

BARQUIHAPPY S.A.S



BARQUIHAPPY S.A.S

ANTIOQUIA
JUNIO-2015



BARQUIHAPPY S.A.S

BARQUIHAPPY, ELABORACION Y EXPORTACION DE BARQUILLOS RELLENOS

Plan de Negocios



BARQUIHAPPY S.A.S



BARQUIHAPPY S.A.S

ANTIOQUIA-MEDELLÍN
MEDELLÍN-JUNIO/2015



Escriba su Copyright

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

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



NOMBRE DEL PROYECTO

Contenido - Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

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

4. ANALISIS DEL MERCADO

- 4.1. Objetivos de Mercadeo
- 4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios
- 4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios
 - 4.3.1. El Mercado Meta
 - 4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor
- 4.4. El Mercado Proveedor
 - 4.4.1. Proveedores
 - 4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor
- 4.5. El Mercado Competidor
 - 4.5.1. Competidores
 - 4.5.2. Estudio del Mercado Competidor
- 4.6. El Mercado Distribuidor
 - 4.6.1. Distribución
 - 4.6.2. Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.3. Distribución Directa (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.4. Manejo de Inventarios
 - 4.6.5. Comunicación

BARQUIHAPPY S.A.S

- 4.6.6. Actividades de promoción y divulgación
- 4.7. Precios de los Productos
 - 4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
 - 4.7.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos
 - 4.7.3. Los Precios de los Productos propuestos
 - 4.7.4. Política de Precios
- 4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado
- 4.10. Plan de ventas

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

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

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

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

7. ASPECTOS LEGALES

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

8. ASPECTOS FINANCIEROS

BARQUIHAPPY S.A.S

- 8.1. Estructura Financiera del proyecto
 - 8.1.1. Recursos Propios
 - 8.1.2. Créditos y Préstamos Bancarios
- 8.2. Ingresos y Egresos
 - 8.2.1. Ingresos
 - 8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.
 - 8.2.1.2 Otros Ingresos
 - 8.2.2. Egresos
 - 8.2.2.1. Inversiones
 - 8.2.2.2. Costos
 - 8.2.2.3. Gastos
 - 8.2.2.4. Gastos Financieros
- 8.3. Estados Financieros Proyectados
 - 8.3.1. Flujo de Caja
 - 8.3.2. Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)
- 8.4. Evaluación financiera del proyecto
 - 8.4.1. Valor Presente Neto
 - 8.4.2. Tasa Interna de Retorno
 - 8.4.3. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)
 - 8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARQUIHAPPY S.A.S

RESUMEN EJECUTIVO

RESUMEN EJECUTIVO

BARQUIHAPPY S.A.S es una Pequeña empresa del sector alimenticio específicamente del sector de confitería, ubicada en el barrio Calasanz de Medellín, dedicada a fabricar y comercializar barquillos rellenos de arequipe, aunque tiene una trayectoria de 2 años en el mercado local, se constituyó como empresa en cámara de comercio hace 10 meses y no tiene una estructura organizacional como empresa así como tampoco en sus procesos productivos. Actualmente cubre una demanda local de 20.000 unidades al mes y su visión es expandirse como empresa dando a conocer su producto tanto en el mercado nacional como internacional logrando así el posicionamiento de su marca.

Partiendo del éxito obtenido localmente se pretende incurrir en el mercado nacional e internacional, por esta razón decidimos diseñar un plan de negocio para estructurar la empresa en la parte legal, administrativa, productiva y financiera, incluyendo también el estudio detallado del entorno, sector y mercado a conquistar, para así lograr con éxito el desarrollo óptimo de la empresa, a continuación ampliamos los resultados de los estudios de las variables analizadas para este objeto.

Realizando el estudio del sector encontramos que la industria de fabricación de alimentos y bebidas ha tenido un desarrollo positivo además de ser uno de los sectores con más importancia para el país, con una participación en la industria del 14.2%.

El crecimiento alcanzado entre el año 2006 a 2012 del 9,22%, el balance es bueno teniendo en cuenta que en el año 2012 tuvo un incremento positivo, la producción se incrementó 4,2%, las ventas reales 4,6% y el empleo 2,6% y en cuanto a las exportaciones, éstas se incrementaron en 4,7%. Podemos ver que las posibilidades de entrar al mercado son amplias, los recursos y materia prima son de fácil acceso, lo que nos beneficia como industria y como empresa.

En base a que la empresa tiene gran parte del mercado local conquistado y que está dando sus primeros pasos en el mercado nacional, llevando su producto a importantes ciudades del país como Cali y Bogotá, decidimos enfocarnos en el mercado internacional, también aspecto relevante para aplicar todos los conocimientos adquiridos en la tecnología realizada. Realizando el estudio de mercados y teniendo en cuenta que se realizó inicialmente se realizó un estudio de países para determinar con eficiencia cual sería el ideal para exportar nuestro producto dando como resultado Estados Unidos, específicamente New York City, donde el tamaño de su mercado, la alta demanda en consumo de dulces, la preferencia arancelaria, hacen de él una oportunidad potencial de mercado.

BARQUIHAPPY S.A.S

Analizando los aspectos más importantes de este mercado, en el cual el gusto por los productos de confitería es adaptado al estilo de vida de los consumidores, se crearon tres líneas de barquillos. Tradicionales, light y funcionales.

Realizando un análisis detallado del mercado de confitería en New York City, encontramos que el 9.3% de la población neoyorquina tiene problemas de salud como obesidad y diabetes, la línea light puede satisfacer esta necesidad, la gran población latina en new york city la cual corresponde al 27.11% abre las puertas para dirigir la línea tradicional a un mercado étnico; aunque nuestro producto va dirigido a la población neoyorquina en general. El ritmo de vida acelerado para los neoyorquinos los llevan a preferir alimentos fáciles de portar y consumir, la línea funcional está dirigida a este tipo de personas para complementar su alimentación.

Los requerimientos necesarios para la apertura de la empresa son talento humano conformado por seis operarios, jefe de producción, gerente, comercio internacional y contador. Ya que son fabricado de manera artesanal. Para cubrir la demanda diseñamos un plan de producción óptimo para la empresa.

La producción de productos alimenticios en Colombia creció un 8.3% hasta principios de 2014. Datos a favor que nos da a conocer el potencial que tiene este sector para competir internacionalmente donde México y Canadá son nuestros principales focos de competencia.

Según la demanda y oferta encontrada en el sector de confitería se determinaron la capacidad de cumplir la demanda y producción óptima para incursionar en el mercado neoyorquino.



1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Andrés Felipe Calle Restrepo					
Identificación:	1152441930	Teléfono:	2728665	Celular:	3206651058
Dirección:	Calle 40 N59cc10		Barrio:	Santa Ana	
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	<u>Andres_7174@hotmail.com</u>		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	x	Universitarios	
Otros Estudios:					

María Isabel Zuluaga Suaza					
Identificación:	1128265546	Teléfono:	5897515	Celular:	3126260483
Dirección:	Calle 48ª N 81A50		Barrio:	Calasanz	
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	<u>mariaisabelzuluagas@hotmail.com</u>		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	x	Universitarios	
Otros Estudios:					

Juan Camilo Arango Bernal					
Identificación:		Teléfono:	5847499	Celular:	31370072
	1020428209				87
Dirección:	Calle 46 DD N 86		Barrio:	Calasanz	
	35 Apta 302				

BARQUIHAPPY S.A.S

Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	juanchoarango444@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	x	Universitarios	
Otros Estudios:					

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Formular un plan de negocio para la empresa Barquihappy S.A.S donde el posicionamiento de la marca genere el mayor número de negocios; Elaborando y ejecutando un plan de viabilidad y sostenibilidad tanto en el mercado nacional e internacional.

Este plan de negocios se realiza con propósitos académicos, ya que para el equipo de trabajo es muy importante aplicar todos los conocimientos adquiridos alrededor del ciclo de estudio, Tecnología en comercio internacional. Llevándose a cabo la evaluación del producto en todos los ámbitos como producción, comercialización y marketing a nivel nacional e internacional, estudiando todas las variables necesarias para verificar la viabilidad de un proyecto de exportación de barquillos rellenos a Estados Unidos, donde en mercado meta se encuentra en New York city.

Por esa razón determinamos estructurar una nueva y pequeña empresa familiar dedicada a la fabricación y comercialización local de dicho producto con miras hacia expandirse al mercado global de productos de la industria alimenticia, realizando además análisis financieros para estudiar todas las posibilidades a favor o en contra que tenga la evaluación del proyecto. Donde al final teniendo en cuenta todos los criterios y estudios realizados se determinará la viabilidad de llevar a cabo el proyecto.

BARQUIHAPPY S.A.S

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

BARQUIHAPPY S.A.S

3.2 Descripción de la Empresa

BARQUIHAPPY S.A.S. Es una pequeña empresa familiar productora y comercializadora de barquillos rellenos presentados como postres portátiles, con miras hacia la expansión de la misma tanto en el mercado nacional como en el internacional. Tiene una trayectoria de 1 año en el mercado local y cuenta con líneas de productos de excelente calidad. Esta ubicada en el departamento de Antioquia en la ciudad de Medellín. Dirigida al público en general; debido a que es un producto de la industria alimenticia que puede ser consumido con frecuencia. Con visión a incurrir también en el mercado internacional ya que teniendo en cuenta los estudios realizados en este proyecto es un país con un alto nivel de consumo de postres.

3.3 Misión de la Empresa

BARQUIHAPPY S.A.S es una empresa dedicada a la elaboración y distribución de postres portátiles presentados en forma de barquillos rellenos con diversidad de sabores, texturas y colores, haciendo de estos una opción divertida para comer en cualquier lugar y momento del día. A través del compromiso de su equipo humano lleva a sus clientes, además de un producto de excelente calidad, un mensaje de alegría y bienestar.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

OBJETIVO GENERAL.

- Formular un plan de negocio para la empresa Barquihappy S.A.S donde el posicionamiento de la marca genere el mayor número de negocios; Elaborando y ejecutando un plan de viabilidad y sostenibilidad tanto en el mercado nacional e internacional.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Analizar el sector de confitería para establecer que tan viable es exportar el producto.
- Determinar la capacidad optima de producción de barquillos basada en la demanda.
- Determinar factores para la asignación del precio de acuerdo a la competencia para establecer el precio de venta.

BARQUIHAPPY S.A.S

- Definir una estructura organizacional que le dé a la empresa una orientación administrativa enfocada en la sostenibilidad de la misma durante la permanencia en el mercado.
- Determinar la existencia de normas o regulaciones legales que afecten la ejecución u operación del proyecto para la exportación de barquillos.
- Definir la estructura financiera del proyecto para cuantificar las inversiones, costos y gastos del proyecto.

3.5 Ventajas Competitivas

- Elaboración realizada con altos estándares de calidad permitiendo introducir el producto con mayor eficiencia.
- Precio ajustado a la necesidad del mercado, gracias al fácil acceso de la materia prima y bajos costos de producción.
- Conocimiento para la elaboración del producto, donde la experiencia en el mercado nacional es de mucho éxito.
- Personal capacitado y plata de producción desarrollada con última tecnología para la elaboración de barquillos.

3.5.1 Distinciones Competitivas

Barquihappy SAS, se diferenciará de la competencia en la disminución del tiempo de entrega de los pedidos por la capacidad de producción, entrega de los pedidos en los tiempos establecidos, el conocimiento en la elaboración del producto se encuentra en un nivel de calidad óptimo y personal orientado en el servicio al cliente.

Para nuestra empresa el cliente es nuestra razón de ser.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

Realizando un análisis de la población que tiene problemas de salud como obesidad y diabetes, encontramos que el 35,7% de los adultos estadounidenses (89 millones de personas) y el 16.9% de los niños y adolescentes (10,6 millones de menores) son obesos (Argenpress, 2012). Se tuvo en cuenta también la población diabética de estados unidos que es de 29.1 millones equivalente al 9.3% de la población. (**American Diabetes Association, 2014**).

BARQUIHAPPY S.A.S

New York City es el 3 estado más poblado de los estados unidos con 8.5 millones de personas, el ritmo de vida acelerado de los Neoyorquinos y el consumismo debido a su gran masa social prefieren alimentos fáciles de portar y consumir, que sean de alta calidad y que se adapten a sus gustos en cuanto al tamaño de las porciones, la practicidad, sabores, marca y precio; aspectos determinantes en la decisión de compra; partiendo de este punto podemos ver una oportunidad para que los barquillos rellenos presentados como postres portátiles ingresen a este mercado ya que se cuenta con una línea de barquillos desarrollados con productos proteínicos, dirigido a personas que realizan actividades deportivas o que por sus múltiples ocupaciones requieren de productos altos en calorías; Una línea light dirigida a personas que por su condición de salud demandan productos bajos en azúcar además de las personas que les gusta llevar hábitos alimenticios balanceados y La línea tradicional dirigida a todas las personas amantes de los dulces los cuales no tienen ninguna restricción para el consumo libre de este delicioso postre.

Resulta importante también analizar la población hispana residente en Estados Unidos que pasó de 35,2 millones en el 2000 a 50,7 millones en 2010, tuvo un incremento del 44 por ciento en estos diez años; quienes se perfilan como posibles consumidores debido que es un producto tradicional de Latinoamérica.

3.7 Relación de productos y/o servicios

Se cuenta con tres líneas de productos (postres portátiles), el principal son los barquillos tradicionales rellenos con arequipe y chocolate, los funcionales son aquellos elaborados con ingredientes que contribuyen a mejorar el rendimiento físico, gracias a sus componentes proteínicos, y la línea light baja en calorías.

Este será el producto para consumo final.

3.8 Justificación del Negocio

Con este proyecto se logra el crecimiento de nuevos negocios, dándole entrada a nuestro producto al mercado de los estados unidos, donde se encuentra la necesidad y clientes potenciales, se fortalece el gremio, los demás exportadores de productos que hacen parte del comercio internacional de confitería son beneficiados por la credibilidad que genera el negocio inclusive las estrategias comerciales definidas entre los gobiernos aumenta la posibilidad de posicionar los productos colombianos en el mercado internacional.

Nota avance 1: 2.5

3.9 Análisis del entorno y del sector

3.9.1 Análisis del Entorno

Nuestro producto pertenece al sector de alimentos, durante los últimos años se ha posicionado de manera estable gracias a su gusto, preferencias y alto consumo. De esta manera para introducir nuestro producto al mercado (New York City) el cual esta enfocado según la edad y promedio de hispanos en los estados unidos; Encontramos que la diversidad cultural es amplia, los parámetros establecidos según el gobierno son indicados para obtener éxito, los índices de pobreza no afectan directamente ya que es un producto con un precio de venta moderado el cual es de fácil acceso para el tipo de consumidor al cual queremos llegar. El producto interno bruto brinda una información positiva dándole fuerza a la credibilidad económica por la cual atraviesan Colombia y estados unidos. El acuerdo comercial aprobado por el gobierno de los Estados Unidos el día 12 de Octubre de 2011, Colombia Trade Promotion Agreement (TPA) es de vital importancia para las relaciones con nuestros proveedores, dando confianza y estableciendo lazos comerciales más fuertes.

Nuestro producto está clasificado con el código **CIU SEGÚN RESOLUCION 432 DE DIAN D155105** elaboración de obleas, conos, barquillos.

3.9.1.1 Tipo de gobierno

El gobierno colombiano está presidido por el Presidente de la República y hacen parte de éste la Vicepresidencia, los Ministerios y los Departamentos Administrativos. El gobierno es el encargado de crear y desarrollar políticas que lleven al país a un mejor desarrollo.

