



Exportación de Brevas en Almíbar a Reino Unido

DERVA S.A.S
ANTIOQUIA
2013

Exportación de Brevas en Almíbar a Reino Unido

Plan de Negocios

Derva S.A.S
Antioquia,
Medellín, Diciembre, 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 Brevas en Almíbar a Reino Unido

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 y Visión de la Empresa
- 3.4. Objetivo a Corto, Mediano y Largo Plazo
- 3.5. Ventajas Competitivas
- 3.6. Necesidad o Problema que se quiere intervenir
- 3.7. Relación de productos
- 3.8. Justificación del Negocio
- 3.9. Análisis del entorno y del sector
- 3.10. Conocimiento para entrar en el Negocio

4. ANÁLISIS DEL MERCADO

- 4.1. Objetivos de Mercadeo
- 4.2. Descripción del Portafolio de Bienes
- 4.3. El Mercado Meta de Bienes
 - 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 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
 - 4.6.3. Manejo de Inventarios
 - 4.6.4. Comunicación
 - 4.6.5. Actividades de Promoción y Divulgación
- 4.7. Precio 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

- 4.8. Costos Asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9. Riesgos y Oportunidades del Mercado
- 4.10. Plan de ventas

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE 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

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 públicas.

8. ASPECTOS FINANCIEROS

- 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
 - 8.2.2. 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 Guanacias (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 de Precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

RESUMEN EJECUTIVO

Derva S.A.S esta es una microempresa dedicada a la distribución y comercialización de brevas en almíbar a nivel internacional, esta nace de la necesidad de llegar a la población colombiana en el exterior con productos propios de su región; brindando un factor diferenciador, que consiste en vender el producto acompañado de un agregado (arequipe) que lo haga más placentero al consumo y a su vez sea una ventaja frente a sus competidores.

En sus inicios Derva S.A.S centrara la comercialización de su producto en el Reino Unido; país seleccionado por el alto número de colombianos que residen en él; además, un estudio previo nos muestra la ventaja que tiene dicho país para potencializar el producto. Reino Unido es un consumidor de frutas saludables, exóticas y orgánicas, en los últimos tres años la balanza comercial ha sido positiva para Colombia registrando exportaciones a este país por valor de USD 746,6 millones. Es importante conocer que el sector comercio al cual pertenece nuestra compañía registra una tendencia al crecimiento del 4,6% respecto al año anterior y una proyección de ventas que generen una rentabilidad del 3,85%.

Para sus inicios Derva S.A.S debe contar con una locación física donde pueda coordinar sus procesos administrativos y operativos, disponer de recursos materiales y humanos; además de proveedores que garanticen la calidad del producto y oportunidad en la entrega. Para llevar a cabo todo lo anterior la compañía deberá invertir \$64.937.645 para cubrir la compra de activos fijos (\$7.111.200), el gasto pre-operativo (\$6.234.830) y destinar lo demás para su capital de trabajo (\$51.591.615).

Derva S.A.S proyecta mensualmente recibir ingresos por concepto de ventas por un valor de \$20.232.000, descontando de este valor todos los gastos y obligaciones que tenga la empresa como lo son por ejemplo costos variables, costos de administración, costos de comercialización, cuota de amortización; entre otros. Finalmente obteniendo una utilidad neta de \$1.870.247 mensual. Referente a temas de financiación, Derva S.A.S iniciará sus labores comerciales con un crédito por \$ 64.499.945 a una tasa del 2,29% a un periodo de 60 meses, con una cuota de amortización mensual de \$1.988.073; Dentro de los 5 años siguientes a la inversión las ventas de la empresa se comportaran de una manera activa permitiendo un flujo de caja positivo proporcionando recursos para el cumplimiento de los pasivos y generando utilidades a sus

inversores, indicando una rentabilidad esperada de hasta de un 57,35%.

¿Porque invertir en Derva S.A.S?

Se refleja como una excelente oportunidad para incursionar en países extranjeros con productos propios del país, captando tanto el mercado de los residentes latinos como el internacional, este proyecto promete ser una idea rentable y sostenible en el futuro.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Nombre y Apellidos Jose Daniel Marulanda Serna

Identificación: 1037618855 **Teléfono:** 5708595 **Celular:** 3176359215
Dirección: Carrera 36 # 83-43 **Barrio:** Manrique
Ciudad Medellín **Correo electrónico:** Comercio.daniel@gmail.com
Estudios: **Técnicos** X **Tecnológicos** **Universitarios**
Otros Estudios: Técnico en Comercio Internacional

Nombre y Apellidos Michael Vallejo Madrid

Identificación: 1037602935 **Teléfono:** 2585457 **Celular:** 3217187525
Dirección: Cll 95 # 47-18 **Barrio:** Aranjuez
Ciudad Medellín **Correo electrónico:** Shangai16@hotmail.com
Estudios: **Técnicos** **Tecnológicos** **Universitarios**
Otros Estudios:

Nombre y Apellidos Mayda Uribe Ortiz

Identificación: 1128443982 **Teléfono:** 2343784 **Celular:**
Dirección: Cll 65 G 90 C – 03 **Barrio:** Robledo
Ciudad Medellín **Correo electrónico:** Maiditauribeotmail.com
Estudios: **Técnicos** **Tecnológicos** **Universitarios**
Otros Estudios:

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

El presente proyecto estará encaminado a la comercialización nacional e internacional de brevas en almíbar con un valor agregado, el arequipe.

La idea surge de la necesidad de dar a conocer productos poco comunes en los mercados internacionales, además de brindar cercanía a los residentes colombianos o latinos en el exterior con productos propios de su tierra. De acuerdo con lo anterior, el equipo humano ha tomado la decisión de implementar este producto, gracias a la aceptación del mismo a nivel nacional.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa



3.2 Descripción de la Empresa

Derva S.A.S es una microempresa del sector terciario; dedicada a la distribución y comercialización de brevas en almíbar tanto a nivel nacional como internacional, brindando un factor diferenciador, el cual consiste en vender el producto acompañado de arequipe, que lo haga más placentero y además sea una ventaja competitiva. (Rama Legislativa-Poder Publico, 2004)

3.3 Misión y Visión de la Empresa

Misión.

Derva S.A.S busca satisfacer las necesidades del cliente, suministrándole productos frescos y agradables a su paladar, garantizándole una calidad óptima y excelente atención.

Además queriendo dar a conocer productos colombianos a personas extranjeras con el fin de que se familiaricen con estos.

Visión.

Derva S.A.S para el año 2020 quiere ser la empresa líder en la comercialización de productos derivados de la breva tanto a nivel nacional como internacional, buscando posicionar su marca y fidelizando sus clientes.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivo general:

Penetrar el mercado internacional con un producto netamente colombiano, que logre un acercamiento a residentes latinos que añoran adquirir productos propios de su región, pero que a su vez cautive a un público nativo.

Objetivo Específico:

Corto Plazo:

- Cambiar de los hábitos de consumo de este producto en un término de tres meses.
- Promocionar y crear recordación de marca en Reino Unido en un término seis meses.

Mediano Plazo:

- Ofrecer en un año nuevos productos a base de brevas, buscando alternativas de producción.

Largo Plazo:

- Ser reconocidos en un término dos años, como una de las empresas líderes en la comercialización de brevas en almíbar.

3.5 Ventajas Competitivas

Derva S.A.S se diferencia de su competencia, porque adicional a vender las brevas en almíbar, se ofrece con un valor agregado, este consiste en venderlo acompañado de arequipe.

Como empresa tenemos dos distinciones competitivas, que son:

- En cualquiera de las dos presentaciones, el producto estará acompañado de arequipe.
- Servicio de atención postventa, mediante el cual se medirá el nivel de aceptación del mismo.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

Derva S.A.S busca satisfacer la necesidad que tienen los colombianos en el exterior por adquirir productos propios de su región que podrían ser escasos en los países donde residen, además de diversificar los mercados extranjeros con productos sobresalientes de la cultura colombiana.

Derva S.A.S además de preocuparse por su consumidor, busca despertar el interés de los distribuidores en el exterior por promover y posicionar nuestra marca brindándoles un producto a un precio competitivo con buena margen de ganancia, teniendo en cuenta que son estos el canal principal y directo para llevar nuestro producto a los puntos de venta y estar más cerca de nuestros clientes.

3.7 Relación de productos.

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO	
NOMBRE DEL PRODUCTO	Brevas en almíbar
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Producto dulce natural, entero y picado para consumir, conservado en medio acuoso azucarado
NECESIDAD A SATISFACER	Llevar un producto a un mercado internacional que satisfaga, tanto las necesidades y gusto de latinos y de extranjeros.

3.8 Justificación del Negocio

El proyecto de negocio DERVA S.A.S está basado principalmente en la búsqueda de productos colombianos competentes que puedan innovar en los mercados internacionales, en este caso las brevas en almíbar, buscando que sea una idea de negocio sostenible en el tiempo; Logrando la llegada del producto al consumidor latinoamericano que añora tener cerca los sabores de su región; sin dejar de lado el consumidor extranjero el cual nos resulta atractivo conquistar y potencializar.

DERVA S.A.S busca impulsar la economía colombiana y aunque inicialmente se buscara abrir el mercado extranjero con su producto brevas en almíbar, su proyección a futuro es poder ofrecer tanto a colombianos como a extranjeros una amplia variedad de productos de nuestra región.

3.9 Análisis del entorno y del sector

Sobre el entorno.

- **Entorno Demográfico:**

Sociales-Culturales:

- **Reino Unido:** El consumidor británico busca frutas saludables, exóticas y orgánicas. Se consumen principalmente mangos, manzanas, naranjas, bananos, melocotones, nectarines, sandías, mandarinas y peras. El consumo de frutas exóticas ha venido en aumento, siendo atractivos la piña, los mangos, mangostinos, guayabas y aguacates. En esta materia ofrecemos uchuvas, gulupas y granadillas.

Los importadores exigen certificados como el EURO GAP que acrediten un trato justo a los trabajadores y buenas prácticas de recursos humanos. El Reino Unido lanzó una campaña, para los próximos tres años, de promoción de alimentos orgánicos que busca sensibilizar a las personas de sus beneficios. (Colombia Trade, S.F)

En 2008 Reino Unido fue el sexto importador del mundo, con una participación de 3,9% dentro de las mismas.

En cuanto a las relaciones Colombia-Reino Unido, la balanza se ha inclinado a favor de Colombia, registrando para 2009 exportaciones por valor de USD\$ 489,1 millones, nuestro país para este mismo año ocupó el tercer lugar como los principales proveedores de este país, después de Brasil y México.

Un año más tarde los números favorecieron aún más a Colombia registrando exportaciones por valor de USD\$ 746,6 millones, registrando un aumento muy significativo con respecto al año anterior. Además la agroindustria le aportó el 86.3% del valor total de exportaciones anteriormente mencionado (222,2 millones). (Proexport, 2010)

Compradores en el exterior

JLM Produce Limited (Limited, 2011)

- **Canadá:** Este es un país que es autosuficiente en cuanto a la agroalimentación básica, pero adicional a esto manejan sistemas de invernaderos porque ellos solo pueden producir este tipo de alimentación en los dos primeros meses del año. Este país tiene unas importaciones netas equivalentes al 56,24% de sus compras.

Este para el 2011 ha reflejado un aumento del 3,18% en cuanto a la alimentación. (Instituto Español de Comercio Exterior, 2012)

Compradores en el exterior

TOSCANA CORPORATION S. A (Exporta PYMES , S.F)

GREENGROCER INC. (Frutas.com, S.F)

- **Estados Unidos:** Debido a la crisis de este país se han modificado los hábitos de consumo y ha llevado a que los residentes gasten más dinero en suministros de vivienda, transporte, gasolina y luz. Por otro lado los ha obligado a gastar menos en teléfono e internet, vestido, calzado y lavado de ropa, y ocio, entre otras.

En cuanto a la alimentación los nuevos hábitos de consumo muestran que se consume menos carne, excepto el pollo, y carne preparada o la casquería. (Radio Nova Internacional, S.F)

Compradores en el exterior
COOSEMANS WORLDWIDE.INC (Frutas.com, S.F)

- **Tecnológicas:**

Reino Unido para el 2009 importó maquinaria industrial por valor de US\$ 34,1 millones. (Proexport, 2010)

De acuerdo al informe del Ministerio de Agricultura, entre 2006 y 2009 se importó, otro tipo de topadoras que participan con el 46%, seguido de tractores 25%, máquinas y aparatos para cosechar o trillar, 7,3% y silvicultura o avicultura 7,1%.

Se dice que a partir de 2007 se registró un aumento del 166% con respecto al año anterior. Para Carlos Canelón varias razones están activando este sector pasando de comprar 400 tractores en un año, y esta misma persona dice que Colombia va a estar importando 50000 tractores al año. (dinero.com, S.F)

- **Económicas**

Población: 62 millones

PIB: USD\$ 2.003.433 MM ocupando el 6° lugar en el mundo.

PIB Percapita: USD\$ 36.496 ocupando el 14° lugar del mundo y el 3° en el G7 (Proexport, 2010)

Importaciones: Estas registraron USD\$63776,2 millones, que equivale al 10% del total de las mismas. (Banco Mundial, S.F)

Inflación: Este país tiene un valor del 2,8% anual para el 2012, registró una disminución del 1,7% con respecto al año inmediatamente anterior.

Desempleo: Este país tiene un índice de desempleo del 7.8% del total de su población.

Demanda: En Reino Unido el consumo de frutas y hortalizas ha caído un tres por ciento y ha generado que estos habitante solo consuman 126,7 kilos al año, menos que Estados Unidos (país obeso) que anualmente consumen 134,3kilos.

- **Ambientales**

Regulación de fungicidas: De acuerdo con el documento de *restricciones, prohibiciones y suspensión de registro de plaguicidas de uso agrícola en Colombia* emitido por el ICA, en el cual se relacionan una serie ítems donde especifica cada uno de los plaguicidas que por motivos ecológicos y de salubridad no se pueden importar y/o utilizar en Colombia.

De acuerdo a los componentes técnicos y físicos de la breva se deben utilizar los siguientes plaguicidas:

- Nitrato de calcio
- Nitrato de magnesio
- Nitrato amónico
- Sulfato amónico
- Nitrato de Chile
- Urea (Yahoo, 2009) (Infoagro, S.F)

Ninguno de los anteriores fue mencionado por el ICA motivo por el cual nuestro producto no se ve afectado por dichas normas ya estipuladas. (Instituto Colombiano de Agricultura (ICA), S.F)

Fecha de recolección del fruto: El tiempo de recolección de este fruto es entre junio/julio (primavera). (Infoagro, S.F)

Permisos requeridos en Reino Unido:

Demanda creciente de productos orgánicos que tengan sellos/certificaciones que acrediten prácticas sociales y ambientales justas.

