
DE LA UCHUVA P&A S.A.S



Diciembre del 2011

ALEJANDRA GALLEGO LÓPEZ
PAULO CESAR DOMÍNGUEZ VALENCIA

CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	5
1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO	8
2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS	10
3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	11
3.1. Nombre de la Empresa	11
3.2. Descripción de la Empresa	11
3.3. Misión de la Empresa	12
3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo	13
3.5. Ventajas Competitivas	14
3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir	14
3.7. Relación de productos y/o servicios	15
3.8. Justificación del Negocio	15
3.9. Análisis del entorno y del sector	17
3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio	18
4. DESCRIPCIÓN DEL PORTAFOLIO DE BIENES Y/O SERVICIOS	19
4.1. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios	28
4.1.1. El Mercado Meta	28
4.1.2. Estudio del Mercado Consumidor	29
4.2. El mercado proveedor	32
4.3. El Mercado Competidor	34

4.3.1. Estudio del Mercado Competidor	34
4.2. El Mercado Distribuidor	37
4.2.1. Distribución	37
4.2.2. Distribución Directa	40
4.2.3. Manejo de Inventarios	41
4.2.4. Comunicación	41
4.2.5. Actividades de promoción y divulgación	41
4.3. Precios de los Productos	42
4.3.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos	42
4.3.2. Política de Precios	43
4.4. Riesgos y Oportunidades del mercado	43
4.5. Plan de ventas	43
5. OBJETIVOS	44
5.1. Objetivos de producción	44
5.2. Descripción del producto	45
5.3. Capacidad de producción	53
5.4. Plan de producción	53
5.5. Recursos materiales y humanos para la producción	54
5.5.1. Locaciones	54
5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres	55
5.5.3. Requerimiento de materiales e insumos	56
5.5.4. Requerimientos de servicios	56
5.5.5. Requerimiento del personal	56

5.6. Programa de producción	57
6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	58
6.1. Procesos administrativos	58
6.1.1. Descripción de los procesos administrativos	58
6.2. Estructura organizacional	58
6.2.1. Organigrama	58
6.2.2. Descripción funcional de la organización	59
6.3. Recursos de materiales y humanos para la administración	62
6.3.1. Locaciones	62
6.3.2. Requerimientos de equipos, muebles y enseres	62
7. PRESUPUESTO COSTOS Y GASTOS	66
CONSIDERACIONES FINALES	71
REFERENCIAS	80

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo principal de esta tesis es poder llevar a cabo la exportación de la Uchuva al mercado Europeo en un principio basados en el consumidor Alemán. Ser una empresa competitiva que le sirva de oportunidad para incursionar en mercados interesados en el producto.

La uchuva, que pertenece a la familia de las Solanáceas y al género Physalis, cuenta con más de ochenta variedades que se encuentran en estado silvestre y que se caracterizan porque sus frutos están encerrados dentro de un cáliz o capacho.

Actualmente tiene un importante uso con fines terapéuticos, pues según los expertos ayuda a purificar la sangre, tonifica el nervio óptico y alivia afecciones Buco – Faríngeas, es recomendado para personas con diabetes de todo tipo, favorece el tratamiento de las personas con problemas de la próstata gracias a sus propiedades diuréticas y además es utilizada como tranquilizante natural por su contenido de flavonoides.

Se decide llevar a cabo este proyecto y hacer todo el estudio sobre esta fruta ya que se ha demostrado que es una fruta exótica para el mercado Europeo y por tal motivo tiene muchas vitaminas lo cual le permite al cuerpo humano tener ciertas habilidades o ayuda a que su salud sea mucho más sana. Dado que el consumidor Europeo piensa es en buscar productos los cuales sean amigables con el medio ambiente y también los cuales les ayuden a mantenerse en buen estado.

Dado lo anterior vimos la necesidad de llevar este producto a este mercado ya que hay varias empresas cosechadoras/productoras pero pocas exportadoras y por esto diferentes sectores pueden quedar sin la oferta del producto.

El mercado Alemán resulta interesante para los exportadores de frutas exóticas dado que este consumidor busca productos los cuales estén conservando el medio ambiente pero también y que sea saludable para su cuerpo y esta fruta por sus vitaminas o características especiales como que purifica la sangre y ayuda a eliminar albumina de los riñones, se le atribuye a aliviar las afecciones de garganta, ser un clasificador y controlar la amibiasis entre otras que son de alto interés para este mercado. Dado lo anterior tiene un alto grado de demanda en los mercados Europeos.

De la Uchuva P&A S.A.S no pretender desde su comienzo cubrir gran parte del consumidor debido a que su marca todavía no es reconocida pero si pretende tener una calidad excelente para que su nombre este en la mente de todo consumidor.

Los gastos iniciales para el buen desarrollo del proyecto correrían por parte de los mismos creadores debido a que contamos con los terrenos que seria lo más importante y costoso al momento de comenzar con todo el proyecto en si.

Se pretende iniciar a corto plazo con unas ventas aproximadamente de 2500 unidades del producto, cada unidad con un peso aproximado de 250 Gr y la unidad de empaque seria en cajas de cartón de 40 unidades.

Los precios que daremos están dados de acuerdo al volumen de ventas mencionado.

Dado a que no es una marca reconocida la rentabilidad no se espera que sea muy alta pero que si alcance para cubrir todas las necesidades dentro de la compañía.

Para poder llevar a cabo el proyecto es necesario tener un capital de \$102.773.000, por lo cual vamos a hacer un préstamo bancario el cual nos permita desarrollarlo.

Entre nuestros costos fijos de producción que son los necesarios para llevar a cabo directamente la producción de producto es un total de \$ 2.316.000.

Existen unos gastos de administración mensuales que allí estos todos aquellos gastos del personal administrativo y lo que esto conlleva un total de \$ 2.868.000 incluyendo sus respectivos salarios.

Dentro de los costos fijos de comercialización y ventas como la publicidad que se va a utilizar con el fin de mostrar la marca y dar a conocer el producto es un total de \$ 1.034.000.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Alejandra Gallego Lopez

Identificación: 1.152.684.067 **Teléfono** 471 80 96 **Cedular:** 310 542 6095

Dirección: Calle 100 # 74B97 **Barrio:** Pedregal

Ciudad Medellín **Correo electrónico:** aleja110@hotmail.com

Estudios: **Técnicos** **Tecnológica** **Universitarios**

Otros Estudios: Actualmente cursando sexto semestre Tec. Comercio Internacional

Paulo Cesar Dominguez Valencia

Identificación: 1.03.661.7077 **Teléfono** 255 28 13 **Celular:** 311 327 6697

Dirección: Calle 83B # 56-23 **Barrio:** Itagui

Ciudad Medellín **Correo electrónico:** pauloc_084@hotmail.com

Estudios: **Técnicos** **Tecnología** **Universitarios**

Otros Estudios: Actualmente cursando sexto semestre Tec. Comercio Internacional

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Por medio de una pequeña investigación sobre las necesidades de frutas exóticas en los mercados internacionales Europeos, el cual nos arrojó que hay una alta demanda de este producto allí por todos los beneficios que la fruta trae como sus vitaminas A y C las cuales son recomendadas para el buen desarrollo del cuerpo humano.

Para los europeos, la tendencia son productos que estén dirigidos a la categoría del placer; en segundo lugar los relacionados con la salud y en tercer lugar la categoría de productos convencionales fácil de manipular y de preparar. Consentir el paladar es un placer potencial para vender un producto alimenticio exótico, como lo es la Uchuva.

La idea surge debido a que hay pocos productores y exportadores hacia estos mercados por lo tanto no alcanza a cubrir la demanda en el exterior de este tipo de producto. La idea surge debido a lo anterior y a que en los mercados Europeos están dispuestos a pagar un alto precio por un producto como este ya que aprecian mucho lo exótico, por el motivo de que allí es muy escaso este tipo de productos.

Por ultimo el principal propósito para desarrollar o comenzar con la investigación del proyecto es por uno de los requisitos del grado con el fin de obtener el título de Tecnólogos de Comercio Exterior en la Institución.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1. Nombre de la Empresa

De La Uchuva P&A S.A.S

3.2. Descripción de la Empresa

De la Uchuva P & A. es una empresa que se dedicara a la producción y comercialización de la Uchuva, una fruta considerada exótica en el continente Europeo y cultivada en el territorio Colombiano, oportunidad la cual se puede aprovechar gracias a la acogida que tiene esta fruta en la población Europea y el gran consumo que se esta presentando actualmente.

Cuando se habla de frutas exóticas se entiende por aquellas que no se han cultivado en el área de distribución, pero que en sus países de origen son muy cosechadas, conocidas y consumidas. Desde hace muchos años el mundo de la fruta en Europa, ha conocido la aparición en su mercado de productos exóticos, los cuales han sido bien acogidos, ya que satisfacen las necesidades gustativas de su población.

Para los europeos, la tendencia son productos que estén dirigidos a la categoría del placer, en segundo lugar los relacionados con la salud y en tercer lugar la categoría de productos convencionales fácil de manipular y de preparar.

La Uchuva es una fruta muy apetecida en Europa por ello el estudio tiene un enfoque muy especial en su producción y distribución.

De la Uchuva P & A se compromete como empresa y personas responsables a brindar cuidado, salud y bienestar a los consumidores tanto nacionales como internacionales en un concepto diferencial ligado a la buena imagen y presentación de nuestro producto.

3.3. Misión de la Empresa

Misión:

Trabajamos para ser una compañía líder en comercializar y distribuir la Uchuva altamente sanas y nutritivas, con los mas altos estándares de calidad manteniendo una cadena eficiente la cual nos permita satisfacer el mercado extranjero, manteniendo siempre un buen ambiente laboral para así lograr que toda la compañía como tal sea mas eficiente.

Visión:

Seremos una compañía vigente, rentable habituando al mercado Europeo a que consuman frutas exóticas Colombianas, compitiendo con productos y precios en el mercado de la fruta principalmente la Uchuva. Enfocados en mejorar cada vez mas nuestra producción y así lograr ampliar el mercado tanto en el producto como en el mercado.

3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivos a corto, mediano y largo Plazo

Objetivos a corto plazo

- Lograr entrar al mercado Alemán.
- Tener un pequeño reconocimiento por parte del consumidor es decir que vean por primera vez en los lugares de ventas la nueva marca.
- Lograr entrar en los principales supermercados de la zona principalmente de Berlín.

Objetivos a mediano plazo

- Establecernos oficialmente dentro del mercado consumidor.
- Ir aumentando el nivel de comercialización en el mercado Alemán y así obtener el reconocimiento y creabilidad en la calidad de nuestro producto.
- Aumentar las ventas poco a poco para lograr de este modo una mejor rentabilidad financiera para la compañía.
- Ir adquiriendo el favoritismo e identificación del consumidor con el producto.
- Ir pensando o realizando estudios para entrar a otros países del mercado Europeo.

Objetivos a largo plazo

- Tener más o hasta el 50% del mercado Alemán, principalmente enfocados en Berlín pero con alta participación de producto en las diferentes ciudades.

- Mantener la mayor participación en el mercado anteriormente mencionado pero con participación pequeña, o enfocados en entrar a diferentes mercados de Europa como Holanda.

3.5. Ventajas Competitivas

- Nuestro producto va a permanecer siempre fresco por su empaque el cual permite mantener protegida la fruta de insectos y bichos que puedan dañar su proceso de vida.
- Aseguramos la excelente calidad de nuestro producto
- Presta seguridad al comprar y consumir la fruta
- Actitud y profesionalismo para realizar las negociaciones con los clientes.

