

FROZEN S.A.S

Castañeda Ramírez Víctor Hugo

Rodríguez Amaya Yorleidy

Trabajo de investigación presentado para optar al título de:

Tecnología en Comercio Internacional



Línea de Investigación:

Plan de Negocios

Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín, Colombia

2012



**ESTUDIO DEL PRE FACTIBILIDAD DE LANZAR AL
MERCADO ECUATORIANO UN ENERGIZANTE CON
SABOR A NARANJA.**

Antioquia (Rionegro)

Noviembre 2012



ESTUDIO DEL PRE FACTIBILIDAD DE LANZAR AL
MERCADO ECUATORIANO UN ENERGIZANTE CON
SABOR A NARANJA.
FROZEN S.A.S



FROZEN S.A.S
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
MEDELLÍN, ANTIOQUIA
2012



Escriba su Copyright

El uso de esta plantilla esta limitada a los estudiantes autorizados que estén realizando Planes de Negocios, ya sea para cursos regulares o a nombre propio con el aval de la Institución. De cualquier forma, al hacer uso de ésta, debe citarse la fuente. No esta permitida la reproducción total o parcial de esta plantilla por cualquier medio, sin el permiso previo y por escrito del titular del Copyright

DERECHOS RESERVADOS © 2007 Carlos Mario Morales C – UEEM -Coordinador de Emprendimiento
ESUMER. carlos.morales@esumer.edu.co. Calle 76 No 80-126 Carretera al Mar Medellín –Colombia
Teléfonos 2646011 Extensión 225

**ESTUDIO DEL PRE FACTIBILIDAD DE LANZAR AL MERCADO
ECUATORIANO UN ENERGIZANTE CON SABOR A NARANJA.**

Contenido - Plan De Negocio

	Pág.
RESUMEN EJECUTIVO	9
1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO	13
2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS	14
3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	15
3.1. Nombre de la Empresa	15
3.2. Descripción de la Empresa.	15
3.3. Misión de la Empresa.	16
3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo	16
3.5. Ventajas Competitivas	17
3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir	17
3.7. Relación de productos y/o servicios	17
3.8. Justificación del Negocio	17
3.9. Análisis del entorno y del sector	18
Tabla 1. Principales empresas del sector industrial de bebidas.	21
3.10. Conocimientos para entrar al negocio	22
4. ANALISIS DEL MERCADO	23
4.1. Objetivos de Mercadeo	23
4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios	24
4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios	25
4.3.1. El Mercado Meta	25
Tabla 2. Etiqueta y Aduanas en Venezuela	27
Tabla 3. Selección de Mercados	29
4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor	33
Tabla 4. Categorías de Productos con mayor incidencia en el Ecuador	37
Figura 1. Exportaciones e Importaciones por Bebidas en Ecuador	39

4.4. El Mercado Proveedor	39
4.4.1. Proveedores y el Estudio del Mercado de Proveedor	39
Tabla 5. Resultados del Estudio de los Proveedores	40
4.5. El Mercado Competidor	42
4.5.1. Competidores	42
4.5.2. Estudio del Mercado Competidor	44
Tabla 6. Resultado del estudio de la competencia	45
4.6. El Mercado Distribuidor	45
4.6.1. Distribución	46
Tabla 7. Costos De La Matriz Marítimo	51
4.6.2. Manejo de Inventarios	52
4.6.3. Comunicación	53
4.6.4. Actividades de Promoción y Divulgación	53
4.7. Precios de los Productos	54
4.7.1. Factores que influyen	54
Tabla 8. Factores que Influyen en el Precio	54
4.7.2. Precios de los productos	54
4.7.3. Política de Precios	54
4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización	55
4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado	56
4.10. Plan de ventas por año	56
5. ASPECTOS TÉCNICOS	57
5.1. Objetivos de producción	57
5.2. Descripción del proceso de producción	58
Tabla 9. Proceso de Producción	58
5.3. Capacidad de Producción	62
Figura 2. Diagrama de Producción	62
5.4. Plan de Producción.	63
5.5. Recursos materiales y humanos para la producción	63
5.5.1. Locaciones	63
Figura 3. Plano de Distribución:	64
5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.	64
Tabla 10. Maquinaria Equipos	65
5.5.3. Requerimientos de, equipos, muebles y enseres.	68
Tabla 11. Implementos de Aseo Mensual	70
5.5.3. Requerimientos de Materiales e Insumos.	70
5.5.4. Requerimientos de Servicios.	72
5.5.5. Requerimientos de personal.	73
5.4. Programa de producción	76

6.	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	77
6.1.	Procesos Administrativos	77
6.1.1.	Descripción de los procesos administrativos	77
6.1.2.	Procesos administrativos externalizados Mensuales	79
	Tabla 12. Procesos Administrativos Externalizados	79
6.2.	Estructura Organizacional del Negocio	80
	Figura 4. Organigrama	80
6.2.1.	Descripción funcional de la Organización.	80
6.3.	Recursos materiales y humanos para la administración	82
6.3.1.	Locaciones	82
	Tabla 13. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.	83
6.3.2.	Requerimientos de materiales de oficina mensuales	83
	Tabla 14. Requerimientos Papelería	83
	Tabla 15. Material de aseo y cocina	84
6.3.3.	Requerimientos de servicios.	85
6.3.4.	Requerimientos de Personal.	86
6.4.	Programa de administración	90
	Tabla 16. Cronograma de actividades.	90
7.	ASPECTOS LEGALES	92
7.1.	Tipo de Organización empresarial	92
7.2.	Certificaciones y gestiones ante entidades publicas	92
8.	ASPECTOS FINANCIEROS	94
8.1.	Estructura Financiera del proyecto	94
8.1.1.	Recursos Propios	94
8.1.2.	Créditos y Préstamos Bancarios.	94
8.2.	Ingresos y Egresos	96
8.2.1.	Ingresos	96
8.2.1.1.	Ingresos Propios del Negocio.	96
8.2.2.	Egresos	97
8.2.2.1.	Inversiones	97
8.2.2.2.	Costos	98
8.2.2.3.	Gastos	99
8.3.	Estados Financieros Proyectados	101
8.3.2.	Flujo de Caja del proyecto sin financiación	101
8.3.3.	Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)	105
8.4.	Evaluación financiera del proyecto	107
8.4.2.	Valor Presente Neto con financiación.	107
8.4.3.	Tasa Interna de Retorno	107
8.4.4.	Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda).	107

8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio) _____	108
9. CONSIDERACIONES FINALES _____	109
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS _____	110
ANEXOS _____	112
Anexo 1 Inteligencia de Mercados _____	112
Anexo 2 Costos de Personal Productivo _____	112
Anexo 3 Costos de Personal Administrativo _____	112



RESUMEN EJECUTIVO

En este proyecto se hizo un estudio del pre factibilidad de lanzar al mercado Ecuatoriano un energizante con sabor a naranja 100% natural.

Se realizaron varios estudios de entorno del sector, de mercados, técnico, administrativo, legal y financiero.

En el mercado se puede encontrar un porcentaje de ecuatorianos que tienen jornadas de trabajo extensas, y que además realizan otras actividades como son los deportes y debido a esto se mantienen un poco exhaustas.

Existe una gran variedad de bebidas energizantes que poseen características similares como lo es el sabor, ninguno tiene un componente vitamínico.

La manera para que esa situación mejore es lanzando al mercado una bebida energizante no solo que ayude a las personas a poder cumplir con sus actividades diarias, sino también que posea un sabor diferenciador y tenga un componente 100% natural y aporte vitaminas a las personas.

REVISTA DE ALIMENTOS (2011) afirma En el tema de bebidas, en la canasta familiar se puede encontrar que los Jugos Industrializados incrementan en 11% en base a los hogares compradores, alcanzando un 85% de consumismo por parte de los colombianos

En cuestión de las bebidas energéticas estas registraron más de \$ 6.9 millones en

ventas, lo cual representa un incremento del 19,4% con respecto al año anterior.

El Red Bull sigue es el líder de la categoría de las bebidas energéticas, en la que tiene una cuota de mercado del 40%, determinando así que “El sector de bebidas le aporta al mercado el 1.6% al PIB total de Colombia”¹

Colombia hace parte de muchos tratados, y relaciones bilaterales, esto puede tener un impacto positivo porque hay varios países en los que se puede tener algunos beneficios a la hora de exportar. En la economía colombiana hay variables que no han mejorado mucho, en el lado del desempleo se analiza que ha bajado la tasa en vez de subir, pero con este proyecto se puede generar empleo.

Los energizantes tienen un empaque que puede ser reciclable y esto ayuda al medio ambiente.

Los energizantes tienen un empaque que puede ser reciclable y esto ayuda al medio ambiente. El mercado objetivo es Ecuador. Nuestro principal distribuidor es DIPOR S.A. Es una empresa ubicada en Ecuador específicamente en Quito, Guayaquil, comercializadora e importadora de productos de consumo masivo por mencionar algunos ejemplos esta Tampico, familia, Aldor entre otros.

La bebida se va a exportar por medio de MALCO CARGO y Mario Londoño en función de agentes de aduana y de carga ellos mismos se encargaran del tema de los seguros.

la forma de pago para nuestros distribuidores será 50% anticipado y 50% a un

¹ Autor desconocido. *Bebidas Energizantes: Mercado en Expansión. Revista la Barra*<http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-22/alimentos-y-bebidas-4/bebidas-energizantes-un-mercado-en-expansion.htm>

mes después de entregada la mercancía el termino de negociación es CIF, y el medio de transporte será marítimo

Los principales competidores en Ecuador son Red Bull Peak y Gatorade, son muy fuertes competidores ya que llevan una gran trayectoria en el mercado, son de empresa muy grandes y reconocidas y además cuentan con un precio muy competitivo.

El energizante 100% naturales va a ser producido en planta propia sus componentes principales son naranja, gluconato, taurina, guarana y conservantes el costo total del producto es de 2711,58 pesos

El personal administrativo y de producción necesario es el gerente, secretaria ejecutiva, jefe de producción con su personal de trabajo que son operarios, y auxiliares de producción coordinador de comercio internacional y logística, con su personal que son tecnólogo en comercio internacional y tecnólogo en logística, de cada uno aprendices jefe de control de calidad, jefe de compras y ventas, y su personal vendedores administrador financiero, y su personal de recursos humanos aparte dos personas encargadas del aseo tanto de lo administrativo como en producción.

Se contratarán algunos terceros como lo es el contador, la vigilancia y la publicidad para la empresa.

El nombre de la compañía será FROZEN S.A.S (sociedades por acciones simplificadas) se constituye con un documento privado con uno o más accionistas esto reduce trámites y costos de estructuración, además como no exige número de accionistas se puede ampliar o reducir a la manera que más convenga La estructura orgánica de la sociedad, su funcionamiento son libremente elegidos por los accionistas, se encuentran obligados a designar un

representante legal.

Nuestra empresa esta destinada como pequeña empresa ya que esta en el rango de 11-49 empleados con 26 necesarios para todas las actividades

Los documentos que se necesitan para la creación de la empresa son RUT Registro INVIMA, Certificado de Sanidad, Registro de marca, Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), Certificados Fitosanitarios de Exportación.

El monto total necesario para la creación de la empresa es de \$ 2.270.343.781

Se divide en activos fijos pre-operativos y capital de trabajo.

