



COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL

AVIEXPORT S.A.S

DEPARTAMENTO DE COMERCIO INTERNACIONAL

28 DE NOVIEMBRE DE 2014



**COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL
AVIEXPORT S.A.S
Plan de Negocios**



**AVIEXPORT S.A.S
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL
Medellín, Septiembre, 2014**

C.I Aviexport S.A.S – Plan De Negocios



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

COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL

Contenido - Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO.....	8, 9
1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO.....	10
2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS	11
3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	12
3.1. Nombre de la Empresa	12
3.2. Descripción de la Empresa	12
3.3. Misión de la Empresa	12
3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo	13
3.5. Ventajas Competitivas.....	13
3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir	14
3.7. Relación de productos y/o servicios.....	14,15
3.8. Justificación del Negocio	15
3.9. Análisis del entorno y del sector.....	16,22
3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio	22, 23
4. ANALISIS DEL MERCADO	24
4.1. Objetivos de Mercadeo	24, 25
4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios.....	25 - 27
4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios	27

4.3.1.	El Mercado Meta	27 - 28
4.3.2.	Estudio del Mercado Consumidor	28 - 31
4.4.	El Mercado Proveedor	31
4.4.1.	Proveedores	31, 32
4.4.2.	Estudio del Mercado de Proveedor	32 - 35
4.5.	El Mercado Competidor	35
4.5.1.	Competidores	35
4.5.2.	Estudio del Mercado Competidor	35 - 37
4.6.	El Mercado Distribuidor	37
4.6.1.	Distribución	37, 38
4.6.2.	Distribución Directa (En caso de ser aplicable)	38, 39
4.6.3.	Manejo de Inventarios	39, 40
4.6.4.	Comunicación	40
4.6.5.	Actividades de promoción y divulgación	40, 42
4.7.	Precios de los Productos	41
4.7.1.	Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos	42
4.7.2.	Los Precios de los productos tomando como base los Costos	40
4.7.3.	Los Precios de los Productos propuestos	40, 41
4.7.4.	Política de Precios	41
4.8.	Riesgos y Oportunidades del mercado	41, 42
4.9.	Plan de ventas	44
5.	ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)	44
5.1.	Objetivos de producción	44, 45
5.2.	Descripción del proceso de producción	45, 46

5.3.	Capacidad de producción	46
5.4.	Plan de Producción	46
5.5.	Recursos materiales y humanos para la producción	47
5.5.1.	Locaciones	47, 48
5.5.2.	Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres	49
5.5.3.	Requerimientos de materiales e insumos	50
5.5.4.	Requerimientos de servicios	50, 51
5.5.5.	Requerimientos de personal	51, 52
5.6.	Programa de producción	53
6.	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	54
6.1.	Procesos Administrativos	54
6.1.1.	Descripción de los procesos administrativos	54
6.1.2.	Procesos administrativos externalizados	54, 55
6.2.	Estructura Organizacional del Negocio	55
6.2.1.	Organigrama	55
6.2.2.	Descripción funcional de la Organización	56 - 58
6.3.	Recursos materiales y humanos para la administración	58
6.3.1.	Locaciones	58
6.3.2.	Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres	58, 59
6.3.3.	Requerimientos de materiales de oficina	60 - 62
6.3.4.	Requerimientos de servicios	62, 63
6.3.5.	Requerimientos de personal	66, 64
6.4.	Programa de administración	64, 65
7.	ASPECTOS LEGALES	65

7.1.	Tipo de Organización empresarial	65 -66
7.2.	Certificaciones y gestiones ante entidades públicas	66 - 69
8.	ASPECTOS FINANCIEROS	70
8.1.	Estructura Financiera del proyecto	70
8.1.1.	Recursos Propios	70
8.1.2.	Créditos y Préstamos Bancarios	70 - 73
8.2.	Ingresos y Egresos	73
8.2.1.	Ingresos	73
8.2.1.1	Ingresos Propios del Negocio	73, 74
8.2.2.	Egresos	74
8.2.2.1.	Inversiones	74
8.2.2.2.	Costos	74, 75
8.2.2.3.	Gastos	75, 77
8.2.2.4.	Gastos Financieros	77
8.3.	Estados Financieros Proyectados	77
8.3.1.	Flujo de Caja	77 - 79
8.3.2.	Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)	80
8.4.	Evaluación financiera del proyecto	81
8.4.1.	Valor Presente Neto	81
8.4.2.	Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)	81
8.4.3.	Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)	82
9.	CONSIDERACIONES FINALES	83, 84
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85

RESUMEN EJECUTIVO

AVIEXPORT S.A.S. Nace en base de algunos estudios realizados sobre la demanda que se tiene para este producto en el país asiático chino y de la facilidad con la que nos encontramos en nuestro país para recolectar dicho producto puesto que en Colombia las patas de pollo son consideradas un despojo, mientras que para los habitantes de china se ha convertido en un plato de consumo para las clases medio-altas y altas, además de considerarse un manjar.

También se tuvo en cuenta la gran oportunidad de negocio que se nos presentó luego de que china le pusiera un arancel del 105% a su principal exportador de patas de pollo (Estados Unidos). Aunque hay otros países con interés en dicho negocio y otros que se encuentran participando de este en la actualidad (Brasil quien es el primer exportador mundial de pollo, seguido de Argentina que provee un 30% de las patas compradas en China, Chile que exporta a máxima capacidad y ahora Uruguay que está sumándose a esta iniciativa comercial) en nuestro país contamos con el material y los acuerdos necesarios para ser uno de los competidores de mayor importancia en el país chino.

Según los cálculos del sector avícola estadounidense, el mercado de las patas de pollo está valorado en 900 millones de dólares anuales, una oportunidad comercial a la que pocos países tienen acceso debido a restricciones de tipo fitosanitario.

Tenemos claro que nuestro producto es altamente perecedero, por lo que se tomaron las respectivas medidas sanitarias necesarias para que no afecte el medio ambiente, pues en caso tal de que nuestro producto le llegue la fecha de vencimiento, o se presentara un hecho que no se

pudiese prevenir, pondremos a disposición de nuestros proveedores el producto dispuesto con el que ellos podrán elaborar diferentes productos para su beneficio, entre ellos el abono para sus tierras.

Aparte de lo ya mencionado, para la elaboración de AVIEXPORT S.A.S. tuvimos en cuenta que cada vez se hace más viable la idea de negociar con el país chino, ya que nuestro país colombiano ha venido gestionando la manera en que ambos países estén cada vez en más acuerdos bilaterales, como por ejemplo el acuerdo de cooperación en el que el país chino se dio la oportunidad de conocer nuestros productos cárnicos y en buena hora nuestras patas de pollo. Si bien es cierto que aún no se ha firmado un TLC con china, también es posible afirmar que nuestro producto ha generado la confianza que se necesita en este país para que nos abran las puertas y llegar a satisfacer las necesidades y gustos de dicho mercado ya que nuestro producto no solo sirven como alimento, sino que según la medicina tradicional china, las patas de pollo son eficaces para combatir la arterioesclerosis y enfermedades del sistema circulatorio gracias a su alto contenido de calcio, mientras que su concentración de colágeno es beneficiosa para la piel.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

LUIS IGNACIO RUA RODRIGUEZ

Identificación: 1038542573 **Teléfono:** 2574686 **Celular:** 3116227111
Dirección: CALLE 91 # 69 - 43 **Barrio:** ALFONSO LOPEZ
Ciudad MEDELLIN **Correo electrónico:** Nacho0225@hotmail.com
Estudios: **Técnicos** x **Tecnológicos** x **Universitarios**
Otros Estudios: Diplomado en Gerencia de Comercio Internacional

DANIELA MEJIA MARIN

Identificación: 1020454593 **Teléfono:** 2524190 **Celular:** 3015292486
Dirección: Calle 44 No 107 - 40 **Barrio:** SAN JAVIER
Ciudad MEDELLIN **Correo electrónico:** Mejia_1107@hotmail.com
Estudios: **Técnicos** **Tecnológicos** **Universitarios**
Otros Estudios: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

ANA MARIA ZAPATA GALLEGO

Identificación: 1020458583 **Teléfono:** 4565284 **Celular:** 3194088084
Dirección: Calle 45 No 48 A 13 **Barrio:** MANCHESTER
Ciudad MEDELLIN **Correo electrónico:** Anaj094@hotmail.com
Estudios: **Técnicos** **Tecnológicos** x **Universitarios**
Otros Estudios: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Este plan de negocio tiene como primer propósito poner en práctica los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos durante el proceso de aprendizaje de la tecnología de comercio internacional, tratando al máximo de hacer un buen uso de todas las habilidades y conocimientos aprendidos en esta; adquirir habilidades en formulación y evaluación de proyectos, además de lograr presentar este proyecto como trabajo de grados.

Este proyecto surgió al conocer la oportunidad que tienen las empresas colombianas del sector avícola para incursionar al mercado chino; y partiendo de esta información vimos que es una idea que siendo bien desarrollada y mediante una investigación exhaustiva de variables como mercado, producto, precio, etc. y el análisis de aspectos legales, financieros y administrativos podamos hallar como resultado la posibilidad ya sea viable o no viable del proyecto.

Fue satisfactoria la realización de este estudio puesto que con ello logramos medir
Fue satisfactoria la realización de dicho estudio, puesto que con ellos logramos medir nuestro nivel en conocimiento de nuestra carrera y confirmar una vez más que tomamos la decisión correcta al elegirla. Además obtuvimos unos resultados verdaderamente positivos respecto a la rentabilidad de la idea hecha negocio, lo que nos hace pensar en la posibilidad de poder llevarla a la realidad.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

Comercializadora Internacional AVIEXPORT S.A.S

3.2 Descripción de la Empresa

Nuestra empresa “AVIEXPORT S.A.S.” se dedicará a la comercialización y exportación de productos alimenticios (patas de pollo), inicialmente se tendrán lazos comerciales con el mercado chino, para luego ver la posibilidad de incursionar en otros países. Nos encontramos ubicados en la ciudad de Medellín (Antioquia-Colombia), ciudad con facilidad de acceso tanto para nuestros proveedores como para las empresas con las que desarrollemos negociaciones y en la que tendremos nuestras plantas de operaciones donde llevaremos a cabo la ejecución de empaqueo y distribución del producto a comercializar.

3.3 Misión de la Empresa

Ser la mejor opción para satisfacer las necesidades de nuestros productores colombianos en cuanto a la venta de sus productos, otorgándoles a nuestros proveedores los mejores precios y garantías para obtener mutuos beneficios en respuesta a su confianza y gran esfuerzo. A la vez que, obtener un rendimiento atractivo para nuestros compradores y consumidores con el fin de generar y consolidar una relación comercial entre ambos países con productos de la mejor calidad, condiciones sanitarias y certificaciones normativas.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

3.4.1 Corto Plazo:

Implementar dicha Comercializadora Internacional con la tecnología y recurso humano necesario para generar la confianza requerida tanto para el país de destino como para el país de destino.

3.4.2 Mediano Plazo:

Tener los proveedores suficientes, con el fin de poder seleccionar los que brinden los mejores productos con los que se pueda sentir a gusto tanto la comercializadora como los clientes y consumidores finales.