Trabajamos para la buena atención y fidelización de los clientes.

3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir

Se detecta por la falta de oferta exportable que hay de esta fruta en los mercados Europeos ya que hay una alta demanda por lo que es un producto totalmente nuevo en los diferentes mercados y se esta dando a conocer conllevando a que exista así un alto interés por parte de los consumidores.

3.7. Relación de productos y/o servicios

Exportación de la Uchuvas al mercado consumidor de Alemania – Berlin con el fin de lograr satisfacer la totalidad de la demanda de este producto ofreciendo un producto de excelente calidad.

En un recipiente plástico meter la fruta hasta que quede con un peso bruto de 250 Gr por unidad, este tendrá la respectiva etiqueta con nuestra y nombre propio de la empresa.

3.8. Justificación del Negocio

Debido a que en la actualidad, el crecimiento de la economía depende de la producción de bienes y servicios, vemos como existe una enorme competencia mundial, y las exportaciones cobran cada vez mas importancia, siendo para muchas de las empresas su manera de supervivencia en el campo comercial, por esta razón pensamos en un producto que satisfaga las necesidades, en este caso las de la población de Alemania.

Con la ejecución del proyecto se pretende generar empleos directos e indirectos, apoyar los cultivadores nacionales y poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera.

La Uchuva es una especie frutícola andina que ha adquirido gran importancia en el país por su potencial para la exportación como fruta fresca, generando divisas por varios millones de dólares al año, igualmente su consumo interno se ha venido incrementado paulatinamente

debido a que el consumidor nacional ha tenido oportunidad de conocer nuevos productos que le satisfacen sus gustos y por el aporte de sus vitaminas y minerales.

Sobra resaltar que entre los productos de mayor demanda en Europa están las frutas exóticas entre ellas la Uchuva, por lo tanto en una fruta muy exigente a la hora de ingresar al mercado.

Colombia es el primer productor de la Uchuva mundial, se caracteriza por tener una mejor coloración y mayor contenido de Azúcares, características las cuales la hacen ser más apetecible en los diferentes mercados.

En Colombia la Uchuva empezó a ser un cultivo comercial desde la década de los ochenta especialmente desde 1985, cuando este producto comenzó a tener acogida en los mercados internacionales, donde hoy se comercializa fresco y procesado. En la actualidad se encuentran diferentes productos procesados a partir de la Uchuva como la mermelada, la Uchuva pasa y los confites de Uchuva cubiertos de chocolate. Por sus características puede ser procesada para jugo, néctar, pulpa y otros productos con azúcar como el bocadillo.

La Uchuva, hasta hace poco tiempo desconocida en los mercados internos y externos, es hoy la fruta más importante en términos de exportaciones para Colombia, excluyendo banano y plátano. En los mercados europeos la Uchuva Colombiana enfrenta la competencia de la Uchuva de Zimbabue teniendo una alta preferencia por parte del consumidor la Uchuva Colombiana.

3.9. Análisis del entorno y del sector

Teniendo una ventaja con este producto hacia este mercado dado que no hay casi exportadores de este producto por lo cual no hay suficiente oferta para la demanda que se esta presentando.

Una de las desventajas es que nuestra marca no es conocida en los mercado por lo cual la fuerza de venta no seria muy alta y tendríamos que iniciar con el plan de mercadeo de inmediato para así llamar la atención de nuestros clientes.

Otra de las desventajas es que pueden haber problemas durante el transporte del producto por el tiempo ya que es un producto perecedero.

Este mercado cuenta con un consumidor exigente y buscador de productos de alta calidad. Nosotros vemos como principal consumidor a las mujeres amas de casa las cuales son las encargadas de realizar las compras en los supermercados y compran productos para el bienestar de toda la familia.

Las principales características del mercado a atender es que deben de ser consumidores que busquen esta fruta con el fin de satisfacer su necesidad de poder cuidar su salud con un producto la cual les trae muchos beneficios.

3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio

Estudio de mercado

- Si el país es viable para llevar el producto
- Si existe producción de este producto en este país

Estudio Técnica

- Si se cumple con los requisitos de producir de Uchuva
- Tener la facilidad de maquinaria y equipos adecuados para la producción
- Si se cuenta con la localización para el cultivo

Estudio Organizacional

- Si contamos con una estructura salarial
- Si tenemos personal capacitado para llevar a cabo la idea de negocio

Estudio Legal

- Si cumplimos con todos los requisitos que nos exige el mercado
- Si la empresa si se constituye con todos los requisitos del estado

Estudio Financiero

- Si tenemos el capital para tener la excelente adecuación de la empresa

4. DESCRIPCIÓN DEL PORTAFOLIO DE BIENES Y/O SERVICIOS

UCHUVA

COMPONENTES	CONTENIDO DE 100 GR	VALORES DIARIOS RECOMENDADOS
Humedad	78,90 g	
Carbohidratos	16 g	300 g
Ceniza	1,01 g	
Fibra	4,90 g	25 g
Grasa total	0,16 g	66 g
Proteína	0,05 g	
Acido ascórbico	43 mg	60 mg
Calcio	8 mg	162 mg
Caroteno	1,61 mg	5000 IU
Fosforo	55,3 mg	125 mg
Hierro	1,23 mg	18 mg
Niacina	1,73 mg	20 mg
Riboflavina	0,03 mg	17 mg

La Uchuva es una fruta redonda, amarilla, dulce y pequeña (entre 1.25 y 2cm de diámetro, se puede consumir sola, en almíbar, postres y con otras frutas dulces, su estructura interna es similar a un tomate en miniatura.



Es rica en Vitamina C, purifica la sangre y ayuda a eliminar albumina de los riñones. En fruto terapia es la fruta usada para curar la diabetes y prevenir las enfermedades como cataratas, miopía, también se le atribuye a aliviar las afecciones de garganta, ser un clasificador y controlar la amibiasis.

La Uchuva registra buen comportamiento en las regiones que se ubican entre 1.800 y 2.800 metros, sobre el nivel del mar, con alta luminosidad, temperaturas promedio entre 13 y 18 grados centígrados, precipitación anual entre 1.000 y 2.000 milímetros y humedad relativa de 70 a 80 porciento.

Cosecha y cultivo

Los suelos mas recomendados para el cultivo de la Uchuva son los que poseen estructura granular y una textura areno-arcillosa, preferiblemente que contengan altos contenidos de materia orgánica y un PH entre 5.5 y 6.8.

La cosecha se hace generalmente a mano, evitando desprender los frutos de manera brusca ya que pueden perder su capacho o protección natural, si la fruta no se desprende fácilmente, es mejor utilizar tijeras, las frutas recolectadas se deben seleccionar siguiendo los criterios de sanidad, tamaño y madurez. Luego se dirigen hacia un lugar cubierto para disminuir la posibilidad de que se presenten hongos.

Si se almacena la fruta con su cáliz, se puede conservar 15 días aproximadamente, manteniéndola a una temperatura de 17 a 19 grados centígrados con una humedad relativa cercana al 70%. Este tiempo puede prolongarse a más de un mes si la temperatura que se usa está entre 4 y 5 grados centígrados, ya que algunos estudios muestran que los frutos con su cáliz pueden ser almacenados a 2 grados centígrados. Por 4 o 5 meses sin que ocurran pérdidas.

Usos más importantes

Actualmente tiene un importante uso con fines terapéuticos, pues según los expertos ayuda a purificar la sangre, tonifica el nervio óptico y alivia afecciones Bucal – Faríngeas, es recomendado para personas con diabetes de todo tipo, favorece el tratamiento de las personas con problemas de la próstata gracias a sus propiedades diuréticas y además es utilizada como tranquilizante natural por su contenido de flavonoides.

Uso industrial

La industria utiliza la Uchuva para la fabricación de :

Salsa, mermeladas, jugos, pulpas, dulce, bocadillo, fruta deshidratada, la pectina de la Uchuva, conservas, helados, licores, néctares. Tanto las hojas como la fruta son usadas también en la industria química y farmacéutica.

Usos alternativos

Ensaladas, decoración de postres, cocteles, salsas, postres variados, platos gourmet, azucarada, como adorno, acarameladas, Uchuva a la crema.

FERTILIZACIÓN

El plan de fertilización para el cultivo de la Uchuva se debe implementar con base en los resultados de un análisis químico de los suelos, que con el objeto de conocer las necesidades de nutrientes y de correctivos, se debe realizar dos o tres meses antes de la siembra. Las recomendaciones generales que pueden servir como guía para establecer el plan de fertilización más adecuado para cada localidad, se presentan a continuación.

Antes de la siembra se debe preparar el hoyo con 2 - 4 kg de materia orgánica, como gallinaza, porquinaza, champiñonaza, etc., 250 – 500 g de cal dolomítica y 100 g de una fuente de fósforo como el superfosfato triple. Un mes después de la siembra aplicar 80 a 120 g/planta de un fertilizante completo como el 10-30 – 10 y tres meses después de la siembra aplicar 150 - 200 g/planta del mismo fertilizante, adicionando 50 g de elementos menores como el Agrimins. La aplicación de los elementos menores se debe repetir cada cinco meses. Se recomienda aplicar los fertilizantes en bandas localizados en la zona de gotera de la planta,

con el fin de que estén cerca de las raíces absorbentes de la planta. Posteriormente el fertilizante aplicado debe ser tapado con un poco de suelo para evitar pérdidas por volatilidad o arrestre a causa del agua de lluvia.

Tratamiento en frío

El ICA y el CEF, organismos Colombianos encargados de la protección fitosanitario, luego de efectuar el análisis de riesgo para la Uchuva determinaron que este debe de realizar un tratamiento en frío con el objetivo de certificar la calidad sanitaria de las exportaciones agropecuarias.

El tratamiento consiste en mantener la fruta a una temperatura constante para un periodo de tiempo determinado. Para este procedimiento se establecieron diferentes grados de temperatura dependiendo el tiempo de duración del tratamiento.

14 días ----- 1.11°C, 34°F

16 días ----- 1.67°C, 34°F

18 días ----- 2.22°C, 36°F

Este procedimiento se puede realizar de dos maneras, en tierra firme Colombiana o en tránsito (Durante el transporte en vía marítima). Ambas opciones tienen tantas ventajas como desventajas, la primera opción, da la seguridad de conocer el resultado del tratamiento, ya sea éxito o fracaso, antes del envío, evitando correr el riesgo de pérdida de mercancía y costos de transporte. La desventaja de este procedimiento es la disminución de la vida útil de la fruta,

dado que inicialmente la fruta debe de tomar el tiempo para su tratamiento y posteriormente el tiempo de su envío.

Empaque



Empaque para la exportación





Es el uso de estibas de madera, las cuales por su bajo costo, gran resistencia a la fricción, compresión y al impacto y su practico uso hacen que esta sea mas fácil para la exportación.

Requerimientos de etiquetado

La Unión Europea no regula los requerimientos de empaque y etiquetado, pero lo hace en ciertos productos que se consideran de alto riesgo. Ante la ausencia de reglas determinadas por la Unión Europea, el exportador debe consultar a las disposiciones nacionales. Los alimentos, medicinas, químicos y farmacéuticos tienen requerimientos específicos referente al empaque y etiquetado de los productos que pertenecen a estas industrias. El principal propósito de armonizar estos requerimientos dentro del la Unión Europea es minimizar el riesgo de los consumidores.

Cabe destacar que las aduanas dentro de la Unión Europea solo regulan los procedimientos administrativos, como el tipo de certificado y la mención del origen dentro de los documentos de embarque, así como los formularios de aduana.