El Presidente de la República se posesiona el 7 de agosto del año de su elección. Ese día hace un juramento y posesiona a sus Ministros y a los directores de los departamentos administrativos. También instala las sesiones del Congreso, también recién elegido. Este es un día festivo por lo que no se trabaja. Sin embargo, al día siguiente, el Presidente de la República y su gabinete presentan frente al Senado el Plan Nacional de Desarrollo, o el proyecto de gobierno del Presidente para los siguientes cuatro años. Básicamente el impacto tributario es el que mas puede afectar a nuestra empresa, pues el congreso de la republica esta ajustando el valor de este impuesto, por otro lado el sector privado gracias a la estabilidad en sus salarios apunta a una economía más estable y un poder de compra mas elevado. (www.banrepcultural.org, 2015)

3.9.1.2 Toma de decisiones

Se hacen atreves de la ramas del poder público (RAMA EJECUTIVA, RAMA LEGISLATIVA) (**mision permenete de colombia ante las naciones unidas, 2015**)

3.9.1.3 Social

Tasa de desempleo nacional fue 8,9% en el mes de agosto del 2014, el aporte realizado por nuestra empresa indica el empuje que debemos seguir para fortalecer los estos índices, ayudando al crecimiento constante a un país que requiere de oportunidades. (**portafolio.co, 2015**)

El Dane presentó el informe sobre pobreza que muestra, como lo había anticipado EL TIEMPO, una reducción cercana a los dos puntos porcentuales con cerca de 800.000 colombianos menos en esa condición.

Los colombianos que en el 2014 estaban en condición de pobreza monetaria (que no alcanzan a tener el ingreso que garantiza comprar una canasta básica) eran el 28,5 por ciento de la población, por debajo del 30,6 por ciento registrado en el 2013.

Afectados directa o indirectamente, el aprovechamiento de la estabilidad de la pobreza la cual es un ítem importante al evaluar el entorno, nos da la posibilidad de tener mas credibilidad, aportando al crecimiento por medio de nuevos empleos requeridos por nuestra empresa. (**el tiempo , 2015**)

3.9.1.5 Económico

El PIB en Colombia aunque va en crecimiento es importante analizar otras regiones del continente pues nos encontramos en el séptimo puesto, con un promedio de ingresos US 7500 por habitante colombiano, lo que quiere decir que es de cuidado, pues la competencia puede contar con mas recursos para el posicionamiento del producto, debemos aprovechar los recursos naturales y lo bien que andan las negociaciones hablando del crecimiento de las exportaciones de confitería hacia el exterior. (**dinero, 2015**)

3.9.1.6 Político

Son 11 las instituciones en el país apoyadas por el gobierno según la toma de decisiones, para el crecimiento de los empresarios distribuidos dentro de 33 regionales en todo el país, Según GEM Colombia 2013, tiene un piso que supera el 20%.

Pese a la cobertura nacional, el estudio recomienda la realización de informes regionales con mayor minuciosidad que contribuyan a tener más acercamiento al quehacer regional, lo que permitirá una mejor construcción de políticas públicas. (**revista dinero, 2015**)

Dentro de una proyección la cual nos permita analizar la situación en la cual podamos tomar una decisión de exportar los barquillos a los Estados Unidos, el apoyo realizado por el gobierno a las instituciones que promueven el desarrollo de emprendedores nos permite tener en cuenta las diferentes variables para que nuestra empresa desarrolle su potencial en el mercado internacional.

3.9.2 Acuerdos comerciales

BARQUIHAPPY S.A.S

Colombia en la actualidad cuenta con 13 acuerdos comerciales vigentes, esto se hace para reglamentar la mejorara a las relaciones comerciales entre dos o más países para mejorar el flujo de trámites, el nivel de desarrollo económico, y social.

En los acuerdos comerciales existe la eliminación de aranceles que son el gravamen, impuesto pedido para la importación de productos, para que su ingreso al país de destino sea viable o no viable eso depende lo acordado en algunos tipos de productos.

Para la exportación de nuestro producto tenemos en cuenta que Colombia tiene tratado de libre con Estados Unidos firmado el día 12 de Octubre de 2011, Colombia Trade Promotion Agreement (TPA), beneficiando nuestra exportación con un gravamen del 0% siendo así un producto viable al momento de exportarlo.

3.9.2.1 Acuerdos Vigentes

TLC Colombia-México, Salvador, Guatemala, Honduras, CAN, CARICOM, MERCOSUR, Chile, EFTA, Canadá, Estados Unidos, acuerdo de alcance parcial con Venezuela, Cuba, Nicaragua, y la más reciente firmada es la Unión europea.

3.9.2.2 Acuerdos Suscritos

Alianza del Pacifico, Corea, Costa rica, Israel, Panamá.

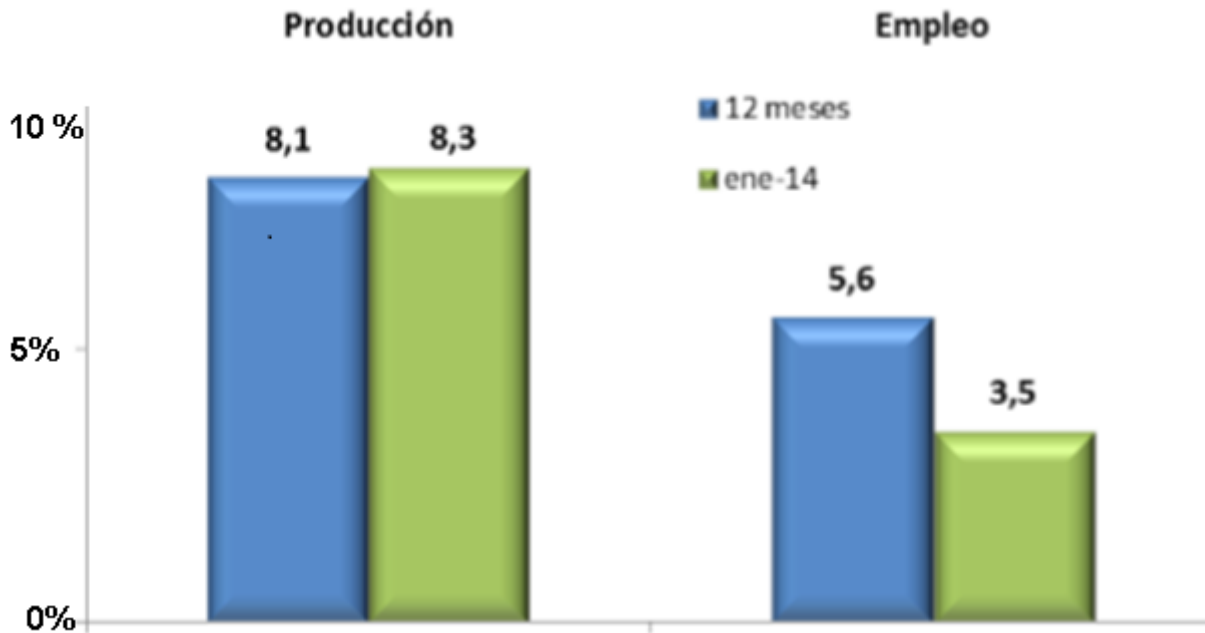
3.9.3 Análisis del Sector

Para el análisis del sector tuvimos en cuenta el código CIU de nuestro producto.

La empresa está ubicada en el sector de alimentos con el código **CIU SEGÚN RESOLUCION 432 DE DIAN D155105 (**)** elaboración de obleas, conos, barquillos

El subsector de Alimentos, ha mostrado avances significativos, aunque sea unos de los sectores con más importancia para el país, pero en el año 2013 este sector la producción real de la industria manufacturera disminuyó 1,9% y con una participación de fabricación de los productos alimenticios, con un 7,1%. Pero tiende a ser creciente la fabricación de alimentos y bebidas durante estos años, destacándose el incremento alcanzado en 2006 de un 9,22%. Para noviembre del 2012. (analdex, 2009)

Una de las problemáticas más importantes es las importaciones de estos productos, ya que se ve afectada la producción nacional, debido a los bajos precios, los créditos, insumos y demás factores que integran el proceso productivo, la solución sería que permitieran equilibrar los precios así sería lo mismo entre los importado y lo nacional dando así una estabilidad económica mayor para el país.



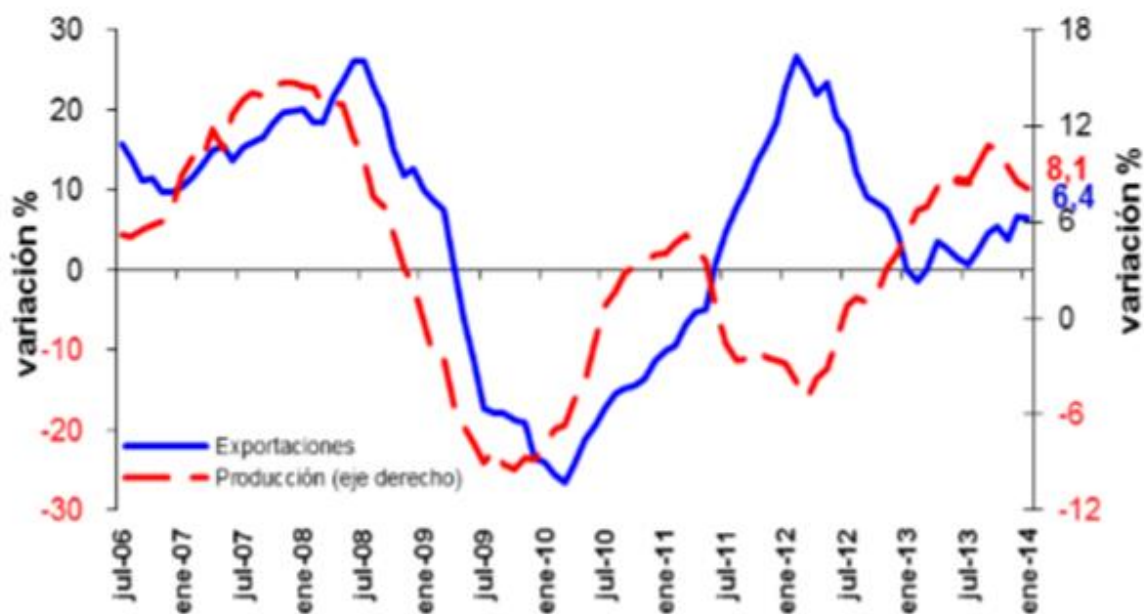
(dane, 2013)

De acuerdo a esta grafica podemos ver que la producción de productos alimenticios en enero de 2014 fue de 8,3% y en el año 2013 podemos ver que es 8,1% dándonos cuenta que hay crecimiento en este sector, teniendo en cuenta que la proyección tiende al aumento, gracias a la diversidad biológica con la cual podemos contar hoy en día en el país de Colombia.

Cuando la producción es mayor los requerimientos de mano de obra aumentan, donde podemos ver que para finales del año 2014 el empleo en Colombia tiene un crecimiento del 5.6%.

Balance positivo para el aporte realizado en el sector de alimentos en la economía nacional.

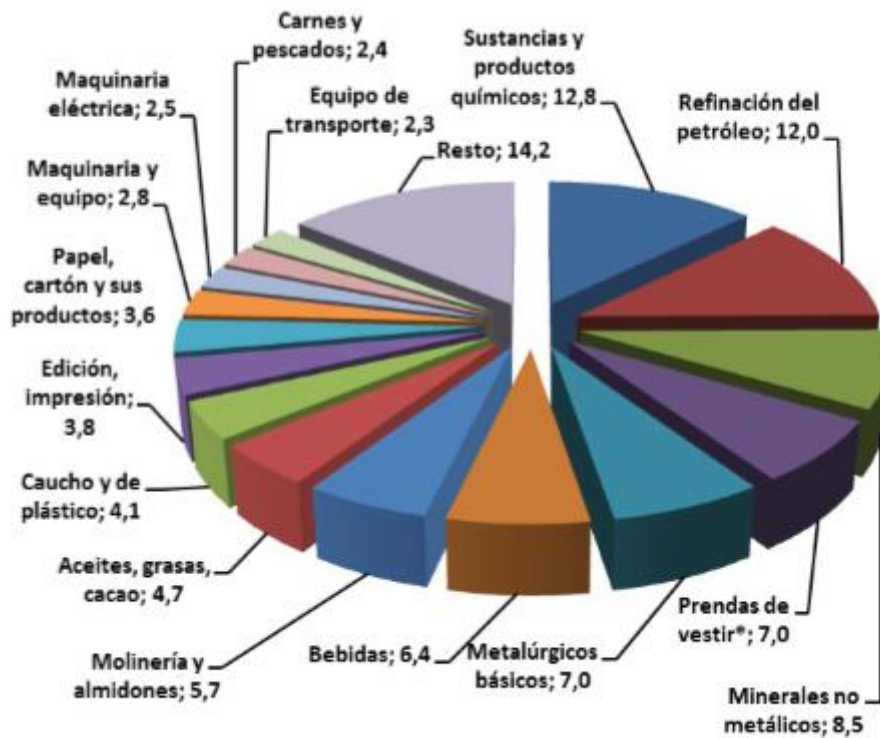
GRAFICO 3.2 Variación exportaciones



(vector em, 2013)

En este grafico podemos ver como se han comportado las exportaciones y la producción nacional en el subsector de alimentos desde julio del 2006 hasta enero del 2014 y podemos ver que a partir del 2009 este subsector tuvo un declive en la producción nacional de 22,2% en el 2009 y -12,6% en el 2010, , llevando al mismo tiempo a las exportaciones, sin embargo las exportaciones tuvieron un incremento positivo en el 2012 La producción se incrementó 4,2% y las ventas reales 4,6% y el empleo 2,6%. En cuanto a las exportaciones, éstas se incrementaron en 18,4% en 2011 y 4,7% en 2012.

Participación (%) sectores industriales, IV-Trimestre/13



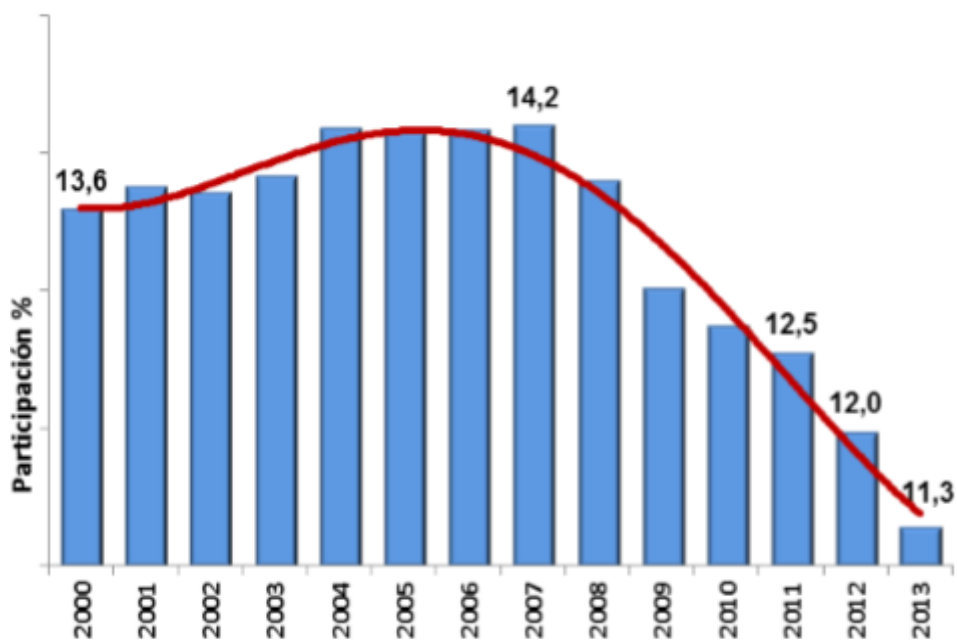
(dane, 2015)

En esta grafica se muestra la participación en porcentaje de los sectores industriales en el 2013, Ubicando nuestro subsector de alimentos el resto de sectores, con una participación total del 14,2%, Nos ubicamos en un subsector donde las posibilidades de entrar al merco son amplias , los

BARQUIHAPPY S.A.S

recursos y materia prima son de fácil acceso, partiendo de que es una materia prima tradicional la cual se va a transformar dándole valor agregado.