- El Fair Trade sigue impulsado por el banano, tan sólo el banano Fair trade representa en 6% en volumen del mercado total de fruta fresca.
- Productos listos para consumo en empaques simples y reciclables.
- Productos bajos en grasa y saludables. (Proexport, 2010)

- **Políticas-legales:**

- **Beneficios para el producto:**

- Las importaciones de productos alimenticios del origen no animal en la Unión Europea deben cumplir con condiciones generales y las provisiones específicas:

- Los principios generales y las exigencias están establecidas en la Regulación (Comisión European) N° 178/2002
 - La higiene de productos alimenticios general se rige por la regulación (Comisión European) N° 852/2004
 - Condiciones generales de preparación de productos alimenticios.
 - **Exigencia Fitosanitaria:** Los productos deben cumplir con la Directiva 2000/29/comisión European del consejo, relativa a las medidas de protección contra la introducción en la Comunidad de organismos nocivos para los vegetales o productos vegetales y contra su propagación en el interior de la Comunidad. (Promoción de las Exportaciones de Agroalimentos Argentinos, S.F)

- **Fuerza económica:** 45 millones de consumidores crecimiento sostenido del 5% o más, visto bueno de las calificadoras de riesgo y con acceso y negociaciones on mercados como la unión europea, Canadá, MERCOSUR y los países del pacifico. (Garrido, Ospina Torres, & Colprensa, 2011)
- La Unión Europea brinda un SGP a Colombia hasta que se ratifique el TLC, eliminándole el gravamen arancelario para algunos productos. (X.com.pe, S.F)

Sobre sector.

- **Como está conformado el sector:**

- Nuestra empresa se encuentra ubicada en el sector terciario, más exactamente en el subsector de comercio, ya que este se define como “todo aquello que incluye el comercio tal como ventas al por mayor, minoristas, centros comerciales y demás; en definitiva este encierra toda clase de intercambio de productos realizados tanto a nivel nacional como internacional.” (Colombia Link, S.F)

- **Condiciones de la Industria**

- El subsector de comercio, está compuesto 210 empresas, de las cuales 111 son nacionales y 99 son internacionales, provenientes de Venezuela, Ecuador, Perú, Estados Unidos, Holanda, etc.
- . (Revista Y Alimentos, S.F), (Quaker, S.F), (Kraft Food, S.F), (Nestle S.A, S.F), (Frito Lay , S.F), (MARS, S.F), (Protor and Gamble, S.F), (Wikipedia, 2009), (Wikipedia, 2013), (Alimentos Polar, S.F), (Nutresa, S.F)

- **Participación de las ventas:**

Cuadro 6: Principales empresas del sector de alimentos en Colombia

(cifras en millones de \$)	TOTAL ACTIVO	TOTAL PASIVO	TOTAL PATRIMONIO	INGRESOS OPERACIONALES	Utilidad Neta
GRUPO NACIONAL DE CHOCOLATES S.A.	4.241.740	4.241.740	73.580	4.168.160	252.873
NESTLE S A	641.847	421.609	220.238	1.017.325	59.349
ZENU S.A	461.166	203.380	257.786	493.188	55.392
COMPANIA NACIONAL DE CHOCOLATES S.A.	786.078	340.040	446.037	903.102	49.651
COLOMBINA S.A.	661.118	319.482	341.636	505.057	36.173
DEL MAIZ S.A.	297.101	76.802	220.298	424.427	26.740
NOEL S A	700.830	302.607	398.223	587.615	21.028
QUALA S.A.	271.345	131.980	139.364	462.920	17.691
KELLOGG DE COLOMBIA	78.136	26.601	51.535	154.276	16.968
PRODUCTOS RAMO S A	122.437	34.707	87.730	135.390	12.185
ITALCOL LTDA	84.865	50.986	33.879	260.876	7.949
NESTLE PURINA S A	53.690	18.279	35.411	99.394	5.892
LA ROSA S A	97.516	16.618	80.898	37.033	3.221
BIMBO DE COLOMBIA	103.416	29.865	73.551	150.181	2.952
COMAPAN S A	27.895	8.950	18.945	46.933	2.950
PONQUE RAMO DE ANTIOQUIA S.A.	25.435	7.207	18.228	26.603	2.017
RAMO DE OCCIDENTE	11.326	1.319	10.006	13.970	1.571
COMESTIBLES ITALO S.	34.178	19.783	14.395	53.684	1.210
GALLETAS GRECO LTDA	2.922	2.360	562.752	3.969	158
GALLETERIA Y PANIFICADORA MAMI	4.131	1.067	3.064	8.426	82
DANONE ALQUERIA S.A.	53.553	30.922	22.631	-	-621
PROD. CASTIPAN S.A.	8.147	4.297	3.850	9.147	-1.097
KRAFT FOODS COLOMBIA	68.793	63.217	5.575	104.375	-8.047
DPA	124.579	119.811	4.768	233.672	132
Total 652 empresas	27.369.695	9.452.939	17.917.045	27.062.091	1.276.352

Fuente: SUPERSOCIEDADES, cálculos de la ENS.

De acuerdo con el cuadro anterior podemos notar que las principales ventas las realizan empresas nacionales con el 87,5% y que solo tres empresas extranjeras manejan el 12,5%.

Las empresas extranjeras son: Kellogg, Bimbo y Kraft foods. Pero de acuerdo a la cantidad total de empresas el 52,85 son nacionales y 47,14% son internacionales. (Escuela Sindical de Colombia , 2008)

- **Tendencias de crecimiento:**

Para el 2009 el sector comercio vendió 306.942 toneladas, pero para 2010 este mismo sector registró unas ventas por 349.653 registrando un aumento del 14%, este balance presentado por el Ministro de Agricultura.

Luego vamos al año 2012 Colombia registró un aumento del 4% con respecto al año inmediatamente anterior, y para 2013 de acuerdo a la ANDI se registrará un aumento del 4,6%. Por otro lado Fedesarrollo comunica que Colombia se recuperará, gracias a los TLC's firmados con los diferentes países utilizando esto como método de defensa. Adicional a esto Fenalco se une a este comunicado diciendo que Colombia por ser un país emergente crecerá lo suficiente para que un buen número de habitantes salgan de la pobreza. (La Republica, 2012) (CORPORACION CENTRO DE DESARROLLO PRODUCTIVO DE ALIMENTOS, 2010)

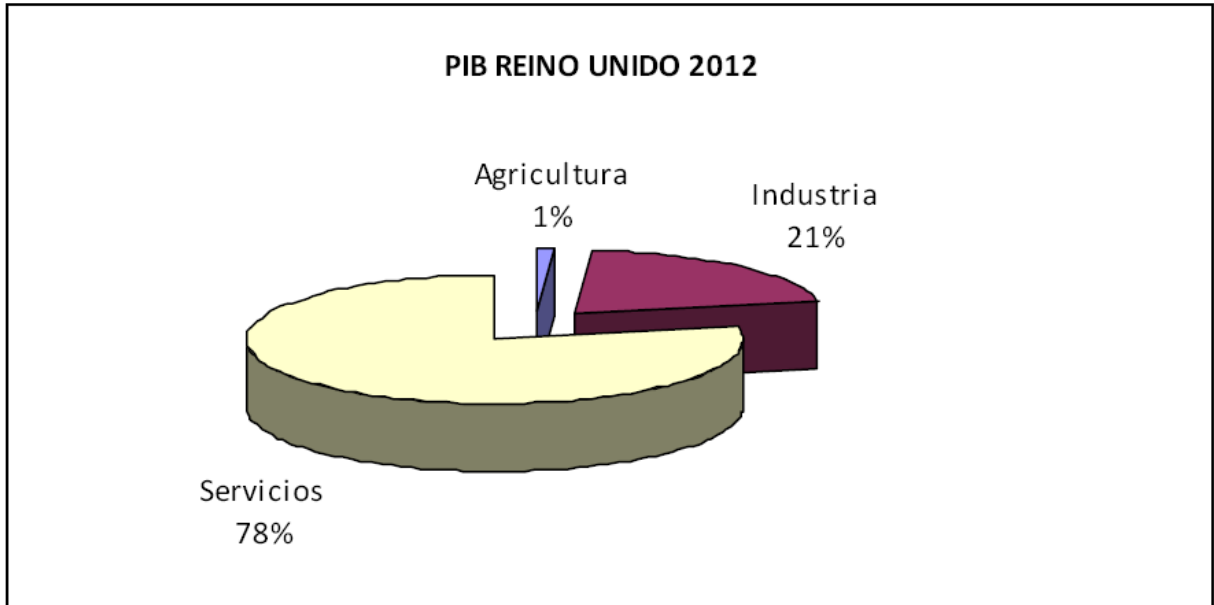
- **Proyección de ventas del sector**

De acuerdo a los datos recopilados en el ítem anterior se puede deducir que Colombia tiene muchas expectativas para el año 2014 gracias a los TLC's que ha firmado y los que en este momento tienen pendientes por ratificar. Sin embargo todos los paros y manifestaciones de los diferentes sectores se han podido obtener algunos beneficios que pueden hacer más competitivo el país a nivel internacional (tanto en precio como en calidad).

De acuerdo con el Banco de la Republica para el segundo semestre del 2013 el sector terciario (comercio), se espera que maneje una rentabilidad del 3,85%, de acuerdo con esto podemos afirmar que año tras año está aumentando, algo muy significativo para la empresa que está incursionando en este sector. (Banco de la Republica, S.F)

- **Estructura del sector**

- Reino Unido es nombrado como el 7° mercado mundial con más facilidad para hacer negocios.



(Instituto Valenciano de la Exportacion, 2013)

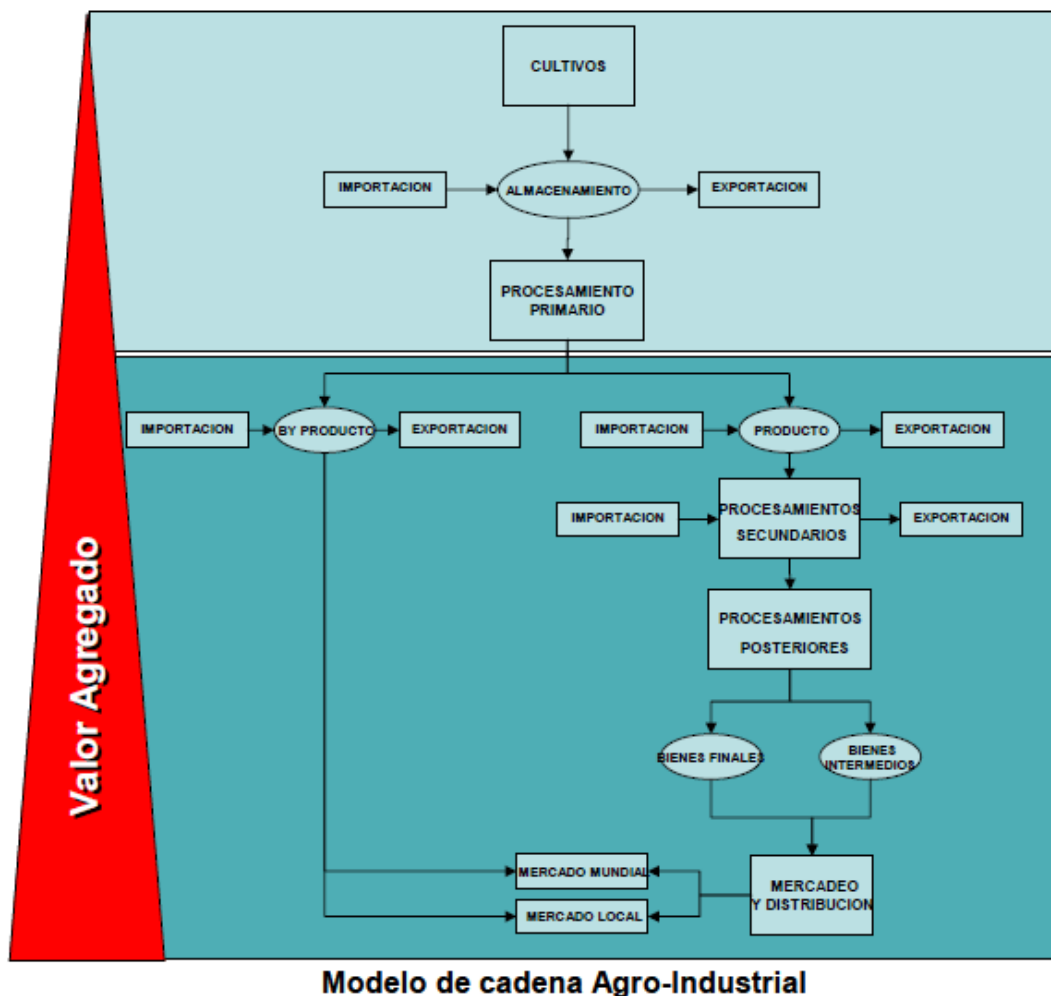
En la anterior grafica queremos resaltar que dicho pais tiene un mercado de comercio exterior muy fluctuante, y principalmente el sector que más se mueve es el sector servicios, pero también notamos que el sector agrícola tiene un gran aporte al PIB nacional.

- **Factores claves de éxito del negocio**

- **Quiénes son nuestros clientes:** Nuestro clientes son todas las personas sin importar su edad, gracias a los beneficios que tiene este producto.
- **Elementos importantes que se deben saber para ingresar a Reino Unido:**
 - ◆ La industria británica todavía mantiene un rol importante en las manufacturas orientadas a defensa, autos, fármacos y aeroespaciales.
 - ◆ Hoy Londres junto con Nueva York y Tokio son considerados el núcleo duro de la economía mundial, además Londres es uno de los centros empresariales y comerciales más importantes del mundo.