Eco-Etiquetas

La etiqueta “Ángel Azul” (Der blaue Engel en alemán) es un programa de etiquetado ambiental. Fue creado por el Ministerio del Interior y es la etiqueta medioambiental más antigua en el mundo. La marca es recomendada para los productos y servicios que benefician el medio ambiente.

De acuerdo al Ministerio de Asuntos Medioambientales de Alemania, la etiqueta “Ángel Azul” ofrece la certificación que el producto y/o servicio es amigable con el medio ambiente y de esta manera reforzar la imagen ante el mercado de la empresa y/o el producto. Cerca de 3, 700 productos y servicios han sido recomendados para incluir esta etiqueta dentro de su empaque.

Empaque Desechable

Existe una gran preocupación sobre los problemas de tratamiento de basura y reciclaje dentro de Alemania. Por ello, se han creado programas y campañas de concientización para la recolección y reciclaje de los materiales, tales como el programa denominado “Der Gruener Punkt - Duales System Deutschland” “Punto verde” es un símbolo de reciclaje utilizado para el material del empaque y hasta en las bolsas de venta de los establecimientos. Cabe resaltar que si bien legalmente no es requerido que los materiales de empaque tengan este símbolo, es prácticamente imposible comercializar un producto en Alemania si su empaque no contiene este símbolo. Para obtenerlo el importador paga una licencia para usar el símbolo dependiendo del tipo y la cantidad del empaque y provee al exportador de la información necesaria.

Certificación de Productos

Las organizaciones responsables de las pruebas y certificaciones de los productos están agrupadas bajo la Asociación de Inspectores Técnicos ("Technischer Überwachungsverein"). Esta asociación agrupa a empresas privadas que inspeccionan y prueban productos para el cumplimiento de los estándares de seguridad en Alemania. Además las empresas pertenecientes a la Asociación de Inspectores Técnicos están autorizadas a realizar pruebas en cumplimiento con la legislación de la Unión Europea. Las empresas pertenecientes al Instituto de Normalización de Alemania también pueden realizar la certificación de productos dentro de Alemania.

Acreditación

El Consejo de Acreditación de Alemania es un grupo de trabajo establecido en 1991 por los ministerios del Gobierno Federal de Alemania, los ministerios de los estados Federales de Alemania y por los representantes de las principales industrias de Alemania. El Consejo de Acreditación de Alemania coordina las actividades en el campo de la acreditación y el reconocimiento de laboratorios, certificadoras, inspecciones y cuerpos evaluadores de la conformidad. Sus principales tareas son: coordinar las actividades en el campo de la acreditación y reconocimiento de los laboratorios, certificación, y los cuerpos de inspección, representa los intereses de Alemania en el ámbito nacional, europeo y antes organizaciones internacionales similares.

4.1. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.1.1. El Mercado Meta

Medios del estudio del mercado consumidor

Fue necesario recurrir a diferentes investigaciones las cuales nos permitieron identificar todas aquellas personas que podrían beneficiarse alimentándose con nuestro producto.

Perfil del consumidor

Dado el tamaño de y diversidad de mercado de Alemania, es prácticamente imposible definir un perfil único del consumidor de frutas frescas. Sin embargo el analizar los diferentes segmentos de mercado, con base en el gasto que hacen en frutas frescas se encuentran los principales consumidores, es decir, el 66.1% de la población de Alemania están entre los 16 y 64 años de edad lo cual nosotros vemos como los principales consumidores los cuales se dividen en 26.617.915 mujeres y 27.227.487 hombres.

Debido a que estos consumidores cuentan con los niveles mas altos de ingresos y sienten particular interés por productos saludables y nutritivos, viéndolos como una estrategia para alcanzar y conservar una buena salud y prevenir las enfermedades. Por esta razón, este grupo de consumidores constituye un mercado objetivo muy atractivo en la actualidad y hacia en futuro.

Por ultimo, el mayor gasto que hacen las mujeres en estos productos, en comparación con los hombres, claramente refleja su mayor preocupación por la dieta y por conservar la línea, e indica una creciente incorporación se frutas frescas en su alimentación.

El principal mercado objetivo para la empresa es aquella persona que le agraden los alimentos saludables y de excelente calidad.

El segundo segmento serian las mujeres amas de casa, restaurantes ya que es un producto que sirve para el consumo del hogar y estos lugares públicos para ser utilizados en jugos, comidas, ensaladas.

4.1.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

El mercado consumidor busca satisfacer sus necesidades por medio de productos saludable por eso vamos a entrar el producto a este mercado dado que vamos a ofrecer un producto con un alto estándar de calidad el cual sea llamativo y atractivo para el producto con un alto estándar de calidad el cual sea llamativo y atractivo para el paladar de cada uno de los consumidores logrando de esta manera lograr aumentar nuestra producción y nuestras ventas internacionales y nacionales.

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

Por medio de internet buscando las necesidades de frutas exóticas del consumidor de Alemania y basados en investigaciones con tesis de la mermelada de estas frutas exóticas en los mercados Europeos y así se vio la necesidad de cubrir esta parte del mercado.

c) Aplicación de la Medios

Por medio de internet el cual nos permitió ver la necesidad de la oferta de la Uchuva en los mercados de Alemania.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

Dado el tamaño de y diversidad de mercado de Alemania, es prácticamente imposible definir un perfil único del consumidor de frutas frescas. Sin embargo el analizar los diferentes segmentos de mercado, con base en el gasto que hacen en frutas frescas se encuentran los principales consumidores, es decir, el 66.1% de la población de Alemania están entre los 16 y 64 años de edad lo cual nosotros vemos como los principales consumidores los cuales se dividen en 26.617.915 mujeres y 27.227.487 hombres.

Debido a que estos consumidores cuentan con los niveles mas altos de ingresos y sienten particular interés por productos saludables y nutritivos, viéndolos como una estrategia para

alcanzar y conservar una buena salud y prevenir las enfermedades. Por esta razón, este grupo de consumidores constituye un mercado objetivo muy atractivo en la actualidad y hacia en futuro.

Por ultimo, el mayor gasto que hacen las mujeres en estos productos, en comparación con los hombres, claramente refleja su mayor preocupación por la dieta y por conservar la línea, e indica una creciente incorporación se frutas frescas en su alimentación.

El principal mercado objetivo para la empresa es aquella persona que le agraden los alimentos saludables y de excelente calidad.

El segundo segmento serian las mujeres amas de casa, restaurantes ya que es un producto que sirve para el consumo del hogar y estos lugares públicos para ser utilizados en jugos, comidas, ensaladas.

Población consumidora

Tipo de consumidor: Mayoristas o minoristas. Principales almacenes de cadena.

Criterios de compra: La forma de pago seria inmediata ya que es un producto de fácil y rápida rotación por motivos de ser perecedera.

Perfil del consumidor: Mujeres casadas y amas de casa, ese seria nuestro principal consumidor.

Ubicación geográfica: Inicialmente en Alemania en la ciudad de Berlín.

Determinación de la demanda

Pretendemos atender o suministrar el producto a los principales almacenes de cadena los cuales son los que atienden a los consumidores, es allí donde finalmente el consumidor final accede a sus productos y creen más en estos almacenes por que confían en su calidad.

4.2. El mercado proveedor

Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Las principales variables que se estudiaron para poder lograr el desarrollo de los proveedores fue buscar la calidad del producto que nos van a suministrar, experiencia que tienen en los negocios, tiempos de entrega.

Lo anterior con el fin de lograr que nuestro producto cumpla con las exigencias del mercado internacional.

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

Este estudio fue realizado a través de internet como es el caso de las semillas. Para el caso del empaque y la etiqueta por medio de contactos con empresas que manejan plásticos con una gran calidad y experiencia en dicho mercado, motivo por lo cual se eligieron como nuestros principales proveedores.

c) Aplicación de la Medios

Internet que nos permitió encontrar la segmentación del mercado hacia las mujeres amas de casa ya que se decidió que esta era nuestra principal demanda.

Resultados del estudio de los proveedores

- Nuestro proveedor del empaque será:

Maxpint CI LTDA:

Una empresa ubicada en la ciudad de Medellín la cual será la encargada de distribuirnos todas las clases de empaque en polietileno.

Dirección: CARRERA 69 NO 32 - 41 (detrás de la unidad deportiva Belén)

Teléfono: 444 79 43

Contacto: Sr. Oscar Salazar Cadavid

- Proveedor de la marquilla:

Dindep LTDA

Dirección: CARRERA 78 NO 45-27

Teléfono: 411 20 37

Contacto: Joaquín Montaña

- Proveedores de la semilla y fertilizante

Frutales de exportación

Están ubicados en Bogotá pero tienen sucursales en Antioquia.

Teléfono: 312-522-6029

Contacto: Alfredo Garzón

4.3. El Mercado Competidor

Competidores

4.3.1. Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Las variables que estudiamos para la selección de los principales competidores en el mercado internacional fueron las empresas que también exportan el producto a los mercados Europeos.

También tomamos en cuenta los productos sustitutos sean otras frutas o las mermeladas de frutas exóticas ya que según los diversos gustos del consumidor prefieren la fruta natural o en mermeladas, salsas.

En estos casos nosotros podemos competir con la calidad del producto verificando que este cumpla con todas las necesidades del mercado.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Este estudio se realizó a través de internet buscando las empresas exportadoras de la Uchuva o productos similares.

c) Aplicación de la Medios

Este estudio se realizó a través de internet buscando las empresas exportadoras de la Uchuva o sus productos sustitutos.

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Competidores en Colombia

De la Uchuva P&A mira como grandes competidores directos a todas aquellas empresas las cuales exportan el producto en mermeladas, salsas ya que muchos de los consumidores

pueden tener gran preferencia hacia aquellos productos los cuales también son naturales y que son de gran apogeo para estos mercados como Alemania.

Otra gran competencia y la mas directa son aquellas empresas dedicadas a la exportación de la fruta como tal.

✓ **Duperly' S**

Es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de mermeladas y salsa de frutas. Entre sus principales productos se encuentran las mermeladas de: Agraz, Frambuesa, Fresa, Uchuvas, Mandarinas, Mora, Naranja.

✓ **Fruco**

Es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de salsas y otras gamas de productos entre estos las mermeladas con estas frutas exóticas. En la actualidad suministran sus productos a las tiendas de cadena y grandes distribuidores.

✓ **California**

Conservas California S.A; es conocida en Colombia y en el exterior por su gran portafolio de productos y la excelente calidad, ocupando a nivel nacional un puesto preferencial dentro del sector de alimentos.

Competidores en Alemania

✓ Hero

Esta es una empresa ubicada en Suiza y se ha convertido en el estándar de oro de frutas gourmet el resto del mundo principalmente en los mercados Europeos con gran posicionamiento en Alemania. Su visión es conservar las frutas lo mas suavemente y con el cuidado, esta visión hoy en día los tiene con la mejor calidad de la fruta en los diferentes mercados.

✓ Bischofszell

Esta empresa a diferencia de Hero es una empresa dedicada a la fabricación de las mermeladas.

Suministran sus productos a tiendas minoristas, restaurantes, hospitales. Poco a poco están conquistando los diferentes nichos el los mercados mundiales.

4.2. El Mercado Distribuidor

4.2.1. Distribución

El canal de distribución no es muy largo debido a que tomamos la decisión de ser tanto productores como comercializadores hacia el mayorista o minorista los cuales tendrán el contacto directamente con el consumidor final.