GRAFICO 3.4 Participación de la industria de alimentos en el PIB

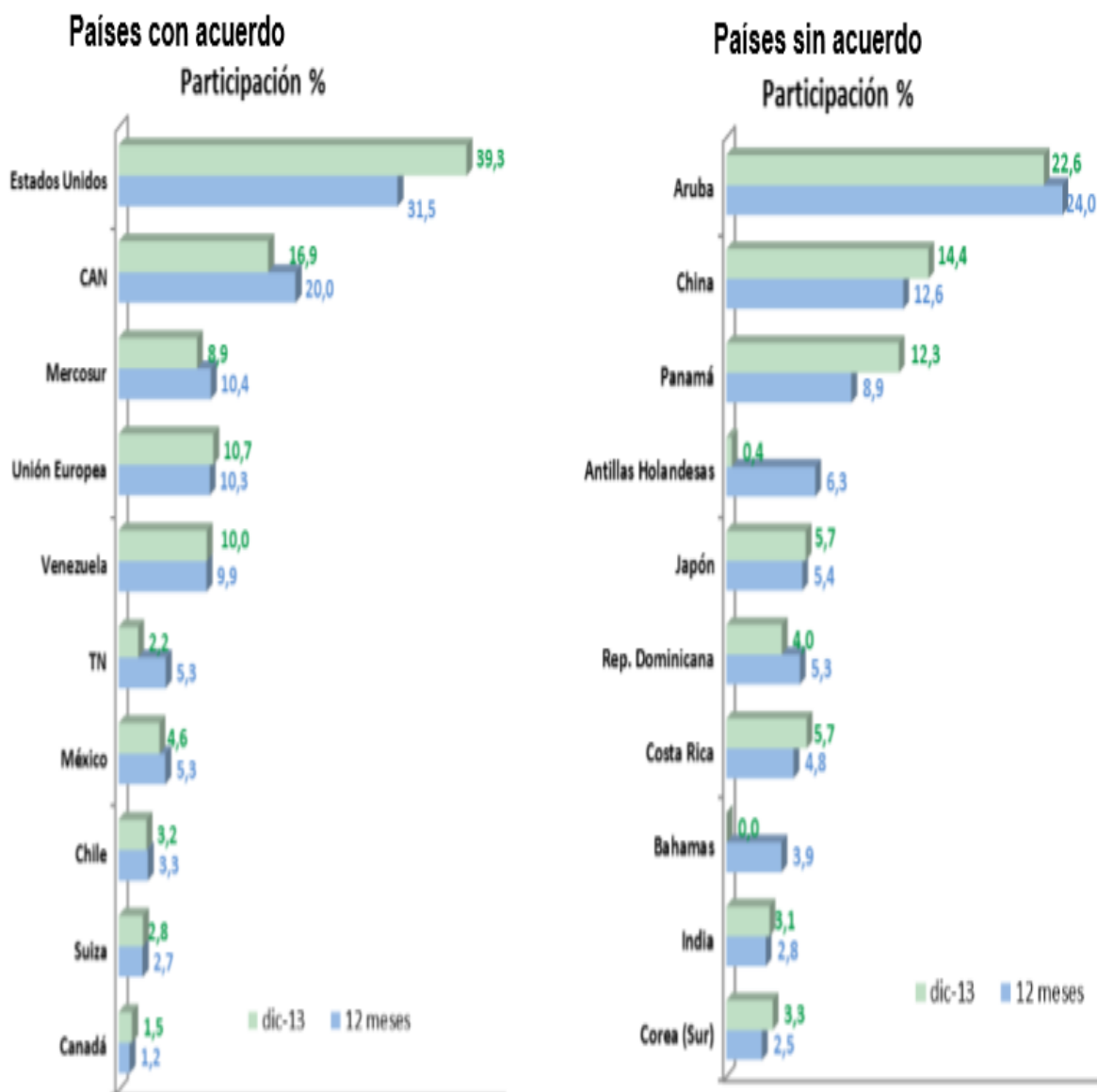


(dane, 2015)

BARQUIHAPPY S.A.S

En esta grafica podemos ver la participación que tuvo el sector industrial en el PIB desde el año 2000 hasta el 2013, viendo un declive ya que en el 2000 hubo una participación del 13,6, donde en el mejor año que fue en el 2007 fue de 14,2%, cerrando en el 2013 con una participación en el PIB del 11,3%

GRAFICO 3.5 Destino de las exportaciones Colombianas



(Vanegas, 2013)

En el periodo febrero de 2013 para enero de 2014, las exportaciones industriales hacia los países con acuerdo, podemos ver que el país a donde más hay exportaciones es estados unidos donde 2013 tuvo 39.3% de las exportaciones con acuerdo y en lo que va recorrido del 2014 podemos ver

BARQUIHAPPY S.A.S

que hay menor porcentaje en las exportaciones 31.5% siendo de todas maneras el principal país a donde van las exportaciones de Colombia, concluyendo que tenemos mucha viabilidad en nuestro proyecto, ya que contamos con un gravamen del 0% y nuestro producto va hacer enviado a estados unidos.

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

Para la elaboración de este proyecto es de gran importancia inicialmente, realizar un gran trabajo de investigación para determinar la viabilidad del proyecto, empezando así por un estudio de mercado en el país en el cual se quiere exportar, determinando los competidores, sus precios en el mercado, las preferencias de los consumidores, sus gustos, teniendo en cuenta gráficas y estadísticas para tener claros a qué tipo de consumidores llegaremos. Es muy importante también adquirir conocimientos sobre la industria alimentaria en la cual se desarrolla la empresa, en industrialización de procesos, régimen laboral y conocimientos sobre manejo financiero y comercial de una empresa, también se requiere saber sobre costeo de productos, manejo de inventarios, y se debe tener en cuenta los requisitos para el registro Invima del producto, por ultimo pero no menos importante se debe tener en cuenta ciertos términos en cuanto a comercio internacional, debido a que uno de nuestros objetivos es conquistar mercados globales.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

Se pretende expandir el mercado e incursionar en el mercado Estadounidense específicamente New York City. Generando así nuevas oportunidades de negocio y el reconocimiento de la marca tanto nacional como internacionalmente.

Corto plazo:

- Estudiar cada una de las variables para conocer el mercado meta
- Llegar al cliente de manera apropiada para generar negocios exitosos.

Mediano plazo:

- satisfacer la demanda del cliente, manteniendo estándares de calidad, donde el gusto por el producto pretende generar recordación entre los consumidores.
- Incrementar las ventas.

Largo plazo:

- mantener una relación de confianza con distribuidores que en ferias pueden dar a conocer el producto.
- la credibilidad de la marca mantiene la demanda estable y en crecimiento.
- Abrir nuevos mercados.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios – esquema diapositivas



BARQUILLOS RELLENOS				
DESCRIPCIÓN FÍSICA	COMPOSICION/ INGREDIENTES	NECESIDAD	BENEFICIOS/ VENTAJAS	USOS COMPLEMENTARIOS
El producto viene listo para el consumo final empacado en bolsas plásticas de polipropileno, selladas y marcadas con la marca, tabla nutricional, peso neto y bruto, sticker coleccionable al interior del empaque; estos a su vez vienen empacados en tarros plásticos	Barquillos Cobertura de chocolate blanco y negro Arequipe Saborizantes Creatina	El ritmo de vida acelerado que se lleva en este país y el cambio en los patrones de alimentación, hace que las personas prefieran los productos fáciles de portar y consumir.	Es un alimento practico, portátil y de buen sabor además la linea funcional contiene proteína creatina, que aporta al bienestar de los consumidores	Pueden ser utilizados como pasa bocas en diferentes tipos de eventos empresariales, infantiles, entre otros.

BARQUIHAPPY S.A.S

<p>con diseños divertidos por 20 unidades cada uno</p> <p>Cada barquillo mide 50cm y pesa 50 gramos.</p> <p>Su forma es cilíndrica de color beige, contextura solida y puntas cubiertas de chocolate blanco y/o negro; sus paredes internas están recubiertas de chocolate para conservar la crocancia del barquillo y esta relleno de diversidad de sabores como arequipe, nutella, moca, café, avellana esta es la línea tradicional, para la línea funcional se adiciona a estos sabores proteína creatina y para la linea light se utilizan ingredientes bajos en calorías como el chocolate y arequipe light.</p>				
--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Se pretende conquistar el mercado americano específicamente New York City que cuenta con 8, 175,133 de habitantes, siendo la ciudad más poblada de los Estados Unidos.

Aproximadamente el 15% de la población norteamericana es latina (más de 43 millones de personas), esta representa una oportunidad de mercado étnico con gran potencial para la comercialización de barquillos rellenos, ya que como lo mencionamos anteriormente es un dulce tradicional de esta región; se debe tener presente que aunque nuestro producto va dirigido a cualquier tipo de consumidor no se tuvo en cuenta quienes sufren de problemas de salud como obesidad y/o diabetes. Para la comercialización del producto podemos determinar que se realizará a través de almacenes de cadena ya que estos tienen el 47% de participación y las tiendas independientes que participan con el 16.4% en las ventas de confitería, es importante resaltar que la distribución a almacenes y tiendas de confitería y repostería se realizará por medio de brokers o distribuidores locales.

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

Este estudio de mercados se realiza con el objetivo de analizar el mercado en cuestión, Estados Unidos, para conocer más de cerca cual es la capacidad de consumo, concluimos que es viable teniendo en cuenta que este es un país con una amplia población hispana que además tiene una alta demanda de consumo de dulces. Cuáles son las costumbres a la hora de realizar negociaciones. Para esto se estudiaran todo tipo de variables, población, política, economía, consumo interno del producto, desarrollo al interior del país y su sostenibilidad

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

El estudio al consumidor se realizó a través de estudios previos publicados en internet, teniendo en cuenta que para este sector de la industria alimenticia hay información concreta la cual utilizamos para la investigación de los posibles consumidores de este producto.

c) Aplicación de la Medios

BARQUIHAPPY S.A.S

El estudio fue realizado por los integrantes del grupo, utilizando herramientas como internet y libros.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

POBLACIÓN (EE.UU)		<p>Estados Unidos cerró 2014 con una población de 319.047.000 personas, lo que supone un incremento de 2.305.000 habitantes respecto a 2013, en el que la población fue de 316.742.000 personas.</p> <p>Estados Unidos es el 3º país en población de los 184 los cuales corresponden al numero del países en el mundo.</p> <p>La población entre 0 y 14 años de edad equivale a un 20% de la población total.</p> <p>(Mundial, s.f.)</p> <p>La población latina pasó de 35,2 millones en el 2000 a 50,7 millones en 2010, lo que representa un incremento del 44 por ciento.</p> <p>Según los datos del Pew Research, sustentados en el censo del 2010, en Estados Unidos viven 972.000 colombianos, que representan el 1,9 por ciento del total de la población hispana.</p>

	<p>La mayor concentración de colombianos está en el condado de Miami Dade (Florida), en el que habitan 114.701 nacionales.</p> <p>Queens (Nueva York) y Broward (Florida) cierran el podio.</p> <p>El crecimiento de población hispana en el estado de New York se espera que llegue al 21% para el año 2020, un dato el cual nos puede sugerir una estabilidad para el mercado meta durante un periodo de tiempo largo.</p> <p>(Portafolio, 2012)</p> <p>El mercado étnico (nostálgico) se presenta como una gran oportunidad para los productos Colombianos. En la actualidad, aproximadamente el 15% de la población norteamericana es latina (más de 43 millones de personas), es decir, un mercado potencial de gran tamaño y con gustos en alimentación, cultura e idioma, similares a los colombianos. (Colombia, 2008)</p>
<p>EXPORTACIONES CONFITERIA</p>	<p>Entre 2002 y 2007 las exportaciones de los productos de confitería de los Estados Unidos tuvieron un crecimiento promedio anual del 7,3%, pasando de US\$641 millones en 2002 a US\$907 millones en 2007, lo cual se constituye en el mayor nivel de exportaciones en el período analizado. Los principales productos exportados han sido los de chocolate, que en 2007 tuvieron una participación del 67%. En los primeros ocho meses de 2008 las exportaciones de confitería norteamericana han crecido 24,2% (US\$114,7 millones) frente al mismo período de 2007. Llegando de este modo a un valor exportado de US\$743,0 millones. Los principales productos exportados continúan siendo los de</p>

	<p>chocolate, con una participación del 68%, es decir US\$506,5 millones.</p> <p>En volumen, el crecimiento ha sido en menor tasa, 2% promedio anual. En 2002 el volumen Exportado fueron 502 millones de libras y en 2007, 551 millones de libras. (Proexport, 2008)</p> <p>Colombia conserva una balanza comercial superavitaria con Estados Unidos de 7.125 millones de dólares FOB (libre a bordo) a pesar de que esa nación ha disminuido sus importaciones mundiales y ha registrado un crecimiento económico bajo, dice un informe de la cámara de comercio colombo americana al cumplirse dos años de la entrada en vigencia del TLC con Estados Unidos.</p> <p>En materia de exportaciones, Colombia ha llevado sus productos y servicios al mercado estadounidense por 32.200 millones de dólares durante los primeros 20 meses de vigencia del TLC; un 3.4% menos que las percibidas entre mayo de 2010 y diciembre de 2011.</p> <p>La oferta de confitería está compuesta por la producción local menos las exportaciones más las importaciones. En 2007 el valor de esta fue US\$17.891 millones. El balance es positivo, la oferta que hoy ofrece Colombia a estados unidos se reduce a las siguientes empresas (Hershey, Mars, Wrigley, Nestle y Cadbury-Adams) Gran oportunidad de alianzas estratégicas al momento de presentar nuestro producto.</p>
<p>CRITERIOS DE COMPRA</p>	<p>Los consumidores buscan productos de alta calidad, empaque llamativo y precios competitivos que se adapten a sus gustos en cuanto a tamaño y sabor. (inaes.gov, 2012)</p>

<p>PERFIL DE LOS CONSUMIDORES</p>	<p>La demanda es impulsada por los gustos del consumidor y el crecimiento de la población.</p> <p>Los consumidores buscan opciones de “snacks” más sanas y con menos calorías.</p> <p>Los productos orgánicos tienen una participación de 2% en el mercado de la confitería; el producto estrella de este tipo son las barras de energía las cuales tienen la mayor tasa de penetración con el 25.1%, seguido de los snacks con el 1.9% y los dulces o caramelos 0.5%.</p> <p>Los productos de alta calidad son una categoría de alto crecimiento.</p> <p>Los artículos nuevos, las extensiones de línea y las innovaciones de productos atraen la atención de los compradores por impulso.</p> <p>Desarrollo de producto: los fabricantes están ampliando la duración del sabor, ofrecen más colores y han introducido nuevos sabores. (prezi.com, 2015)</p>

Determinación de la Demanda

La oferta de confitería en Estados Unidos está compuesta por la producción local menos las exportaciones más las importaciones. En 2007 el valor de esta fue US\$17.891 millones. Representado en 3.500.000 de kilos. El precio promedio por libra es de USD 2,6.

$$Q = \text{USD } 16.535 \text{ millones} - \text{USD } 907 \text{ millones} + \text{USD } 2.263 \text{ millones} = \text{USD } 17.891 \text{ millones}$$

Producción local Exportaciones Importaciones

Para establecer la demanda de consumo del producto en New York City se tuvo en cuenta los datos estadísticos que se muestran a continuación.



BARQUIHAPPY S.A.S

CONCEPTO	CANTIDAD	%/POBLACION TOTAL
POBLACION TOTAL EE.UU	313.847.465	100%
POBLACION RANGO DE EDAD 0-64	272.733.447	86,90%
POBLACION OBESA 0-64 AÑOS	88.456.391	28,18%
POBLACION DIABETICA 0-64 AÑOS	25.364.210	9.30%
POBLACION TOTAL EE.UU QUE PUEDEN CONSUMIR EL PRODUCTO	158.912.846	50.63%
POBLACION NEW YORK CITY	8.124.426	2,58%
POBLACION NEW YORK CITY APTA PARA CONSUMIR EL PRODUCTO	4.099.951	1,30%

Teniendo en cuenta que en Estados Unidos en el año 2007 la demanda de productos de confitería fue de 3.500.000 kilos y la cantidad de la población apta para consumir este tipo de producto 158.912.846 personas, podemos concluir que cada persona consume en promedio 0,022 kilos al año equivalente a 0,0018 kg o 1,83 gm mensuales.