- ◆ El sector agrícola solo aporta el 1% al PBI Nacional.
- ◆ La población activa (mano de obra) es de 30 millones, de los cuales el 80% se dedica a actividades del sector servicios, 18% a actividades industriales y solo el 1,4% se dedica a actividades agrícolas. (nivel de desempleo en 2011 es del 7,8 (Banco Mundial, S.F))
- ◆ Los principales destinos de exportación son: Estados Unidos, Francia, Irlanda, Países Bajos, Bélgica, España e Italia.
- ◆ Los principales productos de importación son: alimentos, combustibles, y maquinaria.
- ◆ La única frontera terrestre que existe se encuentra entre Irlanda del norte y República de Irlanda.
- ◆ La tasa de natalidad para Reino Unido es que por cada 1000 personas nacen 14 en un año (Banco Mundial, S.F)
- ◆ En Reino Unido no tienen un idioma definido pero el más utilizado por la población es el inglés. (Promoción de las exportaciones de agroalimentos argentinos, S.F)

- Cadena de valor sector



(Gestiopolis, 2006)

- La Barreras de ingreso

- Sellos/certificaciones
- Productos listos para consumo en empaques simples y reciclables. (Proexport, 2010)
- Las normas ISO, serie 9.000, están cada vez más consideradas por la empresa como factor de competitividad vía calidad. (Al-invest, 2009)
- El embalaje en madera o materia vegetal se halla sujeta a una inspección fitosanitaria. (Comercioexterior.banesco, 2013)

- **Menciones obligatorias**
 - ◆ el nombre.
 - ◆ la lista de ingredientes.
 - ◆ la cantidad neta del alimento.
 - ◆ la fecha de duración mínima o la fecha de caducidad.
 - ◆ las condiciones específicas de almacenamiento y / o condiciones de uso.
 - ◆ el nombre o razón social y la dirección del exportador de empresa alimentaria o importador.
 - ◆ una declaración nutricional. (Europa.eu, 2012)
 - Contingentes Arancelarios(ciertas mercancías, específicamente volumen de las mismas) (Europa.eu, 2011)
 - El idioma empleado en las etiquetas debe sr multilingüe, aunque preservando el derecho de los estados miembros a requerir el empleo de la lengua del pais de consumo.
 - Es obligatorio indicar el origen del producto. (Comercioexterior.banesco, 2013)
- **Barreras de salida**
 - Vistos buenos (barreras no arancelarias)
 - Reducción de medidas fitosanitarias y sanitarias
 - Nombre del producto y nombre científico
 - Forma de conservación
 - Uso al cual se destina
 - Grado de elaboración: ejemplo: sin cáscaras, en trozos, quebrantado, pulverizado, preparado, deshuesados, aplastados, rallados, etc. (Aduanet, S.F)
- **Rivalidad de competidores**

Existen 126 empresas dedicadas a la producción de conservas y mermeladas, las cuales 109 están ubicadas en Antioquia, seguida de aburra norte con 10, en Bajo Cauca y Norte

cada una con 2 empresas respectivamente. Todos los valores fueron tomados de las cámaras de comercio, la demás empresas que no están debidamente registradas no se encuentran contempladas en estos valores. (Cultura E Medellin, S.F).

Estos son algunos de los competidores más potenciales:

- Hacienda El Corso (quiminet, S.F)
- Industrias Alimenticias Macedonia (Industrias Alimenticias Macedonia., 2004)
- Productos Pepita (Productos Pepita, 2009)
- La Coruña (industria la Coruña, S.F)
- Al fresco (Exito, S.F)
- Conservas Doña Paula (C.I Doña Paula, 2013)

De todas las anteriores empresas la única que exporta (información suministrada de la página web) es Conservas Doña Paula, pero en ninguna de la información encontrada expresa, que como valor agregado brinde arequipe, pero todas estas son empresas y microempresas consolidadas, por tal motivo se tienen desventajas, en cuanto a experiencia y cantidad de respuesta para pedidos grandes.

- **Poder de negociación de clientes**

De acuerdo con la pagina Europa.eu, el envase debe contener en su etiqueta unos requerimientos, tales como; nombre, lista de ingredientes, cantidad neta, fecha de caducidad, nombre del importador y una declaración nutricional; además del embalaje de madera debe tener una certificación fitosanitaria, de acuerdo con comercioexterior.banescor y de acuerdo a Alt-invest, la empresa debe aplicar la norma ISO 9000, y certificado con la norma 9001 con el fin de crear confianza en el cliente y llegarles de una forma más contundente.

- **Poder de negociación de proveedores**

¿Cuáles son las características principales de los proveedores?

Se debe analizar tanto proveedores minoristas como mayoristas; los minoristas permiten comprar pocas cantidades de la materia prima, pero a precios más elevados y los proveedores mayoristas brindan mejores oportunidades en cuanto a precio y cantidad.

Las empresas minoristas manejan el 68% y las mayoristas manejan un 32%, dando el total de un 100% (Medellin, 2007)

La presión ejercida por los proveedores en este tipo de actividad se considera medio, debido al pequeño tamaño de las empresas productoras, lo que conlleva a un bajo volumen de compras; y gracias a que son compras pequeñas los proveedores exigen que los pagos sean de contado.

Además las formas de búsqueda de los proveedores es personalmente o mediante información de otros contactos, búsqueda en directorios o asistiendo a ferias que garanticen cierta información.

Algunos factores a tener en cuenta al momento de seleccionar un proveedor son:

- Calidad de los productos
- Confianza
- Plazo de entrega
- Amplitud de surtido(o cantidad de brevas)
- Precio
- Servicio post-venta
- Profesionalidad

Después de analizar estos factores pasamos a realizar el pedido preferiblemente por la distancia entre proveedor y comprador es por medio telefónico, y la forma de pago más utilizada es de “contado”. (Cultura E Medellin, S.F)

- **Amenaza de productos sustitutos**

- Fruta entera o trozada en tajadas de diferentes tamaños, en almíbar suave de su propio zumo. (Slide Share, 2009)
- En otros lugares se contempla que el Higo es el producto sustituto, pues posee parte de sus características.
- Jaleas, mermeladas hechas a base de pasta de breva. (conclusión propia extraída de los productos que venden los supermercados en Londres).

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

- Tener el conocimiento al momento de constituir una sociedad comercial; teniendo en cuenta las ventajas, desventajas o necesidad respecto a la proyección del negocio.
- Conocer proveedores y competidores.
- Análisis del tema financiero e inversión.
- Conocimiento de los distribuidores en el país de destino.
- precios establecidos en el mercado de destino, además de buscar gustos y preferencias por productos Colombianos.
- Tratados y preferencias arancelarias.
- Barreras al ingreso, impuesto y/o certificaciones alimenticias.

4. ANÁLISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

Corto Plazo:

- Promover en los próximos tres meses un posicionamiento de marca y de producto.
- Realizar una planeación logística proyectada en seis meses, mediante el cual se aseguren todos los procesos de exportación para los meses siguientes hasta este término.

Mediano Plazo:

- Estudiar cuales son los volúmenes de venta para este año, y estimarlos para el próximo año.

Largo Plazo:

- Comprobar que gracias a nuestro producto en el término de dos años seremos una fuerte competencia en el mercado de brevas en almíbar.
- Aumentar nuestras ventas en un 5% para el año 2014, logrando así una utilidad y posicionamiento de nuestra marca.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
NOMBRE DEL PRODUCTO	Brevas en Almíbar
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	Producto dulce natural, entero y picado para consumir, conservado en medio acuoso azucarado
NECESIDAD A SATISFACER	llegar con un producto colombiano a su población en el exterior, además de brindar un producto para los extranjeros
USOS DEL PRODUCTO/SERVICIO	ingrediente en comidas, insumo para reposterías y panaderías, acompañante
BENEFICIOS	Esta fruta posee un elevado contenido en agua e hidratos de carbono en forma de glucosa, fructosa y sacarosa, por lo que su valor en calorías es muy alto. También es rica en fibra (2,5 g por cada 100 g), minerales como el potasio (235 mg por 100 g), magnesio (20 mg por 100 g), calcio (38 mg por 100 g), y vitamina C y provitamina A con propiedades antioxidantes. (Natural Medicina, S.F)
DISEÑO/EMPAQUE/DURACION	Envase de vidrio, de 567 gr y 790 gr / vencimiento hasta 12 meses

4.3 El Mercado Meta de los Bienes.

4.3.1 El Mercado Meta

Este producto de acuerdo a sus especificaciones y valores nutricionales debe ser consumido por personas mayores de 2 años y que de acuerdo a las indicaciones de su médico pueda consumir productos con niveles altos de azúcar.

El mercado meta son los colombianos asentados en este país, motivo por el cual a continuación se expresara cuantitativamente la cantidad correspondiente para este caso:

–El total de habitantes de Reino Unido es de 62 millones; la Ciudad con más habitantes es Londres con 7'172.091 personas; Adicionalmente a este valor 90.928 son Colombianos; de los cuales 15.000 viven en Londres.

La principal forma de ingreso a esta Ciudad, son los distribuidores mayoristas, que en este caso son 5 supermercados que manejan a toda la ciudad.

Los productos sustitutos en este país son las Jaleas o mermeladas que tienen un precio (de acuerdo al cálculo de la moda) de EUR 1,35(COP 3437,2126), en base a esto se puede afirmar que la capacidad de compra de nuestro producto sería para un nivel socio-económico medio, para la venta de brevas en almíbar(Golden syrup) según Texco Supermarket es de £1,95 que serían aproximadamente \$6500 (Colombia.com, S.F) (point.click.immigrate London & Middlesex county Canada, S.F) (Wikipedia, 2013) (Google, S.F) (Google, S.F) (Sainsbury's, S.F) (Tesco, S.F) (Poundland, S.F) (ASDA, S.F) (Free currency rates, 2013) (Free currency rates, S.F)

4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

Corto Plazo:

- Ofrecer en una presentación novedosa y lista para el consumo de una fruta exótica.

Mediano Plazo:

- Conocer gustos y hábitos del consumidor extranjeros.

Largo Plazo:

- Dar a conocer en una de las ciudades más importantes (Población) de Reino Unido un producto autóctono, nutritivo, saludable.

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

Por medio de Teresa Arango (familiar) que reside en Londres, y a través de Facebook logramos aplicar una encuesta de 6 preguntas, donde buscábamos analizar que pensaban acerca de nuestro producto, edad del encuestado, aceptación de la empresa y los tamaños que compran habitualmente en otras conservas.

c) Aplicación de los Medios

Esta encuesta se les aplico a 44 personas residentes en Reino Unido, principalmente en Londres y algunas personas de Nottingham, de estas personas 40 eran colombianos y 4 eran nativos.

A 30 personas se les aplico la encuesta a través de Facebook y el restante a través de correo electrónico (Hotmail). La encuesta durante cuatro días iniciando la encuesta el día viernes 13 de septiembre de 2013 y culminó el día 16 de septiembre de 2013.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

El tipo de consumidor: Población entre 18 y 25 años de edad que tiene un hábito de consumo saludable.

Los criterios de compra de los consumidores: Basados en los valores de los diferentes supermercados, hallamos la moda y se dedujo que el precio adecuado para este producto es de EUR 1,35. Estos ciudadanos en cuanto a empaque y el envase del producto, mas no tienen muy presente el precio de este, la forma de pago más utilizada en esta ciudad (deducido de los supermercados y los documentos en la web) es de contado o comprada a través de la web. **(Informe de la Oficina Comercial de Chile en el Reino Unido, 2013)**

La calidad de los productos comprados en esta ciudad es muy alta, ya que se encuentran en un estrato socio económico medio, además estas personas tienen presente la buena atención y el servicio post-venta.

Determinación de la Demanda

Tamaño del segmento del mercado:

- De acuerdo con las respuestas dadas por las 44 personas encuestadas, podemos determinar que nuestro producto tiene mucha aceptación en personas Colombianas logrando un mercado del 75%, basados en esto podemos concluir que estos (90.928) comprarían nuestro producto en los puntos de venta autorizados que estos , aproximadamente 68.196 Colombianos
- Del 100% de Colombianos encuestados residentes en Londres, el 45% consume frutas en conserva por lo menos una vez al mes.
- De 44 personas encuestadas el 68% estaría dispuesto a comprar brevas en almíbar de nuestra empresa Derva S.A.S

Método de Proporciones de demanda:

Población en Londres: 7'172.091 personas

Población colombianos en todo Londres: 1,27%

Colombianos en Londres que podrían comprar nuestro producto: 16,50%

Unidades que comprarían anualmente: 144

Compras de colombianos de brevas en almíbar: 2'164.192,80 unidades compradas por los colombianos anualmente.

Promediando estas unidades por el valor que hemos obtenido de la moda comprarían EUR 2'921.660,28

Demanda futura:

Informamos que al realizar la búsqueda de este indicador en la web, no se obtuvieron resultados al respecto, sin embargo nos hemos remitido a un punto anteriormente desarrollado en este plan de negocios, *tendencias de crecimiento*, que de acuerdo a su histórico indica el crecimiento continuo del sector, por lo tanto tomamos lo anterior como referencia para determinar que en los próximos seis meses el sector tiende a la Alza. De acuerdo con la ANDI el sector terciario para el año 2013 registrará un aumento en ventas del 4,6%.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

		Insumos/Implementos
Proveedores		
	C.I Doña Paula	Maquila y venta de Brevas en almíbar
	Industria La Coruña	Maquila y venta de Brevas en almíbar
	Conservas y Salsas Frutas del Campo	Venta de Brevas en almíbar
	Colombina S. A	Venta de Brevas en almíbar
	C.I la Colina S.A.S	Maquila y Venta de Brevas en Almíbar
	Colombina S.A.S	Arequipe unidades de 8 gramos
Papelería		
	Marión	Todo lo relacionado con los documentos y accesorios de oficina.
	Office Depot	Todo lo relacionado con los documentos y accesorios de oficina.
	Comercializadora Panafargo S.A.S	Todo lo relacionado con los documentos y accesorios de oficina.
	Papelería El Cid	Todo lo relacionado con los documentos y accesorios de oficina.
Tecnología		
	Office Depot	Suministro de todos los equipos tecnológicos necesarios para la oficina.

	Marión	Suministro de todos los equipos tecnológicos necesarios para la oficina.
	PC Madrigal	Suministro de todos los equipos tecnológicos necesarios para la oficina.
	Uno A computadores Colombia S.A.S	Suministro de todos los equipos tecnológicos necesarios para la oficina.
Mobiliario		
	Office Depot	Venta de todos los elementos necesarios para equipar la oficina.
	Marión	Venta de todos los elementos necesarios para equipar la oficina.
	JEP Mobiliari	Venta de todos los elementos necesarios para equipar la oficina.

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

- Analizar cuál es el proveedor más competente en cuanto a calidad del producto.
- Consultar cuál de todos los proveedores ofrece el mejor precio, de acuerdo a las necesidades de la empresa.
- verificar cuales son las formas de pago que brinda cada uno.
- Analizar tiempos de suministro de cada uno de los proveedores para definir tiempos de entrega a los clientes.

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

Gracias a la funcionaria Yuri García de la empresa Arary S.A.S, quien nos suministró la información de los posibles proveedores del producto brevas en almíbar, se procedió a contactar a cada uno de ellos de la siguiente manera:

- A los proveedores Industria La Coruña, Conservas y Salsas Frutas del Campo, Colombina S. A y C.I la Colina S.A.S se les solicitó vía mail cotizaciones.
- A la C.I Doña Paula se le realizó una llamada telefónica mediante la cual se acordó una visita presencial.

El contacto fue la Sra. Astrid Valencia Gómez a quien le realizamos la encuesta y la que nos brindó cotización verbal.