La Empresa tendrá unos ingresos mensuales de \$ 1.050.000.000, y su tasa interna de retorno 194.83, el proyecto es viable ya que el VPN 18.988.230.676 es positivo este proyecto genera mas de lo esperado genera valor.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Yorleidy Rodríguez Amaya

Identificación: 1.017.173.182 Teléfono 2587182 Celular:
Dirección: Carrera 47# 97-31 Barrio: Aranjuez
Ciudad Medellín Correo electrónico: Yorleidy.rodriguez@esumer.edu.co
Estudios: Técnicos Tecnológicos x Universitarios
Otros Estudios:

Víctor Hugo Castañeda Ramírez

Identificación: 1.042.061.919 Teléfono: 5874452 Celular: 3005431594
Dirección: Calle 13 sur # 52-28 Barrio: El Bolo
Ciudad Medellín Correo electrónico: Eurocom777@hotmail.com
Estudios: Técnicos Tecnológicos x Universitarios
Otros Estudios:

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

El propósito de la realización de este proyecto fue académico para poner en práctica la formulación y evaluación de proyectos y también para la realización del trabajo de grado.

El Plan de Negocio nos ayuda a identificar, describir y analizar una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica y financiera de la misma, y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad de negocio en un proyecto empresarial concreto.

Tiene por característica ser un instrumento al servicio del emprendedor, un apoyo para la creación de la empresa, y una herramienta imprescindible cuando se quiere poner en marcha un proyecto empresarial.

Va a ser una guía de actuación en las diferentes etapas a seguir en el proceso de creación hasta la puesta en marcha de la actividad empresarial, permitiendo el conocimiento de las condiciones que intervendrán en el futuro. Incluso para empresas ya establecidas, que a su vez este debe de estar bien diseñado ya que ha de ser la base sobre la que se levanten proyectos de crecimiento o diversificación de la actividad principal y que permite ser elaborado por todos los emprendedores conjuntamente, de forma tal que todos ellos se impliquen en los objetivos que se establezcan y en la manera de conseguirlos

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1.1. Nombre de la Empresa

FROZEN S.A.S

1.2. Descripción de la Empresa.

La empresa FROZEN S.A.S estará dedicada fabricación y distribución a nivel nacional e internacional de bebidas energizantes, lo que hace esta empresa diferente a su competencia es que las bebidas son de sabor a naranja, así tendrá un sabor diferente a los demás energizantes, y a la vez tendrá un componente vitamínico como lo es la naranja.

El sector económico de la empresa será el sector alimenticio en general de bebidas.

La empresa estará ubicada en Rio negro (Antioquia), allí se encontrara la planta productiva y su área administrativa.

La compañía está clasificada como 'Pequeña Empresa' ya que se encuentra en el rango de 11 y 49 trabajadores, con 26 empleados necesarios para la realización de todas las actividades

1.3. Misión de la Empresa.

Somos una empresa productora de bebidas energizantes en donde se posibilita el desarrollo y crecimiento del sector de bebidas, a través de una oferta para el exterior como la mejor opción en la relación calidad-precio, para satisfacer las necesidades de los clientes en el contexto internacional. Para ello contamos con la mano de obra, materias primas y conocimientos apropiados, comprometido con los valores corporativos, la preservación cultural y la globalización.

1.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivo General

Determinar la viabilidad de producir y comercializar internacionalmente una bebida energizante 100% natural.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de sector y de entorno para identificar cuáles son los factores externos, e internos que afectan al proyecto.
- Realizar un estudio de mercado, para determinar cuáles pueden ser nuestros clientes, identificar sus necesidades y como llegar a ellos con el producto
- Realizar un estudio técnico del producto para determinar si se cuenta con todos los recursos necesarios para lanzar una bebida energizante, y si es posible producirla.
- Realizar un estudio administrativo y legal para identificar todos aquellos requisitos necesarios para llevar a cabo el proyecto.
- Realizar un estudio financiero para determinar los costos y gastos que se incurren en la elaboración del proyecto y determinar su viabilidad.

1.5. Ventajas Competitivas

Nuestro producto el energizante cuenta con un sabor diferenciador y además vitamínico que es la naranja, ya que muchos energizantes tiene el mismo sabor y además no tienen ningún componente vitamínico como lo es el de nosotros este es el factor innovador, por este componente podemos ser competitivos en el precio del mercado.

1.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir

En el mercado se puede encontrar un porcentaje de personas que tienen jornadas de trabajo extensas, y además realizan otras actividades, debido a esto se mantienen un poco exhaustas, también una gran variedad de personas que realizan deportes y necesitan como hidratarse

Hay una gran variedad de bebidas energizantes, tienen una característica y es que poseen el mismo sabor y no tiene ningún componente vitamínico y natural.

1.7. Relación de productos y/o servicios

Producto: Energizante con sabor a naranja: Se buscará darle un valor agregado al producto (componente vitamínico, sabor diferenciador), que lo diferencia de la competencia en el mercado y lo más importante, que satisfice la necesidad del cliente.

1.8. Justificación del Negocio

La manera para que esa situación mejore es lanzando al mercado una bebida energizante no solo que ayude a las personas a poder cumplir con sus actividades diarias, sino también que posea un sabor diferenciador y tenga un componente 100% natural y aporte vitaminas a las personas.

1.9. Análisis del entorno y del sector

Variables Políticas: Colombia ha firmado algunos tratados de libre comercio como lo son con estados unidos, con Canadá, Chile, México.

CAN (Colombia, Ecuador Perú, Bolivia). CAN Y MERCOSUR (que incluye a Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay). El que antes era el G3 que ahora es el G2 Colombia y México.

Colombia y Venezuela establecieron relaciones bilaterales en beneficio de las zonas fronterizas.

También tiene relaciones bilaterales con Costa Rica, Argentina, Brasil, España, Honduras, India, Perú, el Salvador, Reino Unido, Sudáfrica. Sandra Borda Guzmán, María Paz Berger 2010

Variables Económicas: PIB \$470.7 miles de millones, tasa de desempleo 10,8% ha sufrido un descenso del 1% con respecto al año 2010. Inflación de Colombia 3,11%, Tasa de cambio 1.802,23.²

Variables Sociales: Nivel educativo de los consumidores, ya que algunos no están informados, no tienen el conocimiento suficiente o tienen la opinión errónea y absurda de que consumir este tipo de producto produce aceleración del ritmo cardíaco o afecta el sistema nervioso.

Variables Tecnológicas: El energizante es una bebida principalmente para que las personas puedan rendir más en sus actividades no se recomendaría tomarla en exceso pero en el proyecto la bebida que se va a exportar tiene un

² Banco de la República de Colombia. www.banrep.gov.co

componente y es que va a tener naranja que es una fruta que tiene mucha vitamina, esto puede ser una innovación para los consumidores

Variables Ecológicas: Todos los proyectos o productos tiene una impacto medioambiental estos impactos se pueden generar por el empaque si se puede reciclar, por los componentes que este genere, Si una empresa tiene que agotar muchos recursos naturales en el proceso de elaboración de dicho producto

Variables Legales: Hay muchos requisitos que se tiene a la hora de exportar como sacar un certificado de origen para el país que voy a ingresar, también se pueden definir que hay algunas barreras arancelarias que imponen los otros estados.

También cada relación bilateral o tratado tiene como grupo sus reglamentaciones.

Análisis del entorno



Colombia hace parte de muchos tratados, relaciones bilaterales, esto puede tener un impacto positivo porque hay varios países en los que se puede tener algunos beneficios a la hora de exportar. En la economía colombiana hay variables que no han mejorado mucho, en el lado del desempleo se analiza que ha bajado la tasa en vez de subir, pero con este proyecto se puede generar empleo.

Los energizantes tienen un empaque que puede ser reciclable y esto ayuda al medio ambiente.

Estudio del sector:³ El sector al cual pertenece este proyecto es industrial, porque se va a transformar una materia prima.

³ Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas. Revisión 4 Adaptada para Colombia CIIU. DANE. www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU_Rev4ac.pdf

El subsector es la industria de bebidas energizantes.

Clasificación (ciiu) actividad económica D 152102. Elaboración y envase de jugos de frutas industria PDC _ALIMENT_BEBIDAS CONSERVAS.

En el tema de bebidas, en la canasta familiar se puede encontrar que los Jugos Industrializados incrementan en 13% en base a los hogares compradores, alcanzando un 85% de consumismo por parte de los colombianos. Esto logró un crecimiento de consumo en los estratos 2 y 3, donde se presentaron los incrementos más fuertes. La entrada de nuevos productos en esta categoría ofrecen estrategias muy llamativas en cuanto a precios bajos y tamaños grandes, logrando afectar en el mercado algunos productos principalmente a los refrescos en polvo, estos disminuyeron su consumo promedio en un 15%, debido a una reducción en el volumen y viéndose una frecuencia de compra más reducida.

La demanda muestra un incremento hacia los productos que ofrecen beneficios específicos que en su consumo son de vital ayuda para la salud, como el agua embotellada, el yogurt con prebióticos y los jugos con vitaminas. Analizando detalladamente la canasta de las bebidas del año pasado, en el caso de las maltas lograron un incremento del 35% en el volumen por ocasión, gracias a que se implementaron nuevas estrategias llamativas para el consumidor y dándoles un nuevo enfoque hacia: Los formatos familiares que ya vienen en presentaciones de más de 1 litro, en los envases no retornables, con un precio por mililitro más económico, que facilitaron las innovaciones en la presentación.

Luego de realizar este análisis se puede definir que se logró incrementar en 20 puntos de penetración el consumo de las bebidas industrializadas en Colombia, llegando al 53% de los hogares colombianos, es notoria la buena lealtad que tienen estas, ya que no se ve afectado el consumo promedio en los hogares. En Medellín y los estratos 2 y 3 es donde más se ha reflejado este crecimiento, ya que son de fácil compra principalmente por los mini mercados y las tiendas tradicionales

En cuanto a la generación de empleo por parte de estas bebidas, se ha notado un ligero aumento ya que Empresas de prestigio ofrecen puestos de trabajo para anfitriones y promotores para promocionar productos relacionados a la promoción y lanzamiento de bebidas gaseosas así como las bebidas energizantes. Durante el mismo período en cuestión de las bebidas energéticas estas registraron más de \$ 6.9 millones en ventas, lo cual representa un

incremento del 19,4% con respecto al año anterior. Las ventas de agua embotellada registraron un aumento del 3,4%, alcanzando los \$ 6.7 millones. Con unas ventas de UD\$ 2.800 millones Red Bull sigue siendo el líder de la categoría de las bebidas energéticas, en la que tiene una cuota de mercado del 40%. “El sector de bebidas le aporta al mercado el 1.6% al PIB total de Colombia”

Lo que es cierto es que ha sido tanta la acogida entre los consumidores, que las demás marcas conocidas como Red Bull, Powerade, Gatorade, Peak, otras marcas registradas como Taxi, Rodeo, y la última en salir al mercado Vive100, hacen parte de las miles de opciones que se tienen a la hora de buscar una energía extra. Las cifras muestran que este tipo de bebidas no solo motivan el organismo. También son un buen negocio para bares, restaurantes y hoteles, todo porque la rentabilidad de las ventas por unidad supera los 5.000 pesos. Mientras en un supermercado una lata cuesta 5.000 pesos, en un restaurante o bar las venden a 10.000.

Aunque los distribuidores en Colombia aseguran que mostrar este tipo de bebidas como dañinas para el consumo humano, es más la mala publicidad que verdad científica, sí hay que tener ciertas precauciones en su consumo ya que su distribución está sujeta no sólo a recomendaciones sino incluso a restricciones: son prohibidas para menores de edad, mujeres embarazadas y personas hipertensas. Así que si estas bebidas aportan la energía extra que necesitan cuerpo y mente, y son un buen negocio para bares, restaurantes, hoteles o supermercados, lo más importante es tener en cuenta y muy presente que no hay nada mejor que la energía se reemplace con una buena alimentación y un buen sueño.⁴

Tabla 1. Principales empresas del sector industrial de bebidas.

Coca-Cola	Gaseosas, bebidas, jugos, energizantes
Gaseosas Lux Postobon	Gaseosas, bebidas, energizantes, aguas, jugos
Fal Group	Aguas, bebidas energizantes

Nombre de la fuente: NULLVALUE Sección Economía. (2006. Junio 26). www.portafolio.co.