Determinamos tomar el 5% del tamaño total del mercado objetivo, debido a que hay mucha competencia de productos de confitería en dicho país

CONCEPTO	# DE PERSONAS	KG/MES	TOTAL KG/MES	TAMAÑO MERCADO	UNIDADES/MES
POBLACION NEW YORK CITY APTA PARA CONSUMIR EL PRODUCTO	4.099.951	0,0018	7.379,91	369,00	7.379,91

Para establecer la demanda de la línea light se tuvo en cuenta datos estadísticos como la demanda de confitería en kilos por año de estados unidos, el porcentaje de población con problemas de salud y el equivalente a la población de New York City como se muestra en la siguiente tabla.

DEMANDA TOTAL EE.UU KG/AÑO	% POB. ENFERMA	DEMANDA LIGHT EE.UU KG/AÑO	% POB. NY	DEMANDA LIGHT NY. KG/AÑO	TAMAÑO MERCADO (5%)	DEMANDA NY. KG/MES	UNIDAD/MES
3.500.000	37,48%	1.311.800	2,66%	34.894	1.744,69	145,39	2.907,82

DEMANDA ESTIMADA (2007) UNIDAD/MES NY.	
LINEA TRADICIONAL	7.379,91
LINEA LIGHT	2907,82
TOTAL	10.287,73

Debido a que los datos estadísticos son del año 2007 incluimos en el estudio, la variable del crecimiento promedio anual de ventas al detal del sector de confitería en estados unidos (5,7%) aplicada a la demanda anteriormente estimada (10.287,73) para obtener datos más actualizados(2011).

BARQUIHAPPY S.A.S

DEMANDA (2007)	CRECIMIENTO ANUAL SECTOR	# PERIODOS (2007-2011)	DEMANDA (2011)
10.287,73	5,70%	4	12.633,33

En consecuencia con las variables estudiadas se proyecta una demanda de 12.633 unidades por mes (2011) de las cuales el 30.66% equivale a la línea light y el 69,33% a la demanda de consumo de la línea tradicional de la cual determinamos que el 20% sera destinado para la línea funcional, teniendo en cuenta que es un sector que esta en crecimiento determinamos factible estimar una demanda de 13.000 unidades por mes de las cuales 7.000 unidades equivalen a la línea tradicional, 4500 unidades a la línea light y 1500 unidades a la línea funcional.

Es importante mencionar tambien el mercado etnico que aunque no es nuestro mercado obetivo, resulta un mercado interesante de incurrir debido a la cantidad de hispanos que habitan en Estados Unidos donde el 15% equivale a la poblacion latina (43 millones) de habitantes; actualmente en New York City hay 2267827 habitantes hispanos.

(Guia de Nueva York, 2015)

http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/informe_confiteria_.pdf

4.4 El Mercado Proveedor-unidad de medida

4.4.1 Proveedores

PROVEEDOR	INSUMOS	UBICACIÓN	TELEFONO	VALOR UNITARIO
BARQUILLOS EL DANDY	Barquillos	Calle 50 A Cra 96 C - 165	4189433	70
COLANTA	Arequipe	CI 74 # 64 A-51	4457000	144,21
CHOCOLATE MK	Cobertura de chocolate	Calle 48 D # 79 - 24	5803200	160.08
	Cobertura de chocolate light			187,36
BOUQUET AROMAS Y FRAGANCIAS	Saborizantes artificiales	CRA 48 #48 SUR - 75 BOD 153	448 28 84	120,05

BARQUIHAPPY S.A.S

MIPROTEINA	Creatina	Cra 80 # 49 F 25	4216789	133,33
SOLOENVASES	Bolsas de polipropileno Tarro plástico	Calle 54 # 56 A 31	2313115	20,42 2.500
PRESS-APLIQUE	Stickers	CL 27 B 31 42	4211778	5,47

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Aunque los proveedores fueron tomados de datos reales de la empresa, se analizaron variables como precios, calidad de materia prima y tiempo de entrega; se pudo determinar la eficacia de estos debido que el load time de cada uno es de 1 día, la calidad de sus insumos y materia prima es alta y tiene precios competitivos en el mercado, además de ser empresas reconocidas en el mercado local.

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

El mercado proveedor fue tomado de acuerdo a los proveedores actuales de la empresa.

c) Aplicación de la Medios

La aplicación se dividió en el equipo de trabajo.

d) Resultados del estudio de los proveedores

Luego de haber realizado el análisis se prosiguió a determinar la eficiencia de los proveedores, por su capacidad de Producción, tiempo de entrega y calidad en la materia prima.

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

BARQUIHAPPY S.A.S

Escogimos como mercado competidor a México y Canadá, porque son los principales exportadores de confitería a Estados Unidos, mostrando 3 líneas de productos de 3 empresas diferentes las cuales lideran el primer lugar.

País competidor	Empresa	Producto	Precio
Canada	Allstarvending		25 Usd
Canada	Jakeman's Maple Store		7 Usd
Canada	PURE FUN		6.99 Usd

BARQUIHAPPY S.A.S

Mexico	CADBURY	 <p>Chocolate dark Marca: Cadbury MXN24,60</p>	1.57 Usd
Mexico	Great Value	 <p>Caramelos Marca: Great Value MXN13,50</p>	0.86 Usd
Mexico	Picard	 <p>Chocolate huesitos Marca: Picard MXN13</p>	0.83 Usd
Estados Unidos	Hershey	 <p>HERSHEY'S Cookies 'n' Creme NET WT 1.55 OZ (43 g)</p>	1.83 US

BARQUIHAPPY S.A.S

Estados Unidos	Mars		1.92 US
Estados unidos	Wrigley		1.81 US

(Allstar, 2015) (Legiscomex, 2008) (legiscomex, 2009) (Jakeman's Maple Store , 2015) (Amazon, 2015)

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Analizamos variables como el posicionamiento de la competencia en Estados Unidos, cantidad de empleados que tienen en sus empresas, participación de ventas en el mercado, así como su empaque, forma, tamaño y precio.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

A través de investigaciones vía internet, con apoyo de noticias online. Se encontró la anterior información.

c) Aplicación de la Medios

Toda la investigación se desarrolló por parte de todos los integrantes del grupo.

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Como resultado de la investigación se toma como principal punto que es un producto tradicional de la región y por lo tanto tiene poca competencia directa en el mercado estadounidense, cabe resaltar también como distinción competitiva el aprovechamiento de los costos de la materia

BARQUIHAPPY S.A.S

prima para la producción debido a la abundancia de terrenos agrícolas, además de bajos costos en la mano de obra, mientras que en el proceso industrial tenemos desventaja en cuanto al proceso de industrialización del producto debido a que no contamos con la tecnología que cuentan los países competidores.

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

Para determinar el mercado distribuidor se realizaron investigaciones en internet sobre las tiendas de golosinas más reconocidas en la ciudad de New York entre ellas escogimos dos Economy Candy y Dylan´s candy bar

La distribución se realizara de forma indirecta a través de un tercero o bróker quien se encarga de distribuirlo a grandes almacenes de cadena y tiendas locales tanto de conveniencia, como confiterías y reposterías, por medio de los cuales llegaran al consumidor final.

Distribuidor : DYLAND´S CANDY BAR, 1011 Third Ave at 60th St. New York.

Resulta importante mencionar que el término de negociación en el cual se realizara la operación será CIP.

El producto esta empacado en tarros plásticos x 20 unidades cada uno y estos a su vez se empacan en cajas master enceradas que se conservan en refrigeración, para proteger y garantizar que el producto llegue en óptimas condiciones a su lugar de destino.

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

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

El criterio en el cual nos basamos para determinar el mercado distribuidor fue la imagen puesto que es una empresa que ha innovado en la forma de ver el caramelo tanto en niños como en grandes además de ser la tienda insignia de dulces en la ciudad de New York, se ha mantenido en la lista de los 10 lugares de interés turístico de Nueva York desde su creación, da la bienvenida a más de 2,5 millones de visitantes al año, en esto nos basamos para determinar que es un mercado viable. (Dylan´s Candy Bar, s.f.)

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

A través de investigaciones vía internet, con apoyo de noticias online. Se encontró la anterior información.

BARQUIHAPPY S.A.S

c) Aplicación de la Medios

Toda la investigación se desarrolló por parte de todos los integrantes del grupo mediante investigaciones

d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

Para determinar el mercado distribuidor tuvimos en cuenta las 3 mejores empresas en confitería de new york, y a continuación hacemos una descripción de cada una.

DYLAND'S CANDY BAR es la plataforma de lanzamiento para nuevos inventos dulces y productos de esta especie, por su imagen y trayectoria en el mercado lo determinamos viable; además de que tiene puntos de venta en diferentes estados y tiene distribución en lujo en grandes almacenes, hoteles y tiendas de conveniencia y/o confitería, mercado que consideramos importante para la comercialización de nuestro producto.

(dylanscandybar.com, 2015)



BARQUIHAPPY S.A.S

FaGuoSan (Nueva York)

Si te encuentras buscando opciones totalmente innovadoras, inusuales y hasta extravagantes, amarás este lugar. FaGuoSan es una tienda asiática llena de alternativas irreconocibles, muy dulces y sabrosas, bañadas en chocolates, con sabor a fresa, o rellenas de té verde y miel.

(Imujeresviajes, s.f.)



M&M'S WORLD CANDY STORE

Times Square huele a chocolate. La culpa de ello la tienen los famosísimos M&M's. Si los buscas, es fácil dar con ellos. Un M&M's gigante te saluda desde el gran panel lumínico de la fachada de su tienda. M&M's World Candy Store es el templo de los caramelos de chocolate, tres plantas abarrotadas de millones y millones de bolitas de colores de diferentes sabores. Su oferta de merchandising es infinita, hay todo lo que te puedas imaginar con la cara de los M&M's. No

BARQUIHAPPY S.A.S

dejes pasar la máquina que te escanea y te dice al instante qué tipo de M&M's eres. Esta tienda es un clásico con el que, seguramente, ganemos algún kilo extra.

(Codenastraveler, s.f.)



4.6.3 Manejo de Inventarios

El sistema de inventarios que se implementa para los productos alimenticios y suministros es de vital importancia para operar con éxito; la rotación de existencias debe seguir siempre la regla: “primero en entrar, primero en salir”, para garantizar la correcta rotación estas deben tener fechas que van organizadas desde la más antigua hasta la más nueva; garantizando así que el producto siempre este fresco al momento de su consumo.

4.6.4 Comunicación – explicar logo, características

BARQUIHAPPY S.A.S

La empresa tendrá el nombre de Barquihappy s.a.s. dedicada a la elaboración y comercialización de postres portátiles presentados en forma de barquillos rellenos, donde se manejarán diferentes líneas de productos como los light fabricados con ingredientes bajos en calorías, los funcionales los cuales por los componentes de sus ingredientes brindan un bienestar a la salud del consumidor y los tradicionales con diversidad de sabores, dependiendo de los gustos y preferencias de nuestros clientes.

La imagen representativa de la empresa es la carita feliz.

4.6.5 Actividades de promoción y divulgación

Los productos se darán a conocer a través de la página web propia además de la de nuestro distribuidor, por la cual los diferentes clientes podrán realizar compras y revisar los catálogos de la empresa.

4.7 Precios de los Productos

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

VARIABLES	
Demanda	4
Precio del proveedor	5
Calidad del producto	5
Precio de los competidores	4
Costo de la DFI	5

4.7.2 Precios de los productos tomando como base los Costos

PRODUCTO	COSTO	VENTA	UTILIDAD	PORCENTAJE DE GANANCIA
Tradicional	\$ 1.536,95	\$ 1.847,47	\$ 310,52	35.00%
Light	\$ 1.736,95	\$ 2.137,47	\$ 400,52	35.00%

BARQUIHAPPY S.A.S

Funcional	\$ 1.692,55	\$ 2.077,53	\$ 384,98	35.00%
-----------	-------------	-------------	-----------	--------

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

PRODUCTO	COSTO	PRECIO/COSTO	PRECIO PROPUESTO	UTILIDAD
Tradicional	\$ 1.536,95	\$ 1.847,47	\$ 3500	\$ 1963,05
Light	\$ 1.736,95	\$ 2.137,47	\$ 5000	\$ 3263,05
Funcional	\$ 1.692,55	\$ 2.077,53	\$ 4500	\$ 2807,45

4.7.4 Política de Precios

Para la política de precios se aplicara a la hora de realizar el pago de la mercancía un 50% 15 días antes y un 50% con la entrega de la mercancía. Se realizara descuento por volumen.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización CANTIDAD A EXPORTAR

CANTIDAD A EXPORTAR

13.000 unidades

650 Tarros X 20 U

Peso neto: 692,50 Kg Peso bruto: 754,25Kg

CANTIDAD A EXPORTAR	
PRODUCTO	CANTIDAD
BARQUILLO TRADICIONAL	7.000
BARQUILLO LIGHT	4.500
BARQUILLO FUNCIONAL	1.500
TOTAL	13.000

Materia Prima	Cantidad/unidad
barquillo	1
chocolate	22
Arequipe	22
saborizante	5
creatina	5

BARQUIHAPPY S.A.S

TRM día	\$ 2.588,56					
% Revaluación	5%					
Ptos Revaluación	129.42					
Tipo de Cambio	\$ 2.459,13					
Liquidacion de exportación Termino de negociacion CIP						
	Cantidad	U/medida	Valor Unitario COL\$	Valor Unitario USD\$	Valor Total COL\$	Valor Total USD\$
Barquillos	13.000	Unidad	\$ 70,00	\$ 0,03	\$ 910.000,00	\$370,05
Chocolate	187.000	Gramos	\$ 176,00	\$ 0,07	\$ 1.496.000,00	\$ 608,35
Arequipe	187.000	Gramos	\$ 110,00	\$ 0,04	\$ 935.000,00	\$380,22
Saborizantes	35.000	Gramos	\$ 20,00	\$ 0,01	\$ 700.000,00	\$ 284,65
Arequipe Light	99.000	Gramos	\$ 176,00	\$ 0,07	\$ 792.000,00	\$322,07
Chocolate Light	99.000	Gramos	\$ 330,00	\$ 0,13	\$ 1.485.000,00	\$ 603,87
Creatina	7.500	Gramos	\$ 175,60	\$ 0,07	\$ 263.400,00	\$107,11
Total Materia Prima			\$ 1.057,60	\$ 0,43	\$ 6.581.400,00	\$ 2.676,31
Stickers Decorativos	13.000	Unidad	\$ 5,47	\$ 0,00	\$ 71.110,00	\$28,92
Bolsas Plásticas	13.000	Unidad	\$ 5,83	\$ 0,00	\$ 75.790,00	\$30,82
Tarros Plasticos	650	Unidad	\$ 125,00	\$ 0,05	\$ 1.625.000,00	\$660,80
Total Empaque			\$ 136,30	\$ 0,06	\$ 1.771.900,00	\$ 720,54
Caja Máster	65	Unidad	\$ 10,00	\$ 0,00	\$ 130.000,00	\$52,86
Total Embalaje			\$ 10,00	\$ 0,00	\$ 130.000,00	\$ 52,86
Mano de Obra	13.000	Unidad	\$ 235,01	\$ 0,10	\$ 3.055.130,00	\$1.242,36
Administrativos	13.000	Unidad	\$ 88,30	\$ 0,04	\$ 1.147.900,00	\$466,79
Total linea tradcional con Utilidad (35%)	7.000	Unidad	\$ 1.156,13	\$ 0,47	\$ 8.092.934,50	\$3.290,97
Total linea light con Utilidad (35%)	4.500	Unidad	\$ 1.446,13	\$ 0,59	\$ 6.507.600,75	\$2.646,30
Total linea funcional con Utilidad (35%)	1.500	Unidad	\$ 1.386,19	\$ 0,56	\$ 2.079.290,25	\$845,54
Total con Utilidad			\$ 3.988,46	\$ 1,62	\$ 16.679.825,50	\$6.782,82
Financieros			\$ 15,00	\$ 0,01	\$ 195.000,00	\$79,30
Imprevistos			5%	5%	5%	5%
Total EXW			\$ 4.003,46	\$ 1,63	\$ 16.874.825,50	\$ 6.862,11
(+)Transporte Interno			\$ 101,23	\$ 0,04	\$ 1.315.990,00	\$535,14
(+)Seguro Interno (1%)			\$ 13,74	\$ 0,01	\$ 178.625,94	\$72,64
(+)Agencia de Aduana			\$ 21,54	\$ 0,01	\$ 280.000,00	\$113,86
FCA			\$ 4.139,97	\$ 1,68	\$ 18.649.441,44	\$ 7.583,76
(+)Flete internacional			\$ 424,06	\$ 0,17	\$ 5.512.780,00	\$2.241,76
(+)AMS			\$ 2,36	\$ 0,00	\$ 24.591,30	\$10,00
(+)Due Agent			\$ 10,64	\$ 0,00	\$ 86.159,25	\$35,04
(+)Due Carrier			\$ 5,91	\$ 0,00	\$ 47.866,25	\$19,46
(+)Fuel Surcharge			\$ 35,95	\$ 0,01	\$ 467.336,45	\$190,04
CPT			\$ 4.618,89	\$ 1,88	\$ 24.788.174,69	\$ 10.080,06
(+)Seguro Internacional (3%)			\$ 60,91	\$ 0,02	\$ 791.864,12	\$ 142,44
CIP			\$ 4.679,80	\$ 1,90	\$ 25.580.038,81	\$ 10.222,50

4.9 Riesgos y Oportunidades del merca

BARQUIHAPPY S.A.S

4.10 do-media matriz dofa

El principal riesgo que vemos de acuerdo al estudio de mercado es que la rentabilidad de las empresas dependen de la eficiencia en la fabricación aspecto en el cual tenemos desventaja con otros países que cuentan con más tecnología para su producción y como oportunidad vemos los bajos costos en materia prima y mano de obra, además por ser un dulce con poca competencia en el mercado puesto que es un dulce tradicional de Latinoamérica.

