



JUICY FRUIT COLOMBIA

CINDY ALEXANDRA RESTREPO CUERVO
MEDELLIN - ANTIOQUIA - COLOMBIA
01 DE DICIEMBRE DE 2011

JUICY FRUIT COLOMBIA

Contenido - Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACION DEL PROMOTOR DEL PROYECTO

2. PROPOSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACION GENERAL DE LA EMPRESA

- 3.1 Nombre de la Empresa
- 3.2 Descripción de la Empresa
- 3.3 Misión de la Empresa
- 3.4 Objetivos de la Empresa
- 3.5 Ventajas Competitivas
- 3.6 Necesidad o problema que atiende
- 3.7 Relación de productos y/o servicios
- 3.8 Justificación del Negocio
- 3.9 Análisis del entorno y del sector
- 3.10 Conocimientos para entrar al negocio

4 ANALISIS DEL MERCADO

- 4.1 Objetivos de mercadeo
- 4.2 Descripción del bien y servicio
- 4.3 El Mercado Meta
 - 4.3.1 Estudio del 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

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

- 4.6.1 Distribución
- 4.6.2 Estudio del mercado Distribuidor
- 4.6.3 Manejo de Inventarios
- 4.6.4 Comunicación
- 4.7 Precios de los productos
 - 4.7.1 Factores que influyen en la determinación del precio del producto
 - 4.7.2 Precio del producto tomando como base los costos
 - 4.7.3 Precio del Producto propuesto
 - 4.7.4 Política de Precios
- 4.8 Costos asociados a la comercialización
- 4.9 Riegos y oportunidades del mercado
- 4.10 Plan de ventas

5 ASPECTOS TECNICOS

- 5.1 Objetivos de Producción
- 5.2 Descripción del Proceso de Producción
- 5.3 Capacidad de Producción
- 5.4 Recursos materiales y humanos para la producción
 - 5.4.1 Locaciones
 - 5.4.2 Requerimientos de materiales e insumos
 - 5.4.3 Requerimientos de maquinaria, equipo, muebles y enseres.
 - 5.4.4 Requerimientos de personal
- 5.6 Programa de Producción

6 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

- 6.1 Procesos administrativos
 - 6.1.2 Descripción de Los Procesos Administrativos
- 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

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

- 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 personal
- 6.4 Programa de administración
- 6.4 Capacidad de Producción
- 6.5 Programa de administración

7 ASPECTOS LEGALES

- 7.1 Tipo de organización
- 7.2 Certificaciones y gestiones ante Entidades Publicas

8 ASPECTOS FINANCIEROS

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

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

8.4.3 Indicadores Financieros proyectados

9 CONSIDERACIONES FINALES

10 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

A más de una persona le sorprenderá la idea de hablar sobre los *higos*. ¿Por qué? bueno, no ha sido muy común en la agricultura colombiana, no hay entonces mucho consumo de estos, ni son muy reconocidos; pero a pesar de todo, es realmente un fruto bastante curioso y enigmático y en mi caso ha sido muy familiar dado al abundante cultivo que se da en la región de mi procedencia.

Es posible pensar que este fruto puede ser innovador y acogedor en el mercado extranjero, por varias razones: además de tener muy buen sabor tiene altos contenidos nutricionales, alto contenido de fibra, y actúa como medicinal, ya que su consumo frecuente regula los niveles de colesterol y azúcar, previene y mejora las alteraciones gastrointestinales, actúa como afrodisiaco y es exclusivo para bajar de peso.

Por otro lado, el aprovechamiento de la abundancia del fruto en la región de Sonson (Antioquia) en algunas épocas del año y la pérdida de este, debido a la poca demanda, lo beneficioso de la baja complejidad del proceso de producción del fruto y los beneficios que presenta la zona productora del higo (ya que es un cultivo sustentable, y eficiente en el uso del agua, además de no tener plagas importantes conocidas, por lo que el uso de químicos es realmente mínimo) son algunas de las variables que promueven un mayor deseo de llevar a cabo tal proyecto, pues, los costos de cosecha no serian muy representativos.

Una idea en particular rodea los pensamientos de los productores de higo de la región, acabar con las higueras, según ellos “cuando hay mucho no lo compran” y quitarles la razón no es posible, pero si es posible el deseo de animarlos y motivarlos a mantener estos frutos característicos de su región e incluso guardar la esperanza de expandirse en el mercado internacional.

En cuanto al mercado objetivo, Es importante destacar la relevancia que tiene el higo al momento de incluirse en el habito alimenticio de las familias canadienses debido a la exclusividad y diversidad de su gastronomía y al cuidado e importancia que acostumbran a prestarle a la salud y apariencia física, allí el fruto se utiliza como fruta de mesa, ensaladas, base para la elaboración de jugos y combinados de frutas, para mermeladas, conservas, salsas agridulces, incluso para mascarillas, cremas y aceites para la piel. Sin embargo, cabe recalcar la mínima participación del producto colombiano en dicho mercado y la buena aceptación que se tiene por el fruto exótico del país. Además del aprovechamiento del Tratado de libre comercio Colombia-Canadá.

1. INFORMACION DEL PROMOTOR DEL PROYECTO

Nombre: Cindy Alexandra Restrepo Cuervo

Identificación: 1036636309

Dirección: Carrera 36 A N° 38 9

Barrio: Salvador

Ciudad: Medellín

Teléfono: 2391895

Celular: 3206943517

Correo electrónico: c.alexarestrepo@hotmail.com

Estudios: Tecnología en Comercio Internacional

Universidad: Esumer

2. PROPOSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

El propósito principal de este plan de negocios es la puesta en práctica de la metodología de formulación y evaluación de proyectos, por medio de la elaboración de cada una de las etapas establecidas.

Otro propósito es la intención, de dar a conocer el higo, un fruto exótico que no ha sido muy común en la agricultura colombiana, pero que en mi caso ha sido muy familiar dado al abundante cultivo que se da en la región de mi procedencia Sonson (Antioquia) ya que cuenta con valiosas propiedades.

Prestar una ayuda a cada una de las familias de la región antioqueña y aprovechar la oportunidad, ya que debido a la poca demanda del producto en las épocas de cosecha deben optar por arrojar sus frutos o incluso regalarlos. Actualmente muchos de ellos se inclinan por eliminar sus cultivos.

A parte mostrar las fortalezas que tiene el cultivo del higo en la región debido a lo sencillo y poco complejo del proceso de producción del fruto y los beneficios que presenta la zona productora de este, ya que es un cultivo sustentable, y eficiente en el uso del agua, además de no tener plagas importantes conocidas, por lo que el uso de químicos es realmente mínimo.

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

Finalmente, partiendo de tales beneficios exponer la elaboración un estudio de mercados, un estudio técnico, un estudio organizacional y legal y un estudio financiero para determinar la factibilidad y viabilidad de realizar un proceso de exportación del higo hacia el mercado canadiense.

3. INFORMACION GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

JUICY FRUIT COLOMBIA

3.2 Descripción de la Empresa

Juicy fruit Colombia es una microempresa de servicios que será destinada a la recolección y comercialización de “HIGO” producido en el Oriente Antioqueño, principalmente en el municipio de Sonson (Antioquia) además se dedicara a la realización de estudios, desarrollo de estrategias y búsqueda de alianzas comerciales con empresas extranjeras para penetrar el fruto exótico en diversos mercados. Tendrá también, un objetivo a largo plazo que consiste en explorar y desarrollar nuevas aplicaciones a partir de dicha fruta.

