

- A corto plazo: Implementar una página web y redes sociales en las cuales se pueda dar a conocer el producto.
- A mediano plazo: Asistir a diferentes ferias en Estados Unidos u otros países, las cuales sean relacionadas con el producto.
- A largo plazo: Tener un propio centro de distribución en California para comercializar directamente el producto.

3.2 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

Para realizar la inteligencia de mercado se seleccionaron tres países potenciales para la exportación de aceite de Sacha Inchi, de lo cual a partir de un análisis de ciertas variables que se consideraron importantes se escoge un país para exportar el producto.

Los países preseleccionados son:

Estados Unidos: Es el segundo mercado más importante a nivel mundial en el consumo de productos orgánicos y saludables, pues ahí la población es cada vez más consciente de la necesidad de una alimentación sana, nutritiva y equilibrada para evitar problemas de salud, lo que incluye el menor consumo de grasas de origen animal. (Chirinos, y otros, 2009). En el año 2017 las exportaciones para Estados Unidos fueron del 12,16% (SIICEX, 2017)

Corea del Sur: Es el país que más importa productos derivados del Sacha Inchi, Las presentaciones más exportadas a Corea del Sur son snack de Sacha Inchi, aceite de Sacha Inchi y Sacha Inchi tostado, siendo este último la presentación que más se exporta. (myperuglobal, 2018). En 2017 las exportaciones a este mercado fueron del 63,47% (SIICEX, 2017).

Japón: El aceite de Sacha Inchi se ha convertido en un producto de gran importancia en este país ya que médicos han empezado a recomendarlo para la salud, para el 2014 se importaron 20 toneladas de aceite y para el 2015 se importaron 40 toneladas lo que muestra que el consumo ha ido creciendo. (internationalpress, 2015). Además, en el año 2017 se exportó a Japón el 8,90% del aceite de Sacha Inchi. (SIICEX, 2017)

Análisis Matriz

Ilustración 3. Matriz de estudio de mercado, análisis económico.

Análisis económico										
Nivel de importancia	Indicador	ESTADOS UNIDOS	CLF	Nota ponderada	COREA DEL SUR	CLF	Nota ponderada	JAPON	CLF	Nota ponderada
N/A	tipo de economía									
N/A	moneda	Dolar			won surcoreano			Yen japonés		
N/A	tasa de cambio de monedalocal vs usd	1 USD			1 USD: 1181,40 KRW			1 USD = 107,968 JPY		
20%	PIB (GDP)	20.580.200M.\$	5	1	1.619.424M.\$	0,4	0,08	4.971.930M.\$	1,2	0,24
10%	Crecimiento del PIB	2,90%	5	0,5	2,70%	4,6	0,46	0,80%	1,4	0,14
5%	PIB per cápita (GDP per capita)	62.904 USD	5	0,25	31.363 USD	2,5	0,125	39.295 USD	3,1	0,155
4%	Tasa de desempleo	3,7% (2019)	3	0,12	3,2% (2017)	3,4	0,136	2,2% (2019)	5	0,2
18%	Tasa de inflación	2,4%	2,1	0,378	1,5%	3,3	0,594	1,0%	5	0,90
4%	Tasa de interés	1,25%	5	0,2	1,50%	4,2	0,168	-0,10%	0	0
3%	Índice de pobreza	8,6%	2	0,063	10,4% (2017)	1,7	0,051	3,6%	5	0,15
15%	Índice global de competitividad (GCI) Ranking	1°	5	0,75	15°	0,33	0,0495	5°	1	0,15
9%	Índice de libertad económica	76,8%	5	0,45	72,3%	4,7	0,423	72,1%	4,7	0,423
12%	Doing Business Ranking	82,75%	4,9	0,588	84,14%	5	0,6	75,65%	4,5	0,54
100%	TOTAL			4,30			2,69			2,90

Fuente elaboración propia.

Ilustración 4. Matriz de estudio de mercado, análisis político y legal.

Análisis político y legal										
Nivel de importancia	Variable	ESTADOS UNIDOS	CLF	Nota ponderada	COREA DEL SUR	CLF	Nota ponderada	JAPON	CLF	Nota ponderada
N/A	Sistema político	república federal constitucional			República presidencial			monarquía constitucional parlamentaria		
22%	Índice de riesgo político	85%	5	1,1	70,80%	4,2	0,9	83,1%	4,9	1,1
26%	Índice de gobernanza	16	4,7	1,2	33	2,27	0,6	15	5	1,3
20%	Eficiencia judicial	76,8	5	1	57,5	3,7	0,7	68,5	4,5	0,9
14%	Índice de transparencia	75	3,6	18,9	54	5	0,7	73	3,7	0,52
18%	Integridad del gobierno	77,4	4,9	0,9	50,5	3,2	0,6	78,0	5	0,90
100%	TOTAL			6110,86			3,53			4,70

Fuente elaboración propia.

Ilustración 5. Matriz de estudio de mercado, análisis logístico y tecnológico.

Análisis logístico y tecnológico										
Nivel de importancia	Variable	ESTADOS UNIDOS	CLF	Nota ponderada	COREA DEL SUR	CLF	Nota ponderada	JAPON	CLF	Nota ponderada
15%	Número de usuarios de internet	76.2%	4,1	0,615	89.9%	4,8	0,72	92%	5	0,75
40%	Índice de desempeño logístico (Logistics performance index)	3,99	5	2	3,72	4,6	1,84	3,97	4,9	1,96
30%	Número de horas para nacionalizar mercancía	8	0,63	0,189	1	5	1,5	3	1,7	0,51
15%	Cantidad de documentos requeridos en	4	5	0,75	6	3,33	0,4995	4	5	0,75
100%	TOTAL			3,55			4,56			3,97

Fuente elaboración propia.

Ilustración 6. Matriz de estudio de mercado, análisis social y cultura.

Análisis social y cultural										
Nivel de importancia	Variable	ESTADOS UNIDOS	CLF	Nota ponderada	COREA DEL SUR	CLF	Nota ponderada	JAPON	CLF	Nota ponderada
N/A	Idioma (s)	Inglés			koreano			Japones		
N/A	Religión (es)	Protestantes y Romanos católicos			protestantes y no creyentes			sintoísmo y budismo		
10%	Individualismo/colectivismo (Dimensiones culturales de Hofstede)	91	0,3	0,03	18	5	0,5	46	0,76	0,076
18%	Índice de masculinidad y feminidad (Dimensiones culturales de Hofstede)	62	5	0,9	39	0,4	0,072	95	0,32	0,0576
16%	Índice de aversión al riesgo (Dimensiones culturales de Hofstede)	46	0,74	0,12	85	5	0,8	92	2,08	0,33
10%	Índice de capital humano (Global human capital index)	74,8%	5	0,5	69,8%	4,7	0,47	72,0%	4,8	0,48
12%	Índice de costo de vida (no confundir con inflación)	70,0%	5	0,6	77,0%	4,5	0,54	83,3%	4,2	0,504
13%	Índice de desarrollo humano (HDI)	13	5	0,65	22	3	0,39	19	3,4	0,442
12%	Índice de felicidad	19	5	0,6	54	1,8	0,216	58	1,6	0,192
9%	Población total (indicador demográfico)	329'256.465	5	0,5	51'418.097	0,9	0,00	128'168.156	1,9	0,00
100%	TOTAL			3,85			2,99			2,08

Fuente elaboración propia.

Estados Unidos ha sido seleccionado como mercado meta para realizar la exportación de aceite de sachá inchi, con base en los resultados obtenidos de la matriz. Este fue el país con mejor puntaje en los aspectos económicos, políticos, sociales y culturales, exceptuando el aspecto logístico y tecnológico, pero cabe resaltar que en estos últimos aspectos también es bien posicionado. Además, es un país con el cual Colombia tiene muy buenas relaciones comerciales y amplias oportunidades por el TLC que tienen estos dos países. También es mucho más fácil a la hora de realizar negociaciones por temas logísticos, culturales e idioma y logísticamente

desde Colombia hacia Estados Unidos se facilita mejor el transporte que hacia Japón o Corea del sur; igualmente el idioma, aunque es distinto es más fácil hacer negociaciones en inglés ya que es un idioma muy globalizado, por último, culturalmente Colombia es más semejante con Estados Unidos de acuerdo a los índices de Hofstede.

3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios

Estados Unidos: Con más de 325 millones de habitantes, es el segundo país más grande del hemisferio occidental y cuarto del mundo. Se caracteriza por ser el productor y exportador de alimentos más grande del mundo, al igual que también es la potencia industrial más importante. Posee muchos recursos naturales, paisajes y climas. Es un país soberano constituido en república federal constitucional que está dividida por cincuenta estados y un distrito federal. Su capital es Washington distrito federal, D.F. (ICARITO, 2009).

Como es la gente

Los estadounidenses son muy directos, honestos y francos. Guardan respeto por su interlocutor y no son ofensivos. Los estadounidenses suelen vestirse de manera informal. Adultos y jóvenes suelen tratarse por sus apodos. No les dan gran importancia a los formalismos sociales.

Consumo de aceite de sacha inchi

Para datos del año 2013, uno de los principales estados importadores de Estados Unidos fue California con un total de 1.107 millones de dólares.

De acuerdo con la información anterior acerca del consumo de aceite se tomó el estado de California como mercado objetivo para exportar aceite de sacha inchi ya que el consumo de aceites y comestibles con estas características es adquirido por un público muy gourmet y es casi el doble del promedio del país.

California es uno de los cincuenta estados de Estados Unidos de América. Su capital es Sacramento, y su ciudad más poblada, Los Ángeles. (ViajarCalifornia, 2019)

Tamaño del mercado

La población en Estados Unidos para el año 2017 se divide de la siguiente manera:

0-14 años: 18,84% (hombres 31.182.660/mujeres 29.854.687)

15-24 años: 13,46% (hombres 22.360.342/mujeres 21.252.215)

25-54 años: 39,6% (hombres 64.170.791/mujeres 64.135.619)

55-64 años: 12,85% (hombres 20.081.837/mujeres 21.536.994)

65 años y más: 15,25% (hombres 21.895.128/mujeres 27.525.255) (Indexmundi, 2017).

En 2017 California cerró con una población de 39.536.653 personas, la cual incrementó 240.117 habitantes a comparación del año anterior, en porcentajes varió un 0.6%, es el estado más poblado de Estados Unidos.

El 19% de los adultos mayores a 25 años no tiene ningún título de bachillerato en comparación del 14% para todo Estados Unidos. (OEHHA, 2019). El estado de California tiene casi 40 millones de consumidores con un alto poder adquisitivo y las mejores oportunidades se encuentran en el sector tecnología, infraestructura y medio ambiente. El estado dorado, así lo llaman, es uno de los mercados más jugosos tanto para Estados Unidos como para el resto del mundo ya que cuenta con una población de gran tamaño y un nivel adquisitivo muy elevado, con una renta per cápita cerca a los 60.000 dólares, además se sitúa a la cabeza de Estados Unidos tanto en crecimiento económico como en generación de empleo (Sekulits, 2017).

3.4 Cuantificación de los clientes potenciales de bienes y/o servicios

El estado de California tiene casi 40 millones de consumidores con un alto poder adquisitivo y las mejores oportunidades se encuentran en el sector tecnología, infraestructura y medio ambiente. El estado dorado, así lo llaman, es uno de los mercados más jugosos tanto para Estados Unidos como para el resto del mundo ya que cuenta con una población de gran tamaño y un nivel adquisitivo muy elevado, con una renta per cápita cerca a los 60.000 dólares, además se sitúa a la cabeza de Estados Unidos tanto en crecimiento económico como en generación de empleo (Sekulits, 2017).

A lo anterior se tiene en cuenta que Los Ángeles es la ciudad más poblada y la que consume mayor número de alimentos nutritivos y orgánicos, como el café, legumbres y aceites.

3.5 Mercado Competidor

A continuación, se muestran algunas empresas que son competencia en Estados Unidos. Estas empresas van dirigidas tanto para el sector alimenticio como el cosmético, y es importante resaltar que el proyecto va dirigido a ambos sectores.

Tabla 6. Competencia internacional Shea Moisture.

Nombre	Shea Moisture
Ubicación	11 Ranick Dr South Amityville, NY. 11701, USA
Productos	comercializa diferentes artículos para el cuidado de la piel, el cabello, para todo tipo de persona, entre ellos el aceite de sachá inchi
Precio	1 botella de 384 ml cuesta 10,99 USD
Distribución	A través su propia tienda online, otras tiendas online como Amazon y supermercados como Walmart, entre otros.
Promoción	Por medio de redes sociales, su página web, principalmente en Estados Unidos.
Fortalezas	Tiene muchas certificaciones como cruelty free, organic natural and fair trade ingredient, ethically trade sustainably produced, entre otras.
Debilidades	Es una empresa que a pesar que trabaja mucho por las comunidades africanas y sus productos son de buena calidad no tiene mucho reconocimiento en el mercado internacional.

Fuente elaboración propia con datos recolectados de: (Sheamoisture, 2019).

Tabla 7. Competencia internacional Mayan's Secret.

Nombre	Mayan's secret
Ubicación	Los Ángeles, California

Productos	Aceites naturales a base de frutos y plantas.
Precio	1 botella de 118ml de aceite de sacha inchi cuesta 18,95 USD.
Distribución	A través su propia tienda online, otras tiendas online como Amazon, sexy sparckles y supermercados como Walmart, entre otros.
Promoción	Por medio de redes sociales, su página web, principalmente en Estados Unidos.
Fortalezas	El producto es 100% natural por lo tanto conserva todos sus beneficios. también está certificado por la USDA (departamento de agricultura de los Estados Unidos)
Debilidades	No cuenta con un punto de venta propio, por lo que las ventas las hacen a través de distribuidores, lo que hace que el precio del producto sea más elevado.

Fuente elaboración propia con datos recolectados de: (Mayanssecret, 2019).

Tabla 8. Competencia internacional eSutras Organics.

Nombre	eSutras Organics
Ubicación	2023 W Carroll Ave, Suite C 223 Chicago, IL 60612 USA
Productos	Son productos como aceites gourmet, café, tea, hierbas, que son naturales y orgánicos que ayudan al cuidado de la persona, gracias a sus altos

	contenidos de vitaminas, proteínas, etc.
Precio	Una botella de 250ml de sachá inchi cuesta 11,24 USD
Distribución	A través de su propia tienda online, otras tiendas online como Amazon.
Promoción	Por medio de redes sociales, su página web, también cuentan con un blog.
Fortalezas	Tiene múltiples certificaciones de control y calidad como por ejemplo USDA, cruelty free, member organic trade association, etc. Tienen un blog donde explican los beneficios de sus productos, además incentivan el consumo de productos orgánicos.
Debilidades	No cuenta con su propio punto de venta y esto hace que el producto se haga más costoso en las tiendas online

Fuente elaboración propia con datos recolectados de: (eSutrasorganics, 2019).

Tabla 9. Competencia internacional HIGH ALTITUDE COSMECEUTICALS

Nombre	HIGH ALTITUDE COSMECEUTICALS
Ubicación	Stanwood, WA 98292, USA
Productos	Plantas, cremas, aceites, entre otros productos, relacionados con el cuidado personal y del organismo.
Precio	Una botella de 474 ml cuesta 74,99 USD.

Distribución	A través de su propia tienda online.
Promoción	Por medio de redes sociales, su página web.
Fortalezas	Cuenta con su propio sitio de venta directo.
Debilidades	No cuenta actualmente con certificaciones de calidad que avalen el producto.

Fuente elaboración propia con datos recolectados de: (high altitude cosmeceuticals, 2019)

Tabla 10. Competencia internacional Tamarin fruits.

Nombre	Tamarin fruits
Ubicación	11561 TWIN OAKS TRL JACKSONVILLE
Productos	Pulpas de fruta exóticas de Colombia, aceite, panela.
Precio	Una botella de 250 ml cuesta 30 USD.
Distribución	A través de su propia tienda online.
Promoción	Por medio de redes sociales, su página web, cuenta con un blog.
Fortalezas	Productos 100% naturales.
Debilidades	No cuenta con certificaciones de calidad.

Fuente elaboración propia con datos recolectados de: (Tamarin fruits, 2019).

Análisis: De acuerdo a las tablas anteriores se puede observar que la competencia en California está muy bien estructurada y tienen muy buena estabilidad en el mercado, esto lleva a mirar de qué manera se le puede dar valor agregado al producto para ser competitivo en este estado. Es muy importante tener en cuenta las certificaciones de calidad ya que la mayoría de la competencia está certificada y Estados Unidos es un país donde ese tipo de aspectos es muy importante para los consumidores.