4.11 Plan de ventas

Según la demanda proyectada para el mercado internacional se pretende vender mensualmente 13.000 unidades que equivalen a 156.000 unidades anuales.

BARQUILLOS TRADICIONALES	
Ventas Estimadas por Mes (U)	
Altas (Optimista)	7.000
Medias (Medio)	7.000
Bajas (Pesimista)	7.000

BARQUILLOS LIGHT	
Ventas Estimadas por Mes (U)	
Altas (Optimista)	4.500
Medias (Medio)	4.500
Bajas (Pesimista)	4.500

BARQUILLOS FUNCIONALES	
Ventas Estimadas por Mes (U)	
Altas (Optimista)	1.500
Medias (Medio)	1.500
Bajas (Pesimista)	1.500

Nota avance 2: 2.5

ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

- Identificar las necesidades de los consumidores, para establecer la demanda del mercado nacional e internacional y realizar un estimado real de producción mensual, este análisis se realizara en un plazo máximo de 6 meses.
- Desarrollar la producción hallada en la demanda en un plazo máximo de 1 mes.
- Alcanzar una producción mayor, de acuerdo a las ventas en nuestro 1 año, con un plazo máximo de otro año más.

5.2 Descripción del proceso de producción

Actividad	Descripción	Tiempo	Responsable	Equipos
Compra de materia prima	Después de seleccionar las empresas proveedoras de materia prima, se realiza la compra.	4 horas	Gerente	
Recepción de la materia prima	Al llegar la mercancía a planta se procede descargue del camión.	3 horas	Descargadores	Camiones
Organización de Inventario	Después de ser descargada la mercancía, se hace el ordenamiento por pilas de cajas, dependiendo su naturaleza.	3 horas	Operarios empacadores	
Desempaque de la mercancía	Se Manipula la mercancía a planta	1 hora	Operarios, empacadores	

BARQUIHAPPY S.A.S

Fundición cobertura de chocolate	Se pone la cobertura de chocolate en fogón industrial, a una temperatura de 450 grados Fahrenheit, para obtener la contextura requerida.	5 horas	Operarios, manipulación de alimentos	Horno- Fogón
Cubierta de la pared interna del barquillo	Cuando el chocolate está listo para ser usado en la elaboración del barquillo se vierte el chocolate con máquina de punto para darle un sabor especial desde el principio hasta el fin	4 horas	Operarios, manipulación de alimentos	
Relleno de arequipe	Se vierte el arequipe dentro de cada barquillo con procesadora, empleado disponible se encarga de operar dicho proceso	2 horas	Operarios, manipulación de alimentos	
Empaque	Luego que el producto está procesado el operario programa la empaquetadora donde 20 barquillos son empacados en bolsa plástica, se realiza sellado de punto, se empacan artesanalmente esta bolsa en un recipiente de plástico, el cual los mantiene frescos y se reduce el riesgo de perder mercancía en la etapa de transporte.	3 horas	Operarios, empacadores	Empaquetadora-selladora continua

BARQUIHAPPY S.A.S

Almacenamiento	En una caja de 50 * 50 se empaican los recipientes de plástico, Sé procede mercancía empacada hasta el momento del despacho.	1 hora	Operarios, empacadores	
Transporte	Auxiliar de almacenaje y operario disponible realizan la labor de embalaje donde el jefe de almacén coordina en aprovechamiento del espacio para transporte; Se utiliza un camión de estacas para capacidad de 20 toneladas, sistema thermo King, donde la mercancía permanece fresca durante el trayecto, almacén-puerto	7 horas	Área de comercio exterior	Camiones

5.3 Capacidad de producción

Actualmente la empresa produce 1.000 unidades en un día de trabajo de 10 horas con 4 operarios que laboran 5 días a la semana para un total de 5.000 unidades producidas por semana o 20.000 unidades por mes, para abastecer la demanda local.

Basados en las ventas actuales de la empresa y en las proyecciones estimadas para la exportación, se diseñó un plan de producción con capacidad de producir 33.000 unidades mensuales como se explica a continuación.

5.4 Plan de Producción

BARQUIHAPPY S.A.S

El plan de producción que planteamos a continuación se realiza de acuerdo a la demanda proyectada de 13.000 unidades para el mercado internacional más la demanda del mercado local 20.000 unidades para un total de 33.000 unidades producidas por mes (25 días), por lo tanto se producen 1320 unidades por día con 6 operarios y un jefe de producción.

Es importante aclarar que debido a que cada proceso toma un tiempo diferente, los operarios de los procesos más cortos apoyaran los procesos que tardan más tiempo en producir una unidad para así poder cubrir la demanda estimada.

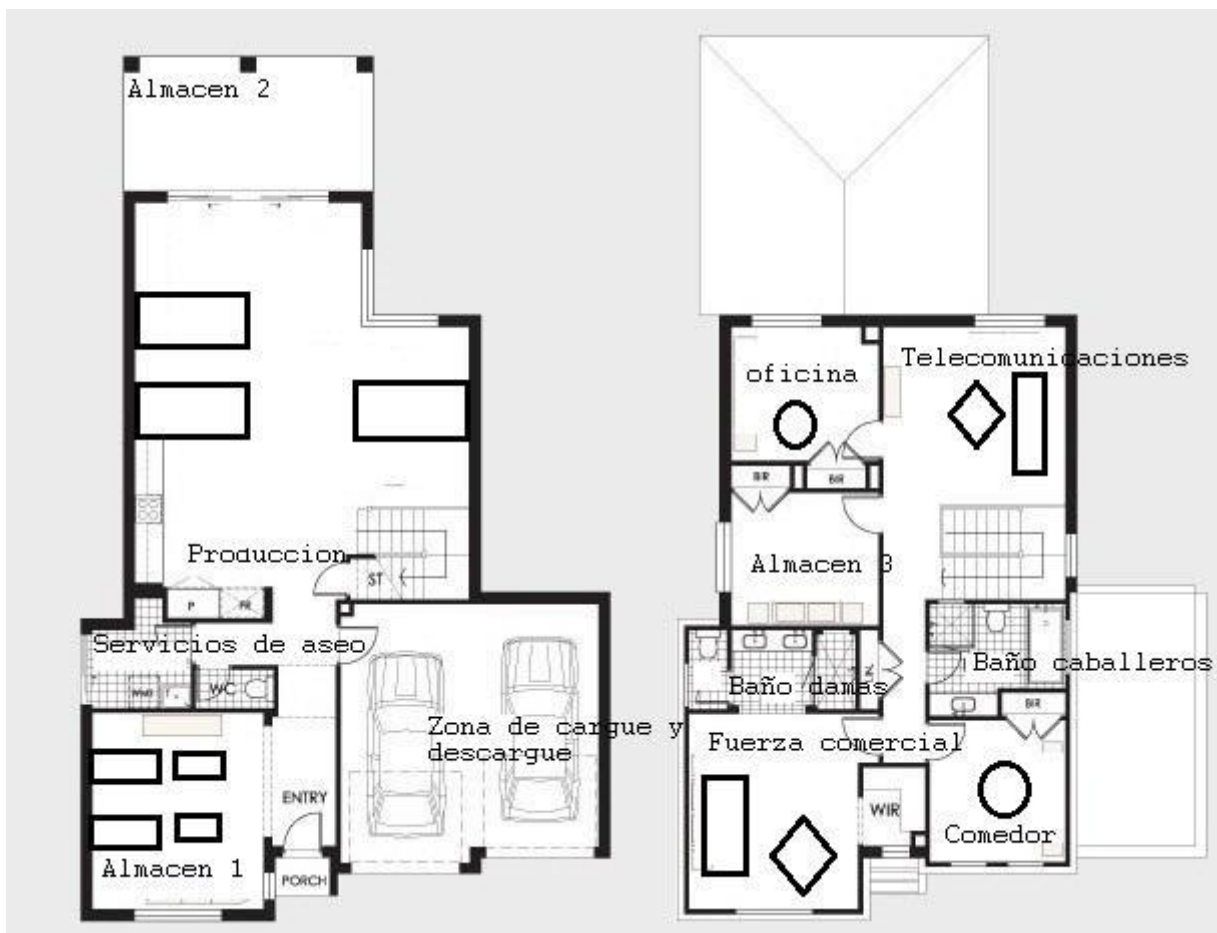
Lote x 100 unidades.

PROCESOS	TIEMPO/HORA	CANTIDAD	DIA/8H
CUBRIR PARED INTERNA DEL BARQUILLO CON CHOCOLATE	1	100	800
MACILLAR Y TAPAR PUNTA INFERIOR CON CHOCOLATE	0,5	100	1320
RELLENAR BARQUILLO	0,5	100	1600
MACILLAR Y TAPAR PUNTA SUPERIOR CON CHOCOLATE	0,5	100	1320
EMPACAR BARQUILLO	1	100	800
AUXILIAR DE PROCESOS	1	100	800
TIEMPOS MUERTOS	0,1		
MES	CAPACIDAD PCN	U/EXPORTACION	U/MERCADO LOCAL
1	33.000	13.000	20.000
12	396000	156.000	240.000

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

Invima	Recibo de consignación, escribir código de tarifa (2012), formulario de información básica, formulario del trámite solicitado(invima) información legal, información técnica, guía para documentación soporte (carpeta blanca-alimentos)	\$ 3.092.880
--------	--	--------------



Local Arrendado, con un valor de 1.360.00 con servicios básicos, que son: agua, luz, energía y gast

SERVICIO	DESCRIPCION	PROVEEDOR	PRECIO/MENSUAL
Luz	Necesaria para las instalaciones y para el funcionamiento de los equipos	Empresas públicas de Medellín	\$726.234
Agua	Necesaria para el aseo de los baños y para uso general del personal	Empresas públicas de Medellín	\$172.700

BARQUIHAPPY S.A.S

Gas	Necesario para fundir el chocolate, para así mantenerla líquida	Empresas públicas de Medellín	18.350
TOTAL			914.284

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

ACTIVIDAD	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO
Mesa en acero inoxidable (Largo 3mts x Ancho 1mts)	3	C Y C ESPECIALES	930.000
Recipiente de plástico	1 Unit	Soloenvases	2.500
Caja de cartón	1 Unit	Cajas ya	2000

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Se requiere como materia prima barquillos, arequipe, chocolate, stickers, bolsas plásticas, envase plástico con un almacenaje de 33000 unidades mensuales.

	Cantidad	U/medida	Valor Unitario COL\$	Valor Unitario USD\$	Valor Total COL\$	Valor Total USD\$
Barquillos	13.000	Unidad	\$ 70,00	\$ 0,03	\$ 910.000,00	\$ 370,05
Chocolate	187.000	Gramos	\$ 176,00	\$ 0,07	\$ 1.496.000,00	\$ 608,35
Arequipe	187.000	Gramos	\$ 110,00	\$ 0,04	\$ 935.000,00	\$ 380,22
Saborizantes	35.000	Gramos	\$ 20,00	\$ 0,01	\$ 700.000,00	\$ 284,65
Arequipe Light	99.000	Gramos	\$ 176,00	\$ 0,07	\$ 792.000,00	\$ 322,07
Chocolate Light	99.000	Gramos	\$ 330,00	\$ 0,13	\$ 1.485.000,00	\$ 603,87
Creatina	7.500	Gramos	\$ 175,00	\$ 0,07	\$ 263.400,00	\$ 107,11
Total Materia Prima			\$ 1.057,60	\$ 0,43	\$ 6.581.400,00	\$ 2.676,31
Stickers Decorativos	13.000	Unidad	\$ 5,47	\$ 0,00	\$ 71.110,00	\$ 28,92
Bolsas Plásticas	13.000	Unidad	\$ 5,83	\$ 0,00	\$ 75.790,00	\$ 30,82
Tarros Plásticos	650	Unidad	\$ 125,00	\$ 0,05	\$ 1.625.000,00	\$ 660,80

5.5.4 Requerimientos de servicios.

La producción necesita contar con los servicios públicos de agua, luz y gas para la producción del barquillo en planta

5.5.5 Requerimientos de personal.

Cargo	Descripción del cargo	Salario	Perfil	Obligaciones laborales	Total	Tipo de contrato
Operario 1	Cubre pared interna del barquillo con chocolate	644.350	Técnico en manipulación de alimentos	408.116	1.052.466	Indefinido
Operario 2	Masilla y cubre parte inferior del barquillo con chocolate	644.350	Técnico en manipulación de alimentos	408.116	1.052.466	Fijo a 1 Año
Operario 3	Se encarga de rellenar el barquillo	644.350	Técnico en manipulación de alimentos	408.116	1.052.466	Indefinido
Operario 4	Masilla y cubre parte superior del barquillo con chocolate	644.350	Técnico en manipulación de alimentos	408.116	1.052.466	Fijo a 1 Año
Operario 5	Empaca el barquillo en bolsa plástica, pone el sticker y empaca el barquillo en tarro de a 20.	644.350	Técnico en manipulación de alimentos	408.116	1.052.466	Fijo a 1 Año
Operario 6	Auxiliar en proceso productivo	644.350	Técnico en manipulación de alimentos	408.116	1.052.466	Fijo a 1 Año

BARQUIHAPPY S.A.S

Jefe de producción	Recepción de materia prima, almacenaje, Inventario, administrador de producción, Manipulación de alimentos	900.000	Técnico en manipulación de alimentos	540.680	1.440.680	Indefinido
--------------------	--	---------	--------------------------------------	---------	-----------	------------

5.6 Programa de producción

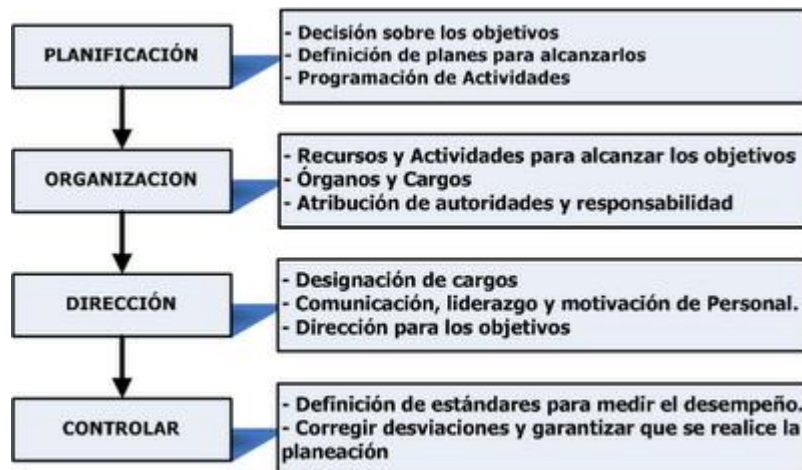
Programa semanal	Sem.1	Sem.2	Sem.3	Sem.4	Sem.5	Sem.6	Sem.7	Sem.8
Adecuación del local	•	•						
Contratación del personal						•	•	•