Anexo 2

c) Aplicación de la Medios

Esta encuesta se le aplicó a los 5 posibles proveedores que tenemos para nuestra empresa, a cuatro de ellos se les envió a su mail corporativo y al otro se le realizó visita sus instalaciones.

d) Resultados del estudio de los proveedores

	Proveedores	Insumo	Descripción	Forma de pago	Precio	Tiempo de suministro	Tiempo en el mercado
Proveedores							
	C.I Doña paula	Frascos con brevas en almíbar y Maquila	Ref. 567g / ref. 790g empaque vidrio vida útil 18 meses respectivamente	De contado anticipado	\$4154 / \$5120,33	De 8 a 15 días	50 años de reconocimiento en el mercado
	Colombina	Arequipe en sobres de 8 gramos	Empaque plástico de 8 gramos	De contado	109.11 C/U	8 días	86 años de reconocimiento en el mercado
Papelería							
	Office Depot	Todo lo relacionado con los documentos y accesorios de oficina.	Resma de papel, lapiceros, lápices, marcadores, resaltadores, etc.	De contado	Aprox. \$375900	6 días	27 años de reconocimiento
Tecnología							
	Uno A computadores Colombia S.A.S	Suministró de todos los equipos tecnológicos necesarios para la oficina.	Computador, impresora 12/12, teléfono fax, etc.	De contado	Aprox. \$1375000	3 días	-
Mobiliario							
	Office Depot	Venta de todos los elementos necesarios para equipar la	Mesa para computador, sillas de trabajo, silla de visita, archivador,	De contado	Aprox. \$ 2219100	1 día	27 años de reconocimiento

TESIS-Plan de Negocios

		oficina.	etc.				
--	--	----------	------	--	--	--	--

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

Competidores	Dirección	Tipo de competencia	Producto de competencia
C.I Doña Paula	81 N° 52 D - 107	Marca y Calidad	Brevas en almíbar
Industria La Coruña	Cr54 79 AA SUR-40	Marca y Calidad	Brevas en almíbar
C.I la Colina S.A.S	Carrera. 52 No.79 Sur 30- Bodega No.3	Marca, Precio y Calidad	Brevas en almíbar

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

- Analizar los sistemas de comunicación con sus clientes.
- Realizar un comparativo de precios entre las empresas.
- Comprender que promociones o formas de atracción del cliente tiene cada una.
- Ver cuáles son las formas en que ofrecen su producto, relacionado con presentación, envase y tamaños de venta.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Gracias a la funcionaria Yuri García de la empresa Arary S.A.S, quien nos suministró la información de los posibles competidores del producto brevas en almíbar, se procedió a realizar una encuesta a cada uno de ellos indicaba quien era su competencia y que era lo que esperaba que cada usuario encontrara en su marca. **Anexo 2**

c) Aplicación de la Medios

La investigación de competidores se obtiene mediante una encuesta aplicada a 20 personas (compañeros de la universidad y del trabajo, amas de casa o personas que normalmente hacen el mercado para sus casas); en base a los resultados arrojados se visitaron los diferentes supermercados de la ciudad de Medellín, con el fin de observar los comercializadores de brevas en almíbar más posicionados en el mercado, determinándolos como competidores de nuestro producto. Además la Web fue el medio porque el cual obtuvimos mayor información acerca de

nuestros competidores.

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Competencia	Producto	Posicionamiento	Descripcion	Servicio al cliente	Precio
C.I Doña Paula	Brevas en almíbar	Tiene 50 años de reconocimiento en el mercado	Ref. 567g / ref. 790g empaque vidrio	Servicio de garantía y como valor agregado brindan la llamada post-venta	\$5830

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

Distribuidores	Dirección y Teléfono	Tipo de distribución	Contacto
Supermarket Tesco	Hertfordshire, England (EN8 9SL) y tel.: 1992 632 222	Distribución tercerizada	contact@uk.tesco.com
ASDA	491 Northolt Road Harrow HA2 8EZ y tel: 442082732400	Distribución tercerizada	Arvinder Singh

(Blog spot, S.F)

4.6.2 Distribución a través de terceros.

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

- Se analizó la ubicación demográfica de cada uno de ellos, optando por los que estuviesen más cerca al mercado meta.
- Se tuvo en cuenta la ciudad con más población Colombiana y latinoamericana
- Se analizó el posicionamiento y trayectoria del distribuidor (almacén) en el mercado.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

Se obtuvieron los posibles distribuidores mediante una encuesta realizada a nuestros proveedores, según exportaciones de algunos de sus clientes.

c) Aplicación de la Medios

Encuestas realizadas verbalmente en las empresas de algunos de los proveedores.

d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

Distribuidores	Dirección y Teléfono	Tipo de distribución	Contacto	Precio	Comisiones	Forma de pago
Supermarket Tesco	Hertfordshire, England (EN8 9SL) y tel: 1992 632 222	Distribución tercerizada	contact@uk.tesco.com	A convenir	A convenir	De contado
ASDA	491 Northolt Road Harrow HA2 8EZ y tel: 4420827324 00	Distribución tercerizada	Arvinder Singh	A convenir	A convenir	De contado

4.6.3 Manejo de Inventarios

Derva S.A.S no se dedica a la producción, el manejo de inventarios está a cargo de nuestros proveedores, sin embargo lo consultamos con estos y nos informa que el mínimo tiempo de entrega o de suministro en un pico de demanda sería tres días.

4.6.4 Comunicación

1. Brevas en almíbar
2. El contenido de la etiqueta debe estar en inglés y en español, además de la información que indica la inocuidad del producto para ser comercializado en Londres, el envase del producto debe ser en vidrio para conservar sus características naturales. A continuación reflejamos un bosquejo del posible empaque de nuestro producto:



3. Derva S.A.S(Derivados de la Breva S.A.S)

4. Los colores distintivos de la empresa son el verde, naranjado y amarillo:

- **Verde:** El verde es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura.
- **Anaranjado:** Representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo.
- **Amarillo:** El amarillo sugiere el efecto de entrar en calor, provoca alegría, estimula la actividad mental y genera energía muscular. Con frecuencia se le asocia a la comida. (Web usable, S.F)

4.6.5 Actividades de promoción y divulgación

El producto principalmente será promocionado a través de Facebook, luego pactaremos con nuestro distribuidor para realizar algunas promociones, de muestras gratis y envié de información mediante cadenas masivas a todos los ciudadanos de Londres.

4.7 Precio de los Productos

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

Competencia(Londres)	Valor agregado	Precio Derva S.A.S	Valor agregado
TEXCO Supermarket (\$5.927,719)	Tipo de botella y calidad del producto	\$5.649,6	Adición de arequipe a la venta de cada unidad.

(Loobiz.com, S.F)

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Cuenta	Valor
Total Costos Variables	\$ 13.397.610,0
Total Costos fijos de producción	\$ 0,0
Total Costos fijos de administración	\$ 1.714.436,9
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 2.085.158,0
Costos Totales	\$ 17.197.204,9
Precio del producto en base a los costos	5.732,4

La Empresa después de analizar todas las variables puede concluir que en un término de negociación FOB el precio del producto (sin utilidad) es de \$5.649,6

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

Derva S.A.S después de realizar un análisis en base a todo lo necesario para realizar la maquila del producto, y obteniendo una utilidad del 15% el precio de venta sería de \$6.646.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

		Valor unitario	Valor total
Personal de ventas	3 personas, encargadas de la conexión con personas del exterior y métodos de promoción	\$589.500	\$1'768.500
Publicidad	Página Web(económica) y redes sociales	\$390.000 y \$59.990	\$449.990
Transporte	Este es el subsidio de transporte que la empresa brinda para cumplir la labor de venta	\$70.500	\$211.500
Costos de empaque	Etiqueta del empaque con toda la información requerida y un envase de vidrio para conservas	\$120 pesos y \$1500	\$4'860.000
Total			\$7'289.990

(2 web agencia de marketing y publicidad en internet, S.F) (Tus clicks, S.F) (distribuidora cordoba, S.F)

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

Riesgos:

- La presencia de competidores altamente posicionados en el mercado, debido a su experiencia y captación de clientes a los largo de los años, lograda gracias a él sabor, calidad, servicio y compromiso con cada uno de sus productos y sus clientes; podría ser uno de los mayores riesgos al que se vería enfrentado DERVA S.A.S.
- El posicionamiento de la marca sería otro de los retos para DERVA S.A.S.

Oportunidades:

- Favorece a la empresa el alto índice de colombianos y latinoamericanos radicados en el Reino unido; esta población es la inicialmente se pretende captar.
- Lograr que extranjeros conozcan algunos aperitivos propios de Colombia en este caso las brevas en almíbar, teniendo a favor abiertos a probar nuevos alimentos.

4.10 Plan de ventas

De acuerdo a lo investigado se planea realizar un contrato de venta el cual quedara de la siguiente manera:

- El primer envío será de 3000 unidades de 567g a un precio promedio de \$6.646, y luego de acuerdo a la aceptación del consumidor podría aumentar a 5000 unidades al mismo precio.

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

Derva S.A.S no es un productor directo, el objeto de ésta es la comercialización de brevas en almíbar, obtenidas de proveedores que se encargan de realizar el proceso de maquila con nuestra marca.

- Observar el mercado inglés (Londres), conocerlo y poder cumplir en un periodo inferior a 7 meses, con los estándares de calidad requeridos para ingresar a dicho mercado.
- Lograr en el primer año a través de nuestros dos distribuidores ser promocionados y posicionados en el mercado, alcanzando reconocimiento en nuestro público objetivo.
- Ampliar nuestra red de distribución, logrando llegar con nuestro producto a los almacenes de cadenas, buscando cada día estar lo más cerca posible de nuestros clientes.

5.2 Descripción del proceso de producción

- Derva S.A.S en el momento tiene preseleccionados los siguientes tres proveedores de maquila, C.I Doña Paula, C.I La Colina, Macedonia (Qbco). Seleccionando cualquiera de los mencionados anteriormente, el proceso será igual.
- Derva S.A.S es el encargado de diseñar y suministrar la etiqueta al proveedor de maquila.
- Se debe tener claro cuáles serán las cantidades de producto, el tamaño, y el tipo de envase, para definir qué cantidades y tipos de etiquetas se deben entregar al proveedor.
- Es de aclarar que los dos procesos se realizan dentro de las mismas instalaciones, por lo tanto los productos salen del área de producción e inmediatamente pasan al área de maquila (etiquetado de envase).

5.3 Capacidad de producción

Derva S.A.S se dedica a la comercialización de brevas en almíbar y no a la producción de estas, sin embargo se consultó con nuestro proveedor su capacidad de producción; y su respuesta fue que en un mes produce 10.000 unidades (en el segundo semestre del año), respecto a nuestro proveedor de maquila no tiene ningún inconveniente y está en la capacidad de cumplir con la producción.

La capacidad de entrega y/o comercialización de Derva S.A.S depende directamente de la capacidad de producción de nuestros proveedores.

5.4 Plan de Producción

Como se menciona anteriormente nuestra empresa no es productora.

Se planea gracias a la información que nos brindó nuestro proveedor, que la primera solicitud de brevas en almíbar, será de 3000 unidades, y como fecha mínima será de entrega será 8 a 15 días.

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

Derva S.A.S ha contrato con Inversiones la Palma, el alquiler de un local ubicado en la zona Industrial de Belén el cual se adecuará como nuestra oficina; el contrato fue por termino de un año

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

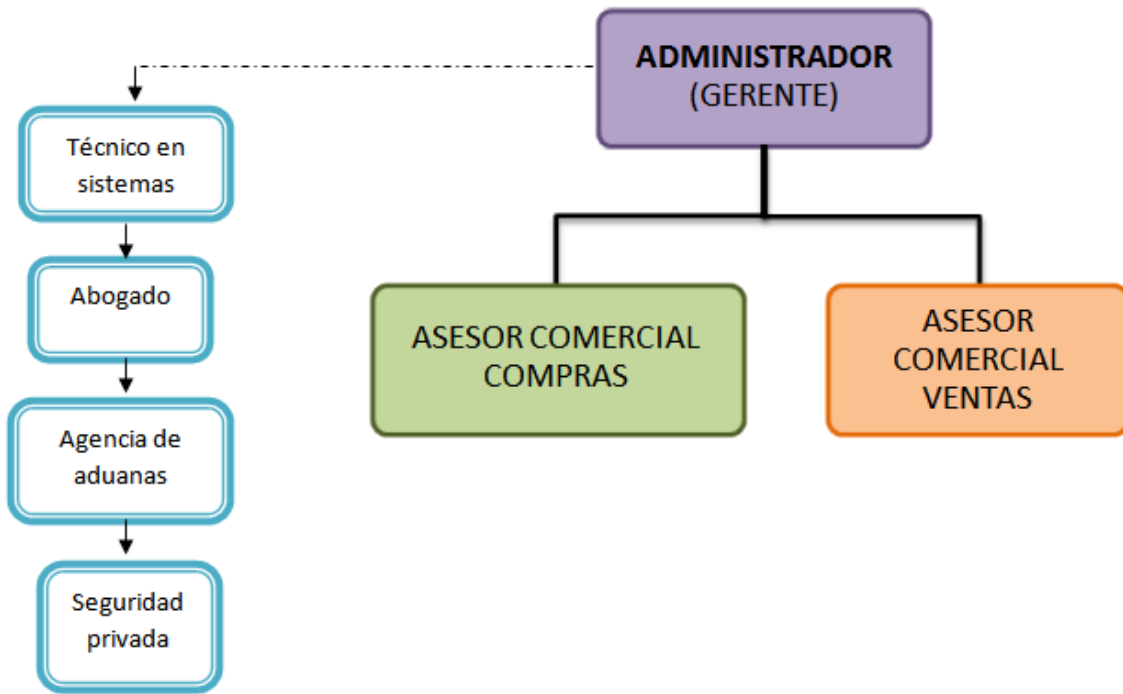
Área de la empresa	¿Qué hace?	¿Cómo?	¿Dónde?	¿En cuánto tiempo?
Administrativa	<p>Esta área tiene como función principal llevar a cabo la planificación estratégica de la empresa (definir misión, visión, políticas, establecer objetivos, estrategias y técnicas para conseguir las metas)</p> <p>el administrativa se encarga de manejar los recursos (nomina, inversiones, mercadeo y publicidad, etc.).</p>	<p>Liderando proyectos, creando nuevas estrategias de venta, realizando una buena selección de personal, proveedores, clientes, etc.</p>	<p>En las instalaciones de la empresa</p>	<p>3 meses</p>
Comercial	<p>Esta área se compone por la sección de compras y ventas:</p> <p>Ventas: en esta sección se encargan de la búsqueda de nuevos clientes, es el área de concretar las negociaciones y son los que tienen contacto directo con los clientes en el exterior.</p> <p>Compras: en esta sección se encargan de buscar proveedores tanto de producto como de maquila, son los encargados de negociar los precios y las cantidades, además de planear todo el proceso logístico.</p>	<p>Ventas: Del país elegido para ingresar con nuestro producto, se realiza un listado de los posibles clientes con toda la información posible de cada uno, ventajas y desventajas; se contactan y se envían muestras para la aprobación del producto y una posible negociación.</p> <p>Compras: se realiza un listado de los posibles proveedores; se contactarán los más atractivos y se les realizará visita en sus instalaciones para observar sus procesos de producción y definir con cual(es) de ellos se concretarán negociaciones.</p>	<p>Al interior de la empresa y en las posibles empresas que se definan como clientes potenciales y/o proveedores.</p>	<p>Ventas: 2 meses</p> <p>Compras: 1 mes</p>

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Actividad	Proveedor	Costo	Especificación
Técnico en sistemas	PC Madrigal	\$250.000	Esta entidad será la encargada de realizar toda la parte de actualización y mantenimiento de los equipos tecnológicos.
Abogado	Albeiro Lotero	\$300000.	Esta persona será la encargada de realizar todas las funciones legales de la empresa.
Agencia de Aduana	Mariano Roldan	Este valor está de acuerdo a la cotización enviada por el gerente de esta entidad (Mauricio Palacio). Anexo 5	Esta entidad será la encargada de realizar todos los procedimientos ante cada una de las respectivas empresas encargadas de velar por las importaciones y/o exportaciones de Colombia.
Seguridad privada	AVIZIB	\$158.000	Esta entidad se encargara de velar por la seguridad de nuestra empresa.