3.4.3 Largo Plazo:

Poder llegar a otros mercados de los que mediante un estudio realizado con anticipación, sea realmente rentable llegar allí con éste producto y explorar nuevos nichos.

3.5 Ventajas Competitivas

Producto con estándares de calidad internacional

Capacidad de respuesta al cliente en Asia con varios proveedores en Colombia

Precio competitivo

Producto de consumo masivo en China

Distinciones Competitivas

La Comercializadora Internacional AGROAVI S.A.S, se diferenciará de la competencia en

dos aspectos que para los negocios se ven de gran importancia como: La disminución en el tiempo de entrega de los pedidos y Darles a los clientes un excelente servicio pos-venta (como garantías y política de devoluciones), haciéndoles ver que si son de gran valor e importancia para la empresa.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

Anteriormente EEUU tenía total control de las exportaciones de las patas de pollo en china pero en 2010, Beijing impuso aranceles antidumping de hasta 105 por ciento a las patas estadounidenses, en retaliación por una decisión similar aplicada a las llantas chinas lo que ocasionó una caída del 90 por ciento en las ventas avícolas desde Estados Unidos y abrió una disputa comercial que ya fue llevada ante la Organización Mundial del Comercio (OMC). Frente a esta situación, tres países latinoamericanos han aprovechado el vacío que dejó Washington y se han hecho con un nicho de mercado que paga hasta 1.500 dólares por tonelada.

Pues el secreto para entrar a este país está en que el producto cuente con un alto estándar de calidad, que no solo le permita ser competitivo a nivel internacional, sino que además cumpla con los requerimientos que exige la autoridad sanitaria en china.

Las garras y patas de pollo se comercializan en cajas de 10kg, para venderse a mayoristas. El Kilo de pata de pollo fresca cuesta entre US\$2,43 y US\$3,73 dólares presentando una variación de 53% en precio entre los segmentos altos y medio.

3.7 Relación de productos y/o servicios

Las patas de pollo con uñas de gran tamaño son preferidas por los mejores hipermercados y hoteles de lujo, para ser servidos en sopa, fritas, condimentadas, rellenas, frescas o como snacks

para acompañar bebidas. Su preferencia tiene origen en la simbología china del fénix y el dragón y representa la unión familiar, este aperitivo es una exquisitez para el paladar chino y una señal de prestigio para los comensales que las ordenan., además de sus grandes beneficios medicinales. Su consumo se da principalmente entre los meses de abril y octubre y se reducen en invierno.

Así mismo como nuestro mercado potencial son las clases media-alta y alta contamos con número aproximadamente de posibles consumidores de entre 25 y 30 millones de hogares de clase media y entre 8 millones de familias ricas.

3.8 Justificación del Negocio

Con este proyecto se logra la ampliación y en parte, el surgimiento de nuevas negociaciones de Colombia con los países de Oriente, específicamente con China, donde se encuentra la necesidad y potencial consumo por nuestro artículo; abriéndole pasó a la vez a otras negociaciones de las que se podrían beneficiar muchos otros sectores en los cuales se hace fuerte el país colombiano.

Mientras que en Colombia y gran parte del mundo son considerados un despojo o una materia prima y elaborar con éstos concentrados para animales, en China las patas de pollo brindan status y su consumo, bienestar.

Fritas, hervidas, en sopa y condimentadas, rellenas y a la mostaza, frescas o empacadas al vacío. Servidas de todas las formas posibles, las patas de gallina son uno de los pasabocas más populares en China y se han convertido en uno de los nichos de exportación más apetecidos para muchos países, entre ellos Colombia.

3.9 Análisis del entorno y del sector

Nuestro producto (Patas de pollo), pertenece a un sector que a través del paso de los años ha venido evolucionando satisfactoriamente tanto a nivel nacional; que le ha permitido consolidarse dentro de la economía colombiana, como a nivel internacional por lo que se ha elevado la importación y exportación, hablamos del sector avícola, que inicialmente en las décadas anteriores se conocía como un negocio artesanal ha pasado a convertirse en una actividad con fuertes características industriales.

Nuestro producto está clasificado en el CODIGO CIU: 5121, el cual comprende la venta al por mayor de materias primas agropecuarias y de animales vivos.

1511: Productos de carne y productos cárnicos.

3.9.1 Político:

las políticas gubernamentales: las leyes o reglamentos pueden limitar o hasta suspender la entrada de nuevas empresas al sector. En este inductor se estudiaron y calificaron las variables de los aranceles y subsidios otorgados por el gobierno Colombiano al sector Avícola. La primera se calificó como baja y la segunda en equilibrio. Los subsidios que el Gobierno puede otorgar empresas pequeñas, puede afectar a empresas que no cuenten con ellos, pues las primeras pueden ofrecer precios más competitivos.

En equilibrio también se encuentran las regulaciones y el marco legal. Para una empresa resulta algo difícil entrar al mercado Avícola, pues existen importantes regulaciones sobre temas como el buen manejo del producto, aunque no impide el ingreso de nuevos participantes. Por

último, el riesgo relacionado con los impuestos es medio-bajo, pues no es mucho el porcentaje que los productores de pollo tienen que pagar, por ejemplo a Fenavi.

3.9.2 Económico:

La economía colombiana, en los últimos meses aunque no ha decrecido, su crecimiento ha sido muy leve y la confianza del consumidor se ha reducido notablemente. Uno de los mayores problemas que tiene en vilo a los exportadores y lo cual ha hecho decrecer notablemente las exportaciones y ha aumentado el déficit de la balanza comercial colombiana, es la constante apreciación del peso, siendo el COP una de las monedas más apreciadas del mundo y lo cual ha causado el cierre de múltiples empresas. Como exportadores de patas de pollo hacia China se debe tener muy presente este aspecto, para no ir a incurrir en pérdidas y disminuir al máximo los costos, para mitigar en mayor parte el efecto de la revaluación.

En cuanto a combustibles e infraestructura vial, Colombia presenta graves problemas y múltiples sobrecostos en sus exportaciones. En infraestructura vial Colombia se encuentra muy atrasado, como demostración de ello esta: los largos trayectos que se deben transitar hacia puertos y aeropuertos, carreteras destruidas y sin capacidad de respuesta en temporadas invernales, largos cierres viales que ponen en peligro los productos perecederos como el producto a comercializar “patas de pollo”.

3.9.3 Social:

La ley otorga estímulos al empleador por contratar personas en situación de desplazamiento, en proceso de reintegración o en condiciones de discapacidad, como descuentos en el Impuesto

de Renta y Complementarios de los aportes parafiscales y otras contribuciones de nómina.

3.9.4 Tecnológico:

En el Valle del Cauca una empresa incubadora de pollos cuenta con tecnología de punta, llamado In Ovo, que sirve para vacunar a los pollitos mientras están en el huevo. Con esta tecnología no se presentan pollitos heridos y descartados por vacunación, los pollitos se observan más activos durante las recepciones, y la tendencia es a presentar una menor mortalidad en la primera y segunda semanas si se compara con el método tradicional de vacunación. Algunos clientes han visto una mejora de otros parámetros productivos como conversión y peso final.

También es importante recalcar el aporte que actualmente está ofreciendo empresas internacionales como lo es Pas Reform, empresa de origen de Nueva Zelanda la cual tiene filiales en nuestro país y que cuenta con distintos servicios tecnológicos enfocados a la producción avícola como los son los sistemas de incubación, de automatización de estas plantas y el control climático, entre otros. Estas actividades apoyan de igual manera la unión de los distintos productores del sector avícola del país, pues sus instalaciones son lo suficientemente avanzadas para lograr abastecer las necesidades de los productores nacionales.

3.9.5 Legales

3.9.5.1 Requisitos para la exportación: Certificado de inspección sanitaria para exportación

La autoridad sanitaria del puerto de salida expedirá respecto de cada lote o cargamento de alimentos, el certificado de inspección sanitaria para exportación, previa inspección y análisis del

cargamento.

La expedición del certificado de inspección sanitaria para la exportación de alimentos y materias primas, requerirá:

Copia de registro sanitario, para aquellos alimentos que están sujetos a este requisito según este decreto;

Acta de inspección de la mercancía, cuando el país importador lo requiera;

Resultado de los análisis de laboratorio realizados a las muestras de los productos cuando el país importador lo requiera.

Certificado fitosanitario de exportación y/o certificado de inspección sanitaria, CIS

Para efectos de la exportación de plantas, productos vegetales, artículos reglamentados, animales y sus productos, el ICA expedirá a solicitud del interesado una vez se hayan cumplido todos y cada uno de los requisitos sanitarios exigidos por el país de destino un Certificado Fitosanitario de exportación.

3.9.5.2 Barreras de entrada:

Las restricciones fitosanitarias.

Demoras en puerto y costos de bodegaje.

El estar exportando las patas de pollo por medio de argentina ya que tiene libre acceso al mercado asiático y a Colombia se le dificulta por la falta de protocolos en cuanto a lo sanitario. (Triangulación).

Dificultad que se presenta para las pequeñas y medianas empresa llenar contenedores y los

costos de transporte.

La comercialización es a través de terceros, por eso algunos prefieren no hablar de exportaciones ya que su venta termina en puertos colombianos.

La sobreoferta del producto en el país de destino.

3.9.6 Sector

De 1.066.000 toneladas de pollo que consumen anualmente los colombianos, producidas en el país, sólo ingresaron, con cero arancel, 27 mil toneladas provenientes de Estados Unidos, durante el primer año de vigencia del Tratado de Libre Comercio (TLC) suscrito con ese país, contingente que irá creciendo 5% anual.

Estas 27 mil toneladas, en la práctica, equivalen únicamente al 2,5% de la producción Nacional, según lo explicó el ministro de Comercio, Industria y Turismo, Sergio Díaz-Granados, al enviar un mensaje positivo a los avicultores colombianos, frente a sus expectativas comerciales con el Acuerdo.

Habrá cinco años de gracia en los cuales, por el ingreso al país de los llamados ‘cuartos traseros de pollo’ (piernas, perniles y rabadillas) estadounidenses refrigerados, por encima del volumen estipulado en el contingente, se deberá pagar un arancel de 164,4%. Este sólo se empezará a desmontar, gradualmente, a partir del sexto año, hasta llegar al año 18, momento en el cual no habrá arancel.

Según datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura –FAO-, en promedio, los colombianos consumen 23 kilos de carne de pollo al año, mientras que

la cifra de los estadounidenses alcanza los 53 kilos. En cuanto al consumo de huevos, en Colombia es de 212 per cápita al año, mientras que en Estados Unidos es de 294.

La producción y el consumo de productos derivados del pollo han venido creciendo considerablemente en Colombia en los últimos años. Sumada al consumo interno, la apertura de los mercados internacionales ha sido determinante para el crecimiento de la producción. El sector avícola ha adquirido un papel muy importante en la economía nacional, incluso en términos geográficos, pues está presente en gran parte del territorio colombiano. Sin embargo, se encuentra con mayor densidad en el centro del país, y especialmente en las principales ciudades de las cordilleras.

En el departamento de Cundinamarca se encuentran la mayoría de estas granjas y le siguen los departamentos de Santander, Valle del Cauca y Antioquia.