Nota avance # 3: 2.5

6 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos



(bligoo.com, 2015)

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

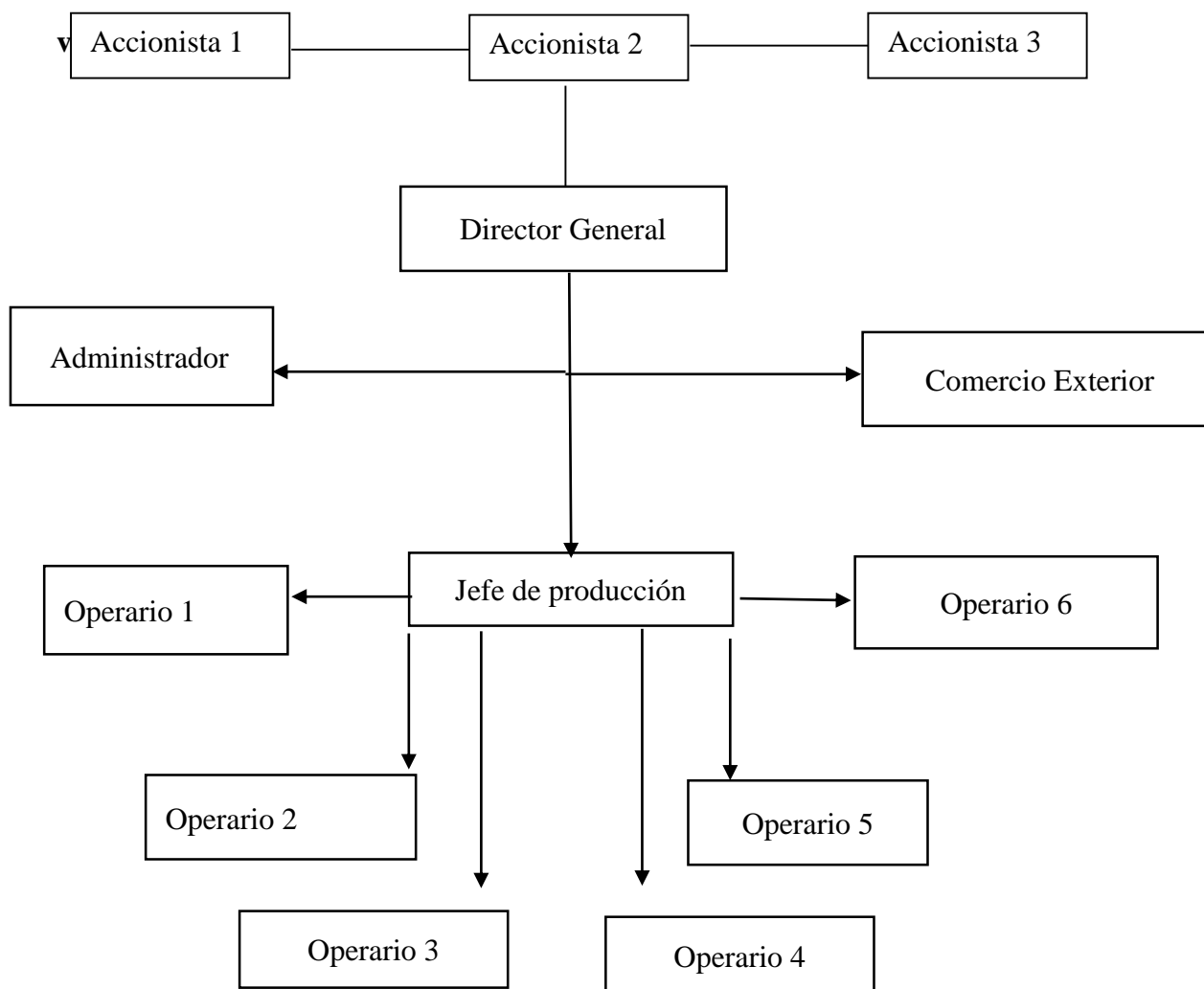
PROCESO	PROVEEDOR	COSTO	COSTO MENSUAL
Asesoría fiscal	ACI Auditoría y consultoría integrales	1.233.000/Trimestral	411.000
Actividades de formación	Sena	660.000/Semestral	110.000
Imagen y publicidad	The Marion Group	380.000/Mensual	380.000

(promonegocios.net, 2012)

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Descripción funcional de la Organización

BARQUIHAPPY S.A.S



(Promonegocios, 2012)

Socios

- Dirigir la empresa.
- Planificar estratégicamente el uso de los recursos.

Gerente

BARQUIHAPPY S.A.S

- Supervisar todas las áreas
- Estar enterado de cualquier anomalía que suceda en negocio o empresa para poder solucionarla
- Establecer los planes de desarrollo de la empresa o negocio.
- Representar legalmente la empresa
- Encargarse de que se supla cualquier puesto si es necesario
- Conocer cada área y su funcionamiento.
- Planear, organizar, dirigir, controlar las actividades operativas y administrativas.
- Controlar el presupuesto de la empresa.

Comerciante internacional

- Investigar los mercados internacionales con vistas a nuevos mercados.
- Diseño y aplicación de programas publicitarios internacionales
- Coordinar la negociación nacional e internacional con nuestros clientes.
- Contacto permanente con los clientes en el exterior para mejorar las relaciones comerciales
- Mantenerse actualizado con los temas aduaneros
- Encargarse de la logística internacional (Distribución Física Internacional).
- Coordinar el despacho aduanero de la mercancía, transporte y seguro internacional.

Contador

- Coordinar y contabilizar lo referente a activos, pasivos, ingresos y egresos de la empresa.
- Verificar que las facturas recibidas contengan la información correcta
- Llevar mensualmente los libros generales de compras y ventas
- Llevar todos los movimientos económicos de la empresa
- Llevar los libros contables
- Realización de las cuentas por cobrar y por pagar
- Contabilizar la nómina de pagos de los empleados
- Realizar informes mensuales de las actividades financieras de la empresa

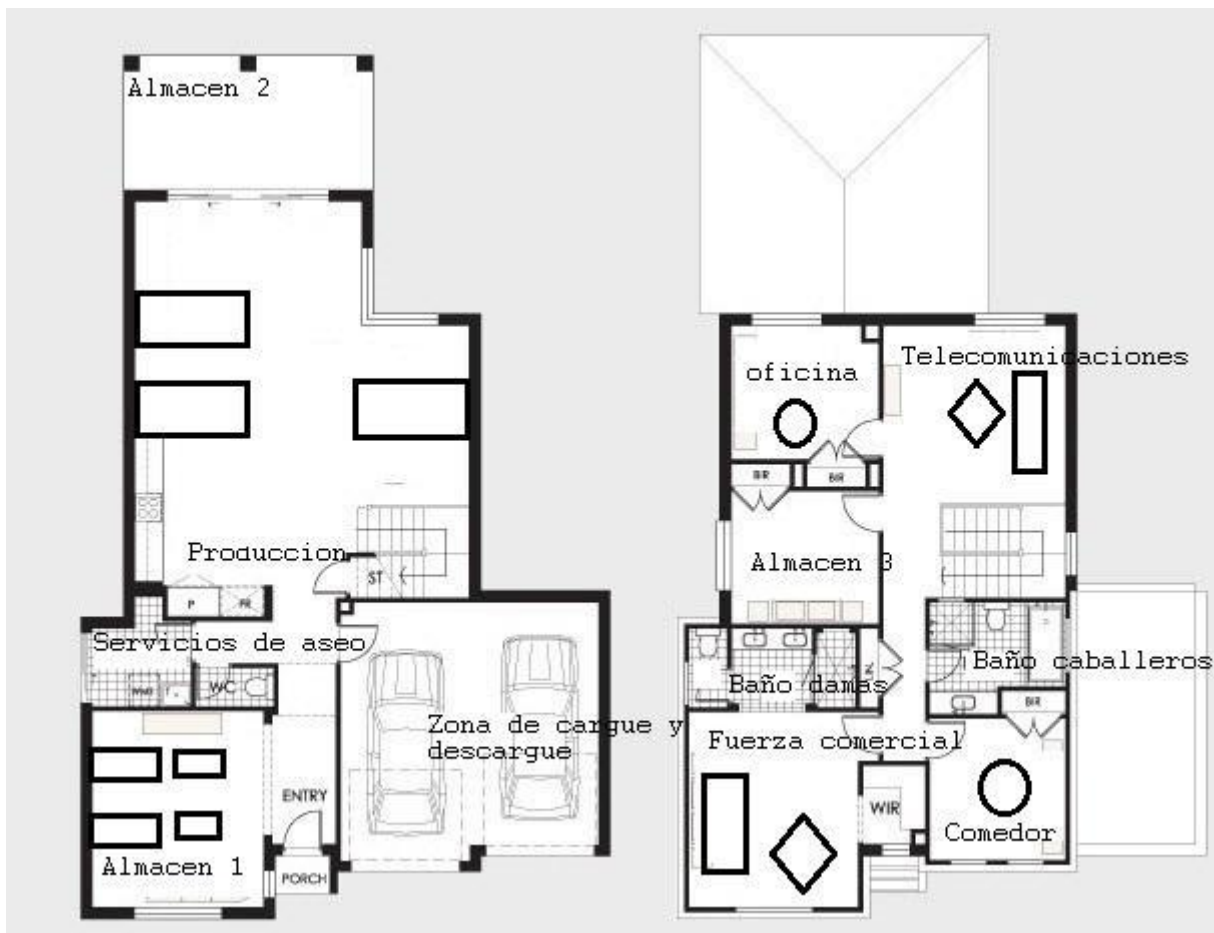
6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

BARQUIHAPPY S.A.S

CARGO	PERFIL	SALARIO	PRESTACIONES	TOTAL
GERENTE	Profesional en Administración de empresas, con experiencia en el área	1.100.000	401.700	1.501.700
COMERCIO INTERNACIONAL	Tecnólogo en comercio internacional con dominio de inglés con experiencia en el área	800.000	312.200	1.112.200
TOTAL				

BARQUIHAPPY S.A.S

6.3.1 Locaciones



- Local arrendado para área administrativa.
- El local se encuentra en perfectas condiciones para la implementación de las adecuaciones necesarias.

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

CANTIDAD	DESCRIPCION	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
4	Computadores portátil	Samsung	742.000	2.968.000
4	Impresoras	HP	102.000	408.000
4	Teléfonos	Panasonic	70.500	282.000
4	Regulador de energía	Regulador de Voltaje APC P6W	39.300	157.200
4	Calculadora	Casio	17.000	68.000
4	Escritorio	Dispromem LTDA	259.900	1.039.600
4	Sillas	Dispromem LTDA	41.900	167.600
3	Archivadores	Dispromem LTDA	21.350	64.050
5	Estanterías	Dispromem LTDA	321.800	1.609.000
4	Lámpara escritorio 100w	TUGO	47.920	191.680
1	Sala de juntas L:2.40MtsxA:1.20Mts	DUCON S.A.S	1.200000	1.200000
TOTAL				8.155.130

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

CANTIDAD UNIDADES	ELEMENTO	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
4	Borradores	Éxito	500	2000
5	Lápiz	Éxito	1.200	6000
5	Lapiceros	Éxito	1.300	6500

BARQUIHAPPY S.A.S

3	Hojas/paquete	Éxito	10.000	30.000
2	Sello compañía	Éxito	10.000	20.000
2	Des engrapadora	Éxito	2.000	4000
2	Grapas	Éxito	1.500	3000
15	Bombillos	Éxito	1.200	18000
2	P de bolsas de basura	Éxito	1.000	2000
2	Escobas	Éxito	9.910	19.820
2	Trapeadora	Éxito	9.999	19.998
2	Recogedor	Éxito	7.730	15.460
1	Ambientador	Éxito	12.980	12.980
5	Jabones	Éxito	1.200	6000
2	Guantes	Éxito	2.310	4620
8	Papeleras	Éxito	5.500	44.000
1	P. Higiénico	Éxito	15.600	15.600
10	Pocillos	Éxito	2.800	28.000
8	J. Platos	Éxito	7337.5	58.700
1	Jgo De Cubiertos X 24 Pzas Col - 622.24PV7	Exito	25.500	25.500
2	Servilletas	Éxito	1.150	2.300
2	Pitillos	Éxito	600	1.200
2	Libra Azúcar	Éxito	900	1800
2	Café	Éxito	5.995	11.990
1	Cafetera	Éxito	54999	54.999
2	Bolsa de Leche	Éxito	1892	3.784
3	Aromáticas	Éxito	766.66	2.300
3	Paquete Galletas	Éxito	7.800	23.400
TOTAL				443.951

BARQUIHAPPY S.A.S

(Almacenes exito, 2015)

6.3.4 Requerimientos de servicios.

SERVICIO	DESCRIPCION	PROVEEDOR	PRECIO/MENSUAL
Comunicaciones	Necesarias para el funcionamiento de la línea telefónica, el manejo del internet, etc	Claro	\$100.000
TOTAL			\$ 100.000

(EPM, 2015)

6.3.5 Requerimientos de personal

CARGO	PERFIL	SALARIO	PRESTACIONES	TOTAL
GERENTE	Profesional en Administración de empresas, con experiencia en el área	1.100.000	401.700	1.501.700
COMERCIO INTERNACIONAL	Tecnólogo en comercio internacional con dominio de inglés con experiencia en el área	800.000	312.200	1.112.200

BARQUIHAPPY S.A.S

CONTADOR	Profesional en contaduría, con experiencia en el área.			300.000
ENCARGADO PAGINA WEB	Tecnología en sistemas informático.	Instalación 500.000		500.000
		Mantenimiento 35.000/ hora		
TOTAL				4.554.580

6.4 Programa de administración

PROGRAMACION	FECHAS
Constitución de la empresa	Mayo 10-14 de 2015
Apertura de la cuenta bancaria	Mayo 15 de 2015
Contratación y diseño de la pagina	Mayo 16-21 de 2015
Tramites de la DIAN	Mayo 22 – 3 de Junio de 2015
Selección del personal	Junio 4-08 de 2015
Capacitación del personal	Junio 09-11 de 2015
Inducción del personal	Junio 11-13 de 2015

BARQUIHAPPY S.A.S

Realizar lista de materiales muebles e insumos necesarios para la oficina	Junio 14-15 de 2015
Cotización equipos necesarios para la oficina	Junio 16-17 de 2015
Compra de las equipos y herramientas necesarios para la oficina	Junio 18 de 2015
Adecuación de la oficina	Junio 19-21 de 2015
Inicio de actividades de administración y mercadeo	Junio 23 de 2015

(Principios PAED, 2015)

Nota avance # 4: 2.5

7 ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

Sociedad por acciones simplificada (S.A.S.) mediante escritura pública, donde la responsabilidad de los socios será por el monto de los respectivos aportes. Asegurando así el patrimonio de los socios y la independencia económica de la empresa

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

La presente guía lo orientará sobre los requisitos que como exportador de Alimentos a los Estados Unidos debe cumplir

- **RUT:** registro único tributario ante la Dian, La empresa está ubicada en el sector de alimentos con el código **CIU SEGÚN RESOLUCION 432 DE DIAN D155105 (**)** elaboración de obleas, conos, barquillos
- **Cámara de comercio:** registro ante la cámara de comercio como comerciantes y exportador.
- **Registro:** Las instalaciones que produzcan, procesen, envasen o almacenen alimentos para consumo humano o animal deben registrarse ante la FDA.
- **Inocuidad del producto:** Esto incluye asegurarse de que cualquier ingrediente agregado, si alguno, sea permitido. Además, el producto debe ser manufacturado bajo las buenas prácticas que le apliquen tales como las Buenas Prácticas de Manufactura, Empaque y Almacenamiento de Alimentos
- **Los aditivos directos e indirectos y los colorantes:** Irradiación de alimentos. El uso de aditivos en. Se incluyen aditivos directos (añadidos a los alimentos) e indirectos (sustancias o artículos en contacto con alimentos, como por ejemplo envases y embalajes). La base de datos de aditivos autorizados en EE.UU. a nivel federal (con o sin restricciones)
- **Etiquetado:** El producto tiene que cumplir con los requisitos de etiquetado de la FDA. Debe llevar tabla nutricional bilingüe.