Proveedores

Tabla 11. Proveedor Discomerla SAS

Nombre	Discomerla SAS
Ubicación	cl 49-d Antioquia Envigado
Productos	Sacha inchi, pulpa de fruta, panela y aloe vera
Precio	botella de 500 ml 41.800+ IVA
Políticas de pago	50% al momento del pedido y 50% al momento de entrega
Capacidad y tiempo de entrega	800 botellas de 500 ml mensuales y con un tiempo de entrega estimado en 4 días.
Fortalezas	Además que son productores y distribuidores también realizan exportación de varios alimentos manejan variedad de productos lo cual es bueno porque no dependen solo de uno.

Debilidades	No cuentan con tienda física y muy poca publicidad por medio de redes sociales.
--------------------	---

Fuente elaboración propia con información suministrada por los proveedores vía telefónica.

Tabla 12. Proveedor Chamorro Benavides.

Nombre	Chamorro Benavides
Ubicación	Carrera 8 5 71 barrio El Recreo, Valle del Guamuez, Putumayo
Productos	Pimienta negra en grano o molido, pimienta blanca en grano ,aceite de sachá inchi, aceite de cacay, mantequilla de copazu, pulpas de frutos amazónicos , snack de sachá inchi, proteína de sachá inchi etc.
Precio	Botella de vidrio 260 ml 21.500+ IVA Botella vidrio 510 ml 42.000+ IVA Recipiente plástico de 22 litros 52.000 litro+ IVA
Políticas de pago	50 % al momento de hacer el pedido y 50% en la entrega.
Capacidad y tiempo de entrega	1000 botellas de 260 ml y 500 botellas de 500 ml mensuales y su tiempo de entrega son de 3 días si el aceite está extraído de la semilla de contrario de 5 a 6 días.
Fortalezas	Maneja aceites innovadores y en su catálogo hay disponible alrededor de 52 productos, lo que conlleva a que el cliente encuentre todo lo que necesite en un mismo lugar.
Debilidades	No tienen tienda física para su venta esto puede evitar un consumo más constante.

Fuente elaboración propia con información suministrada por los proveedores vía telefónica y datos recolectados de: (El economista, 2019).

Tabla 13. Proveedor Hacienda Flandes.

Nombre	Hacienda Flandes
Ubicación	kilómetro 7 vía Sevilla manzanillo Sevilla Valle del Cauca
Productos	Aceite de sacha inchi, macadamia, aceite de coco, café arábigo colombiano tostado, macadamia en concha.
Precio	Botella de 260 ml 20.100+ IVA Botella 510 ml 44.000+ IVA Solo manejan esas dos presentaciones
Políticas de pago	100 % al momento de la entrega y el transporte corre por cuenta del comprador.
Capacidad y tiempo de entrega	1200 unidades de 260 ml y 800 unidades de 510 ml estiman un tiempo de 8 días para su entrega
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> ● Todos los cultivos son sostenibles y amigables con el medio ambiente, al ser una empresa agrícola maneja la siembra de las semillas y la producción y venta del aceite. ● Cuida permanentemente la fauna y flora.
Debilidades	No cuentan con transporte para entregar la mercancía al distribuidor ya que este debe ir por sus medios por el producto

Fuente elaboración propia con información suministrada por los proveedores vía telefónica.

Tabla 14. Proveedor Agrolive insumos.

Nombre	Agrolive insumos
Ubicación	Tuluá valle del cauca
Productos	Aceite de sacha inchi, aceite de sacha inchi extra virgen, sacha inchi tostado natural.
Precio	botella 250 ml 22.300+ IVA botella de 500 ml 44.600 + IVA
Políticas de pago	100 % contra entrega
capacidad y tiempo de entrega	500 botellas mensuales de ambas presentaciones con un tiempo de entrega de 5 días hábiles
Fortalezas	Son especialistas en fortalecimiento y apoyo de las cadenas productiva a través de capacitaciones. Son líderes en el módulo de desarrollar una nueva agricultura ecológica.
Debilidades	Cuenta con pocos establecimientos para su distribución

Fuente elaboración propia con información suministrada por los proveedores vía telefónica.

Tabla 15. Proveedor Don Juan Organic SAS

Nombre	Don Juan Organic SAS
Ubicación	Calle 34 #92-47 Col. centro, Medellín, Antioquia
Productos	Sacha inchi, frutas tropicales cacao y café
Precio	Botella de 310 ml 31.200+ IVA solo manejan esa presentación
Políticas de pago	70% al momento del pedido y 30% en la entrega
Capacidad y tiempo de entrega	500 botellas mensuales y se estipula un tiempo de entrega de 10 días
Fortalezas	Trabajan desde tres divisiones agricultura, producción y comercialización. También trabajan al cuidado del medio ambiente.
Debilidades	En este momento aún no cuentan con tienda online

Fuente elaboración propia con información suministrada por los proveedores vía telefónica.

Análisis: En las tablas anteriores se observa cuáles son los posibles proveedores para distribuir el aceite de sacha inchi y es de notar que son empresas que manejan buena cantidad de producto y además cuentan con la propia materia prima, el envase y el empaque por lo que la comercializadora no requiere de más proveedores de empaque o materias primas, etc. Además, esto facilita la comercialización del producto ya que el tiempo de entrega también es corto.

3.6 Mercado Distribuidor

La distribución del aceite de sachá inchi va a ser indirecta ya que en Estados Unidos no se cuenta con un punto de venta propio por lo que se tendrán en cuenta algunos distribuidores con los cuales se puede negociar.

3.6.1 Distribución a través de terceros

Tabla 16. Distribuidor Whole Foods

Nombre	Whole Foods
Ubicación	1765 California St, San Francisco, CA 94109, Estados Unidos.
Número de empresas	2
Fortalezas	Es la compañía líder en la venta de productos naturales orgánicos, con 456 tiendas en todo Estados Unidos y una facturación de 15.000 millones de dólares.
Debilidades	Últimamente se está viendo amenazado por otras empresas como Kroger, que se están ganando toda la credibilidad trabajando este tipo de productos y además son más baratos que Whole Foods.

Fuente elaboración propia con datos recolectados de: (AECOC, s.f.)

Tabla 17. Distribuidor Supermercado Latino

Nombre	Supermercado Latino
Ubicación	1049 W Martin Luther King Jr Blvd, Los Ángeles, CA 90037, EE. UU.

Número de empresas	1
Fortalezas	Es un supermercado que vende principalmente productos originarios de Latinoamérica y esto les gusta mucho a los habitantes porque los productos son más naturales.
Debilidades	No tiene una gama de productos muy amplia y no cuentan con muchas marcas propias del país.

Fuente elaboración propia.

Tabla 18. Distribuidor Sprouts.

Nombre	Sprouts
Ubicación	735 E. Birch St. Brea CA 92821, EE.UU.
Número de empresas	6
Fortalezas	Es una compañía que se dedica a vender productos orgánicos, naturales y con beneficios para el cuerpo humano, todo esto lo incluye el aceite de sacha inchi, además de que el personal está capacitado para asesorar a sus clientes y ayudarles a tomar la mejor decisión sobre los alimentos que más le puedan beneficiar.
Debilidades	Es costoso con algunos de sus productos por ejemplo bebidas y salsas.

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Sprouts, 2019)

Análisis: Dentro de los distribuidores anteriores se puede notar que son cadenas de supermercados que tienen influencia en California, especialmente Walmart que tiene reconocimiento mundial por lo que es de prever que es necesario tener un producto de alta calidad para poder contar con Walmart como distribuidor. Por otro lado, los otros supermercados también son reconocidos y manejan una buena parte de los consumidores, aunque su reconocimiento no es tan extendido como Walmart.

3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación

3.7.1 Logo de la empresa:



Slogan de la empresa: ¡Aceite de sachá inchi, te da vida y salud!

3.7.2 Actividades de promoción y divulgación

Tabla 19. Actividades de promoción.

Actividad	Descripción	Periodicidad	Costo
Página web	La página tendrá la información general de la empresa tanto en español como el inglés. Tendrá la descripción de las diferentes presentaciones del aceite y sus beneficios, además, se pondrá un contacto para comunicarse directamente con una persona encargada.	Es única, pero debe actualizarse cada año el dominio y el hosting, además puede haber actualización de productos o información.	Entre \$500.000 y \$750.000. Incluye diferentes secciones dependiendo el precio, el dominio por un año y hosting por un año.
Redes sociales	La empresa contará con dos redes sociales, Facebook e Instagram, para dar a conocer mejor el producto, con contenido acerca de los beneficios del aceite, las promociones, etc.	La creación es una vez pero se hacen actualizaciones aproximadamente cada semana con publicaciones referentes al aceite de sachá inchi.	El manejo de las redes sociales será una función de la persona de mercadeo por lo que el costo de estas está contenido dentro de su respectivo salario.
Feria			\$15.493.929

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Proyerweb, s.f.)

3.8 Plan de Ventas

Mensualmente se tiene pronosticado exportar 2.600 botellas de 260 ml, lo que significa que en el año se exportarán 31.200 y 1.100 botellas de 500 ml, por lo tanto, en el año serían 13.200.

Tabla 20. Plan de producción.

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Botella de 260ml	31.200	34.320	37.752	41.527,2	45.680
Botella de 500ml	13.200	14.520	15.972	17.569,2	19.326,12

Fuente elaboración propia.

CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL

4.1 Tratados Comerciales

Este tratado de libre comercio con Estados Unidos se firmó el 15 de mayo de 2012. Este TLC beneficia a todos los consumidores tanto colombianos como estadounidenses ya que hay una mejor oferta de productos y precios. Dentro de los objetivos del acuerdo se encuentra promover la integración económica regional, crear oportunidades de empleo y mejorar las condiciones laborales, la promoción de la innovación, generar alternativas que reemplacen los cultivos ilícitos, entre muchos otros (SICE, 2019).

Este TLC con Estados Unidos ha traído grandes beneficios para Colombia, entre ellos el no pago de aranceles. Dentro del sector de las grasas y aceites también ha habido preferencias arancelarias ya que antes del TLC se pagaba aranceles base entre el 0% y el 19,1%, y ahora con el acuerdo este tipo de producto ingresa sin arancel, lo cual beneficia el aceite de sacha inchi (Procolombia, 2019).

4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

Posición arancelaria en Colombia: 1515.90.0090. Para ingresar mercancía con este código arancelaria a Colombia se debe pagar un gravamen de 0%.

Posición arancelaria en Estados Unidos: 1515.90.6000, para ingresar con este código a Estados Unidos se debe pagar un impuesto de 2,30% sobre el valor CIF, pero si la mercancía lleva consigo el certificado de origen el impuesto a pagar es de 0% sobre valor CIF.

4.3 Requisitos y Vistos Buenos

En Colombia para el aceite de sacha inchi existen 2 vistos buenos vigentes:

Primer requisito: licencia ambiental

Entidad reguladora: Ministerio de ambiente, vivienda y desarrollo territorial

Descripción: Los plaguicidas sujetos a licencia ambiental, incluyen los que ingresan al país como producto terminado o como materia prima y venta puede ser al por mayor y al por menor.

Análisis: este primer requisito involucra al productor de la semilla de sachá inchi, pues para su siembra requiere de algunos productos químicos los cuales deben estar avalados por el ministerio de ambiente bajo una licencia ambiental, en este caso no se necesita de este visto bueno ya que la empresa sólo dedicara a la comercialización y exportación, pero si es necesario cerciorarse de que la empresa o finca proveedora lo tenga.

Segundo requisito: Registro sanitario

Entidad: Invima

Descripción: Requiere Registro Sanitario los productos que sean importados en presentaciones comerciales listas para su consumo.

Análisis: Para la exportación del aceite de sachá inchi si es necesario saber que la empresa proveedora cuente con dicho certificado pues al ser producto de consumo humano es indispensable para su comercialización, un certificado Invima con código 2043 el cual hace referencia a grasas, aceites, mezclas de aceites, margarinas etc. tiene una tarifa vigente de \$1.656.232. (INVIMA, 2019), (Legiscomex, 2019).

4.3.1 Capacidad Exportadora / Capacidad Importadora

La capacidad exportadora depende de la oferta que tenga el proveedor y el presupuesto de la comercializadora, de acuerdo al proveedor CHAMORRO BENAVIDES que es el de mayor interés se podrían exportar 3.000 botellas de 260 ml y 1.500 botellas de 500 ml mensuales.

Cada botella de 260 ml tiene un costo de \$21.500 + IVA (19%), es decir \$25.585 y cada botella de 500 ml tiene un costo de \$42.000 + IVA (19%), es decir \$49.980. En total las botellas de 260 ml generan un costo mensual de \$76.755.000 y las de 500 ml \$74.970.000 para un presupuesto de \$151.725.000.

4.4 Participación en Ferias Especializadas

Dentro de las ferias alimentarias más importantes que se realizan en Estados Unidos se encuentra:

AMERICAS FOOD & BEVERAGE SHOW (feria y conferencia de alimentos y bebidas de las américas) dicha feria se realiza del 23 al 24 de septiembre de 2019 en World trade center Miami en Miami -EEUU, se realiza desde el año 1998 siendo este año la serie 23 a con una frecuencia anual, este año la feria cuenta con 317 expositores locales, 15 internacionales, 33 países representados 11.123 visitantes. (Ferias alimentarias, 2019).

WESTERN FOODSERVICE AND HOSPITALITY EXPO (exposición internacional de alimentos y bebidas food service equipamiento y tecnología para restaurantes y hoteles) esta feria se realiza anualmente en el mes de agosto los días 25,26 y 27 en Los Ángeles Convention Center EEUU, este año asistieron 467 expositores de 27 países ,12000 visitantes profesionales, esta feria se realiza conjuntamente con expo comida latina (Ferias alimentarias, 2019).

NATURAL PRODUCTS EXPO EAST (feria de alimentos naturales y orgánicos) esta feria se realiza anualmente los días 12,13 y 14 de septiembre en Washington EEUU en Baltimore Convention Center (Ferias alimentarias, 2019).

IFT FOODEXPO (el mayor foro de y exhibición de ciencia de alimentos) se realiza anualmente en el mes de junio en New Orleans EEUU para el año 2020 aún no se estipula la fecha, pero siempre se realiza en Ernst N. Morial Convention Center (Ferias alimentarias, 2019).

De acuerdo a la información anterior la opción más recomendable por ubicación y producto es la feria WESTERN FOODSERVICE AND HOSPITALITY EXPO la cual se realiza en Los Ángeles e involucra mucha población de california e incluso varios restaurantes de california son sus patrocinadores, el porcentaje de profesionales que asisten por el tema de distribución de alimentos equivale a un 26%.

Marketing de la feria:

Publicidad: Esta se maneja por medio de avisos impresos este año alcanzó los 1.8 billones de impresiones.

Mails directos: Se hizo una campaña de más de 200.000 emails a diferentes segmentos de la industria.

Relaciones: Maneja afluentes relaciones con asociaciones regionales y estatales.

Telemarketing: Este programa es diseñado para atraer compradores calificados.

Acreditaciones: A la feria solo asisten profesionales, por lo tanto, no es abierta al público y no se admiten menores de 18 años (Ferias alimentarias, 2019). Como comercializadores del aceite de sacha inchi se podría considerar asistir una vez al año en el mes de agosto los días que esté programada, para ello se hace un presupuesto del viaje para una persona el cual actúa como representante de la empresa en la feria.

Tiquetes aéreos: Por aerolínea AEROMÉXICO un aproximado de USD 1.358 desde el 25-27 agosto de 2020. Saliendo del aeropuerto internacional José María Córdova-Rionegro (Antioquia) y llegando a aeropuerto internacional de los Ángeles (Jetcost, 2019).

Alojamiento: Un alojamiento favorable y apto para viaje de negocios en el hotel La Quinta & Suites y wyndham lax Los Ángeles cuesta por adulto \$329.240, por noche para 1 adulto con desayuno incluido, las 3 noches valen \$987.720 (Booking, 2019).

Alimentación: El menú del día, más bebida en la zona más cara de la ciudad cuesta USD 15, en el almuerzo y la cena son USD 30, más USD 15 de gastos adicionales diarios sería USD 45 por día, en total los 3 días USD 135 (Expatisan, 2019).

Viáticos de transporte: El costo del traslado del aeropuerto al hotel es de USD 12.43 total ida y regreso USD 24.86

Ilustración 7. Viáticos de transporte 1.



El costo del traslado del hotel al lugar de la feria es de US 27.40 serían 3 días ida y regreso total USD 164.4.

Ilustración 8. Viáticos transporte 2.



Inscripción a la feria: Por medio de terceras personas que han asistido a ferias en EE. UU el valor estipulado es de USD 288.3 por stand.

Gastos de adecuación del stand: Por medio de entrevista a la señora Luz Elena Londoño da una información general sobre el costo del stand de una feria en EEUU por un valor de USD 2000.

Liquidación de la feria: La TRM con la cual se va a tener en cuenta la liquidación es de \$3,467.63 del día 4 de octubre del 2019 y una tasa proyectada del 5% es decir \$3.641. Esta liquidación es para los tres días de la feria.

Tabla 21. Liquidación de la feria.