3.9.7 Análisis:

Haciendo un recorrido por lo estudiado del sector se puede deducir que el sector, aunque si bien ha tenido algunos inconvenientes a lo largo de su desarrollo y más aún en los últimos tiempos como por ejemplo: los cambios de clima, la infraestructura del país colombiano y algunas falencias por el TLC con EE.UU, no han sido impedimento para que éste sector se encuentre en alza cada vez más y una clara evidencia de ello es que ahora no solo se satisface el mercado nacional, sino que ha logrado abastecer además, algunos mercados internacionales.

El sector avícola se ancla como uno de los sectores más fuertes en el país colombiano y esto se ve reflejado en las utilidades que genera, aunque no se da a vasto en la reparación y prevención

de posibles imprevistos, el gobierno colombiano apoya de manera indiscutible el sector y retribuye parte las utilidades generadas por medio de vacunas para la prevención de algunos virus que se puedan presentar y afectar de manera directa al gremio.

Respecto al futuro, se prevé que el sector continuará en alza y que para los productores y consumidores se hará mucho más rentable consumir, producir y comercializar pollo, puesto que pasado un tiempo determinado, se cancelará por completo el pago de impuestos que en la actualidad se le pagan a EE.UU, quien es uno de los países de mayor consumo del producto.

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

La posición arancelaria del producto a comercializar

el régimen de derechos a la exportación

el régimen de exención del IVA e ingresos Brutos

las exigencias del país de destino

la legalización en torno a la liquidación de divisas

conocimiento del producto

conocimiento y definición del mercado y sector del mercado

comercialización y canales de distribución

precio y cotización del producto

promoción del producto

arancel y regulación no arancelaria del producto

envases y embalajes

transporte

seguros

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

Con este producto se pretende primordialmente que el mercado Colombiano incurra en el mercado asiático, por medio de nuevas oportunidades de negocio como se presenta en este proyecto.

Objetivos a corto plazo:

Conocer adecuadamente el mercado meta

Adquirir negociaciones con los mejores proveedores

Darse a conocer en el país del mercado meta mediante publicidad.

Planear estrategias de venta

Competir con estándares de calidad y buenos precios.

Objetivos a mediano plazo:

Crear recordación en la mente del consumidor asiático.

Establecimiento en la industria.

Realizar estudios que permitan abrir nuevos mercados.

Incrementar las ventas

Objetivos a largo plazo:

Posicionamiento en el mercado.

Exportación directa hacia los países asiáticos

Abrir nuevos mercados.

Inversión para permitir que la empresa se convierta en productora y comercializadora.

Ser líderes en calidad y precio.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios



Fuente: Tellagorri.blogspot.com

Tipo de producto:

Las patas de pollo son un producto de consumo final.

Necesidad o deseo que atiende:

Nuestro producto tiene como principal objetivo satisfacer un deseo que se presenta generalmente en el mercado asiático, específicamente en China.

Las personas consumen las patas de pollo en diversos momentos y lugares por lo que este lo convierte en la satisfacción para los clientes.

Características Físicas:

Las patas de pollo tienen generalmente dos presentaciones, las pequeñas que se consumen normalmente y las que tienen uñas más grandes que son más apetecidas por el consumidor Chino. El producto es de la mejor calidad ya que es conservado en frigoríficos para mantener su composición natural y evitar que la textura, el olor o el sabor sufran un cambio a la hora de entregar al cliente. Las patas son empacadas al vacío, y de por sí su empaque es en bolsas plásticas resistentes al frío que permitan mejor su conservación, las cantidades dependen del pedido.

Características Intangibles:

La simbología China del fénix y el dragón juega un papel fundamental en la preferencia de las patas de pollo en dicho país, ya que representan la unión familiar. Además el consumo de este producto representa para la población una señal de prestigio y específica de personas exquisitas, teniendo en cuenta también uno de los factores más importantes que son sus beneficios

medicinales.

Usos del producto:

Este producto (patas de pollo) es específico de consumo humano, para la población China éste se consume como Snack a cualquier hora del día, como entrada en un restaurante, para acompañar cualquier tipo de bebida y se pueden consumir frescas, fritas, condimentadas, adicionadas en sopas, etc.

Normativa:

Registro sanitario y Fito sanitario

Instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos.

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Las ventas en el mercado chino se hacen a mayoristas en cajas de 10 kilogramos, estos compradores terminan de preparar el producto (adicionando saborizantes), para ser luego distribuidos a los supermercados de todo el país y a los clientes institucionales (hoteles y restaurantes).

Las patas de pollo colombianas llegan hasta extremo Oriente a través de Argentina, pues las compras Agriexport, las reexporta desde ese país e ingresan por los puertos de Haiphong

(Vietnam) y por Hong Kong.

Esta es una oportunidad que tiene Colombia, que desde 2009 hasta 2011 exportaron 1.500 toneladas a China. Actualmente ambos países están en negociaciones para reiniciar exportaciones, buscando opciones que no traigan complicaciones e ilegalidades para entrar los productos a China. Según cifras de la Aduana Colombiana, empresas como Cold Feet Colombia Ltda. O Corpavicol S.A.S también venden hacia China.

Además al valorizar súbitamente las extremidades, el precio total del pollo puede aumentar hasta casi el doble. “Así se vendan sólo las patas, este volumen nos ayudará a lograr unos mejores precios compensados para el pollo completo”, señaló Andrés Moncada, presidente de Fenavi. Y si sirve para impulsar las ventas de otras partes del ave, la ganancia puede ser por partida doble.

No solamente el índice de consumo de pollo por persona en China viene incrementando, porque el ingreso per cápita está creciendo, sino que el volumen es descomunal. La prioridad para el sector es que se pueda abrir ese mercado a la mayor brevedad. Se tiene todo el interés y se trabajará de la mano del gobierno”. Aunque el mismo gremio reconoce que el tema de las ventas de carne de pollo a China no ha sido estudiado a fondo. “Se sabe que las patas de pollo tienen una alta preferencia y que el precio es muy conveniente”.

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

Desarrollar un plan de negocio aplicable en el sector avícola que otorgue beneficios mutuos entre empresa y proveedores, pero que a la vez se le dé un excelente precio, servicio y calidad a

los clientes y consumidores finales de dicho producto. Además, de poder saber o interpretar de la mejor manera los parámetros en los que se encuentra el mercado meta (China) con el fin de poner en una balanza la demanda en éste país del producto a exportar y la oferta que se podrá generar por la empresa que entrará en funcionamiento, con el fin de ver si se puede o no abarcar todo el mercado estudiado o si el proceso se realizará por partes.

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

El estudio del consumidor se llevó a cabo por medio de información de estudios anteriormente realizados de entidades verídicas y confiables, páginas de internet, comunicados de prensa y blogs.

c) Aplicación de los Medios

Los medios aplicados han sido de gran ayuda para informarnos sobre la cantidad de clientes que podemos tener con nuestros productos, páginas de internet y comunicados de prensa han sido nuestras principales bases para el estudio de consumidores, y demás estudios.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

Un Consumo De Medio Millón De Toneladas

El consumo de patas de pollo en China ronda el medio millón de toneladas anuales. Según un

estudio de Proexport Colombia, un país que ha iniciado tímidamente la venta de este producto al gigante asiático, la temporada de mayor compra se produce entre los meses de abril y octubre cuando el clima es más cálido. Durante el otoño y el invierno, añade el estudio de la consultora con sede en Bogotá y encargada de promover el turismo, la inversión y las exportaciones de Colombia, el precio de la pata de pollo desciende por la caída de su consumo.

Las garras de esta ave de mayor tamaño se dirigen a los hipermercados y a los restaurantes de gama alta. Las patas más pequeñas, las alas y las puntas de las alas, además de ser vendidas en los supermercados, se utilizan para su procesamiento industrial y para otro tipo de productos terminados.

Determinación de la Demanda

El consumo de patas de pollo en China supera las 500 mil toneladas al año, la enorme demanda eleva el precio de este producto, considerado un despojo en muchos países.

A junio de 2012 el precio de un kilo de patas de pollo crudas en los supermercados de China superó los 3 dólares y el precio por tonelada bordea los 1500 dólares.

Por otro lado, las importaciones de patas de pollo representan más del 50% del total de importaciones avícolas chinas. (Federación Nacional de Avicultores de Colombia, 2014)

China cuenta con una población de 1.360.763.000 personas, teniendo en cuenta que el mercado potencial son las clases media-alta y alta, se cuenta con el número aproximado de posibles consumidores de entre 25 y 30 millones de hogares de clase media y entre 8 millones de clase alta.

Nuestro producto será vendido a mayoristas, quienes serán los encargados de la transformación y distribución del producto (Patas de pollo).

Su consumo es más alto entre los meses de abril y octubre y se reduce en el invierno. Alrededor de un 50% de sus ventas se concentra en el sur de China, especialmente en Cantón. (Federación Nacional de Avicultores de Colombia, 2014)

El secreto está en que el producto cuente con un alto estándar de calidad, que no solo le permita ser competitivo a nivel internacional, sino que además cumpla con los requerimientos que exige la autoridad sanitaria china y para ello, contamos con el respaldo del tratado de cooperación que firmó el gobierno colombiano con el chino; lo que nos genera una gran ventaja y muy buena expectativa para desarrollar dicho negocio.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

Los principales proveedores de los productos avícolas, son empresas procesadoras de pollo que se encuentran principalmente ubicadas en el Valle del Cauca y Santander, son empresas que cuentan con tecnología de punta para la incubación del pollo y todo su proceso.

También existen otras empresas relacionadas con el procesamiento avícola en el resto del territorio Colombiano.

Algunos proveedores:

Distribuidora y planta procesadora de pollo El bosque

Es una empresa dedicada al cultivo, proceso y distribución del pollo y sus derivados, cuentan con una gran planta de procesos ubicada en la ciudad de Ibagué.

Dirección: Vereda Ramos Astilleros. Ibagué, Tolima

Contacto: Liliana Esquivel García

Procesadora Avícola del Risaralda S.A

Esta procesadora es una de las más grandes que cuenta con varias plantas dedicadas a procesos específicos, como por ejemplo: plantas de producción, granjas reproductivas, granjas de engorde y plantas de incubación. Es una empresa con mucha experiencia en lo que compete al mercado avícola.

Dirección: Calle 1 # 10W - 151 Vía Turín La Popa, Sector Pedregales

Dosquebradas, Risaralda

Procesadora Avícola PIKU S.A.S

Es una empresa productora de carne de pollo con gran experiencia en el sector avícola.

Dirección: Callejos Canagua km 1, Guacari – Valle del Cauca.

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Para el estudio de los proveedores, hay varios aspectos que tienen que ser resaltados a la hora de escogencia del producto. Estos juegan un papel definitivo en lo que concierne a calidad del

producto ya que son los encargados de cada uno de los procesos del animal desde su incubación, depende entonces de allí la calidad que nuestro producto vaya a tener por lo cual la selección debe ser minuciosa.