3.3 Misión de la Empresa

Juicy Fruit Colombia es una empresa de servicios dedicada a la recolección y comercialización de “HIGO” además se encarga de la elaboración de estudios y desarrollo de estrategias para la búsqueda de alianzas con empresas extranjeras con el fin de penetrar el fruto exótico en diversos mercados. Ofrece altos estándares de calidad de producto y excelencia en sus procesos de exportación como valor agregado.

Juicy Fruit Colombia cuenta con un equipo humano comprometido con su labor y con la lucha por un mejor bienestar del campesino del Oriente Antioqueño y optimización de sus tierras.

3.4 Objetivos de la Empresa

CORTO PLAZO

Llevar a cabo los procedimientos necesarios para la constitución legal de la empresa en un plazo de 1 mes y medio.

Desarrollar las estrategias de mercadeo y comercialización identificadas en el estudio de mercados para promover las ventas en el país objetivo durante el primer mes de constitución.

Negociar con cada uno de los proveedores de la fruta y acordar la cantidad requerida según su capacidad de producción, hasta alcanzar y superar la meta proyectada en los 2 meses iniciales.

Identificar las empresas de transporte, quienes se encargaran de la recolección de la fruta en la región e iniciar acuerdos de precios y pagos durante los 2 primeros meses de constitución.

Lograr hacer alianzas estratégicas con al menos 2 clientes potenciales del mercado canadiense en un plazo de 2 meses, para obtener una exportación trimestral hacia dicho país cumpliendo con una capacidad de 5 Toneladas de higo, como base, según la temporada.

Aumentar las ventas hasta lograr una rentabilidad de \$10'000.000 al mes. A partir de los primeros 6 meses.

MEDIANO PLAZO

Aumentar la capacidad de producción en un 20% por año tanto con cultivo por agricultor como con número de proveedores contratados en las regiones aledañas.

Determinar la factibilidad y viabilidad de realizar un proceso de exportación de higo hacia diversos países, durante el segundo año.

Aumentar el número de clientes mayoristas en Canadá dentro de las ciudades más pobladas hasta alcanzar unas ventas trimestrales de 20 Toneladas de higo, en un plazo de 3 años

Incentivar las familias campesinas para obtener la certificación de sus procesos, en el transcurso del tercer año.

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

Invertir e inyectar capital para los campos productores de la fruta tanto en tecnología como en sembrados y abonos, a través de alianzas con fundaciones y entidades promotoras del desarrollo de la agricultura, en el transcurso del cuarto año.

LARGO PLAZO

Lograr llevar el producto a 5 mercados internacionales diferentes a partir de los 5 años.

Explorar y desarrollar nuevas aplicaciones o productos a partir de la fruta, en el transcurso del quinto año.

3.5 Ventajas Competitivas

En cuanto a producto se refiere la distinción se reflejara en la pureza de los procesos de producción que caracterizan el producto colombiano, brindando además un excelente manipuleo y almacenamiento, lo que proporcionará un fruto fresco e impecable y la garantía del excelente cumplimiento de las condiciones de cada contrato pactado.

Por otro lado, la estrategia para acceder al cliente y cautivar su atención son el servicio post-venta que se le va a garantizar e igualmente el acompañamiento y asesoría durante todo el proceso de importación en el que va a incurrir, dependiendo del termino de negociación. Además, se le garantizara un alto nivel de conocimiento en cada uno de los procesos la distribución física internacional.

3.6 Necesidad o problema que atiende

La principal necesidad que atiende el higo es la de alimentación, hay necesidades adicionales como lo son el cuidado de la salud y la apariencia física.

Es importante destacar del mercado canadiense la relevancia que tienen las frutas al momento de incluirse en el habito alimenticio de las familias debido a la exclusividad y diversidad de su gastronomía y al cuidado e importancia que acostumbran a prestarle a la salud y apariencia física, Por su parte, cabe recalcar la mínima participación del producto colombiano en dicho mercado y la buena aceptación que se tiene por el fruto exótico del país.

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

El higo es un fruto apetecido en el área gastronómica, según se expresa en diferentes páginas web de foros y de opiniones públicas, pero aparte de ser costoso, es un producto difícil de conseguir.

3.7 Relación de productos y/o servicios

PRODUCTO	NECESIDAD QUE ATIENDE
HIGO Nombres Comunes: Tuna, chumbo, nopal, higo de India.	Alimentación Cuidado de La salud Cuidado de La piel Cuidado de La apariencia Física (Producto dietario)

3.8 Justificación del Negocio

3.9 Análisis del entorno y del sector

Canadá y Colombia tienen una sólida relación bilateral basada en un activo compromiso político, un intercambio comercial e inversión de doble vía muy dinámicos, una creciente comunidad colombiana en Canadá y un apoyo significativo para el desarrollo.

3.10 Conocimientos para entrar al negocio

Conocimientos técnicos: Para vender el producto con cada una de sus cualidades, brindar ideas partiendo de sus usos, para conocer el estado del producto y saberlo comprar y seleccionar para la venta, para adecuar un modo de distribución según el cuidado y tiempo que requiera.

Conocimientos comerciales: para escoger un proceso adecuado de distribución basado en costos y en tiempo y viabilidad, para buscar la manera más efectiva de dar a conocer el producto y escoger el nicho de mercado más adecuado, para saber llegar a un cliente final ,

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

para tener una efectiva contratación con cada proveedor que se requiera y para realizar un exitoso proceso de distribución física internacional con cada uno de los tramites que este implica.

Conocimientos administrativos y financieros: Para darle un buen manejo a la organización en cuanto a costos, gastos, inversiones, ingresos, utilidades y demás, para mantener un equipo de trabajo conforme, disciplinado y entregado a su labor, para mantener un plan de mejoramiento continuo e implementarlo según lo propuesto.

Conocimientos legales: Para no incurrir en faltas o procedimientos que tenga establecida la ley colombiana en cuanto a la constitución y conservación de la empresa como para la comercialización del producto.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivo de mercadeo

Determinar la factibilidad y viabilidad de realizar un proceso de exportación del higo hacia el mercado de Canadá e identificar un posible nicho de mercado.

4.2 Descripción del bien y servicio

Producto: Higo

Nombre científico: Opuntia ficus Indica

Nombres comunes: Higo, tuna, higo de india, nopal, chumbo, chumbera, higuera.

Tipo de producto: Producto de consumo final.

Necesidad o deseo que atiende: Necesidad básica de alimentación.

Características físicas: los higos Tienen una forma de cilindro abombado en el centro, que pueden medir de 5 a 11 cm de longitud y entre 5-7 cm de diámetro, pesando de 50 a 220 gramos (esta última cifra la alcanzan en casos excepcionales). Su cáscara o piel exterior es dura, gruesa y contiene pequeñas y finas espinas o pelusas, que se desprenden con facilidad cuando el fruto está maduro, resultando muy molestas para su recolección.

La piel del higo puede ser verde opaco o de colores cálidos y vivos, entre los que destacan el amarillo, anaranjado o rojo según la variedad y la madurez del fruto. Es comestible, aunque por lo general no se consume. Al abrirlos aparece la pulpa destacada por sus tonos amarillos o rojizos que esconde cientos de semillas que no estorban al comer el fruto.