Gasto	Precio USD	Precio en COP	Precio en COP tasa proyectada
Tiquetes aéreos	1.358	\$4.709.041	\$4.944.493
Alojamiento	285	\$987.720	\$1.037.106
Alimentación	135	\$468.130	\$491.535
Transporte al lugar de la feria, ida y vuelta al hotel y hotel al aeropuerto	189.26	\$656.283	\$689.095
Inscripción a la feria	288.3	\$999.717	\$1.049.700
Stand	2.000	\$6.935.260	\$7.282.000
Total			\$15.493.929

Fuente elaboración propia.

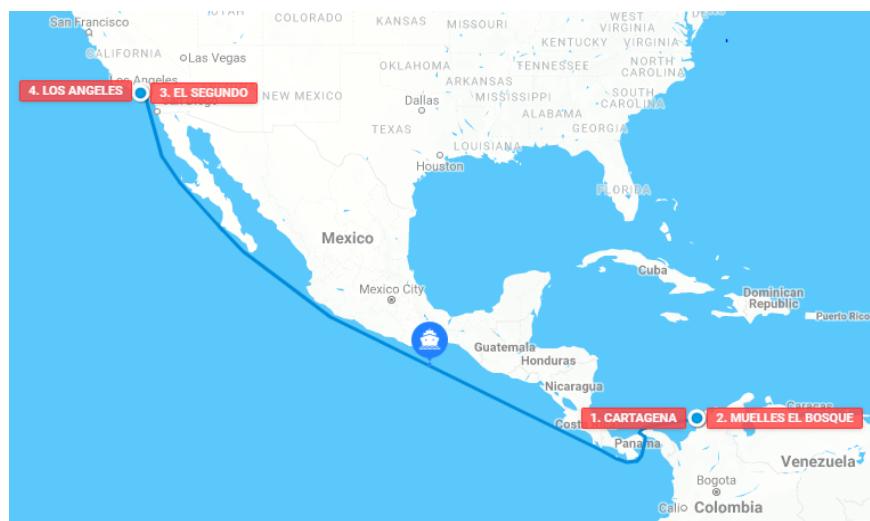
4.5 Rutas de Acceso

En el siguiente punto se hablará de las posibles rutas marítimas y aéreas para llevar la mercancía desde el origen Colombia hasta el destino Estados Unidos, eligiendo la ruta que sea más favorable.

Rutas marítimas:

- Cartagena, Colombia - Los Ángeles, Estados Unidos: El tiempo de tránsito es de aproximadamente 10 días y 11 horas, pasando por el canal de Panamá. Tiempo de transito de Medellín a Puerto de Cartagena: 13 horas 26 min.

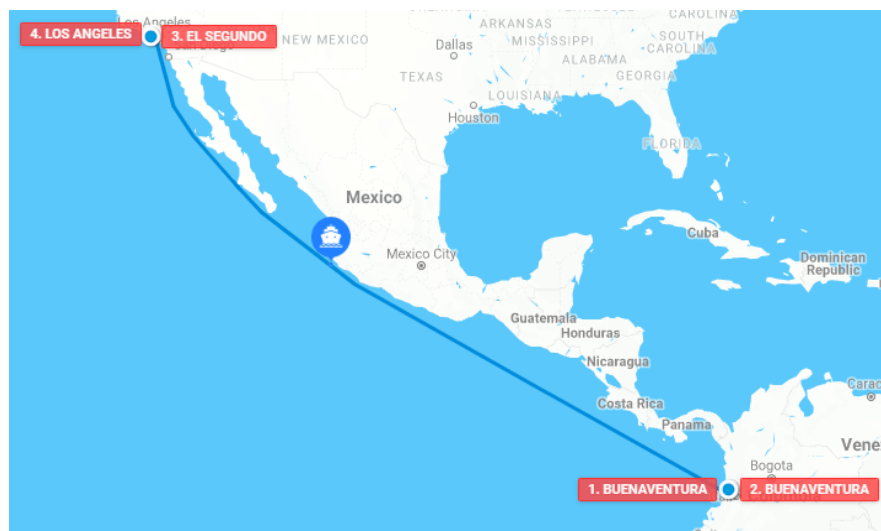
Ilustración 9. Ruta marítima Cartagena a Los Ángeles.



Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Sea Rates, 2019)

- Buenaventura, Colombia - Los Ángeles, Estados Unidos: El tiempo de tránsito aproximado es de 9 días y 21 horas, sin pasar por el canal de Panamá. Tiempo de transito de Medellín a Puerto de Buenaventura: 9 horas 44 min.

Ilustración 10. Ruta marítima Buenaventura a Los Ángeles.



Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Sea Rates, 2019)

Rutas aéreas:

- El Dorado Luis Carlos Galán Sarmiento, Colombia - Los Ángeles, Estados Unidos: El tiempo de tránsito aproximado es de 7 horas. Tiempo de transito de Medellín a Aeropuerto de Bogotá El Dorado: 10 horas.

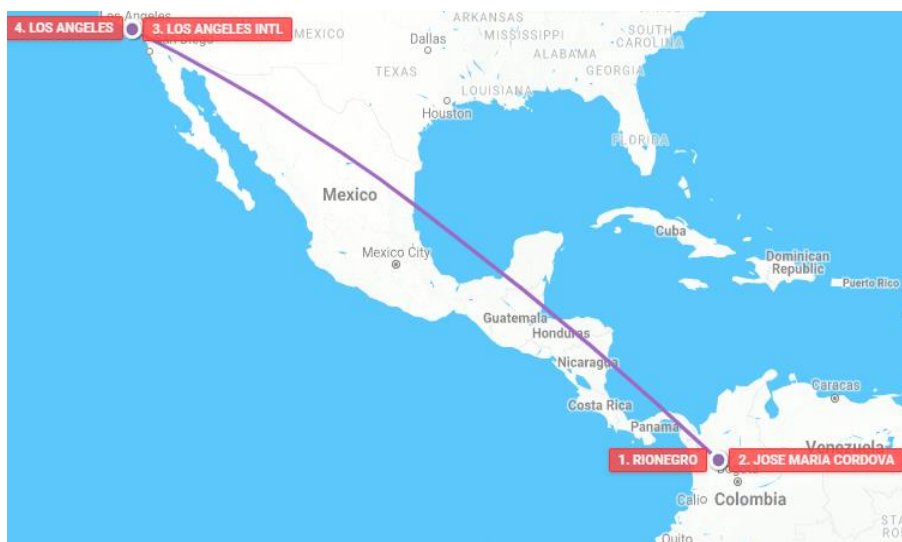
Ilustración 11. Ruta aérea El Dorado a Los Ángeles.



Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Sea Rates, 2019)

- José María Córdova, Colombia - Los Ángeles Estados Unidos: El tiempo de tránsito aproximadamente es de 7 horas. Tiempo de transito de Medellín a Aeropuerto en Rionegro: 50 min.

Ilustración 12. Ruta aérea José María Córdova a Los Ángeles.



Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Sea Rates, 2019)

Análisis: La ruta que ha sido elegida para la exportación de aceite de sachá inchi a California es marítima por el puerto de Buenaventura ya que saliendo desde este puerto no se tendría que pasar por el canal de Panamá lo cual es una ventaja porque hay una reducción en el costo el tiempo de tránsito es menor. Para el transporte aéreo, aunque es menor el tiempo de tránsito, este transporte es más costoso y el aceite de sachá inchi puede estar en perfecto estado durante varios días de tránsito por lo que es más favorable la ruta marítima.

4.6 Liquidación de Costos de Importación y Precios de Exportación

Tabla 22. Liquidación de costos.

Cantidad de Botellas	Número de botellas por caja	Número de cajas	Dimensiones de la caja	Total
1.240 botellas de 260 ml	20	62	50 cm x 40cm x 40cm	1.740 botellas en 112 cajas.
500 botellas de 500 ml	10	50	50 cm x 40cm x 40cm	

Fuente elaboración propia.

Para esta cantidad de cajas se van a necesitar 7 pallets.

Ilustración 13. Liquidación de costos.

ITEM	VALORES EN PESOS	TRM AL DIA	TRM PROYECTADA
		3.467,60	3.363,57
VALOR EXW	\$50.950.002	USD 14.693,16	USD 15.147,60
GASTOS ORIGEN	\$1.267.859	365,63	376,94
VALOR FOB	\$52.217.860	USD 15.058,79	USD 15.524,54
Flete internacional	\$3.054.678	880,92	908,17
VALOR CFR	\$55.272.538	USD 15.939,71	USD 16.432,70
Seguro de la mercancía 0,35%	\$182.763	52,71	54,34
VALOR CIF	\$55.455.301	USD 15.992,42	USD 16.487,04
GASTOS DESTINO	\$3.560.116	1026,68	1058,43
VALOR DDP	\$59.015.416	USD 17.019,10	USD 17.545,47
PRECIO UNITARIO DDP	\$33.917	USD 9,78	USD 10,08

Fuente elaboración propia.

- El seguro de la mercancía se tomó del valor FOB.

A continuación, se va a realizar una comparación del precio de la botella de sachá inchi con los precios de la competencia en California:

Tabla 23. Comparación de precios con la competencia en California.

PRODUCTO COLOMBIANO	 Shea Moisture <small>A Better Way to Beautiful since 1912</small>	 Esutras organics	 High altitude cosmeceutical
En promedio entre 1 botella de aceite de 260 ml y 500 ml cuesta 10,08 USD	1 botella de 384 ml cuesta 10,99 USD	1 botella de 250ml de sachá inchi cuesta 11,24 USD	1 botella de 474 ml cuesta 74,99 USD.

Fuente elaboración propia.

Análisis: Aunque la competencia no vende el aceite de sachá inchi en los mismos miligramos se puede inferir que el precio del aceite de sachá inchi colombiano es más económico que la competencia y una de las razones por las cuales esto sucede es porque la materia prima del producto se cultiva en Colombia por lo que es más económico.

CAPITULO V. ANÁLISIS TÉCNICO

5.1 Descripción del proceso de producción

Esta descripción se hará teniendo en cuenta 1000 botellas de aceite de sachá inchi 260ml.

Tabla 24. Proceso de producción.

Actividad	Descripción	Responsable	Tiempo
Cultivo de sachá inchi	Siembra de la semilla en la finca cultivadora.	Cultivador	El proceso de siembra hasta la cosecha es de 7 meses.
Insolado	Seca y deshidrata la cápsula	Cultivador	1 o 2 días.
Descapsulado	Se utiliza una máquina descapsuladora que quita la cáscara del sachá inchi	Laboratorio fabricante	5 horas aproximadamente.
Selección de almendra en buen estado	Se utiliza una máquina que selecciona las semillas de sachá inchi aptas para la extracción del aceite	Laboratorio fabricante	Entre 12 y 14 horas aproximadamente.
Extracción del aceite	Se utiliza una máquina extractora del aceite en la cual se vierten las semillas y se seca el aceite que contiene.	Laboratorio fabricante	1 día y medio
Envasado	Se vierte en aceite en botellas con capacidad de 260ml.	Laboratorio fabricante	7 horas aproximadamente
Etiquetado	Se coloca la etiqueta con toda la información requerida y la marca.	Laboratorio fabricante	4 horas

Fuente elaboración propia con datos obtenidos por vía telefónica.

Descripción del proceso de exportación

Tabla 25. Proceso de exportación.

Actividad	Descripción	Responsable	Tiempo
Almacenamiento	Guardar y organizar la mercancía en las estibas en la bodega ubicada en el sector de Caribe.	Bodeguero	7 horas
Estibaje	Tener la mercancía lista en las estibas para montarla al transporte terrestre.	Bodeguero	7 horas
Cargue de mercancía en la bodega	El bodeguero baja la mercancía del transporte del proveedor y acomoda las cajas en las estibas.	Bodeguero	3 horas
Contacto con el agente de carga internacional	Iniciar la comunicación en cuanto a trámites y documentos.	Negociador internacional	2 horas
Transporte de la bodega a puerto en origen	Traslado de la mercancía en el contenedor hacia el puerto de Buenaventura.	Agente de carga internacional	10 horas
Descargue de contenedor	Se descarga el contenedor en el puerto.	Agente de carga internacional	4 horas
Inspección	Revisión de la mercancía, puede ser física o documental.	DIAN, policía antinarcóticos	1 día
Almacenamiento en puerto de origen	Traslado de la mercancía a patios en el puerto de origen.	Agente de carga internacional.	1 hora
Cargue al buque en origen	Se carga la mercancía al transporte marítimo.	Agente de carga internacional.	8 horas

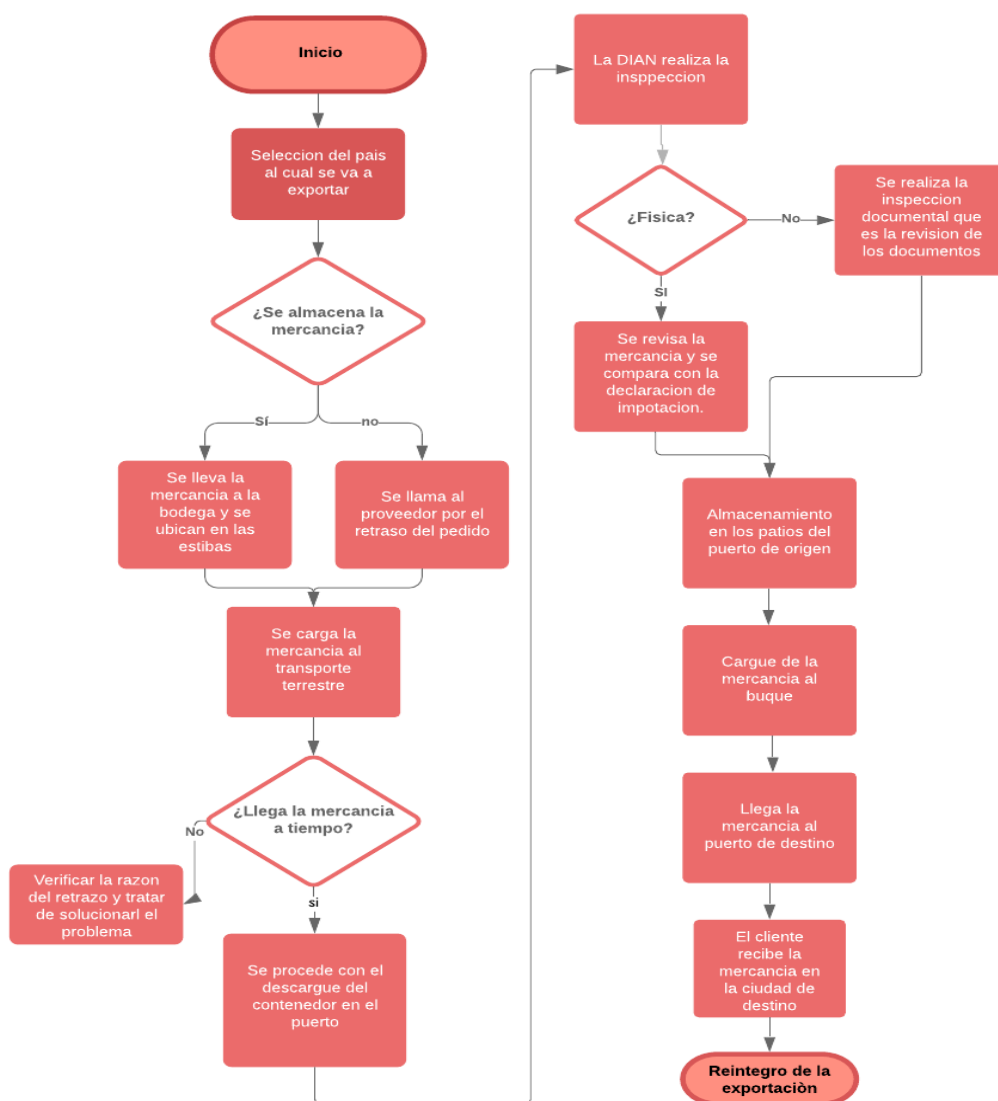
Reintegro de exportación	Es el pago de la exportación y se presenta por medio de un documento llamado Formulario N°2.	DIAN	Lo más conveniente es acordar de la siguiente manera: 50% cuando se despachó la mercancía y el otro 50% cuando la mercancía llegue a destino.
---------------------------------	--	------	---

Fuente elaboración propia.

Diagrama de flujo

En el siguiente diagrama de flujo se explica el proceso exportador el cual consiste en todos los requisitos, trámites y pasos necesarios para exportar de manera correcta y así evitar posibles problemas.

Ilustración 14. Diagrama de flujo del proceso exportador.



Fuente elaboración propia.

5.2 Capacidad de producción

De acuerdo con la información dada por el proveedor la capacidad de producción es de 3.000 botellas de 260 ml y 1.500 botellas de 500 ml, para un total de 4.500 botellas mensuales. Cada botella de 260 ml tiene un costo de \$21.500 + IVA (19%), es decir \$25.585 y cada

botella de 500 ml tiene un costo de \$42.000 + IVA (19%), es decir \$49.980. En total las botellas de 260 ml generan un costo mensual de \$76.755.000 y las de 500 ml \$74.970.000.