De los principales aspectos a estudiar se encuentran:

El tiempo que dura el proceso

La viabilidad en los precios

La calidad que tiene el producto final (las patas del pollo)

Calidad en el tiempo de entrega

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

El estudio del proveedor se realiza a través de información suministrada por contactos y de igual forma ésta es investigada por cuenta propia.

c) Aplicación de la Medios

Se realizó una búsqueda en internet de varios de los servicios, seguido por llamadas verificando la existencia de la empresa y claridad en los productos y/o servicios que prestan.

d) Resultados del estudio de los proveedores

NOMBRE	DATOS CONTACTO	PRODUCTOS O SERVICIOS	PRECIO	POLÍTICAS DE PAGO	FORTALEZAS	DEBILIDADES	
Distribuidora y planta procesadora de pollo El bosque	Vereda Ramos astilleros. Ibagué, Tolima. Liliana Esquivel García	Cultivo, proceso y distribución de pollo y sus derivados	\$900 /kg	Contado	Cuentan con una gran planta de procesos, dedicada específicamente al pollo	Desventaja con lo respectivo a la distancia para Medellín.	
Procesadora Avícola del Risaralda S.A	Calle 1 # 10W - 151 Vía Turín la popa, sector Pedregales. Dosquebradas, Risaralda	Procesadora Avícola	\$800 /Kg	Contado	Varias plantas para procesos específicos. Buena tecnología. Mucha experiencia en el mercado Avícola	-	
Procesadora Avícola PIKU S.A.S	Callejos Canagua km 1, Guacari - Valle del cauca	Carne de pollo y derivados	800 /kg	Contado	Experiencia en el sector Avícola	Desventaja de instalaciones referente a los demás proveedores	

Fuente: Análisis propio

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

Los principales competidores en la comercialización y exportación de patas de pollo en Colombia son:

C.I Colagro S.A.S

Esta comercializadora se dedica principalmente a la exportación de productos agropecuarios, entre estos las patas de pollo, a países asiáticos.

La ubicación de esta empresa es en la ciudad de Bogotá

Acondesa (Alimentos concentrados del Caribe) S.A

Esta empresa se dedica a la producción, procesamiento y distribución de pollo, cerdos y huevos.

Está ubicada en la región del caribe Colombiano.

Dirección: Cra 30 No. 28a 180; Soledad; Atlántico

Avicola Miluc S.A.S

Dirección: Calle 16 D No. 78 G – 95. Barrio Visión de Colombia Bogotá semi – Industrial

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Al realizar el estudio hacia el competidor, se investigaron las siguientes variables: como la presentación del producto y su diseño, medio comercial, sistema de comunicación, servicio al cliente y su participación en el mercado; nacional como internacional.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Al ser productos que se comercializaran de la misma forma al competidor, el medio que se utilizó para estudiar el mercado competidor fue por internet a través de redes sociales y páginas web, realizando una lectura minuciosa de las variables mencionadas anteriormente en cada página de las marcas más conocidas por el consumidor.

c) Aplicación de la Medios

Para empezar a aplicar el medio por el cual se estudió a la competencia, se hizo una selección de las empresas más conocidas en la comercialización de patas de pollo en las redes sociales y además en las páginas web, las marcas más distinguidas que se encontraron fueron C.I Colagro S.A.S, Acondesa S.A, Avicola Miluc S.A.S; por lo que se pasó a examinar que demanda tiene el producto, porque medio dan la información al consumidor y si hay variación en el precio.

d) Resultados del Estudio de la Competencia

NOMBRE	UBICACIÓN	PRODUCTOS O SERVICIOS	PRECIO	POLÍTICAS DE PAGO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
C.I Colagro S.A.S	Bogotá	Exportación de patas de pollo a países asiáticos	\$1050 /kg	Contado	Dedicación a un solo producto. Experiencia en la exportación a países asiáticos	Poca capacidad de producción
Acondesa (Alimento)	Atlántico	Producción, procesamiento	950 /kg	Contado	Grandes plantas de	No tiene

s concentra dos del Caribe) S.A		nto y distribución de pollo, cerdo y huevos			producción. Buena experiencia en el sector agropecuario	concentració n en el producto que se necesita (patas de pollo)
Avícola Miluc S.AS	Bogotá	Venta de Pollo y sus derivados	\$980 /k g	Contado	Se concentra en la producción únicamente de pollo. Buen servicio. Buena comunicació n por parte de su página oficial de internet	-

Fuente: Análisis propio

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

Para la exportación de las patas de pollo se utilizará un canal directo ya que se le venderá a compradores chinos que someterán el producto a un proceso de transformación donde terminan de prepararlo generalmente adicionando saborizantes y re empacan, para luego venderlo a supermercados y clientes institucionales.

Respecto al precio de referencia, se tiene que el kilo de pata de pollo fresca cuesta hasta \$3,73

USD (precio CIF) en los segmentos altos, a donde se pretende dirigir el negocio, por lo cual es posible asegurar que se será competente con un precio CIF de \$3,56 USD por kg.

La exportación se hará con un término Incoterm EXW. Dejando en fabrica la mercancía y ya en este punto el importador es quien se encarga de la mercancía tanto de su transporte como de su comercialización.

4.6.2 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

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

Este producto entrará principalmente por dos puertos en Asia: Haiphong (Vietnam) y por Hong Kong e ingresa a China vía terrestre a través de empresas o consignatarios especiales. Las garras y patas de pollo se comercializan en cajas de 10kg, cuando llega el producto a ciudades como Guangzhou, se vende a mayoristas por lo que se percata que los empaques no tengan ni mayor ni menor volumen. En China existen grandes compradores de pollo que lo comercializan como insumos para industrias procesadoras de alimentos dándole continuidad a un trabajo industrial, en donde se termina de preparar el producto (adicionando saborizantes), para ser luego distribuidos a los supermercados de todo el país y a los clientes institucionales (hoteles y restaurantes).



Fuente: cms.molpower.com

b) Fuerza de ventas

PERSONAL	COMPETENCIAS	CANTIDAD	COSTO
Comerciante Internacional	Tecnólogo, Con Experiencia En El Área, Dominio De Ingles	1	1.100.000
Contador	Profesional Capacitado, Con Experiencia En El Área	1	1.300.000
Gerente	Profesional Experimentado Y Con Total Conocimiento De Los Procesos A Llevar A Cabo.	1	1.700.000

Fuente: Análisis propio.

4.6.3 Manejo de Inventarios

La política de inventarios en Aviexport S.A.S se manejaría de acuerdo al cliente, es decir, con la demanda en los pedidos, de por si las patas de pollo son un producto que de no conservarse en la forma adecuada puede perder sus principales características y de esta forma bajar drásticamente la calidad del producto, por lo que éste se maneja bajo la modalidad de pedido, de acuerdo con el número de pedidos que se hagan en un periodo determinado la empresa puede hacer un tanteo o un estudio basado en esto que permita un numero o un porcentaje de kilogramos de patas de pollo que pueda permanecer en los frigoríficos empacado de forma especial para su conservación, que permita cubrir la necesidad de un envío extraordinario, de forma que si tal envío no se hace, las patas de pollo de reserva puedan utilizarse en los pedidos posteriores al cliente, poniendo una nuevas como reserva.

4.6.4 Comunicación

Nombre comercial: Patas de Pollo

Empaque: Bolsas transparentes con capacidad para 12 kg en las cuales se empacaran 10 kg de patas de pollo. Estas a su vez se empacaran en una caja de cartón con la descripción de la empresa y el etiquetado correspondiente para su exportación a China

Nombre de la empresa: Comercializadora Internacional Aviexport

En este empresa prevalecerá el color amarillo y el naranja, teniendo en cuenta la parte del efecto que ocasiona en los sentidos humanos para generar apetito y además, por ser representativos de los pollos y gallinas.

4.6.5 Actividades de promoción y divulgación

Para dar a conocer la empresa se estableció que se haría presencia de las patas de pollo haciendo uso del internet; con la utilización de redes sociales que estén más cerca y a la mano de las personas, hacer uso de espacios publicitarios de estos y otras páginas donde se puedan hacer anuncios, participar de foros relacionados al producto que salgan al mercado donde se puedan dejar los links, entre otros.

Se buscara la participación en ferias (como la feria de importación y exportación de china, International Nutrition and health industry Expo...) en alianza con otras marcas para, de esta manera, poder hacer nuevos contactos y alianzas a nivel mundial.

4.7 Precios de los Productos

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

PRECIOS DEL PROVEEDOR	4
Calidad Del Producto	5
Competitividad En Precios	5
Precios De La Competencia	4
Demanda	4

Costos	5
--------	---

Fuente: Análisis propio.

Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Proceso	Cantidad a exportar (Kg)	Valor Unitario (USD)	Valor Total (USD)	Tasa de cambio	Valor Total (Pesos)
Precio en fabrica	10.000	1,64	16400	1950	31980000
Empaque y embalaje	10.000	0,51	510	1950	994500
Precio EXW	10.000	2,15	21500	1950	41925000

Fuente: Análisis propio

4.7.2 Los Precios de los Productos propuestos

		PRECIO PROPUESTO EN PESOS					
	PRODUCTO	UNIDAD DE VENTA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO EN FABRICA (1 KG)	PRECIO TOTAL EN FABRICA	PRECIO UNITARIO EXW (1 KG)	PRECIO TOTAL EXW
1	Patas de	Kilogramo	10000	3198	31980000	4200	41925000

	pollo						0
--	-------	--	--	--	--	--	---

Fuente: Análisis propio

PRECIO PROPUESTO EN DOLARES							
	PRODUCTO	UNIDAD DE VENTA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO EN FABRICA (1 KG)	PRECIO TOTAL EN FABRICA	PRECIO UNITARIO EXW (1 KG)	PRECIO TOTAL EXW
1	Patas de pollo	Kilogramo	10000	1,64	16400	2,15	21500

Fuente: Análisis propio

4.7.3 Política de Precios

Las patas de pollo serán vendidas a los clientes mayoristas, lo cuales pagaran el 50% de contado una vez se realice la negociación y el otro 50% con carta de crédito a 15 días.

4.8 Riesgos y Oportunidades del mercado

Riesgos

- No es rentable exportar patas en pocas cantidades.

- El mercado de las patas de pollo es competido con Estados Unidos y Brasil.
- No puede exportarse directamente por falta de protocolos sanitarios que nos permiten la accesibilidad a ese mercado.
- Alto riesgo que se corre debido a las demoras en los puertos y los costos de bodegaje.

Oportunidades

- El consumo de patas de pollo en China ronda el medio millón de toneladas anuales.
- Beijing impuso aranceles antidumping de hasta 105 por ciento a las patas estadounidenses.

4.9 Plan de ventas

PATAS DE POLLO	
VENTAS ESTIMADAS POR MES (KG)	
Altas (Optimista)	10.000 kg
Medias (Medio)	10.000 kg
Bajas (Pesimista)	10.000 kg

Fuente: Análisis propio.

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

Identificar las necesidades del consumidor para la producción de patas de pollo para la demanda del mercado local e internacional en un plazo no mayor a seis meses.

Desarrollar la producción de patas de pollo de acuerdo a la demanda que hallemos en el mercado, en un plazo no mayor a dos meses optimizando todos los recursos que se involucran en el desarrollo de la misma.

Alcanzar un nivel de producción de mayores unidades en un plazo de dos años como consecuencia del crecimiento y reconocimiento de la empresa en el mercado local e internacional a través del canal de distribución pertinente.

