



EXPORTACION DE YUCA PELADA, PARTIDA Y CONGELADA.

ALIMENTOS XIPA S.A.S
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
2013



**EXPORTACIÓN DE YUCA PELADA, PARTIDA Y
CONGELADA
Plan de Negocios**



ALIMENTOS XIPA S.A.S
Medellín
2013



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

EXPORTACIÓN DE YUCA PELADA, PARTIDA Y CONGELADA

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
 - 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

- 8.1. Estructura Financiera del proyecto
 - 8.1.1. Recursos Propios
 - 8.1.2. Créditos y Prestamos 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 Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)
 - 8.3.3. Balance General
- 8.4. Evaluación financiera del proyecto
 - 8.4.1. Valor Presente Neto
 - 8.4.2. Tasa Interna de Retorno
 - 8.4.3. Indicadores Financieros proyectados
 - 8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)
 - 8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto consiste en la exportación de yuca, pelada, partida y congelada a México. Esta idea surgió a partir del análisis del mercado Colombiano, en el cual vimos que se produce en cantidad variedad de alimentos, desconocidos o escasos en otros países y se está desperdiciando la oportunidad de crear empresa a partir de esto y diversificar las exportaciones Colombianas. Para definir la viabilidad del proyecto se realizaron 7 estudios y esto fue lo que arrojó cada uno de estos:

1. Análisis del entorno y sector

El entorno Colombiano se ha vuelto muy apto para la creación de empresa debido a que su crecimiento económico ha sido constante en los últimos años, con un porcentaje del 5.9% para el 2011, adicional a esto contamos con la firma de acuerdos comerciales con otros países y las diferentes leyes creadas para brindar facilidades económicas a quienes desean ingresar al sector de alimentos, al cual pertenece Alimentos XIPA s.a.s y que se muestra como uno de los más llamativos en Colombia con un crecimiento del 200% en los últimos 5 años.

2. Análisis del mercado

Elegimos como mercado para la exportación, México por ser un país que tiene una gran acogida de este tipo de alimentos, pues sus preferencias están por los alimentos sanos y de fácil preparación, La yuca es un alimento apto para el consumo de todas las personas, y se estableció un rango de edad para el consumo entre los 15 y 65 años.

Nuestro proveedor de yuca sin procesar será comercializadora manantiales, por su ubicación, precio, y porque ofrecen el tipo y calidad de yuca requerida.

Se estableció una conexión con un distribuidor en México llamado ANTAD, estos se encargarán de la distribución del producto en los diferentes mercados del país, y cuentan con una participación del 18.47% en el PIB del sector.

3. Análisis de la producción

El proceso de la yuca es completamente manual, y una recomendación importante es que la yuca después de pelada debe estar siempre hidratada hasta que sea empacada y congelada.

La empresa tiene una capacidad de producción de 7000 kg semanales, se tendrá un stock de seguridad de 2000 paquetes y se realizarán exportaciones mensuales de 15000 unidades de producto.

El local donde estará ubicada la planta es propio y la única maquinaria que se requiere para operar es una selladora de empaque.

Se comenzará a operar con 7 trabajadoras que se encargaran de todo el proceso de pelado partido, empacado y aseo y tendremos un turno diario de 8 horas.

4. Aspectos administrativos

Como personal fijo de la empresa tendremos un ingeniero de alimentos, una secretaria y dos personas encargadas de comercio internacional, se contratara por fuera el servicio de un contador público y el mantenimiento de los equipos.

5. Aspectos legales

La empresa se constituyó bajo el concepto de sociedad por acciones simplificada, se realizaron todas las certificaciones y gestiones ante las entidades públicas requeridas para la creación de la sociedad así como el registro de permisos sanitarios INVIMA.

6. Aspectos financieros

Con unas ventas totales de 52.000.000, costos fijos de producción de 7.316.840, gastos fijos de administración de 3.368.725, entre otros costos y añadiendo que no habrá inversión propia, se estableció que tenemos un requerimiento financiero de \$194.129.584, los cuales se pagaran en un plazo de 60 meses a un interés del 2.29% mes vencido.

La tasa de rentabilidad esperada es del 3.7%, lo cual nos genera una utilidad neta de 12.533.268

Al finalizar estos estudios, y después de realizar un último análisis de sensibilidad en el cual establecimos que nuestro producto es muy flexible y permite bajar en un alto porcentaje el precio y las ventas y seguir siendo rentable, concluimos que este proyecto si es viable, aunque cabe destacar que es necesario vender altas cantidades de producto para obtener esta rentabilidad, a lo cual la empresa está en total capacidad de responder.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Xiomara Yepes Quintero

Identificación: 1.214.718.161 **Teléfono:** 5 86 50 93 **Celular:** 301 629 16 64
Dirección: Calle 52 # 71-60 int 1203 **Barrio:** Los Colores
Ciudad Medellín **Correo electrónico:** xiomi-0206@hotmail.com
Estudios: **Técnicos** **Tecnológicos** X **Universitarios**
Otros Estudios:

Paula Andrea Yepes Cuervo

Identificación: **Teléfono:** 347 18 10 **Celular:** 301 356 33 52
Dirección: Carrera 81 a N° 3 a sur 20 **Barrio:** Belén Rincón
Ciudad Medellín **Correo electrónico:** pao_0213@hotmail.com
Estudios: **Técnicos** **Tecnológicos** X **Universitarios**
Otros Estudios:

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Al finalizar los estudios tecnológicos se presenta la oportunidad de realizar este proyecto de grado a través del cual nos ponemos el reto nosotros como estudiantes de aplicar todos los conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra carrera, poner a prueba nuestras capacidades y prepararnos para enfrentarnos a la vida laboral en el medio en el cual escogimos desenvolvernos.

Este plan de negocios es realizado, además, con el fin de comenzar a desarrollar una idea para crear nuestra propia empresa o de realizar un aporte para una mejora significativa a una empresa ya existente en el mercado.

Para lograr todo lo anterior realizaremos con dedicación una buena investigación que nos permita identificar y analizar la viabilidad de esta idea, la relevancia de cada variable interna y externa que influyen en esta y definir estrategias para su correcta realización.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

ALIMENTOS XIPA S.A.S (Ver anexo N°1)

3.2 Descripción de la Empresa

ALIMENTOS XIPA S.A .S, es una pequeña empresa Colombiana ubicada en el sector alimentos y con el deseo de comenzar a exportar, dedicada al procesamiento de la yuca, un alimento tradicional en este país y muy conocido en Latino América, es decir, pelado, partido y congelado y a su distribución, con el fin de entregarlo a sus clientes listo para ser utilizado en diversas preparaciones alimenticias, optimizando tiempo y trabajo en la cocina.

La empresa fue creada bajo la modalidad de Sociedad por acciones simplificada, con la participación de dos socios en partes iguales, un grupo de trabajadores previamente capacitados en el manejo de alimentos y maquinaria requeridos para el proceso que se le dará a este producto y cuenta con todos los permisos legales para su correcto funcionamiento.

3.3 Misión de la Empresa

ALIMENTOS XIPA S.A.S es una empresa dedicada al procesamiento y distribución de la yuca, con el fin de entregar a los clientes un producto listo para ser usado en las preparaciones alimenticias en las mejores condiciones de frescura y calidad.

Visión de la empresa

Para el 2017 nuestra empresa será reconocida a nivel regional, nacional e internacional por ofrecer un producto innovador y de mucha utilidad para amas de casa y personas dedicadas a la cocina, también ampliaremos nuestras líneas de productos ofreciendo mayor variedad de alimentos complementarios que faciliten la preparación de todo tipo de recetas.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivos a corto plazo

- Constituir la empresa, cumpliendo con todos los requisitos legales necesarios para su funcionamiento.
- Capacitación del personal con el fin de que todos estén calificados para desempeñar las funciones correspondientes y emplear correctamente la maquinaria de la empresa.

Objetivos a mediano plazo

- Realizar un plan de mercadeo que nos permita ser reconocidos en el mercado al cual apunta nuestro producto.
- Obtener certificación de calidad y tener en regla todos los permisos fitosanitarios, con el fin de garantizarle a nuestros consumidores seguridad y confianza en el producto que adquieren.

Objetivos a largo plazo

- Ampliar nuestra línea de productos ofreciendo al consumidor variadas opciones de alimentos listos para ser usados en las preparaciones y que faciliten cada vez mas el trabajo en la cocina.
- Establecer alianzas estratégicas con proveedores y distribuidores para optimizar recursos y garantizar una calidad constante en nuestros productos.

3.5 Ventajas Competitivas

- Nuestro producto estará disponible en todos los mercados y tiendas de barrio para que este sea de fácil acceso para todo tipo de personas, además de que tendrá un precio moderado ajustado a sus características.
- ALIMENTOS XIPA S.A.S llegar al mercado con un producto muy conocido y utilizado en la cocina como lo es la yuca pero con la ventaja de que estará lista para su uso.
- Garantizamos a nuestros consumidores que este producto es 100% natural, obtenido de los mejores cultivos y conservando sus características y propiedades.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

La yuca es un alimento con grandes propiedades debido a su gran contenido de proteínas y carbohidratos, poco contenido calórico y recomendado para las personas que hacen dietas para adelgazar debido a que produce sensación de saciedad y posee un gran poder energético. Este alimento es muy consumido y de una alta producción en Colombia, pero en ocasiones se vuelve molesto pelarlo y partirlo debido a su consistencia dura y su piel firme, además de el tiempo empleado en esta tarea a lo cual ALIMENTOS XIPA S.A.S desea dar solución ofreciéndole a todas las personas que presentan esta inconformidad el producto ya listo para ser usado en las distintas recetas y adicional a esto reduce el tiempo en la cocina un factor imperante en la sociedad de hoy que nos exige optimizar al máximo tiempos en todo tipo de labores.

3.7 Relación de productos y/o servicios

Tabla N° 1: Relación de productos

<i>PRODUCTO</i>	<i>DESCRIPCIÓN</i>
 <p>Nombre de la Fuente: Imágenes Google, www.google.com ,2013</p>	<p>Esta es la presentación de la Yuca que se consigue en la mayoría de legumbreras o mercados.</p>
 <p>Nombre de la Fuente: Elaboración propia</p>	<p>Esta es una imagen aproximada del proceso de pelado, partido, empacado y congelado que Alimentos XIPA S.A.S desea darle a este producto.</p>

Fuente: Elaboración propia

3.8 Justificación del Negocio

Esta idea de negocios surge al analizar variables como el poco tiempo que se tiene hoy en día para dedicar a la preparación de los alimentos, lo cual lleva a preferir los que sean de fácil manipulación y se dejan a un lado productos como la yuca que contiene gran cantidad de propiedades benéficas para el ser humano.

Es por eso que en ALIMENTOS XIPA S.A.S creamos este paquete de yuca pelada, partida y congelada con el fin único de que las personas la consuman y no tengan que pasar por la dificultad de pelarla o partirla optimizando al máximo el tiempo en la cocina.