⁴ Autor desconocido. *Bebidas Energizantes: Mercado en Expansión*. Revista la Barra <http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-22/alimentos-y-bebidas-4/bebidas-energizantes-un-mercado-en-expansion.htm>

La tabla anterior muestra algunas de las empresas competidoras de los energizantes en el mercado nacional, desde los últimos tres años.

1.10. Conocimientos para entrar al negocio

Un mínimo de conocimientos legales y básicos para la creación de la empresa y la puesta en funcionamiento de la misma.

Conocimientos administrativos y comerciales para poder poner la idea de negocio en funcionamiento y no dejar escapar ningún detalle.

No serán necesarios los conocimientos contables, de producción, mercadeo y demás, en caso cuando se necesiten se podrá contratar a especialistas en el tema

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1. Objetivos de Mercadeo

Objetivo General: Realizar un estudio de mercado que nos permita determinar si un producto energizante 100% natural se puede adaptar a las necesidades del cliente.

Corto Plazo

La empresa proyecta realizar ventas por \$ 5000.000.000 (Mil Millones de Pesos) en un periodo de 6 meses a nivel nacional e internacional.

- Hacer una segmentación de mercado para determinar cuáles son los clientes que pueden consumir los energizantes.
- Definir cual va hacer la mejor alternativa de la distribución logística teniendo en cuenta el termino de negociación que más convenga.
- Determinar cuál va a hacer la plaza o distribución del producto haciendo un estudio y analizar en donde es más viable.

Mediano Plazo

- Ampliar la capacidad de producción para poder entrar firmes en un nuevo mercado en el país de Ecuador en un año aproximadamente logrando obtener nuevas sedes de producción una en la Ciudad de Bucaramanga y otra en la ciudad de Bogotá.
- Realizar una inteligencia de mercado para determinar según puntajes establecidos cual es el país con más alternativa para exportar.
- Determinar cuáles son los proveedores que van a suministrar la materia prima necesaria para el producto, haciendo una selección teniendo en

cuenta ciertas variables.

Largo Plazo

- Posicionar la bebida ENERGYTIZER no solo en el mercado Ecuatoriano sino en gran parte de la Zona de Europa y EEUU siendo esta una bebida reconocida en tres años.
- Hacer un estudio para determinar cuál es la competencia directa e indirecta del producto.
- Determinar una buena estrategia de promoción para dar a conocer el producto a muchos de los posibles clientes.

4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Se va a ofrecer una bebida energizante e hidratante llamada ENERGYTIZER que contiene 350 ml de líquido, este estará empacado en un vaso hecho en lata que conservara el producto por más de 6 meses, esta bebida es 100% natural sus ingredientes son : Naranja, guaraná, taurina, tiamina, gluconolactona, conservantes.

ENERGYTIZER aparte de calmar la sed del consumidor actúa positivamente sobre el organismo del mismo dando energías luego de un día agotador, la principal necesidad que satisface esta bebida es que se puede consumir sin tener alguna abstinencia por su contenido ya que es totalmente natural no va a generar contraindicaciones en el organismo, ni aceleraciones cardiacas, por el contrario va a rehabilitar el cuerpo y la mente y además estos energizantes podrán consumirse las veces que se desee, claro está sin exceder .

El producto se almacenara de la mejor forma de modo que estas bebidas no tengan contacto con ingredientes, objetos o materiales que puedan deteriorar el

empaque y el contenido del energizante.

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

4.3.1. El Mercado Meta

A continuación se presenta el análisis de la inteligencia de mercado y la selección del país que tuvo el puntaje más alto de este estudio. (Ver Anexo 1 en Excel)

Análisis de Inteligencia de Mercado

Cuadro de ponderación

Preselección

Exportaciones Colombianas⁵

- **Estados Unidos:** Las exportaciones colombianas de 2009 a 2010, fueron buenas porque subieron, pero hay que tener en cuenta que en 2011 bajaron demasiado, se paso de exportar 3.511,00 en 2010 a exportar 3099 en 2011, por eso la calificación es 3
- **Venezuela:** Las exportaciones colombianas de 2009 a 2011 bajaron se paso de exportar 5.797,00 en 2009 a exportar 2108 en 2011 se puede analizar que no fue muy positivo por eso la calificación es 3.
- **Chile:** Las exportaciones colombianas de 2009 hasta el 2011, no fueron buenas porque disminuyo es decir pasamos de exportar 205,00 en 2009 a exportar 916 que es una cifra muy negativa por ende la calificación es 2
- **Ecuador:** Las exportaciones del año 2009 en comparación con el 2011 no tuvieron un impacto muy positivo pues en vez de aumentar disminuyeron, en 2009 se exporto 11.276,00 y disminuyo en 2011 a 7611, por tal motivo la calificación es 3.

Importaciones Totales⁶

⁵ Trade statistics for international business development. International Trade Centre. <http://www.trademap.org/>

⁶ Trade statistics for international business development. International Trade Centre. <http://www.trademap.org/>

- **Estados Unidos:** Las importaciones totales de 2011 en comparación con el 2009 tuvieron un incremento este país paso de importar 274.815 en el 2009, a importar 371.980 en el 2011. por ende la calificación es 4.
- **Venezuela:** Se puede analizar como las importaciones de este país bajaron se paso de importar 19.980 en 2009 a importar 6.887 en 2011 por eso la calificación es 3.
- **Chile:** Las importaciones de Chile tuvieron un aumento significativo se paso de importar 14.138 en 2009 a importar 31.806 en 2011 por tal motivo la calificación es 4.
- **Ecuador:** Las importaciones de Ecuador en vez de tener un alza bajaron por ende la calificación fue negativa.

Socios de Importación⁷

- **Estados Unidos:** La calificación fue negativa ya que Colombia no se encuentra en los principales socios de importación de Estados Unidos.
- **Venezuela:** La calificación fue negativa ya que Colombia no se encuentra en los principales socios de importación de Venezuela.
- **Ecuador:** La calificación fue 4 ya que Colombia se encuentra de segunda como socio de importación de Ecuador.
- **Chile:** Colombia no está en los principales socios de importación, por tal motivo la calificación fue 0.

Socios de Exportación⁸

- **Estados Unidos:** La calificación fue negativa ya que Colombia no se encuentra en los principales socios de exportación de Estados Unidos.
- **Venezuela:** la calificación fue negativa ya que Colombia no se encuentra en los principales socios de exportación de Venezuela.
- **Ecuador:** La calificación fue 0 ya que Colombia no se encuentra como socio de exportación de Ecuador.
- **Chile:** Colombia no está en sus principales socios de exportación y la calificación fue 0.

⁷ Central Intelligence Agency. www.cia.gov.co

⁸ Central Intelligence Agency. www.cia.gov.co

Tabla 2. Etiqueta y Aduanas en Venezuela⁹

REUNIÓN ETIQUETA
Un apretón de manos firme, con contacto visual directo y una sonrisa de bienvenida son el saludo normal. Al darse la mano, utilice siempre el saludo apropiado para la hora del día - 'Buenos Días', 'buenas tardes', o 'buenas noches'. Al salir, decir adiós a cada persona individualmente.
REGALO QUE DA ETIQUETA
<ul style="list-style-type: none"> • Si se les invita a una cena, enviar flores, especialmente orquídeas, antes del evento • No le dé pañuelos ya que son considerados de mala suerte. • Los regalos son generalmente abiertos cuando se reciben. • Siempre envíe una nota de agradecimiento escrita a mano, ya que te marca como una persona con clase.
COMEDOR ETIQUETA
<ul style="list-style-type: none"> • Si se le invita a un venezolano de la casa: • Llegar 15 a 30 minutos antes de las invitadas. • Al llegar a tiempo o temprano muestra que está demasiado ansioso, que se interpreta como codiciosos. • Se debe vestir de manera conservadora, pero con un toque elegante. Vestido elegante casual es generalmente aceptable. • Nunca rechace una oferta de café, ya que es un símbolo de la hospitalidad de los venezolanos.
TABLA DE MODALES
<ul style="list-style-type: none"> • Espere al anfitrión o anfitriona para decirles dónde sentarse. Puede haber un plan de asientos. • Modales en la mesa son fundamental - el tenedor se sostiene en la mano izquierda y el cuchillo en la derecha mientras se come • No empezar a comer hasta que todos los demás comensales se sientan, a menos que alentados por el anfitrión para empezar. • El anfitrión dice "buen provecho" (o disfrutar de una buena comida) es la habitual invitación para que todos puedan comer. • Siempre mantenga sus manos visibles a la hora de comer, pero no apoye los codos sobre la mesa. • La comida siempre se come con utensilios, Incluso la fruta se come con cuchillo y tenedor. • Mantenga su servilleta en el regazo mientras come. Los venezolanos suelen brindar con 'Salud' de la palabra. • El anfitrión hace el primer brindis.

⁹ Protocolo y Etiqueta del País de Venezuela. Protocolo.org. www.protocolo.org/.../etiqueta_social_en_venezuela_costumbres_y_.

TABLA DE MODALES
<ul style="list-style-type: none"> • Se considera de buena educación dejar una pequeña cantidad de comida en su plato cuando haya terminado de comer.
<ul style="list-style-type: none"> • Cuando haya terminado de comer, coloque el cuchillo y el tenedor en diagonal a través de la placa con las puntas hacia abajo y el mango hacia la derecha.
ETIQUETA PARA LOS NEGOCIOS Y EL PROTOCOLO
Relaciones y Comunicaciones
<ul style="list-style-type: none"> • Este es un país donde la creación de redes es importante, ya que amplía su base de personal que podría tener una conexión que necesita.
<ul style="list-style-type: none"> • Al igual que muchas culturas latinas, los venezolanos tienen aversión al riesgo, lo que es importante que conozca y confíe en las personas con las que hacer negocios.
<ul style="list-style-type: none"> • Los venezolanos prefieren las reuniones cara a cara para hacer negocios por teléfono o por escrito, que son vistos como demasiado impersonal. Se necesita tiempo para desarrollar relaciones.
<ul style="list-style-type: none"> • La apariencia importa a los venezolanos. Vístete bien y trata de alojarte en un hotel de buena reputación.
<ul style="list-style-type: none"> • Puestos de responsabilidad en los negocios son predominantemente en manos de la clase alta, así que es importante que preste atención a la jerarquía y la deferencia adecuada y el respeto a aquellos en posiciones de autoridad
Etiqueta para los Negocios de la Reunión
<ul style="list-style-type: none"> • Las citas de negocios se requieren con frecuencia se pueden programar a corto plazo, sin embargo, lo mejor es hacerlas de 2 semanas de antelación por teléfono, correo electrónico o fax.
<ul style="list-style-type: none"> • La confirmación de reuniones por fax o correo electrónico, en español, por lo menos una semana antes de la reunión. Lo mejor es programar las citas de la mañana.
<ul style="list-style-type: none"> • Evite programar reuniones en la tarde del viernes, para muchos venezolanos es indispensable salir temprano para el fin de semana. A menudo es difícil de programar las reuniones en las dos semanas antes y después de Navidad y Carnaval, y tres semanas antes y después de la Pascua.
<ul style="list-style-type: none"> • Los venezolanos son generalmente puntuales para reuniones de negocios, sobre todo si están acostumbrados a trabajar con empresas internacionales.
<ul style="list-style-type: none"> • La primera reunión es formal.
<ul style="list-style-type: none"> • Tienen todo el material escrito disponible en inglés y español.
<ul style="list-style-type: none"> • Las decisiones no se establecen en las reuniones, Las reuniones son para el debate y el intercambio de ideas.
<ul style="list-style-type: none"> • Enviar una nota de agradecimiento a los ejecutivos de más alto rango después de la reunión.
NEGOCIACIÓN COMERCIAL
<ul style="list-style-type: none"> • Esperar un mínimo de una pequeña charla antes de entrar a trabajar, los venezolanos mayores prefieren conocer a la gente antes de hacer negocios con ellos, mientras que los empresarios más jóvenes están más preocupados con las empresas de la relación social.
<ul style="list-style-type: none"> • Tomará varias reuniones para llegar a un acuerdo, la negociación y el tiempo de consulta es importante.
<ul style="list-style-type: none"> • Las relaciones son vistas como más importantes que los documentos de negocios.
<ul style="list-style-type: none"> • Negociaciones y decisiones que toman mucho tiempo.