Logística Interna (De producción)

- Cosecha
- Secado
- Selección
- Clasificación
- Empaque

Logística externa (De exportación)

- Almacenamiento temporal
- Transporte
- Descarga
- Cargue
- Transporte

Matriz DOFA

El análisis DOFA se hizo con base al proceso de exportación, que la empresa utilizara. Este proceso inicia después de la recolección pos cosecha, seguida de un control de calidad, embalaje, distribución y comercialización.

Debilidades

- Nivel de tecnología bajo para el manejo pos cosecha.
- Desconocimiento de muchos de los nichos del mercado.
- Exigencias y aumento de los parámetros fitosanitarios.
- El mercado Alemán es bastante exigente y se tendría que contar con unos proveedores nacionales como del empaque de fruta que implementen unos estándares de calidad y trazabilidad que aseguren la calidad del producto según las exigencias del mercado.

Oportunidades

- Alta demanda del producto.
- Ubicación Geográfica.
- Alemania junto con Holanda, Suiza, Francia, Inglaterra, España, Bélgica y Canadá están entre los países de mayor consumo de Uchuva y sus derivados.
- En Europa son bien aceptados los productos de fruta y mas si son exóticas ya que estos no abundan allí; tienen una buena demanda y están dispuestos a pagar un precio alto por ellos.

Fortalezas

- Presentación diferenciadora.
- Plan de Marketing.
- Personal administrativo capacitado y visionario.
- Poder de negociación con proveedores.
- Cultivo propio.

- Se cuenta con un proceso productivo que garantiza la conservación de un alto porcentaje de los nutrientes naturales de la Uchuva.

Amenazas

- Volumen de producción.
- Clima.
- Ciclos de producción.
- Imagen del país en el exterior.
- El riesgo de que alguna empresa incursione en este mercado con la fruta exótica y que sea agradable para el paladar Alemán.

4.2.2. Distribución Directa

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

Se realizara el despacho directamente desde el punto de cosecha hacia el puerto a aeropuerto por el cual se va a enviar a el mercado final.

b) Fuerza de ventas

Paulo Cesar Domínguez Valencia

Sera la única persona encargada de las ventas del producto, debido a que no se puede manejar mas por los gastos que esto generaría.

4.2.3. Manejo de Inventarios

Debido a la condición perecedera de la fruta De la uchuva P&A no tendrá inventario. Sin embargo si mantendremos inventario de las materias primas con el fin de mantener lo necesario para la cosecha de la fruta.

4.2.4. Comunicación

De La Uchuva P&A S.A.S



4.2.5. Actividades de promoción y divulgación

- En los almacenes de cadena se presentarían diferentes promociones sea en el precio o en la cantidad del producto como por decir un mas por menos y así captar la atención de los clientes.
- Promociones por compras a los mayoristas y así que puedan dar un precio mas favorable en el mercado.

- Motivar a la población informándoles todos los beneficios que trae el consumir esta fruta.

El costo de esta publicidad lo podemos conocer en realidad en el momento de llevar el producto hasta el mayorista es decir en los supermercados ya que allí conoceremos la cantidad y así definir un precio fijo. Por tal motivo ponemos un valor aproximado de \$ 300.000

4.3. Precios de los Productos

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

Inicialmente iniciaremos con un precio de penetración bajo para generar la atracción de los clientes potenciales y paulatinamente conforme la empresa que se vaya desarrollando en el nuevo mercado aumentar el precio de nuestro producto dependiendo de la demanda que se vaya generando en este país. Para poder obtener el precio exacto de nuestro producto mas competitivo en el mercado debemos de evaluar los precios operacionales y los gastos, siempre teniendo en cuenta los precios de la competencia. El precio será entonces similar al mercado de mercado de oferentes de Uchuva que oscila entre los:

Los Precios de los Productos propuestos:

Precio basado en el comportamiento durante los últimos años de la fruta en los diferentes mercados principalmente el mercado de Europa.

Uchuvas \$ 7.000

4.3.2. Política de Precios

Desde el comienzo no se pretende decir que les vamos a realizar descuentos grandes dados a que esto nos puede generar perdidas, pero lo que si es que después de 4 a 5 compras con grandes volúmenes vamos a realizarles un descuento el producto pero con el plan de pago anticipado o de inmediato una ves recibido el producto.

4.4. Riesgos y Oportunidades del mercado

Riesgos mecánicos: Las cajas con la fruta pueden sufrir impactos que puedan dañar la fruta durante ciertas operaciones de la logística.

Riesgos climáticos: La humedad y la temperatura pueden registrar variaciones que dañen la calidad del producto.

4.5. Plan de ventas

Después de la negociación empezar a cosechar las frutas y tener la seguridad de que nos van a seguir realizando compras. El plan de cosecha será de acuerdo al volumen de los pedidos en los almacenes de cadena a nivel nacional e internacional.

Se espera tener un volumen de ventas mensual de 2.500 unidades.

5. OBJETIVOS

5.1. Objetivos de producción

Por medio de investigaciones y basados en diferentes informaciones en este estudio técnico vamos a ver una cantidad de producción aproximada de nuestro producto para comercializarlo, teniendo en cuenta toda nuestra capacidad de cosecha o el personal con el que contemos para que se lleve a cabo toda la producción total desde la siembra hasta su empaque y posteriormente el almacenamiento o distribución, basándonos en que no es un producto el cual podamos tener almacenado por mucho tiempo precisamente por que su tiempo de vida útil no es muy largo.

Vamos a mostrar el proceso de producción de la Uchuva que es el producto el cual vamos a ofrecer, donde es el lugar en el lo vamos a realizar, es decir en este estudio se va a mostrar directamente todo lo que tiene que ver con lo técnico de toda nuestra cadena productiva.

Para el corto plazo pretendemos tener una producción de 5000 unidades del producto tanto para el mercado nacional como internacional.

A mediano plazo se espera tener una producción de hasta 9000 unidades de producto.

A largo plazo esperamos haber cosechado hasta 12000 unidades.

Los valores anteriores están dados debido al comportamiento de mercado ya que nosotros podemos ampliar nuestra producción a medida de que se vaya creciendo el consumo de la fruta.

5.2. Descripción del producto

Producción

La planta empieza su producción desde las ramas inferiores hasta las superiores y del centro hacia fuera. En algunos casos se dan producciones de hasta 2 años, pero los frutos desarrollados son de menor tamaño. Para un cultivo de varios años, se hace un soqueo de la planta después del primer año, lo que garantiza una formación de frutos sobre ramas nuevas y sanas. El período útil de producción de la planta es de 9 a 11 meses, desde el momento de la primera cosecha. A partir de entonces disminuye la productividad y la calidad de la fruta.

La producción de Uchuva en Colombia es continua a lo largo del año, pero se busca programar la producción de manera que se concentre en la temporada de mayor demanda en el exterior, esto es de octubre a mayo. Durante el resto del año la demanda se disminuye un 30%, aproximadamente.

La productividad de la Uchuva es, en promedio, de 14 toneladas por hectárea con un máximo de 18 toneladas por hectárea en cultivos muy bien manejados. En la tabla uno se presenta el

ciclo de desarrollo de la Uchuva, aunque es importante aclarar que este ciclo puede ser modificado por las condiciones ambientales, el manejo del cultivo, entre otros factores.

Durante el primer año de producción del cultivo se presentan dos épocas bien definidas de cosecha. La recolección se lleva a cabo una o dos veces por semana. A partir del segundo año de producción, los rendimientos decaen y se observa una reducción notoria en el tamaño del fruto. La producción de Uchuva se presenta durante todo el año, con épocas de mayor oferta entre octubre y enero y las de menor oferta entre abril y julio. Esta estacionalidad está relacionada con la demanda de los mercados europeos, en los cuales se presenta una mayor demanda entre los meses de marzo y abril y noviembre y diciembre.

Desinfestación del suelo.

El sustrato empleado para los semilleros y las bolsas, consiste en una mezcla.

Homogénea de dos partes de tierra, una de arena y una de materia orgánica bien descompuesta. Esta mezcla debe ser desinfectada para evitar problemas fitosanitarios en el material de propagación y disminuir el riesgo de transportar plagas, nematodos y enfermedades de un lugar a otro.

La desinfestación del sustrato se debe realizar a través de la solarización, que es un proceso hidrotérmico que permite a partir de la utilización de la energía solar, la muerte de organismos patógenos que pudieran contener los componentes del sustrato, hasta obtener una mezcla casi

estéril. La técnica consiste en sellar herméticamente el sustrato húmedo, dispuesto en camas con una altura de 20 cm, con polietileno transparente calibre 6, para capturar la energía solar e incrementar la temperatura en los primeros centímetros del suelo. Los períodos de solarización van de 30 a 45 días, dependiendo de las condiciones climáticas que se presenten, a mayor radiación solar menos tiempo de solarización.

Preparación del terreno

Se define la distancia de siembra, se procede a hacer los hoyos de 40X40X40 cm. En ellos se prepara una mezcla de tierra extraída del hoyo, fertilizantes orgánicos y químicos y correctivos, orientada por los resultados de los análisis de suelos. Se recomienda que esta mezcla permanezca por un mes, con fin de que la materia orgánica este completamente descompuesta al momento del trasplante.

Al rededor del hoyo se hace un plateo en forma mecánica o química, de un Metro y medio de diámetro, para disminuir la competencia de las malezas.

El trasplante al sitio definitivo se hace cuando la planta alcanza una altura de 15 a 20 cm y tenga de tres a cuatro hojas, colocándola la planta con cuidado y haciendo a su alrededor un pequeño montículo de tierra, con el objeto de evitar encharcamientos y pudriciones en el cuello de la planta.

Podas

La poda en el cultivo de la Uchuva es una de las prácticas más recomendadas por que tiene efectos sobre el tamaño del fruto, mejora la arquitectura de la planta, facilita el manejo del cultivo y la cosecha. Además, mejora la efectividad del sistema de tutorado

En el cultivo de la Uchuva se realizan dos tipos de poda: de formación y de Mantenimiento.

- La poda de formación consiste en eliminar los brotes o chupones que se producen en la base del tallo principal hasta los primeros 40 cm de altura, con el fin de disminuir la humedad relativa dentro del cultivo y la presencia de enfermedades.

- La poda de mantenimiento o sanitaria es la más importante y consiste en remover ramas secas, viejas y enfermas de la planta, con el propósito de disminuir las fuentes de inóculo de las principales enfermedades.

Las plantas de Uchuva se deben sostener mediante tutores y amarres, debido a que cuando están en producción alcanzan demasiado peso, ocasionando volcamientos y ruptura de ramas; este problema se agrava en zonas de vientos fuertes o en terrenos demasiado pendientes.

El tipo de tutorado y amarre requeridos, está en función de la densidad de siembra, la topografía del terreno, la disponibilidad de materiales y de sus costos.

Existen varios sistemas de tutorado y amarre para el cultivo, que dependen de la región y del material genético empleado en la siembra. El sistema más utilizado es el que permite la formación de la planta en “V”, que facilita la disponibilidad de la luz y favorece la aireación del cultivo, lo cual permite reducir el ambiente favorable para el desarrollo de las enfermedades; igualmente facilita algunas las labores de cosecha, podas y controles fitosanitarios. El tutorado se debe instalar inmediatamente después del trasplante para mantener la arquitectura deseada.

Fertilización

El plan de fertilización para el cultivo de la Uchuva se debe implementar con base en los resultados de un análisis químico del suelos, que con el objeto de conocer las necesidades de nutrientes y de correctivos, se debe realizar dos o tres meses antes de la siembra.