3.9 Análisis del entorno y del sector

Análisis del entorno

- **POLÍTICO:**

En Colombia contamos con un gobierno que constantemente se preocupa por el agricultor y la industria de alimentos para lo cual contamos a nuestro favor con diversas leyes como AIS, la ley 160 de 1994, entre otras, enfocadas a dar facilidades económicas a agricultores y empresarios en el sector; lo cual nos favorece pues es de allí de donde nuestro negocio obtiene su materia prima para trabajar.

- **ECONÓMICO:**

Estamos en un momento importante en cuanto a crecimiento económico en Colombia pues esta economía ha avanzado mucho en los últimos años registrando en el 2011 un 5,9% un crecimiento moderado pero significativo y lo cual indica una oportunidad para crear empresa. Sumado a lo anterior tenemos los múltiples acuerdos comerciales que se han venido firmando en los últimos tiempos, las alianzas comerciales y la inversión extranjera los cuales impulsan el crecimiento de las exportaciones e importaciones evidenciado en la balanza comercial positiva a cierre del 2012.

Tabla N° 2: Principales economías de América latina

<i>País</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>
Argentina	0.9	9.2	8.9
Brasil	-0.3	7.5	2.7
Chile	-0.9	6.1	5.9
Colombia	1.7	4.0	5.9

Fuente: <http://www.mercadodedinero.com.co/Economia/colombia-cierra-el-2012-con-un-crecimiento-moderado.html>

- **SOCIAL:**

En este aspecto hay dos fenómenos importantes que influyen en nuestra empresa: el fenómeno del desplazamiento y el desempleo.

DESPLAZAMIENTO:

“Con casi 400.000 refugiados y cuatro millones de desplazados internos a causa del conflicto armado, Colombia es protagonista del mayor drama humanitario de América Latina, según el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR).” [1]

Esta cifra nos muestra la gran problemática que tiene nuestro país en este sentido y lo cual puede afectar nuestra empresa debido a que nuestra materia prima proviene de las tierras que cultivan en las zonas rurales del país y los campesinos han tenido que abandonarlas.

[1]: El espectador 20 de junio de 2012

DESEMPLEO:

“La tasa de desempleo en Colombia en febrero bajo del 11.9 al 11.8 de acuerdo con el reporte entregado por el Dane.”^[1]

Estas cifras a pesar de alarmantes indican una oportunidad de capacitar y emplear a todas estas personas en las empresas que se están creando y esto incluye por supuesto a nuestra empresa, que tendrá la posibilidad de darle empleo a un pequeño pero significativo número de personas.

- **LEGALES:**

En el sector de alimentos se requiere de una especial atención a las leyes establecidas para el empaque y etiquetado de estos, como el DECRETO 1270 DE 2002 MINISTERIO DE SALUD que regula las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional, entre otras de obligatorio cumplimiento.

ANALISIS DEL SECTOR

La industria de los alimentos procesados reveló que el crecimiento anual de la industria ha sido del 200%, en los últimos cinco años, como consecuencia de la ampliación del portafolio de productos.

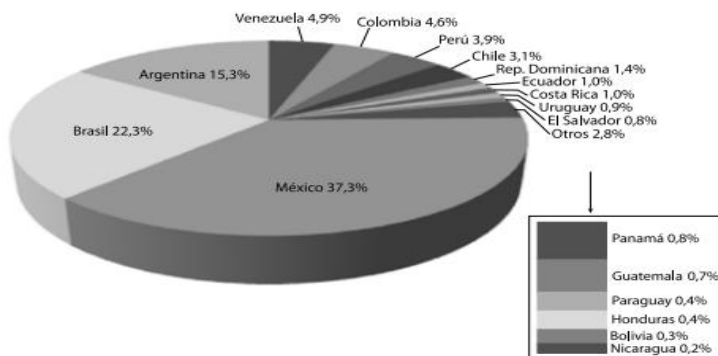
Según Elmer Botia Londoño un empresario destacado del sector de alimentos, hay un proyecto de \$4.000 millones para Bogotá, que se extenderá a otras regiones de Colombia, donde al igual que otras industrias entregará neveras para la comercialización de alimentos procesados en dos mil tiendas de la capital, donde los estratos 1, 2 y 3 tendrán acceso a estos productos de alta calidad, a precios moderados que a su vez impulsarán la industria.

Durante el 2008 en America latina el comercio alcanzó US 2.484.441, lo que significo un 15,7% del PIB de la región (CEPAL).

[1] Fuente: caracol radio, marzo 27 de 2013

“El sector en México, tiene una previsión de crecimiento de consumo entre 2010 y 2020 de más del 40%, lo que le convierte en un mercado atractivo tanto para productores nacionales, como para posibles exportadores e inversores.” [1]

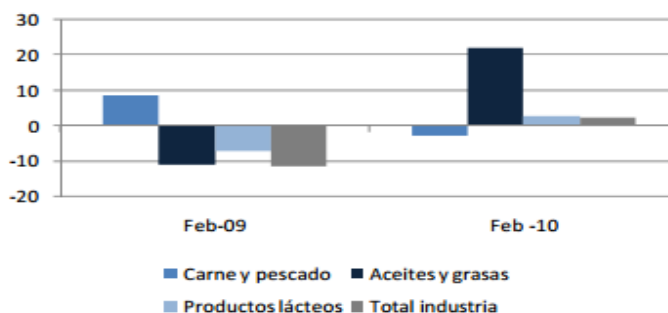
Gráfico N° 1: América Latina: Comercio por países (2008)



Fuente: CEPAL

Entre enero y febrero de 2010 las ventas de legumbres, frutas, hortalizas, aceites y grasas representaron un incremento del 4,7%.

Gráfico N° 2: Crecimiento real de la producción (Var. % año corrido)



Fuente: DANE

[1]: [http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/89af09dc83e2e72d03256ced005f5c1e/e57afd0347419e030325723d005a45f0/\\$FILE/23-05.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/89af09dc83e2e72d03256ced005f5c1e/e57afd0347419e030325723d005a45f0/$FILE/23-05.pdf)

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

- Tecnólogo en comercio internacional
- Operarios de maquinaria para el proceso y empaclado al vacío.
- Administrador de empresas
- Auxiliar contable

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

Objetivos a corto plazo:

- Identificar principales distribuidores, que nos permitan vender nuestros productos en los principales almacenes de cadena y llegar a lugares más alejados de las principales ciudades, con el fin de lograr una mayor cobertura del mercado Mexicano; en un periodo de 2 meses.
- Realizar una campaña publicitaria que permita a todos nuestros consumidores conocer y sentirse atraídos por la calidad y precio de nuestros productos; en un periodo de 4 meses.

Objetivos a mediano plazo:

- Lograr un gran posicionamiento de la marca y reconocimiento de nuestros productos por su gran calidad, presentación y precios bajos; en un periodo de 1 año.
- Aumentar las ventas en un 30%; en un periodo de 1 año.

Objetivos a largo plazo:

- Crear nuestro propio punto de venta en una de las principales ciudades de México; en un periodo de 2 años.
- Hacer estudios que nos permitan acceder a nuevos mercados, y lograr posicionar la marca y nuestros productos en diferentes mercados; 2 años.
- Lograr niveles de ventas que le permitan a nuestra empresa ser sostenible en el mercado, en un periodo de 1 año y medio.
- Crear una nueva línea de productos, la cual será distribuida en los mercados nacionales e internacionales con los cuales contamos con un gran reconocimiento y posicionamiento de la marca; en un periodo de 3 años.
- Adquirir una nueva planta la cual nos permita aumentar la producción de todos nuestros productos, para lograr así una mayor cobertura de la demanda del mercado, en un periodo de 2 años y medio.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

- **Nombre común o vulgar:** Mandioca, Yuca, Tapioca, Casava
- **Nombre científico o latino:** *Manihot esculenta*, *Manihot utilissima*
- **Familia:** Euforbiáceas.
- La Yuca, Mandioca o Casabe es un arbusto perenne o arbolillo, de hasta 4 m de altura.
- Se cultiva mucho en los trópicos y subtropicos de Sudamérica y el Pacífico por sus raíces comestibles, almidonosa de alto valor alimentario.
- Las variedades pueden dividirse en dos grupos:
 - Variedades amargas.
 - Variedades dulces. La mayoría de las variedades comerciales pertenecen a este grupo.
- Se aprovecha el tubérculo.

- Esos tubérculos se consumen cocinados y son la base alimentaria de más de 500 millones de personas en continentes como América, Asia y África.
- Tiene una forma alargada, su piel es parduzca, de aspecto leñoso y su pulpa blanca.
- Aunque hay miles de variedades, las más consumidas son la Manihot utilissima (Mandioca dulce) y la Manihot esculenta, de la cual se obtiene la tapioca.
- La tapioca es una harina que se obtiene de la variedad Manihot esculenta.
- Contiene mayor cantidad de hidratos de carbono, en torno al 88% y aporta, al igual que la yuca, muy pocas proteínas y grasas.

Información nutricional:

Tabla N° 3: Componentes alimenticios de la yuca

<i>COMPONENTES</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Proteínas	4.05 g %
Grasas	0.34 g %
Hidratos de carbono	55.34 g %
Fibra	1.34 g %
Ceniza	2.06 g %
Humedad	36.87 g %

Fuente: www.corpei.org

- Pobre en grasas y proteínas.
- Es un alimento muy digestivo.
- Aporta, de forma moderada, vitaminas del grupo B (B2, B6), vitamina C, magnesio, potasio, calcio y hierro.
- Un detalle muy interesante es que al no contener gluten es un alimento apto para los celíacos.
- Es un alimento muy adecuado para todas las edades y en especial, para situaciones que requieren de un gran desgaste físico y para los deportistas.

- Sin embargo, dado su elevado contenido de potasio, aquellas personas que padecen del riñón y que requieren de dietas bajas en dicho mineral, deberán tener en cuenta que antes de su consumo, se ha de dejar en remojo durante unas 10 h (cambiando el agua cuantas veces sea posible) para que el potasio pase al agua, la cual se deberá desechar siempre.
- Al ser una fuente barata de calorías, tiene gran acogida entre los consumidores rurales y urbanos de bajos ingresos. Es la cuarta fuente de calorías en las zonas tropicales después del arroz, el azúcar y el maíz, pues contiene hasta el 35% de su volumen en carbohidratos. Por estas razones, se ha considerado como un producto prioritario en la seguridad alimentaria mundial.

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Nuestros productos están dirigidos a la población ubicada entre los 15 – 65 años de edad, ya que las personas ubicadas entre este rango de edades tienen más capacidad para adquirir nuestros productos.

Debido a que las importaciones Mexicanas vienen mostrando una tendencia al alza, consideramos esta como una gran oportunidad para entrar en este mercado.