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Cargo	Descripción del cargo	Perfil del cargo	funciones	Estudios académicos
Administrador	Ejecutar los procesos administrativos del área, aplicando las normas y procedimientos definidos, elaborando documentación necesaria, revisando y realizando cálculos, a fin de dar cumplimiento a cada uno de esos procesos, lograr resultados oportunos y garantizar la prestación efectiva del servicio.	<p>Educación: Tecnólogo Administrativo</p> <p>Experiencia: seis meses</p> <p>Conocimientos: Computación básica, inglés medio, Retención de Impuesto Sobre la Renta,</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Establecer los objetivos organizacionales, metas, parámetros, etc. – Planificar proyectos empresariales – Dirigir los objetivos empresariales – Verificar que los parámetros ya planeados se lleven a cabo. 	Tecnólogo en administración de empresas
Comercial	<ul style="list-style-type: none"> – Conocer acertadamente los productos y servicios de la organización. – Asesorar de manera real y objetiva a los clientes y sus necesidades. – Mantener un continuo contacto con los clientes. – Mantener una búsqueda constante de nuevos clientes y mercados – Responsabilizarse del recaudo de cartera de los 	<p>Educación: Tecnólogo en Administración de empresas, Mercadeo y publicidad, comunicación, ingenierías</p> <p>Experiencia: seis meses</p> <p>Conocimientos: Computación básica, inglés</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Ventas y cobranzas – Visitar a todos los clientes – Diligenciar formularios y procedimientos – Mantener los clientes informados – Asesoría técnica, comercial a los clientes. 	Tecnólogo en Administración de empresas, Mercadeo y publicidad, comunicación, ingenierías

	clientes –Confirmar con el cliente el recibo de la mercancía, la calidad del material el servicio prestado y resolver cualquier inquietud que pueda tener.	medio,	–Preparar las rutas	
--	---	--------	---------------------	--

(universidad de los Andes, S.F) (Club en Ensayos, S.F)

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

Derva S.A.S planea contratar con Inversiones la Palma, el alquiler de un local de $60m^2$, ubicado en la zona Industrial de Belén, el valor mensual a pagar es de \$812.000.

Termino de contrato: tiempo 1 año.







6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Articulo	Descripcion	Cantidad	proveedor	Precio
Escritorio	“L” en vidrio/metal 150*150 m	3	Office Depot	1139700
Sillas de trabajo	Silla gerencial negro gris silla ejecutiva de malla gris con negro, estrella y brazos cromados.	3	Office Depot	657000
Sillas de visita	silla visitante cs-090	4	Office Depot	639600
Archivador	archivador de 4 gavetas gris	1	Office Depot	549900
Software	Plataforma que permita diligenciar cotizaciones, facturas, y demás operaciones comerciales	1	PC Madrigal	2000000

(Office Depot, S.F)

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Articulo	Descripcion	Cantidad	Proveedor	Precio
Resma de papel	apel facia mtf verde 75 gra carta resma 500 hojas	3	Office Depot	44700
Lapiceros	bolígrafo tinta negra cristal bic b/4	10	Office Depot	25000
Borradores	borrador technic 300 bl x 3	10	Office Depot	33000
Repuestos de portaminas	minas 0.7mm hb blister x 2 faber- castell	10	Office Depot	23000
Resaltadores	Resalt. major accent rosad tx1	5	Office Depot	9000
Portaminas	portaminas 0,7 mirado x3	10	Office Depot	31500
Colbón	pegante barra pega stic® 10gr	2	Office Depot	5000
Regla	regla plana 30 cms r- 521 pelikan estuche x1	3	Office Depot	8100
Marcadores	minimarcador permanente od surtido bl/5	5	Office Depot	20000
Corrector	lapiz corrector berol tx1	3	Office Depot	8700

(Office Depot, S.F)

6.3.4 Requerimientos de servicios.

Nombre	Entidad	Valor
Servicio públicos	EPM	\$200.000
Vigilancia	AVIZIB (Asociación de vigilantes de la zona industrial de Belén)	\$158.000
Internet y Telefonía	UNE	\$150.000
Mantenimiento	PC Madrigal	\$250.000

6.3.5 Requerimientos de personal

Cargo	Perfil Personal	Salario	Actividades	Contrato	prestaciones	Total a pagar funcionarias
Administrador	<ul style="list-style-type: none"> - Respetuoso y cordial en sus relaciones laborales - Responsable y cuidadoso con los materiales a su cargo - Dispuesto a la actualización y capacitación - Eficiente y eficaz en el ejercicio de sus funciones - Comprometido con los planes y proyectos institucionales - Reflexivo, dinámico y de calidad en todas las actividades inherentes a su cargo. - Oportuno en el uso de 	589500	<ul style="list-style-type: none"> - Intervenir los objetivos a desarrollar. - Desarrollar proyectos, programas y planes de negocio. - Evaluar la calidad y la ejecución de los proyectos. - Conducir la producción, logística y comercialización de bienes. 	Un año	282579	872079

	los recursos de la tecnología, para su progreso y el de la institución.					
Comercial	<ul style="list-style-type: none"> - Excelentes cualidades comunicativas - Persistente - Organizado - Conocimiento de lo que va a ofrecer - Puntual - Excelente lenguaje y forma de hablar - Asertivo - Sabe escuchar - Servicial y humano - Emprendedor - Organizado - Constante para aprender y renovarse 	589500	<ul style="list-style-type: none"> - Confirmar con el cliente recibo de mercancía. - Mejora continua encaminada al cliente. - Realizar investigación de mercados. - Cumplir metas establecidas por la empresa. 	Un año	282579	1744158

(Institucion Educativa Jose Maria Cordoba, S.F) (Garcia P., S.F)

6.4 Programa de administración

Pre operativas:

- Alquiler del local
- Adquisición de muebles y enseres
- Contratación de personal
- Contratación de los servicios públicos

Operativas:

- Selección y contratación de proveedor
- Solicitud de Resolución de Facturación ante la DIAN.
- Requisito de etiqueta con toda la información necesaria.

Actividades	Días																														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Alquiler de local	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Adquisición de muebles y enseres																■	■	■	■	■											
Contratación de los servicios públicos																■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Selección y contratación de proveedor																■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Solicitud de resolución de facturación ante la DIAN																															

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

El tipo de sociedad más adecuada para la empresa es la: Sociedad por Acciones Simplificada, porque por medio de esta la empresa se puede constituir por una o varias personas, quienes serán responsables solo hasta el monto de la inversión inicial.

Además esta sociedad por naturaleza siempre será comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. (SENA, S.F)

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

- Para registrar la empresa primero se debe consultar el nombre, esto se realiza en la página web de Cámara de Comercio de Medellín(camaramedellin.com); como lo resaltamos en los aspectos generales (nombre de la empresa), no hay organizaciones con el nombre Derva S.A.S, motivo por el cual procedemos con los siguientes pasos para el registro legal.(no tiene costo)
- Registrar el código CIU. Para DERVA S.A.S el código correspondiente a su actividad es **0163**, y se llama actividades posteriores a la cosecha.(no tiene costo)
- Uso del suelo(no tiene costo)
- Matricula Mercantil, tiene un costo correspondiente a su valor de nuestro valor suscrito es de treinta millones (30.000.000) se debe pagar \$437.700.
- La empresa por ser una entidad con menos de 10 trabajadores y con activos inferiores a 500 SMMLV, debe realizar una Escritura Pública que tiene un valor de \$234.000 (notaría séptima), y este documento se demora tres días mientras se hace todo el proceso de firmas, copias, envíos.
- Descargar el formulario del registro único tributario, donde se debe diligenciar y enviar a la DIAN con el fin de que le aprueben su RUT.

A los documentos mencionados anteriormente debe adjuntar la cedula de quien realiza el trámite y todos los documentos mencionados anteriormente.

Además si es un importador ocasional, requiere que se presente pruebas de una cuenta corriente o una cuenta de ahorros con fecha de expedición no mayor a un mes (1). (**Dirección de Impuesto y Aduanas Nacionales, 2013**) No tiene costo.

Después de cumplidos los anteriores pasos en Cámara de Comercio, la empresa obtendrá

- Registro Mercantil
- Asignación de NIT
- Matricula de Industria y Comercio
- Notificación de apertura del establecimiento a Planeación Municipal
- Registro Mercantil y/o Certificado de Existencia y representación Legal.

Una vez constituida la empresa, el(los) propietario(s) de la misma deben realizar una serie de gestiones que garanticen el legal funcionamiento de su establecimiento.

- El registro mercantil se debe renovar cada año entre el 1° de enero y el 31 de marzo, ante Cámara y Comercio.
- Ante la DIAN se debe solicitar la autorización para numeración de facturación, este proceso lo hace el(los) propietario(s) de la empresa, presentando los documentos de cámara y comercio, RUT, y cedula de ciudadanía. Además de llenar un formulario donde especifique cómo será el tipo de facturación (manual, pre impreso, formato prediseñado para computador, hoja en blanco, etc.)
- Declaración y presentación de declaraciones tributarias, esto se debe hacer bimestralmente donde se le informa a la DIAN todos los impuestos de valor agregado (IVA) recaudados en un periodo de dos meses.
- Declaración de industria y comercio: ante cada municipio respectivo (secretaria de hacienda) la empresa debe mediante una declaración privada informar sobre los ingresos brutos del año inmediatamente anterior, esto con a fin de que la subsecretaria actualice el impuesto facturado.
- Tramites de seguridad social
 - Inscribir la empresa ante administradora de riesgos laborales

- Sistema de seguridad social, de pensiones, de cesantías.
- Programa de seguridad industrial
- Aportes parafiscales
 - SENA
 - ICBF
 - Caja de compensación familiar
- Certificado sanitario, este documento lo debe diligenciar toda empresa que sea productora o exportadora de alimentos para consumo humano.
- Visto bueno seguridad a establecimientos públicos y comerciales, este procedimiento se hace mediante una carta que se envía al cuerpo oficial de bombero (guayabal) en el que se dan todas las especificaciones del local comercial, tiene un costo de \$75.000

A continuación se espera respuesta de esta entidad.

Ante Industria y comercio se debe registrar la marca y el lema, esto se hace mediante un formato expedido por la SIC, que se debe diligenciar completamente y en el que queda (después de todo el proceso) registrado su nombre y lema comercial. Para que en ningún otro lugar de Colombia le pueda falsificar o copiar su empresa. El valor por este registro de marca y lema es de \$640.000.

- Licencia de sanidad, este es un certificado que expide el INVIMA mediante el cual afirman que su establecimiento se encuentra en óptimas condiciones para desempeñar la labor que piensa gestionar, el valor de este procedimiento es de 3154630, adicional este valor se debe pagar en cualquier banco Davivienda del país, su número de cuenta.
- Para la obtención de la licencia sanitaria ante la secretaria de salud se debe diligenciar el campo “Desea solicitar el certificado sanitario” contenido en el formulario anexo de la Cámara de Comercio, el cual debe diligenciarse en el momento de presentar el formulario de matrícula en la Cámara Comercio, este documento tampoco tiene algún costo.
(Camara de Comercio, S.F)

Por motivos de liquidez se ha decidido no registrar la organización como Comercializadora

Internacional, ya que se necesita tener unos activos muy grandes y además constituir un seguro como garantía ante la DIAN.

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

Derva S.A.S es una organización que cuenta con \$437.700 para su registro mercantil; sin embargo la organización debe hacer un préstamo para cumplir con todo el monto necesario para ejecutar este proyecto.

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

Entidad	Davienda
Monto total	\$ 63.830.105
fecha de desembolso	05 noviembre de 2013
Destinación	Libre inversión
Tasa de interés	2.29%
Plazo(meses)	60
Cuota de amortización	\$1.967.427

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas		Participacion del total Ventas
Brevas en Almibar Termino de Negocio	\$ 19,938,000.0	100.00%

Los ingresos propios para Derva S.A.S con un término de negociación FOB y vendiendo 3000 unidades de su producto brevas en almíbar en un periodo de 1 mes seria de \$19'938.000,0, entonces de acuerdo con esto se puede afirmar que tendrían liquidez para cubrir con sus obligaciones.

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Activos fijos	Pre-operativos	Capital de trabajo	Total inversión exigible	Capital disponible
\$7.111.200	\$6.309.830	\$50.846.775	\$64.267.805	\$437.700

Derva S.A.S para cubrir sus activos fijos (equipos de informática, muebles y enseres) necesita \$7.111.200; para sus procesos pre-operativos (constitución y registro, salarios, escritura pública, etc.) necesita \$6.309.830; y además como capital de trabajo (días para cubrir los costos variables y fijos, ventas y el pago a los proveedores) necesita \$50.846.775, de esta manera llegando a una inversión total de \$64.267.805. Se planea solicitar un préstamo con el banco Davivienda por valor de \$64'574.945, ya que Derva S.A.S dispone de \$437.700.

8.2.2.2 Costos

Precios estimados a un mes con producción de 3000 unidades			
Costos fijos	Valor	Costos variables	valor
salarios	\$1'768.500	Etiqueta	\$360.000
Papelería	\$208.000	Maquilado del producto termino FOB	\$12.462.000
Mantenimiento	\$250.000	Valor agregado (arequipe)	\$327.330
Varios	\$158.000		
imprevistos	\$155.858		
Publicidad y comercialización	\$37.500		
Gastos de viaje y representación	\$162.500		
Total	\$ 2'740.358	Total	\$13'149.330

8.2.2.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

Gastos legales	valor
Constitución y registro	\$437.700
Escritura Pública(menos de 10 trabajadores)	\$234.000
Registro Invima	\$ 3.154.630
Gastos de registro	\$640.000
Salarios	\$ 1768500
Total	\$5.658830

Gastos Distribución y Ventas

Gastos de distribución y venta	
Ítems	Valor
Salarios	\$1.179.000
Prestaciones	\$706.158
Publicidad y Mercadeo	\$37.500
Gastos de viaje y representación	\$650.000
Total	\$2.572.658

Gastos Amortización de diferidos

En los activos fijos la depreciación se realiza de acuerdo a la vida útil de cada elemento, en este caso por valor total de \$139.468,3, por otro lado para los gastos pre-operativos de acuerdo a la ley se debe amortizar a 60 meses, y como gasto mensual se descontara un total de \$105.163,8, esta teoría se plantea con el fin de que a futuro cada organización recupere ciertos valores invertidos para la constitución de su empresa.