5.2 Descripción del proceso de producción

PROCESO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	TIEMPO	EQUIPOS REQUERIDOS
PROCESO 1	Compra De La Mercancía	Después De Seleccionado El Proveedor Se Realiza De La Compra.	Gerente	1 Día	X
PROCESO 2	Recepción De Mercancía En La Planta	Descargue De Los Camiones	Descargadores	8 Días	Camiones Para El Transporte Hasta La Planta
PROCESO 3	Desempaque De La Mercancía	Manipulación De La Mercancía En La Planta	Operarios, Empacadores	4 Horas	X
PROCESO 4	Empaque	Empacar Las Patas De Pollo En Las Bolsas Al Vacío	Operarios, Empacadores	10 Días	Empacadoras Al Vacío

PROCESO 5	Almacenamiento	Almacenar La Mercancía Empacada Hasta El Momento Del Despacho.	Operarios	10 Días	Frigoríficos Industriales
PROCESO 6	Transporte	Mantiene La Cadena De Frio	Área De Comercio Exterior	11 Días	Camiones

Fuente: Análisis Propio.

5.3 Capacidad de producción

Basados en las proyecciones de ventas y en las variables financieras, nuestra empresa está en la capacidad de exportar 10.000 kg de patas de pollo mensuales.

5.4 Plan de Producción

De acuerdo a los aspectos financieros y de mercado, además de los resultados obtenidos del estudio del sector, determinamos el siguiente plan de acuerdo a la cantidad de patas de pollo en venta, adicionándole el stock de inventario.

Fuente: Análisis propio

PERIODO (MESES)	CAPACIDAD PCN	Kg EXPORTADOS	N° CAJAS (10 Kg)
1	10200	10000	1000
3	30200	30000	3000

6	60200	60000	6000
12	120200	120000	12000

Fuente: Análisis Propio.

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

El área necesaria para la apropiada instalación de la empresa consta de:

Local arrendado el cual cuenta con dos plantas distribuidas de la siguiente manera:

Primera planta, utilizada para adecuar la maquinaria, en esta se realizara todo el proceso relacionado con la mercancía, tal como la recepción de ésta, empaclado, almacenamiento y a su vez el despacho.

En la segunda planta, se encontrara todo lo relacionado con la administración, como las oficinas, los muebles y encerres, los equipos de comunicación, etc.

Las adecuaciones necesarias son las elementales como la electricidad necesaria para el funcionamiento de la maquinaria y de todo equipo electrónico, la comunicación, también así el agua necesaria para cualquier tipo de proceso y actividad realizada en la empresa.



Fuente: fincaraiz.com.co

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

MAQUINARIA, MUEBLES Y ENCERES				
N.	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	PRECIO EN DÓLARES	PRECIO EN PESOS
1.	Frigorífico industrial 1	Supernordico. Bogotá, Colombia	usd 1025,64	\$ 2.500.000
2.	Frigorífico industrial 2		usd 1025,64	\$ 2.500.000
3.	Camión de transporte 1	Foton	usd 43589,74	\$ 85.000.000
4.	Camión de transporte 2	Foton	usd 43589,74	\$ 85.000.000

5.	Maquina transportadora y embaladora	Metalux	usd 4717,94	\$ 9.200.000
6.	Maquina transportadora y embaladora	Metalux	usd 4717,94	\$ 9.200.000

Fuente: Análisis propio

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

MATERIALES E INSUMOS					
N.	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO EN DÓLARES	PRECIO EN PESOS
1.	Patas de pollo	18000 kg	Procesadora Avícola del Risaralda S.A	USD 0.41 / Kg	\$ 800/ kg
TOTALES				USD 7.384,61	\$ 14.400.000
2.	Cajas de cartón con marcado y etiquetado. Medidas: 12x15	2000 unidades	Dipack S.A. Antioquia, Medellín	USD 0,18 /unidad	\$ 350 / unidad
TOTALES				USD 358.97	700.000

Fuente: Análisis propio.

5.5.4 Requerimientos de servicios.

SERVICIOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN			
SERVICIO	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	PRECIO
Luz	Necesaria Para El Almacenamiento Del Producto En Las Neveras Congeladoras	Empresas Públicas De Medellín E.S.P.	800.000
Agua	Limpieza Y Aseo Del Producto Y Personal Cuando Es Necesario	Empresas Públicas De Medellín E.S.P.	250.000
Seguros	Salvaguardar Las Mercancía Y La Maquinaria De La Empresa En Caso De Algún Inconveniente	Cooproseguros Agencia De Seguros Ltda.	1.000.000
Mantenimiento	Mantenimiento De Equipos De Oficina Para Su Óptimo Rendimiento	Comtecol Ltda.	500.000

Fuente: Análisis Propio

5.5.5 Requerimientos de personal.

PERSONAL NECESARIO PARA LA PRODUCCION				
CARGO	FUNCIÓN	SALARIO BASICO	PRESTACION ES SOCIALES	SALARIO + PRESTACIONES
Supervisor	Tener control sobre todas las operaciones de producción	1.000.000	587.770	1.587.770
Descargador 1	Descargue y manejo de mercancía	616.000	295.017	911.017
Descargador 2	Descargue y manejo de mercancía	616.000	295.017	911.017
Empacador 1	Empaque de mercancía y manejo maquinaria, almacenamiento.	616.000	295.017	911.017
Empacador 2	Empaque de mercancía y manejo maquinaria, almacenamiento.	616.000	295.017	911.017
Empacador	Empaque de mercancía	616.000	295.017	911.017

r 3	y manejo maquinaria, almacenamiento.			
Empacado r 4	Empaque de mercancía y manejo maquinaria, almacenamiento.	616.000	295.017	911.017
Empacado r 5	Empaque de mercancía y manejo maquinaria, almacenamiento.	616.000	295.017	911.017

Fuente: Análisis Propio

5.6 Programa de producción

PROGRAMACION	FECHAS
Búsqueda De La Bodega	Febrero 5 de 2015
Firma Contrato De La Bodega	Febrero 13 de 2015
Realizar Lista De Máquinas E Insumos Necesarios Para La Empresa	Febrero 14 de 2015
Cotización De Máquinas E Insumos	Febrero 21 de 2015
Compra De Máquinas E Insumos	Febrero 28 de 2015
Adecuación De La Bodega	Marzo 3 de 2015
Selección De Personal	Marzo 5 de 2015

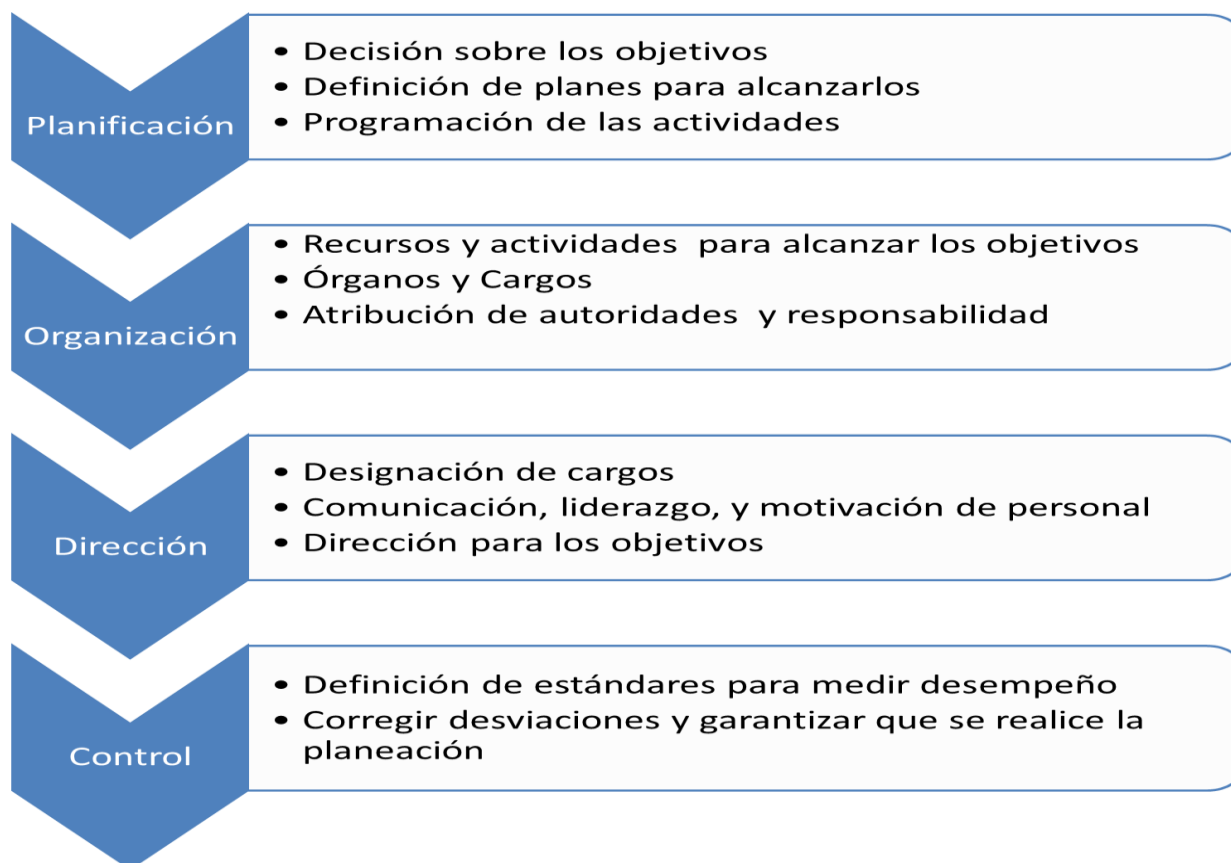
Revisión Perfiles Del Personal	Marzo 9 de 2015
Capacitación Del Personal	Marzo 13 de 2015
Inducción Del Personal	Marzo 14 y 16 de 2015
Aseo De La Bodega	Marzo 19 y 20 de 2015
Inicio De Actividades De Producción	Marzo 24 de 2015