5.3 Plan de Producción

Con respecto al crecimiento de las ventas de sector comercio, el crecimiento fue del 34,46%, este porcentaje se sacó a partir de la siguiente tabla:

Tabla 26. Crecimiento del sector comercio.

2017	2016	2015	2014	2013
250,5 billones de pesos	246 billones de pesos	232,8 billones de pesos	210,4 billones de pesos	186.3 billones de pesos

Fuente elaboración propia.

También se realizó el análisis del crecimiento de las exportaciones a partir de la partida arancelaria que es 1515900090 fue del 26% el cual se sacó a partir de la siguiente tabla:

Tabla 27. Crecimiento de exportaciones de la partida arancelaria.

2018	2017	2016	2015
150.629.782 USD	117.641.159 USD	108.387.220 USD	119.607.104 USD

Fuente elaboración propia.

Viendo que ambos crecimientos son bastante elevados para una empresa que apenas está incursionando en el mercado se tomará un porcentaje del 10% que es más factible de alcanzar Mensualmente se tiene pronosticado exportar 2.600 botellas de 260 ml, lo que significa que en el año se exportarán 31.200 y 1.100 botellas de 500 ml, por lo tanto, en el año serian 13.200.

Tabla 28. Plan de producción.

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Botella de 260ml	31.200	34.320	37.752	41.527,2	45.680
Botella de 500ml	13.200	14.520	15.972	17.569,2	19.326,12

Fuente elaboración propia.

5.4 Recursos materiales y humanos para la producción

5.4.1 Locaciones

El proceso de producción del aceite de sachá inchi lo realiza el laboratorio proveedor, por lo que en este caso solo se va a necesitar una bodega donde se va a almacenar el aceite listo para exportar. La bodega en la cual se va a almacenar el aceite es arrendada, este tiene un costo aproximado de \$2'400.000. Esta bodega no necesita condiciones especiales debido a que, el aceite ya viene envasado y no necesita ser refrigerado (Alberto Álvarez, 2019).

Ilustración 15. Bodega.

Arriendo de Bodegas en Medellín

ROBLEDO - CARIBE - CARIBE

594-27852



Detalle

\$2,400,000

 135 Metros	 3 Baños	 0 Parq.
--	---	---

Bodega para desarrollar cualquier tipo de proyecto, ya que cuenta con espacios destacables. Se encuentra en un sector muy comercial de Multicentro caribe y centro comercial Florida, sus vías de acceso...

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Alvarez, 2019)

5.4.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Tabla 29. Requerimientos de maquinaria equipos, muebles y enseres.

Nombre	Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo unitario	Costo total	Periodicidad
Estibas	Estiba de madera estándar (120*100*16 cm)	7	Estibas de madera	\$30.000	\$210.000	Mensual
Computador portátil	PC All in One LENOVO IdeaCentre 330-20AST AMD A6 4gb 500gb 19.5" Blanco.	1	Alkomprar	\$929.000	\$929.000	Inicial
Montacargas	Montacargas serie Z contrabalanceado de combustión, con capacidad de hasta 3000 kg, una elevación de carga de 6000 mm y combustible diésel y gasolina-GLP.	1	Toyota equipos industriales	\$107'827.090	\$107'827.090	Inicial
Escaleras	Escalera metálica con 4 llantas con medidas (140 cm alto y 87 cm de ancho).	1	Cerrajería Metálicas Mejía y cia	\$600.000	\$600.000	Inicial

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Homecenter, 2019), (Alkosto, 2019), (Distoyota, 2019) y por vía telefónica.

5.4.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Tabla 30. Requerimientos de materiales e insumos.

Descripción	Cantidad X UND	Proveedor	Costo unitario	Costo total
Botellas de aceite de sachá inchi de 260 ml	1240	Chamorro Benavides	\$25.585	\$31.725.400
Botella de aceite de sachá inchi de 500 ml	500	Chamorro Benavides	\$49.980	\$24.990.000

Fuente elaboración propia.

5.4.4 Requerimientos de servicios.

Tabla 31. Requerimientos de servicios.

Nombre	Responsable	Valor mensual	Periodicidad
Fabricación del aceite	Laboratorio proveedor	\$56'715.400	Mensual
Energía	EPM	\$211.913	Mensual
Acueducto y alcantarillado	EPM	\$105.956	Mensual
Internet y telefonía	Tigo	\$96.635	Mensual
Gestión internacional	Agente de carga	\$217.487	Por exportación

Fuente elaboración propia.

5.4.5 Requerimientos de personal.

Tabla 32. Requerimientos de personal.

Cargo	Perfil	Tipo de contrato	Salario	Seguridad social	Prestaciones	Parafiscales	Total
Bodeguero	Persona con estudios básicos como el bachillerato, no es necesario tener experiencia, que sea activa y que tenga la capacidad para cargar y descargar cajas y manejar inventario.	Indefinido	\$828.116	\$174.085	\$189.431	\$33.125	\$1'321.789
Negociador internacional	Persona experiencia mínima de 2 años, con dominio del idioma inglés, capacitada en procesos de exportación, negociación y logística, con nivel intermedio de Excel.	Indefinido	\$1'100.000	\$231.242	\$246.293	\$44.000	\$1'621.535

Fuente elaboración propia.

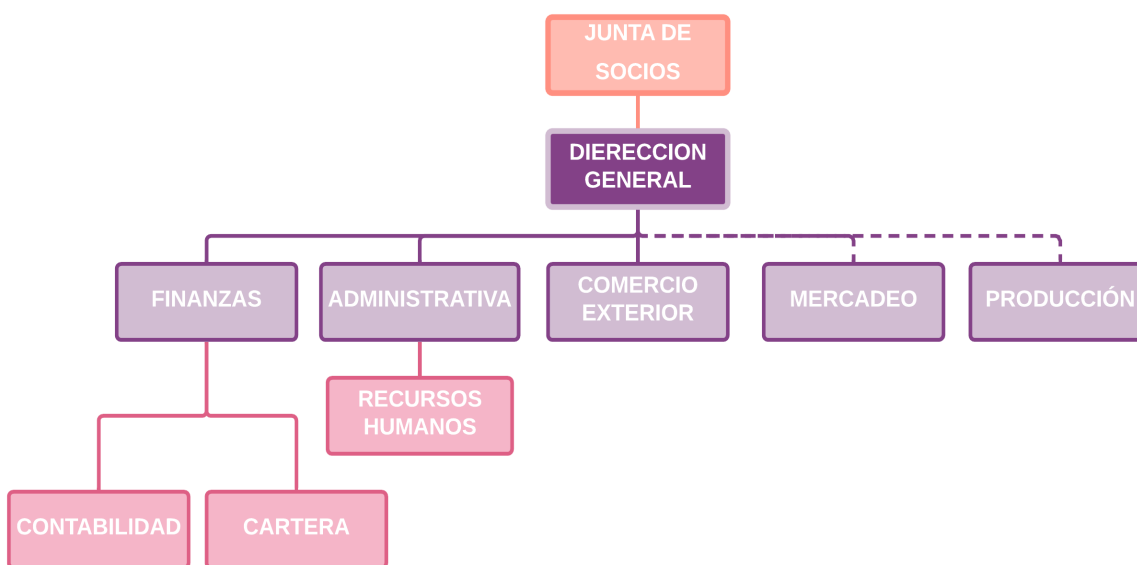
CAPITULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

6.1 Estructura Organizacional del Negocio

6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional

El siguiente organigrama muestra las áreas con las cuales va a contar la empresa en un orden jerárquico desde los cargos de mayor autoridad hasta los cargos inferiores.

Ilustración 16. Organigrama estructural.



Fuente elaboración propia.

A continuación, se explicará las funciones, responsabilidades y actividades de las áreas mencionadas en el anterior organigrama.

Tabla 33. Funciones, responsabilidades y actividades de la estructura organizacional de las áreas.

Área	Funciones y responsabilidades	Actividades
Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> ● Administración de portafolio de los clientes ● Recepción de facturas a proveedores ● Recepción de extractos bancarios ● Cobro a clientes ● Pago proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pagar al día proveedores ● Pagar puntualmente impuestos

	<ul style="list-style-type: none"> ● Pago impuestos ● Pago personal ● Control de movimientos y saldos cuentas corrientes. 	
Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> ● Gestión administrativa del personal ● Selección del personal ● Relaciones laborales ● Evaluación del desempeño ● Beneficios sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ● Contratar todo el personal que se requiera en la empresa ● Se encarga de la salud ocupacional de los empleados ● Verificar el cumplimiento de las funciones de los empleados
Gerencia	<ul style="list-style-type: none"> ● Ejecutar las órdenes y decisiones que tomen los socios. ● Presentar todos los balances e informes. ● Presentar ● Nombrar y supervisar los trabajadores para que cumplan sus funciones. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Representar a la empresa en todas las actividades administrativas y legales.
Mercadeo	<ul style="list-style-type: none"> ● Reunir los factores y hechos del mercado para satisfacer el cliente, para que esté a sus disposiciones en el momento oportuno y a un precio adecuado. 	<p>Esta área es tercerizada y se encargará de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Publicidad del producto. ● Manejo de redes sociales. ● Comunicaciones ● Estrategia de 4P
Producción Producción	<ul style="list-style-type: none"> ● Transformación de insumos o recursos. ● Manejo de inventarios. ● Proceso de producción. ● Capacidad. ● Calidad. ● Diseño del producto. ● Planeación y control de la producción. 	<p>Esta área es tercerizada, pero la empresa se encargará de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pasar informe mensual acerca de inventarios. ● Encargarse de un adecuado almacenamiento del producto.

		<ul style="list-style-type: none"> ● Realizar despachos de manera oportuna.
Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> ● Registro contable. ● Elaboración y presentación de cuentas anuales. ● Orden documentación legal. ● Necesidades de financiación. ● Planificación de inversiones. ● Elaboración de pérdidas y ganancias. ● Análisis de estados financieros de la empresa. ● Emisión de facturas a clientes 	<ul style="list-style-type: none"> ● Llevar las cuentas de la empresa ● Gestionar dinero para pago de personal ● Pendiente de los gastos día a día ● Recaudo del dinero que entra por ventas ● Analizar rentabilidad de la empresa mensual ● Estar preparado para presentar informes semanales o mensuales
Contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ● Administración de los activos, pasivos, ingresos, costos y gastos ● Presentar los estados financieros ● Mantener actualizados los registros contables. ● Controlar la disponibilidades de cuentas en los bancos 	<ul style="list-style-type: none"> ● realizar conciliación de bancos ● identificar dinero disponible para las diferentes actividades de la empresa ● presupuestar las compras y ventas ● presentar mensualmente ante la junta estados financieros de la empresa.
Cartera	<ul style="list-style-type: none"> ● Atención al cliente ● Manejo de documentos por cobrar ● Elaborar los informes del estado de cartera ● Controlar los pagos que se pacten con los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> ● Recaudo del dinero por las ventas ● Verificar pertinentemente las fechas de vencimiento de facturación. ● Cobro de facturas ● Presentar un informe mensual del estado de cartera.
Cartera		<ul style="list-style-type: none"> ● Estar pendiente de la fecha vencimiento de las facturas de los clientes.

Comercio Exterior	<ul style="list-style-type: none"> ● Analizar mercados internacionales y como funcionaria allí en modelo de negocio ● Seleccionar mercados adecuados ● Orientar a la empresa acerca de los tratados internacionales ● Conocer el sistema legal y conocer sus regulaciones ● Regular la distribución internacional y los canales utilizados 	<ul style="list-style-type: none"> ● Hacer investigación de mercados. ● Llevar el proceso de exportación del aceite ● Distribución y logística del producto. ● informarse constantemente del tema legal referente al comercio exterior y la realización de documentos pertinentes.
--------------------------	---	--

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (IFP, 2019), (Alcalde, 2017), (Escobar, 2015) (Arturo, 2010), (gob.mx, 2019), (Cartera y cobranzas, 2008), (Certus, 2019).

6.1.2 Organigrama Estructura Personal

A Continuación, se mostrará un organigrama en el cual está definido el personal con que contará la empresa.

Ilustración 17. Organigrama del personal.



Fuente elaboración propia.

En la siguiente tabla están definidas cuáles son las funciones, responsabilidades y actividades de cada trabajador de la empresa.

Tabla 34. Funciones, responsabilidades y actividades del personal.

Área	Cargo	Funciones y responsabilidades	Actividades
	Gerente		
Finanzas y Administración	Jefe financiero y administrativo	<ul style="list-style-type: none"> ● Decretar que estrategias financieras se pueden emplear. ● Coordinar las actividades contables y de tesorería. ● Optimizar los recursos económicos y financieros. ● Regular todas las normas y procedimientos de seguridad financiera. ● Realizar informes de las actividades realizadas. ● Verificar los trámites por solicitudes de compra de divisas. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Plantear estrategias de cómo manejar la contabilidad y el área financiera. ● Verificar el uso de los recursos financieros y realizar un seguimiento a estos. ● Regular el cumplimiento de los compromisos con el personal. ● Hacer seguimiento al manejo de las divisas y los pago.
	Contador	<ul style="list-style-type: none"> ● Actualizar los soportes contables con el objetivo de controlar los movimientos. ● Verificar los datos fiscales de las facturas recibidas. 	<p>El contador será contratado medio tiempo y se encargará de realizar lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Crear los estados financieros. ● Revisar y verificar los

		<ul style="list-style-type: none"> ● Detallar los registros contables y elaborar comprobantes diarios. 	<p>documentos contables.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Declarar impuestos ● Preparar las nóminas. ● Realizar la contabilidad de los costos.
	Auxiliar de cartera	<ul style="list-style-type: none"> ● Cobrar el dinero adeudado o concertar pagos con los clientes. ● Visitar a los clientes que deben para llegar a acuerdos de pago. ● Preparar informes y mantener los archivos relacionados. ● Llevar registro de las sumas percibidas, preparar informes y mantener los archivos relacionados. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cobro de facturas. ● Pago de facturas. ● Verificar los estados de cartera. ● Pago de nóminas. ● Recaudo de dinero. ● Venta de divisas.

	Auxiliar de recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> ● Verificar los documentos pertinentes a las actividades del personal. ● Publicar ofertas de empleo. ● Participar en la selección de empleados. ● Programar entrevistas de trabajo. ● Suministrar un servicio de atención al empleado. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Verificar el cumplimiento de las normas de seguridad. ● Analizar el perfil del personal a contratar. ● Regular las relaciones interpersonales entre los empleados. ● Estar atento a la solución de problemas dentro de la empresa.
Comercio Exterior	Negociador internacional	<ul style="list-style-type: none"> ● Investigación e inteligencia de nuevos mercados. ● Promoción internacional de bienes y servicios. ● Planeación y desarrollo de estrategias de operación y comercialización en organizaciones con estándares internacionales. ● Logística internacional de mercancías ● Administración de procesos de importación y exportación de bienes y servicios. ● El análisis 	<ul style="list-style-type: none"> ● Realizar inteligencia de mercados. ● Buscar clientes potenciales en el exterior. ● Implementar nuevas estrategias de negociación. ● Gestionar la logística internacional. ● Identificar la normatividad de la exportación del producto. ● Tomar decisiones importantes relacionadas con el crecimiento económico de la empresa.

		<p>normativo y jurídico del comercio internacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La toma de decisiones en materia de los negocios internacionales. 	
Mercadeo	Mercadólogo	<ul style="list-style-type: none"> ● Manejar los medios de mercadeo online. Velar por el análisis de la competencia. ● Presentar reportes con estadísticas. ● Apoyar a la elaboración de actividades y estrategias que ayuden a potenciar la marca. ● Organizar la información institucional de las empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Manejo de redes sociales y publicidad. ● Análisis periódicos de la competencia. ● Crear el portafolio de la empresa. ● Generar estrategias de innovación para que aumente el consumo.
Producción	Bodeguero	<ul style="list-style-type: none"> ● Llevar a cabo el inventario de bodega y el ingreso y salida de mercadería. ● Controlar la rotación y el vencimiento de los productos de bodega. ● Recepcionar y chequear la mercadería para la bodega. ● Verificar que la 	<ul style="list-style-type: none"> ● Manejar el inventario de la mercancía que circule en la bodega. ● Llevar un orden riguroso de la mercancía en cuanto a las fechas de vencimiento del aceite. ● Mantener la bodega limpia y adecuada para el

		<p>bodega se encuentre en condiciones óptimas para guardar el producto.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Mantener la bodega de una forma limpia y ordenada. 	<p>almacenamiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Realizar las operaciones de recibo y despacho de productos. ● Almacenar las botellas de aceite de forma ordenada y accesible.
--	--	--	---

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Acosta Strobel & Londoño Ossa, 2015), (Oficina empleo, 2016), (Santander, 2018), (DANE, s.f.), (neuvoo, s.f.), (Negocios internacionales fer, s.f.), (Jaimes, s.f.).