NEGOCIACIÓN COMERCIAL
<ul style="list-style-type: none"> Las empresarias venezolanas son jerárquicas las decisiones se toman por quien es la mayor autoridad.
VESTIDO DE ETIQUETA
<ul style="list-style-type: none"> Vestimenta apropiada de negocios que se espera. Los hombres deben usar de buena calidad, trajes conservadores, de color oscuro. Las mujeres deben usar trajes o vestidos elegantes. Deben estar bien vestidas, incluyendo maquillaje, joyas

Tabla 3. Selección de Mercados

ESTADOS UNIDOS¹⁰
DEMOGRAFÍA
<p>Población: Estados unidos cuenta con una población de 308, 745,538 habitantes, y mi empresa no es tan grande para cubrir toda esa población por eso la calificación designada fue de 3.</p>
<p>Segmentación: La calificación fue positiva ya que 14 a 65 años hay más oportunidad de que haya un consumo de mi producto y esta edad tiene un porcentaje representativo de toda la población, de este país.</p>
<p>Clima: La calificación estuvo neutra ya que mi producto fuera de ser un energizantes es una bebida refrescante y en muchas ocasiones se puede dejar de consumir por un clima frio, los consumidores van a preferir otras bebidas tal vez calientes.</p>
CULTURA
<p>Idioma : La calificación es 3 ya que no se habla el mismo idioma</p>
ECONOMÍA
<p>La inflación, la nota es 2 por que la inflación es de 2.80% un valor menor del 10% la inflación, es el incremento sostenido y generalizado de los precios en los bienes y servicios. Esto se da porque puede haber el incremento del dinero en circulación, o del costo de los factores de la producción (materias primas, energía, salarios, etc.).</p>
<p>Desempleo: El desempleo en estados unidos es del 9,3% la nota asigna es 3 ya que no es tan alto mientras haya más empleo se va a generar más dinero y mas consumo por parte de las personas.</p>
<p>Balanza Comercial: La balanza comercial de Estados Unidos fue de -690,615 millones, fue una cifra positiva por ende la calificación fue, porque importa más de lo que exporta.</p>

¹⁰ Central Intelligence Agency. www.cia.gov.co

País Estados Unidos Wikipedia, La Enciclopedia Libre.
es.wikipedia.org/wiki/Política_de_los_Estados_Unidos

Ingreso per cápita : La nota es buena porque el ingreso que tiene los estadounidenses anual es medio alto y así puede haber más consumo por parte de las personas.

POLÍTICA

Tipo de gobierno el gobierno de estados unidos es democrático, todos los ciudadanos tiene el derecho a escoger a gobernador por eso la calificación es 5

Tendencias Políticas: La calificación tuvo un impacto negativo porque es un gobierno populista, es aquel que toma medidas específicas que saben que son de agrado de las grandes masas populares aunque vayan en contra de finanzas o de la economía o del beneficio propio del país, este tiene solo un objetivo, y es obtener el apoyo popular de las clases que no entienden el daño que las mismas pueden causar al país.

Políticas comerciales la calificación es 2 porque es un gobierno proteccionista.

COMERCIO EXTERIOR

Preferencias Arancelarias: Con Estados Unidos hay un tratado de libre comercio y se tiene preferencias con este producto y la calificación asignada fue de 5.

Barreras: Estados Unidos si coloca barreras arancelarias

Transporte: Hay tres medios de transporte por tal motivo es más fácil desplazar la mercancía, la calificación es 5.

Frecuencia: La frecuencia es semanal y la nota es positiva porque pueden ser más seguidos los envíos.

Costo: El costo estimado llegando al puerto de Savannah es de 1279 US por tal motivo la nota fue de 3.

Ecuador

Se refieren esencialmente a las personas que están haciendo negocios, se pasan el tiempo hablando de temas que no tienen nada que ver con los negocios. Esto debe considerarse como tiempo de construcción de relaciones.

Se debe evitar la confrontación y tener cuidado de no avergonzar a las personas en lugares públicos en posiciones incómodas. Llamar la atención a un error de alguien demuestra una falta de delicadeza.

Nunca deje que alguien piense que no confía con él, ya que las relaciones de confianza son la piedra angular que le empresa debe asegurar. ¹¹

ECUADOR¹²
DEMOGRAFIA
Población: Ecuador tiene 308,745,538 habitantes es una población pequeña y tengo la capacidad de cubrir ese mercado por eso la calificación es 5.
Segmentación: la calificación fue positiva ya que 14 a 65 años hay más oportunidad de que haya un consumo de mi producto y esta edad tiene un porcentaje representativo de toda la población.
Clima: la calificación fue positiva porque el clima es fresco es nivelado y las personas pueden consumir mi producto también para la sed.
CULTURA
Idioma: el idioma es español, es el mismo idioma de Colombia y esto facilita las negociaciones por ende la calificación fue positiva.
ECONOMÍA
La inflación, La calificación es 5 por que la inflación es de 33% un valor mayor del 10% .la inflación, es el incremento sostenido y generalizado de los precios en los bienes y servicios. Esto se da porque puede haber el incremento del dinero en circulación, o del costo de los factores de la producción (materias primas, energía, salarios, etc.).
Desempleo: La calificación fue positiva ya que el porcentaje de la tasa de desempleo es baja y si hay más empleo las personas van a poder gastar más.
Ingreso per cápita: La calificación no fue muy buena ya que el ingreso anual de las personas es medio bajo y puede haber menor consumo por parte de las personas.
POLITICA
Tipo de Gobierno: la calificación fue 5 ya que es un gobierno democrático en donde los ciudadanos tiene el derecho de escoger a su representante.
Tendencias Políticas: La calificación tuvo un impacto negativo porque es un gobierno populista es aquel que toma medidas específicas que saben que son de agrado de las grandes masas populares aunque vayan en contra de finanzas o de la economía o del beneficio propio del país, este tiene solo un objetivo de obtener el apoyo popular de las

¹¹ País Ecuador Wikipedia, La Enciclopedia Libre. es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_Ecuador

¹² Central Intelligence Agency. www.cia.gov

País Ecuador Wikipedia, La Enciclopedia Libre. es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_Ecuador

clases que no entienden el daño que las mismas pueden causar al país.
Políticas Comerciales: La calificación es negativa porque es un gobierno proteccionista impone aranceles a las importaciones, cuotas restrictivas, barreras y se evita la absorción extranjera de los mercados locales y de las empresas.
COMERCIO EXTERIOR
Balanza Comercial: La calificación es positiva ya que la balanza de ecuador esta negativa, esto traduce que ecuador importa más de lo que exporta, y ahí hay una oportunidad de vender.
COMERCIO EXTERIOR
Preferencias Arancelarias: la calificación fue 5 porque tenemos preferencias para ingresar a ese país.
Barreras: La calificación fue 3 ya que el gobierno de ecuador a veces coloca impuestos en donde no debe colocarlos.
Transporte
Medios de transporte: la calificación es 5 porque ecuador tiene 3 medios de transporte lo que facilita mucho el comercio.
Frecuencia: la frecuencia es semanal y la nota es positiva porque pueden ser seguidos los envíos
Costo: el costo estimado llegando al puerto de Guayaquil es de 506 USD, es un costo razonable por ende tuvo una calificación positiva.

El país que fue elegido según un previo estudio de mercado teniendo en cuenta ciertas variables fue Ecuador.

Los energizantes se categorizan como producto de consumo masivo, ya que este es un producto terminado y se puede consumir desde el mismo momento en que se adquiere, los clientes serian aquellas personas que estén entre la edad de 17-55 años, pues no lo deben consumir los niños y tampoco adultos mayores a 55 años otro tipo de personas a los que va dirigido el producto son a los deportistas y personas que tiene actividades físicas pesadas y tienen un ritmo de vida agitado.

4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor

Objetivos del Estudio del Mercado Consumidor

- Estudiar y analizar diferentes variables que permitan conocer el mercado consumidor, logrando identificar quienes serán nuestros clientes objetivos teniendo en cuenta ubicación, portafolios y productos, el tamaño del mercado al cual se ofrecen los energizantes de Naranja.
- Analizar cuáles son las exigencias y necesidades que el consumidor manifiesta en el mercado para adquirir una bebida energizante.
- Determinar la demanda de los energizantes principalmente en el mercado ecuatoriano
- Conocer todas las opiniones que los consumidores puedan tener de las bebidas energizantes, del producto como tal, que beneficios y perjuicios encuentra en estas.
- Determinar y estudiar muy detenidamente el precio que está dispuesto a pagar el consumidor por una bebida energizante 100% natural.

Las variables que se estudiaron de los posibles clientes fueron:

- Ubicación.
- Beneficios que a nuestra empresa pueda facilitar el reconocimiento de las bebidas energizantes ENERGYTIZER como por ejemplo sucursales, abastecimiento de tiendas y supermercados, etc. (mayoristas).
- Si el cliente maneja productos de la competencia (Red Bull, entre otros .)

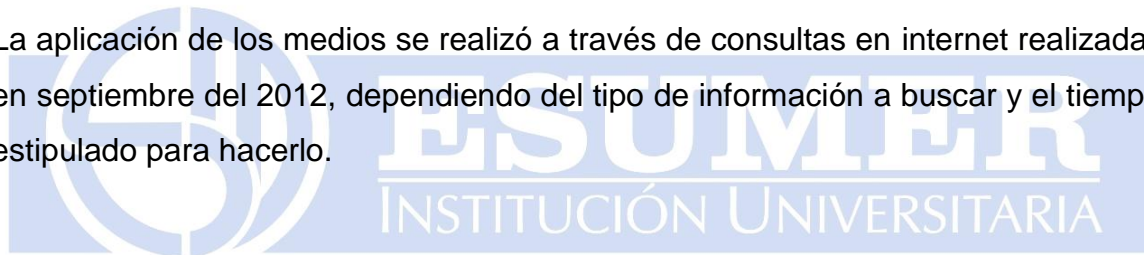
Medios a través de los cuales se realizó el Estudio del Consumidor

Inicialmente se realizó un estudio previo del cliente por medio de fuentes de información como páginas web e internet, confiables.

Con la información encontrada se llegó a la conclusión que estas empresas mayoristas podrían ser una buena fuente de entrada al mercado Ecuatoriano ya que muy reconocidas en el país, esto nos permitirá llegar más fácil y rápido a tiendas y lugares donde un consumidor final pueda adquirir el producto como por ejemplo: supermercados, licorerías, ligas deportivas, clubes, universidades, etc.

Aplicación de los Medios

La aplicación de los medios se realizó a través de consultas en internet realizadas en septiembre del 2012, dependiendo del tipo de información a buscar y el tiempo estipulado para hacerlo.



Resultados del Estudio de los Consumidores

Población Consumidora: La población podrá ser cualquier persona que lo quiera consumir porque no tiene ninguna indicación, pero específicamente lo podrían consumir personas que necesitan una fuente de hidratación como lo son deportistas personas que se mantienen ejercitando diariamente y también clientes que tengan un ritmo de vida un poco agitado y necesiten un producto que les de energía.