PERFIL DEL MERCADO META

MÉXICO

Población: 116.9 millones de habitantes

PBI: US\$ 617.773 millones

Crecimiento promedio: 3,7%

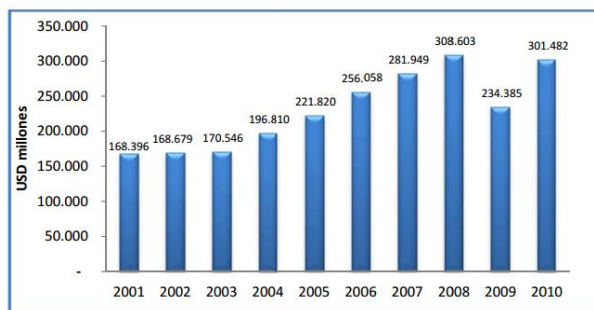
Tabla N° 4: Balanza comercial de México – Colombia

	2008 (USD mill.)	2009 (USD mill.)	2010 (USD mill.)	2011* (USD mill.)
Exportaciones	617	533	640	403
Importaciones	3.126	2.298	3.857	3.229
Balanza comercial	(2.509)	(1.764)	(3.217)	(2.827)

Fuente: www.proexport.com.co

* Enero – Julio

Gráfico N° 3: Tendencia de las importaciones Mexicanas



Fuente: www.proexport.com.co

Acceso marítimo:

Los principales puertos de Mexico son: Ensenada, Guaymas, Topolobampo, Mazatlán, Puerto Vallarta, Manzanillo, Lázaro Cárdenas, Salina Cruz, Puerto Chiapas, Coatzacoalcos, Dos Bocas, Progreso, Veracruz, Tuxpan, Tampico y Altamira.

Acceso aéreo:

Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, Aeropuerto Internacional de Acapulco, Aeropuerto Internacional de Cancún, Aeropuerto Internacional de Cuernavaca-Mariano Matamoros, Aeropuerto Internacional General Roberto Fierro Villalobos, Aeropuerto Internacional de Guadalajara, Aeropuerto Internacional Del Bajío, Aeropuerto Internacional de Puerto Vallarta, Aeropuerto Internacional de Los Cabos, Aeropuerto Internacional Mariano Escobedo, Aeropuerto Internacional de Oaxaca, Aeropuerto Internacional de Puebla, Aeropuerto Internacional de Querétaro, Aeropuerto Internacional Lic. Adolfo López Mateos, Aeropuerto Internacional General Heriberto Jara.

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a). Objetivos del estudio de mercado consumidor

- Realizar un estudio que nos permita conocer las exigencias de los Mexicanos a la hora de adquirir un producto.
- Conocer la capacidad que compra que tienen los consumidores Mexicanos, la cual nos permitirá saber cuánto están dispuestos a pagar por nuestro producto.
- Realizar una investigación continua de los gustos, características y hábitos alimenticios de nuestros consumidores, que nos permita estar en constante mejoramiento de nuestro producto.

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

- Internet
- Estudios

c). Aplicación de medios

Los medios como el internet y estudios nos son de gran utilidad para lograr identificar los gustos, preferencias y hábitos que tienen los mexicanos.

d). Resultados del estudio de los consumidores

Tipo de Consumidor: El perfil de nuestros consumidores está caracterizado por mujeres y hombres en edades comprendidas desde los 15 - 65, al ser un producto para consumo humano cualquier tipo de persona puede acceder a él.

Criterios de compra: Persiguiendo ante todo la mejora de su propia calidad de vida, los Mexicanos han adoptado patrones de consumo y distribución que se han traducido en el desplazamiento de bienes nativos por extranjeros, por ser estos considerados de gran calidad y agradables a la vista.

Perfil del consumidor: Los mexicanos tienen la cultura de consumir lo sano y lo natural, todos estos debido a que la mayoría de la población ubicada en la capital cuenta con poco tiempo para consumir alimentos sanos, prefieren consumir alimentos naturales y de preparación rápida

Rango de edad: Entre los 15 y 65 años

Nivel de ingresos: Nuestro producto tendrá un valor bajo para que los consumidores de todo tipo de estrato socioeconómico pueda acceder a él.

Ubicación de los consumidores: Nuestros principales consumidores se encontraran ubicados en las 3 principales ciudades, las cuales son: México D.F, Guadalajara y Monterrey; por ser estos, los principales centros de comercio.

4.4. El Mercado Proveedor

4.4.1. Proveedores

Tabla N° 5: Proveedores

<i>PROVEEDORES</i>	<i>PRODUCTO Y/O IMPLEMENTOS</i>
Comercializadora Manantiales	Yuca
EPM	Energía, agua Y gas.
UNE	Telefonía e Internet.
Éxito	Implementos de aseo, entre otros.
Artedínámico	Diseño corporativo y pagina web.
Home center	Escritorios, sillas, ente otros implementos de oficina
Gráficas KPTOS	Todo en impresiones y papelería.
Refri-congelar	Refrigeradores industriales para el almacenamiento del Producto.

Fuente: Elaboración propia

4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor

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

- Estudios
- Internet

b) Aplicación de la Medios

Estos medio utilizados nos permitieron hacer encontrar nuestros proveedores con los cuales pretendemos crear una estrecha relación la cual nos permitirá garantizar la calidad y bajo precio de nuestro producto a los consumidores.

c) Resultados del estudio de los proveedores

La investigación realizada nos permitió elegir a nuestros proveedores de una manera adecuada, analizando factores como:

- Precio
- Confiabilidad
- Garantía
- Facilidad de pago
- Ubicación
- Comunicación

Tabla N° 6: Proveedor

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>PROVEEDOR</i>	<i>UBICACIÓN</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>VALOR KILO</i>	<i>VALOR TOTAL</i>
Yuca sin procesar	Comercializadora Manantiales	Central mayorista Bloque: 15 Local: 16	7.000 kg	1.100	7.700.000

Fuente: Elaboración propia

(Ver Anexo N° 4: Información proveedor)

4.5. El Mercado Competidor

4.5.1. Competidores

Tabla N°7: Competidores

<i>Nombre</i>	<i>Ubicación</i>	<i>Producto o Servicio</i>	<i>Precio</i>	<i>Política de pago</i>	<i>Fortalezas</i>	<i>Debilidades</i>
MAFRY	Calle 52 47 – 30 Local 101 Bello	Yuca pelada, partida y congelada	\$ 3000	Descuento por pronto pago y volumen de compras.	Gran participación en el mercado nacional.	No tiene participación en el mercado internacional.

Fuente: Elaboración propia

4.5.2. Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

- **Precio:** Esta es una de las variables más importantes a la hora de analizar los competidores, pues de acuerdo a los precios que estos ofrezcan en el mercado, se podrá establecer hasta qué punto le resulta rentable a la empresa, mantener la calidad en su producto, conservar un margen de utilidad y ofrecer un precio menor al consumidor.
- **Posicionamiento de marca:** Al investigar los competidores, se encontró que pese a tener un excelente producto, no se ha hecho un trabajo de promoción y publicidad que le permita lograr reconocimiento en el consumidor, lo cual significa una gran oportunidad para nuestra empresa, pues con un buen trabajo de mercadeo podríamos lograr gran captación de clientes en el mercado.
- **Presencia en el exterior:** Por el enfoque de alimentos XIPA, de tener un producto para exportación, encontramos una gran ventaja sobre nuestro competidor ya que este no cuenta con presencia en el exterior y según las investigaciones no se encuentra entre sus planes a corto y mediano plazo, lo cual nos abre la oportunidad de entrar nuestro producto a otros países con mayor facilidad.
- **Canales de distribución:** Al estudiar esta variable se encontró que el enfoque del competidor esta principalmente en las grandes empresas y almacenes de cadena y si bien este es un muy buen mercado, cabe destacar que en lugares como las pequeñas empresas, restaurantes, mini mercados y tiendas de barrio, no hay presencia de este producto lo cual representa una gran oportunidad para Alimentos XIPA.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

- Visita a empresa
- Consulta pagina web de la empresa

- Internet

c) Aplicación de la Medios

Para este estudio consultamos en la página web de las empresas, investigamos en internet y realizamos una visita, la cual nos permitió conocer más a fondo las fortalezas y debilidades de uno de nuestros principales competidores.

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Ver Tabla N°6: Competidores

4.6. El Mercado Distribuidor

4.6.1. Distribución

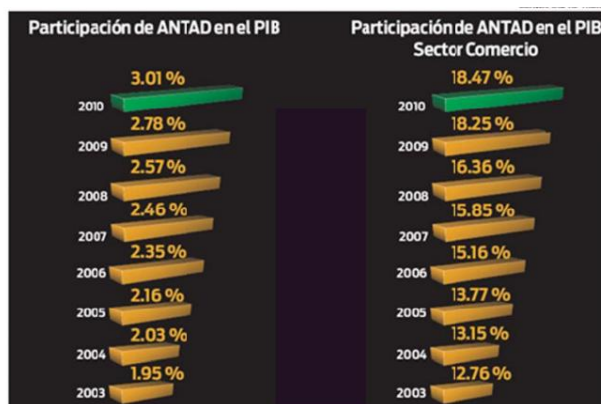
Nuestro producto será comercializado a través de un detallista como lo es el ANTAD (Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales); ya que estos cuentan con un PIB del 18.47% dentro del sector de comercio.

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

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

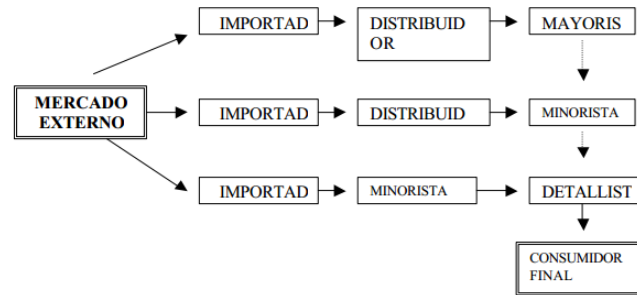
Inicialmente ALIMENTOS XIPA S.A.S llegará al mercado Mexicano, por medio de un distribuidor que es ANTAD, esto con el objetivo de lograr una mayor captación en el mercado ya que este cuenta con una participación considerable en el PIB.

Grafico N° 4: Participación del comercio detallista en el PIB



Fuente: ANTAD

Gráfico N° 5: Círculos de comercialización en México



Fuente: ANTAD

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

- Estudios
- Internet
- Visitas empresariales

c) Aplicación de la Medios

Estos medio usados para nuestra investigación nos permitieron identificar la mejor forma de realizar la distribución de nuestro producto, permitiéndonos llegar al consumidor final con un precio bajo.

d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

El estudio realizado de nuestros distribuidores nos permitieron establecer nuestro canal de distribución el cual será a través de 3 como lo es el ANTAD, el cual tiene una participación en el sector del 18.47%, permitiéndonos un mayor cubrimiento del mercado.