Fuente: Análisis propio

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos



Fuente: Procesosadministrativos.blogspot.com

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

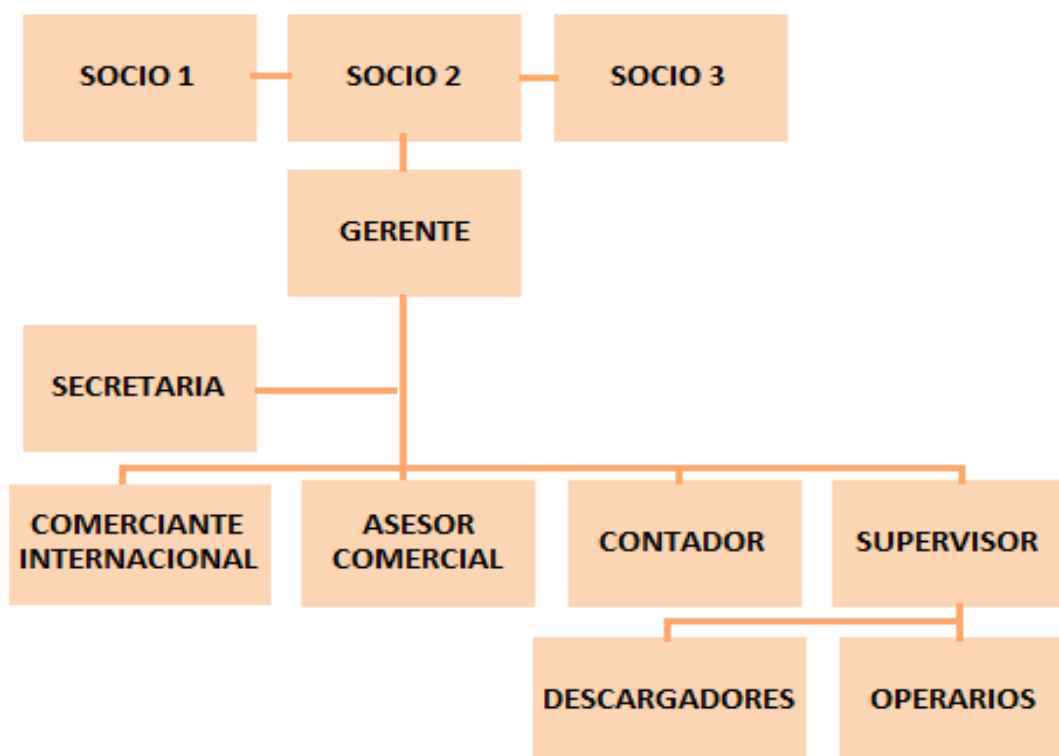
PROCESO	PROVEEDOR	COSTO	COSTO MENSUAL
---------	-----------	-------	---------------

Asesoría fiscal	ACI Auditoría y consultoría integrales	1.200.000/Trimestral	400.000
Formación de personal	Capacitadores	2.000.000/Semestral	333.334
Publicidad	Innova publicidad visual S.A.S	600.000/Mensual	600.000

Fuente: Análisis propio.

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



Fuente: Análisis propio

6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Socios

- Dirigir la empresa.
- Asumir los riesgos de las actividades comerciales.
- Planificar estratégicamente el uso de los recursos.
- Soportar todo tipo de obligación.

Gerente

- Supervisar todas las áreas
- Representar legalmente la empresa
- Conocer el mercado y tomar las decisiones necesarias.
- Conocer cada área y su funcionamiento.
- Planear, organizar, dirigir, controlar las actividades operativas y administrativas.
- Controlar el presupuesto de la empresa.

Secretaria

- Organizar las tareas administrativas.
- Llevar la agenda de conferencias, reuniones, etc.
- Atender a los visitantes de la oficina.
- Encargarse de la correspondencia, llamadas y faxes entrantes.
- Realización de informes correspondientes.

Comerciante internacional

- Investigar los mercados internacionales
- Coordinar la negociación nacional e internacional
- Coordinar la compra de mercancía a los proveedores
- Contacto permanente con los clientes
- Mantenerse al tanto de los cambios en temas aduaneros
- Encargarse de la logística de la distribución física internacional
- Coordinar el despacho de la mercancía
- Realizar el seguimiento de la mercancía durante el transporte

Contador

- Coordinar y contabilizar lo referente a activos, pasivos, ingresos y egresos de la empresa.

- Verificar que las facturas recibidas contengan la información correcta
- Llevar mensualmente los libros generales de compras y ventas
- Llevar todos los movimientos económicos de la empresa
- Llevar los libros contables
- Realización de las cuentas por cobrar y por pagar
- Contabilizar la nómina de pagos de los empleados
- Realizar informes mensuales de las actividades financieras de la empresa

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

Local arrendado para área administrativa, actividades comerciales y de empacado el monto del arriendo mensual es de \$4.000.000. El local se encuentra en perfectas condiciones para la implementación de la maquinaria necesaria.

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres

6.3.3

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO
Software Para Contabilidad	1	Actis LTDA	400.000
Computadores	5	Solutek Partes	4.500.000

Teléfonos	7	SBK S.A.S	420.000
Fax	5	SBK S.A.S	400.000
Escritorios	6	muebleflex	1.800.000
Archivadores	2	SBK S.A.S	440.000
Impresoras	5	SBK S.A.S	1.000.000
Estanterías	4	muebleflex	480.000
Lámparas De Escritorio	6	SBK S.A.S	420.000
Mesa De Juntas	1	muebleflex	350.000
Televisores	2	Carrefour	2.000.000
Fotocopiadora	2	SBK S.A.S	620.000
TOTAL			13.330.000

--	--

Fuente: Análisis Propio.

6.3.4 Requerimientos de materiales de oficina, papelería, aseo y cocina.

OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO
Resma de papel	5	Éxito	50.500
Caja de lápiz	1	Éxito	5.000
Caja lapiceros	1	Éxito	7.300
Caja de clips	1	Éxito	19.900
Caja borradores	1	Éxito	3.000
Correctores	6	Éxito	24.000
Paquete resaltadores	6	Éxito	54.600
Grapadoras	6	Éxito	33.900
Perforadora	6	Éxito	21.600
P. Sobres manila	2	Éxito	8.900
Sellos	12	Linio	132.000

Tableros goma	6	Linio	72.000
Tablero acrílico	1	Linio	75.000
ASEO			
Escobas	2	Éxito	19.820
Trapeadora	2	Éxito	19.998
Recogedor	2	Éxito	15.460
Ambientador	1	Éxito	12.980
Jabones	Varios	Éxito	24.500
Guantes	2	Éxito	10.000
Papeleras	8	Éxito	44.000
P. Bolsas de basura	2	Éxito	8.000
P. Higiénico	1	Éxito	15.600
COCINA			
J. Pocillos	3	Home Center	28.000
J. Platos	3	Home Center	24.999
J. Cucharas	3	Home Center	23.599
J. Tenedores	3	Home Center	14.999
Servilletas	2	Éxito	2.300
Pitillos	2	Éxito	1.200

Azúcar	2	Éxito	16.800
Café	2	Éxito	11.990
Cafetera	1	Home Center	54.999
Leche	2	Éxito	9.800
Aromáticas	3	Éxito	2.300
Galletas	3	Éxito	23.400
TOTAL			900.444

Fuente: Análisis Propio.

6.3.5 Requerimientos de servicios.

SERVICIO	DESCRIPCION	PROVEEDOR	PRECIO
Luz	Necesaria para las instalaciones y para el funcionamiento de los equipos	Empresas públicas de Medellín	650.000
Agua	Necesaria para el aseo de los baños y para uso general del	Empresas públicas de Medellín	250.000

	personal		
Comunicaciones	Necesarias para el funcionamiento de la línea telefónica, el manejo del internet, etc.	Une	180.000
TOTAL			870.000

Fuente: Análisis Propio.

6.3.6 Requerimientos de personal

CARGO	PERFIL	CAPACITACION	SALARIO	PRESTACIONE S
Secretaria Gerencial	Persona Capacitada, Dominio De Ingles	No	700.000	417.275
Comerciante Internaciona l	Tecnólogo, Con Experiencia En El Área, Dominio De Ingles	No	1.100.000	633.705
Contador	Profesional	No	1.100.000	633.705

	Capacitado, Con Experiencia En El Área			
Gerente	Profesional Experimentado Y Con Total Conocimiento De Los Procesos A Llevar A Cabo.	No	1.300.000	760.599
TOTAL				2'445.284

Fuente: Análisis Propio.

6.4 Programa de administración

PROGRAMACIÓN	FECHAS
Constitución De La Empresa	Enero 5-7 De 2015
Apertura De La Cuenta Bancaria	Enero 7 De 2015
Contratación Y Diseño De La Pagina	Enero 8-13 De 2015
Tramites De La DIAN	Enero 13-23 De 2015
Selección Del Personal	Enero 26-30 De 2015
Revisión Perfiles Del Personal	Febrero 3 De 2015
Capacitación Del Personal	Febrero 5-6 De 2015

Inducción Del Personal	Febrero 11-13 De 2015
Realizar Lista De Materiales Muebles E Insumos Necesarios Para La Oficina	Febrero 16 De 2015
Cotización Equipos Necesarios Para La Oficina	Febrero 18-19 De 2015
Compra De Las Equipos Y Herramientas Necesarios Para La Oficina	Febrero 23 De 2015
Adecuación De La Oficina	Febrero 26 De 2015
Inicio De Actividades De Administración Y Mercadeo	Marzo 5 De 2015

Fuente: Análisis propio

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

Comercializadora Internacional AVIEXPORT S.A.S

Sociedad por acciones simplificadas (S.A.S) tienen unas reglas más flexibles y su proceso de creación es más económica que las sociedades anónimas usuales.

Una organización activa, con menos costos, con la responsabilidad clara y donde una sola persona puede ser el titular de la propiedad es lo que propone la sociedad por acciones simplificadas (S.A.S).

La naturaleza de este tipo será siempre comercial, independientemente de las actividades

predichas en objeto social, para efectos tributarios, la S.A.S se registrará por las reglas aplicables a la sociedad anónima.

REQUISITOS PARA SU CONSTITUCION

1. Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
2. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
3. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
4. El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
6. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
7. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

"Para que las patas de pollo importadas ingresen a China se requiere contar con un certificado

fitosanitario otorgado por el gobierno chino, lo cual se logra tras un complejo proceso que implica la certificación de toda la cadena de producción avícola."

El trámite se inicia a solicitud del gobierno interesado ante la entidad sanitaria china. Para empezar, no todos los pedidos son tramitados, este organismo chino decide si es posible comenzar el procedimiento de autorización de ingreso de acuerdo al nivel fitosanitario del país solicitante.

Así mismo, el gobierno interesado debe presentar documentación técnica sobre su sistema de servicio veterinario, sistema de control de calidad, método de producción, sistema de control de inocuidad y sanidad, sistema de monitoreo de residuos, detección y supervisión de epidemias de animales, entre otros.

El estricto proceso de evaluación incluye también la visita de un grupo de expertos de la entidad sanitaria china para realizar una inspección in situ de las granjas avícolas productoras.

Es decir, primero se debe tener un documento fitosanitario del proveedor de las patas de pollo, que cumpla con todas las normas técnicas, el cual se solicita ante el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) y luego solicitar un permiso ante la entidad sanitaria China para que las patas de pollo puedan ingresar a este país.

Requisitos para constituir una comercializadora internacional? C.I?

CONSTITUCIÓN

Mediante escritura pública constituirse como Sociedad de Comercializadora Internacional, en

alguna de las formas jurídicas establecidas en el Código de Comercio (Anónima, Limitada, etc.)

La constitución deber? hacerse siempre teniendo en cuenta los requisitos de que trata el artículo 1° del Decreto 1740 de 1994, a saber:

- RAZON SOCIAL: Es obligación incluir dentro de la razón social la expresión “Sociedad de Comercialización Internacional” o en su defecto la sigla ‘CI.’.

- OBJETO SOCIAL: Estipular en su Objeto Social “tendrá por objeto principal efectuar operaciones de comercio exterior y particularmente, orientar sus actividades hacia la promoción y comercialización de productos colombianos en los mercados externos”.

2. Obtener el NIT ante la Cámara de Comercio que incluya la sigla CI. O Sociedad de Comercialización Internacional, conforme figure en el Registro de la Cámara de Comercio.