Las recomendaciones generales que pueden servir como guía para establecer el plan de fertilización más adecuado para cada localidad, se presentan a continuación.

Antes de la siembra se debe preparar el hoyo con 2 - 4 kg de materia orgánica, como gallinaza, porquinaza, champiñonaza, etc., 250 – 500 g de cal dolomítica y 100 g de una fuente de fósforo como el superfosfato triple. Un mes después de la siembra aplicar 80 a 120 g/planta de un fertilizante completo como el 10 – 30 – 10 y tres meses después de la siembra aplicar 150 - 200 g/planta del mismo fertilizante, adicionando 50 g de elementos menores como el Agrimins.

La aplicación de los elementos menores se debe repetir cada cinco meses. Se recomienda aplicar los fertilizantes en bandas localizados en la zona de gotera de la planta, con el fin de que estén cerca de las raíces absorbentes de la planta. Posteriormente el fertilizante aplicado debe ser tapado con un poco de suelo para evitar pérdidas por volatilidad o arrestre a causa del agua de lluvia.

Secado de la fruta

La operación de secado debe ser supervisada permanentemente para Evitar daños por deshidratación, pudriciones para conservar la calidad y la sanidad de los frutos. Después de la cosecha, los frutos se deben extender sobre una superficie plana para secarlos a temperatura ambiente; evitar la acción directa de los rayos solares; no amontonar la fruta para evitar pérdidas por compactación o sobrepeso. Cuando se trata de grandes volúmenes se emplean ventiladores.

El secado se puede realizar antes o después de la clasificación, lo importante es reducir con rapidez la humedad del cáliz o capacho para evitar futuras pudriciones. En la mayoría de los casos el proceso de secado lo realizan las empresas comercializadoras, para lo cual cuentan con el personal, los equipos y los espacios adecuados para este propósito. Selección de la fruta. La selección consiste en separar la fruta apta para la comercialización, descartando las frutas descompuestas, enfermas o con manchas por pesticidas. El lugar para seleccionar la fruta debe ser limpio y fresco, protegido del sol, la lluvia y alejado de animales, focos de

contaminación y depósitos de plaguicidas. La fruta que no reúna las características adecuadas para el mercado, se eliminada o entierra en un lugar alejado del área de selección.

Los frutos destinados para el mercado nacional se pueden empacar en mallas tejidas de polipropileno de 1 kg de capacidad. La fruta también se comercializa sin capacho, empacada en cajas plásticas, bandejas de icopor o de cartón de 250 g de capacidad.

Este tipo de empaques mejora la presentación y le da valor agregado al producto.

Almacenamiento

La Uchuva es un producto, el cual se debe comercializar con rapidez. Sin embargo, la fruta se puede almacenar en condiciones ambientales adecuadas para conservar su calidad y apariencia externa durante la comercialización. De acuerdo con algunas investigaciones, la Uchuva sin cáliz o capacho, se puede almacenar hasta por tres días a 18°C y 70% de humedad relativa y hasta por cinco días a 6°C y 70% de humedad relativa. En el mismo estudio los frutos con cáliz o capacho almacenados a 18°C y 70% de humedad relativa conservaron su calidad por 20 días y refrigerados a 6°C y 70% de humedad relativa hasta 30 días de almacenamiento. Al final del almacenamiento los frutos pueden presentar daños relacionados con deshidratación, ruptura del cáliz y rajaduras en el fruto.

Selección

La fruta debe cosecharse sana, entera, de consistencia firme con la selección se busca separar los frutos que no cumplen con estas condiciones y por lo tanto no son aptos para la comercialización. En muchos productos hortofrutícolas, la selección, se realiza en el mismo momento de la cosecha, en la cual los frutos con daño severo, ya sea de tipo mecánico, físico o por plagas, son desechados. En el caso de la Uchuva esta operación se realiza generalmente en el lote, al momento del corte, sin embargo en el punto de acopio o en la comercializadora se hace una nueva inspección Generalmente se revisa externamente y luego se abre el cáliz con cuidado hasta ver completamente el fruto para comprobar su integridad, teniendo en cuenta algunas lesiones muy pequeñas que pueda presentar en la unión con el pedúnculo.

La recomendación al respecto es recoger también la fruta que no cumple con las características básicas para su comercialización, ya que si se deja en la planta puede convertirse en foco de contaminación para el lote, además de consumir energía que podría utilizarse en frutas en buen estado.

Recomendaciones generales para la selección:

- Cosechar la fruta de consistencia dura y firme.
- Recoger frutas del suelo, de ramas bajas, frutas descompuestas, enfermas o con residuos de pesticidas y colocarlos en otro recipiente.

Las frutas con problemas fitosanitarios no deben mezclarse con frutas en buen estado, ya que la velocidad de propagación de las enfermedades es bastante alta, por lo cual se corre el riesgo

de perder toda la canastilla. Generalmente este efecto no se ve inmediatamente, sino cuando la fruta ya haya salido de la finca y este en manos de alguno de los comercializadores, constituyéndose en una de las principales causas de las pérdidas postcosecha.

Empaque

Empaque final para poder ser distribuida.

Transporte

Hasta el cliente o el mayorista.

5.3. Capacidad de producción

Nuestra capacidad de producción mensual es de 3000 unidades pero dado al comportamiento del mercado se cosechara el total o se procederá a iniciarlo de acuerdo al volumen de ventas que tengamos.

5.4. Plan de producción

En un año haber comercializado aproximadamente 36.000 unidades, es decir 3000 unidades aproximadamente mensuales. Allí nos daremos cuenta si nuestra marca tuvo buena aceptación en el mercado y si podemos más capacidad de cosecha.

5.5. Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1. Locaciones

Vamos a necesitar para la transformación de nuestro producto una bodega 20x15, es allí donde vamos a realizar todo el proceso. Una mesa la cual vamos a utilizar para tener una buena organización para el empaque.

Es un cultivo que se desarrolla muy bien en altitudes altas, entre 1800 y 2800 mts, con temperaturas promedio entre 13° y 15°C. La planta es susceptible a temperaturas extremas; las temperaturas muy altas pueden perjudicar la floración y fructificación, así como las temperaturas nocturnas inferiores a 10°C de manera constante impiden que prospere, igualmente una lluvia persistencia afecta la condición de la planta.

La temperatura y la luz juegan un papel muy importante en el tamaño, color, contenido nutricional, sabor y tiempo de maduración del fruto. Para obtener un fruto de buena calidad se requiere una intensidad lumínica equivalente entre 1,500 y 2,000 horas luz/año. La precipitación anual óptima debe oscilar entre 1000 y 2000 mm bien distribuidos a lo largo del año, con una humedad relativa entre 70% y 80%. El suministro de agua durante los períodos secos es importante para evitar que se rajen los frutos.

Los factores ambientales comprenden: La altura sobre el nivel del Mar, la Temperatura, la Luminosidad, el viento y la humedad. Los factores Agronómicos comprenden: Calidad del

material de siembra, control de malezas, manejo de aspectos fitosanitarios, programa de fertilización. El cuidado extremo de estos factores puede hacer la diferencia entre una fruta que cumplan con los estándares de calidad para exportación y una fruta de buena calidad clasificada para el mercado nacional.

Por todo lo anterior en la etapa de siembra de la Uchuva debe de ser en climas preferiblemente fríos, en nuestro caso se realizaría en dos veredas las cuales están ubicadas en Santa Rosa de Osos - Antioquía, para que de esta manera se pueda sacar un producto que sea de fácil aceptación en los mercados.

5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres

Para este proceso de producción van hacer utilizados los siete utensilios:

Pala: para tratar la tierra

Cronometro: Para medir el tiempo en este proceso

Balanza: Para pesar la cantidad de la fruta después de ser recogida

Termómetro: Para medir la temperatura adecuada que debe permanecer la Uchuva.

No vamos a utilizar mas maquinaria no equipos por que la mayoría de los procesos van a ser manuales por tal motivo no tenemos fidelidad a ningún proveedor por no ser maquinas especiales ni de alto valor.

5.5.3. Requerimiento de materiales e insumos

Por unidad de producto

Materia prima	Cantidad	Proveedor
Semilla	1	Frutales de exportación
Empaque	1	Maxprint
Marquilla	1	Dindep

5.5.4. Requerimientos de servicios

Como nuestras instalaciones quedan en la zona rural solo necesitaremos de la luz, el agua, el gas y las comunicaciones, por esto nuestro principal y único proveedor de esto serian las empresas públicas encargadas de brindar este servicio en estas zonas.

5.5.5. Requerimiento del personal

Nombre del cargo	Operarios
Perfil	Personal con experiencia en siembras
Funciones	Todo el proceso de producción
Tipo de contrato	Indefinido
No. Vacantes	2

Requerimiento del personal

Nombre del cargo	Comercial y producción
Perfil	Que conozca el proyecto

Funciones	Compras de materias primas y negociaciones
-----------	--

Tipo de contrato	Indefinido
------------------	------------

No. Vacantes	1
--------------	---

Requerimiento del personal

Nombre del cargo	Administrativo
-------------------------	-----------------------

Perfil	Que conozca el proyecto
--------	-------------------------

Funciones	Todo lo encargado con la administración del negocio
-----------	---

Tipo de contrato	Indefinido
------------------	------------

No. Vacantes	1
--------------	---

5.6. Programa de producción

Programa de producción

Actividad	Tiempo
------------------	---------------

Desinsectación del suelo	0,5
--------------------------	-----

Preparación del terreno	0,5
-------------------------	-----

Siembras	1 Día
----------	-------

Podas	0,5
-------	-----

Tutorado y amarre	0,5
-------------------	-----

Fertilización	0,1
---------------	-----

Selección de la fruta	0,5
-----------------------	-----

Secado	1 Día
--------	-------

Empaque	0,5
---------	-----

Etiquetado	0,5
------------	-----

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1. Procesos administrativos

6.1.1. Descripción de los procesos administrativos

Búsqueda de clientes potenciales

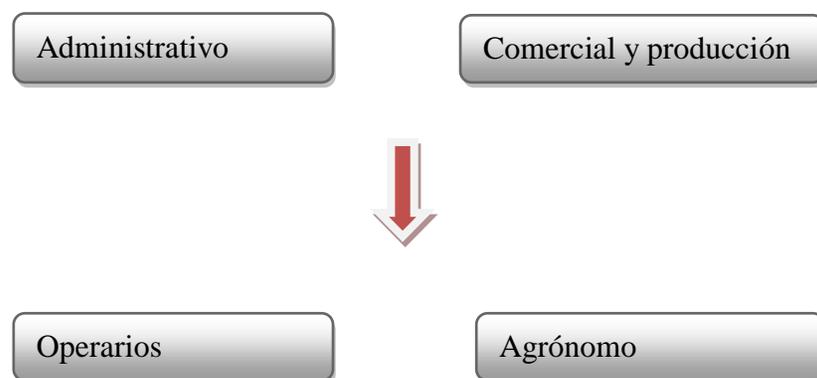
Negociaciones

Envío de muestras

Envío del producto

6.2. Estructura organizacional

6.2.1. Organigrama



6.2.2. Descripción funcional de la organización

Administración:

Ejercer la representación legal de la organización

- Velar por el cumplimiento de los estatutos.
- Ordenar los gastos de tesorería hasta por tres salarios mínimos.
- Convocar a sesiones de la Junta Directiva.
- Hacer respetar los acuerdos y resoluciones de la Junta Directiva.
- Dirigir y controlar la administración de la Asociación y llevar a cabo la coordinación de las

integrantes de la Junta Directiva.