4.6.3. Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

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

NO APLICA

b) Fuerza de ventas

NO APLICA

4.6.4. Manejo de Inventarios

La empresa contará con un stock de 2000 und de producto, almacenadas en una cava de enfriamiento para su conservación, esto con el fin de atender cualquier aumento en la demanda o algún pedido extra de nuestro cliente en el exterior, en caso de no presentarse ningún pedido extra, la yuca podrá almacenarse y conservarse durante un periodo máximo de un año, sin que esta pierda ninguna de sus características.

4.6.5. Comunicación

1. Yuca congelada
2. **Empaque:** Plástico

Color: Verde

Logo:



3. ALIMENTOS XIPa.S.A.S
4. Colores: verde, naranja y azul.



4.6.6. Actividades de promoción y divulgación

Haremos degustaciones y promociones de nuestro producto en los establecimientos donde este será vendido; además de esto, realizaremos campañas publicitarias a través de medio como volantes, vallas publicitarias y participaremos en EXPO ANTAD la cual es una feria internacional de alimentos y bebidas realizada en Guadalajara – México, entre otros.

4.7. Precios de los Productos

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

- La competencia.
- Factores climáticos.

- Costos de transporte internacional.

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

Tabla N°8: Precio del producto

<i>Total Costos Variables por Producto</i>	<i>Ventas Unidades</i>	<i>Costo Variable total</i>	<i>Participación Ventas</i>	<i>Costos Unitario Total Ponderado por Producto</i>	
YUCA CONGELADA	\$ 1.501	15.000	\$ 22.515.000	100%	\$ 2.213,37

Fuente: Elaboración propia

(Ver Anexo N° 4: Información proveedor)

4.7.3. Los Precios de los Productos propuestos

Tabla N°9: Precios propuestos

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>VALOR</i>
COSTO DE LA MERCANCIA	1.150
UTILIDAD	30%
PRECIO MERCADO NACIONAL	2.000
SEGURO	2.250.000
FLETES	2.500.000
PRECIO MERCADO INTERNACIONAL	3.500

Fuente: Elaboración propia

4.7.4. Política de Precios

- A todos los clientes que cancelen el valor total de la mercancía en un plazo inferior a 90 días se les otorgará un descuento equivalente al 10% del valor total a pagar.
- Los clientes que realicen compras superiores a 1.000 unds de producto obtendrán un plazo de 90 días fecha documento de transporte para cancelar el valor total.

4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización

NO APLICA

4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado

Riesgos

- La posibilidad de que el valor bruto de la mercancía aumente de manera repentina debido a factores climáticos que hagan que el producto escasee.
- Interrupción de la cadena de frío, en la logística del transporte del producto.
- No tener la aceptación esperada en el mercado internacional.

Oportunidades

- La yuca es un producto poco conocido en el mercado internacional y debido a sus múltiples posibilidades de uso en diversas preparaciones puede generar mucha aceptación.
- Se estima que el sector de alimentos tenga un crecimiento del 40%, en los próximos 7 años.
- Es un producto con poca competencia en el mercado.
- ANTAD que será el distribuidor del producto en México, tiene participación del 18,47% en el PIB del sector comercio.

4.10. Plan de ventas

Tabla N° 10: Plan de ventas

<i>PRODUCTO</i>	<i>CORTO PLAZO</i>	<i>MEDIANO PLAZO</i>	<i>LARGO PLAZO</i>
Yuca	15.000 und	20.000 und	25.000 und

Fuente: Elaboración propia

ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

Objetivos a corto plazo

- Iniciar operaciones en las instalaciones de la empresa con una producción de 7000 paquetes de yuca mensuales.
- Adecuar una bodega con productos como stock de seguridad para cubrir cualquier eventualidad que suceda.
- Dar a conocer nuestro producto en tiendas de barrio y mini mercados, con degustaciones, promociones y otras estrategias de mercadeo.

Objetivos a mediano plazo

- Realizar nuestra primera exportación a México de 5000 unidades de producto, vía marítima.
- Hacer campañas publicitarias en México con el fin de dar a conocer nuestro producto, buscando nuevos contratos de exportación.
- Crear alianzas estratégicas con los proveedores y distribuidores para que el producto llegue al consumidor final al menor costo posible.





Objetivos a largo plazo

- Ubicar nuestro propio punto de venta en México para llegar directamente al consumidor.
- Participar en ferias nacionales e internacionales que nos permitan conseguir nuevos clientes y ampliar nuestro mercado.
- Ampliar las instalaciones de la empresa para aumentar la capacidad productiva y responde activamente a la demanda.

5.2 Descripción del proceso de producción

El proceso de la yuca es completamente manual, la única maquina que se utiliza es la empacadora al vacío, y una recomendación importante es que la yuca después de pelada debe estar siempre hidratada hasta que sea empacada y congelada.

Tabla N°11: Descripción proceso de producción

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>PERSONAL</i>	<i>PROCEDIMIENTO</i>
<p>Figura N° 1: Recibo, pesado, selección, despuntado y pelado.</p> 	<p>2 personas por turno.</p>	<p>Se recibe la yuca y se procede a despuntarla y quitarle la piel completamente.</p>
<p>Figura N° 3: Lavado</p> 	<p>1 persona por turno.</p>	<p>Se lava para retirar restos de tierra o impurezas y se sumerge en recipientes con agua.</p>
<p>Figura N° 2: Corte</p> 	<p>2 personas por turno.</p>	<p>Se toma la yuca y se parte en trozos de aproximadamente 100 gr cada uno y en un corte lo mas uniformemente posible, los trozos se sumergen en recipientes con agua.</p>
<p>Figura N° 4: Empacado y congelado</p> 	<p>1 persona por turno.</p>	<p>Se empacan por paquete 10 trozos de yuca, e inmediatamente después de empacados, se ponen en cavas de frio a -10 grados de temperatura y se conserva allí hasta su traslado, se debe tener en cuenta que la cadena de frio no debe ser interrumpida.</p>

Fuente: Elaboración propia.

5.3 Capacidad de producción

Las exportaciones se realizarán mensualmente, con 1 contenedor refrigerado de 40". Contaremos con un stock de 2.000 paquetes mensuales, para poder soportar cualquier inconveniente que se tenga con el producto o su distribución.

5.4 Plan de Producción

Tabla N° 12: Plan de producción

<i>PRODUCTO</i>	<i>CORTO PLAZO</i>	<i>MEDIANO PLAZO</i>	<i>LARGO PLAZO</i>
Yuca	15 Ton	20 Ton	25 Ton

Fuente: Elaboración propia

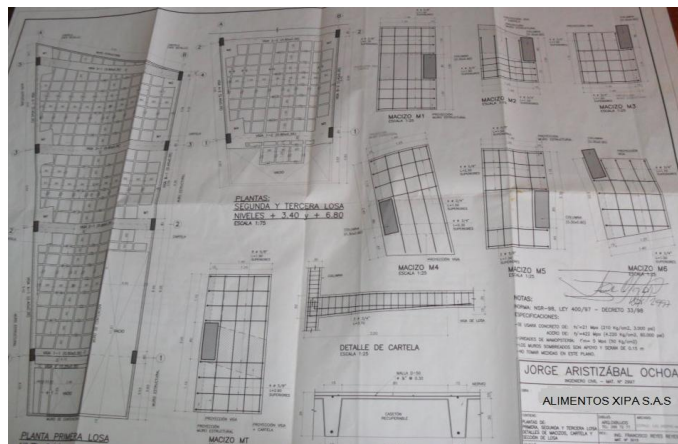
5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

El local donde estará ubicada nuestra empresa será un local propio. El cual cuenta con 3 pisos distribuidos así:

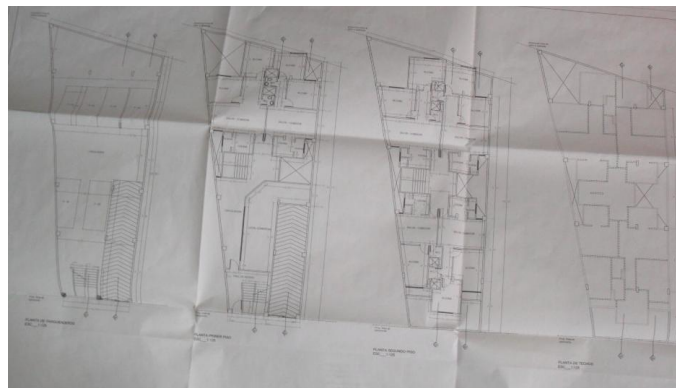
- **1^{er} piso:** Zona de producción, almacenamiento y despacho.
- **2^{do} piso y 3^{er} piso:** Zona administrativa.

Figura N°5: Segunda y Tercera planta.



Fuente: Ingeniero Jorge Aristizabal Ochoa

Figura N° 6: Planos Zona de comercialización, 1^{ro}, 2^{do} y 3^{er} piso.



Fuente: Ingeniero Jorge Aristizabal Ochoa

Figura N° 7: Ubicación



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 8: Fachada



Fuente: Elaboración propia

Figura N° 9: Sector



Fuente: Elaboración propia

Figura N° 10: Área administrativa



Fuente: Elaboración propia

Figura N° 11: Baño mujeres



Fuente: Elaboración propia.



Figura N° 12: Baño Hombres



Fuente: Elaboración propia

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Tabla N° 13: Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres para la producción

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>PROVEEDOR</i>	<i>COSTO</i>
<p>BALANZA</p>  <p>Fuente: http://www.essen.com.co/etiquetadorajrh.html</p>	ESSEN	119.000
<p>SELLADORA</p>  <p>Fuente: http://www.mainpack.com.co/producto.php?id=11</p>	MAINPACK LTDA	300.000
	TOTAL:	419.000

Fuente: Elaboración propia

(Ver Anexo N°3: Equipos para la producción)

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Tabla N°14: Materiales e Insumos

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>PROVEEDOR</i>	<i>COSTO UND.</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
Yuca sin procesar	7.000 Kg	Comercializadora Manantiales	1.100 Kg	7.700.000
Empaque	7.000	Interplast	50	350.000

Fuente: Elaboración propia

5.5.4 Requerimientos de servicios.

Tabla N°15: Requerimientos de servicios

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>PROVEEDOR</i>	<i>COSTO</i>
Seguridad	Clave de Seguridad CTA	750.000
Agua	Empresas Publicas Medellín EPM	60.000
Luz	Empresas Publicas Medellín EPM	140.000
Comunicaciones	UNE	50.000
Telefonía, e internet		
Seguro	Sura	500.000
	TOTAL:	1.500.000

Fuente: Elaboración propia.