3. Registrar la Sociedad ante la Cámara de Comercio.

4. Registro Nacional de Exportadores ante el Ministerio de Comercio Exterior.

Registro como Sociedad de Comercialización Internacional “C.I.” ante el Ministerio de Comercio Exterior.

Para obtener el registro ante el Ministerio de Comercio Exterior como Sociedad de

Comercialización Internacional, se debe:

- Solicitar a la Dirección para el Desarrollo del Intercambio del Ministerio de Comercio Exterior; Calle 28 No. 13A-15, Piso 3, el formulario de solicitud de inscripción.
- Diligenciar y presentar ante la misma dirección, el formulario acompañado del Registro de Cámara de Comercio en original, fotocopia del Registro Nacional de Exportadores y fotocopia del NIT.

ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

SOCIO	APORTE	MOMENTO DE ENTREGA
Luis Ignacio Rúa Rodríguez	\$ 33.333.333	Al Inicio Del Proyecto
Daniela Mejía Marín	\$ 33.333.333	Al Inicio Del Proyecto
Ana María Zapata Gallego	\$ 33.333.333	Al Inicio Del Proyecto

Fuente: Análisis Propio Excel.

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

ENTIDAD BANCARIA	CITIBANK
Monto Del Préstamo:	\$ 300.000.000
Intereses (Efectivo Mensual):	0,62%
Plazo (Meses):	60
Modalidad Del Préstamo:	Cuota Fija

Fuente: Análisis Propio Excel.

TABLA DE AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO (MENSUAL)				
0				\$ 300.000.000

1	\$ 6.002.835	\$ 1.860.000	\$ 4.142.835	\$ 295.857.165
2	\$ 6.002.835	\$ 1.834.314	\$ 4.168.520	\$ 291.688.645
3	\$ 6.002.835	\$ 1.808.470	\$ 4.194.365	\$ 287.494.280
4	\$ 6.002.835	\$ 1.782.465	\$ 4.220.370	\$ 283.273.910
5	\$ 6.002.835	\$ 1.756.298	\$ 4.246.536	\$ 279.027.373
6	\$ 6.002.835	\$ 1.729.970	\$ 4.272.865	\$ 274.754.508
7	\$ 6.002.835	\$ 1.703.478	\$ 4.299.357	\$ 270.455.152
8	\$ 6.002.835	\$ 1.676.822	\$ 4.326.013	\$ 266.129.139
9	\$ 6.002.835	\$ 1.650.001	\$ 4.352.834	\$ 261.776.305
10	\$ 6.002.835	\$ 1.623.013	\$ 4.379.822	\$ 257.396.483
11	\$ 6.002.835	\$ 1.595.858	\$ 4.406.976	\$ 252.989.507
12	\$ 6.002.835	\$ 1.568.535	\$ 4.434.300	\$ 248.555.207
13	\$ 6.002.835	\$ 1.541.042	\$ 4.461.792	\$ 244.093.415
14	\$ 6.002.835	\$ 1.513.379	\$ 4.489.456	\$ 239.603.959
15	\$ 6.002.835	\$ 1.485.545	\$ 4.517.290	\$ 235.086.669
16	\$ 6.002.835	\$ 1.457.537	\$ 4.545.297	\$ 230.541.372
17	\$ 6.002.835	\$ 1.429.357	\$ 4.573.478	\$ 225.967.893
18	\$ 6.002.835	\$ 1.401.001	\$ 4.601.834	\$ 221.366.060
19	\$ 6.002.835	\$ 1.372.470	\$ 4.630.365	\$ 216.735.694
20	\$ 6.002.835	\$ 1.343.761	\$ 4.659.073	\$ 212.076.621
21	\$ 6.002.835	\$ 1.314.875	\$ 4.687.960	\$ 207.388.661
22	\$ 6.002.835	\$ 1.285.810	\$ 4.717.025	\$ 202.671.636
23	\$ 6.002.835	\$ 1.256.564	\$ 4.746.271	\$ 197.925.366

24	\$ 6.002.835	\$ 1.227.137	\$ 4.775.697	\$ 193.149.668
25	\$ 6.002.835	\$ 1.197.528	\$ 4.805.307	\$ 188.344.362
26	\$ 6.002.835	\$ 1.167.735	\$ 4.835.100	\$ 183.509.262
27	\$ 6.002.835	\$ 1.137.757	\$ 4.865.077	\$ 178.644.185
28	\$ 6.002.835	\$ 1.107.594	\$ 4.895.241	\$ 173.748.944
29	\$ 6.002.835	\$ 1.077.243	\$ 4.925.591	\$ 168.823.353
30	\$ 6.002.835	\$ 1.046.705	\$ 4.956.130	\$ 163.867.223
31	\$ 6.002.835	\$ 1.015.977	\$ 4.986.858	\$ 158.880.365
32	\$ 6.002.835	\$ 985.058	\$ 5.017.776	\$ 153.862.589
33	\$ 6.002.835	\$ 953.948	\$ 5.048.887	\$ 148.813.702
34	\$ 6.002.835	\$ 922.645	\$ 5.080.190	\$ 143.733.512
35	\$ 6.002.835	\$ 891.148	\$ 5.111.687	\$ 138.621.825
36	\$ 6.002.835	\$ 859.455	\$ 5.143.379	\$ 133.478.446
37	\$ 6.002.835	\$ 827.566	\$ 5.175.268	\$ 128.303.178
38	\$ 6.002.835	\$ 795.480	\$ 5.207.355	\$ 123.095.823
39	\$ 6.002.835	\$ 763.194	\$ 5.239.641	\$ 117.856.182
40	\$ 6.002.835	\$ 730.708	\$ 5.272.126	\$ 112.584.056
41	\$ 6.002.835	\$ 698.021	\$ 5.304.814	\$ 107.279.242
42	\$ 6.002.835	\$ 665.131	\$ 5.337.703	\$ 101.941.539
43	\$ 6.002.835	\$ 632.038	\$ 5.370.797	\$ 96.570.742
44	\$ 6.002.835	\$ 598.739	\$ 5.404.096	\$ 91.166.645
45	\$ 6.002.835	\$ 565.233	\$ 5.437.601	\$ 85.729.044
46	\$ 6.002.835	\$ 531.520	\$ 5.471.315	\$ 80.257.729

47	\$ 6.002.835	\$ 497.598	\$ 5.505.237	\$ 74.752.493
48	\$ 6.002.835	\$ 463.465	\$ 5.539.369	\$ 69.213.123
49	\$ 6.002.835	\$ 429.121	\$ 5.573.713	\$ 63.639.410
50	\$ 6.002.835	\$ 394.564	\$ 5.608.270	\$ 58.031.140
51	\$ 6.002.835	\$ 359.793	\$ 5.643.042	\$ 52.388.098
52	\$ 6.002.835	\$ 324.806	\$ 5.678.028	\$ 46.710.070
53	\$ 6.002.835	\$ 289.602	\$ 5.713.232	\$ 40.996.837
54	\$ 6.002.835	\$ 254.180	\$ 5.748.654	\$ 35.248.183
55	\$ 6.002.835	\$ 218.539	\$ 5.784.296	\$ 29.463.887
56	\$ 6.002.835	\$ 182.676	\$ 5.820.159	\$ 23.643.728
57	\$ 6.002.835	\$ 146.591	\$ 5.856.244	\$ 17.787.485
58	\$ 6.002.835	\$ 110.282	\$ 5.892.552	\$ 11.894.933
59	\$ 6.002.835	\$ 73.749	\$ 5.929.086	\$ 5.965.846
60	\$ 6.002.835	\$ 36.988	\$ 5.965.846	\$ 0

Fuente: Análisis Propio Excel.

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
VENTAS		PARTICIPACIÓN DEL TOTAL
		VENTAS
PATAS DE POLLO	\$ 42.000.000,0	100,00%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 42.000.000,0	100,00%

Fuente: Análisis Propio Excel.

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

INVERSIONES	REQUERIMIENTO FINANCIERO
Activos Fijos	\$ 192.930.444,0
Gastos Pre Operativos	\$ 111.453.316,0
Capital De Trabajo	-\$ 31.983.759,6

Fuente: Análisis Propio Excel.

8.2.2.2 Costos

COSTOS UNITARIOS DE LOS COMPONENTES DEL PRODUCTO				
COMPONENT	COSTO	CANTIDA	UNIDADE	VALOR TOTAL POR

E	UNITARIO	D	S	COMPONENTE
Patas de pollo	\$ 800,00	1,00	Kg	\$ 800,00
Cajas de cartón	\$ 350,00	1,00	Unidad	\$ 350,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 1.150,00

Fuente: Análisis Propio Excel.

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 4.696.000
Prestaciones Sociales	\$ 2.357.872
Arriendo	\$ 4.000.000
Servicios Públicos	\$ 1.050.000
Mantenimiento	\$ 83.334
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 12.187.206

Fuente: Análisis Propio Excel.

8.2.2.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES

Salarios	\$ 4.200.000
Prestaciones Sociales	\$ 2.445.284
Papelería	\$ 120.015
Seguros	\$ 1.000.000
Imprevistos	\$ 776.530
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 8.541.828

Fuente: Análisis Propio Excel.

Gastos Distribución y Ventas

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	
Publicidad y Mercadeo	\$ 600.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 600.000

Fuente: Análisis Propio Excel.

Gastos Amortización de diferidos

GASTOS PRE OPERATIVOS EXIGIBLES	AMORTIZACIÓN
Constitución y registro	\$ 39.363,3
Salarios	\$ 25.000,0

Costos de Capacitación	\$ 5.555,6
Honorarios de Asesores	\$ 6.666,7
Publicidad y Promoción	\$ 10.000,0
Puesta en Marcha	\$ 1.710.738,6
Otros (REGISTRO INVIMA)	\$ 60.231,1
TOTAL AMORTIZACIÓN MENSUAL	\$ 1.857.555,3

Fuente: Análisis Propio Excel.

8.2.2.4 Gastos Financieros

AÑO	INTERES
Año 1	\$ 18.695.015
Año 2	\$ 15.098.658
Año 3	\$ 11.225.417
Año 4	\$ 7.053.974
Año 5	\$ 2.561.371

Fuente: Análisis Propio Excel.