En cuanto a la higuera está formada por tallos constituidos por pencas ovales y aplanadas, unidas unas con otras, pudiendo alcanzar los 4-5 metros de altura. De estos tallos parten las hojas, que desaparecen muy jóvenes, siendo sustituidas por espinas o pinchas de 4-5 mm de longitud. Desprendiéndose durante el desarrollo de la penca. Ante la carencia tan temprana de las hojas sus funciones las realiza a través del tallo. Muestran tonalidades con diferentes

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

intensidades de verde. La carne o pulpa, de mayor o menor intensidad según la madurez del higo.



Características técnicas: El higo está compuesto en su mayor parte de agua, tiene altos contenidos nutricionales como: vitamina A, B, C, niacina, proteínas (17 aminoácidos de los cuales 8 son esenciales), minerales como calcio, sodio, magnesio, potasio y hierro y alto contenido de fibra soluble e insoluble. A parte de esto actúa como medicinal, ya que su consumo frecuente regula los niveles de colesterol y azúcar y previene y mejora alteraciones gastrointestinales.

Con respecto a la normativa de exportación el higo es admisible en Canadá. En el caso de su importación, la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos – ACIA- es el único organismo encargado de la regulación de la comercialización de frutas y hortalizas frescas, estableciendo exigencias para la importación como lo son: el permiso de importación, los certificados fitosanitarios y el cumplimiento de las normas de etiquetado y rotulwado (inglés-Francés).

Canadá aplica la norma NIMF-15, esta medida reduce el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el embalaje de madera (incluida la madera de estiba), fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional.

La Agencia de Inspección de Alimentos y Medicamentos de Canadá es la entidad encargada de realizar el control de los límites máximos de pesticidas y en Colombia Exigencia de Cumplimiento de la Norma Internacional de Protección Fitosanitaria

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca y en cuanto a documento de exportación exigido por Canadá respecto al producto es el COS

Características Intangibles, Subjetivas o Simbólicas: Los higos se destacan por su exquisito y perfumado sabor suave y dulce y la originalidad de combinar la textura de pulpa y semillas, se suelen degustar en fresco. Su consumo frecuente regula los niveles de colesterol y azúcar y previene y mejora alteraciones gastrointestinales. También es utilizado con fines medicinales como astringente, anti inflamatorio, antipirético, analgésico, tonificante, afrodisiaco y laxante entre otros usos que se han encontrado a nivel experimental.

hoy en día es uno de los remedios más populares para la diabetes, sus artículos tiernos se preparan licuadas con agua o bien, se comen crudos o en ensalada; se dice también que es buen remedio contra la gastritis y los cólicos intestinales para ello recomiendan usar la raíz cocida y mezclada con guayaba. Otras aplicaciones son para las afecciones de los pulmones, de cocción se prepara a partir de las palas del nopal contra el catarro la tos la cistitis y la gastroenteritis; si la afección a tratar es un furúnculo o un absceso como jarabe se pelan los higos y se cortan en rodajas, se colocan en un recipiente adecuado y se cubren con azúcar dejándolos macerar durante una noche, a la mañana siguiente se ha formado un exquisito jarabe que se pasa a través de un colador y se toma bien frío, si lo que se pretende es amortiguar la tos entonces se puede calentar un poco.

Usos del producto: El principal uso es suplir necesidades de alimentación.

Se emplea como fruta de mesa, como base para la elaboración de jugos y combinados de frutas, para mermeladas, conservas, salsas agrídulces, postres, helados, zumos, cremas flan e incluso para elaboración de licores, aceites anti-arrugas, bloqueador y bronceador y jarabes medicinales.

Empaque y embalaje: teniendo como objetivo principal la protección del producto de Microorganismos, insectos, roedores, riegos climáticos, contaminación por materiales adyacentes, robo o saqueo y con la intención de facilitar el manipuleo de la mercancía, se determina el empaque de la siguiente manera:

Primario: cajas de cartón corrugado simple con onda tipo A con separadores de fruta para evitar un continuo movimiento y magulladuras. Tendrá un diseño representativo de la empresa que incluirá: logotipo, nombre de la empresa, lugar de origen, producto, peso, lugar destino,

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

tabla de contenido nutricional, símbolos de precaución y colores característicos de la empresa naranja, verde y blanco

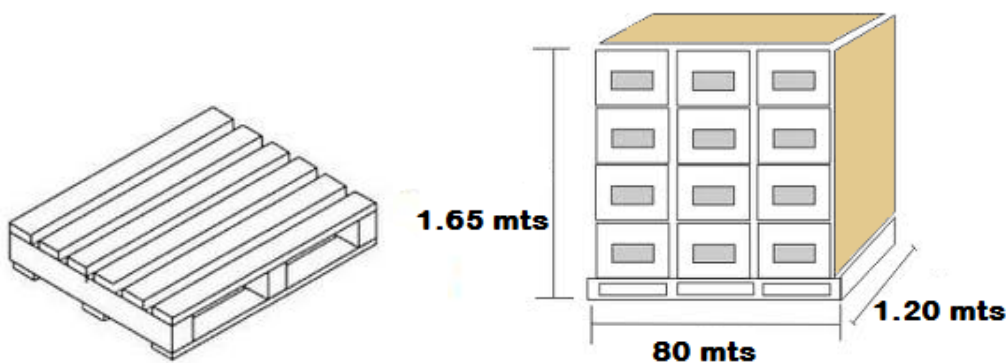


Secundario: se elaborara en madera, y estará formada por 6 componentes independientes: tapa, 2 laterales largos y 2 de cortos, y base y unificara cada pallet; contendrá al empaque primario otorgándole protección y resistencia a cambios climáticos y presentación para su distribución internacional, tendrá una excelente capacidad de apilado y se cumplirá con la normativa fitosanitaria NIMFT 15.



Embalaje: Para facilitar el almacenamiento y distribución favoreciendo las labores logísticas se manejara estiba y de igual manera se tendrá aprobación según la norma NIMFT 15.

EL pallet completo tendrá las medidas: 1.20m x 80 m x 1.65 m alto incluyendo la estiba.



4.3 El Mercado Meta

4.3.1 Estudio del Mercado Meta

Mercado Meta: Canadá

INDICADORES ECONOMICOS	
PIB	\$ 1.33 Trillones
PIB PER CAPITA	US\$ 39.600
ALTA DEPENDENCIA DEL COMERCIO EXTERIOR	
COMERCIO INTERNACIONAL	70% de la economía
IMPORTACIONES:	\$406 BILLONES - 24% PIB
EXPORTACIONES:	406.8 BILLONES.- 23% PIB
MERCADO DE IMPORTACIÓN	Abierto, diversificado y creciente, pero competitivo.
ALTO INGRESO PER CÁPITA: \$ CAN 47.770	

Fuente: Statistics Canadá

INFORMACION DEMOGRAFICA	
AREA (KM2)	9.98 millones
POBLACION	34 millones
POBLACION/ KM2	3.5
POBLACION < 15	16.6%
POBLACION > 65	15.2%
EDAD MEDIA	40.4

Fuente: Statistics Canadá

Canadá es el segundo país más grande del mundo, su población es pequeña y concentrada en seis mercados regionales, pero el 51% de la población se concentra en 4 grandes áreas urbanas.

Área de Toronto 6.7 millones

Área de Montreal 3.7 millones

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

Vancouver 2.7 millones

Área de Calgary-Edmonton 2.2 millones

Si hacemos una comparación con Colombia encontramos que Canadá, con una superficie geográfica nueve veces más grande que la de Colombia, cuenta con una población ligeramente inferior a la de nuestro país, con sólo un 80% de los habitantes

Población Urbana que tiene Colombia.