Nutrition facts/Información nutricional

Barquillos - Wafer Rolls

1. Porciones:

BARQUIHAPPY S.A.S

Calories/Calorías	140	Sodium/Sodio	0 mg
Total Fat/Grasas Totales	6 g	Potassium/Potasio	0 mg
Saturated/Saturadas	3 g	Total Carbohydrate /Carbohidratos	21 g
Polyunsaturated/Poliinsaturados	0 g	total dietary fiber /Fibra dietética	0 g
monounsaturated /Monoinsaturados	0 g	Sugars /Azúcares	11 g
Trans	0 g	Protein/Proteínas	2 g
Colesterol	0 mg		
Vitamin A/Vitamina A	0%	Calcium/Calcio	2%
Vitamin C/Vitamina C	0%	Iron/Hierro	4%

*Los valores diarios de porcentaje están basados en una dieta de 2000 calorías. Tus valores diarios podrían ser superiores o inferiores dependiendo de tus necesidades calóricas.

- **Etiquetado voluntario:** Está regulado en EE.UU. No se admiten mensajes que puedan confundir al consumidor ni reclamos de salud, excepto los que hayan sido aprobados, cuyas regulaciones se contienen en 21CFR101.
- **Comunicación de incidentes sanitarios en productos agroalimentarios (“Reportable Food Registry”):** toda empresa con actividad en el área de la alimentación y cuyos productos se comercialicen en EE.UU. (afecta a exportadores también), deberá notificar a la FDA de forma inmediata cualquier incidente que la empresa considere que potencialmente podría afectar a la seguridad del alimento.

DOCUMENTO	TRAMITE A REALIZAR	VALOR
RUT	Fotocopia del documento de identidad del representante legal, con exhibición del original.(\$100) Constancia de titularidad de cuenta corriente o de ahorros activa, a nombre de la persona jurídica o asimilada, con fecha de expedición no mayor a un (1) mes en una entidad vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia o cooperativas de	\$200.100



BARQUIHAPPY S.A.S

	<p>ahorro y crédito o cooperativas multiactivas con sección de ahorro y crédito autorizadas por la Superintendencia de la Economía Solidaria para adelantar actividad financiera, inscritas en el fondo de garantías de entidades cooperativas - FOGACOOB, o el último extracto de la misma.(\$200.000)</p> <p>Para la apertura de la cuenta, la U.A.E Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, expedirá un documento donde informa el NIT provisional que le será asignado a la nueva persona jurídica, el cual, deberá ser activado dentro de los quince (15) días siguientes a su expedición, con la presentación de la constancia de titularidad de la cuenta corriente o de ahorros.</p>	
Cámara de comercio	<p>Validar nombre para registro, reportar nit , Registro privado-según actividad económica + fotocopia documento cc (\$100) Realizar pago taquilla 1516 (\$34.000) para registro. +(\$4500)certificado(\$4500)registro(\$155000)registro sas certificado formulario único empresarial.</p>	\$198.100
Invima	<p>Recibo de consignación, escribir código de tarifa (2012), formulario de información básica, formulario del trámite solicitado(invima) información legal, información técnica, guía para documentación soporte (carpeta blanca-alimentos)</p>	\$ 3.092.880
Total		3.491.080

BARQUIHAPPY S.A.S

8 ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

Para iniciar la compañía no cuenta con capital de sus socios, y la empresa financiará 60.537.107 para comenzar en un periodo de 60 días.

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

ELABORE EL CALENDARIO DE AMORTIZACIÓN DE CREDITOS Y PRESTAMOS BANCARIOS,

Banco Davivienda 2015/06/02

Periodo	Cuota Prestamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 60.537.107
1	\$ 1.771.719	\$ 762.768	\$ 1.008.952	\$ 59.528.155
2	\$ 1.759.007	\$ 750.055	\$ 1.008.952	\$ 58.519.203
3	\$ 1.746.294	\$ 737.342	\$ 1.008.952	\$ 57.510.252
4	\$ 1.733.581	\$ 724.629	\$ 1.008.952	\$ 56.501.300
5	\$ 1.720.868	\$ 711.916	\$ 1.008.952	\$ 55.492.348
6	\$ 1.708.155	\$ 699.204	\$ 1.008.952	\$ 54.483.396
7	\$ 1.695.443	\$ 686.491	\$ 1.008.952	\$ 53.474.445
8	\$ 1.682.730	\$ 673.778	\$ 1.008.952	\$ 52.465.493
9	\$ 1.670.017	\$ 661.065	\$ 1.008.952	\$ 51.456.541
10	\$ 1.657.304	\$ 648.352	\$ 1.008.952	\$ 50.447.589
11	\$ 1.644.591	\$ 635.640	\$ 1.008.952	\$ 49.438.637

BARQUIHAPPY S.A.S

12	\$ 1.631.879	\$ 622.927	\$ 1.008.952	\$ 48.429.686	4,035,0807
13	\$ 1.619.166	\$ 610.214	\$ 1.008.952	\$ 47.420.734	
14	\$ 1.606.453	\$ 597.501	\$ 1.008.952	\$ 46.411.782	
15	\$ 1.593.740	\$ 584.788	\$ 1.008.952	\$ 45.402.830	
16	\$ 1.581.027	\$ 572.076	\$ 1.008.952	\$ 44.393.878	
17	\$ 1.568.315	\$ 559.363	\$ 1.008.952	\$ 43.384.927	
18	\$ 1.555.602	\$ 546.650	\$ 1.008.952	\$ 42.375.975	
19	\$ 1.542.889	\$ 533.937	\$ 1.008.952	\$ 41.367.023	
20	\$ 1.530.176	\$ 521.224	\$ 1.008.952	\$ 40.358.071	
21	\$ 1.517.463	\$ 508.512	\$ 1.008.952	\$ 39.349.120	
22	\$ 1.504.751	\$ 495.799	\$ 1.008.952	\$ 38.340.168	3,026855
23	\$ 1.492.038	\$ 483.086	\$ 1.008.952	\$ 37.331.216	
24	\$ 1.479.325	\$ 470.373	\$ 1.008.952	\$ 36.322.264	
25	\$ 1.466.612	\$ 457.661	\$ 1.008.952	\$ 35.313.312	
26	\$ 1.453.900	\$ 444.948	\$ 1.008.952	\$ 34.304.361	
27	\$ 1.441.187	\$ 432.235	\$ 1.008.952	\$ 33.295.409	
28	\$ 1.428.474	\$ 419.522	\$ 1.008.952	\$ 32.286.457	
29	\$ 1.415.761	\$ 406.809	\$ 1.008.952	\$ 31.277.505	
30	\$ 1.403.048	\$ 394.097	\$ 1.008.952	\$ 30.268.554	
31	\$ 1.390.336	\$ 381.384	\$ 1.008.952	\$ 29.259.602	



BARQUIHAPPY S.A.S

32	\$ 1.377.623	\$ 368.671	\$ 1.008.952	\$ 28.250.650	2,017903	
33	\$ 1.364.910	\$ 355.958	\$ 1.008.952	\$ 27.241.698		
34	\$ 1.352.197	\$ 343.245	\$ 1.008.952	\$ 26.232.746		
35	\$ 1.339.484	\$ 330.533	\$ 1.008.952	\$ 25.223.795		
36	\$ 1.326.772	\$ 317.820	\$ 1.008.952	\$ 24.214.843		
37	\$ 1.314.059	\$ 305.107	\$ 1.008.952	\$ 23.205.891		
38	\$ 1.301.346	\$ 292.394	\$ 1.008.952	\$ 22.196.939		
39	\$ 1.288.633	\$ 279.681	\$ 1.008.952	\$ 21.187.987		
40	\$ 1.275.920	\$ 266.969	\$ 1.008.952	\$ 20.179.036		
41	\$ 1.263.208	\$ 254.256	\$ 1.008.952	\$ 19.170.084		
42	\$ 1.250.495	\$ 241.543	\$ 1.008.952	\$ 18.161.132		
43	\$ 1.237.782	\$ 228.830	\$ 1.008.952	\$ 17.152.180		
44	\$ 1.225.069	\$ 216.117	\$ 1.008.952	\$ 16.143.229		
45	\$ 1.212.356	\$ 203.405	\$ 1.008.952	\$ 15.134.277		
46	\$ 1.199.644	\$ 190.692	\$ 1.008.952	\$ 14.125.325		
47	\$ 1.186.931	\$ 177.979	\$ 1.008.952	\$ 13.116.373		1.008951
48	\$ 1.174.218	\$ 165.266	\$ 1.008.952	\$ 12.107.421		
49	\$ 1.161.505	\$ 152.554	\$ 1.008.952	\$ 11.098.470		
50	\$ 1.148.793	\$ 139.841	\$ 1.008.952	\$ 10.089.518		
51	\$ 1.136.080	\$ 127.128	\$ 1.008.952	\$ 9.080.566		

BARQUIHAPPY S.A.S

52	\$ 1.123.367	\$ 114.415	\$ 1.008.952	\$ 8.071.614
53	\$ 1.110.654	\$ 101.702	\$ 1.008.952	\$ 7.062.662
54	\$ 1.097.941	\$ 88.990	\$ 1.008.952	\$ 6.053.711
55	\$ 1.085.229	\$ 76.277	\$ 1.008.952	\$ 5.044.759
56	\$ 1.072.516	\$ 63.564	\$ 1.008.952	\$ 4.035.807
57	\$ 1.059.803	\$ 50.851	\$ 1.008.952	\$ 3.026.855
58	\$ 1.047.090	\$ 38.138	\$ 1.008.952	\$ 2.017.904
59	\$ 1.034.377	\$ 25.426	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952
60	\$ 1.021.665	\$ 12.713	\$ 1.008.952	\$ 0

Mes 12	4,035,0807
Mes 24	3,026855
Mes 36	2,017903
Mes 48	1.008951

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

VENTAS

Total Costos Variables por Producto	Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado por Producto
--	------------------------	-----------------------------	-----------------------------	---



BARQUIHAPPY S.A.S

Barquillo tradicional	\$ 1.188,6	7.000	\$ 8.320.480,0	42,10%	\$ 2.063,52
Barquillo Light	\$ 1.398,6	4.500	\$ 6.293.880,0	44,99%	\$ 2.852,90
Barquillos funcionales	\$ 1.364,2	1.500	\$ 2.046.360,0	12,90%	\$ 2.615,45
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)			\$ 16.660.720,0		

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)	Valor	Depreciación Mensual		
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 3.883.200,0	\$ 107.866,7		
Herramienta (5 años)	\$ 213.973,0	\$ 3.566,2		
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 4.271.930,0	\$ 35.599,4		
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 8.369.103,0		Total Activos Fijos Disponibles	\$ 0,0
Total Depreciación Mensual		\$ 147.032,3		

Gastos Preoperativos Exigibles	Valor
Constitución y registro	\$ 3.491.380,0
Presentación y Promoción	\$ 500.000,0
Honorarios	\$ 50.000,0
Costos de Capacitación	\$ 110.000,0

BARQUIHAPPY S.A.S

Honorarios de Asesores	\$ 150.000,0
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 4.301.380,0

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Costos Variables	30	\$ 16.660.720
Costos Fijos de Producción	30	\$ 10.095.954
Costos Fijos de Administración	30	\$ 4.069.230
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	30	\$ 380.000

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Inventario de Materia Prima	30	\$ 16.660.720

Total Capital de trabajo Exigible	\$ 47.866.624	Total Capital de trabajo Disponible	
--	----------------------	--	--

INVERSION TOTAL EXIGIBLE	\$ 60.537.107	INVERSIÓN TOTAL DISPONIBLE	\$ 0
---------------------------------	----------------------	-----------------------------------	-------------

8.2.2.2 Costos

BARQUIHAPPY S.A.S

BARQUILLO		TRADICIONAL		
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Barquillos	\$ 70,00	1,00	Unidades	\$ 70,00
Chocolate	\$ 8,00	22,00	gramos	\$ 176,00
Arequipe	\$ 5,00	22,00	gramos	\$ 110,00
Sticker	\$ 5,47	1,00	Unidades	\$ 5,47
Bolsas plasticas	\$ 5,83	1,00	Unidades	\$ 5,83
Envase plastico	\$ 125,00	1,00	Unidades	\$ 125,00
Caja master	\$ 10,00	1,00	Unidades	\$ 10,00
Embalaje	\$ 10,00	1,00	Unidades	\$ 10,00
Transporte interno	\$ 101,23	1,00	Unidades	\$ 101,23
Seguro Interno	\$ 13,74	1,00	Unidades	\$ 13,74
Agencia de aduana	\$ 21,54	1,00	Unidades	\$ 21,54
Flete Internacional	\$ 424,06	1,00	Unidades	\$ 424,06
Ams	\$ 2,36	1,00	Unidades	\$ 2,36
Due agent	\$ 10,64	1,00	Unidades	\$ 10,64
Due carrier	\$ 5,91	1,00	Unidades	\$ 5,91
Fuelsurcharge	\$ 35,95	1,00	Unidades	\$ 35,95
Seguro Internacional	\$ 60,91	1,00	Unidades	\$ 60,91
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 1.188,64

BARQUIHAPPY S.A.S

BARQUILLOS LIGHT				
Componente	Costo Unitario	Cantida d	Unidad es	Valor Total Por Componente
barquillo	\$ 70,00	1,00	Unidade s	\$ 70,00
Chocolate light	\$ 15,00	22,00	Gramos	\$ 330,00
Arequipe light	\$ 8,00	22,00	Gramos	\$ 176,00
Sticker	\$ 5,47	1,00	Unidade s	\$ 5,47
bolsas plasticas	\$ 5,83	1,00	Unidade s	\$ 5,83
Envase plastico	\$ 125,00	1,00	Unidade s	\$ 125,00
Caja master	\$ 10,00	1,00	Unidade s	\$ 10,00
Transporte interno	\$ 101,23	1,00	Unidade s	\$ 101,23
Seguro Interno	\$ 13,74	1,00	Unidade s	\$ 13,74
Agencia de aduana	\$ 21,54	1,00	Unidade s	\$ 21,54
Flete Internacional	\$ 424,06	1,00	Unidade s	\$ 424,06
Ams	\$ 2,36	1,00	Unidade s	\$ 2,36
Due agent	\$ 10,64	1,00	Unidade s	\$ 10,64
Due carrier	\$ 5,91	1,00	Unidade s	\$ 5,91
Fuelsurcharge	\$ 35,95	1,00	Unidade s	\$ 35,95
Seguro Internacional	\$ 60,91	1,00	Unidade s	\$ 60,91

BARQUIHAPPY S.A.S

Total Costos Variable Unitario del Producto	\$ 1.398,64
--	--------------------

Total Costos Variable Unitario del Producto	\$ 1.364,24
--	--------------------

Barquillo Funcional				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
barquillo	\$ 70,00	1,00	Unidades	\$ 70,00
Arequipe	\$ 5,00	22,00	Gramos	\$ 110,00
Chocolate	\$ 8,00	22,00	Gramos	\$ 176,00
Sticker	\$ 5,47	1,00	Unidades	\$ 5,47
Bolsa plastica	\$ 5,83	1,00	Unidades	\$ 5,83
envase plastico	\$ 125,00	1,00	Unidades	\$ 125,00
Caja master	\$ 10,00	1,00	Unidades	\$ 10,00
creatina	\$ 35,12	5,00	Gramos	\$ 175,60
Embalaje	\$ 10,00	1,00	Unidades	\$ 10,00
Transporte interno	\$ 101,23	1,00	Unidades	\$ 101,23
Seguro Interno	\$ 13,74	1,00	Unidades	\$ 13,74
Agencia de aduana	\$ 21,54	1,00	Unidades	\$ 21,54
Flete Internacional	\$ 424,06	1,00	Unidades	\$ 424,06
Ams	\$ 2,36	1,00	Unidades	\$ 2,36