5.5.5 Requerimientos de personal.

Tabla N°16: Personal necesario para la producción

<i>CARGO</i>	<i>PERFIL</i>	<i>TIPO DE CONTRATO</i>	<i>SALARIO</i>	<i>PRESTACIONES</i>
Peladora (2)	Para este cargo se requieren conocimientos básicos acerca de seguridad y manejo de alimentos.	Término indefinido.	S.M.M.L.V (\$ 589.500)	Salud, pensión, riesgos profesionales, aporte ICBF, subsidio familiar, cesantías, dotación, prima, intereses de cesantías, auxilio de transporte.
Trozadora (2)	Para este cargo se requieren conocimientos básicos acerca de seguridad y manejo de alimentos.	Término indefinido.	S.M.M.L.V (\$ 589.500)	Salud, pensión, riesgos profesionales, aporte ICBF, subsidio familiar, cesantías, dotación, prima, intereses de cesantías, auxilio de transporte.
Empacadora (1)	Para este cargo se requieren conocimientos básicos acerca de seguridad y manejo de alimentos y manejo de balanza y selladora de empaques.	Término indefinido.	S.M.M.L.V (\$ 589.500)	Salud, pensión, riesgos profesionales, aporte ICBF, subsidio familiar, cesantías, dotación, prima, intereses de cesantías, auxilio de transporte.
Despachador (1)	No se requiere ningún perfil específico para este cargo.	Término indefinido.	S.M.M.L.V (\$ 589.500)	Salud, pensión, riesgos profesionales, aporte ICBF,

Personal de aseo (1)	No se requiere ningún perfil específico para este cargo.	Término indefinido	S.M.M.L.V (\$ 589.500)	subsidio familiar, cesantías, dotación, prima, intereses de cesantías, auxilio de transporte. Salud, pensión, riesgos profesionales, aporte ICBF, subsidio familiar, cesantías, dotación, prima, intereses de cesantías, auxilio de transporte.
TOTAL:			4.126.500	

Fuente: Elaboración propia.

(Ver Anexo N° 6 : Prestaciones sociales)

5.6 Programa de producción

Grafico N°6: Diagrama de Gantt

ACTIVIDADES	MESES											
	1				2				3			
	SEMANAS											
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Compra del local	■	■	■	■								
Compra de equipos					■	■	■	■				
Acondicionamiento de areas de trabajo									■	■	■	■
Selección de proveedores												
Contratación de personal												
Adquisición de materias primas e insumos												

Fuente: Elaboración propia

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Tabla N° 17: Proceso administrativo

<i>CARGO</i>	<i>PERFIL</i>	<i>TIPO DE CONTRATO</i>	<i>SALARIO</i>	<i>PRESTACIONES</i>
Ingeniero de alimentos (Jefe de producción)	El Ingeniero en Alimentos aplica los principios de la Ingeniería de los procesos y la Tecnología a la industrialización de los alimentos, capaz de proyectar, instalar, poner en marcha y controlar industrias alimentarias, el manejo de control de calidad, el valor nutritivo de los alimentos, técnicas modernas de conservación, almacenamiento y transporte de productos alimenticios. Desarrolla y adopta nuevas tecnologías para el proceso de elaboración de alimentos, formula nuevos productos alimenticios, valora y mejora el	Término indefinido	900.000	Salud, pensión, riesgos profesionales, aporte ICBF, subsidio familiar, cesantías, dotación, prima, intereses de cesantías, auxilio de transporte.

	<p>poder nutritivo de los alimentos. Además aporta información acerca del impacto que los procesos productivos ligados a la agricultura y ganadería pueden tener sobre la calidad nutricional de estos, además de su sabor, textura, olor y color.</p>			
Secretaria	<p>La creciente complejidad de la vida empresarial, ha tenido como consecuencia que la secretaria se encargue preferentemente de asistir a su superior de manera más directa. Será ella quien confeccione los informes, memorandos o dossiers; en definitiva, quien facilite el trabajo a su jefe con la debida eficacia.</p> <p>El trabajo administrativo que deba realizar cada secretaria puede ser muy diferente entre una y otra, en</p>	Término indefinido	800.000	Salud, pensión, riesgos profesionales, aporte ICBF, subsidio familiar, cesantías, dotación, prima, intereses de cesantías, auxilio de transporte.

<p>relación al campo de actividad de la empresa en que se encuentre laborando, ya que cada sector tiene sus propias características.</p> <p style="text-align: right;">TOTAL: 1.700.000</p>
--

Fuente: Elaboración propia

(Ver Anexo N° 6: Prestaciones sociales)

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Tabla N°18: Procesos administrativos externalizados

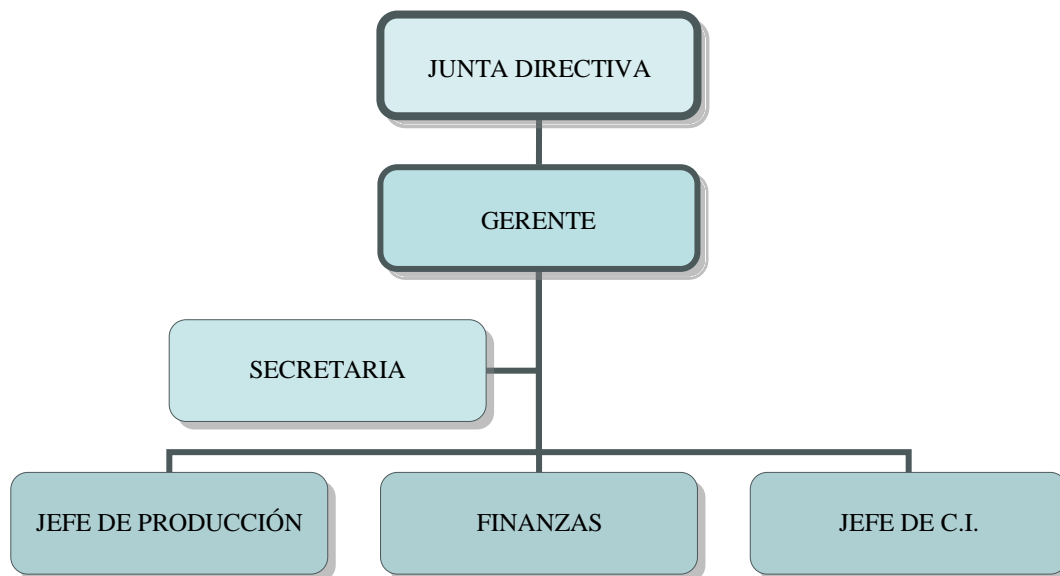
<i>PROCESO</i>	<i>PROVEEDOR</i>	<i>COSTO</i>
Contador público	Independiente	589.500
Mantenimiento equipos de oficina y de producción	Independiente	100.000
Publicidad	Independientes	80.000
	TOTAL:	769.500

Fuente: Elaboración propia

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama

Gráfico N° 7: Organigrama



Fuente: Elaboración propia

6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Ver Tabla N° 17: Proceso administrativo

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

Ver punto 5.5.1 del presente trabajo

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Tabla N° 19: Inversión inicial

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>PROVEEDOR</i>	<i>COSTO UND.</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
Computador	3	ÉXITO	1.149.000	3.447.000
Escritorio	3	HOME CENTER	379.900	1.139.700
Silla giratoria	3	HOME CENTER	79.900	239.700
Silla	6	HOME CENTER	44.900	269.400
Portapapeles	3	ACRIMET	48.000	144.000
Set de oficina	3	HOME CENTER	29.900	89.700
Tablero borrable	1	HOME CENTER	24.900	24.900
Teléfono	3	ÉXITO	99.900	299.700
		COSTO TOTAL:	1.856.400	5.654.100

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°20: Inversión mensual

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>PROVEEDOR</i>	<i>COSTO UND.</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
Bolsas para papeleras	1	EXITO	1.020	1.020
Café	1	EXITO	10.370	10.370
Azúcar	1	EXITO	3.310	3.310
Vasos	1	EXITO	2.460	2.460
Papel higiénico	1	EXITO	13.990	13.990
		COSTO TOTAL:	31.150	31.150

Fuente: Elaboración propia

(Ver Anexo N° 2: Materiales de aseo y oficina)

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Ver Tabla N°19: Inversión inicial

6.3.4 Requerimientos de servicios.

Ver Tabla N°15: Requerimientos de servicios

6.3.5 Requerimientos de personal

INGENIERO DE ALIMENTOS:

Perfil

El Ingeniero en Alimentos aplica los principios de la Ingeniería de los procesos y la Tecnología a la industrialización de los alimentos, capaz de proyectar, instalar, poner en marcha y controlar industrias alimentarias, el manejo de control de calidad, el valor nutritivo de los alimentos, técnicas modernas de conservación, almacenamiento y transporte de productos alimenticios.

Desarrolla y adopta nuevas tecnologías para el proceso de elaboración de alimentos, formula nuevos productos alimenticios, valora y mejora el poder nutritivo de los alimentos. Además aporta información acerca del impacto que los procesos productivos ligados a la agricultura y ganadería pueden tener sobre la calidad nutricional de estos, además de su sabor, textura, olor y color.

Actividades

- Trabaja con productos agrícolas, pesqueros, ganaderos y avícolas transformándolos en alimentos con mayor vida útil.
- Diseña la obtención de productos alimenticios y el de su conservación, manteniendo su calidad nutricional.
- Determina la secuencia del proceso industrial para obtener un producto determinado.
- Selecciona el equipo y determina el tamaño y capacidad requeridos para la obtención de un producto en base al proceso, disponibilidad de materia prima y/o la producción deseada.
- Determina las condiciones óptimas de operación de cada equipo utilizado en el proceso de producción.
- Participa en el diseño, compra y construcción de equipo.
- Participa en el diseño de la planta de proceso, resolviendo problemas técnicos y económicos.
- Supervisa los procesos de fabricación.
- Asegura la higiene en alimentos y procesos de fabricación de alimentos.
- Lleva a cabo análisis de materias primas orgánicas e inorgánicas utilizadas para la obtención de productos industriales alimenticios.

- Realiza control de calidad de productos alimenticios terminados o semiterminados.
- Optimiza procesos de fabricación y conservación de alimentos en operación para la obtención de productos de máxima calidad al menor costo de la manera más eficiente.
- Desarrolla nuevos productos alimenticios para el mejor aprovechamiento de los recursos naturales y busca alternativas de uso de los materiales no utilizados en los procesos actuales o tradicionales.
- Ejerce tareas de:
 - ✓ Peritaje
 - ✓ Certificación
 - ✓ Auditoría en este campo.
- Lleva a cabo investigación y enseñanza en ésta área de su competencia.

SECRETARIA

Perfil

La creciente complejidad de la vida empresarial, ha tenido como consecuencia que la secretaria se encargue preferentemente de asistir a su superior de manera más directa. Será ella quien confeccione los informes, memorandos o dossiers; en definitiva, quien facilite el trabajo a su jefe con la debida eficacia.

El trabajo administrativo que deba realizar cada secretaria puede ser muy diferente entre una y otra, en relación al campo de actividad de la empresa en que se encuentre laborando, ya que cada sector tiene sus propias características.