EXPORTACIONES DE COLOMBIA HACIA CANADA

Los negocios entre Colombia y Canadá han registrado una notable dinámica en los últimos años, de tal manera que solo entre 2005 y 2010, el comercio bilateral se duplicó al pasar de USD 687 millones a USD 1.355,57 millones, cifras que tienden a aumentar con la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio (TLC) (Proexport)

MONEDA

La moneda corriente de Canadá es el dólar Canadiense, basado en el sistema decimal, es decir. 100 centavos equivalen a 1 dólar. Se acuñan monedas de 0.01, 0.05, 0.1, 0.25, 1.00 y 2.00. El papel moneda se imprime en valores de 5.00, 10.00, 20.00, 50.00, 100.00 y 1000.00

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor

Los consumidores buscan productos saludables. Es importante tener en cuenta que la población canadiense está envejeciendo, han aumentado sus niveles de ingreso y han vivido un cambio demográfico recibiendo inmigrantes de países de África, Asia y Latinoamérica que aumentan la demanda. Las frutas orgánicas tienen gran acogida, llama la atención la presentación del producto en porciones individuales, fáciles de llevar o preparar. Se estima que tres de cada cuatro productos frescos vendidos son importados, sin embargo en otoño y verano hay una gran competencia con los productos locales debido a la competitividad de precios.

La variedad cultural abre paso a productos exóticos y étnicos. el consumo de frutas ha aumentado gracias a programas como “5 a 10 al día”, que crean conciencia entre los compradores acerca de los beneficios asociados de incluir frutas y verduras en su dieta.

Ubicación de los consumidores

TORONTO: Es la ciudad mas grande del país, con una población de 4,4 millones de habitante.

Toronto es el centro industrial y financiero dominante del país. Más de la mitad de las 150 compañías mas grandes de la nación tienen su sede de operaciones en esta ciudad, así como las instituciones financieras mas importantes.

Un gran número de importadores y departamentos de compra están situados aquí, convirtiéndola así en una ciudad clave para los proveedores extranjeros. Por su rápido crecimiento, Toronto se ha convertido en la ciudad canadiense con el costo de vida más alto de todo el país.

La ciudad se caracteriza también por una creciente mezcla étnica que incluye inmigrantes procedentes de Europa Oriental, América Latina y Asia.

El perfil del consumidor canadiense:

Informado y exigente

Consciente de los precios

Altos ingresos

Más hogares de doble ingreso y mono parentales

Consciente de la salud y el medio ambiente

Sensibles en cuanto a asuntos sociales (comercio justo

Cada vez más multicultural

Diferencias regionales

Baby boomers-dominan el mercado

Población madura- un segmento muy importante

Tendencias del consumidor

Productos étnicos, cada vez mas diversidad en producción y volúmenes

Salud y Ambiente (productos naturales orgánicos)

Productos sostenibles (

Especialidad/Gourmet

Frutas y vegetales 2/3 importados: demanda constante crece la variedad



Experiencias y opiniones

Son varios los casos de éxito de exportadores colombianos hacia Canadá, El ministro de Comercio, Industria y Turismo, Sergio Díaz Granados instaló el Seminario de Oportunidades TLC Colombia – Canadá en Bogotá, el pasado 26 de Septiembre, en donde Cerca de 600 empresarios en nueve ciudades participaron en un seminario con expertos sobre el tema, como la Gerente de Proyectos TFO Canadá y tuvieron la oportunidad de conocer las experiencias exitosas de colombianos en ese país. Aquí algunos de esos testimonios:

Base Cook, empresa de salsas y vinagretas a base de frutas colombianas como la uchuva y la maracuyá: “Hay que llegar con una propuesta novedosa de etiqueta, empaque y algo que llame la atención del consumidor”, afirmó el gerente de la empresa Marco Aurelio Mejía. “Los productos además deben ser bajos en grasas y calorías, y deben contar una historia. Al canadiense le interesa saber de dónde viene lo que está comprando”, añadió.

Por su parte, Juan Carlos López de Fruandes, sostuvo que “no hay que ser una empresa grande para llegar a ese mercado. Eso si toca tener mucha experiencia y poder estar en comunicación constante con los clientes”.

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

“hemos encontrado que todo lo que son frutas y verduras colombianas tienen gran aceptación en ese mercado. Además la negociación con los canadienses es muy favorable porque son personas abiertas, amables, honestas y justas” (Coordinadora de Negocios Internacionales, Base Cook)

“El mercado canadiense es multicultural, con un potencial importante y una capacidad adquisitiva interesante. Como tienen productos de todo el mundo hay que llegar con una oferta que esté al nivel de ellos. Si han aceptado este TLC es porque ve en Colombia productos de buena calidad” (Gerente General, Café Quindío)

“Es un mercado de muchas oportunidades porque es un país multicultural que permite que muchos productos se puedan vender. Hay oportunidades para todo lo que Colombia produce a nivel de alimentos, por eso el TLC llega en un excelente momento. Ya exportamos azúcar y panela y la experiencia ha sido muy buena porque el mercado es estable, les gusta hacer convenios a largo plazo y están muy abiertos lo que se le pueda vender, a los productos nuevos” (Gerente General, Tropic Kit)

“Sabemos que los canadienses son grandes consumidores. En Canadá tienen un poder adquisitivo importante y además es una plataforma de negocios gigantesca para llegar a Estados Unidos” (Gerente de Negocios Internacionales, Casa Luker)

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

PROVEEDOR	CONTACTO	MATERIAL, PRODUCTO Y /O SERVICIO	COSTO ESTIMADO
CORREGIMIENTO ALTO DE SABANA	Contacto Directo	Productores de higo	\$ 1000/kg = 10000000/ 10T
SONTRANSCOL S.A	Cl 21 59 48 Medellín Antioquia Tel 4444621	Transporte Interno Sonson- Aeropuerto	\$ 1500000 (10 Ton)
PAPELSA S.A	Cr37 A 8 43 Of.-903 Edif Rose Street	Materiales de Empaque: cajas de carton cajas de Madera	\$200 unidad = 500(5 ton)= 100000

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

	Medellin, Antioquia Tel 3540300	zunchos y grapas	\$10000 unidad= (5 Ton)= 100000 \$7000 metro= (20 m)= 140000
MAGNUM LOGISTIC	Cl 16 41-210 Of 405 Edif La Compañía Medellin, Antioquia Tel 3126464	Agente de carga Internacional	\$

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

Canadian Importers Database (CID)			
Product Selected: 080420 - FIGS - FRESH OR DRIED			
Country of Origin Selected: Turkey			
Total Value of Imports: \$3.9 Million			
Major Canadian Importers ¹ in 2010 (6)			
Company Name (alphabetical order)	City	Province ²	Postal Code ²
AMIRA ENTERPRISES INC	Saint-Laurent	Quebec	H4R 1C1
AURORA IMPORTING & DISTRIBUTING LIMITED	Mississauga	Ontario	L5S 1P2
COMPASS FOOD SALES CO LTD	Aurora	Ontario	L4G 4C3
COSTCO WHOLESALE CANADA LTD	Ottawa	Ontario	K2E 1C5
PRODUITS PHOENICIA INC/PHOENICIA PRODUCTS INC	Saint-Laurent	Quebec	H4S 1T2
SAFE FOOD CORPORATION	Jersey City	New Jersey	