6.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados

En la siguiente tabla están distribuidos los salarios del personal de la empresa tanto del área administrativa como la de producción.

Tabla 35. Costos del personal.

Cargo	Tipo de contrato	Salario	Seguridad social	Prestaciones	Parafiscales	Total
Gerente	Indefinido	\$3'000.000	\$630.660	\$643.645	\$120.000	\$4'491.337
Jefe administrativo y financiero	Indefinido	\$1'500.000	\$315.330	\$329.946	\$60.000	\$2'302.308
Contador	Indefinido	\$828.116	\$174.085	\$189.431	\$33.125	\$1'321.789
Auxiliar de cartera	Indefinido	\$828.116	\$174.085	\$189.431	\$33.125	\$1'321.789

Auxiliar de recursos humanos	Indefinido	\$828.116	\$174.085	\$189.431	\$33.125	\$1'321.789
Mercadologo	Indefinido	\$828.116	\$174.085	\$189.431	\$33.125	\$1'321.789
Negociador internacional	Indefinido	\$1'100.000	\$231.242	\$246.293	\$44.000	\$1'621.535
Bodeguero	Indefinido	\$828.116	\$174.085	\$189.431	\$33.125	\$1'321.789

Fuente elaboración propia.

6.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Locaciones Empresa

La oficina va a estar ubicada en la siguiente dirección Carrera 43ª # 1 - 50, Medellín, piso 6, oficina 652, es una zona exclusiva de la ciudad también conocida como la Milla de Oro, de fácil acceso a transporte público como a las principales rutas de autobuses, estaciones de metro Poblado y Aguacatala y servicio de taxis (Easyoffices, 2019). El servicio es ofrecido por la empresa Regus Medellín por un valor aproximado entre \$2'000.000 y \$2'500.000, el cual se va a realizar por medio de un contrato de arrendamiento, a plazo de un año y con opción de renovación, dentro de los beneficios del contrato la empresa ofrece todo el material de equipos, muebles y enseres, además incluye lo siguiente:

- Los servicios públicos están incluidos dentro del pago del arriendo.
- Los servicios de telefonía e internet están incluidos dentro del pago del arriendo.
- El servicio incluye una recepcionista.
- Libre acceso a salas de juntas para realizar reuniones o recibir clientes.
- Equipos como impresoras, proyectores de multimedia, teléfonos.
- Cafetera

6.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres

En la siguiente tabla se muestra cuáles son los requerimientos necesarios para dar funcionamiento a la empresa y su objeto social, teniendo en cuenta que la demás maquinaria y materiales los incluye el arriendo del local.

Tabla 36. *Requerimientos de maquinaria, equipos, software, muebles y enseres del área administrativa.*

Administrativa y Financiera						
Nombre	Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo Unitario	Costo Total	Periodicidad
Computador Portátil	LENOVO ideapad 330s AMD R3- 8 GB ram- Disco Duro 2TB	1	Alkomprar	\$1 '699.000	\$1 '699.000	inicial

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Alkomprar, 2019).

Tabla 37. *Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres del área de recursos humanos.*

Recursos Humanos						
Nombre	Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo Unitario	Costo Total	Periodicidad
Computador Portátil	LENOVO ideapad 330s AMD R3- 8 GB ram- Disco Duro 2TB	1	Alkomprar	\$1 '699.000	\$1 '699.000	inicial

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Alkomprar, 2019).

Tabla 38. *Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres del área de dirección general.*

Dirección General						
Nombre	Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo Unitario	Costo Total	Periodicidad
Computador Portátil	LENOVO ideapad 330s AMD R3- 8 GB ram- Disco Duro 2TB	1	Alkomprar	\$1 '699.000	\$1 '699.000	inicial

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Alkomprar, 2019).

Tabla 39. Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres del área de contabilidad.

Contabilidad						
Nombre	Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo Unitario	Costo Total	Periodicidad
Computador Portátil	LENOVO ideapad 330s AMD R3- 8 GB ram- Disco Duro 2TB	1	Alkomprar	\$1 '699.000	\$1 '699.000	inicial

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Alkomprar, 2019).

Tabla 40. Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres del área de cartera.

Cartera						
Nombre	Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo Unitario	Costo Total	Periodicidad
Computador Portátil	LENOVO ideapad 330s AMD R3- 8 GB	1	Alkomprar	\$1 '699.000	\$1 '699.000	inicial

	ram- Disco Duro 2TB					
--	---------------------	--	--	--	--	--

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Alkomprar, 2019).

Tabla 41. Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres del área de comercio exterior.

Comercio Exterior						
Nombre	Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo Unitario	Costo Total	Periodicidad
Computador Portátil	LENOVO ideapad 330s AMD R3- 8 GB ram- Disco Duro 2TB	1	Alkomprar	\$1 '699.000	\$1 '699.000	inicial

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Alkomprar, 2019).

Tabla 42. Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres del área de auxiliar de mercadeo.

Auxiliar de Mercadeo						
Nombre	Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo Unitario	Costo Total	Periodicidad
Computador Portátil	LENOVO ideapad 330s AMD R3- 8 GB ram- Disco Duro 2TB	1	Alkomprar	\$1 '699.000	\$1 '699.000	inicial

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Alkomprar, 2019).

6.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por área

En las siguientes tablas se muestran los materiales e insumos necesarios para que los trabajadores puedan ejecutar sus actividades de manera eficiente.

Tabla 43. Requerimientos de materiales e insumos del área administrativa.

Administrativa y Financiera							
Nombre	Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo unitario	Costo total	Periodicidad	Total
Cosedora	Cosedora manual Rank 301	1	Panamericana	\$10.000	\$10.000	inicial	\$10.000
Clips	Clips metálicos jumbo Wingo	1	Panamericana	\$4.900	\$4.900	mensual	\$14.900
Grapas	Grapas estándar de cobre de Wingo	1	Panamericana	\$4.400	\$4.400	mensual	\$19.300
Perforadora	Perforadora	1	Panamericana	\$8.800	\$8.800	inicial	\$28.100

	negra de dos huecos						
Fechadora	Fechador múltiple de sello	1	Panamericana	\$29.500	\$29.500	inicial	\$57.600
Sacaganchos	Sacaganchos metálico	1	Panamericana	\$5.600	\$5.600	inicial	\$63.200
Tinta	Tinta para sellos	1	Mercado libre	\$4.900	\$4.900	mensual	\$68.100
Papel carta	Papel para fotocopias e impresión	1	Panamericana	\$6.900	\$6.900	mensual	\$75.000
Notas	Notas adhesivas	1	Panamericana	\$16.800	\$16.800	anual	\$91.800
Lapicero	Lapicero kilométrico negro	1	Mercado libre	\$16.500	\$16.500	semestral	\$108.300

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Panamericana, 2019), (Mercado libre, 2019)

Tabla 44. Requerimientos de materiales e insumos del área recursos humanos.

Recursos Humanos							
Nombre	Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo unitario	Costo total	Periodicidad	Total
Cosedora	Cosedora manual Rank 301	1	Panamericana	\$10.000	\$10.000	inicial	\$10.000
Clips	Clips metálicos jumbo Wingo	1	Panamericana	\$4.900	\$4.900	mensual	\$14.900
Grapas	Grapas estándar de cobre de Wingo	1	Panamericana	\$4.400	\$4.400	mensual	\$19.300
Perforadora	Perforadora negra de dos huecos	1	Panamericana	\$8.800	\$8.800	inicial	\$28.100
Fechadora	Fechador múltiple de sello	1	Panamericana	\$29.500	\$29.500	inicial	\$57.600

Sacaganchos	Sacaganchos metálico	1	Panamericana	\$5.600	\$5.600	inicial	\$63.200
Tinta	Tinta para sellos	1	Mercado libre	\$4.900	\$4.900	mensual	\$68.100
Papel carta	Papel para fotocopias e impresión	1	Panamericana	\$6.900	\$6.900	mensual	\$75.000
Notas	Notas adhesivas	1	Panamericana	\$16.800	\$16.800	anual	\$91.800
Lapicero	Lapicero kilométrico negro	1	Mercado libre	\$16.500	\$16.500	semestral	\$108.300

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Panamericana, 2019), (Mercado libre, 2019), (Mercado libre, 2019).

Tabla 45. Requerimientos de materiales e insumos del área de dirección general.

Dirección General							
Nombre	Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo unitario	Costo total	Periodicidad	Total

Cosedora	Cosedora manual Rank 301	1	Panamericana	\$10.000	\$10.000	inicial	\$10.000
Clips	Clips metálicos jumbo Wingo	1	Panamericana	\$4.900	\$4.900	mensual	\$14.900
Grapas	Grapas estándar de cobre de Wingo	1	Panamericana	\$4.400	\$4.400	mensual	\$19.300
Perforadora	Perforadora negra de dos huecos	1	Panamericana	\$8.800	\$8.800	inicial	\$28.100
Fechadora	Fechador múltiple de sello	1	Panamericana	\$29.500	\$29.500	inicial	\$57.600
Sacaganchos	Sacaganchos metálico	1	Panamericana	\$5.600	\$5.600	inicial	\$63.200
Tinta	Tinta para	1	Mercado libre	\$4.900	\$4.900	mensual	\$68.100

	sellos						
Papel carta	Papel para fotocopias e impresión	1	Panamericana	\$6.900	\$6.900	mensual	\$75.000
Notas	Notas adhesivas	1	Panamericana	\$16.800	\$16.800	anual	\$91.800
Lapicero	Lapicero kilométrico negro	1	Mercado libre	\$16.500	\$16.500	semestral	\$108.300

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Panamericana, 2019), (Mercado libre, 2019), (Mercado libre, 2019).

Tabla 46. Requerimientos de materiales e insumos del área contabilidad.

Contabilidad							
Nombre	Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo unitario	Costo total	Periodicidad	Total
Cosedora	Cosedora manual Rank 301	1	Panamericana	\$10.000	\$10.000	inicial	\$10.000

Clips	Clips metálicos jumbo Wingo	1	Panamericana	\$4.900	\$4.900	mensual	\$14.900
Grapas	Grapas estándar de cobre de Wingo	1	Panamericana	\$4.400	\$4.400	mensual	\$19.300
Perforadora	Perforadora negra de dos huecos	1	Panamericana	\$8.800	\$8.800	inicial	\$28.100
Fechadora	Fechador múltiple de sello	1	Panamericana	\$29.500	\$29.500	inicial	\$57.600
Sacaganchos	Sacaganchos metálico	1	Panamericana	\$5.600	\$5.600	inicial	\$63.200
Tinta	Tinta para sellos	1	Mercado libre	\$4.900	\$4.900	mensual	\$68.100
Papel carta	Papel para fotocopias e impresión	1	Panamericana	\$6.900	\$6.900	mensual	\$75.000

Notas	Notas adhesivas	1	Panamericana	\$16.800	\$16.800	anual	\$91.800
Lapicero	Lapicero kilométrico negro	1	Mercado libre	\$16.500	\$16.500	semestral	\$108.300

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Panamericana, 2019), (Mercado libre, 2019), (Mercado libre, 2019).

Tabla 47. Requerimientos de materiales e insumos del área de cartera.

Cartera							
Nombre	Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo unitario	Costo total	Periodicidad	Total
Cosedora	Cosedora manual Rank 301	1	Panamericana	\$10.000	\$10.000	inicial	\$10.000
Clips	Clips metálicos jumbo Wingo	1	Panamericana	\$4.900	\$4.900	mensual	\$14.900
Grapas	Grapas estándar de	1	Panamericana	\$4.400	\$4.400	mensual	\$19.300

	cobre de Wingo						
Perforadora	Perforadora negra de dos huecos	1	Panamericana	\$8.800	\$8.800	inicial	\$28.100
Fechadora	Fechador múltiple de sello	1	Panamericana	\$29.500	\$29.500	inicial	\$57.600
Sacaganchos	Sacaganchos metálico	1	Panamericana	\$5.600	\$5.600	inicial	\$63.200
Tinta	Tinta para sellos	1	Mercado libre	\$4.900	\$4.900	mensual	\$68.100
Papel carta	Papel para fotocopias e impresión	1	Panamericana	\$6.900	\$6.900	mensual	\$75.000
Notas	Notas adhesivas	1	Panamericana	\$16.800	\$16.800	anual	\$91.800
Lapicero	Lapicero kilométrico	1	Mercado libre	\$16.500	\$16.500	semestral	\$108.300

	negro						
--	-------	--	--	--	--	--	--

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Panamericana, 2019), (Mercado libre, 2019), (Mercado libre, 2019).

Tabla 48. Requerimientos de materiales e insumos del área de comercio exterior.

Comercio Exterior							
Nombre	Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo unitario	Costo total	Periodicidad	Total
Cosedora	Cosedora manual Rank 301	1	Panamericana	\$10.000	\$10.000	inicial	\$10.000
Clips	Clips metálicos jumbo Wingo	1	Panamericana	\$4.900	\$4.900	mensual	\$14.900
Grapas	Grapas estándar de cobre de Wingo	1	Panamericana	\$4.400	\$4.400	mensual	\$19.300
Perforadora	Perforadora negra de dos	1	Panamericana	\$8.800	\$8.800	inicial	\$28.100

	huecos						
Fechadora	Fechador múltiple de sello	1	Panamericana	\$29.500	\$29.500	inicial	\$57.600
Sacaganchos	Sacaganchos metálico	1	Panamericana	\$5.600	\$5.600	inicial	\$63.200
Tinta	Tinta para sellos	1	Mercado libre	\$4.900	\$4.900	mensual	\$68.100
Papel carta	Papel para fotocopias e impresión	1	Panamericana	\$6.900	\$6.900	mensual	\$75.000
Notas	Notas adhesivas	1	Panamericana	\$16.800	\$16.800	anual	\$91.800
Lapicero	Lapicero kilométrico negro	1	Mercado libre	\$16.500	\$16.500	semestral	\$108.300

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Panamericana, 2019), (Mercado libre, 2019), (Mercado libre, 2019).

Tabla 49. Requerimientos de materiales e insumos del área de mercadeo.

Mercadeo							
Nombre	Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo unitario	Costo total	Periodicidad	Total
Cosedora	Cosedora manual Rank 301	1	Panamericana	\$10.000	\$10.000	inicial	\$10.000
Clips	Clips metálicos jumbo Wingo	1	Panamericana	\$4.900	\$4.900	mensual	\$14.900
Grapas	Grapas estándar de cobre de Wingo	1	Panamericana	\$4.400	\$4.400	mensual	\$19.300
Perforadora	Perforadora negra de dos huecos	1	Panamericana	\$8.800	\$8.800	inicial	\$28.100
Fechadora	Fechador múltiple de sello	1	Panamericana	\$29.500	\$29.500	inicial	\$57.600

Sacaganchos	Sacaganchos metálico	1	Panamericana	\$5.600	\$5.600	inicial	\$63.200
Tinta	Tinta para sellos	1	Mercado libre	\$4.900	\$4.900	mensual	\$68.100
Papel carta	Papel para fotocopias e impresión	1	Panamericana	\$6.900	\$6.900	mensual	\$75.000
Notas	Notas adhesivas	1	Panamericana	\$16.800	\$16.800	anual	\$91.800
Lapicero	Lapicero kilométrico negro	1	Mercado libre	\$16.500	\$16.500	semestral	\$108.300

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Panamericana, 2019), (Mercado libre, 2019), (Mercado libre, 2019).

6.2.4 Requerimientos de servicios por área

Los servicios necesarios están incluidos dentro del arriendo del local, como servicios públicos, telefonía, internet y mensajería.

CAPITULO VII. ANÁLISIS LEGAL

7.1 Tipo de Organización empresarial

La asociación que más acomoda al proyecto es la Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S), la cual permite que en la empresa haya uno o más socios, estos pueden ser personas naturales o jurídicas y cada uno es responsable de acuerdo al aporte que realizó al momento de unirse a la empresa. Además, los socios pueden escoger la normativa que se acerque más a sus intereses y también, el pago de los aportes puede ser diferido hasta un plazo máximo de 2 años, lo cual facilita la constitución de la empresa (Dinero, 2019). No es conveniente la sociedad anónima ya que esta es para medianas y grandes empresas, y este proyecto es una pequeña empresa que apenas se va a constituir. (Barragán, s.f.), y tampoco una sociedad limitada ya que esta requiere que el aporte de los socios sea igual y el pago de estos deben ser pagados en su totalidad al momento de la constitución de la empresa (Actualicese, 2015).

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

A continuación, se explicará en una tabla los diferentes trámites legales necesarios para la constitución de la empresa, con su respectivo costo, periodicidad y entidad competente.

Tabla 50. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.