Criterios de compra de los consumidores: Se ofrecerá un producto con un alto nivel de calidad ya que esta es una bebida 100% natural, garantizando que no genere perjuicios en el organismo del consumidor si no que por el contrario satisfaga la necesidad que este busca y es hidratarse con una bebida refrescante que active el organismo sin generar contraindicaciones en el mismo.

la forma de pago de los consumidores será de contado , pero la política de pago de nosotros hacia los distribuidores será 50% anticipado, 50% un mes después de entregada la mercancía

Ubicación de los consumidores: Queremos incurrir la bebida energizante ENERGYTIZER en el país de Ecuador centrados más específicamente en la ciudad de Quito, el producto se comercializara en toda la ciudad por medio de la distribuidora DIPOR S.A. la cual venderá a empresas mayoristas que se encargaran de distribuir el producto a los diferentes supermercados, licoreras, tiendas y universidades de la ciudad.

Determinación de la Demanda

Defina tamaño del segmento del mercado¹³: Nuestro tamaño de segmento prácticamente es difícil de dar un valor aproximado, ya que relativamente quien quiera adquirir una bebida energizante lo puede hacer sin ningún problema ya que lo eligen en un momento apropiado y tiempo deseado para ellos, porque ven la necesidad de refrescarse de forma rápida y segura y sobre todo en cualquier lugar de la ciudad. Además, tienen la capacidad económica como para pagar una bebida. Son sensibles a las actividades promocionales y finalmente, la compra de la bebida la efectúan en cualquier tienda, supermercado u universidad que este ubicada en la ciudad.

Luego de analizar detalladamente el mercado ecuatoriano, se puede llegar a la conclusión de que los consumidores de este país no ponen muchas barreras a la hora de comprar un producto que para ellos sea de buena calidad y satisfaga sus

¹³ Tasa de Crecimiento del Ecuador. INDEX Mundi.
<http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ec&v=24&l=es>

necesidades, ya que están acostumbrados a endeudarse pero vivir cómodamente. Es por esto que este tipo de comercializadoras como DIPOR S.A. Se la juegan todo por ofrecerles un producto de calidad a sus clientes, y por eso mismo es que mantienen buenas las relaciones con sus proveedores, exigiéndoles un estándar en servicio, calidad.

El Con el consumo aparente (actual) de Ecuador está dado por un 75% de personas que no solo optan por la necesidad de hidratarse, si no de que el producto le aporte una mínima cantidad de energía extra al cuerpo debido a las extensas jornadas de trabajos y desgastes físicos en otras actividades que desarrollan con el día a día, además que tienen total seguridad de que al beberla no tendrán alteraciones en el cuerpo como suelen pensar la mayoría de los consumidores. El otro 25% está compuesto por los menores de edad, adultos mayores y mujeres embarazadas para quienes está prohibido en totalidad el consumo del energizante.

El crecimiento proyectado para este tipo de bebida será del 29% ya que el promedio porcentual anual del cambio en el número de habitantes, como resultado de un superávit (o déficit) de nacimientos y muertes, y el balance de los migrantes que entran y salen de el país. El porcentaje puede ser positivo o negativo. La tasa de crecimiento es un factor que determina la magnitud de las demandas que un país debe satisfacer por la evolución de las necesidades de su pueblo en cuestión de infraestructura (por ejemplo, escuelas, hospitales, vivienda, carreteras), recursos (por ejemplo, alimentos, agua, electricidad), y empleo. El rápido crecimiento demográfico puede ser visto como una amenaza por los países vecinos.

Según el artículo sacado de *Revista Económica del IDE Perspectiva. IDE Escuela de Dirección de Empresas, Ecuador*¹⁴, llamado “El Consumo en Ecuador: Indicadores Exclusivos” del autor Julio José Prado, nos indica que mientras la promesa de una empresa esté más alineada hacia su mercado objetivo y a las necesidades del mismo, mayores posibilidades de éxito tendrá esa oferta comercial. Por esto se vuelve prioritario volcar constantemente las miradas hacia el comportamiento de consumo del mercado, para diferenciar los factores que prevalecen dentro de las decisiones de los posibles clientes, e irlos incorporando dentro de la estrategia comercial de todo negocio que quiera buscar el éxito.

Para ayudar en este camino intentamos destacar, dentro de los principales mercados de consumo del país, las características que mueven las decisiones de consumo. Para esto se utilizarán las estadísticas mensuales elaboradas por PULSO ECUADOR. De los bienes que se analizan en estos reportes, hemos escogido las 10 categorías que más incidencia tienen en el consumo de los hogares del país.

Tabla 4. Categorías de Productos con mayor incidencia en el Ecuador

Descripción de Producto	%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	29%
Servicios básicos	8%
Transporte y movilización	7%
Educación	5%
Restaurantes	5%
Calzado	4%
Vestido	4%
Alquiler vivienda	4%
Servicio doméstico	4%
Vacaciones	3%
Mesadas para hijos	3%
Salud	3%
Entretenimiento	2%
Celulares	2%
Artículos aseo personal	2%
Otros.	15%

¹⁴Prado Julio José. *El Consumo en Ecuador: Indicadores Exclusivos. Revista Económica del IDE Perspectiva. IDE Escuela de Dirección de Empresas.*
<http://www.ideinvestiga.com/ide/documentos/compartido/gen--000011.pdf>

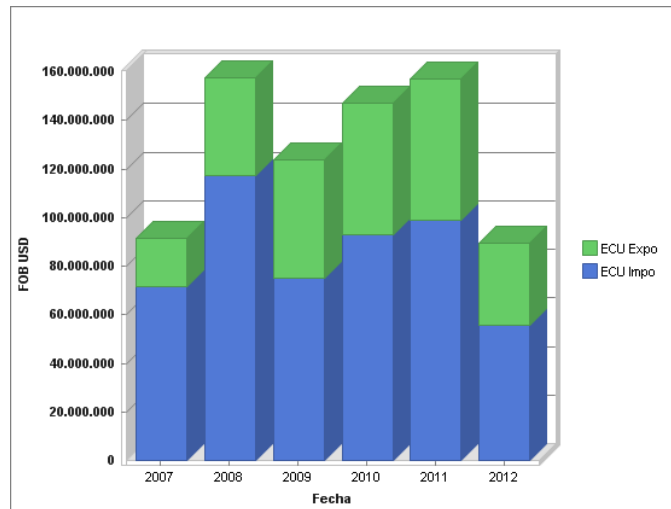
Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron este Plan de Negocios

Con el cual se espera incrementar el 29% ya que es el campo en el cual se mueve las bebidas no alcohólicas, pero no se posee una cifra específica o exacta de cuanto es el nivel de participación de las bebidas energizantes en dicho país.

Por tanto esta cantidad de clientes que va a tener la empresa será relativa. Al principio, se buscará hacer buena distribución con DIPOR S.A quien es el minorista al que se quiere llegar en primera instancia. Luego si las expectativas son cumplidas, se procederá extender el producto por todo el país. La demanda potencial y el crecimiento del producto en el mercado, al principio no van a ser tan fácil porque siempre se requiere un margen de tiempo para que un producto nuevo se acostumbre al mercado y los consumidores empiecen a generar recordación del mismo. Una vez pasado cierto lapso con el producto promocionado de una buena manera, ubicado en buenas góndolas, distribuidos en tiendas, universidades, clubes sociales, etc. la demanda empezará a crecer gracias a que los consumidores estarán comprándolo más y todo esto hará que se sigan teniendo pedidos por parte de los minoristas americanos.

En cuanto a las exportaciones e importaciones de Ecuador, podemos ver detalladamente como el consumo de las bebidas ha ido incrementando, el cual es buena noticia para FROZEN, ya que las ventas irán mejorando y aumentando a su vez las cantidades de bebidas a elaborar. (Ver Figura 1)

Figura 1. Exportaciones e Importaciones por Bebidas en Ecuador



Nombre de la fuente:: *Elaboración propia de los estudiantes que realizaron esté Plan de Negocios*



4.4. El Mercado Proveedor

4.4.1. Proveedores y el Estudio del Mercado de Proveedor

VARIABLES ESTUDIADAS DEL MERCADO PROVEEDOR

Inicialmente se buscara en los proveedores que el producto que nos van a vender sea de muy buena calidad, vendiéndonos un producto natural, sano sin ninguna clase de contaminación, también que el proveedor este certificado por la norma de calidad. Así se pretende encontrar en estos las siguientes características:

- Que ofrezca buenos tiempos de entrega
- Que se acuerden entre las partes precios justos donde se beneficien ambos.
- Que cuente con una buena capacidad de financiación y permita facilidades de pago, además que sea transportado hasta la empresa

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

El estudio de los diferentes proveedores se realizó a través del internet. Búsqueda de información reciente y verdadera que fuera acorde a lo solicitado. A continuación las páginas (fuentes) donde se encontró dicha información:

Aplicación de la Medios: La aplicación de los medios fue a través del internet. Por lo que el quién y el dónde se convierten en las fuentes mencionadas anteriormente. El tiempo de aplicación se dio al momento de necesitar saber cuales iban a ser los posibles proveedores de la materia prima o los insumos para la empresa.

Tabla 5. Resultados del Estudio de los Proveedores

Producto	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Proveedor
Naranja	Fruta con suplemento vitamínico de Vitamina C por naturaleza	2 unidades	\$200	\$400	Central Minorista de Antioquia
Tiamina	Vitamina B1	30.00 gramos	\$ 960	\$32.000	Distribuidor a Córdoba
Taurina	Acido orgánico interviene en la excitación nerviosa	0.20 gramos	\$3,62	\$18.149,88	Rau Chemical
Gluconolactona	Sustancia química precursora de la Tiamina	0.40 gramos	\$7,20	\$18.000	Quimifast
Guaraná	Planta originaría del amazonas	0.60 gramos	\$10,88	\$18149,88	Distribuidor de plantas y semillas S.A
Sodio	Reglamentado por el Decreto 2229 del Ministerios de Salud	0,000460 Gramos	\$0,0002962	\$644	Líquidos Químicos S.A

Producto	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Proveedor
Azúcar blanca	Cuerpo de características sólidas que es blanco y se encuentra cristalizado. Este tipo de sustancia forma parte de los hidratos de carbono, es soluble en H ₂ O y se caracteriza por su sabor dulce.	0,25 gramos	\$0.50	\$2000	Incauca S.A
Calcio	Reglamentado por el Decreto 2229 del Ministerio de Salud	0,000060 gramos	\$0,0000191	\$317,622	Líquidos químicos S.A
Magnesio	Reglamentado por el Decreto 2229 del Ministerios de Salud	0,0000144 g/ml	\$0,0000144	\$1000	Líquidos Químicos S.A
Potasio	Reglamentado por el Decreto 2229 del Ministerios de Salud	0,000195 g/ml	\$0,001769	\$9074	Líquidos Químicos Ltda
Antioxidantes	Resolución 4124/1991	30,00 ml	\$326.67	\$10.889	Químicos Fonseca Ltda
Colorantes	Resolución 10593 de 1985, Ministerio de Salud	0.55 gr	\$241	\$4.385	Químicos Fonseca Ltda
Saborizantes	Normas FAO/OMS	0.60 gr	\$10.89	\$18.149	Químicos Fonseca Ltda
Lata	Planteado por la empresa Yecalu Ltda y un diseñador grafico.	Unidad	\$800	\$800	Prodenvas es

Producto	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Proveedor
Cajas para el empaque	Estructura formada por un nervio central de papel ondulado, reforzado externamente por dos capas de papel pegadas con adhesivo en las crestas de la onda.	Unidad	\$76,92	2000	Iduempaqu es Medellín S.A

Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron este Plan de Negocios

4.5. El Mercado Competidor

4.5.1. Competidores

Los principales competidores del producto Energizante son:

Nombre de la empresa: Red Bull GmbH. (Austria)

Producto: Red Bull.