Canadian Importers Database (CID)

Product Selected: 080420 - FIGS - FRESH OR DRIED

Country of Origin Selected: China

Total Value of Imports: \$76,972

Major Canadian Importers ¹ in 2010 (7)

Company Name (alphabetical order)	City	Province ²	Postal Code ²
GIBO HEALTH FOOD LTD.	Richmond	British Columbia	V6X 2C3
HANG HING HERBAL MEDICINE LTD.	Vancouver	British Columbia	V6A 1T8
MERILIN INTERNATIONAL TRADING INC	Richmond Hill	Ontario	L4B 2P2
NG FUNG ENTERPRISES (1999) LTD.	Richmond	British Columbia	V6X 3Z9
NUTRA TRADING CO. LTD. (604)323-1248	Vancouver	British Columbia	V6A 1T3
TOPWIN TRADING CO. LTD.	Richmond	British Columbia	V6X 2R3
YUEN SHING ENTERPRISES (CANADA) LTD.	Richmond	British Columbia	V6V 2L9

Canadian Importers Database (CID)

Product Selected: 080420 - FIGS - FRESH OR DRIED

Country of Origin Selected: Greece

Total Value of Imports: \$1.3 Million

Major Canadian Importers ¹ in 2010 (4)

Company Name (alphabetical order)	City	Province ²	Postal Code ²
AURORA IMPORTING & DISTRIBUTING LIMITED	Mississauga	Ontario	L5S 1P2
CANADAWIDE FRUIT WHOLESALERS INC	Montréal	Quebec	H4N 3J5
KALAMATA FOODS INC	Montréal	Quebec	H3M 3A3
KRINOS FOODS CANADA LTD.	Concord	Ontario	L4K 1P6

Otros países competidores

Estados Unidos, México, Brasil, Chile, Irán, Italia, Perú y Turquía.

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

Estados Unidos y México son siempre competidores potenciales, y el importador canadiense está consciente de las ventajas de comprarle a sus socios NAFTA antes que a otros países: Los costos de transporte son menores, las tarifas arancelarias son las más bajas, el tiempo requerido para las entregas es menor, y los mecanismos de pago son más sencillos.

Frente a México, por ejemplo, el exportador colombiano puede entrar a competir con calidad, pero también con cumplimiento. El canadiense otorga al factor cumplimiento un gran valor. De igual forma, cualquier incumplimiento por parte del exportador colombiano va a tener como

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

resultado que el importador acuda a otros proveedores para suplir sus requerimientos del producto.

El éxito de una exportación a este país va a depender en gran medida de la seriedad, puntualidad y servicio que el exportador colombiano ofrezca a su cliente.

Otra herramienta para ser más competitivos es la flexibilidad. El producto colombiano a exportar tendrá mayor aceptación si el fabricante es flexible para adaptar el diseño de acuerdo a los requerimientos de su cliente. Si el exportador colombiano atiende las necesidades específicas de su comprador en cuanto a calidad, empaque y contenido, va a tener más posibilidades de ser un contendiente fuerte frente a la competencia.

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

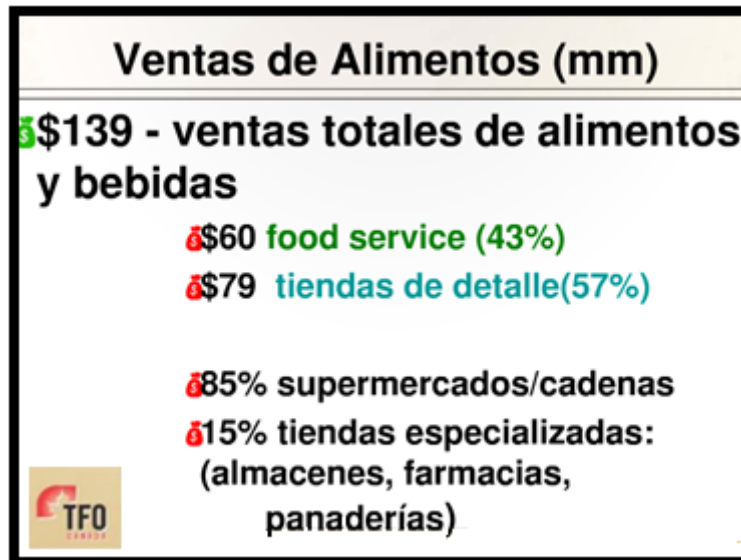
Tendrá que contarse, con un importador o agente, quien llegará hasta el mayorista o usuario industrial, que abrirá las puertas del sector de servicios de alimentos e institucional, donde aparecen los hoteles y restaurantes por ejemplo. También, es posible llegar en estas instancias a las cadenas de supermercados, tiendas especializadas y las independientes. Aplicándose de esta manera un método de distribución a través de terceros: productor – distribuidor (Juicy Fruit Colombia-Intermediario- usuario final).

La utilización de intermediarios es productiva en la medida que se puede llegar a segmentos del mercado a los cuales es difícil acceder. Puede ser de gran utilidad también, ya que se desconoce a los compradores minoristas en Canadá y puede proporcionar contactos claves para introducir el producto en este mercado, pero se debe escoger al mismo con mucha cautela. Debe conocer los trámites aduaneros y regulaciones específicas para la importación de productos.

Distribución en Canadá

1. Agentes de ventas directos
2. Importadores/distribuidores independientes
3. Minoristas independientes

4. Cadenas especializadas
5. Cadenas de tiendas por departamentos
6. Cadenas de tiendas de precios bajos
7. Grandes almacenes
8. Tiendas de marcas



4.6.2 Estudio del mercado Distribuidor

De acuerdo con estudios realizados por la CCI-CORPORACIÓN COLOMBIA INTERNACIONAL, los importadores son el contacto clave con el canal de distribución en Canadá. La mayoría de estos importadores cuenta con una infraestructura adecuada para realizar las labores de distribución, que incluye: bodegas refrigeradas, cámaras de maduración, zonas de preparación y re-empaque y flota de camiones refrigerados.

Los importadores canadienses de frutas y hortalizas frescas atienden, básicamente, a mayoristas y a cadenas de supermercados. En ocasiones, tanto mayoristas como cadenas de supermercados acuden a intermediarios (brokers) que mantienen contactos permanentes con productores de Estados Unidos. En general, estos intermediarios se encuentran vinculados a grandes cadenas de supermercados, aunque proveen también a tiendas especializadas.

Los principales mercados mayoristas canadienses son los de Toronto y Montreal y atienden

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

tanto a pequeños comerciantes como a cadenas de supermercados que adquieren productos especializados o a aquellos que les permitan atender déficit circunstancial de algún producto.

4.6.3 Manejo de Inventarios

La cantidad de producto que la empresa tendrá disponible para atender pedidos extraordinarios es de 3 toneladas, las cuales estarán rotando semanalmente pero conservando siempre el stock.

4.6.4 Comunicación

Nombre de la empresa: JUICY FRUIT COLOMBIA, en español fruta jugosa de Colombia; nombre descriptivo asignado debido a las características gustativas del producto, de fácil recordación, agradable, claro y simple

Logo: Está compuesto por el nombre de la empresa, posee una penca con sus higos en plena maduración como representación del sabor y forma de la planta con sus frutos y un corazón que contiene dos personajes representando el pueblo y los campesinos.