Trámite	Descripción	Entidad	Costo	Periodicidad
Formulario Rues	Es un registro que integra el registro mercantil y el registro de oponentes lo cual permite entre otras cosas proteger el nombre comercial.	Cámara de comercio	Sin costo	Único

Rut	Es un mecanismo para identificar, ubicar y clasificar las personas y empresas dentro del sistema tributario dependiendo su objeto social, valor patrimonial, entre otros.	DIAN	Sin costo	Único
Registro Mercantil	Es un registro que permite a las empresas ejercer cualquier actividad comercial y acredita la actividad de comerciante, además, permite ampliar su portafolio con clientes y proveedores	Cámara de comercio	\$854.000	Cada tres meses
Visita de Los Bomberos	Es una visita a través de la cual se revisan las condiciones de seguridad y riesgos.	Cuerpo de bomberos	\$8.540	Cada visita de inspección
Matrícula Sanitaria	Único documento válido para el trámite de licencia de funcionamiento	Secretaria de salud	\$4.670.851	Es un registro sanitario alto por lo tanto dura 5 años

	de un establecimiento.			
Sistema General De Seguridad Social En Salud	Conjunto de instituciones y normas mediante las cuales el estado garantiza que se le presten todos los servicios de salud adecuados a los colombianos.	EPS, ARP y AFP	\$103.515	Mensual equivale al 12.5% del valor en este caso el mínimo

Fuente elaboración propia con datos obtenidos de: (Rankia, 2019), (RUES, s.f.), (Confecamaras, 2018), (encolombia, s.f.), (Camara de comercio de Bogotá, 2019), (Bomberos Bogotá, 2019), (Camara de comercio de Bogotá, 2018), (El tiempo, s.f.), (INVIMA, 2019), (Bogota, 2019), (Acuerdo consejo de Bogotá, s.f.).

CAPITULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO

8.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad

A continuación, están relacionadas las diferentes tasas e impuestos utilizados en el proyecto.

- **Tasa de Rentabilidad de su Industria:** 3,9% anual.
- **Tasas Libre de Riesgo:** 3,2% en el año 2017.
- **Tasas de Rentabilidad Esperada como Inversionista:** 0.32% mensual
- **Impuesto sobre la Renta:** 33% anual.
- **% de Margen de Contribución sobre costo unitario del Producto para definir**

los precios de Ventas:

El margen de contribución será de 20% teniendo en cuenta que el precio de venta será para el distribuidor en Estados Unidos y no es una venta directa.

Tabla 51. Porcentaje de margen contribución.

Producto o Servicio	Costo Variable Unitario/CMV	Precio de Venta Unitario	Margen de c.	MC en %
Aceite de sachá inchi de 260 ml	\$26.157	\$32.696	6.539	20%
Aceite de sachá inchi de 500 ml	\$51.097	\$63.872	12.774	20%

Fuente elaboración propia.

8.2. Aportes de Capital de los Socios

Son tres socios en el proyecto y en total se tiene \$180'000.000. Cada socio hará el siguiente aporte:

Alejandra Martínez: \$60'000.000

Estefanía Ospina: \$60'000.000

Jairo López: \$60'000.000

Dicha inversión será destinada en activos fijos, gastos pre operativos y capital de trabajo.

8.3 Créditos y Préstamos Bancarios

En la siguiente tabla se relaciona a información del crédito que va a realizar.

Tabla 52. Créditos y préstamos bancarios.

Entidad	Monto del préstamo	Tasa de interés	Plazo
Cooperativa financiera Cotrafa	\$461'214.831	1,95%	60 meses

Fuente elaboración propia.

- **Tabla de amortización**

En esta tabla se explicará el estado del crédito por año, mostrando los intereses pagados, el abono del capital y el saldo.

Tabla 53. Amortización.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés	\$ 98.031.212	\$ 76.446.358	\$ 54.861.504	\$ 33.276.650	\$ 11.691.796
Capital	\$ 92.242.966	\$ 92.242.966	\$ 92.242.966	\$ 92.242.966	\$ 92.242.966
Saldo	\$ 368.971.864	\$ 276.728.898	\$ 184.485.932	\$ 92.242.966	\$ 0

Fuente elaboración propia.

8.4 Precios de los Productos

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

Los factores que se tuvieron en cuenta para determinar el precio del producto fue el costo de la mercancía con el porcentaje de rentabilidad, teniendo en cuenta que la venta del producto es con distribuidores por lo que el precio debe ser más bajo que el de la competencia en las minoristas en California.

8.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Tabla 54. Precios de los productos tomando como base los Costos.

Producto	Costo variable	Costo fijo unitario	Costo unitario total	Precio	Margen de Contribución	MC %	Utilidad	Unidad %
Aceite de sachá inchi de 260 ml	26.157	5.005	31.162	32.696	6.539	20%	1.534	4,69%
Aceite de sachá inchi de 500 ml	51.097	9.778	60.875	63.872	12.774	20%	2.996	4,69%

Fuente elaboración propia.

En la tabla anterior se puede observar cuanto valor corresponde de costos fijos a cada botella de aceite en sus diferentes presentaciones, además del margen de contribución y la utilidad real en porcentaje.

8.5 Ingresos y Egresos

8.5.1 Ingresos

8.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio

A continuación, se explican los ingresos por medio de las ventas totales del producto.

Tabla 55. Ventas totales del producto.

Ventas Totales Por producto		
Ventas		Participación del total Ventas
Aceite de sachá inchi de 260 ml	\$ 85.010.074,4	54,75%
Aceite de sachá inchi de 500 ml	\$ 70.258.773,8	45,25%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 155.268.848,2	100,00%

Fuente elaboración propia.

8.5.2 Egresos

8.5.2.1 Inversiones

Dentro de los egresos del proyecto se encuentran la inversión en activos fijos, en gastos pre operativos y en capital de trabajo, lo cual se muestra en las siguientes tablas.

Tabla 56. Activos fijos exigibles.

Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)	Valor
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 12.822.000
Maquinaria (5años)	\$ 107.827.090
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 1.238.100
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 121.887.190,0

Fuente elaboración propia.

Tabla 57. Gastos pre operativos exigibles.

Gastos Pre operativos Exigibles	Valor
Constitución y registro	\$ 5.636.906,0
Estudios financieros	\$ 3.500.000,0
Publicidad y Promoción	\$ 750.000,0
Total Gasto Pre operativos Exigibles	\$ 9.886.906,0

Fuente elaboración propia.

Tabla 58. Número de días para cubrir costos variables y fijos.

Cuenta	Días de Cobertura	Valor
Costos Variables	90	\$ 372.645.236
Costos Fijos de Producción	90	\$ 20.270.095

Costos Fijos de Administración	90	\$ 46.778.685
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	90	\$ 4.260.831

Fuente elaboración propia.

Tabla 59. Número de días para cubrir el inventario.

Cuenta	Días de Cobertura	Valor
Inventarios productos	15	\$ 65.485.888

Fuente elaboración propia.

Tabla 60. Inversiones exigibles y disponibles.

Inversiones (exigibles y disponibles)			
Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	\$ 121.887.190,0	\$ 14.060.100,0	\$ 107.827.090,0
Gastos Pre operativos	\$ 9.886.906,0	\$ 9.886.906,0	\$ 0,0
Capital de Trabajo	\$ 509.440.734,6	\$ 156.052.994,0	\$ 353.387.740,6

Fuente elaboración propia.

8.5.2.2 Costos Fijos y Variables

Costos variables: Los costos variables se muestran en las siguientes tablas, tanto de las botellas de 260 ml y 500 ml.

- **Botella de 260 ml**

Tabla 61. Costo unitario de los componentes botella de 260ml.

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Botella de sachá inchi de 260 ml	\$ 25.585	1	Unidades	\$ 25.585
Cotización exportación FOB	\$ 709.213	0,00	Unidades	\$ 571,95
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 26.156,95

Fuente elaboración propia.

- **Botella de 500 ml**

Tabla 62. Costos unitarios de los componentes botella de 500ml.

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Botella de sachá inchi de 500 ml	\$ 49.980	1,00	Unidades	\$ 49.980
Cotización de exportación FOB	\$ 558.645,00	0,00		\$ 1.117
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 51.097,29

Fuente elaboración propia.

Los costos fijos: Dentro de los costos fijos se encuentran en los costos de producción, de administración y de comercialización, los cuales se muestran en las siguientes tablas.

Tabla 63. Costos fijos de producción mensuales.

Costos fijos de producción mensuales	
Salarios	\$ 1.928.116
Prestaciones Sociales	\$ 435.724
Seguridad social	\$ 405.327
Parafiscales	\$ 77.125
Transporte	\$ 194.064
Arriendo	\$ 2.400.000
Servicios	\$ 631.991
Mantenimiento	\$ 16.667
Imprevistos	\$ 667.684
Total Costos Fijos Producción	\$ 6.756.698

Fuente elaboración propia.

Costos Fijos de Administración Mensuales	
Seguridad social	\$ 7.812.464
Parafiscales	\$ 1.731.315
papelería	\$ 1.642.330
Seguros	\$ 312.500
Arriendo	\$ 176.750
Imprevistos	\$ 0
Total costos fijos de administración	\$ 2.500.000
	\$ 1.417.536

	\$ 15.592.895
--	----------------------

Fuente elaboración propia.

Tabla 64. Costos fijos de comercialización y ventas mensuales.

Costos Fijos de Comercialización y Ventas Mensuales	
Feria	\$ 1.291.161
Imprevistos	\$ 129.116
Total Costos Fijos de Comercialización y Ventas	\$ 1.420.277

Fuente elaboración propia.

8.5.3 Estados Financieros

8.5.3.1 Estado de Pérdidas y Ganancias

Ilustración 18. Estado de pérdidas y ganancias.

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por concepto de Ventas	155.268.848	155.268.848	155.268.848	155.268.848	155.268.848	155.268.848	155.268.848	155.268.848	155.268.848	155.268.848	155.268.848	155.268.848
Costo Variables	124.215.079	124.215.079	124.215.079	124.215.079	124.215.079	124.215.079	124.215.079	124.215.079	124.215.079	124.215.079	124.215.079	124.215.079
Costos Fijos Producción	6.756.698	6.756.698	6.756.698	6.756.698	6.756.698	6.756.698	6.756.698	6.756.698	6.756.698	6.756.698	6.756.698	6.756.698
Gastos Depreciación	2.163.603	2.163.603	2.163.603	2.163.603	2.163.603	2.163.603	2.163.603	2.163.603	2.163.603	2.163.603	2.163.603	2.163.603
Utilidad Bruta en Ventas	22.133.468	22.133.468	22.133.468	22.133.468	22.133.468	22.133.468	22.133.468	22.133.468	22.133.468	22.133.468	22.133.468	22.133.468
Costos fijos de Administración	15.592.895	15.592.895	15.592.895	15.592.895	15.592.895	15.592.895	15.592.895	15.592.895	15.592.895	15.592.895	15.592.895	15.592.895
Costos Fijos de Ventas y Distribución	1.420.277	1.420.277	1.420.277	1.420.277	1.420.277	1.420.277	1.420.277	1.420.277	1.420.277	1.420.277	1.420.277	1.420.277
Amortización de diferidos	164.782	164.782	164.782	164.782	164.782	164.782	164.782	164.782	164.782	164.782	164.782	164.782
Utilidad Operativa	4.955.515	4.955.515	4.955.515	4.955.515	4.955.515	4.955.515	4.955.515	4.955.515	4.955.515	4.955.515	4.955.515	4.955.515
Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	4.955.515	4.955.515	4.955.515	4.955.515	4.955.515	4.955.515	4.955.515	4.955.515	4.955.515	4.955.515	4.955.515	4.955.515
Impuestos	1.635.320	1.635.320	1.635.320	1.635.320	1.635.320	1.635.320	1.635.320	1.635.320	1.635.320	1.635.320	1.635.320	1.635.320
UTILIDAD NETA	3.320.195	3.320.195	3.320.195	3.320.195	3.320.195	3.320.195	3.320.195	3.320.195	3.320.195	3.320.195	3.320.195	3.320.195
Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidades no Repartidas	3.320.195	3.320.195	3.320.195	3.320.195	3.320.195	3.320.195	3.320.195	3.320.195	3.320.195	3.320.195	3.320.195	3.320.195
Utilidades no Repartidas Acumuladas	3.320.195	6.640.390	9.960.584	13.280.779	16.600.974	19.921.169	23.241.364	26.561.559	29.881.753	33.201.948	36.522.143	39.842.338

Fuente elaboración propia.

Análisis: En la tabla anterior se puede notar que la utilidad neta es positiva porque los ingresos por ventas son superiores a los costos variables, de producción, administración, distribución, entre otros costos y gastos. Sin embargo, nos es una utilidad tan alta comparado con los ingresos totales.

8.5.3.2 Flujo de Caja y VPN del proyecto

Ilustración 19. Flujo de caja del proyecto al primer año.

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848
- Costos variables		\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079
- Costos fijos	\$ 0	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870
Costos fijos de Producción		\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698
Costos fijos de Administración		\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385
- Intereses Crédito	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 4.955.515	\$ 4.955.515	\$ 4.955.515	\$ 4.955.515	\$ 4.955.515	\$ 4.955.515	\$ 4.955.515	\$ 4.955.515	\$ 4.955.515	\$ 4.955.515	\$ 4.955.515	\$ 4.955.515
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.635.320	\$ 1.635.320	\$ 1.635.320	\$ 1.635.320	\$ 1.635.320	\$ 1.635.320	\$ 1.635.320	\$ 1.635.320	\$ 1.635.320	\$ 1.635.320	\$ 1.635.320	\$ 1.635.320
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 3.320.195	\$ 3.320.195	\$ 3.320.195	\$ 3.320.195	\$ 3.320.195	\$ 3.320.195	\$ 3.320.195	\$ 3.320.195	\$ 3.320.195	\$ 3.320.195	\$ 3.320.195	\$ 3.320.195
	\$ 0	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 613.274.213
Prestamos	\$ 0												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 509.440.735
Valor de Salvamento													\$ 103.833.479
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 641.214.831	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Activos Fijos	\$ 121.887.190												
Pago Credito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 9.888.906												
Capital de Trabajo	\$ 509.440.735												
FLUJO DE CAJA	-\$ 641.214.831	\$ 5.648.580	\$ 5.648.580	\$ 5.648.580	\$ 5.648.580	\$ 5.648.580	\$ 5.648.580	\$ 5.648.580	\$ 5.648.580	\$ 5.648.580	\$ 5.648.580	\$ 5.648.580	\$ 618.922.793

Fuente elaboración propia.

Ilustración 20. Análisis TIR y VPN del proyecto del primer año.

Tasa de rentabilidad esperada	3,90%
Valor Presente Neto	- 200.396.758
Tasa Interna de Retorno	0,53%

Fuente elaboración propia.

Análisis: Se puede notar que el proyecto a un año no es rentable ya que la tasa de rentabilidad que se espera es de 3,90% mientras que la tasa de rentabilidad que ofrece el proyecto es de 0,53%, realmente es muy poco y el valor presente neto incluso es negativo, por lo que hace falta \$200.396.758.

Ilustración 21. Flujo de caja del inversionista al primer año.

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848	\$ 155.268.848
- Costos variables		\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079	\$ 124.215.079
- Costos fijos	\$ 0	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870	\$ 23.769.870
Costos fijos de Producción		\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698	\$ 6.756.698
Costos fijos de Administración		\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895	\$ 15.592.895
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277	\$ 1.420.277
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 8.993.689	\$ 8.843.794	\$ 8.693.900	\$ 8.544.005	\$ 8.394.110	\$ 8.244.215	\$ 8.094.320	\$ 7.944.425	\$ 7.794.531	\$ 7.644.636	\$ 7.494.741	\$ 7.344.846
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 4.038.175	-\$ 3.888.280	-\$ 3.738.385	-\$ 3.588.490	-\$ 3.438.595	-\$ 3.288.700	-\$ 3.138.806	-\$ 2.988.911	-\$ 2.839.016	-\$ 2.689.121	-\$ 2.539.226	-\$ 2.389.332
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 4.038.175	-\$ 3.888.280	-\$ 3.738.385	-\$ 3.588.490	-\$ 3.438.595	-\$ 3.288.700	-\$ 3.138.806	-\$ 2.988.911	-\$ 2.839.016	-\$ 2.689.121	-\$ 2.539.226	-\$ 2.389.332
	\$ 0	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385	\$ 2.328.385
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 461.214.831	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 613.274.213
Prestamos	\$ 461.214.831												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 509.440.735
Valor de Salvamento													\$ 103.833.479
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 641.214.831	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914
Activos Fijos	\$ 121.887.190												
Pago Credito (Capital)		\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914	\$ 7.686.914
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 9.886.906												
Capital de Trabajo	\$ 509.440.735												
FLUJO DE CAJA	-\$ 180.000.000	-\$ 9.398.704	-\$ 9.248.809	-\$ 9.096.914	-\$ 8.947.019	-\$ 8.797.124	-\$ 8.647.230	-\$ 8.497.335	-\$ 8.347.440	-\$ 8.197.545	-\$ 8.047.650	-\$ 7.897.755	\$ 805.526.353

Fuente elaboración propia.