Actividades

- Técnicas de archivo.
- Técnicas de oficina.
- Digitación o mecanografía.
- Uso apropiado del teléfono.
- Manejo y organización de la agenda.
- Redacción de correspondencia general, comercial y administrativa.
- Manejo adecuado de documentos.
- Conocimiento y dominio del idioma del país.

6.4 Programa de administración

Grafico N° 8: Diagrama de Gantt

ACTIVIDADES	MESES											
	1				2				3			
	SEMANAS											
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Constitucion legal de la empresa	■	■	■	■								
Contratación de personal		■	■	■								
Capacitación del presonal (Curso manipulación)				■	■	■						
Recepción de pedidos							■		■		■	
Facturación								■		■		■
Balance financiero				■				■				■

Fuente: Elaboración propia

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

SOCIEDAD ANONIMA SIMPLIFICADA S.A.S

Permite a los asociados estipular condiciones bajo las cuales se regirán sus relaciones, para lo cual se requiere responsabilidad en la adopción de las cláusulas por parte de los contratantes.

Características:

- Se crea mediante contrato o acto unilateral que constará en documento privado.
- Se constituyen por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.
- Una vez inscrita en el registro mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.
- Es una sociedad de capitales.
- Su naturaleza siempre será comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social.
- Para efectos tributarios, se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.
- Las acciones y demás valores que emita la S.A.S no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.
- El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado.
- Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

Requisitos:

- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.

- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

Fuente: <http://www.ccc.org.co/servicios/registros-publicos/mercantil/tramites/constituciones-reformas-y-nombramientos/sociedad-por-acciones-simplificada-sas>

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Tabla N°21: Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

<i>TRÁMITE</i>	<i>ENTIDAD</i>	<i>COSTO</i>
Consulta Nombre	Cámara de Comercio	No tiene precio
RUT	DIAN	No tiene precio
NIT	DIAN	No tiene precio
Anexo de solicitud del NIT	DIAN	No tiene precio
Diligenciar formulario registro y matricula	Cámara de Comercio	No tiene precio
Inscripción en el registro público mercantil	Cámara de Comercio	\$50.000
Registro de industria y comercio	Secretaría de hacienda	No tiene precio
Visto bueno Bomberos	Cuerpo de bomberos	\$1.000
Registro del uso del suelo condiciones sanitarias y seguridad	Secretaría de hacienda	No tiene precio
Certificado de existencia y representación legal	Cámara de Comercio	\$4.000
Registro de permisos sanitarios INVIMA	INVIMA	\$2.965.730
Manipulación de alimentos	MANIPULAMOS S ALIMENTO	\$63.000
Habilitación de numeración de facturación	DIAN	No tiene precio
	TOTAL	3.083.730

Fuente: Elaboración propia.

(Ver Anexo N°5: Información registro INVIMA)

7.3. Trámites para Importar y/o Exportar.

Tabla N°22: Tramites para Exportar

<i>TRÁMITE</i>	<i>ENTIDAD</i>	<i>COSTO</i>
Registro de permisos sanitarios INVIMA	INVIMA	\$2.965.730

Fuente: Elaboración propia.

(Ver Anexo N°5: Información registro INVIMA)

ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

NO APLICA

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

Tabla N°23: Préstamo

<i>Monto del Préstamo:</i>	<i>\$ 194.183.584</i>
Intereses (efectivo Mensual):	2,29%
Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	vencido

Fuente: Elaboración propia

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

NO APLICA

8.2.1.2 Otros Ingresos

NO APLICA

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

NO APLICA

8.2.2.2 Costos

Tabla N°24: Costos

<i>COSTOS VARIABLES</i>	<i>\$ 22.515.000</i>
COSTOS FIJOS	\$ 10.685.564,6
TOTAL COSTOS	\$ 33.200.565

Fuente: Elaboración propia

8.2.2.3 Gastos

Tabla N°25: Gastos

<i>GASTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES</i>	<i>\$ 3.368.725</i>
GASTOS DE DISTRIBUCIÓN Y VENTAS	\$ 52.500.000
GASTOS DE AMORTIZACIÓN Y DIFERIDOS	

Fuente: Elaboración propia

8.2.2.4 Gastos Financieros

Tabla N°26: Amortización préstamo (mensual)

<i>Periodo</i>	<i>Cuota Préstamo</i>	<i>Intereses</i>	<i>Capital</i>	<i>Saldo</i>
0				\$ 194.183.584
1	\$ 5.985.295	\$ 4.446.804	\$ 1.538.490	\$ 192.645.094
2	\$ 5.985.295	\$ 4.411.573	\$ 1.573.722	\$ 191.071.372
3	\$ 5.985.295	\$ 4.375.534	\$ 1.609.760	\$ 189.461.612
4	\$ 5.985.295	\$ 4.338.671	\$ 1.646.624	\$ 187.814.988
5	\$ 5.985.295	\$ 4.300.963	\$ 1.684.331	\$ 186.130.657
6	\$ 5.985.295	\$ 4.262.392	\$ 1.722.903	\$ 184.407.754
7	\$ 5.985.295	\$ 4.222.938	\$ 1.762.357	\$ 182.645.397
8	\$ 5.985.295	\$ 4.182.580	\$ 1.802.715	\$ 180.842.682
9	\$ 5.985.295	\$ 4.141.297	\$ 1.843.997	\$ 178.998.685
10	\$ 5.985.295	\$ 4.099.070	\$ 1.886.225	\$ 177.112.460
11	\$ 5.985.295	\$ 4.055.875	\$ 1.929.419	\$ 175.183.041
12	\$ 5.985.295	\$ 4.011.692	\$ 1.973.603	\$ 173.209.438
13	\$ 5.985.295	\$ 3.966.496	\$ 2.018.798	\$ 171.190.640
14	\$ 5.985.295	\$ 3.920.266	\$ 2.065.029	\$ 169.125.611
15	\$ 5.985.295	\$ 3.872.976	\$ 2.112.318	\$ 167.013.293
16	\$ 5.985.295	\$ 3.824.604	\$ 2.160.690	\$ 164.852.603
17	\$ 5.985.295	\$ 3.775.125	\$ 2.210.170	\$ 162.642.433
18	\$ 5.985.295	\$ 3.724.512	\$ 2.260.783	\$ 160.381.650
19	\$ 5.985.295	\$ 3.672.740	\$ 2.312.555	\$ 158.069.095
20	\$ 5.985.295	\$ 3.619.782	\$ 2.365.512	\$ 155.703.583
21	\$ 5.985.295	\$ 3.565.612	\$ 2.419.683	\$ 153.283.900
22	\$ 5.985.295	\$ 3.510.201	\$ 2.475.093	\$ 150.808.807
23	\$ 5.985.295	\$ 3.453.522	\$ 2.531.773	\$ 148.277.034
24	\$ 5.985.295	\$ 3.395.544	\$ 2.589.750	\$ 145.687.284
25	\$ 5.985.295	\$ 3.336.239	\$ 2.649.056	\$ 143.038.228
26	\$ 5.985.295	\$ 3.275.575	\$ 2.709.719	\$ 140.328.509
27	\$ 5.985.295	\$ 3.213.523	\$ 2.771.772	\$ 137.556.737
28	\$ 5.985.295	\$ 3.150.049	\$ 2.835.245	\$ 134.721.492
29	\$ 5.985.295	\$ 3.085.122	\$ 2.900.172	\$ 131.821.320
30	\$ 5.985.295	\$ 3.018.708	\$ 2.966.586	\$ 128.854.733
31	\$ 5.985.295	\$ 2.950.773	\$ 3.034.521	\$ 125.820.212
32	\$ 5.985.295	\$ 2.881.283	\$ 3.104.012	\$ 122.716.201
33	\$ 5.985.295	\$ 2.810.201	\$ 3.175.094	\$ 119.541.107
34	\$ 5.985.295	\$ 2.737.491	\$ 3.247.803	\$ 116.293.304
35	\$ 5.985.295	\$ 2.663.117	\$ 3.322.178	\$ 112.971.126
36	\$ 5.985.295	\$ 2.587.039	\$ 3.398.256	\$ 109.572.870
37	\$ 5.985.295	\$ 2.509.219	\$ 3.476.076	\$ 106.096.794

38	\$ 5.985.295	\$ 2.429.617	\$ 3.555.678	\$ 102.541.116
39	\$ 5.985.295	\$ 2.348.192	\$ 3.637.103	\$ 98.904.013
40	\$ 5.985.295	\$ 2.264.902	\$ 3.720.393	\$ 95.183.621
41	\$ 5.985.295	\$ 2.179.705	\$ 3.805.590	\$ 91.378.031
42	\$ 5.985.295	\$ 2.092.557	\$ 3.892.738	\$ 87.485.293
43	\$ 5.985.295	\$ 2.003.413	\$ 3.981.881	\$ 83.503.412
44	\$ 5.985.295	\$ 1.912.228	\$ 4.073.066	\$ 79.430.346
45	\$ 5.985.295	\$ 1.818.955	\$ 4.166.340	\$ 75.264.006
46	\$ 5.985.295	\$ 1.723.546	\$ 4.261.749	\$ 71.002.257
47	\$ 5.985.295	\$ 1.625.952	\$ 4.359.343	\$ 66.642.914
48	\$ 5.985.295	\$ 1.526.123	\$ 4.459.172	\$ 62.183.743
49	\$ 5.985.295	\$ 1.424.008	\$ 4.561.287	\$ 57.622.456
50	\$ 5.985.295	\$ 1.319.554	\$ 4.665.740	\$ 52.956.715
51	\$ 5.985.295	\$ 1.212.709	\$ 4.772.586	\$ 48.184.130
52	\$ 5.985.295	\$ 1.103.417	\$ 4.881.878	\$ 43.302.252
53	\$ 5.985.295	\$ 991.622	\$ 4.993.673	\$ 38.308.579
54	\$ 5.985.295	\$ 877.266	\$ 5.108.028	\$ 33.200.551
55	\$ 5.985.295	\$ 760.293	\$ 5.225.002	\$ 27.975.549
56	\$ 5.985.295	\$ 640.640	\$ 5.344.654	\$ 22.630.894
57	\$ 5.985.295	\$ 518.247	\$ 5.467.047	\$ 17.163.847
58	\$ 5.985.295	\$ 393.052	\$ 5.592.242	\$ 11.571.605
59	\$ 5.985.295	\$ 264.990	\$ 5.720.305	\$ 5.851.300
60	\$ 5.985.295	\$ 133.995	\$ 5.851.300	\$ 0

Fuente: Elaboración propia

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

Tabla N°27: Flujo de caja del proyecto

Tasa Interna de Retorno	54,65%
Valor Presente Neto	382.132.921
Tasa Interna de Retorno	130,59%

Fuentes: Elaboración propia

Tabla N°28: Flujo de caja del inversionista

Tasa Interna de Retorno	54,65%
Valor Presente Neto	481.664.808
Tasa Interna de Retorno	15942,44%