- Las demás funciones que le asigne la Junta Directiva y las que le corresponda por la naturaleza de su cargo.

- Aprobar los estatutos, su reforma o adiciones.
- Elegir y remover a las integrantes de la Junta Directiva, máximo órgano directivo, de conformidad con una evaluación previa de sus cargos y de los presentes estatutos.

- Aprobar o desaprobar las cuentas de la Tesorería y su informe económico en la Asamblea y el informe de actividades de la Junta Directiva.

- Estudiar, aprobar o desaprobar, el Plan Estratégico que someta a consideración la Junta Directiva.

- Sugerir todas las medidas que estime convenientes para mejorar la marcha de la Asociación.

- Decretar la disolución y liquidación de la Asociación.

- Las demás funciones que le señale la ley o los estatutos.
- Velar por el cumplimiento de que todo el personal administrativo este trabajando con la debida información.
- Estar pendiente del cumplimiento de las normas que se imponen dentro de la compañía.
- Conocer el todos los procedimientos que se realicen dentro de la compañía.
- Estar pendiente del pago para todos los empleados.
- Estar pendiente del trabajo de todos.
- Si se requiere personal sea administrativo o de planta estar pendiente para realizar las contrataciones.

Comercial y producción

- Coordinar el seguimiento administrativo y financiero del proyecto, con el fin de asegurar su correcta implementación, asegurando el cumplimiento de los objetivos del proyecto, así como de los procesos y procedimientos determinados por la entidad, de una manera oportuna y eficiente.
- Mantener las relaciones con otras dependencias y colaborar en gestiones con entidades externas, nacionales e internacionales.
- Apoyar a la asistente administrativa en información y documentación para los trámites de contratación de personal. Realiza o participa en la caracterización de los nuevos productos en sus diferentes fases de desarrollo y en el establecimiento de las especificaciones de calidad de los mismos.

- Desarrolla, ejecuta o coordina la ejecución de los métodos de ensayo para determinar las características de calidad de las materias primas, materiales, productos intermedios y productos finales.

- Diseña y realiza los estudios de estabilidad de los productos intermedios.

- Participa en el desarrollo, ejecución y perfeccionamiento del Sistema de Calidad.

- Realizar el Mayor General, que contiene las cuentas de control para cada sección de la empresa.

- El Diario General como medio de pase para hacer los asientos en las cuentas de Mayor General.

- La preparación de comprobantes relativos a todos los cargos. Estos cargos pueden originarse en las transacciones de las distintas secciones así como en la misma sección de contabilidad general.

- La preparación de los informes financieros que se establecen periódicamente.

- La preparación de informes específicos que requieran la junta directiva.

Agrónomo

- Estar pendiente del mantenimiento preventivo y correctivo del piso para que no vayan a haber daños los cuales nos causen problemas en la siembra

- Conocer todos los problemas que el piso le puede ocasionar al cultivo

- Otorgar poder a abogado(a) en caso de representación judicial en nombre de la asociación, cuando esta es demandada

6.3. Recursos de materiales y humanos para la administración

6.3.1. Locaciones

Las locaciones de la administración van a estar ubicadas en la misma parte donde va a estar la cosecha, teniendo en cuenta que cada uno de los administrativos va a trabajar por separado en algunas ocasiones ya que no es muy cerca.

6.3.2. Requerimientos de equipos, muebles y enseres

Tabla con Actividades Agrupadas					
Actividades	Funciones	Perfil del Funcionario	Cargo	Requerimientos	Valor Estimado
Capacitar operarios Contratación Planeación de siembras	Realizar actualizaciones	Motivación para dirigir , capacidad de comunicación y escucha.	Jefe administrativa	1 computador, 1 escritorio, 1 silla, 1 impresora y 1 teléfono	750.000

Tabla con Actividades Agrupadas

Actividades	Funciones	Perfil del Funcionario	Cargo	Requerimientos	Valor
Controlar la calidad del producto	Cumplir con las exigencias del mercado,	Capacidad de negociar			
Compra de materias primas	compras y ventas, llevar el producto al destino	y con la actitud de abrir nuevos mercados	Jefe comercial de producción	1 computador, 1 escritorio, 1 silla, 1 impresora y 1 teléfono	750.000
Manejo de proveedores					
Transporte					
Entregas					
Negociaciones					

Estudio Legal

Tipo de organización

Tipo de organización

Sociedades por Acciones Simplificadas:

La Ley 1258 se inspiró en el modelo de SAS., la tendencia mundial de aceptar que en las sociedades cerradas prevalezca la autonomía contractual y no sean obligatorias muchas de las reglas y limitaciones de orden público que rigen para las sociedades abiertas.

Las ventajas de constituir una empresa bajo este modelo societario son muchas y varían de acuerdo a las necesidades que el empresario puede aprovechar de su flexibilidad.

Aquí algunas de ellas:

- Permite la unipersonalidad y no exige un número mínimo o máximo de accionistas.
- Se constituye por documento privado inscrito en la Cámara de Comercio del domicilio, teniendo claridad que si se aportan bienes inmuebles en la constitución debe hacerse por escritura pública.
 - Su objeto social puede ser indeterminado siempre y cuando realice cualquier actividad lícita, es decir, es opcional.
 - El término de duración podrá ser indefinido, es opcional.
 - La responsabilidad se limita exclusivamente al monto de los aportes de los accionistas, salvo fraude a la ley o abuso en perjuicio de terceros.
 - A diferencia de los demás permite el pago de los aportes difiriéndolo hasta por un plazo máximo de dos años.
 - En esta sociedad se pueden crear diversas clases y series de acciones.
 - Posibilidad de restringir la cesión o venta de acciones hasta por 10 años o de sujetarla a autorización de la asamblea.
 - -Es mucho más flexible, pues existe libertad para diseñar la estructura de administración.
 - -Es voluntaria la creación de la junta directiva y de la revisoría fiscal Simplemente deja a criterio de la administración.

Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Registro mercantil	\$243.000.00
Certificado de bomberos	\$ 36.000.00
Rut ante la DIAN	\$ 0
Licencia sanitaria	\$ 357.000.00
Certificado INVIMA	\$ 2.749.413.00
Renta Departamental	\$500.000

Total: \$ 3.250.049 (Costo estimado)

Costos para la creación de la empresa

Cronograma general		
Actividad	Recursos estimados	Costos estimados
Verificar nombre o razón social	Cámara de comercio	\$ 2,000
Escritura publica	Notaria	\$ 480,000
Inscripción ante la cámara de comercio	Cámara de comercio	\$ 3,000
Registro mercantil	Cámara de comercio	\$ 4,000
Rut	Dian	\$ 0
Aportes parafiscales	Caja de compensación	\$ 0
Registro de libros	Cámara de comercio	\$ 80,000
	Total	\$ 569,000

7. PRESUPUESTO COSTOS Y GASTOS

Proyecto:	De la Uchuva P&A S.A.S
Fecha:	30/11/2011 21:54
Responsable:	Alejandra Gallego Lopez

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO

	Ventas	Participacion del total Ventas
	PRODUCTOS	
Uchuva	\$ 17.500.000,0	100,00%
Producto 2	\$ 0,0	0,00%
Producto 3	\$ 0,0	0,00%
Producto 4	\$ 0,0	0,00%
Producto 5	\$ 0,0	0,00%
Producto 6	\$ 0,0	0,00%
Producto 7	\$ 0,0	0,00%
Producto 8	\$ 0,0	0,00%
Producto 9	\$ 0,0	0,00%
Producto 10	\$ 0,0	0,00%
Producto 11	\$ 0,0	0,00%
Producto 12	\$ 0,0	0,00%
Producto 13	\$ 0,0	0,00%
Producto 14	\$ 0,0	0,00%
Producto 15	\$ 0,0	0,00%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 17.500.000,0	100,00%

Proyecto: De la Uchuva P&A S.A.S

Fecha: 30/11/2011 21:54

Responsable: Alejandra Gallego Lopez

VISOR

DERECHOS RESERVADOS © 2008 Carlos Mario Morales C

COSTOS TOTALES

PRODUCTOS	Total Costos Variables por	Ventas	Costo	Participación	Costos	COSTOS FIJOS
	Producto	Unidades	Variable total	Ventas	Unitario Total Ponderado por Producto	
Uchuva	\$ 2.354,0	2.500	\$ 5.885.000,0	100,00%	\$ 4.841,20	TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN \$ 2.316.000,0
Producto 2	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	- TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN \$ 2.868.000,0
Producto 3	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	- TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS \$ 1.034.000,0
Producto 4	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	- COSTOS FIJOS TOTAL (CFT) \$ 6.218.000,0
Producto 5	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	
Producto 6	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	
Producto 7	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	Volver al Menu Principal
Producto 8	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	
Producto 9	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	
Producto 10	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	
Producto 11	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	
Producto 12	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	
Producto 13	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	
Producto 14	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	
Producto 15	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)			\$ 5.885.000,0			

RESUMEN COSTOS

Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 5.885.000,0	48,62%
Total Costos fijos de producción	\$ 2.316.000,0	19,14%
Total Costos fijos de administración	\$ 2.868.000,0	23,70%
Total Costos fijos de Comercializacion y Ventas	\$ 1.034.000,0	8,54%
Costos Totales	\$ 12.103.000,0	100,00%

Proyecto: De la Uchuva P&A S.A.S
 Fecha: 30/11/2011 21:56
 Responsable: Alejandra Gallego Lopez

VISOR

DERECHOS RESERVADOS © 2008 Carlos Mario Morales C

FLUJO DE CAJA (MENSUAL) Y EVALUACION FINANCIERA

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500
Medias	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500
Bajas	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500
Consolidado	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500

FLUJO DE CAJA	Inversión	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 venta	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000
- Costos variables	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000
- Costos fijos	\$ 0	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000
Costos fijos de Producción	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000
Costos fijos de Administración	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000
Costos fijos de comercialización y ventas	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 898.260	\$ 883.289	\$ 868.318	\$ 853.347	\$ 838.376	\$ 823.405	\$ 808.434	\$ 793.463	\$ 778.492	\$ 763.521	\$ 748.550	\$ 733.579
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 4.391.316	\$ 4.406.287	\$ 4.421.258	\$ 4.436.229	\$ 4.451.200	\$ 4.466.171	\$ 4.481.142	\$ 4.496.113	\$ 4.511.084	\$ 4.526.055	\$ 4.541.026	\$ 4.555.997
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.449.134	\$ 1.454.075	\$ 1.459.015	\$ 1.463.956	\$ 1.468.896	\$ 1.473.837	\$ 1.478.777	\$ 1.483.717	\$ 1.488.658	\$ 1.493.598	\$ 1.498.539	\$ 1.503.479
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 2.942.182	\$ 2.952.213	\$ 2.962.243	\$ 2.972.274	\$ 2.982.304	\$ 2.992.335	\$ 3.002.365	\$ 3.012.396	\$ 3.022.427	\$ 3.032.457	\$ 3.042.488	\$ 3.052.518
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 89.826.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 107.039.330
Prestamos	\$ 89.826.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 102.773.000
Valor de Salvamento													\$ 4.266.330
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 108.328.413	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100
Activos Fijos	\$ 2.170.000												
Pago Credito (Capital)	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.385.413												
Capital de Trabajo	\$ 102.773.000												
FLUJO DE CAJA	-\$ 18.502.413	\$ 1.552.506	\$ 1.562.536	\$ 1.572.567	\$ 1.582.597	\$ 1.592.628	\$ 1.602.658	\$ 1.612.689	\$ 1.622.720	\$ 1.632.750	\$ 1.642.781	\$ 1.652.811	\$ 1.662.842