Ilustración 22. Análisis TIR y VPN del inversionista del primer año.

Tasa de rentabilidad esperada	3,90%
Valor Presente Neto	125.933.649
Tasa Interna de Retorno	7,91%

Fuente elaboración propia.

Análisis: En el flujo de caja del inversionista se puede notar que si es rentable debido a que supera la tasa de rentabilidad esperada en un 4,01% dando así un valor presente neto positivo de \$125'933.649. Comparado con el flujo de caja del proyecto se puede ver que el del inversionista es mucho más viable por la tasa interna de retorno que es el 7,91%.

8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Análisis de Sensibilidad

8.5.4.1 Análisis de Sensibilidad

Precio: Como se puede ver la tabla con respecto al precio para obtener la rentabilidad esperada habría que hacer un incremento de este en un 21 % más del estipulado. Esto no es tan favorable puesto que el distribuidor no va estar dispuesto a pagar más por un producto al cual también debe dejarle un margen de rentabilidad.

Ilustración 23. Variaciones en precio análisis de sensibilidad, TIR y VPN.

Cambio Porcentual en el Precio	21,00%
Tasa de rentabilidad esperada	3,90%
Valor Presente Neto	5.827.424
Tasa Interna de Retorno	4,00%

Fuente elaboración propia.

- **Cantidades:** Esta tabla muestra que, aunque se dupliquen las cantidades no se alcanza el margen de rentabilidad para que sea un proyecto viable, además que si esto pasa deben de buscarse más clientes, el proyecto no es tan amplio para tener más compradores por los proveedores y la bodega de almacenamiento.

Ilustración 24. Variaciones en cantidades análisis de sensibilidad TIR y VPN.

Cambio Porcentual en las Ventas	100,00%
Tasa de Rentabilidad esperada	3,90%
Valor Presente Neto	- 164.047.364
Tasa Interna de Retorno	2,27%

Fuente elaboración propia.

- **Costos variables:** Para la tabla de costos variables se deberían reducir los gastos de en un 22%, esto sería casi imposible puesto los gastos a proveedores y los gastos de exportación a pesar que son variables ya están estipulados y no hay proveedores que vendan el aceite más económico.

Ilustración 25. Variaciones en costos variables análisis de sensibilidad, TIR y VPN.

Cambio Porcentual Costos Variables	-22,00%
Tasa de Rentabilidad esperada	3,90%
Valor Presente Neto	7.650.756
Tasa Interna de Retorno	4,05%

Fuente elaboración propia.

- **Costos fijos:** Para obtener un 1.91% de rentabilidad se deben bajar los costos fijos en un 50 %; para lograr esto habría que cortar personal y tener un cambio de instalaciones como la bodega donde se almacenará todo el producto, y ambos aspectos que ya están definidos son importantes para llevar a cabo la comercialización del aceite.

Ilustración 26. Variaciones costos fijos análisis de sensibilidad, TIR y VPN.

Cambio Porcentual Costos Fijos	-50,00%
Tasa de Rentabilidad esperada	3,90%
Valor Presente Neto	- 111.480.579
Tasa Interna de Retorno	1,91%

Fuente elaboración propia.

8.5.4.2 Estado de pérdida y ganancia proyectado

Ilustración 27. Estado de pérdidas y ganancias proyectado.

	CUENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+	Ingresos por concepto de Ventas	1.863.226.178	2.039.306.642	2.232.027.237	2.442.960.507	2.673.827.604
-	Costo Variables	1.490.580.943	1.609.827.418	1.738.613.611	1.877.702.700	2.027.918.916
-	Costos Fijos Producción	81080378	87566809	94572153	102137926	110308960
-	Gastos Depreciación	25963236	25963236	25963236	21689232	21689232
=	Utilidad Bruta en Ventas	265.601.621	315.949.179	372.878.237	441.430.649	513.910.496
-	Costos fijos de Administración	187.114.739	202.083.918	218.250.631	235.710.682	254.567.536
-	Costos Fijos de Ventas y Distribución	17.043.325	18.406.791	19.879.335	21.469.681	23.187.256
-	Amortización de diferidos	1.977.381	1.977.381	1.977.381	1.977.381	1.977.381
=	Utilidad Operativa	59.466.176	93.481.089	132.770.890	182.272.905	234.178.323
+	Otros Ingresos					
-	Otros egresos					
-	Costos de Financiación					
=	Utilidad Antes de Impuestos	59.466.176	93.481.089	132.770.889	182.272.905	234.178.323
-	Impuestos	19.623.838	30.848.759	43.814.393	60.150.059	77.278.847
=	UTILIDAD NETA	39.842.338	62.632.330	88.956.496	122.122.846	156.899.476
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)					
=	Utilidades no Repartidas	39.842.338	62.632.330	88.956.496	122.122.846	156.899.476
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	39.842.338	102.474.668	191.431.163	313.554.010	470.453.486

Utilidad bruta en ventas	14,25%	15,49%	16,71%	18,07%	19,22%	16,75%
Utilidad operativa	3,19%	4,58%	5,95%	7,46%	8,76%	5,99%
Utilidad Neta	2,14%	3,07%	3,99%	5,00%	5,87%	4,01%

Fuente elaboración propia.

Análisis: Según los datos de la tabla anterior se puede observar que, aunque a un plazo de 5 años el proyecto genera utilidades no es la que se esperaba, y es impactante que el porcentaje disminuye con más notoriedad entre la utilidad bruta en ventas y utilidad operativa es decir que el dinero destinado para los costos fijos de administración son bastantes altos.

8.5.4.3 Flujo de Caja Proyectado

Ilustración 28. Flujo de caja del proyecto a cinco años.

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 1.863.226.178	\$ 2.039.306.642	\$ 2.232.027.237	\$ 2.442.960.507	\$ 2.673.827.604
- Costos variables		\$ 1.490.580.943	\$ 1.609.827.418	\$ 1.738.613.611	\$ 1.877.702.700	\$ 2.027.918.916
- Costos fijos		\$ 285.238.442	\$ 308.057.518	\$ 332.702.119	\$ 359.318.289	\$ 388.063.752
Costos fijos de Producción		\$ 81.080.378	\$ 87.566.809	\$ 94.572.153	\$ 102.137.926	\$ 110.308.960
Costos fijos de Administración		\$ 187.114.739	\$ 202.083.918	\$ 218.250.631	\$ 235.710.682	\$ 254.567.536
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 17.043.325	\$ 18.406.791	\$ 19.879.335	\$ 21.469.681	\$ 23.187.256
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 27.940.617	\$ 27.940.617	\$ 27.940.617	\$ 27.940.617	\$ 27.940.617
- Intereses Credito		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 59.466.176	\$ 93.481.089	\$ 132.770.889	\$ 177.998.901	\$ 229.904.319
- Impuestos	\$ 0	\$ 19.623.838	\$ 30.848.759	\$ 43.814.394	\$ 58.739.637	\$ 75.868.425
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 39.842.338	\$ 62.632.329	\$ 88.956.496	\$ 119.259.264	\$ 154.035.894
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 27.940.617	\$ 27.940.617	\$ 27.940.617	\$ 27.940.617	\$ 27.940.617
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 685.159.505
Prestamos	\$ 0					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 693.088.495
Valor de Salvamento						-\$ 7.928.990
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 641.214.831	\$ 40.755.259	\$ 44.015.679	\$ 47.536.934	\$ 51.339.889	\$ 0
Activos Fijos	\$ 121.887.190					
Pago Credito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 9.886.906					
Capital de Trabajo	\$ 509.440.735	\$ 40.755.259	\$ 44.015.679	\$ 47.536.934	\$ 51.339.889	
FLUJO DE CAJA	-\$ 641.214.831	\$ 27.027.696	\$ 46.557.267	\$ 69.360.179	\$ 95.859.992	\$ 867.136.016

Fuente elaboración propia.

Ilustración 29. Flujo de caja del proyecto a cinco años, TIR y VPN.

Tasa de rentabilidad esperada	3,91%
Valor Presente Neto	287.845.259
Tasa Interna de Retorno	12,87%

Fuente elaboración propia.

Análisis: En el flujo de caja del proyecto a 5 años se puede ver que a partir del segundo año se recupera la inversión ya que la tasa interna de retorno es mucho más alta que la de la rentabilidad esperada, dejando así un valor presente neto de \$287.845.259 al quinto año, por lo tanto, es viable.

- Flujo de Caja Proyectado

Ilustración 30. Flujo de caja del inversionista a cinco años.

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 1.863.226.178	\$ 2.039.306.642	\$ 2.232.027.237	\$ 2.442.960.507	\$ 2.673.827.604
- Costos variables		\$ 1.490.580.943	\$ 1.609.827.418	\$ 1.738.613.611	\$ 1.877.702.700	\$ 2.027.918.916
- Costos fijos		\$ 285.238.442	\$ 308.057.518	\$ 332.702.119	\$ 359.318.289	\$ 388.063.752
Costos fijos de Producción		\$ 81.080.378	\$ 87.566.809	\$ 94.572.153	\$ 102.137.926	\$ 110.308.960
Costos fijos de Administración		\$ 187.114.739	\$ 202.083.918	\$ 218.250.631	\$ 235.710.682	\$ 254.567.536
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 17.043.325	\$ 18.406.791	\$ 19.879.335	\$ 21.469.681	\$ 23.187.256
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 27.940.617	\$ 27.940.617	\$ 27.940.617	\$ 27.940.617	\$ 27.940.617
- Intereses Crédito		\$ 98.031.212	\$ 76.446.358	\$ 54.861.504	\$ 33.276.650	\$ 11.691.796
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 38.565.036	\$ 17.034.731	\$ 77.909.385	\$ 144.722.251	\$ 218.212.523
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 5.621.461	\$ 25.710.097	\$ 47.758.343	\$ 72.010.133
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 38.565.036	\$ 11.413.269	\$ 52.199.288	\$ 96.963.908	\$ 146.202.390
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 27.940.617	\$ 27.940.617	\$ 27.940.617	\$ 27.940.617	\$ 27.940.617
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 461.214.831	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 685.159.505
Préstamos	\$ 461.214.831					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 693.088.495
Valor de Salvamento						-\$ 7.928.990
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 641.214.831	\$ 132.998.225	\$ 136.258.646	\$ 139.779.900	\$ 143.582.855	\$ 92.242.966
Activos Fijos	\$ 121.887.190					
Pago Crédito (Capital)		\$ 92.242.966	\$ 92.242.966	\$ 92.242.966	\$ 92.242.966	\$ 92.242.966
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 9.886.906					
Capital de Trabajo	\$ 509.440.735	\$ 40.755.259	\$ 44.015.679	\$ 47.536.934	\$ 51.339.889	
FLUJO DE CAJA	-\$ 180.000.000	-\$ 143.622.644	-\$ 96.904.759	-\$ 59.639.995	-\$ 18.678.329	\$ 767.059.547

Fuente elaboración propia.

Ilustración 31. Flujo de caja del proyecto a cinco años, TIR y VPN.

Tasa de rentabilidad esperada	3,91%
Valor Presente Neto	156.098.002
Tasa Interna de Retorno	11,71%

Fuente elaboración propia.

Análisis: En el flujo de caja del inversionista proyectado a 5 años se puede ver que la inversión se recupera en el quinto año, por lo que es viable pero no se recibirán ganancias sino hasta el último año proyectado. Si se analiza la tasa interna de retorno se puede ver que es muy alta comparada con la esperada, pero que si se mira año por año no es tan rentable como el proyecto a 5 años.

CONCLUSIONES

El proyecto realizado acerca de la determinación de la viabilidad de la exportación de aceite de sachá inchi ha permitido generar conclusiones desde cada uno de los estudios, a continuación, se presentará cada uno:

1. Con respecto al entorno y al sector, la exportación de aceite de sachá inchi en el sector comercial reconoce que es un producto aceptado en el mercado, con grandes oportunidades para ser comercializado en diferentes sectores de la economía tanto nacional como internacional (Acosta Strobel, 2018); igualmente según las estadísticas, la rentabilidad y generación de empleo influyen de manera positiva en el incremento del PIB. Sin embargo, se identifica que la complejidad tecnológica puede ser una barrera que minimice el proceso de comercialización de calidad, esto implica estar a la vanguardia de las nuevas tendencias de la información y comunicación.
2. El estudio de mercados permitió identificar el país con mayores posibilidades para la comercialización del aceite sachá inchi por sus condiciones de consumo y prácticas saludables en la alimentación, específicamente en EEUU, en California, Los Ángeles; seguidas de los países de Corea del sur y Japón. En análisis de este estudio se han reconocido las características de la población y la gran aceptación que tendría el aceite de sachá inchi para ser consumido en sus diferentes usos. A pesar de contar con grandes competidores, la demanda de este producto es considerable permitiendo extenderse a zonas cercanas de la población. Con relación a distribuidores y proveedores, se encontró la experiencia y el tiempo que llevan en el mercado y esto ayuda a realizar futuras alianzas para reducir costos y fortalecer los procesos investigativos con respecto al producto y al servicio.
3. El análisis del mercado internacional destaca la importancia de los tratados que tiene Colombia con EEUU y las condiciones que el mercado ofrece para la comercialización de este producto, las cuales están vigentes y actuales, convirtiéndose en una oportunidad más segura y confiable al momento de exportar, así mismo los permisos de las diferentes instituciones que regulan la calidad del producto que aseguran su comercialización y consumo. Igualmente, se identificaron las diferentes rutas de acceso, sus costos y cuál es

la más recomendable para el producto, siendo la marítima la de mayores condiciones de tiempo, disponibilidad, cantidad y precio.

4. Para la producción y comercialización del aceite de sachá inchi se requiere de un proceso técnico, el cual permite identificar la línea de tiempo del producto desde su siembra hasta la llegada al consumidor final; esto requiere planeación y elaboración de flujos de diagramas que muestren de manera clara todo el proceso que se lleva a cabo, detectando a tiempo inconvenientes o dificultades que se puedan dar en el proceso. Estos diagramas ilustran y sintetizan lo que se debe tener en cuenta antes durante y al final del proceso, realizando ajustes necesarios cuando se requiera.
5. Por medio del análisis administrativo se identificaron las diferentes áreas, cargos y funciones que se requieren para la exportación del aceite de sachá inchi; en cada una de las áreas se requiere de un personal idóneo para cumplir responsabilidades competentes con su cargo, costos de nómina y prestaciones sociales, igualmente gastos en que incurre la empresa como material y equipo. Este estudio permite reconocer la importancia del trabajo conjunto y colaborativo del talento humano para alcanzar el objetivo de exportar aceite de sachá inchi.
6. El estudio legal muestra la normatividad colombiana con relación a la creación de empresa en los diferentes sectores de la economía y los requerimientos que estas necesitan para ser constituidas con las condiciones óptimas y exigidas por la ley. Conocer el proceso de documentación y diligenciamiento de formatos garantiza estabilidad en el funcionamiento de la actividad económica realizada.

Finalmente, el estudio financiero muestra la viabilidad del proyecto desde el aspecto económico, a lo cual se asume que a pesar que los estudios anteriores muestran resultados positivos la utilidad que se proyecta y se espera no es suficientemente viable para llevar a cabo el proyecto, porque la rentabilidad del sector es del 3.9% anual y la tasa de retorno esperada en 5 años es del 4% lo que supone pérdida en los 4 años anteriores. Aunque se realiza un estudio de sensibilidad para cada aspecto como precio, cantidades, costos variables, costos fijos y tasa de rentabilidad esperada los resultados obtenidos son inacabables, corroborando así, que el proyecto de creación de empresa es viable porque no deja pérdidas, pero tampoco deja las utilidades esperadas.