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

Flujo de caja del inversionista

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

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 504.000.000	\$ 549.309.600	\$ 598.692.533	\$ 652.514.992	\$ 711.176.090
- Costos variables		\$ 138.000.000	\$ 142.830.000	\$ 147.829.050	\$ 153.003.067	\$ 158.358.174
- Costos fijos		\$ 255.948.412	\$ 264.906.607	\$ 274.178.338	\$ 283.774.580	\$ 293.706.690
Costos fijos de Producción		\$ 146.246.472	\$ 151.365.099	\$ 156.662.877	\$ 162.146.078	\$ 167.821.190
Costos fijos de Administración		\$ 102.501.940	\$ 106.089.508	\$ 109.802.641	\$ 113.645.733	\$ 117.623.334
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 7.200.000	\$ 7.452.000	\$ 7.712.820	\$ 7.982.769	\$ 8.262.166
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 60.763.041	\$ 60.763.041	\$ 60.763.041	\$ 60.763.041	\$ 60.763.041
- Intereses Credito		\$ 20.589.223	\$ 16.628.478	\$ 12.362.794	\$ 7.768.694	\$ 2.820.893
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 28.699.324	\$ 64.181.475	\$ 103.559.311	\$ 147.205.611	\$ 195.527.292
- Impuestos	\$ 0	\$ 9.470.777	\$ 21.179.887	\$ 34.174.572	\$ 48.577.852	\$ 64.524.006
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 19.228.547	\$ 43.001.588	\$ 69.384.738	\$ 98.627.759	\$ 131.003.285
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 60.763.041	\$ 60.763.041	\$ 60.763.041	\$ 60.763.041	\$ 60.763.041
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 300.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 106.218.756
Prestamos	\$ 300.000.000					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 78.050.200
Valor de Salvamento						\$ 28.168.555
- Otros Egresos no deducibles de impues	\$ 400.000.000	\$ 53.825.361	\$ 57.869.427	\$ 62.221.347	\$ 66.904.701	\$ 69.213.123
Activos Fijos	\$ 220.530.444					
Pago Credito (Capital)		\$ 51.444.793	\$ 55.405.538	\$ 59.671.223	\$ 64.265.323	\$ 69.213.123
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 111.453.316					
Capital de Trabajo	\$ 68.016.240	\$ 2.380.568	\$ 2.463.888	\$ 2.550.124	\$ 2.639.379	
FLUJO DE CAJA	-\$ 100.000.000	\$ 26.166.226	\$ 45.895.202	\$ 67.926.432	\$ 92.486.099	\$ 228.771.959

Flujo de caja del proyecto

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

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 504.000.000	\$ 549.309.600	\$ 598.692.533	\$ 652.514.992	\$ 711.176.090
- Costos variables		\$ 138.000.000	\$ 142.830.000	\$ 147.829.050	\$ 153.003.067	\$ 158.358.174
- Costos fijos		\$ 255.948.412	\$ 264.906.607	\$ 274.178.338	\$ 283.774.580	\$ 293.706.690
Costos fijos de Producción		\$ 146.246.472	\$ 151.365.099	\$ 156.662.877	\$ 162.146.078	\$ 167.821.190
Costos fijos de Administración		\$ 102.501.940	\$ 106.089.508	\$ 109.802.641	\$ 113.645.733	\$ 117.623.334
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 7.200.000	\$ 7.452.000	\$ 7.712.820	\$ 7.982.769	\$ 8.262.166
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 60.763.041	\$ 60.763.041	\$ 60.763.041	\$ 60.763.041	\$ 60.763.041
- Intereses Credito		\$ 20.589.223	\$ 16.628.478	\$ 12.362.794	\$ 7.768.694	\$ 2.820.893
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 28.699.324	\$ 64.181.475	\$ 103.559.311	\$ 147.205.611	\$ 195.527.292
- Impuestos	\$ 0	\$ 9.470.777	\$ 21.179.887	\$ 34.174.572	\$ 48.577.852	\$ 64.524.006
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 19.228.547	\$ 43.001.588	\$ 69.384.738	\$ 98.627.759	\$ 131.003.285
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 60.763.041	\$ 60.763.041	\$ 60.763.041	\$ 60.763.041	\$ 60.763.041
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 106.218.756
Préstamos						
Recuperación Capital de trabajo						\$ 78.050.200
Valor de Salvamento						\$ 28.168.555
- Otros Egresos no deducibles de impues	\$ 400.000.000	\$ 53.825.361	\$ 57.869.427	\$ 62.221.347	\$ 66.904.701	\$ 69.213.123
Activos Fijos	\$ 220.530.444					
Pago Credito (Capital)		\$ 51.444.793	\$ 55.405.538	\$ 59.671.223	\$ 64.265.323	\$ 69.213.123
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 111.453.316					
Capital de Trabajo	\$ 68.016.240	\$ 2.380.568	\$ 2.463.888	\$ 2.550.124	\$ 2.639.379	
FLUJO DE CAJA	-\$ 400.000.000	\$ 26.166.226	\$ 45.895.202	\$ 67.926.432	\$ 92.486.099	\$ 228.771.959

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por concepto de Ventas	42.000.000	42.000.000	42.000.000	42.000.000	42.000.000	42.000.000	42.000.000	42.000.000	42.000.000	42.000.000	42.000.000	42.000.000
Costo Variables	11.500.000	11.500.000	11.500.000	11.500.000	11.500.000	11.500.000	11.500.000	11.500.000	11.500.000	11.500.000	11.500.000	11.500.000
Costos Fijos Producción	12.187.206	12.187.206	12.187.206	12.187.206	12.187.206	12.187.206	12.187.206	12.187.206	12.187.206	12.187.206	12.187.206	12.187.206
Gastos Depreciación	3.206.031	3.206.031	3.206.031	3.206.031	3.206.031	3.206.031	3.206.031	3.206.031	3.206.031	3.206.031	3.206.031	3.206.031
Utilidad Bruta en Ventas	15.106.763	15.106.763	15.106.763	15.106.763	15.106.763	15.106.763	15.106.763	15.106.763	15.106.763	15.106.763	15.106.763	15.106.763
Costos fijos de Administración	8.541.828	8.541.828	8.541.828	8.541.828	8.541.828	8.541.828	8.541.828	8.541.828	8.541.828	8.541.828	8.541.828	8.541.828
Costos Fijos de Ventas y Distribución	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Amortización de diferidos	1.857.555	1.857.555	1.857.555	1.857.555	1.857.555	1.857.555	1.857.555	1.857.555	1.857.555	1.857.555	1.857.555	1.857.555
Utilidad Operativa	4.107.379	4.107.379	4.107.379	4.107.379	4.107.379	4.107.379	4.107.379	4.107.379	4.107.379	4.107.379	4.107.379	4.107.379
Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	4.107.379	4.107.379	4.107.379	4.107.379	4.107.379	4.107.379	4.107.379	4.107.379	4.107.379	4.107.379	4.107.379	4.107.379
Impuestos	1.355.435	1.355.435	1.355.435	1.355.435	1.355.435	1.355.435	1.355.435	1.355.435	1.355.435	1.355.435	1.355.435	1.355.435
UTILIDAD NETA	2.751.944	2.751.944	2.751.944	2.751.944	2.751.944	2.751.944	2.751.944	2.751.944	2.751.944	2.751.944	2.751.944	2.751.944
Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidades no Repartidas	2.751.944	2.751.944	2.751.944	2.751.944	2.751.944	2.751.944	2.751.944	2.751.944	2.751.944	2.751.944	2.751.944	2.751.944
Utilidades no Repartidas Acumuladas	2.751.944	5.503.888	8.255.832	11.007.775	13.759.719	16.511.663	19.263.607	22.015.551	24.767.495	27.519.439	30.271.383	33.023.326

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno

Del inversionista

TASA INTERNA DE OPORTUNIDAD	12,68%
Valor Presente Neto	190.135.083
Tasa Interna de Retorno	52,92%

Fuente: Análisis Propio Excel.

Del proyecto

TASA INTERNA DE OPORTUNIDAD	12,68%
Valor Presente Neto	-109.864.917
Tasa Interna de Retorno	3,67%

Fuente: Análisis Propio Excel.

8.4.2 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Cambio Porcentual en las Ventas	-64,30%
--	----------------

Tasa de Retorno	1,00%
Valor Presente Neto	203.094
Tasa Interna de Retorno	1,01%

8.4.3 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Cambio Porcentual en el Precio	-46,20%
Tasa de Retorno	1,00%
Valor Presente Neto	41.752
Tasa Interna de Retorno	1,00%

Fuente: Análisis propio

CONSIDERACIONES FINALES

De acuerdo a los estudios realizados desde lo comercial, técnico, legal, y financiero nuestro proyecto es viable; ya que al enfocarnos en la comercialización de patas de pollo vemos que hay una gran oportunidad al direccionarnos a un nicho de mercado específico al cual se le ha visto un crecimiento notorio en los últimos años.

En este estudio se encontró que el proyecto es viable por la demanda que hay en el mercado Chino sobre el producto mencionado.

Como parte técnica nuestro proyecto se encuentra viable puesto que solo almacenaremos 200 kg como stock mensual; obteniendo esta pequeña cantidad de stock correremos el riesgo de que algunos de nuestros clientes solicite un número más alto de nuestro producto, pero a su vez contaremos con la ventaja de no tener pérdidas al momento de un imprevisto en el que se vea afectado nuestro producto teniendo en cuenta el nivel de sensibilidad de las patas de pollo a muchos factores.

Buscando economía y obtener mayor utilidad, pudimos deducir que necesitamos pocos empleados teniendo en cuenta el volumen de productos que exportaremos, aunque son los necesarios para obtener el rendimiento que busca nuestra empresa, pues contamos con 4 administrativos y 6 operarios.

En términos legales destinó el dinero necesario para los requisitos y trámites.

Al hacer un análisis de sensibilidad nos damos cuenta que el precio puede variar hasta un 46.20% y las cantidades hasta un 64.30 %, y el proyecto sigue siendo viable.

Finalmente para que el proyecto se lleve a cabo se contara con un monto de \$33'333.333

aportados por cada uno de los socios, dando la suma de \$100'000.000 y \$300'000.000 por un préstamo bancario en la entidad CITIBANK a término de 5 años.

Referencias

- Bermudez L., A. (6 de Mayo de 2012). Obtenido de Sitio web de Portafolio.co:
<http://www.portafolio.co/negocios/patas-pollos-colombianos-llegarian-china>
- Calorie Count. (s.f.). Obtenido de Sitio web de Calorie Count: <http://caloriecount.about.com>
- Ciro, L. (21 de 11 de 2011). Obtenido de Sitio web de Dinero:
<http://www.dinero.com/negocios/articulo/colombianos-exportan-patas-pollo-asia/139914>
- Colombia.com. (14 de Mayo de 2012). Obtenido de Sitio web de Colombia.com:
<http://www.colombia.com/actualidad/especiales/tlc-con-estados-unidos/sdi218/38077/sector-avicola-y-los-cambios-con-la-llegada-del-tlc>
- D., P. (2012). Obtenido de <http://blogs.gestion.pe/vitrinachina/2012/09/el-secreto-de-las-patas-de-pol.html>
- Dominguez, J. C. (5 de Abril de 2008). Obtenido de Sitio web de El Tiempo:
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-2887399>
- El Aderezo. (2012). Obtenido de Sitio web de El Aderezo: <http://eladerezo.hola.com/la-alacena/el-negocio-de-las-patas-de-pollo.html>
- La Nacion. (2013). Obtenido de Sitio web de La Nacion: <http://www.lanacion.com.ar/217030-el-puerto-de-hong-kong-se-destaca-en-el-mundo>
- Ortiz Ibarra, L. F., & Blanco Barajas, D. M. (24 de Septiembre de 2006). Obtenido de Sitio web de Blogia.com: <http://adminupb.blogia.com/2006/092406-colombia-y-el-sector-avicola.php>
- Proexport. (s.f.). Obtenido de Sitio web de Proexport: <http://www.proexport.com.co/node/1108>
- Rivera, H. A., Malaver, J. D., Peña, K. T., & Malaver, M. T. (2011). Obtenido de Sitio web de Universidad del Rosario: http://www.urosario.edu.co/urosario_files/b7/b7033c19-6b52-4945-9cbd-88917eba7b0a.pdf