Fuentes: Elaboración propia

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

NO APLICA

8.3.3 Balance General

NO APLICA

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

- **Valor Presente Neto del Proyecto:** 382.132.921
- **Valor Presente Neto del Inversionista:** 481.664.808

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

- **Tasa Interna de Retorno del Proyecto:** 130,59%
- **Tasa Interna de Retorno del Inversionista:** 15942,44%

8.4.3 Indicadores Financieros proyectados

NO APLICA

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Tabla N°29: Análisis de sensibilidad (Demanda -10%)

Cambio Porcentual en las Ventas	-10,00%
Valor Presente Neto	35.123.694
Tasa Interna de Retorno	5,68%

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°30: Análisis de sensibilidad (Demanda -30)

<i>Cambio Porcentual en las Ventas</i>	-30,00%
Valor Presente Neto	1.523.261
Tasa Interna de Retorno	3,79%

Fuente: Elaboración propia

8.4.5 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Tabla N°31: Análisis de sensibilidad (Precio -15%)

<i>Cambio Porcentual en el Precio</i>	-15,00%
Valor Presente Neto	1.532.673
Tasa Interna de Retorno	3,78%

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°32: Análisis de sensibilidad (Precio -49%)

<i>Cambio Porcentual en el Precio</i>	-49,00%
Valor Presente Neto	2.212.550
Tasa Interna de Retorno	4,02%

Fuente: Elaboración propia

9. CONSIDERACIONES FINALES

- Si analizamos la viabilidad del proyecto desde el punto de vista técnico, podríamos decir que este es un proyecto muy atractivo para su ejecución debido a que es muy poco el requerimiento de material, mano de obra y maquinaria para una producción en grandes cantidades, lo cual genera un producto en excelentes condiciones para ser exportado y a muy bajo costo.
- Teniendo en cuenta que hay varios factores que influyen en el precio de la yuca y después de realizar un análisis de sensibilidad, este nos arrojó que nos es posible disminuir nuestro precio en un 49%, un 30% las ventas y seguir obteniendo una utilidad positiva.
- Después de estudiar minuciosamente el entorno Colombiano y el sector en el cual se desenvolverá la empresa concluimos que es un buen momento para crear empresa, pues el país posee gran cantidad de productos para su procesamiento y comercialización como la yuca y adicional a esto el sector alimentos ha ido creciendo considerablemente en los últimos años lo cual nos indica que es un buen momento para tratar de ingresar, con un producto tradicional pero con un valor agregado en el mercado.
- A pesar de que tener un producto a un bajo costo es un factor positivo, también es de tener en cuenta que se debe realizar un gran trabajo de promoción y publicidad para aumentar las ventas porque para obtener un flujo de caja positivo se deben obtener ventas en cantidades altas, aunque se cuenta con la ventaja de que la empresa está en la capacidad de producirlas, cuando sean necesarias.

ANEXO N° 1: CONSULTA NOMBRE DE LA EMPRESA

RUES Registro Único Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Estado de su trámite Estadísticas Acceso privado

Bienvenido a la central de información empresarial más grande de Colombia.

Realice aquí su consulta empresarial o social

Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades.

Razón Social Nombre Razón Social Palabra Clave Número de Identificación Matrícula Mercantil

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

Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia

Razón social:
ALIMENTOS XIPA S.A.S

Consultar

Le recomendamos que lea las Condiciones de Uso de la Consulta

CAE Centro de atención empresarial RNT Registro Nacional de Turismo Confecámaras Reporte de Entidades del Estado - RJP Expedición de certificados de Cámara y Comercio Gobierno Corporativo

RUES Registro Único Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Estado de su trámite Estadísticas Acceso privado

Realice aquí su consulta empresarial o social

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

Razón Social Nombre Razón Social Palabra Clave Número de Identificación Matrícula Mercantil

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

Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia

Razón social: ALIMENTOS XIPA S.A.S

Consultar

Le recomendamos que lea las Condiciones de Uso de la Consulta

Advertencia:
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

ISO 9001 icontec

CONFECAMARAS - Gerencia Registro Único Empresarial y Social Carrera 13 No 26A - 47 of 502 Bogotá, Colombia

FUENTE: http://www.rues.org.co/RUES_WEB/Consultas

ANEXO N° 2: MATERIALES DE ASEO Y OFICINA

IMAGEN N° 1: ESCRITORIO DE OFICINA



Fuente:

http://portal.homecenter.com.co/catalogos_hc/2013/Febrero/Homeestudio/Medellin/#/7/zoomed

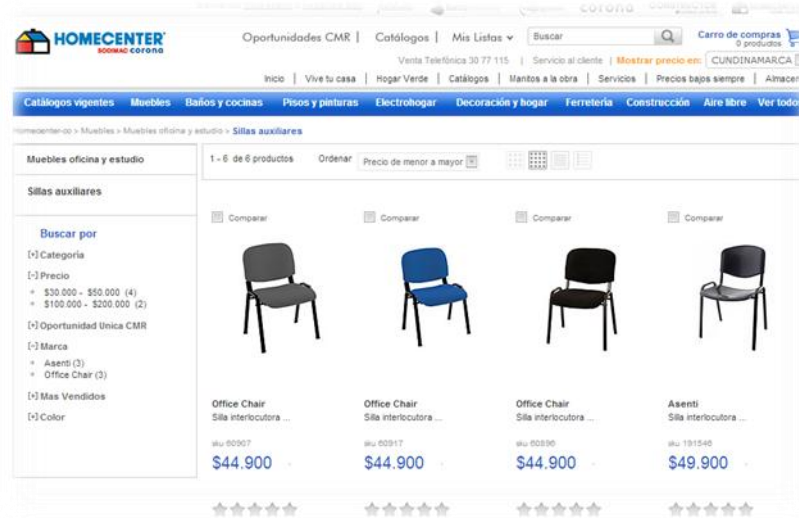
IMAGEN N° 2: SILLAS DE OFICINA



Fuente:

http://portal.homecenter.com.co/catalogos_hc/2013/Febrero/Homeestudio/Medellin/#/7/zoomed

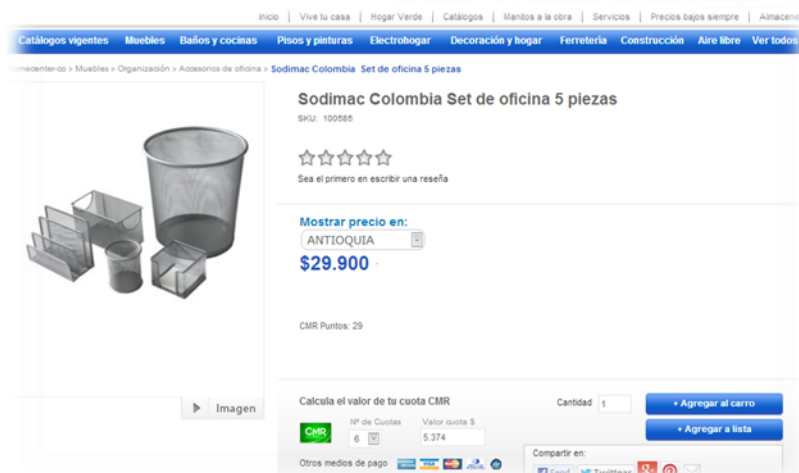
IMAGEN N° 3: SILLAS DE OFICINA



Fuente:

http://portal.homecenter.com.co/catalogos_hc/2013/Febrero/Homeestudio/Medellin/#/7/zoomed

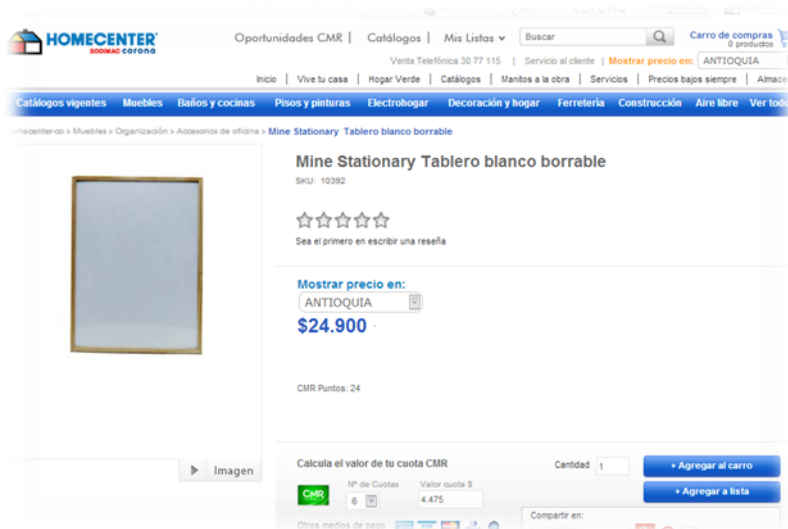
IMAGEN N° 4: SET DE OFICINA 5 PIEZAS



Fuente:

http://portal.homecenter.com.co/catalogos_hc/2013/Febrero/Homeestudio/Medellin/#/7/zoomed

IMAGEN N° 5: TABLERO BORRABLE



Fuente:

http://portal.homecenter.com.co/catalogos_hc/2013/Febrero/Homeestudio/Medellin/#/7/zoomed

IMAGEN N° 6: TELÉFONO INALAMBRICO



FUENTE: <http://www.exitó.com/products/0001316294141246/Telefono-inalambrico-dect>

IMAGEN N° 7: COMPUTADOR DE ESCRITORIO



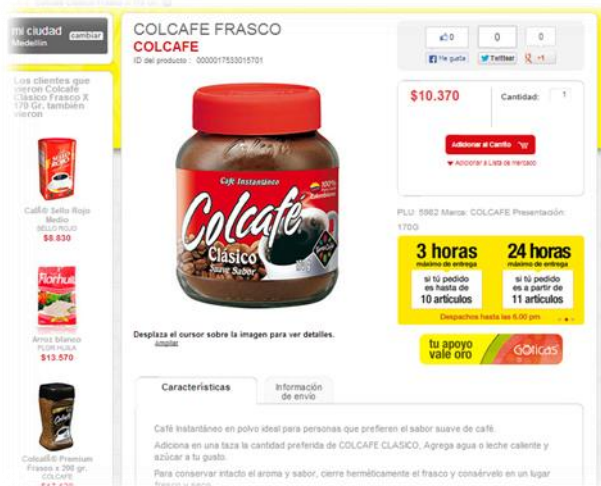
FUENTE: http://www.exitopunto.com/products/0001395726208448/COMPUTADOR-DE-ESCRITORIO?cid=34_200040000000&page=pltechnology.jsp&trail=10020:34_200040020000

IMAGEN N° 8: PORTAPAPELES



FUENTE: <http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-405069197-bandeja-portapapeles-acrilico-3-niveles- JM>

IMAGEN N° 9: FRASCO DE CAFE



FUENTE: http://www.exito.com/products/0000017533015701/Colcaf%E9-CI%E1sico-Frasco-X-170-Gr.?cid=35_100120060000&page=plpgrocery.jsp