Empaque: Se elaboraran cajas con los colores distintivos de la empresa: blanco. Naranja y verde, contendrán además las especificaciones de la empresa y las imágenes representativas, el origen del producto, número de unidades por cajas, peso, nombre del fruto, tabla nutricional

En cuanto al empaque terciario que será en madera estará marcado con el nombre de la empresa y la información general de la misma impresa con tinta a prueba de agua (impermeable), y colocadas en el exterior.

Etiqueta: aunque ayudan a llamar la atención del mercado y aseguran grandes volúmenes de ventas, puede ocurrir que algunos compradores no requieran ninguna etiqueta aunque usualmente tiene sus ventajas poner un nombre a modo de identificación. Por ende, se usaran pequeñas etiquetas adhesivas individualmente con el logo en la bodega de empaque, de modo

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

que aunque se vendan por unidades en los mercados minoristas, la marca es identificada por el consumidor, de tal modo que si el producto es apreciado por ellos, vuelven a comprarlo.

4.6.5 Actividades de promoción y divulgación

Medios para ubicar al importador

Cámara de comercio

Asociaciones de Industria

TFO Canadá

Ferias Comerciales Apropriadas Colombian Food and Beverage Show

www.crfa.ca

Toronto, Marzo 4-6, 2011

Misiones Comerciales

Visitas

Proexport

4.7 Precios de los productos

4.7.1 Factores que influyen en la determinación del precio del producto

Precio base relacionado con los costos de producción y distribución, los costos de empaque que es una gran diferencial, los costos de administración, ventas y distribución internacional, la demanda y oferta (clima) del producto y los precios que maneja la competencia

4.7.2 Precio del producto tomando como base los costos

\$1000/ Kilogramo

4.7.3 Precio del Producto propuesto

\$ 1500 / Kilogramo

4.7.4 Política de Precios

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

El precio se fijara según los objetivos de la empresa: Obtener una buena demanda inicialmente para lograr un buen posicionamiento, aprovechando el bajo costo del producto en Colombia, para penetrar con un bajo precio.

4.8 Costos asociados a la comercialización

Transporte nacional Sonson – Rionegro

Transporte internacional Rionegro – Estados Unidos

Transporte internacional Estados Unidos- Canadá

4.9 Riesgos y oportunidades del mercado

Riesgos

La Competencia, principalmente México que es el mayor exportador del producto.

Los Costos de distribución Física Internacional, ya que pueden encarecer en gran medida el producto.

El tiempo requerido para las entregas puede ser mayor.

Oportunidades

El Tratado de Libre Comercio Canadá-Colombia.

La alta demanda del producto y poca oferta.

La costumbres gastronómicas de Canadá.

El valor que tiene el cuidado de la salud y la apariencia.

4.10 Plan de ventas

Se venderá en cuanto a cantidad de producto el monto que sea pactado en la negociación, partiendo de las condiciones de producción: clima, cultivos y proveedores, en sí, dependiendo de la oferta. Como base se toma la cantidad de 5 Toneladas, que es el mínimo de producto basados en condiciones climáticas poco favorables, ya que como máximo puede contarse con una capacidad de 60 Toneladas al mes.

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

Lo esencial sería pactar exportaciones basados en fechas de buena cosecha como Diciembre, Marzo, Junio y Agosto.

Se recurrirá a la intermediación de un importador o varios que puedan encargarse de una buena distribución del producto por la zona industrial: Restaurantes, Hoteles, Supermercados, Tiendas especializadas y demás...

El modo de pago puede pactarse con pago anticipado de al menos el 40% del valor total y pago posterior del restante a los 30 o máximo 60 días después de la fecha de la factura y el medio puede ser carta crédito o de contado.

Los descuentos pueden otorgarse dependiendo del importador y de la cantidad que solicite, preferiblemente que sea mayor a 10 Toneladas de higo en alguno de los pedidos.

5. ASPECTOS TECNICOS

5.1 Objetivo de Producción

Desarrollar un producto en optimas condiciones, obteniendo una plena capacidad de producción en cada terreno, logrando así un vinculo de fidealización con los consumidores de la fruta.

5.2 Descripción del Proceso de Producción

SIEMBRA: La higuera se puede cultivar en una amplia gama de suelos, siempre que exista la suficiente profundidad y nutrientes. El pH debe estar entre 6.0 y 6.5. El árbol es bastante tolerante a una salinidad moderada. El proceso de siembra se hace aflojando un poco la tierra y simplemente colocando allí una penca. A partir de este momento la planta se demora en crecer completamente aproximadamente 3 años; aunque en ocasiones aunque la planta no haya alcanzado el más alto nivel de crecimiento puede empezar a dar frutos.

BAÑO O ABONO: Se abona cada 4 meses, con el fin de prevenir enfermedades. La mezcla utilizada tiene como nombre Manzate.

RECOLECCIÓN: El higo se recolecta manualmente por la maduración poco uniforme de la fruta y el carácter espinoso de la planta. Se realiza con guantes, un chuzo incrustado en una vara al igual que una cuchilla para cortar la fruta justo por el pedúnculo y no dañar la planta. Se deposita en un canasto en los que son llevados a la bodega o lugar de transformación.

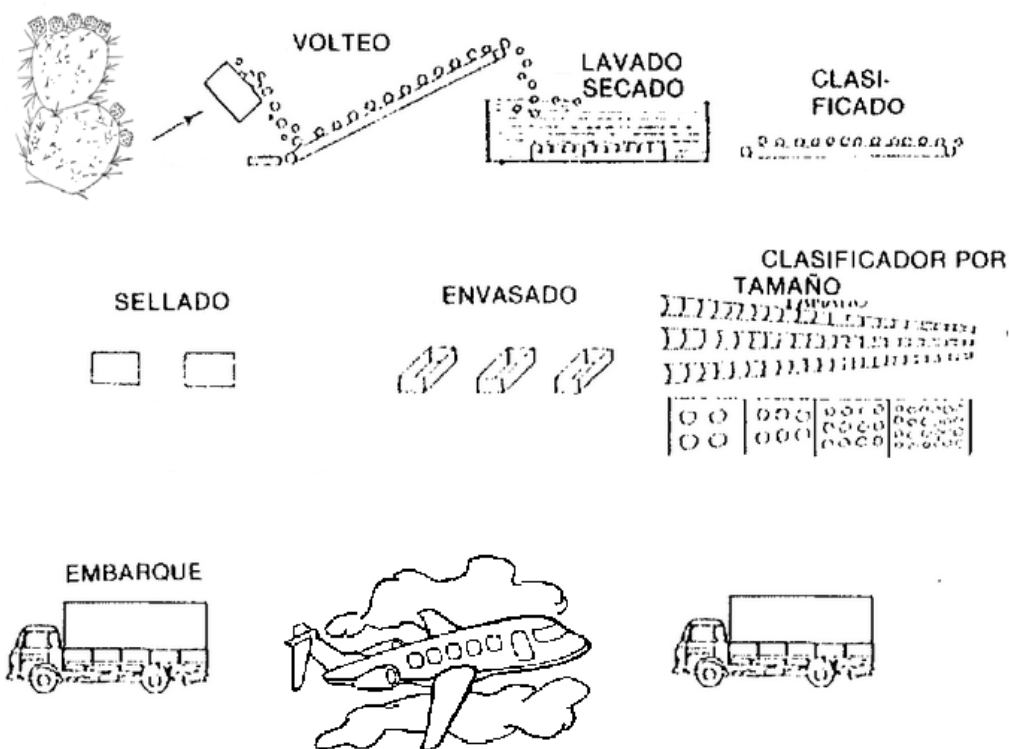
DESPINADO: Consiste en la extracción de las espinas que tiene el fruto. Esta labor se hace generalmente después de la recolección. Se deben utilizar guantes y estopilla; además de un cuchillo con el que se quitan los pedazos de penca sin llegar a maltratar el fruto.