Red Bull GmbH¹⁵ es una compañía austriaca que comercializa la bebida energética «Red Bull». En 2010 se vendieron 4.204 millones de latas de esta bebida. Con 7.758 empleados en 161 países, la compañía tuvo unos ingresos de 3.785 millones de euros.¹ La sede principal de la empresa se encuentra en Fuschl am See, Austria. El fundador de la compañía es Dietrich Mateschitz, un empresario austriaco.

Se puede analizar que es una marca muy reconocida y que esta en muchos países uno de ellos es Ecuador, se podría decir que es nuestro mayor competidor

¹⁵ Wikipedia, La Enciclopedia Libre. es.wikipedia.org/wiki/Red_Bull_GmbH.

en el mercado ecuatoriano.

Nombre de la empresa: Postobon S.A

Producto: Peak

Postobón S.A.¹⁶ Es una de las compañías de bebidas más grandes y más antiguas de Colombia.¹ Esta empresa cuenta con un amplio portafolio de productos que incluye bebidas sin alcohol, zumos de frutas, agua mineral, té, y bebidas energéticas.

Se ha creado gaseosas de diferentes sabores, uva, manzana, piña, soda y limón. Otros productos incluyendo agua embotellada y los jugos de caja.

Esta empresa es muy conocida y su producto energizante también es un competidor grande, por la trayectoria que tiene esta empresa porque tiene sede en muchos países el peak tiene un precio muy bajo que está al alcance de muchos consumidores.

Nombre de la empresa: Quaker Oats Company, una división de Pepsi Co.

Producto: Gatorade.

Gatorade¹⁷ es la bebida deportiva oficial de los principales deportes, equipos profesionales y asociaciones deportivas en todo el mundo, ayudando tanto a atletas como a millones de entusiastas del deporte a rendir siempre al máximo de sus posibilidades.

Gatorade está en 80 países no es un competidor directo porque está demasiado

¹⁶ Wikipedia, La Enciclopedia Libre. es.wikipedia.org/wiki/Postobón

¹⁷ Distribuidora Corripio. <http://www.corripio.com>

enfocado en los deportistas y tienen y en hidratarse y aunque tiene varios componentes no son los mismos componentes que cualquiera de los otros dos energizantes pero muchas personas lo consumen lleva una gran trayectoria en el mercado y hace parte de nuestros competidores.

4.5.2. Estudio del Mercado Competidor

VARIABLES ESTUDIADAS DEL MERCADO COMPETIDOR

- Trayectoria que llevan estas empresas en el mercado.
- Precios
- Calidad
- Sabor (en esta variable se encuentra una oportunidad en el mercado ya que las bebidas estudiadas tienen un componente y sabor muy similar)

Estrategias y medios para el estudio del Mercado Competidor: Las estrategias que se utilizaron para estudiar el mercado competidor fueron principalmente fuentes de internet y las páginas web con las que cada empresa de la competencia cuenta

Aplicación de los Medios: En septiembre de 2012 se hizo una investigación en la web acerca de Red Bull una bebida que está en más de 120 países y allí en Ecuador, no se encontró el porcentaje exacto pero es una de las bebidas energéticas más reconocidas.

También se encontró que Postobon es una empresa que está en muchos países y tiene mucha trayectoria en el mercado que uno de los países que se encuentra es Ecuador que se está impulsando mucho la bebida energética y que además tiene un precio muy asequible. Y otra bebida que está en más de 80 países y que se encuentra también en Ecuador es Gatorade que aunque no es una

competencia tan directa porque esta enfocada más en los deportistas y tienen unos componentes diferentes también y hace parte de nuestros competidores.

Tabla 6. Resultado del estudio de la competencia

Consultando la web se pudo encontrar:

Nombre de la Competencia	País	Proveedor
Red Bull	Ecuador	USD 2.00.
Peak	Ecuador	USD 1,5
Gatorade	Ecuador	USD 1,3

Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron este Plan de Negocios

Estas empresas llevan mucha trayectoria en el mercado y son muy reconocidas, tienen una gran participación en el mercado y en Ecuador tienen un precio que es muy favorable, la calidad de los productos es excelente son de empresas muy grandes, Gatorade tiene su propia sede en Ecuador.

El sabor del Gatorade es diferente al del Peak y el Red Bull y ya que contiene algunos componentes diferentes y está enfocada más en los deportistas, el Peak y el Red Bull tienen un sabor muy parecido, ENERGYER aunque será de una empresa colombiana que no tiene mucha trayectoria en el mercado, y es una pequeña empresa y no competirá mucho con los precios en el mercado tendrá un sabor diferenciador y será una bebida 100% natural, cumplirá con las mismas funciones del Gatorade que lo pueden usar los deportistas para hidratarse, también cumplirá con la necesidad que cumple el Red Bull el Peak que es darle energía a las personas y además lo podrán consumir cualquier persona porque tendrá un sabor diferente ya la vez un componente natural como es la naranja.

4.6. El Mercado Distribuidor

4.6.1. Distribución

Nuestro distribuidor es: DIPOR S.A¹⁸. Es una empresa ubicada en Ecuador específicamente en Quito, Guayaquil, comercializadora de importadora productos de consumo masivo por mencionar algunos ejemplos esta Tampico, familia, Aldor entre otros, fundada en 1974, empresa familiar que es muy reconocida en Ecuador, y cuenta con centros de distribución propios en 16 ciudades de este país, atienden más de 80000 puntos de venta semanalmente.

DIPOR S.A

RUC 990789061001

Teléfono: (+593 #) 2250352 / 2250352 Fax ID 27821

Dirección: KM 8.5 IA DAULE 0 0 0

La distribución de los energizantes en el mercado ECUADOR va a ser a través de un tercero el cual es :

DIPOR S.A

Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

DIPOR S.A se relaciona con nuestro producto es importador y comercializador de productos que no son de su marca propia, además es un gran mayorista de la ciudad de Quito, debido a esto vemos una oportunidad de que los energizantes puedan ser distribuidos a los diferentes establecimientos comerciales por medio de los cuales se da a conocer nuestro producto y además se le facilita al cliente la adquisición del mismo.

Las condiciones de compra que se determinaron fueron las siguientes:

- Tiempos de entrega acordados sin demoras.

¹⁸Importadora Comercializadora Dipor S.A. <http://www.Dipor.com/contacto.php>

- No recibirán mercancía averiada ni mal empacada, pues la presentación y el estado en que llegue la mercancía debe ser intacta.
- Llevaran un control de los tiempos de entrega y la capacidad con la que cuenta la empresa para abastecer el mercado para así realizar una evaluación y tomar finalmente la decisión de llegar a negociar o no.
- Se pagara el 50% anticipado y el otro 50% un mes después de que llegue la mercancía

Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

Los medios por los cuales se obtuvo inicialmente la información de los distribuidores fue a través del internet y las páginas web de estas empresas, donde se pudo observar la gran gama de productos que manejaban, su crecimiento en el mercado, estados financieros positivos que permitían observar una estabilidad económica muy convincente. Luego a través de entrevistas y comunicación con el personal de compras de cada empresa ENERGYTIZER presento lo que se pretendía con esta bebida y las diferentes tiendas mayoristas nos presentaron su información sobre su empresa.

Aplicación de la Medios

En septiembre se hizo una consulta en la web de posibles y grandes distribuidores de bebidas que no la utilizaran como marca propia ya que queremos que el producto sea con nuestra marca y encontramos a DIPOR S.A una comercializadora e importadora que distribuye productos de consumo masivo se vio su catalogo de productos y de ahí se determino como distribuidor nuestro

Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

La distribución física internacional se va a llevar a cabo por medio de la agencia de carga MALCO CARGO su agencia de aduana Mario Londoño, ellos mismos nos proporcionaran la cobertura del seguro de la mercancía.

Se exportaran 175.000 unidades que irán empacadas de a 26 unidades.

A continuación se presenta la cotización hecha por la agencia de carga MALCO CARGO





Medellín, Octubre 10 de 2012

SEÑORES

FROZEN S.A.S

A continuación nos permitimos dar a conocer nuestra oferta de servicios marítimos hacia ECUADOR (QUITO) en carga LCL en un término de negociación CIF.

TRANSPORTE INTERNACIONAL DE MEDELLIN A QUITO

ORIGEN	DESTINO	20'	40'	TT	VIGENCIA
MEDELLIN	ECUADOR QUITO	USD 1050	USD 1700	1 DIA	30.12.2012

Se lleva la mercancía vía marítima desde MEDELLIN. Hasta QUITO

Gastos

- 75 usd x tonelada métrica.
- Tarifa Mínima de 160 usd
- Gastos: BL 50 usd,
- Consolidación 16 usd,
- Recargos aplicados 60 usd
- Ingreso Al puerto 22 usd más IVA.



Si la mercancía no se encuentra asegurada, gustosamente ofrecemos ampararla, por un costo razonable, bajo la póliza automática que MALCO CARGO S. A. ha tomado para sus clientes.

En caso de aceptación de nuestros servicios, estos se prestarán, con base en los términos de esta cotización.

El recibo de los contenedores en el interior del país está sujeto a la disponibilidad de espacio en los patios de las líneas de aerolíneas

Cordialmente,
EDILSON A. GIRALDO GÓMEZ
Jefe Aduana Interna y Tramites Oficiales
Agencia De Aduanas Mario Londoño S.A Nivel 1
Tel: 574-352 1313 Ext. 135
Fax: 574-266 7029
Medellín – Antioquia – Colombia
E-mail: edilson.giraldo@malco.com.co
Web: www.malco.com.co

Tabla 7. Costos De La Matriz Marítimo

El termino de negociación es CIF y el modo de transporte es marítimo

Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron esté Plan de Negocios

EXW

Detalle	Valor COP	Valor USD
<i>Embalaje: mercancía + empaque + arriendo</i>		
175.000*\$5.000	\$875.000.000	500.000
Embalaje	\$600.000	342.86
Empaque	\$600.000	342.86
Arriendo Contenedor	\$2.000.000	1142.86
Documentos	\$80.000	45.71
Unitarización	\$180.000	102.06
TOTAL EXW	\$878.460.000	501.977,14

FCA

Detalle	Valor COP	Valor USD		
Transporte interno	\$1.800.000	1.028,57		
Agente de aduana Expo "0.5%*878.460.000"	\$4.392.300	2.509,89	Valor Mercancía	\$878.460.000
DEX	\$40.000	22,86	Transporte interno	\$1.800.000
Gastos Portuarios Origen	\$800.000	457,14		\$880.260.000
	\$7.032.300	4.018,46	Seguro Interno 1%	\$8.802.600 5.030,06
Valor mercancía	\$878.460.000	501.977,14		
Recargos en FCA	\$70.32.300	4.018,46		
1% del seguro interno	\$8.802.600	5.030,06		
TOTAL FCA	\$894.294.900	511.025,66		

A partir de CPT todo se expresa en dólares.

CPT

Detalle		
Transporte internacional	0.60us*4375KL	2.625
Fs	0.5us*4375KL	2.187,5
Security (Recargo)	0.10us*4375KL	437,5
Due agent (Recargo)		30
Due carrier (Recargo)		25
		5.305
Mercancía	511.025,66	
TOTAL CPT	516.330,66	

CIF

Detalle	
Mercancía	516.330,66
Seguro internacional 1%	5.169,30
TOTAL CIF	521.499,96

Nombre de la fuente: Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron esté Plan de Negocios

4.6.2. Manejo de Inventarios

Se pretende cubrir un porcentaje del mercado nacional y ecuatoriano con 100.000 latas de bebidas energizantes al mes, dejando 60.000 para el mercado nacional y 15.000 que estarán en el inventario para que no falte llegado el caso de que se haga otro pedido.