8.2.2.4 Gastos Financieros

J	Cuota Prestamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 63,830,105
1	\$ 1,967,427	\$ 1,461,709	\$ 505,717	\$ 63,324,387
2	\$ 1,967,427	\$ 1,450,128	\$ 517,298	\$ 62,807,089
3	\$ 1,967,427	\$ 1,438,282	\$ 529,144	\$ 62,277,945
4	\$ 1,967,427	\$ 1,426,165	\$ 541,262	\$ 61,736,683
5	\$ 1,967,427	\$ 1,413,770	\$ 553,657	\$ 61,183,026
6	\$ 1,967,427	\$ 1,401,091	\$ 566,335	\$ 60,616,691
7	\$ 1,967,427	\$ 1,388,122	\$ 579,305	\$ 60,037,386
8	\$ 1,967,427	\$ 1,374,856	\$ 592,571	\$ 59,444,816
9	\$ 1,967,427	\$ 1,361,286	\$ 606,140	\$ 58,838,675
10	\$ 1,967,427	\$ 1,347,406	\$ 620,021	\$ 58,218,654
11	\$ 1,967,427	\$ 1,333,207	\$ 634,220	\$ 57,584,434
12	\$ 1,967,427	\$ 1,318,684	\$ 648,743	\$ 56,935,691
13	\$ 1,967,427	\$ 1,303,827	\$ 663,599	\$ 56,272,092
14	\$ 1,967,427	\$ 1,288,631	\$ 678,796	\$ 55,593,296
15	\$ 1,967,427	\$ 1,273,086	\$ 694,340	\$ 54,898,956
16	\$ 1,967,427	\$ 1,257,186	\$ 710,241	\$ 54,188,715
17	\$ 1,967,427	\$ 1,240,922	\$ 726,505	\$ 53,462,210
18	\$ 1,967,427	\$ 1,224,285	\$ 743,142	\$ 52,719,068
19	\$ 1,967,427	\$ 1,207,267	\$ 760,160	\$ 51,958,908
20	\$ 1,967,427	\$ 1,189,859	\$ 777,568	\$ 51,181,340
21	\$ 1,967,427	\$ 1,172,053	\$ 795,374	\$ 50,385,966
22	\$ 1,967,427	\$ 1,153,839	\$ 813,588	\$ 49,572,378
23	\$ 1,967,427	\$ 1,135,207	\$ 832,219	\$ 48,740,158
24	\$ 1,967,427	\$ 1,116,150	\$ 851,277	\$ 47,888,881
25	\$ 1,967,427	\$ 1,096,655	\$ 870,771	\$ 47,018,110
26	\$ 1,967,427	\$ 1,076,715	\$ 890,712	\$ 46,127,398
27	\$ 1,967,427	\$ 1,056,317	\$ 911,109	\$ 45,216,288
28	\$ 1,967,427	\$ 1,035,453	\$ 931,974	\$ 44,284,315
29	\$ 1,967,427	\$ 1,014,111	\$ 953,316	\$ 43,330,999
30	\$ 1,967,427	\$ 992,280	\$ 975,147	\$ 42,355,852
31	\$ 1,967,427	\$ 969,949	\$ 997,478	\$ 41,358,374
32	\$ 1,967,427	\$ 947,107	\$ 1,020,320	\$ 40,338,054
33	\$ 1,967,427	\$ 923,741	\$ 1,043,685	\$ 39,294,369
34	\$ 1,967,427	\$ 899,841	\$ 1,067,586	\$ 38,226,783
35	\$ 1,967,427	\$ 875,393	\$ 1,092,033	\$ 37,134,750
36	\$ 1,967,427	\$ 850,386	\$ 1,117,041	\$ 36,017,709
37	\$ 1,967,427	\$ 824,806	\$ 1,142,621	\$ 34,875,088
38	\$ 1,967,427	\$ 798,640	\$ 1,168,787	\$ 33,706,300
39	\$ 1,967,427	\$ 771,874	\$ 1,195,552	\$ 32,510,748
40	\$ 1,967,427	\$ 744,496	\$ 1,222,931	\$ 31,287,817
41	\$ 1,967,427	\$ 716,491	\$ 1,250,936	\$ 30,036,881
42	\$ 1,967,427	\$ 687,845	\$ 1,279,582	\$ 28,757,299
43	\$ 1,967,427	\$ 658,542	\$ 1,308,885	\$ 27,448,415
44	\$ 1,967,427	\$ 628,569	\$ 1,338,858	\$ 26,109,557
45	\$ 1,967,427	\$ 597,909	\$ 1,369,518	\$ 24,740,039
46	\$ 1,967,427	\$ 566,547	\$ 1,400,880	\$ 23,339,159
47	\$ 1,967,427	\$ 534,467	\$ 1,432,960	\$ 21,906,199
48	\$ 1,967,427	\$ 501,652	\$ 1,465,775	\$ 20,440,424
49	\$ 1,967,427	\$ 468,086	\$ 1,499,341	\$ 18,941,083
50	\$ 1,967,427	\$ 433,751	\$ 1,533,676	\$ 17,407,407
51	\$ 1,967,427	\$ 398,630	\$ 1,568,797	\$ 15,838,610
52	\$ 1,967,427	\$ 362,704	\$ 1,604,723	\$ 14,233,887
53	\$ 1,967,427	\$ 325,956	\$ 1,641,471	\$ 12,592,417
54	\$ 1,967,427	\$ 288,366	\$ 1,679,060	\$ 10,913,356
55	\$ 1,967,427	\$ 249,916	\$ 1,717,511	\$ 9,195,845
56	\$ 1,967,427	\$ 210,585	\$ 1,756,842	\$ 7,439,003
57	\$ 1,967,427	\$ 170,353	\$ 1,797,074	\$ 5,641,930
58	\$ 1,967,427	\$ 129,200	\$ 1,838,227	\$ 3,803,703
59	\$ 1,967,427	\$ 87,105	\$ 1,880,322	\$ 1,923,381
60	\$ 1,967,427	\$ 44,045	\$ 1,923,381	\$ 0

En esta tabla podemos observar un préstamo de \$ 63'830.105(muebles, enseres, constitución de la empresa, entre otros), basados en una tasa del 2,29% a un periodo de 60 meses aprobado por Davivienda; procedemos a aplicar la fórmula adecuada para esto y podemos determinar que la cuota mensual para cumplir con esta obligación en el tiempo ya mencionado es de \$1'967.427.

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 242,784,000	\$ 265,120,128	\$ 289,511,180	\$ 316,146,208	\$ 345,231,660
- Costos variables		\$ 157,791,960	\$ 162,525,719	\$ 167,401,490	\$ 172,423,535	\$ 177,596,241
- Costos fijos		\$ 45,595,139	\$ 46,962,993	\$ 48,371,883	\$ 49,823,039	\$ 51,317,730
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 20,573,243	\$ 21,190,440	\$ 21,826,153	\$ 22,480,938	\$ 23,155,366
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 25,021,896	\$ 25,772,553	\$ 26,545,729	\$ 27,342,101	\$ 28,162,364
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 2,935,586	\$ 2,935,586	\$ 2,935,586	\$ 2,935,586	\$ 2,935,586
- Intereses Credito		\$ 0	\$ 14,562,311	\$ 11,737,949	\$ 8,031,836	\$ 3,168,697
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 36,461,315	\$ 38,133,519	\$ 59,064,272	\$ 82,932,212	\$ 110,213,405
- Impuestos	\$ 0	\$ 12,032,234	\$ 12,584,061	\$ 19,491,210	\$ 27,367,630	\$ 36,370,424
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 24,429,081	\$ 25,549,458	\$ 39,573,062	\$ 55,564,582	\$ 73,842,981
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 2,935,586	\$ 2,935,586	\$ 2,935,586	\$ 2,935,586	\$ 2,935,586
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 63,830,105	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 55,971,593
Préstamos	\$ 63,830,105					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 57,228,493
Valor de Salvamento						-\$ 1,256,900
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 64,267,805	\$ 1,525,403	\$ 10,617,975	\$ 13,489,473	\$ 17,244,134	\$ 20,440,424
Activos Fijos	\$ 7,111,200					
Pago Credito (Capital)		\$ 0	\$ 9,046,810	\$ 11,871,172	\$ 15,577,285	\$ 20,440,424
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 6,309,830					
Capital de Trabajo	\$ 50,846,775	\$ 1,525,403	\$ 1,571,165	\$ 1,618,300	\$ 1,666,849	
FLUJO DE CAJA	-\$ 437.700	\$ 23.820.748	\$ 15.568.576	\$ 26.647.435	\$ 38.805.778	\$ 110.638.057

De acuerdo con el cuadro anterior la organización cuenta (dinero propio) con \$437.700 y se representa en forma negativa por ser la inversión, pero dentro de 5 años esta empresa contará con un valor positivo lo que indica que a futuro tendrán más ingresos que egresos y demuestra la liquidez en cuanto a dinero se refiere.

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

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	20,232,000	20,232,000	20,232,000	20,232,000	20,232,000	20,232,000	20,232,000	20,232,000	20,232,000	20,232,000	20,232,000	20,232,000
- Costo Variables	13,149,330	13,149,330	13,149,330	13,149,330	13,149,330	13,149,330	13,149,330	13,149,330	13,149,330	13,149,330	13,149,330	13,149,330
- Costos Fijos Producción	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Gastos Depreciación	139,468	139,468	139,468	139,468	139,468	139,468	139,468	139,468	139,468	139,468	139,468	139,468
= Utilidad Bruta en Ventas	6,943,202	6,943,202	6,943,202	6,943,202	6,943,202	6,943,202	6,943,202	6,943,202	6,943,202	6,943,202	6,943,202	6,943,202
- Costos fijos de Administración	1,714,437	1,714,437	1,714,437	1,714,437	1,714,437	1,714,437	1,714,437	1,714,437	1,714,437	1,714,437	1,714,437	1,714,437
- Costos Fijos de Ventas y Distribución	2,085,158	2,085,158	2,085,158	2,085,158	2,085,158	2,085,158	2,085,158	2,085,158	2,085,158	2,085,158	2,085,158	2,085,158
- Amortización de diferidos	105,164	105,164	105,164	105,164	105,164	105,164	105,164	105,164	105,164	105,164	105,164	105,164
= Utilidad Operativa	3,038,443	3,038,443	3,038,443	3,038,443	3,038,443	3,038,443	3,038,443	3,038,443	3,038,443	3,038,443	3,038,443	3,038,443
+ 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	3,038,443	3,038,443	3,038,443	3,038,443	3,038,443	3,038,443	3,038,443	3,038,443	3,038,443	3,038,443	3,038,443	3,038,443
- Impuestos	1,002,686	1,002,686	1,002,686	1,002,686	1,002,686	1,002,686	1,002,686	1,002,686	1,002,686	1,002,686	1,002,686	1,002,686
= UTILIDAD NETA	2,035,757	2,035,757	2,035,757	2,035,757	2,035,757	2,035,757	2,035,757	2,035,757	2,035,757	2,035,757	2,035,757	2,035,757
- Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidades no Repartidas	2,035,757	2,035,757	2,035,757	2,035,757	2,035,757	2,035,757	2,035,757	2,035,757	2,035,757	2,035,757	2,035,757	2,035,757
Utilidades no Repartidas Acumuladas	2,035,757	4,071,514	6,107,270	8,143,027	10,178,784	12,214,541	14,250,297	16,286,054	18,321,811	20,357,568	22,393,324	24,429,081

Después de cumplir con todas las obligaciones de costos y gastos mensuales y adicional a esto con los requerimientos legales llegamos a la conclusión que tenemos como utilidad neta para el mes 12 de \$2'035.757

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

Valor Presente Neto	45.626.204
---------------------	------------

Dentro de 5 años la compañía podría estar brindando un flujo de caja positivo, similar al del cuadro anterior, esto se traduce en que si ejecutan este proyecto tal y como se tiene planeado podría llegar a consolidarse económicamente hablando. Por ende permitirá recuperar la inversión y generarnos una ganancia significativa.

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno	5408,88%
-------------------------	----------

La TIR indica que dentro de 5 años la empresa estaría rentando el 5408,88%, Además la rentabilidad del sector comercial es del 3,85% y este proyecto estaría muy por encima de ese valor, entonces se puede afirmar que la compañía sería muy sólida a futuro.

8.4.3 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Cambio Porcentual en las Ventas	-1.00%
Tasa de Retorno	3.85%
Valor Presente Neto	45,566,785
Tasa Interna de Retorno	1729.87%

Derva S.A.S en cuanto a su disminución en ventas solo resiste el 1% como se puede observar en el cuadro anterior, es decir que solo puede dejar de producir mensualmente 30 unidades, llegando a una producción total de 2970 unidades; porque de lo contrario la organización empezaría a registrar pérdidas provocando su expulsión del mercado

Por otro lado si esta empresa aumenta su producción en un 10% como se mostrará en el siguiente cuadro:

Cambio Porcentual en las Ventas	10.00%
Tasa de Retorno	3.85%
Valor Presente Neto	48,927,015
Tasa Interna de Retorno	39.23%

De acuerdo con esto Derva S.A.S aumentaría su producción en 3300 unidades mensuales y esto le generaría un VPN muy alto y una TIR interesante, por consiguiente dentro de 5 años tendría un flujo de caja por valor de \$66'283.006.

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Cambio Porcentual en el Precio	-26.00%
Tasa de Retorno	3.85%
Valor Presente Neto	1,194,160
Tasa Interna de Retorno	4.39%

De acuerdo con el cuadro anterior, Derva S.A.S resiste una disminución en precios de hasta un 26%, dando VPN y una TIR positiva como se puede observar, esto indica que es una empresa con un sector que brinda muchas oportunidades y además una solidez económica muy fuerte.

Por otro lado rebajando los precios en un 27% la empresa arrojaría un valor que podrían afectarla económicamente, como lo es el VPN; esto lo indica el siguiente cuadro.

Cambio Porcentual en el Precio	-27.00%
Tasa de Retorno	3.85%
Valor Presente Neto	- 721,261
Tasa Interna de Retorno	3.53%

Cuando se intentó bajar el precio hasta un 27% el valor fue de -\$721.261, entonces no sería muy atractivo para la compañía.

Por otro lado y ahondando más en la resistencia económica de la compañía se nota que la TIR resiste una disminución en el precio de hasta un 31%(con un retorno del 0,42%), pero para que la empresa sea sólida y pueda brindar la utilidad requerida se necesita que ambos valores estén positivos, motivo por el cual se ha decidido que llegado un momento de crisis solo pueden disminuir los precios hasta un 26% como se mencionó anteriormente.