Tasa Interna de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	72.540.515
Tasa Interna de Retorno	20,38%

[Volver al Menu Principal](#)

Proyecto: De la Uchuva P&A S.A.S
 Fecha: 30/11/2011 22:01
 Responsable: Alejandra Gallego Lopez
 Variación Porcentual del Precio



DERECHOS RESERVADOS © 2008 Carlos Mario Morales C

FLUJO DE CAJA (VARIANDO EL PRECIO)

Conceptos	Inversión	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 venta		\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000
- Costos variables		\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000
- Costos fijos	\$ 0	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000
Costos fijos de Producción		\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000
Costos fijos de Administración		\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 898.260	\$ 883.289	\$ 868.318	\$ 853.347	\$ 838.376	\$ 823.405	\$ 808.434	\$ 793.463	\$ 778.492	\$ 763.521	\$ 748.550	\$ 733.579
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 4.566.316	\$ 4.581.287	\$ 4.596.258	\$ 4.611.229	\$ 4.626.200	\$ 4.641.171	\$ 4.656.142	\$ 4.671.113	\$ 4.686.084	\$ 4.701.055	\$ 4.716.026	\$ 4.730.997
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.506.884	\$ 1.511.825	\$ 1.516.765	\$ 1.521.706	\$ 1.526.646	\$ 1.531.587	\$ 1.536.527	\$ 1.541.467	\$ 1.546.408	\$ 1.551.348	\$ 1.556.289	\$ 1.561.229
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 3.059.432	\$ 3.069.463	\$ 3.079.493	\$ 3.089.524	\$ 3.099.554	\$ 3.109.585	\$ 3.119.615	\$ 3.129.646	\$ 3.139.677	\$ 3.149.707	\$ 3.159.738	\$ 3.169.768
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 89.826.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 107.039.330
Préstamos	\$ 89.826.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 102.773.000
Valor de Salvamento													\$ 4.266.330
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 108.328.413	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100
Activos Fijos	\$ 2.170.000												
Pago Credito (Capital)		\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.385.413												
Capital de Trabajo	\$ 102.773.000												
FLUJO DE CAJA	-\$ 18.502.413	\$ 1.669.756	\$ 1.679.786	\$ 1.689.817	\$ 1.699.847	\$ 1.709.878	\$ 1.719.908	\$ 1.729.939	\$ 1.739.970	\$ 1.750.000	\$ 1.760.031	\$ 1.770.061	\$ 1.780.092

Cambio Porcentual en el Precio	1,00%
Tasa de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	73.707.622
Tasa Interna de Retorno	20,75%

[Volver al Menú Inicial](#)

Proyecto: De la Uchuva P&A S.A.S
 Fecha: 30/11/2011 22:04
 Responsable: Alejandra Gallego Lopez
 Vcambio Porcentual de Ventas

VISOR
 DERECHOS RESERVADOS © 2008 Carlos Mario Morales C

FLUJO DE CAJA (VARIACION DE LAS VENTAS)

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Alfias	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550
Medias	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550
Bajas	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550
Consolidado	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550

CONCEPTOS	Inversión	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 venta	\$ 17.850.000	\$ 17.850.000	\$ 17.850.000	\$ 17.850.000	\$ 17.850.000	\$ 17.850.000	\$ 17.850.000	\$ 17.850.000	\$ 17.850.000	\$ 17.850.000	\$ 17.850.000	\$ 17.850.000	\$ 17.850.000
- Costos variables	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700
- Costos fijos	\$ 0	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000
Costos fijos de Producción	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000
Costos fijos de Administración	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000
Costos fijos de comercialización y ventas	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 898.260	\$ 883.289	\$ 868.318	\$ 853.347	\$ 838.376	\$ 823.405	\$ 808.434	\$ 793.463	\$ 778.492	\$ 763.521	\$ 748.550	\$ 733.579
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 4.623.616	\$ 4.638.587	\$ 4.653.558	\$ 4.668.529	\$ 4.683.500	\$ 4.698.471	\$ 4.713.442	\$ 4.728.413	\$ 4.743.384	\$ 4.758.355	\$ 4.773.326	\$ 4.788.297
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.525.793	\$ 1.530.734	\$ 1.535.674	\$ 1.540.615	\$ 1.545.555	\$ 1.550.496	\$ 1.555.436	\$ 1.560.376	\$ 1.565.317	\$ 1.570.257	\$ 1.575.198	\$ 1.580.138
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 3.097.823	\$ 3.107.854	\$ 3.117.884	\$ 3.127.915	\$ 3.137.945	\$ 3.147.976	\$ 3.158.006	\$ 3.168.037	\$ 3.178.068	\$ 3.188.098	\$ 3.198.129	\$ 3.208.159
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 89.826.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 108.334.030
Préstamos	\$ 89.826.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 104.067.700
Valor de Salvamento													\$ 4.266.330
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 109.623.113	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100
Activos Fijos	\$ 2.170.000												
Pago Credito (Capital)	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.385.413												
Capital de Trabajo	\$ 104.067.700												
FLUJO DE CAJA	-\$ 19.797.113	\$ 1.708.147	\$ 1.718.177	\$ 1.728.208	\$ 1.738.238	\$ 1.748.269	\$ 1.758.299	\$ 1.768.330	\$ 1.778.361	\$ 1.788.391	\$ 1.798.422	\$ 1.808.452	\$ 1.818.483

Cambio Porcentual en las Ventas	2,00%
Tasa de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	73.703.143
Tasa Interna de Retorno	20,06%

[Volver al Menú Inicial](#)

Proyecto: De la Uchuva P&A S.A.S
 Fecha: 30/11/2011 22:06
 Responsable: Alejandra Gallego Lopez
 Cambio porcentual de Costos Variables



DERECHOS RESERVADOS © 2008 Carlos Mario Morales C

FLUJO DE CAJA (VARIACION COSTOS VARIABLES)

Conceptos	Inversión	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 venta		\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000
- Costos variables		\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000
- Costos fijos	\$ 0	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000
Costos fijos de Producción		\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000
Costos fijos de Administración		\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 898.260	\$ 883.289	\$ 868.318	\$ 853.347	\$ 838.376	\$ 823.405	\$ 808.434	\$ 793.463	\$ 778.492	\$ 763.521	\$ 748.550	\$ 733.579
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 4.391.316	\$ 4.406.287	\$ 4.421.258	\$ 4.436.229	\$ 4.451.200	\$ 4.466.171	\$ 4.481.142	\$ 4.496.113	\$ 4.511.084	\$ 4.526.055	\$ 4.541.026	\$ 4.555.997
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.449.134	\$ 1.454.075	\$ 1.459.015	\$ 1.463.956	\$ 1.468.896	\$ 1.473.837	\$ 1.478.777	\$ 1.483.717	\$ 1.488.658	\$ 1.493.598	\$ 1.498.539	\$ 1.503.479
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 2.942.182	\$ 2.952.213	\$ 2.962.243	\$ 2.972.274	\$ 2.982.304	\$ 2.992.335	\$ 3.002.365	\$ 3.012.396	\$ 3.022.427	\$ 3.032.457	\$ 3.042.488	\$ 3.052.518
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 89.826.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 107.039.330
Prestamos	\$ 89.826.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 102.773.000
Valor de Salvamento													\$ 4.266.330
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 108.328.413	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100
Activos Fijos	\$ 2.170.000												
Pago Credito (Capital)	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.385.413												
Capital de Trabajo	\$ 102.773.000												
FLUJO DE CAJA	-\$ 18.502.413	\$ 1.552.506	\$ 1.562.536	\$ 1.572.567	\$ 1.582.597	\$ 1.592.628	\$ 1.602.658	\$ 1.612.689	\$ 1.622.720	\$ 1.632.750	\$ 1.642.781	\$ 1.652.811	\$ 108.702.172

Cambio Porcentual Costos Variables	0,00%
Tasa de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	72.540.515
Tasa Interna de Retorno	20,38%

[Volver al Menú Inicial](#)

Proyecto: De la Uchuva P&A S.A.S
 Fecha: 30/11/2011 22:07
 Responsable: Alejandra Gallego Lopez
 Cambio porcentual de Costos Fijos



DERECHOS RESERVADOS © 2008 Carlos Mario Morales C

FLUJO DE CAJA (VARIANDO COSTOS FIJOS)

Conceptos	Inversión	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 venta		\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000
- Costos variables		\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000
- Costos fijos	\$ 0	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180
Costos fijos de Producción		\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160
Costos fijos de Administración		\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424
- Intereses Credito		\$ 898.260	\$ 883.289	\$ 868.318	\$ 853.347	\$ 838.376	\$ 823.405	\$ 808.434	\$ 793.463	\$ 778.492	\$ 763.521	\$ 748.550	\$ 733.579
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 4.329.136	\$ 4.344.107	\$ 4.359.078	\$ 4.374.049	\$ 4.389.020	\$ 4.403.991	\$ 4.418.962	\$ 4.433.933	\$ 4.448.904	\$ 4.463.875	\$ 4.478.846	\$ 4.493.817
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.428.615	\$ 1.433.555	\$ 1.438.496	\$ 1.443.436	\$ 1.448.377	\$ 1.453.317	\$ 1.458.258	\$ 1.463.198	\$ 1.468.138	\$ 1.473.079	\$ 1.478.019	\$ 1.482.960
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 2.900.521	\$ 2.910.552	\$ 2.920.583	\$ 2.930.613	\$ 2.940.644	\$ 2.950.674	\$ 2.960.705	\$ 2.970.735	\$ 2.980.766	\$ 2.990.797	\$ 3.000.827	\$ 3.010.858
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 89.826.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 107.419.710
Prestamos	\$ 89.826.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 103.153.380
Valor de Salvamento													\$ 4.266.330
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 108.708.793	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100
Activos Fijos	\$ 2.170.000												
Pago Credito (Capital)		\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.385.413												
Capital de Trabajo	\$ 103.153.380												
FLUJO DE CAJA	-\$ 18.882.793	\$ 1.510.845	\$ 1.520.876	\$ 1.530.906	\$ 1.540.937	\$ 1.550.967	\$ 1.560.998	\$ 1.571.028	\$ 1.581.059	\$ 1.591.090	\$ 1.601.120	\$ 1.611.151	\$ 109.040.892

Cambio Porcentual Costos Fijos	1,00%
Tasa de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	72.012.236
Tasa Interna de Retorno	20,02%

[Volver al Menú Inicial](#)

Proyecto: De la Uchuva P&A S.A.S
 Fecha: 30/11/2011 22:09
 Responsable: Alejandra Gallego Lopez
 Cambio porcentual de tasa de retorno



DERECHOS RESERVADOS © 2008 Carlos Mario Morales C

FLUJO DE CAJA (Variacion Tasa de Retorno)

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500
Medias	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500
Bajas	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500
Consolidado	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500