IMAGEN N° 10: PAPEL HIGIENICO



FUENTE: http://www.exito.com/products/0001371891180550/%2Bpapel-hig-bco-stdo-mega-3hx18?cid=35_400110000000&page=plpgrocery.jsp

IMAGEN N° 11: AZUCAR EN SOBRES



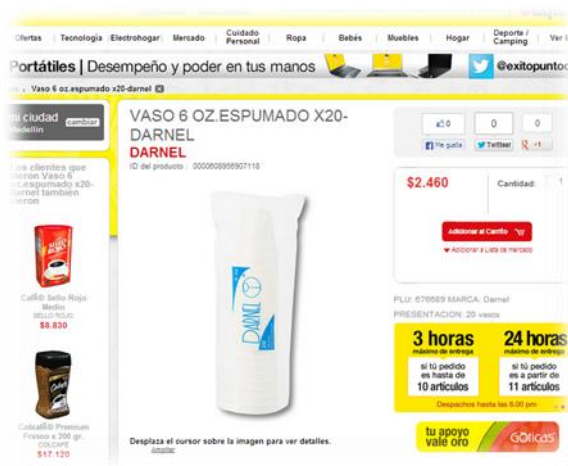
FUENTE: <http://www.exito.com/products/0000063096064932/Azucar-en-sobres?cid=&page=>

IMAGEN N° 12: BOLSAS DE BASURA



FUENTE: <http://www.exito.com/products/0000281936247527/Bolsa-de-basura-papelerera-46x46?cid=&page=>

IMAGEN N° 13: VASOS PARA CAFE



FUENTE: <http://www.exitopunto.com/products/0000608956907118/Vaso-6-oz.espumado-x20-darnel?cid=&page=>

ANEXO N° 3: EQUIPOS PARA LA PRODUCCIÓN

IMAGEN N° 1: SELLADORA DE BOLSAS PLÁSTICAS



FUENTE: <http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-405540680-selladora-bolsas-pedal-pie-manual-> JM - <http://www.mainpack.com.co/producto.php?id=11>

IMAGEN N° 2: BALANZA ELECTRÓNICA



FUENTE: <http://www.essen.com.co/etiqueteadorajrh.html> - <http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-405133035-balanza-bascula-ac3-9-electronica-> JM

**ANEXO N° 4: INFORMACIÓN DEL PROVEEDOR DE LA YUCA
IMAGEN N° 2: PRECIO DE LA YUCA POR KG**

PRODUCTOS-PRODUCTS	PESOS	USD	EUR
Tomate Larga vida - Long Life tomatoes	kg 2.200	1,33	1,03
Tomate Riñón - Kidney Tomatoes	kg 2.000	1,07	0,83
Tomate Seleccionado - Selected Tomatoes	kg 1.300	0,69	0,54
Yuca - Yuca	kg 1.100	0,59	0,45
Zanahoria - Carrots	kg 500	0,27	0,21
Aguacate Hass - Avocado Hass	kg 1.300	0,69	0,54
Aguacate Papillito - Avocado	Kg 1.700	0,91	0,70
Banano Urabá - Export Tipe Bananas	kg 700	0,37	0,29
Banano Criollo - Bananas	kg 600	0,43	0,33
Breva - Fig	Kg 3.000	1,60	1,24

FUENTE: <http://www.cylex.com.co/reviews/viewcompanywebsite.aspx?firmaName=central-mayorista-de-antioquia&companyId=11119116>

IMAGEN N° 2: PROVEEDOR DE LA YUCA

COMERCIALIZADORA MANANTIALES
 ☆☆☆☆☆ 0.0/5 rating 0 votes

Description
 Bloque: 15 | Local: 16

Contacto
 • Teléfono: 2850625 - 3216411332

FUENTE: http://www.asobastos.com.co/directorio-comercial-asobastos/item/comercializadora-manantiales.html?category_id=18

ANEXO N° 5: INFORMACIÓN REGISTRO INVIMA

REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS ALCOHOLICAS Y/O RENOVACION REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS ALCOHOLICAS

Código	Concepto	SMLDV	TARIFA
2001	Alimentos adicionados y/o enriquecidos y/o fortificados y/o con vitaminas, minerales, aminoácidos, proteínas, oligoelementos, ácidos grasos y otros.	216	\$ 4.080.240
2002	Leche entera en polvo adicionada con vitamina A, leche líquida entera, leche líquida semidescremada, leche líquida descremada, leche en polvo entera, leche en polvo semidescremada, leche en polvo descremada, alimentos sustitutos y complementarios de la leche materna, alimentos infantiles.	168	\$ 3.173.520
2003	Derivados cárnicos: conservas, semiconservas, preparados, gelatina de pata de res, subproductos cárnicos.	176	\$ 3.324.640
2004	Derivados de las frutas: refrescos de frutas, néctares, jugos concentrados, pulpas adicionadas de vitamina C, concentrados, pulpas, pulpas azucaradas, mezclas líquidas a base de frutas, mezclas en polvo a base de frutas, mezclas en gel a base de frutas, frutas deshidratadas, pulpas deshidratadas, helados de frutas, dulces de fruta, postres de frutas, compotas.	154	\$ 2.909.060
2005	Derivados Lácteos: Bebidas fermentadas, crema de leche, mantequilla, aceite o grasa de mantequilla, quesos, suero, arequipe, manjar blanco, dulce de leche, postres de leche, leche condensada azucarada, leche en polvo saborizada, leche líquida saborizada, leche en polvo azucarada, helados de leche, helado de crema, helado de leche con grasa vegetal.	196	\$ 3.702.440
2006	Derivados de la Pesca: conservas, semiconservas y preparados, preparados con crustáceos.	131	\$ 2.474.590
2007	Frutas, hortalizas, conservas de frutas, bocadillos, encurtidos, mermeladas, jaleas, oleaginosas, conservas de legumbres, productos a base de oleaginosas, soya, preparados de soya, maní, pistachos, frutos secos, harina de oleaginosas, tubérculos, harinas de tubérculos, productos a base de tubérculos, tubérculos precocidos congelados, sagu, colados, raíces, bulbos, rizomas	157	\$ 2.965.730

FUENTE: <http://www.invima.gov.co/images/pdf/tramites-y-servicios/tarifas/resolucion%202012031572%20modificacion%20de%20tarifas.pdf>

ANEXO N° 6: PRESTACIONES SOCIALES

PRESTACIONES SOCIALES		
CESANTIAS	0,083333333	48951,82
INTERESES A CESANTIAS	1%	489,52
PRIMA DE SERVICIOS	0,083333333	48.952
VACACIONES	0,041666667	21.083
TOTAL PRESTACIONES SOCIALES		119.475,98
PARAFISCALES	FACTOR	
CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR	4%	22.744,88
ICBF	3%	17.058,66
SENA	2%	11.372,44
TOTAL PARAFISCALES		51.175,97
APORTES DE SEGURIDAD		
EPS	8,50%	48.332,86
ARP	1,0%	5.686,2
AFP	12,0%	68.234,6
TOTAL APORTES DE SEGURIDAD		122.253,70
COSTO MANO DE OBRA		880.327,52

FUENTE: Elaboración propia

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ESTUDIO DEL MERCADO MEXICANO PARA PRODUCTOS SELECCIONADOS DE LA OFERTA EXPORTABLE ECUATORIANA. Recuperado de: [http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/89af09dc83e2e72d03256ced005f5c1e/e57afd0347419e030325723d005a45f0/\\$FILE/23-05.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/89af09dc83e2e72d03256ced005f5c1e/e57afd0347419e030325723d005a45f0/$FILE/23-05.pdf)
- CONSULTA DEL NOMBRE DE LA EMPRESA. Recuperado de: [http://www.rues.org.co/RUES WEB/Consultas](http://www.rues.org.co/RUES_WEB/Consultas)
- NORMAS SANITARIAS: Recuperado de: <http://rosdary.wordpress.com/normatividad-sanitaria-alimentos-colombiana/>
- ARTE DINÁMICO. Recuperado de: <http://www.artedinamico.net/sitio/index.php>
- HOME ESTUDIOS. Recuperado de: http://portal.homecenter.com.co/catalogos_hc/2013/Febrero/Homeestudio/Medellin/#/7/zoomed
- Cedeño P, Jenny Alexandra. Maldonado, María Dolores Maldonado. COMERCIALIZACION DE LA YUCA EN SNACK AL MERCADO MEXICANO. Recuperado de: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/7302/1/22754_1.pdf
- COMO EXPORTAR A MÉXICO. Recuperado de: <http://www.proexport.com.co/mcromexico/guia-comercial-mexico-triangulo-Norte>
- IMPLEMENTOS DE ASEO Y DE OFICINA. Recuperado de: www.exitocom.com
- BANDEJA PORTAPAPELES. Recuperado de: <http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-405069197-bandeja-portapapeles-acrilico-3-niveles- JM>
- SELLADORA DE BOLSAS PLÁSTICAS. Recuperado de: <http://www.mainpack.com.co/producto.php?id=11>, <http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-405540680-selladora-bolsas-pedal-pie-manual- JM>
- BALANZA ELECTRÓNICA. Recuperado de: <http://www.essen.com.co/etiqueteadorajrh.html>, <http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-405133035-balanza-bascula-ac-s-9-electronica- JM>
- CENTRAL MAYORISTA. Recuperado de: <http://www.cylex.com.co/reviews/viewcompanywebsite.aspx?firmaName=central-mayorista-de-antioquia&companyId=11119116>

- COMERCIALIZADORA MANANTIALES. Recuperado de: http://www.asobastos.com.co/directorio-comercial-asobastos/item/comercializadora-manantiales.html?category_id=18
- SUPERNORDICO. Recuperado de: <http://www.supernordico.com/#!/cuartos-frios/c17j0>
- SALARIO MÍNIMO Y PARAFISCALES. Recuperado de: http://www.consultas-laborales.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=342:parafiscales-sena-icbf-salud-exoneracion&catid=1:laboral&Itemid=86
- PERFIL DEL NEGOCIADOR INTERNACIONAL. Recuperado de: <http://www.esumer.edu.co/index.php/programas-academicos/tecnologias/tecnologia-en-comercio-internacional>
- PERFIL DEL INGENIERO DE ALIMENTOS. Recuperado de: <http://www.mi-carrera.com/IngenieriaEnAlimentos.html>
- PERFIL DEL GERENTE. Recuperado de: <http://psicologiayempresa.com/el-perfil-de-un-gerente.html>
- PERFIL DE LA SECRETARIA. Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/5706418/Nuevo-Perfil-de-la-Secretaria-y-Asistente-Administrativa>
- REGISTRO SANITARIO INVIMA. Recuperado de: <http://www.invima.gov.co/images/pdf/tramites-y-servicios/tarifas/resolucion%202012031572%20modificacion%20de%20tarifas.pdf>