Bibliografía

- Acosta Strobel, J. A. (2013). *Strobel Asesores SAS*. Institución Universitaria Esumer.
- Acosta Strobel, J. A. (2015). Colombia: un diversificador de mercados exportables. *Boletín Coyuntura & Análisis*.
- Acosta Strobel, J. A. (2018). Beneficios para los empleados y malestar para los empleadores: Coyuntura por una hora más en el recargo nocturno. *Boletín Coyuntura & Análisis*, 2-4.
- Acosta Strobel, J. A., & Londoño Ossa, G. A. (2015). El control de la ilegalidad en la cadena logística. *Mercatec*, 50-52.
- Acosta, J., & Montoya, D. (2019). Revisión de la difusión de la innovación: casos de consolas de Nintendo. *Revista Espacios*.
- AECOC. (s.f.). Obtenido de <https://www.aecoc.es/articulos/de-tiendas-por-california/>
- Alvarez, A. (2019). *Bodega*. Obtenido de <https://albertoalvarez.com/inmuebles/detalle/arrendamientos/bodegas/594-27852/caribe-medellin>
- Alberto Álvarez. (2019). Obtenido de Alberto Alvarez: <https://albertoalvarez.com/inmuebles/detalle/arrendamientos/bodegas/594-27852/caribe-medellin>
- Alcaldía de Barranquilla. (2019). Obtenido de Alcaldía de Barranquilla: https://www.barranquilla.gov.co/transito?option=com_content&view=article&id=5507&Itemid=12
- Alkosto. (2019). Obtenido de Alkosto: <https://www.alkosto.com/portatil-lenovo-s145-amd-a9-14-pulgadas-disco-duro-500gb-gris>
- Anif. (2017). Obtenido de Anif : <http://www.anif.co/Biblioteca/politica-fiscal/margenes-de-rentabilidad-y-formacion-de-precios-en-el-segmento-pyme>
- Banco mundial. (2018). Obtenido de Banco mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?end=2018&locations=CO&start=2015>
- Banco mundial. (2017). Obtenido de Banco mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?end=2018&location=s=CO&start=2014>
- Banrep. (2019). Obtenido de Banrep: <http://www.banrep.gov.co/estadisticas/trm>
- Booking. (2019). Obtenido de Booking: <https://www.booking.com>

- California's population.* (marzo de 2017). Obtenido de California's population: https://www.ppic.org/content/pubs/jtf/JTF_PopulationSpanishJTF.pdf
- Camara de Medellin.* (2019). Obtenido de Camara de Medellin: <https://www.camaramedellin.com.co/>
- Castro, G., Acosta, J., & Praj, D. (2019). Aproximaciones al nuevo escenario mundial: Colombia ante la región de Asia Pacífico. Escenarios: empresa y territorio, 1-25.
- Chirinos, O., Adachi, L., Calderón, F., Díaz, R., Larrea, L., Mucha, G., & Roque, L. (2009). *esan graduate school of business.* Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/serie-gerencia-global/2009/exportacion-de-aceite-de-sacha-inchi-al-mercado-de-estados-unidos/>
- Clavijo, S., & Joya, J. S. (04 de abril de 2019). *La república.* Obtenido de La república: <https://www.larepublica.co/analisis/sergio-clavijo-500041/resultados-del-informe-doing-business-2018-2019-2847339>
- Consejo nacional de competitividad.* (2018). Obtenido de Consejo nacional de competitividad: <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2018/07/%C3%8Dndice-de-Desempe%C3%B1o-Log%C3%ADstico-2018-Final.pdf>
- Dane.* (noviembre de 2018). Obtenido de Dane: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eac/pre_eac_2017.pdf
- Dane.* (07 de 05 de 2015). Obtenido de Dane: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eac/pre_eac_2013.pdf
- Dane.* (2019). Obtenido de Dane: <https://dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo/mercado-laboral-historicos>
- Datos macro.* (2018). Obtenido de Datos macro: <https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-competitividad-global/colombia>
- Distoyota.* (2019). Obtenido de Distoyota: <https://distoyotaequiposindustriales.com/montacargas/montacargas-contrabalanceados-de-combustion/toyota-serie-z>
- DNP.* (25 de Julio de 2018). Obtenido de DNP: <https://www.dnp.gov.co/Paginas/Colombia-avanz%C3%B3-36-puestos-a-nivel-mundial-en-Desempe%C3%B1o-Log%C3%ADstico-en-los-dos-%C3%BAltimos-a%C3%B1os.aspx>
- Efxto.* (05 de noviembre de 2012). Obtenido de Efxto: <https://efxto.com/diccionario/riesgo-politico>
- Einforma.* (noviembre de 2018). Obtenido de Einforma: <https://www.einforma.co/informes-sectoriales/sector-comercio>

- El economista*. (2019). Obtenido de <https://empresite.economistaamerica.co/CHAMORRO-BENAVIDES-SAS.html>
- eSutrasorganics*. (2019). Obtenido de <http://esutras.com/culinary-and-salad-oils/928-sacha-inchi-oil.html>
- Expatistan*. (2019). Obtenido de Expatistan: <https://www.expatistan.com/es/costo-de-vida/los-angeles>
- Ferías alimentarias*. (2019). Obtenido de https://www.feriasalimentarias.com/main/oblea.asp?id_feria=211
- Financial red*. (2018). Obtenido de Financial red: <http://inflacion.com.co/tasa-de-interes-colombia.html>
- Galeano, S. (02 de febrero de 2018). *Marketing ecommerce*. Obtenido de <https://marketing4ecommerce.co/colombia-usuarios-internet/>
- García, C. P. (2017). *Logística*. Obtenido de Logística: <https://revistadelogistica.com/transporte-y-distribucion/buenaventura-cartagena-santa-marta-y-barranquilla-los-puertos-claves-del-comercio-exterior-colombiano/>
- high altitude cosmeceuticals*. (2019). Obtenido de https://highaltitudecosmeceuticals.com/products/sacha-inchi-oil-virgin?_pos=1&_sid=e043f2ac4&_ss=r
- Homecenter*. (2019). Obtenido de Homecenter: <https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/374961/Kit-Estanteria-Bricofort-1206-5Chipboard-Azul-Narnja-Madera/374961>
- ICARITO*. (2009). Obtenido de ICARITO: <http://www.icarito.cl/2009/12/368-1347-9-estados-unidos-de-america.shtml/>
- indexmundi*. (9 de Julio de 2017). Obtenido de indexmundi: https://www.indexmundi.com/es/estados_unidos/distribucion_por_edad.html
- International property index*. (2018). Obtenido de International property index: <https://www.internationalpropertyrightsindex.org/countries>
- internationalpress*. (6 de marzo de 2015). Obtenido de internationalpress: <https://internationalpress.jp/2015/03/06/el-aceite-peruano-sacha-inchi-logra-un-importante-crecimiento-en-el-mercado-de-la-salud-en-japon/>
- INVIMA*. (2019). Obtenido de INVIMA: <https://www.invima.gov.co/tarifas>
- Jetcost*. (2019). Obtenido de Jetcost: https://us.jetcost.com/es/vuelos/resultados/MDE-LAX/2020-08-25/LAX-MDE/2020-08-28/1/1-0-0?sid=FUS4_5d951c97ea6c6

- Johnson, K. (03 de enero de 2019). *El espectador*. Obtenido de El espectador: <https://www.elespectador.com/colombia2020/pais/en-que-queda-la-implementacion-del-acuerdo-de-paz-y-que-esperar-para-2019-articulo-857525>
- La nota económica*. (6 de 12 de 2018). Obtenido de La nota económica: <http://lanotaeconomica.com.co/economia/sacha-inchi-un-fruto-con-potencial-para-el-agro-colombiano.html>
- Legiscomex*. (2019). Obtenido de <https://www.legiscomex.com/#producto>
- Manchego, M. M. (24 de Julio de 2018). *El tiempo*. Obtenido de El tiempo: <https://www.eltiempo.com/economia/impuestos-que-pagan-las-empresas-en-colombia-247468>
- Marsh*. (2019). Obtenido de Marsh: <https://www.marsh.com/co/campaigns/political-risk-map-2019.html>
- Martinez, C. (2019). *lifeder*. Obtenido de lifeder: <https://www.lifeder.com/sector-terciario-colombia>
- mayanssecret*. (2019). Obtenido de mayanssecret: https://www.mayanssecret.com/products/mayans-secret-sacha-inchi-oil-usda-certified-organic-omega-3-6-9-extraordinarily-high-antioxidant-properties-for-anti-aging-skin?_pos=1&_sid=2b5791f94&_ss=r
- Me quiero ir*. (2019). Obtenido de Me quiero ir: <https://www.mequieroir.com/paises/eeuu/emigrar/como-son-los-estadounidenses/>
- Méndez, I. G. (13 de agosto de 2019). Obtenido de <https://www.emprendedores.es/gestion/a63286/como-analizar-el-sector-en-el-que-compites-estudio-mercado/>
- Mincomercio*. (2019). Obtenido de Mincomercio: <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente>
- myperuglobal*. (18 de Julio de 2018). Obtenido de myperuglobal: <http://myperuglobal.com/exportaciones-de-sacha-inchi-a-corea-del-sur-se-incrementaron-en-365-durante-el-primer-semester/>
- Numbeo*. (2019). Obtenido de Numbeo: https://www.numbeo.com/cost-of-living/rankings_by_country.jsp?title=2015
- OEHHA*. (2019). Obtenido de OEHHA: <https://oehha.ca.gov/calenviroscreen/indicator/nivel-educativo>
- Portafolio*. (12 de agosto de 2017). Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/economia/colombiana-la-prevalencia-de-los-sectores-de-servicios-508646>

- Portafolio.* (28 de enero de 2019). Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/economia/el-pais-empeora-en-el-indice-de-corrupcion-525712>
- Procolombia.* (2019). Obtenido de Procolombia: <http://www.procolombia.co/sites/default/files/TLC%20Colombia%20-%20EE.UU%20-%20Agroindustria%20-%20Fasc%20C3%20ADculo%20-3.pdf>
- Proyerweb.* (s.f.). Obtenido de https://www.proyerweb.com/costo-de-una-pagina-web/?gclid=Cj0KCQjw_OzrBRDmARIsAAIdQ_I2o
- Quimnet.* (20 de 08 de 2019). *Quimnet.* Obtenido de Quimnet: <https://www.quiminet.com/productos/aceite-de-sacha-inchi-37844035264/proveedores.htm>
- Rueda, A. C. (31 de Julio de 2018). *Semana.* Obtenido de *Semana:* <https://www.semana.com/nacion/articulo/que-hay-y-que-falta-en-infraestructura-vial/577349>
- Sea Rates. (2019). *Ruta de Bogota a los Angeles.* Obtenido de Imagen: <https://www.searates.com/es/>
- Sea Rates. (2019). *Ruta de Buenaventura a los Angeles.* Obtenido de <https://www.searates.com/es/>
- Sea Rates. (2019). *Ruta de Cartagena a los Angeles.* Obtenido de Imagen: <https://www.searates.com/es/>
- Sea Rates. (2019). *Ruta de Rionegro a Los Angeles.* Obtenido de <https://www.searates.com/es/>
- Sekulits, C. (7 de diciembre de 2017). *expansión.* Obtenido de *expansión:* <https://www.expansion.com/pymes/2017/12/07/5a2954f246163fcf4e8b456c.html>
- Semana.* (29 de abril de 2017). Obtenido de *Semana:* <https://www.semana.com/100-empresas/articulo/100-empresas-2017-las-empresas-mas-grandes-de-colombia-por-sectores/523688>
- Semana.* (29 de Julio de 2019). Obtenido de *Semana:* <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/la-humanidad-ya-agoto-los-recursos-del-planeta-para-este-ano/625676>
- Sheamoisture.* (2019). Obtenido de *Sheamoisture:* <https://www.sheamoisture.com/sacha-inchi-oil-omega-3-6-9-rescue-body-lotion/764302263258.html>
- SICE.* (2019). Obtenido de *SICE:* http://www.sice.oas.org/Trade/COL_USA_TPA_s/Text_s.asp

SIICEX. (2017). Obtenido de SIICEX:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/apb/ReporteProducto.aspx?psector=1025&preporte=prodmerc&pvalor=1945>

Sprouts. (2019). Obtenido de <https://www.sprouts.com/store/ca/brea/brea/>

Tamarin fruits. (2019). Obtenido de <https://www.tamarinfruits.com/exotic-fruit-frozen-packs>

Tigo. (2019). Obtenido de Tigo: <https://www.tigo.com.co/cotizador>

Univisión Los Angeles. (30 de enero de 2017). Obtenido de Univisión Los Angeles:
<https://www.univision.com/local/los-angeles-kmex/las-estadisticas-que-demuestran-la-dependencia-de-california-de-sus-latinos-indocumentados-incluidos>

ViajarCalifornia. (12 de noviembre de 2019). Obtenido de
<https://www.viajarcalifornia.com/california.php>

Wikipedia. (16 de agosto de 2019). Obtenido de Wikipedia:
https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Variaci%C3%B3n_de_la_inflaci%C3%B3n_de_Colombia_desde_1946

ANEXOS

Ilustración 32. Cotización exportación aceite de sacha inchi.



Lo hacemos fácil y posible

PRE COSTEO MARITÍMO

Empresa: -	Consecutivo: ID -	Incoterm: DDP
Contacto: -	Fecha: 04/10/2019	Frecuencia: Semanal/Semanal
Cargo: -	Validez: 31/10/2019	T.T.: 35 días Int+2-3 destino
E - mail: -	Moneda: USD	TRM: \$3.467,60

DATOS DEL EMBARQUE

Producto: Aceite de Sacha Inchi de 260ml y 500ml, en botellas de vidrio	Vr Mercancía: USD 14,693,16	Peso (kg): 987,50
Cantidad: 7	Und Pre-Costeo: 8,40	Peso (lb): 2177,04
Empaque: Pallets	Volumen M3: 8,40	Peso (tn): 0,99

INSTRUCCIONES DE RUTA

Modalidad: Exportación Marítima LCL	Origen: Buenaventura	Destino: Los Angeles
	Ruta: Via Callao	

GASTOS EN ORIGEN USD 365,63

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor	Minima	Subtotal	Total
Manejos en Origen						
- Emision BL	B/L	1,00	USD 55,47	USD 0,00	USD 55,47	USD 55,47
- Consolidación	T/M3	8,40	USD 20,80	USD 69,33	USD 174,72	USD 174,72
- Cargue en Puerto	T/M3	8,40	USD 3,74	USD 2,77	USD 31,45	USD 31,45
- VGM	B/L	1,00	USD 34,67	USD 0,00	USD 34,67	USD 34,67
- Transbordo en Callao	B/L	1,00	USD 69,33	USD 0,00	USD 69,33	USD 69,33



GASTOS FLETE INTERNACIONAL USD 880,92

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor	Minima	Subtotal	Total
Flete Internacional						
- Flete Marítimo	T/M3	8,40	USD 104,87	USD 110,70	USD 880,92	USD 880,92



Ilustración 33. Cotización exportación aceite de sachá inchi 2.

GASTOS EN DESTINO

USD 1.026,68

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor	Minima	Subtotal	Total
Gastos DDP						USD 1.026,68
- Manejos Terminal Destino	8/L	1,00	USD 159,50	USD 0,00	USD 159,50	USD 159,50
- Aduana en Destino	Por Embarque	1,00	USD 203,50	USD 0,00	USD 203,50	USD 203,50
- Desconsolidación	T/M3	8,40	USD 22,55	USD 60,50	USD 189,42	USD 189,42
- Bodegajes en Puerto	/100 Lbs	1,00	USD 55,00	USD 0,00	USD 55,00	USD 55,00
- Transporte Terrestre Nacional	Por Embarque	1,00	USD 350,00	USD 0,00	USD 350,00	USD 350,00
- Recargo Procesamientos de Mercancías(MPF)	Por valor factura	USD 14.693	0,3464%	USD 25,00	USD 50,90	USD 50,90
- Uso de Instalaciones Portuarias (HMF)	Por valor factura	USD 14.693	0,1250%	USD 0,00	USD 18,37	USD 18,37



TOTAL USD: USD 2.273,23

TOTAL COL: \$ 7.882.659,23

TOTAL USD POR KILO: USD 2,30

TOTAL COL POR KILO: \$ 7.982,44

OTROS SI APLICA

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor	Minima	Subtotal	Total
Otros Si Aplica						
- Administracion de Riesgos y Seguro	%	USD 14.693,16	0,35%	USD 60,00	USD 51,72	USD 60,00
- Transporte Terrestre Nacional	Unidad	1,00	COP 1.050.000	COP 0	COP 1.050.000	COP 1.050.000



NOTAS

Tarifas para carga general, no peligrosa, ni extradimensionada, ni extrapesada y apilable. // La siguiente oferta aplica para cargas que no sobrepasen los 20m3 ni 8 ton en su peso total, y cada pallet o bulto no puede pasar de 2.5ton // Toda carga que supere las siguientes medidas es tomada como carga Extra-dimensionada: Largo 5 Mts x Ancho 2.35 Mts X Alto 2.39 Mts. y el costo debe ser consultado puntualmente. // Esta es una tarifa estimada, una vez confirmadas las dimensiones y peso real la tarifa puede cambiar. // Tarifa sujeta a disponibilidad de espacios. // Cargas con más peso que volumen tienen recargo por densidad del 50% del flete. // Cargas con 2 o más proveedores pueden generar cobro extra de BL. // Esta pre-liquidación o tarifario no incluye impuestos, pre-inspecciones y gastos a terceros al costo contra factura. // La Vigencia de la tarifa es a la fecha de zarpe 31/10/2019. // Seguro internacional 0,35% por el valor asegurar o Min USD 60 // Sujeto a gastos en puerto al costo y a GRI en caso que se presente // Tiempo de transito aproximado sujeto a conexión/ aplica impuesto del 2,30% o 0% con certificado de origen sobre el valor CIF