Conceptos	Inversión	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 venta	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000
- Costos variables	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000	\$ 5.885.000
- Costos fijos	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000	\$ 6.218.000
Costos fijos de Producción	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000	\$ 2.316.000
Costos fijos de Administración	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000	\$ 2.868.000
Costos fijos de comercialización y ventas	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000	\$ 1.034.000
- No Desembolsables	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424
- Intereses Credito	\$ 898.260	\$ 883.289	\$ 868.318	\$ 853.347	\$ 838.376	\$ 823.405	\$ 808.434	\$ 793.463	\$ 778.492	\$ 763.521	\$ 748.550	\$ 733.579	\$ 718.608
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 4.391.316	\$ 4.406.287	\$ 4.421.258	\$ 4.436.229	\$ 4.451.200	\$ 4.466.171	\$ 4.481.142	\$ 4.496.113	\$ 4.511.084	\$ 4.526.055	\$ 4.541.026	\$ 4.555.997
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.449.134	\$ 1.454.075	\$ 1.459.015	\$ 1.463.956	\$ 1.468.896	\$ 1.473.837	\$ 1.478.777	\$ 1.483.717	\$ 1.488.658	\$ 1.493.598	\$ 1.498.539	\$ 1.503.479
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 2.942.182	\$ 2.952.213	\$ 2.962.243	\$ 2.972.274	\$ 2.982.304	\$ 2.992.335	\$ 3.002.365	\$ 3.012.396	\$ 3.022.427	\$ 3.032.457	\$ 3.042.488	\$ 3.052.518
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 89.826.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 107.039.330
Prestamos	\$ 89.826.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 102.773.000
Valor de Salvamento													\$ 4.266.330
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 108.328.413	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100
Activos Fijos	\$ 2.170.000												
Pago Credito (Capital)	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.385.413												
Capital de Trabajo	\$ 102.773.000												
FLUJO DE CAJA	-\$ 18.502.413	\$ 1.552.506	\$ 1.562.536	\$ 1.572.567	\$ 1.582.597	\$ 1.592.628	\$ 1.602.658	\$ 1.612.689	\$ 1.622.720	\$ 1.632.750	\$ 1.642.781	\$ 1.652.811	\$ 1.662.842

Tasa Interna de Retorno	0,00%
Valor Presente Neto	107.829.002
Tasa Interna de Retorno	20,38%

[Volver al Menu Principal](#)

Proyecto: De la Uchuva P&A S.A.S
 Fecha: 30/11/2011 22:10
 Responsable: Alejandra Gallego Lopez
 Combinación de cambios



FLUJO DE CAJA (VARIACION MULTIPLE)

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550
Medias	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550
Bajas	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550
Consolidado	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550	2550

Concepto	Inversión	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 venta		\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000	\$ 17.675.000
- Costos variables		\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700	\$ 6.002.700
- Costos fijos	\$ 0	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180	\$ 6.280.180
Costos fijos de Producción		\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160	\$ 2.339.160
Costos fijos de Administración		\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680	\$ 2.896.680
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340	\$ 1.044.340
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424
- Intereses Credito		\$ 898.260	\$ 883.289	\$ 868.318	\$ 853.347	\$ 838.376	\$ 823.405	\$ 808.434	\$ 793.463	\$ 778.492	\$ 763.521	\$ 748.550	\$ 733.579
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 4.386.436	\$ 4.401.407	\$ 4.416.378	\$ 4.431.349	\$ 4.446.320	\$ 4.461.291	\$ 4.476.262	\$ 4.491.233	\$ 4.506.204	\$ 4.521.175	\$ 4.536.146	\$ 4.551.117
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.447.524	\$ 1.452.464	\$ 1.457.405	\$ 1.462.345	\$ 1.467.286	\$ 1.472.226	\$ 1.477.167	\$ 1.482.107	\$ 1.487.047	\$ 1.491.988	\$ 1.496.928	\$ 1.501.869
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 2.938.912	\$ 2.948.943	\$ 2.958.974	\$ 2.969.004	\$ 2.979.035	\$ 2.989.065	\$ 2.999.096	\$ 3.009.126	\$ 3.019.157	\$ 3.029.188	\$ 3.039.218	\$ 3.049.249
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424	\$ 107.424
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 89.826.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 108.714.410
Préstamos	\$ 89.826.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 104.448.080
Valor de Salvamento													\$ 4.266.330
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 110.003.493	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100
Activos Fijos	\$ 2.170.000												
Pago Credito (Capital)		\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100	\$ 1.497.100
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.385.413												
Capital de Trabajo	\$ 104.448.080												
FLUJO DE CAJA	-\$ 20.177.493	\$ 1.549.236	\$ 1.559.267	\$ 1.569.297	\$ 1.579.328	\$ 1.589.358	\$ 1.599.389	\$ 1.609.419	\$ 1.619.450	\$ 1.629.481	\$ 1.639.511	\$ 1.649.542	\$ 1.10.373.983

Cambio Porcentual en el Precio	1,00%
Cambio Porcentual en las Ventas	2,00%
Cambio Porcentual Costos Variables	0,00%
Cambio Porcentual Costos Fijos	1,00%
Tasa de Retorno	0,00%
Valor Presente Neto	72.007.757
Tasa Interna de Retorno	19,38%

[Volver al Menú Anterior](#)

Proyecto: De la Uchuva P&A S.A.S
Fecha: 30/11/2011 22:18
Responsable: Alejandra Gallego Lopez

VISOPE

DERECHOS RESERVADOS © 2008 Carlos Mario Morales C

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)

Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	\$ 2.170.000,0	\$ 92.170.000,0	-\$ 90.000.000,0
Gastos Preoperativos	\$ 3.385.413,0	\$ 3.385.413,0	\$ 0,0
Capital de Trabajo	\$ 102.773.000,0	\$ 102.773.000,0	\$ 0,0
		Total Requerimientos Financieros	-\$ 90.000.000,0

Proyecto: De la Uchuva P&A S.A.S

Fecha: 30/11/2011 22:20

Responsable: Alejandra Gallego Lopez

VISOR

DERECHOS RESERVADOS © 2008 Carlos Mario Morales C

CAPITAL DE TRABAJO

	CUENTA	VALOR
Requerimientos de Efectivo	Costos Variables	\$ 17.655.000
	Costos Fijos de Producción	\$ 6.948.000
	Costos Fijos de Administración	\$ 8.604.000
	Costos Fijos de Comercialización y Ventas	\$ 3.102.000
Activo Corriente	CUENTA	VALOR
	Cuentas por Cobrar	\$ 36.309.000
	Inventarios productos	\$ 24.603.000
	Inventario de Materia Prima	\$ 17.655.000
Pasivo Corriente	CUENTA	VALOR
	Materia Prima	\$ 5.885.000
	Fijos de Produccion	\$ 2.316.000
	Administrativos	\$ 2.868.000
	Comercialización y Ventas	\$ 1.034.000

INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO

\$ 102.773.000

Proyecto: De la Uchuva P&A S.A.S
 Fecha: 30/11/2011 22:21
 Responsable: Alejandra Gallego Lopez



DERECHOS RESERVADOS © 2008 Carlos Mario Morales C

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	17.500.000	17.500.000	17.500.000	17.500.000	17.500.000	17.500.000	17.500.000	17.500.000	17.500.000	17.500.000	17.500.000	17.500.000
- Costo Variables	5.885.000	5.885.000	5.885.000	5.885.000	5.885.000	5.885.000	5.885.000	5.885.000	5.885.000	5.885.000	5.885.000	5.885.000
- Costos Fijos Producción	2.316.000	2.316.000	2.316.000	2.316.000	2.316.000	2.316.000	2.316.000	2.316.000	2.316.000	2.316.000	2.316.000	2.316.000
- Gastos Depreciación	51.000	51.000	51.000	51.000	51.000	51.000	51.000	51.000	51.000	51.000	51.000	51.000
= Utilidad Bruta en Ventas	9.248.000	9.248.000	9.248.000	9.248.000	9.248.000	9.248.000	9.248.000	9.248.000	9.248.000	9.248.000	9.248.000	9.248.000
- Costos fijos de Administración	2.868.000	2.868.000	2.868.000	2.868.000	2.868.000	2.868.000	2.868.000	2.868.000	2.868.000	2.868.000	2.868.000	2.868.000
- Costos Fijos de Ventas y Distribución	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000
- Amortización de diferidos	56.424	56.424	56.424	56.424	56.424	56.424	56.424	56.424	56.424	56.424	56.424	56.424
= Utilidad Operativa	5.289.576	5.289.576	5.289.576	5.289.576	5.289.576	5.289.576	5.289.576	5.289.576	5.289.576	5.289.576	5.289.576	5.289.576
+ 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	5.289.576	5.289.576	5.289.576	5.289.576	5.289.576	5.289.576	5.289.576	5.289.576	5.289.576	5.289.576	5.289.576	5.289.576
- Impuestos	1.745.560	1.745.560	1.745.560	1.745.560	1.745.560	1.745.560	1.745.560	1.745.560	1.745.560	1.745.560	1.745.560	1.745.560
= UTILIDAD NETA	3.544.016	3.544.016	3.544.016	3.544.016	3.544.016	3.544.016	3.544.016	3.544.016	3.544.016	3.544.016	3.544.016	3.544.016
- Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidades no Repartidas	3.544.016	3.544.016	3.544.016	3.544.016	3.544.016	3.544.016	3.544.016	3.544.016	3.544.016	3.544.016	3.544.016	3.544.016
Utilidades no Repartidas Acumuladas	3.544.016	7.088.032	10.632.049	14.176.065	17.720.081	21.264.097	24.808.114	28.352.130	31.896.146	35.440.162	38.984.178	42.528.195

CONSIDERACIONES FINALES

Los objetivos del proyecto si fueron alcanzados debido a que se realizo una investigación me mercado la cual nos permitió conocer mas a fondo sobre la fruta, cuales son todos los beneficios que esta trae para el buen desarrollo del cuerpo humano. Además conocer el consumidor de Alemania saber que todo lo que sean frutas o productos exóticos son muy apetecidos allí dado a que allá no existe la producción nacional y les gustan mucho los productos que sean nacionales.

El proyecto si es viable desde el punto de vista del estudio de mercado por que allí esta el consumidor que esta dispuesto a pagar un precio alto por estos productos.

Desde el punto de vista técnico ya que no es un producto que requiere de mayores cambios por ser una fruta que solo se cosecha y ella misma se produce, solo es necesario el fertilizante para que pueda tener una buena calidad.

En el estudio Organizacional no hay demasiado personal debido a que por el estudio financiero no se cuenta con un mayor recurso para lograr que cubra todos los gastos que esto conlleva.

Para el estudio financiero vimos que es un proyecto de alto valor y que por ser una marca la cual no es reconocida en el mercado no se puede tener una alta rentabilidad desde el principio,

como toda empresa cuando esta en sus comienzos, se empieza con inversiones para lograr entrar la marca al mercado.

Este proyecto cumple con todos requisitos o necesidades del mercado Alemán y de Europa por lo cual se debe ejecutar con el fin de generar ganancias en el futuro y hacer una empresa cosechadora desde el principio de Uchuvas y luego ir progresando con los demás productos exóticos.

Las estrategias serian tener toda la actitud para conseguir todos estos recursos los cuales nos permitan hacer viable el proyecto.

Es necesario tener claro que el producto debe de cumplir con todas las especificaciones o requisitos para entrar al mercado.

REFERENCIAS

Manejo del cultivo de la Uchuva en Colombia

www.agronet.gov.co/www/docs_si2/Manejo%20del%20cultivo%20de%20la%20uchuva.pdf

Cultivo y comercialización de la Uchuva

www.agronet.gov.co/www/docs_si2/Cultivo%20de%20uchuva.pdf

El cultivo de la Uchuva

www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/a00170.pdf

Colombia: Primera certificación Fair Trade de uchuva

www.freshplaza.es/news_detail.asp?id=49452

País destino de la exportación

comerciouchuvalombiana.blogspot.com/

Guía para exportar a Alemania

http://www.imebu.gov.co/hemeroteca/guia_exportar_alemania.pdf