INFORMACIÓN FINANCIERA

De acuerdo con DANE el IPC para el año 2011 fue de 3,73, al año siguiente fue del 2,44, una disminución de -1,29, además apoyados de varios periódicos con mucha experiencia en la materia como dinero, el colombiano, entre otros; opinan que el porcentaje de indicador no superara el 3%, y de acuerdo con esto el periódico Universal realizo una publicación donde indicaba que la inflación del 2014 estaría entre 3% y 5%, valores muy atractivos para la economía que para finales de 2013 presentó un grave descenso. **(Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2013) (El Universal, 2013)**

Por otra parte el IPP (la suma de todos los sector evaluados) para el año 2011 fue de 5,51% y el para el 2012 fue de 2,95%, en conclusión leyendo más documentos y haciendo una sintaxis se puede decir que para el 2014 este indicador se ve a la baja ya que hasta septiembre de 2013 ha venido presentando unos valores que están a la baja, motivo por el cual se proyecta que este valor no pasaría del 3%. **Análisis realizado en base del (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2012)**

Finalmente y apoyados de la publicación realizada por portafolio el 12 de noviembre del presente donde indicó que la inflación para el año 2014 no sobre pasaría el 3%, gracias a que en una encuesta meses atrás habría dado como resultado un valor mucho más alto, pero de acuerdo a todos los sucesos que se han venido presentando en el país el valor llego a quedar mucho más inferior. **(Portafolio, 2013)**

9. CONSIDERACIONES FINALES

El presente plan de negocios enfocado en la comercialización y exportación de brevas en almíbar, dentro de sus objetivos principales busca dar a conocer productos poco comunes en los mercados internacionales, además brindar cercanía a los residentes colombianos o latinos en el exterior con productos propios de su tierra; siendo este una fuente de ingresos para sus inversores.

A lo largo de este trabajo se realizaron investigaciones en diferentes ámbitos como lo son por ejemplo, el comercial, técnico, legal, organizacional entre otros; que arrojaron resultados con los que se pudo concluir la veracidad y viabilidad del proyecto. En el caso de DERVA S.A.S se considera que comercialmente es un producto que tiene buena acogida en los mercados internacionales debido a que este producto es muy apetecido por los latinos en el exterior; además de tener precio asequible para el mercado en el que se quiere incursionar. Debido a que DERVA S.A.S se dedica exclusivamente a la comercialización las implicaciones técnicas serán básicamente su conservación es decir; mantenerlo en buen estado, y una de las más importantes regular sus fechas de caducidad.

En el ámbito legal la empresa requiere los permisos y licencias exigidas por la normatividad colombiana (INVIMA); aunque la empresa no sea el solicitante de dichos permisos debe estar al tanto de que sus proveedores cumplan con todos estos; además se debe tener muy presente los permisos exigidos en el país importador por tratarse de un producto para consumo humano. Referente al estudio financiero se reflejó y se pudo establecer los costos, ganancias y rentabilidad generadas por el proyecto, se puede concluir que aunque la inversión y los gastos iniciales son elevados, dentro de los 5 años siguientes la rentabilidad será aproximadamente de un 57% recuperando así lo inicialmente invertido y constituyéndose entonces como una empresa sólida en el futuro.

Desde nuestro punto de vista el proyecto se debe ejecutar puesto que según el estudio anterior nos muestra que es viable tanto comercial como financieramente, aunque la rentabilidad inicial no es muy alta es considerable para ser una empresa que apenas incursionara. Como estrategia consideramos, la calidad con el eje central del negocio, pues esta será el punto diferenciador antes los competidores de manera que seremos reconocidos y posicionados en el mercado más que por precio por calidad; otra de ellas es

cautivar la población internacional por medio de la población latina.

Para efectos del proyecto Derva S.A.S centró su atención en el producto brevas en almíbar, pero especialmente se considera la posibilidad de comercializar gran variedad de productos en conserva.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Instituto Español de Comercio Exterior. (Mayo de 2012). *El mercado de la alimentación en Canadá 2012*. Recuperado el 01 de Septiembre de 2013, de <http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4591188>
- 2 web agencia de marketing y publicidad en internet. (S.F). *diseño con innovacion*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2013, de <http://www.2web.us/disenoweb.html>
- Arboleda Velez, G. (2001). *Proyectos-Formulación, evaluacion y control* (cuarta ed.). Cali: AC Editores.
- Alcaldía de Medellín. (2007). *Cuarto Concurso capital semilla*. Medellín. Obtenido de Guía para la presentacion del proyecto de plan de negocios.
- Alcaraz , R. (2006). *El Emprendedor de éxito* (tercera edicion ed.). Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Aduanet. (S.F). *TRATAMIENTO ARANCELARIO POR SUBPARTIDA NACIONAL*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2013, de <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=811909900>
- Alimentos Polar. (S.F). *History*. Recuperado el 09 de Septiembre de 2013, de <http://www.empresas-polar.com/nuestra-historia/fundadores>
- Al-invest. (Octubre de 2009). *Analisis del Sector de la Alimentacion y Bebidas Procesadas en Reino Unido*. Recuperado el 02 de Septiembre de 2013, de Barreras Arancelarias: <http://www.al-invest4.eu/minisite/sector/uk/uk3.4.html>
- ANDI. (Diciembre de 2012). *Balance 2012 y Perspectivas 2013*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2013, de <http://www.larepublica.co/sites/default/files/larepublica/andi.pdf>
- ASDA. (S.F). *Figs jam*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2013, de http://groceries.asda.com/asda-webstore/landing/home.shtml?cmpid=ahc-_-ghs-_-asdacom-dsk-_-hp-_-sub_food&#/search/figs%20jam
- Banco de la Republica. (S.F). *Precios constantes de 2005 en adelante por ramas de actividad economica*. (Banco Republica, Ed.) Medellin, Antioquia, Colombia.
- Banco Mundial. (S.F). *Desempleo, total (% de la población activa total)*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2013, de <http://datos.bancomundial.org/indicador/SL.UEM.TOTL.ZS>
- Banco Mundial. (S.F). *Importaciones de Alimentos*. Recuperado el 02 de septiembre de 2013, de <http://wdi.worldbank.org/table/4.5>
- Banco Mundial. (S.F). *Tasa de natalidad, nacidos vivos en un año (por cada 1.000 personas)*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2013, de <http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.DYN.CBRT.IN>
- Bancoldex. (05 de 2010). *Alimentos*. Obtenido de http://www.bancoldex.com/documentos/2240_Alimentos_Mayo.pdf
- Blog spot. (S.F). *Disfruta de Londres*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2013, de <http://disfrutalondres.blogspot.com/2012/05/hoy-os-traemos-tres-supermercados.html>
- C.I Doña Paula. (2013). *Brevas en Almibar*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2013, de <http://www.cidonapaula.com/producto/linea-dulce/brevas-en-almibar/>
- C.I Doña Paula. (S.F). *Brevas en Almíbar*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2013, de <http://www.cidonapaula.com/producto/linea-dulce/brevas-en-almibar/>
- Camara de Comercio. (S.F). *Certificado sanitario secretaria de salud de medellin*. Recuperado el

- 15 de Octubre de 2013, de <http://www.camaramed.org.co/CAE/constitucionsalud.asp#01>
Club en Ensayos. (S.F). *Manual de funciones asesor comercial*. Recuperado el 08 de Octubre de 2013, de <http://clubensayos.com/Negocios/MANUAL-DE-FUNCIONES-ASESOR-COMERCIAL/373066.html>
- Colombia Trade. (S.F). *Oportunidades de Negocio en Reino Unido*. Recuperado el 02 de septiembre de 2013, de <http://www.colombiatrader.com.co/oportunidades/paises/europa/reino-unido>
- Colombia.com. (S.F). *¿Cuántos y Donde?* Recuperado el 14 de Septiembre de 2013, de <http://www.colombia.com/colombianos/cuantos.asp>
- Comercio exterior.banesto. (Agosto de 2013). *Reglas de embalaje y etiquetado en el Reino Unido*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2013, de <http://comercioexterior.banesto.es/es/elija-su-mercado-objetivo/perfiles-de-paises/reino-unido/embalaje-etiquetado>
- CORPORACION CENTRO DE DESARROLLO PRODUCTIVO DE ALIMENTOS. (27 de Marzo de 2010). *En COLOMBIA: Comercialización de alimentos creció un 14% en Febrero*. Recuperado el 09 de Septiembre de 2013, de <http://cdpalimentos.blogspot.com/2010/03/en-colombia-comercializacion-de.html>
- Cultura E Medellín. (S.F). *Producción de conservas y mermeladas*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2013, de http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/CulturaE/Guias_empresariales/01_Produccion_conservas_mermeladas.pdf
- DANE. (04 de Octubre de 2013). *ÍNDICE DE PRECIOS DEL PRODUCTOR-IPP*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2013, de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipp/bol_ipp_sep13.pdf
- DANE. (S.F). *variación anual del Índice de Precios al Consumidor*. Medellín. Recuperado el 19 de Noviembre de 2013
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (s.f.).
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (s.f.).
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (Diciembre de 2012). *ÍNDICE DE PRECIOS DEL PRODUCTOR-IPP*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2013, de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipp/bol_ipp_dic12.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (Diciembre de 2012). *ÍNDICE DE PRECIOS DEL PRODUCTOR-IPP*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2013, de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipp/bol_ipp_dic12.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (23 de Noviembre de 2013). *Variaciones Porcentuales IPC / 1998 - 2013 (Octubre)*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2013, de <http://www.dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-de-precios-al-consumidor>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (23 de Noviembre de 2013). *Variaciones Porcentuales IPC / 1998 - 2013 (Octubre)*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2013, de <http://www.dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-de-precios-al-consumidor>
- dinero.com. (S.F). *Maquinaria Agrícola se Abre camino*. Recuperado el 2 de septiembre de 2013, de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/maquinaria-agricola-abre-camino/98903>
- Dirección de Impuesto y Aduanas Nacionales. (23 de Julio de 2013). *RUT preguntas frecuentes*. Recuperado el 15 de Octubre de 2013, de http://www.dian.gov.co/contenidos/servicios/rut_preguntasfrecuentes2.html
- distribuidora cordoba. (S.F). *Linea alimentos*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2013, de <http://www.discordoba.com/pdf/alimentos.pdf>

- El niversal. (09 de Agosto de 2013). *Economía crecería entre 3% y 5% en 2014, según el Banco de la República*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2013, de <http://www.eluniversal.com.co/economica/economia-creceria-entre-3-y-5-en-2014-segun-el-banco-de-la-republica-130729>
- El Universal. (s.f.).
- El Universal. (09 de Agosto de 2013). *Economía crecería entre 3% y 5% en 2014, según el Banco de la República*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2013, de <http://www.eluniversal.com.co/economica/economia-creceria-entre-3-y-5-en-2014-segun-el-banco-de-la-republica-130729>
- Escuela Sindical de Colombia . (Septiembre de 2008). *LA ROSA, LA INDUSTRIA MANUFACTURERA DE Y SUS PRINCIPALES INDICADORES, PRODUCTIVOS Y .* Recuperado el 09 de Septiembre de 2013, de http://www.ens.org.co/aa/img_upload/45bdec76fa6b8848acf029430d10bb5a/investigacio_alimentos__Vasqueztangarife.pdf
- Estadica, D. A. (05 de 2013). *muestra mensual de comercio al por menor*. Obtenido de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mmcm/bol_mmcm_may13.pdf
- Europa.eu. (04 de Marzo de 2011). *Organización común de los mercados agrícolas*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2013, de http://europa.eu/legislation_summaries/agriculture/agricultural_products_markets/l67001_en.htm
- Europa.eu. (25 de Enero de 2012). *Etiquetado de los productos alimenticios*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2013, de http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/co0019_en.htm
- Exito. (S.F). *Brevas en Almibar, Al fresco*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2013, de <http://www.exito.com/products/0000278939243008/Brevas-en-almibar?cid=&page=>
- Exporta PYMES . (S.F). *Oportunidades Comerciales en Comercio Exterior*. Recuperado el 01 de Septiembre de 2013, de <http://www.exportapymes.com/oportunidades-comerciales/frutas-y-verduras-frescas-canada/>
- Faculta de Ciencias Sociales y economicas . (Octubre de 1994). *Resumen del libro "lo que vendrá" de Faith Popcorn*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2013, de <http://200.16.86.50/digital/33/revistas/blse/blse-delprado-2-2.pdf>
- Febbo. (Julio de 2012). *Habitos de consumo*. Recuperado el 01 de septiembre de 2013, de <http://www.slideshare.net/iworkwithyou/estudios-de-mercado-habitos-consumo-espaa-febbo-20112012>
- Florez Uribe, J. (2006). *Proyecto de Inversion para PYME- Creación de Empresas*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Free currency rates. (13 de Septiembre de 2013). *Calculadora de tipos de cambio de Libra británica (GBP) y Euro (EUR) on-line gratuita*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2013, de <http://www.freecurrencyrates.com/es/convert-GBP-EUR>
- Free currency rates. (S.F). *Calculadora conversora de tipos de cambio on-line gratuita*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2013, de <http://www.freecurrencyrates.com/es#EUR;COP;1.35;;Yahoo%20Finance>
- Frito Lay . (S.F). *How it all Began .* Recuperado el 09 de Septiembre de 2013, de <http://www.fritolay.com/about-us/history.html>
- Frutas.com. (S.F). *Directorio comercial mundial de Frutas, verduras y hortalizas*. Recuperado el 01 de septiembre de 2013, de <http://www.frutas.com/categoria.aspx?categoriaid=8>