PESADO, LAVADO Y CLASIFICADO: Al llegar al centro de acopio o bodega se pesan los frutos para conocer la cantidad de producto que se tiene. Se debe hacer una limpieza con agua y cepillos suaves para remover la mugre, restos de espinas, residuos de flores secas u hormigas. Finalmente se clasifica el producto por grado de madurez y tamaño.

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

EMPAQUE: Se utilizan canastillas de madera generalmente. Aunque para el mercado de exportación se puede implementar el empackado en cajas de cartón debidamente marcadas, utilizando separadores con el fin de evitar un continuo movimiento o una extremada estreches y magulladura de la fruta.

ALMACENAMIENTO: Se almacena en un sitio fresco o refrigerado. La mejor temperatura para su almacenamiento es de 3° a 8° C con una humedad relativa de 85 a 90% por un periodo máximo de 25 días.



5.3 Capacidad de Producción

La capacidad depende del tiempo/clima, se tomara como base la cosecha en plena producción y en tiempo de verano:

1 hectárea de tierra puede tener hasta 500 matas y producir hasta 1000 Kilogramos semanales

1 finca contiene 1 hectárea o en ocasiones 2 hectáreas; para el proyecto se destinaran cultivos de 10 fincas inicialmente.

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

En conclusión, la capacidad de producción es de 60 Toneladas de higo, al mes.

5.4 Recursos materiales y humanos para la producción

5.4.1 Locaciones

Cultivo o sembrado, cuarto de lavado y de empacado, cuarto de almacenamiento.

5.4.2 Requerimientos de materiales e insumos

MATERIALES O INSUMOS	USO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL (10 fincas-25 unidades)
Cuchilla encabada en vara	Recolección del fruto	\$15000	\$375.000
Chuzo encabado en vara			
Cuchillo			
Guantes especiales	Recolección y Despinado	\$4000	\$100.000
Cajón de Madera (40 Kg)	empaque	\$20000	\$500.000

5.4.3 Requerimientos de maquinaria, equipo, muebles y enseres.

Bomba para Riegos o baños: CU: \$200.000 / CT: \$5.000.000

5.4.4 Requerimientos de personal

1 Hectárea: 2 Trabajadores

2 Hectáreas: 3 Trabajadores

Pago semanal: \$125.000

Pago Mensual: \$ 500.000

Total (25 empleados): \$ 12.500.000

5.5 Programa de Producción

La producción y recolección dependerá inicialmente de 10 fincas del corregimiento de Alto de sabana del Municipio de Sonson (Antioquia); 5 de las cuales cuentan con 1 hectárea cada una de cultivo de higo y otras 5 que cuentan con 2 hectáreas de este, 1 hectárea de higo produce al mes la cantidad de 4 Toneladas de higo al referirnos a 5 hectáreas que corresponde a las 5 fincas se contaría con una producción mensual de 20 Toneladas; a lo que sumada la capacidad de producción de las otras 5 fincas que cuentan con 2 hectáreas daría un total de 60 Toneladas al mes.

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos administrativos

6.1.1 Descripción de Los Procesos Administrativos

ÁREA FINANCIERA: Esta área se encargaría de llevar un sistema contable en el que se mantenga un control detallado de los ingresos y egresos monetarios, también se encargara de realizar todo tipo de pagos ante la DIAN, e igualmente destinara los recursos para incurrir en los costos y gastos del proceso, estipular precio según costos y utilidad, se encargara además de la emisión de facturas, las proyecciones de ingresos por venta, los costos asociados con el desarrollo del producto y del negocio en si y el pago a proveedores.

ÁREA COMERCIAL: Esta se encargara de la estrategia comercial del negocio, es decir; lo referente a empaque, diseño, marca del producto, publicidad, distribución o comercialización, requisitos técnicos, documentación y normas reguladoras, en sí, proceso exportador.

ÁREA DE MERCADEO Y PROMOCION: Esta área será exclusivamente encargada de la promoción del producto. Se deberán llevar a cabo actividades relacionadas con la publicidad con actividades como: el diseño de paginas web, la búsqueda y asistencia a ferias y demás maneras de promover el producto y creación de la imagen de la compañía.

ÁREA DE PRODUCCIÓN: Esta área será exclusivamente encargada del producto, de la siembra, recolección, empaque y distribución del higo, de la maquinaria y equipo y lo más importante de la calidad del producto.

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Producción: Siembra, recolección, despinado, lavado y empackado del higo.

Transporte interno: Recolección y cargue de mercancía, transporte y descargue de mercancía.

Transporte internacional: Por medio de agente de carga. Vía aérea hacia Estados Unidos y Vía Terrestre hacia Canadá.

6.2 Estructura Organizacional de la Empresa

6.2.1 Organigrama

6.2.2 Descripción Funcional de la Organización

Gerente: Requiere de competencias que no todos los altos ejecutivos tienen y muchas de ellas no se desarrollan necesariamente con la experiencia. Un buen gerente lidera equipo, tiene una mirada estratégica frente a cada tipo de negociación, identifica las áreas sensibles de la empresa. Debe tener motivación para dirigir, inteligencia, capacidad de análisis y síntesis, capacidad de comunicación, de escucha, perseverancia y constancia, capacidad de liderazgo, integridad moral y ética y espíritu crítico.

Director de Departamento: Deben tener facilidad para administrar sueldos y salarios del personal, objetividad y equidad a la hora de evaluar el desempeño del personal, cada vez mayor perfeccionamiento de los métodos para reclutar, seleccionar, contratar y capacitar el factor humano, un mejoramiento de las actividades de planeación en la compañía.

Asistentes y Auxiliares: son los encargados de la realización de los procedimientos de la compañía, deben conocer las expectativas de deberá cubrir para ocupar de manera productiva su puesto de trabajo.

Operarios: Deben cumplir con las normas respectivas de seguridad y de higiene para las respectivas labores que le correspondan o se les delegue.

6.3 Recursos Materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

El local estará ubicado en el Municipio de Sonson (Antioquia), será propio debido a que en este anteriormente se manejaba la cooperativa de higo “Coprohigo” la cual liquidó por una

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

mala administración, los espacios estaban ya distribuidos de tal manera que pueda operarse área administrativa a parte del área de empaque, pesado y despachos.

El monto de inversión es de: \$90.000.000, el cual procede de ahorros familiares y ayudas por parte de la administración anterior de “Coprohigo” y la gobernación.