4.6.3. Comunicación

- El nombre comercial de la bebida energizante es ENERGYTIZER
- El envase del producto contiene una combinación de colores que harán llamativo la bebida energizante como son: amarillo, verde, azul y naranja.
- El nombre de la empresa es FROZEN S.A.S.

4.6.4. Actividades de Promoción y Divulgación

Con la ayuda de nuestros proveedores se pretende realizar una campaña publicitaria en sectores específicos como universidades, colegios, licorera, clubes, en donde se presente una nueva bebida energizante llamada ENERGYTIZER, vemos esta actividad como una gran oportunidad para dar a conocer el producto en el mercado y poder mostrar el buen efecto y la buena activación que genera el producto en el organismo sin causar ninguna contraindicación ya que es 100% natural, aporta vitaminas y que además logra refrescarse con calidad y un buen sabor.

Este tipo de publicidad tendrá un valor aproximado de 2.000.000

4.7. Precios de los Productos

4.7.1. Factores que influyen

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

Tabla 8. Factores que Influyen en el Precio

Producto	Factor 1	Factor 2	Factor 3
Energizante	Con base en la competencia	Porque es un producto innovador 100% natural y con un sabor diferenciador.	Según los costos y gastos que incurren en su elaboración

Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron esté Plan de Negocios

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

Producto	Costo	Precio establecido	Margen de contribución
Energizante	\$2.711,58	\$6.000	\$3.288,42, 54,8%

Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron esté Plan de Negocios

- Con base en el mercado
- Por los gastos que incurren

4.7.3. Política de Precios

Se dará un plazo de 30 días después de que llegue la mercancía, no se dará descuento por volúmenes

4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Cargo	Proveedor	Costo	Especificación
Diseño grafico	Nevera amarilla	700.000	Se contratará ésta empresa la cual se encargará de realizar el logo de la empresa, letreros de ubicación, información y prevención que debe tenerse dentro de la empresa y servirán de guía a todo el personal y v Visitantes de la organización. Este servicio se tomará cada vez que la empresa vea necesario implementar letreros nuevos o cambiar algunos existentes.
Publicidad	Contratado por la empresa (externo) Víctor Castañeda	\$820.000	Se contratará ésta empresa con el fin de que realicen toda la publicidad de la empresa tanto a nivel nacional como internacional. Realización de tarjetas, portafolio, revistas, etc. Este servicio se utilizará mensual.
Total costos de comercialización		\$1.520.000	

Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron esté Plan de Negocios

4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado

Oportunidades	Amenazas
Tratados y relaciones bilaterales en los que pueden haber beneficios a la hora de comercializar	Incremento de nuevos competidores
el mercado de las bebidas ha crecido un 13% en los últimos años	Aumento de los costos logísticos y fletes
Devaluación	Productos sustitutos

4.10. Plan de ventas por año

Producto	1	2	3	4
ENERGYTIZER	\$12.600.000.000	\$13.419.000.000	\$14.291.235.000	\$15.220.165.275

Nombre de la fuente: *Elaboración propia de los estudiantes que realizaron este Plan de Negocios*
Incremento 6% anual

5. ASPECTOS TÉCNICOS

ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN

5.1. Objetivos de producción

Objetivo General: Determinar si es viable producir en una planta propia una bebida energizante 100% natural con sabor a naranja y tener una capacidad de comercializarla tanto como en el mercado nacional como en el internacional.

Objetivos Específicos:

- Hacer una descripción de los procesos de producción del energizante para tener un orden específico a la hora de la elaboración.
- Determinar cuál es la capacidad que la empresa puede producir, para así llevar un control de inventarios y tener un límite.
- Determinar cuáles son los recursos necesarios y las condiciones físicas que la empresa necesite para la elaboración de sus actividades.
- Analizar el perfil del personal que se necesite para la realización de las actividades.

5.2. Descripción del proceso de producción

Tabla 9. Proceso de Producción

Actividad	Descripción	Responsable	Maquinaria y equipos	Duración
Tratamiento de agua	Tratamiento de agua: se adhiere cloro y cal, estas sustancias eliminan las bacterias y los residuos.	Operario 1	Tanque de agua	1 hora
Limpieza del agua	En un tanque de arena que conectada por conductos en donde llega el agua después de su tratamiento, se encuentran unos filtros muy pequeños por donde pasa el agua y se limpia de todo residuo y/o bacterias.	Operario 1.	Tanque de arena.	2 horas
3. filtración	En un tanque con filtros diminutos, pasa el agua y ya se tiene agua potable.	Operario 2	Filtro de carbón	30 minutos
verificación	Se verifica si el agua ya es potable, en un filtro en donde pasa el agua para evitar cualquier error	Operario 2, y jefe de control de calidad	Filtro pulidor	20 minutos
preparación de jarabe simple	Se mezcla el agua purificada con azúcar simple (azúcar industrial blanca), se debe esperar 30 minutos hasta que la mezcla esté homogénea.	Operario 3	Estanque de jarabe simple	1 hora
Preparación de la naranja	Se hace el lavado de la fruta en agua potable, se desinfecta de cualquier bacteria. Se corta y se exprime, pasa el zumo después de ser exprimido por unos ductos al estanque	Operario 4	Pelador automático, exprimidor automático, y estanque para el zumo	1 hora

Actividad	Descripción	Responsable	Maquinaria y equipos	Duración
Mezcla de materias primas	El jarabe simple pasa por unos ductos al estanque de jarabe terminado, allí se mezclan todas las materias primas como lo son tiamina, taurina, guaraná, gluconolactona y naranja, se deja reposar un buen rato.	Operario 5	Estanque de jarabe terminado	3 horas
Carbonatación	ya con esta mezcla se tiene el jarabe terminado, que es una bebida que no tiene gas, se impulsa por una bomba al carbonatador, allí el liquido cae sobre una bandeja la cual tiene unas placas de enfriamiento	Auxiliar de operaciones 1	Bomba y carbonatador	2 horas
Verter	Se vierte el energizante de naranja a una llenadora por medio de unos conductos	Auxiliar operaciones 1	Llenadora	30 minutos
Inspección de control de calidad	el jefe de control de calidad verifica que todo el proceso este bien.	Jefe de control de calidad	Apuntes	30 minutos
Lavado y esterilizado de las botellas	Se realiza en una máquina automática por inyección de una solución cáustica caliente que limpia las botellas y las enjuaga a presión Con agua fresca para obtener una botella limpia y estéril	Auxiliar de operaciones 2	Máquina automática lavadora de botellas	1 hora

Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron esté Plan de Negocios

Actividad	Descripción	Responsable	Maquinaria y equipos	Duración
Llenado y tapado	El envase es presurizado a la misma presión de la llenadora, que se encuentra bajo presión de gas carbónico; una vez que alcanza el equilibrio de presiones entre la llenadora y el interior de los envases, la bebida es transferida por gravedad, hasta el interior del envase, interrumpiéndose el llenado cuando alcanza el nivel de lleno adecuado ,posteriormente se realiza el sellado	Auxiliar de operaciones. 2	Maquina de envasado automático	20 minutos
Control de calidad	Verifica que todo el proceso este bien, y si hay problemas en el proceso que se puedan resolver de manera previa.	Jefe de control de calidad	Notas de apuntes	20 minutos
Codificado	: Una vez que se ha llenado el envase, éste es codificado en forma automática con la fecha de elaboración, línea de Producción, hora e identificación de la Planta.	Auxiliar de operaciones 3	Maquina codificadora automática	2 horas
Empaque	se empacan manualmente las latas de energizantes en cajas de a 26 unidades	Auxiliar de operaciones 4, y 5		2 horas

Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron esté Plan de Negocios

Plan de Negocios: FROZEN S.A.S

Actividad	Descripción	Responsable	Maquinaria y equipos	Duración
Almacenamiento	Se organizan las cajas en pallets, y se almacenan ordenadamente en la forma FIFO (primeras entradas, primeras salidas) ya están listas para ser transportadas	Auxiliar de operaciones 5	Pallets Carretilla industriales manuales	30 minutos

Nombre de la fuente: *Coca Cola Embonor*. <http://www.embonor.cl/>

Scribd. La Biblioteca en Línea más grande del mundo. <http://es.scribd.com>

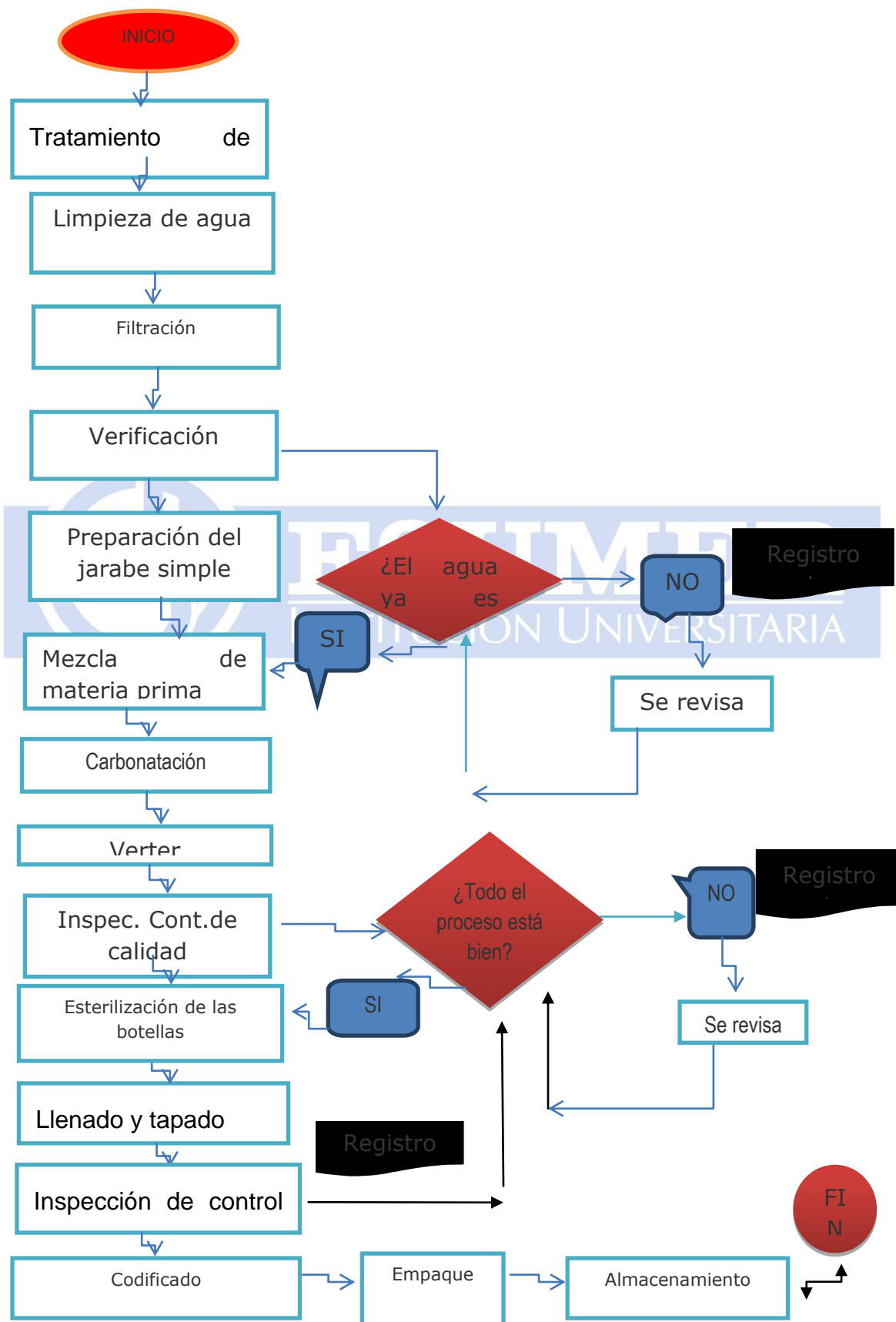
Alibaba.com Global Trade Start Here. <http://spanish.alibaba.com/products/automatic>

Katherine Lissette Miranda García, Sonia Gabriela Lema Reinoso Andrea Fernanda Freire Galarza Año 2009.