BARQUIHAPPY S.A.S

Due agent	\$ 10,64	1,00	Unidades	\$ 10,64
Due carrier	\$ 5,91	1,00	Unidades	\$ 5,91
Fuelsurcharge	\$ 35,95	1,00	Unidades	\$ 35,95
Seguro Internacional	\$ 60,91	1,00	Unidades	\$ 60,91
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 1.364,24

BARQUIHAPPY S.A.S

8.2.2.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

Salarios	\$ 2.613.900
Prestaciones Sociales	\$ 713.900
Honorarios	\$ 300.000
Papeleria	\$ 71.500
Imprevistos	\$ 369.930
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 4.069.230

Gastos Distribución y Ventas

Publicidad y Mercadeo	\$ 380.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 380.000

Gastos Amortización de diferidos

Amortización
\$ 58.189,7
\$ 8.333,3
\$ 833,3
\$ 1.833,3
\$ 2.500,0
\$ 71.689,7

8.2.2.4 Gastos Financieros

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)
--

BARQUIHAPPY S.A.S

Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	\$ 8.369.103,0	\$ 0,0	\$ 8.369.103,0
Gastos Preoperativos	\$ 4.301.380,0	\$ 0,0	\$ 4.301.380,0
Capital de Trabajo	\$ 47.866.624,0	\$ 0,0	\$ 47.866.624,0

Total Requerimientos Financieros	\$ 60.537.107,0
---	------------------------

Mes 12	4,035,0807
Mes 24	3,026855
Mes 36	2,017903
Mes 48	1.008951

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA DE PROYECTO

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 391.635.000	\$ 423.592.416	\$ 458.157.557	\$ 495.543.214	\$ 535.979.540
- Costos variables		\$ 199.928.640	\$ 205.926.499	\$ 212.104.294	\$ 218.467.423	\$ 225.021.446

BARQUIHAPPY S.A.S

		\$ 174.542.208	\$ 179.778.474	\$ 185.171.828	\$ 190.726.983	\$ 196.448.793
- Costos fijos						
Costos fijos de Producción		\$ 121.151.448	\$ 124.785.991	\$ 128.529.571	\$ 132.385.458	\$ 136.357.022
Costos fijos de Administración		\$ 48.830.760	\$ 50.295.683	\$ 51.804.553	\$ 53.358.690	\$ 54.959.451
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 4.560.000	\$ 4.696.800	\$ 4.837.704	\$ 4.982.835	\$ 5.132.320
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.624.664	\$ 2.624.664	\$ 2.624.664	\$ 2.624.664	\$ 2.624.664
- Intereses Credito		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 14.539.488	\$ 35.262.779	\$ 58.256.771	\$ 83.724.144	\$ 111.884.638
- Impuestos	\$ 0	\$ 3.925.662	\$ 9.520.950	\$ 15.729.328	\$ 22.605.519	\$ 30.208.852
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 10.613.827	\$ 25.741.829	\$ 42.527.443	\$ 61.118.625	\$ 81.675.786
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.624.664	\$ 2.624.664	\$ 2.624.664	\$ 2.624.664	\$ 2.624.664
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 60.537.107	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 53.421.472
Prestamos	\$ 60.537.107					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 53.874.307

BARQUIHAPPY S.A.S

Valor de Salvamento						-\$ 452.835
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 60.537.107	\$ 1.435.999	\$ 1.479.079	\$ 1.523.451	\$ 1.569.155	\$ 0
Activos Fijos	\$ 8.369.103					
Pago Credito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 4.301.380					
Capital de Trabajo	\$ 47.866.624	\$ 1.435.999	\$ 1.479.079	\$ 1.523.451	\$ 1.569.155	
FLUJO DE CAJA	\$ 0	\$ 11.802.491	\$ 26.887.414	\$ 43.628.655	\$ 62.174.134	\$ 137.721.921

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por concepto de Ventas	32.636.250	32.636.250	32.636.250	32.636.250	32.636.250	32.636.250	32.636.250	32.636.250	32.636.250	32.636.250	32.636.250	32.636.250
Costo Variables	16.660.720	16.660.720	16.660.720	16.660.720	16.660.720	16.660.720	16.660.720	16.660.720	16.660.720	16.660.720	16.660.720	16.660.720
Costos Fijos Producción	10.095.954	10.095.954	10.095.954	10.095.954	10.095.954	10.095.954	10.095.954	10.095.954	10.095.954	10.095.954	10.095.954	10.095.954
Gastos Depreciación	147.032	147.032	147.032	147.032	147.032	147.032	147.032	147.032	147.032	147.032	147.032	147.032
Utilidad Bruta en Ventas	5.732.544	5.732.544	5.732.544	5.732.544	5.732.544	5.732.544	5.732.544	5.732.544	5.732.544	5.732.544	5.732.544	5.732.544
Costos fijos de Administración	4.069.230	4.069.230	4.069.230	4.069.230	4.069.230	4.069.230	4.069.230	4.069.230	4.069.230	4.069.230	4.069.230	4.069.230
Costos Fijos de Ventas y Distribución	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000
Amortización de diferidos	71.690	71.690	71.690	71.690	71.690	71.690	71.690	71.690	71.690	71.690	71.690	71.690
Utilidad Operativa	1.211.624	1.211.624	1.211.624	1.211.624	1.211.624	1.211.624	1.211.624	1.211.624	1.211.624	1.211.624	1.211.624	1.211.624
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	1.211.624	1.211.624	1.211.624	1.211.624	1.211.624	1.211.624	1.211.624	1.211.624	1.211.624	1.211.624	1.211.624	1.211.624
Impuestos	327.138	327.138	327.138	327.138	327.138	327.138	327.138	327.138	327.138	327.138	327.138	327.138
UTILIDAD NETA	884.486	884.486	884.486	884.486	884.486	884.486	884.486	884.486	884.486	884.486	884.486	884.486
Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidades no Repartidas	884.486	884.486	884.486	884.486	884.486	884.486	884.486	884.486	884.486	884.486	884.486	884.486
Utilidades no Repartidas Acumuladas	884.486	1.768.971	2.653.457	3.537.942	4.422.428	5.306.913	6.191.399	7.075.884	7.960.370	8.844.855	9.729.341	10.613.827

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto



BARQUIHAPPY S.A.S

FLUJO DE CAJA	Inversión	M es 1	M es 2	M es 3	M es 4	M es 5	M es 6	M es 7	M es 8	M es 9	M es 10	M es 11	M es 12	
+ Ingresos por venta		\$ 32.636.250	\$ 32.636.250	\$ 32.636.250	\$ 32.636.250	\$ 32.636.250	\$ 32.636.250	\$ 32.636.250	\$ 32.636.250	\$ 32.636.250	\$ 32.636.250	\$ 32.636.250	\$ 32.636.250	39.163.500
		\$ 16.660.720	\$ 16.660.720	\$ 16.660.720	\$ 16.660.720	\$ 16.660.720	\$ 16.660.720	\$ 16.660.720	\$ 16.660.720	\$ 16.660.720	\$ 16.660.720	\$ 16.660.720	\$ 16.660.720	19.928.640
		\$ 14.545.184	\$ 14.545.184	\$ 14.545.184	\$ 14.545.184	\$ 14.545.184	\$ 14.545.184	\$ 14.545.184	\$ 14.545.184	\$ 14.545.184	\$ 14.545.184	\$ 14.545.184	\$ 14.545.184	17.422.088
		\$ 10.959.548	\$ 10.959.548	\$ 10.959.548	\$ 10.959.548	\$ 10.959.548	\$ 10.959.548	\$ 10.959.548	\$ 10.959.548	\$ 10.959.548	\$ 10.959.548	\$ 10.959.548	\$ 10.959.548	12.151.448
		\$ 4.069.230	\$ 4.069.230	\$ 4.069.230	\$ 4.069.230	\$ 4.069.230	\$ 4.069.230	\$ 4.069.230	\$ 4.069.230	\$ 4.069.230	\$ 4.069.230	\$ 4.069.230	\$ 4.069.230	48.830.760
Costos fijos de Producción		\$ 38.000.000	\$ 38.000.000	\$ 38.000.000	\$ 38.000.000	\$ 38.000.000	\$ 38.000.000	\$ 38.000.000	\$ 38.000.000	\$ 38.000.000	\$ 38.000.000	\$ 38.000.000	\$ 38.000.000	4.560.000
Costos fijos de Administración		\$ 21.872.222	\$ 21.872.222	\$ 21.872.222	\$ 21.872.222	\$ 21.872.222	\$ 21.872.222	\$ 21.872.222	\$ 21.872.222	\$ 21.872.222	\$ 21.872.222	\$ 21.872.222	\$ 21.872.222	2.624.664



BARQUIHAPPY S.A.S

- Intereses Credito	\$ 0	\$ 76.2768	\$ 75.0055	\$ 73.73342	\$ 72.72629	\$ 71.916	\$ 69.9204	\$ 68.6118	\$ 67.3778	\$ 66.1065	\$ 64.8352	\$ 63.5640	\$ 62.2927	8.314.166
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 44.8856	\$ 46.1569	\$ 47.4282	\$ 48.6995	\$ 49.9708	\$ 51.2420	\$ 52.5133	\$ 53.7846	\$ 55.0559	\$ 56.3272	\$ 57.5984	\$ 58.8697	6.225.322
- Impuestos	\$ 0	\$ 12.1191	\$ 12.4624	\$ 12.8056	\$ 13.1489	\$ 13.4921	\$ 13.8354	\$ 14.1786	\$ 14.5219	\$ 14.8651	\$ 15.2084	\$ 15.5516	\$ 15.8948	1.680.837
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 32.7665	\$ 33.6946	\$ 34.6226	\$ 35.5506	\$ 36.4787	\$ 37.4067	\$ 38.3347	\$ 39.2628	\$ 40.1908	\$ 41.1188	\$ 42.0468	\$ 42.9749	4.544.485
+ Ajuste por No Desembol sables	\$ 0	\$ 21.8722	\$ 21.8722	\$ 21.8722	\$ 21.8722	\$ 21.8722	\$ 21.8722	\$ 21.8722	\$ 21.8722	\$ 21.8722	\$ 21.8722	\$ 21.8722	\$ 21.8722	2.624.664
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 60.537.107	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	57.912.443
Prestamos	\$ 60.537.107													-
Recuperación Capital de trabajo													\$ 47.866.624	47.866.624
Valor de Salvamento													\$ 10.0	10.04



BARQUIHAPPY S.A.S

													45	5.8
													.8	19
													19	
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 60.537.107	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	12.107.421
Activos Fijos	\$ 8.369.103													-
Pago Credito (Capital)		\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	\$ 1.008.952	12.107.421
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 4.301.380													-
Capital de Trabajo	\$ 47.866.624													-
FLUJO DE CAJA	\$ 0	-\$ 462.565	-\$ 453.284	-\$ 444.004	-\$ 434.444	-\$ 425.163	-\$ 416.883	-\$ 407.602	-\$ 398.322	-\$ 389.042	-\$ 379.761	-\$ 369.481	\$ 57.519.63	52.974.71



BARQUIHAPPY S.A.S

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno	0,92%
Valor Presente Neto	41.300.270
Tasa Interna de Retorno	16,39%

8.4.3 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Cambio Porcentual en las Ventas	-27,00%
Tasa de Retorno	0,92%
Valor Presente Neto	941.413
Tasa Interna de Retorno	1,43%

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Cambio Porcentual en el Precio	-13,00%
Tasa de Retorno	0,92%
Valor Presente Neto	804.650
Tasa Interna de Retorno	1,20%

CONSIDERACIONES FINALES

Después de analizar cada una de las variables detalladas anteriormente concluimos que es un proyecto viable, ya que las variables que estudiamos daban a dar que era un producto de fácil consumo y que tiene una demanda muy grande en new york, buscando entrar a este mercado utilizando un 5% del mercado objetivo, establecido por la demanda de la población total, determinamos una demanda de 13000 unidades de barquillos; desde mi punto de vista antes de realizar este proyecto internacional, se debe reforzar en nacionalizarse llevándola así a ser una empresa con más altos estándares de calidad, pero antes de poner este plan la empresa cuenta con problemas en la parte legal ya que no cuenta con un registro INVIMA para ser comercializado y distribuido, aspecto importante a realizar para la comercialización tanto local como internacional.

Después del análisis financiero concluimos que la inversión final es de 60 millones de pesos, los cuales serán financiados por una entidad bancaria, el flujo de caja en el transcurso de los 5 años dio un valor positivo lo que quiere decir que financieramente el proyecto es viable.

Bibliografía

- Allstar. (2015). *Allstar*. Obtenido de <http://www.allstarvending.com/category-165/category-226/skittles-candy.html>
- Almacenes exito. (2015). *Almacenes exito*. Obtenido de <http://www.exito.com/blog/maint.html>
- Amazon. (2015). *Amazon*. Obtenido de <http://www.amazon.com/Pure-Fun-Assorted-Pinwheels-3-53-Ounce/dp/B000OOWXR0>
- Codenastraveler. (s.f.). *Sobredosis de azucar en new york: las mejores tiendas de chuches*. Obtenido de <http://www.traveler.es/viajes/placeres/articulos/las-mejores-tiendas-de-chuches-de-nueva-york/5163>
- Colombia, P. (2008). *OPORTUNIDADES COMERCIALES EN ESTADOS UNIDOS: CONFITERÍA*. Obtenido de http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/informe_confiteria_.pdf
- Estados Unidos - Población. (s.f.). Obtenido de <http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/usa>
- estados unidos en la actualidad*. (15 de febrero de 2015). Obtenido de <http://estadosunidosactual.blogspot.com/2015/02/poblacion.html>
- Imujeresviajes. (s.f.). *las 10 mejores tiendas de dulces en Estados Unidos*. Obtenido de <http://nuestrorumbo.imujer.com/2011/09/27/las-10-mejores-tiendas-de-dulces-en-estados-unidos>
- Jakeman's Maple Store . (2015). *Jakeman's Maple Store* . Obtenido de <http://store.themaplestore.com/products/maple-cookies>
- Legiscomex. (13 de febrero de 2008). *legiscomex*. Obtenido de http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/est_confiteria_canada_empresa.pdf
- legiscomex. (9 de marzo de 2009). *legiscomex inteligencia de mercados-confiteria en mexico*. Obtenido de http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/est_confites_mex_14.pdf

BARQUIHAPPY S.A.S

mision permanente de colombia ante las naciones unidas. (21 de 02 de 2015). *mision permanente de colombia ante las naciones unidas*. Obtenido de mision permanente de colombia ante las naciones unidas: http://www.colombiaun.org/Colombia/sistema_politico.html

Mundial, G. d. (s.f.). *Población entre 0 y 14 años de edad (% del total)* . Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.0014.TO.ZS>

portafoli.co. (28 de 01 de 2015). *portafolio.co*. Obtenido de portafolio.co: <http://www.portafolio.co/economia/tasa-desempleo-colombia-durante-2014-fue-91>

Portafolio. (3 de julio de 2012). *México y Colombia, entre las mayores colonias en EE. UU.* Obtenido de <http://www.portafolio.co/portafolio-plus/mexico-y-colombia-las-mayores-colonias-ee-uu>

Proexport. (2008). Obtenido de http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/informe_confiteria_.pdf

supersociedades.gov.co. (02 de 06 de 2013). *supersociedades.gov.co*. Obtenido de supersociedades.gov.co: [http://www.supersociedades.gov.co/inspeccion-vigilancia-y-control/gobierno-corporativo-y-rse/cartillas-y-guias/Cartillas%20y%20Guias/guia%20colombiana%20de%20gobierno%20corporativo%20\(8\).pdf](http://www.supersociedades.gov.co/inspeccion-vigilancia-y-control/gobierno-corporativo-y-rse/cartillas-y-guias/Cartillas%20y%20Guias/guia%20colombiana%20de%20gobierno%20corporativo%20(8).pdf)

youtube. (02 de 08 de 2013). procesos investigativos. montevideo, montevideo, uruguay.