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Esquipo de oficina	Proveedor	Unidades	Valor/unitario	Valor total
Computadores	compugreiff	6	\$ 1.440.000	\$ 8.640.000
Impresora/multifuncionales/fax	compugreiff	2	\$ 415.000	\$ 830.000
Escritorios	Mercado libre	8	\$ 130.000	\$ 1.040.000
Escritorio de recepción	Mercado libre	1	\$ 280.000	\$ 280.000
Sillas	Mercado libre	12	\$ 99.000	\$ 1.188.000
Teléfonos	Falabella	6	\$ 36.000	\$ 216.000
archivadores	Mercado libre	2	\$ 205.000	\$ 410.000
Paquete de telefonía, internet, televisión	Une	1	\$ 193.042	\$ 193.042
Calculadoras	papeleria sueño dorado	5	\$ 12.000	\$ 60.000

6.3.3 Requerimientos de personal

Actividad	Alcance	Precio
GERENCIA	Estrategias, alianzas o negociaciones, identificación de debilidades, toma de decisiones, dirección del resto del personal, procedimientos legales de constitución.	\$ 1.100.000
CONTABILIDAD	Administración de sueldos y salarios, gastos y costos relacionados con la razón comercial de la empresa, control de ingresos y egresos, estipulación de	\$1.100.000

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

	precios de producto, pago a proveedores, impuestos, arriendo, transportadores, servicios públicos y demás	
MERCADEO Y VENTAS	contratación personal de transporte, agente de carga, promoción	1 SMLV (\$535600) + 52%+HORAS EXTRAS\$700000
ASISTENTE	Apoyo incondicional para los ejecutivos de la empresa. Digitación, Elaboración de facturas, recepción de llamadas, manejo de la documentación soporte para inspecciones de la Dian ...	1 SMLV (\$535600) + 52%+HORAS EXTRAS\$700000
OPERADOR	Manejo de bodega e inventarios, etiquetado y rotulado, recibo y despacho de mercancía.	1 SMLV (\$535600) + 52%+HORAS EXTRAS\$700000

6.3.4 Programa de administración

Las actividades que inicialmente se llevaran a cabo serán las de constitución de la empresa y contratación de Personal pasando por un proceso de evaluación, selección y capacitación. Se identificarán las condiciones cultivos de cada terreno y se cerrarán las negociaciones, tanto con los productores como con cada una de las empresas prestadoras de servicios.

7 ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de organización

Sociedad Colectiva: En este tipo de empresas de propiedad de más de una persona, los socios responden también de forma ilimitada con su patrimonio, y existe participación en la dirección o gestión de la empresa

7.2 Certificaciones y gestiones ante Entidades Publicas

ANTE CAMARA DE COMERCIO

- 1 Verificar la disponibilidad del nombre
- 2 Diligenciar el formulario de Matricula y Registro.
- 3 Diligenciar el Anexo de Solicitud del NIT ante la DIAN.
- 4 Pagar el valor de Registro y Matricula.

ANTE LA NOTARIA

1. Escritura Pública. (Esta deberá ser presentada ante Cámara de Comercio en el momento del Registro)
- 2 Tener en Cuenta: Todo tipo de sociedad comercial, si tienen menos de 10 trabajadores o hasta 500 salarios mínimos de activos al momento de la constitución, no necesitan escritura pública para constituirse.

ANTE LA DIAN:

1. Inscribir el RUT (Registro Único Tributario).
2. Obtención del NIT (Numero de Identificación Tributaria).

ANTE LA SECRETARIA DE HACIENDA DE LA ALCALDIA:

1. Registro de Industria y Comercio.

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

2. Registro de Uso del Suelo, Condiciones Sanitarias y de Seguridad.

CAMARA DE COMERCIO	NOTARIA	MATRICULA MERCANTIL	IMP. REGISTRO	PROPONENTES	ALCALDIA	ESTAMPILLAS Y FORMULARIOS	TOTAL
ORIENTE ANTIOQUEÑO	\$ 0,00	\$ 972.000,00	\$ 1.400.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 100.000,00	\$ 2.472.000,00

10 CONSIDERACIONES FINALES

11 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- <http://www.slideshare.net/guesta7d6ce4/trabajo-final-de-formulacion-de-proyectos>
- <http://www.embajadacolombia.ca/documents/proexpor.pdf>
- <http://www.agronet.com.mx/cgi/articles.cgi?Action=Viewhistory&Article=3&Type=A&Datemin=2003-02-01%2000:00:00&Datemax=2003-02-31%2023:59:59>
- <http://www.sfa.gob.mx/Comercializacion/PerfilMercadoNOPALJapon.pdf>
- http://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=c,543,m,2715&r=ReP-23761-DETALLE_REPORTAJESPADRE
- <http://www.tradecommissioner.gc.ca/esp/services-foreign-companies/local-office.jsp?lang=esp&did=c7219&sitid=81>
- <http://www.slideshare.net/gutierrezbautista/empaques-y-embalajes>
- http://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=c,543,m,2715&r=ReP-23759-DETALLE_REPORTAJESPADRE
- <http://www.ccoa.org.co/sitio/centrosdeatencion.php>
- <http://www.crearempresa.com.co/Consultas/Preliquidador.aspx>
- <http://es.scribd.com/doc/49889661/17/Cultivo-HIGO>
- <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/813/1/1572.pdf>
- <http://www.birdantioquia.org.co/userfiles/file/documentos/BIRD%20Tesis%20y%20Trabajos%20de%20Grado.pdf>
- http://www.infoaserca.gob.mx/proafex/la_tuna.pdf
- http://www.infoaserca.gob.mx/proafex/la_tuna.pdf
- <http://www.exportapymes.com/modules.php?name=News&file=print&sid=1059>
- <http://www.exportapymes.com/modules.php?name=News&file=print&sid=1059>
- <http://www.angelfire.com/ia2/ingenieriaagricola/mercadoCanada.htm#Oportunidades de mercadeo para Colombia>
- http://www.sprbun.com/informacion-para-comercio-exterior/tarifas/tarifas_0.php
- <http://www.sprbun.com/informacion-para-comercio-exterior/servicios/tipo-de-carga.php>

PLAN DE NEGOCIOS – JUICY FRUIT COLOMBIA

- [http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Relaciones Comerciales Colombia Canada Colombia Exportaciones 0.pdf](http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Relaciones%20Comerciales%20Colombia%20Canada%20Colombia%20Exportaciones%200.pdf)
- [http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Logistica de exportaciones a Canada.pdf](http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Logistica%20de%20exportaciones%20a%20Canada.pdf)
- <http://www.colombiatrade.com.co/oportunidades/paises/norte-america/canada>
- <http://www.proexport.com.co/noticias/exportando-canada>
- <http://www.proexport.com.co/noticias/exportadores-conocieron-sus-oportunidades-en-el-mercado-canadiense>
- <http://www.proexport.com.co/canada>
- <http://www.bernardos-mermeladas.com/home.php?lang=es&mod=distribuidores>
- http://www.pronopal.com/nuestra_empresa.htm
- <http://www.pronopal.com/index.htm>
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mems/avila_l_gl/capitulo1.pdf
- <http://www.youtube.com/watch?v=IQtm7VeYBcE>
- [http://microempresas.itesm.mx/incubadorasocial/curso/plandenegocio/documentos/Plan deNegociodePenka.pdf](http://microempresas.itesm.mx/incubadorasocial/curso/plandenegocio/documentos/Plan%20de%20NegociodePenka.pdf)
- <http://mexico.redagro.com/nopal.html>
- <http://proyplanes.files.wordpress.com/2008/09/pn-ejemploserviciosinternet.pdf>
- [http://microempresas.itesm.mx/incubadorasocial/curso/plandenegocio/documentos/Plan deNegociodePenka.pdf](http://microempresas.itesm.mx/incubadorasocial/curso/plandenegocio/documentos/Plan%20de%20NegociodePenka.pdf)