- Galindo Ruiz, C. (2006). *Manual para la creación de empresas - Guía de planes de negocios* (ECOEd ed.). Bogotá.
- García P., P. (S.F). *Nacional de Ventas ENVEN*. Recuperado el 08 de Octubre de 2013, de Perfil del Vendedor Exitoso: <http://www.escuelanacionaldeventas.com/index.php/material-de-lectura/136-perfil-del-vendedor-exitoso>
- García, O. (s.f.). *Administración Financiera. Fundamento y aplicaciones* (Tercera Edición ed.). Prensa Moderna Impresores.
- Garrido, M. A., Ospina Torres, A., & Colprensa. (16 de 10 de 2011). *El País*. Obtenido de La fuerza económica de Colombia está a la vista: embajador de Estados Unidos: <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/fuerza-economica-colombia-esta-vista-embajador-estados-unidos>
- Gestiopolis. (Mayo de 2006). *Modelo de Cadena Agroindustrial*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2013, de <http://www.gestiopolis1.com/recursos7/Docs/mkt/cadena-valor-de-suministros-agricolas-frente-al-tlc.htm>
- Google. (S.F). *supermercados de Londres*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2013, de https://www.google.com.co/search?q=supermercados+de+londres&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=8400Us27OYHA8ATa_4HQCg&sqi=2&ved=0CAcQ_AUoAQ&biw=1366&bih=600&dpr=1#facrc=_&imgdii=_&imgrc=Ed9rExxo_cGaZM%3A%3BfN74ayoeVT6nM%3Bhttp%253A%252F%252F4.bp.blogspot.com%2
- Google. (S.F). *supermercados de Londres*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2013, de https://www.google.com.co/search?q=supermercados+de+londres&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=8400Us27OYHA8ATa_4HQCg&sqi=2&ved=0CAcQ_AUoAQ&biw=1366&bih=600&dpr=1#facrc=_&imgdii=_&imgrc=Ed9rExxo_cGaZM%3A%3BfN74ayoeVT6nM%3Bhttp%253A%252F%252F4.bp.blogspot.com%2
- industria la Coruña. (S.F). *Brevas en Almibar*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2013, de http://www.industriaslacoruna.com/vcsys/index.php?option=com_content&view=article&id=74%3Abrevas-en-almibar&catid=11&Itemid=9
- Industrias Alimenticias Macedonia. (2004). *Brevas en conserva*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2013, de <http://www.macedonia.com.co/conservas03.htm>
- Infoagro. (S.F). *El cultivo de la Breva*. Recuperado el 06 de Septiembre de 2013, de http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tradicionales/breva.htm
- Informe de la Oficina Comercial de Chile en el Reino Unido. (Junio de 2013). *HABITOS DE CONSUMO EN EL REINO UNIDO*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2013, de www.chilealimentos.com/medios/.../Hábitos_de_Consumo_UK.doc
- Institucion Educativa Jose Maria Cordoba. (S.F). *Perfil del personal administrativo y servicios generales*. Recuperado el 08 de Octubre de 2013, de http://www.coljomaco.edu.co/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=55&Itemid=69
- Instituto Colombiano de Agricultura (ICA). (S.F). *RESTRICCIONES, PROHIBICIONES Y SUSPENSIÓN DE REGISTROS*. Recuperado el 06 de Septiembre de 2013, de <http://www.ica.gov.co/getdoc/b2e5ff99-bd80-45e8-aa7a-e55f0b5b42dc/PLAGUICIDAS-PROHIBIDOS.aspx>
- Instituto Valenciano de la Exportacion. (Febrero de 2013). Reino Unido. Recuperado el 14 de Septiembre de 2013
- Kraft Food. (S.F). *Corporate Information*. Recuperado el 09 de Septiembre de 2013, de <http://www.kraftfoodsgroup.com/home/index.aspx>
- La Republica. (Diciembre de 2012). *Colombia: Balance 2012 y perspectivas 2013*. Recuperado el

- 09 de Septiembre de 2013, de
<http://www.larepublica.co/sites/default/files/larepublica/andi.pdf>
- Limited, J. P. (20 de enero de 2011). Recuperado el 02 de septiembre de 2013, de
<http://www.jlmproduce.com/index-es.php>
- MARS. (S.F). Recuperado el 09 de Septiembre de 2013, de
<http://www.mars.com/global/index.aspx>
- Morales C, C. (2007). *Notas de Clase*. Medellín.
- Mojarra Fina Ayamontina. (26 de junio de 2013). *AYAMONTE EN EL RECUERDO. Higos y brevas: recurrentes del hambre*. Recuperado el 02 de septiembre de 2013, de
<http://mojarrafina.blogia.com/2013/062601-ayamonte-en-el-recuerdo.-higos-y-brevas-recurrentes-del-hambre..php>
- Natural Medicina. (S.F). *Breva; Usos medicinales de la breva*. Recuperado el 06 de Septiembre de 2013, de <http://naturalmedicina.net/breva.html>
- Nestle S.A. (S.F). Recuperado el 09 de septiembre de 2013, de
<http://nestle.com.co/home/index.html>
- Nutresa. (S.F). *History*. Recuperado el 09 de Septiembre de 2013, de
<http://www.grupochocholates.com/>
- Office Depot. (S.F). Recuperado el 30 de Septiembre de 2013, de
<http://store.officedepot.com.co/OnlineStore/BrowseDepartment.do?criteria=DE=2,SD=7,CL=7,&flagName=BOLIGRAFOS%20PUNTO%20RODANTE&flagTotal=26>
- point.click.immigrate London & Middlesex county Canada. (S.F). *Comunidad Colombiana en London*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2013, de http://immigration.london.ca/about-us/story-gallery/Cultural_Com2.htm
- Portafolio. (12 de Noviembre de 2013). *Reducen las perspectivas de inflación para el 2013 y el 2014*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2013, de
<http://www.portafolio.co/economia/perspectivas-inflacion-colombia>
- Portafolio. (12 de Noviembre de 2013). *Reducen las perspectivas de inflación para el 2013 y el 2014*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2013, de
<http://www.portafolio.co/economia/perspectivas-inflacion-colombia>
- Poundland. (S.F). *Figs jam*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2013, de
<http://www.poundland.co.uk/food-and-drink/grocery/jams-spreads-and-pickles>
- Productos Pepita. (2009). *Brevas en almibar*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2013, de
<http://www.productospepita.com/brevas.htm>
- Proexport. (mayo de 2010). *INFORME DE EXPORTACIONES, INVERSIÓN Y TURISMO REINO UNIDO*. Recuperado el 02 de septiembre de 2013, de
http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Reino_unido.pdf
- Proexport. (octubre de 2010). *Oportunidades en Tiempos de Diversificación e Innovación Reino Unido*. Recuperado el 02 de septiembre de 2013, de
http://www.proexport.com.co/seminarios/descargas/agro_europa.pdf
- Promocion de las Exportaciones de Agroalimntos Argentinos. (S.F). *Estudio de Mercado de Frutas Finas en el Reino Unido*. Recuperado el 02 de septiembre de 2013, de
<http://www.proargex.gov.ar/estudios/Informe%20REINO%20UNIDO.pdf>
- Promocion de las exportaciones de agroalimentos argentinos. (S.F). *Marco Pais*. Recuperado el 12 de septiembre de 2013, de
<http://www.proargex.gov.ar/estudios/Informe%20REINO%20UNIDO.pdf>
- Protor and Gamble. (S.F). *History*. Recuperado el 09 de Septiembre de 2013, de
http://www.pg.com/es_ES/

- Quaker. (S.F). *Historia*. Recuperado el 09 de Septiembre de 2013, de <http://www.quaker.com.ar/historia/>
- quiminet. (S.F). *Brevas en Almibar*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2013, de http://www.quiminet.com/principal/resultados_busqueda.php?pagina=1&N=Brevas%20en%20alm%C3%ADbar&d=P
- Radio Nova Internacional. (S.F). *En EEUU se cambian los hábitos de consumo por la crisis*. Recuperado el 1 de septiembre de 2013, de <http://radionovainternacional.com/index.php?pg=detalle.noticia&id=1028>
- Rama Legislativa-Poder Publico. (02 de Agosto de 2004). *Ley 905 de 2004*. Recuperado el 06 de Septiembre de 2013, de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2004/ley_0905_2004.html
- Revista Y Alimentos. (S.F). *Las 200 empresas más vendedoras de la industria de alimentos* . Recuperado el 09 de Septiembre de 2013, de <http://www.revistaalimentos.com.co/ediciones/ediciones-2012/edicion-28/especial-28/las-200-empresas-mas-vendedoras-de-la-industria-de-alimentos.htm>
- Sainsbury's. (S.F). *Figs Jam*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2013, de <http://www.sainsburys.co.uk/groceries/index.jsp>
- Sapag Chain, N. (1996). *Criterios de Evaluación de Proyectos*. Madrid: McGraw Hill.
- Sapag Chain, N. (1996). *Preparación y Evaluación de Proyectos* (tercera ed.). Bogotá: McGraw Hill.
- Sapag Puelma, J. (2000). *Evaluación - Guía de ejercicios* (segunda ed.). Chile: McGraw Hill.
- SENA. (S.F). *sociedad por acciones simplificada*. Recuperado el 13 de Octubre de 2013, de http://emprendimiento.sena.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=9&Itemid=3
- Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). (Mayo de 2007). *Caracterización Ocupacional del Sector Procesamiento de Alimentos*. Recuperado el 06 de septiembre de 2013, de <http://observatorio.sena.edu.co/mesas/01/PROCESAMIENTO%20DE%20ALIMENTOS.pdf>
- Slide Share. (04 de Diciembre de 2009). *Comercializacion de dulce en almibar*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2013, de <http://www.slideshare.net/guest9c6eae9/comercializacion-de-dulce-en-almibar>
- Sura. (01 de 2010). *Alimentos, foco en la vigilancia*. Obtenido de <http://www.sura.com/CorreosDirectos/EmailExpectativaPEC/pymealimentos.pdf>
- Tesco. (S.F). *Figs jam*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2013, de <http://www.tesco.com/groceries/product/search/default.aspx?searchBox=figs&newSort=true&search.x=39&search.y=13&search=Search&N=4294786434>
- Tus clicks. (S.F). *publicidad en facebook*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2013, de <http://www.tusclicks.cl/facebook/publicidad-en-facebook.htm>
- universidad de los Andes. (S.F). *Asistente Administrativo*. Recuperado el 01 de Octubre de 2013, de Descripción Generica de Funciones: <http://www2.ula.ve/personal2/dmdocuments/ASISTENTE%20ADMINISTRATIVO.pdf>
- Wikipedia. (14 de Abril de 2009). *History*. Recuperado el 09 de Septiembre de 2013, de http://es.wikipedia.org/wiki/Johnson_%26_Johnson
- Wikipedia. (31 de julio de 2013). *Breva*. Recuperado el 02 de septiembre de 2013, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Breva>
- Wikipedia. (15 de Marzo de 2013). *Ciudades del Reino Unido por población*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2013, de

http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Ciudades_del_Reino_Unido_por_poblaci%C3%B3n
Wikipedia. (07 de Septiembre de 2013). *History*. Recuperado el 09 de septiembre de 2013, de
<http://es.wikipedia.org/wiki/Unilever>
Wikipedia. (25 de Julio de 2013). *Industria Alimentaria*. Recuperado el 06 de Septiembre de 2013,
de http://es.wikipedia.org/wiki/Industria_alimentaria
X.com.pe. (S.F). *Reino Unido*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2013, de
<http://www.x.com.pe/lib160/reino%20unido.htm>
Yahoo. (2009). *Abonos nitrogenados*. Recuperado el 06 de Septiembre de 2013, de
<http://es.answers.yahoo.com/question/index?qid=20100220173238AA58TOj>

Anexos

Anexo 1

Encuesta consumidores

1. ¿Qué conservas usted como colombiano quisiera encontrar en un supermercado?
 - a. Brevas
 - b. Mora
 - c. Melocotón
 - d. Fresas
 - e. Ninguna

Pregunta 1	número de personas
A	10
B	11
C	16
D	6
E	1

2. ¿Con que frecuencia consumo alguna fruta en conserva?
 - a. 1 vez al mes
 - b. 2 veces al mes
 - c. Más de 3 veces en periodo de 6 meses
 - d. Ninguna

pregunta 2	44
A	20
B	14
C	6
D	4

3. ¿Estarían dispuestos a comprar brevas en almíbar de nuestra empresa Derva S.A.S?
- Si
 - No, ¿Por qué?

pregunta 3	44
A	33
B	11

4. ¿las brevas en almíbar son de su preferencia o las prefiere en otra presentación?
- Si
 - No ¿Por qué?,

pregunta 4	44
A	30
B	14

5. ¿En qué presentación prefiere nuestro producto (brevas en almíbar)?
- 340 gramos
 - 600 gramos
 - 1000 gramos
 - Ninguna

pregunta 5	44
A	16
B	12
C	11
D	5

6. Su edad está entre
- Entre 18 y 25
 - Entre 26 y 46
 - Entre 47 y 60
 - Mas de 60

pregunta 6	44
A	20
B	11
C	10
D	3

Anexo 2.

Encuesta Proveedores

1. ¿Estaría dispuesto a proveer a Derva S.A.S de su producto Brevas en almíbar?
 - a. Si
 - b. No

Pregunta 1	número de personas
A	12
B	8

2. ¿Qué otros productos procesa su empresa?
 - a. Brevas
 - b. Mora
 - c. Melocotón
 - d. Fresas

pregunta 2	20
A	7
B	3
C	6
D	4

3. ¿Cuál es el nivel de responsabilidad de su empresa?
 - a. Excelente
 - b. Buena
 - c. Mala
 - d. Regular

Pregunta 3	20
A	20
B	0
C	0
D	0

4. ¿En qué aspecto se identifica su empresa?
 - a. Calidad
 - b. Marca
 - c. Sabor
 - d. Ninguna de las anteriores

pregunta 4	20
A	13
B	5
C	2
D	0

Anexo 3

Encuesta Competidores

1. ¿Qué conservas le gusta encontrar en un supermercado?
 - a. Brevas
 - b. Mora
 - c. Melocotón
 - d. Fresas

2. ¿Le gustan las Brevas en almíbar?
 - a. Si
 - b. No, por que

3. ¿Conoce usted alguna marca en especial que ofrezca Brevas en almíbar?
 - a. Si, ¿cuáles?
 - b. No

4. ¿Que busca usted en productos como este?
 - a. Calidad
 - b. Marca
 - c. Sabor
 - d. Todas las anteriores

Anexo 4.

Encuesta Distribuidores

1. Su empresa se encuentra ubicada en:
 - a) Londres
 - b) Nottingham
 - c) Manchester
 - d) Liverpool
2. ¿le gustaría distribuir brevas en almíbar producida por Derva S.A.S?
 - a) Si
 - b) No
3. ¿Cuáles son sus formas de pago?
 - a. De contado
 - b. 50% contra entrega y 50% dentro de mes
 - c. Pago a un mes
 - d. Anticipado
4. ¿Cuál es el tamaño que más le interesaría comprarnos?
 - a. 267
 - b. 275
 - c. 600
 - d. 790

Anexo 5

Cotización Agencia de aduanas.

Medellin, septiembre 30 de 2013

Doctor
JOSE DANIEL MARULANDA S.
Gerente
Derva S.A.S.
Medellin

Ref.: Tarifas de Agenciamiento de Aduanas

Las tarifas que estamos dispuestos a cobrarle para las operaciones de Comercio Exterior para el año 2013, son las siguientes:

- Comisión:	0.35 % del valor aduanero.
- Comisión Mínima:	\$ 240.000
- Gastos autorizados:	\$ 90.000
- Inspección Previa (si se necesita):	\$ 90.000 3 primeras horas, hora adicional \$50.000
- Sellos de seguridad:	\$ 12.000 c/u.
- Elaboración de Declaraciones:	\$ 20.000 c/u.
- Elab. Reg. de Imp. ó Clasif. Aranc. (4):	\$ 80.000 c/u. (si se necesita)
- Siglo XXI:	\$ 20.000
- C.A.D.:	\$ 20.000
- Formularios, inspecciones y vistos buenos otras entidades al costo.	

Los gastos de terceros son facturados al costo y con quien Ustedes lo deseen.

Es muy placentero para nosotros poder contar con Ustedes entre nuestros clientes.

Cordialmente,

**MAURICIO PALACIO A.
GERENTE**