5.3. Capacidad de Producción

Figura 2. Diagrama de Producción



La capacidad de producción de la empresa es de 175.000 latas de energizantes al mes, esto para abastecer tanto al mercado nacional como el internacional, para este dato la compañía se baso en los estudios y profundos análisis que se han venido realizando. La compañía cuenta con el número de empleados suficientes y capacitados para el manejo de las maquinas a utilizar y cumplir así con un numero de 5.834 energizantes por día, es decir en un año la empresa producirá 2.100.000 latas de energizante, producción que será inspeccionada por el personal pertinente y la calidad de las normas establecidas por la empresa.

5.4. Plan de Producción.

A continuación se determina el plan de venta por día, mes y año para los energizantes con sabor a naranja, el cual contiene un empaque en lata.

Producto	Producción DIA	Producción MES	Producción AÑO	Política de inventario
Energizante de Naranja	5.834 latas	175.000 latas	2.100.000 latas	La empresa contara con un inventario reducido en las bodegas pues la idea es no tener mucho dinero en inventario, pues esto puede ser perdida para la empresa.

Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron esté Plan de Negocios

5.5. Recursos materiales y humanos para la producción

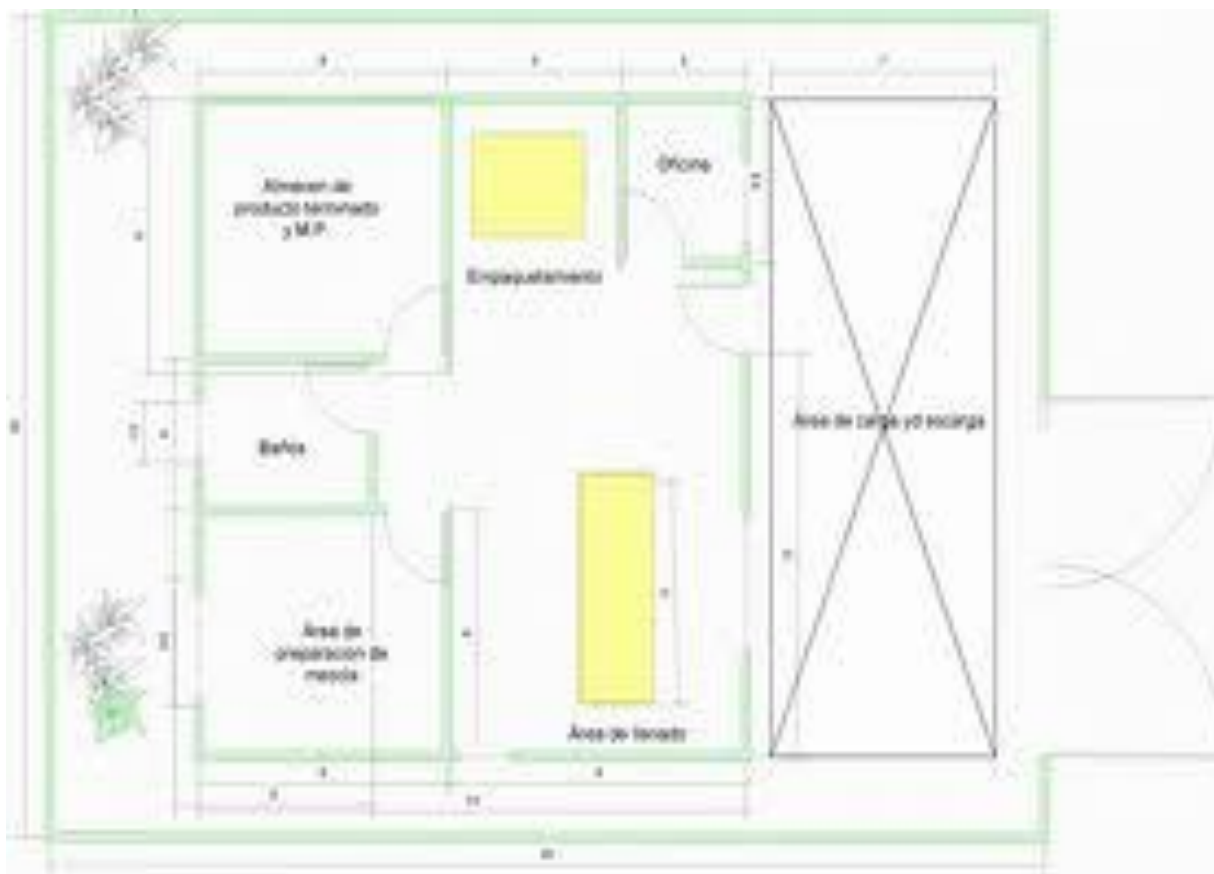
5.5.1. Locaciones

Para la planta de producción se necesitan 550 mt², en donde se ubicaran las maquinas, herramientas y operarios necesarios para la producción de los energizantes, el local será arrendado por este se pagará una mensualidad de \$6.000.000,el cual tendrá incluido el sistema de ventilación necesario y la iluminación que se requiera para llevar a cabo todas nuestras actividades, se

Plan de Negocios: FROZEN S.A.S

necesitan los servicios públicos, como agua, energía, gas natural y teléfono, espacios amplios entre cada máquina para visualizar mejor el trabajo que se va realiza y evitar accidentes por ello, finalmente unas bodegas para empacar el producto terminado antes de enviarlo a su destino final.

Figura 3. Plano de Distribución:



Nombre de la fuente: *Elaboración propia de los estudiantes que realizaron este Plan de Negocios*

5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Tabla 10. Maquinaria Equipos

Equipo	Descripción	Cantidad	Costo por unidad	Costo total	Proveedor
Tanque de agua	Tanque en donde se hace el tratamiento de agua que contiene Conducto de tuberías. 900 litros	1	\$20.0000	\$20.000.000	Importadora Colombia S.A (Bogotá)
Tanque de arena	Largo 50,19m, Ancho 16,73m, Profundidad 2m, Cilíndrico.	1	\$25.000.000	\$25.000.000	Importadora Colombia S.A (Bogotá)
Filtro de carbón	120-360 m2/m3 por hora	1	\$12.000.000	\$12.000.000	Importadora Colombia S.A (Bogotá)
Filtro pulidor	Membrana tamaño de poros 0.1 a 100 micrones bacterias, 0.005 a 0.5 micrones, pigmentos coloides, 0.0005 a 0.005 micrones, azucares, tinta, 0.0001 a 0.001 micrones, sales iones metálicos.	1	\$10.000.000	\$10.000.000	Importadora Colombia S.A (Bogotá)
Tanque de jarabe simple	Tanque en donde llega por conductos el jarabe simple 900 litros	1	\$20.000.000	\$20.000.000	Importadora Colombia S.A (Bogotá)
Exprimidor automático	Exprimidor automático de naranja exprime 20 naranjas por minuto, tamaño de naranja de 20-80 mm	1	\$2.000.000	\$2.000.000	Importadora Colombia S.A (Bogotá)
Cortador automático de naranjas	Cortador de naranjas de 400*400 centímetros	1	843.000	843.000	Importadora Colombia S.A (Bogotá)

Equipo	Descripción	Cantidad	Costo por unidad	Costo total	Proveedor
Tanque para zumo de naranja	Tanque en donde llega el zumo de narina por unos ductos después de ser exprimido 300 litros	1	\$5.000.000	\$5.000.000	Importadora Colombia S.A
tanque para jarabe terminado	Estanque en donde llega todo el jarabe terminado 900 litros	1	\$20.000.000	\$20.000.000	Importadora Colombia S.A (Bogotá)
Bomba	Bomba por donde pasa el agua hacia el carbonatador	1	\$2.000.000	\$2.000.000	Importadora Colombia S.A
Carbonatador	950 litros	1	\$36.299.769	\$36.299.769	Importadora Colombia S.A (Bogotá)
Llenadora	1000 litros	1	\$34.000.000	\$34.000.000	Importadora Colombia S.A (Bogotá)
Máquina automática lavadora de botellas	Máquina que lava las botellas automáticamente de 200*200	1	\$11.560.000	\$11.560.000	Importadora Colombia S.A (Bogotá)
Maquina envasadora automática	Envasadora de líquidos automática, dosis de llenado de 200-1000ml	1	\$22.500.000	\$22.500.000	Importadora Colombia S.A (Bogotá)
Maquina codificadora automática	Señala por pedal o temporizado automático, su impresión es mediante cinta de transferencia térmica, alfanuméricos que incluyen fecha de fabricación hora y fecha de vencimiento	1	\$7.650.000	\$7.650.000	Importadora Colombia S.A (Bogotá)

Plan de Negocios: FROZEN S.A.S

Equipo	Descripción	Cantidad	Costo por unidad	Costo total	Proveedor
Ductos que conectan cada tanque	Ductos metálicos que conectan con los tanques de agua y de jarabe terminado, también de la llenadora y el carbonatador.	6	\$1.500.000	\$9.000.000	Importadora Colombia S.A (Bogotá)
COSTO TOTAL MAQUINARIA:			237.852.769		

Nombre de la fuente *Alibaba.com* *Global Trade Start Here.*
<http://spanish.alibaba.com/products/automatic>



1.10.3. Requerimientos de, equipos, muebles y enseres.

Para la producción de los energizantes es necesario que la planta este debidamente acondicionada para ello, por lo tanto se requiere de:

Producto	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total	Proveedor
Mesones de acero	Mesa 4 metros de largo, 2 metros de ancho.	3	\$300.000	\$900.000	Mobiliario industrial S.A
Juego de herramientas	Destornilladores, alicates, llaves, tornillos, pegamento especial, especiales para este tipo de maquinas	4	\$123.500	\$494.000	Importadora Colombia S.A (Bogotá)
Casillero empleados	Casilleros para uso personal y exclusivo de empleados	15	\$72.000	\$1.080.000	Construcciones Ferreira S.A (Medellín)
Bodega de guardado, con locaciones especiales.	Guardado de herramientas, piezas de máquina, empacado y etiquetado del producto y demás. 20 metros de largo, con 12 de ancho y 26 de alto.	10	\$354.000	\$3.540.000	Construcciones Ferreira S.A(Medellín)
Pallets	Bandeja de carga que soporta un peso de una mercancía su material es de madera y su medida es de 1200*1000	50	\$32.850	\$1.642.500	Estibas y Huacales Metro Antioquia S.A.S.
Carretillas industriales manuales	Se utiliza para transportar, cargar y descargar mercancías de camiones, dentro y fuera del almacén. Su medida es de 1.7 cm de lago x 50 cm alto	8	\$200.000	\$1.600.000	Corte y Doblez LTDA

Nombre de la fuente: *Elaboración propia de los estudiantes que realizaron esté Plan de Negocios*

Producto	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total	Proveedor
Computador portátil	Cuentan con los más recientes sistemas operativos Microsoft Windows, el software de administración de dispositivos y un excelente diseño robusto para la industria. Todo ello hace que sean fáciles de implementar, utilizar y mantener en pequeñas y medianas empresas.	1	\$750.000	\$750.000	Compusanitas
Escritorio de madera	Mueble similar a una mesa, en general poseen una forma rectangular con cuatro o más patas. A menudo contienen cajones, repisas o estantes incorporados para facilitar las prácticas de trabajo que suelen requerir de lápiz, papel, útiles, libros y otros elementos.	1	\$178.500	\$178.500	Casa paulina
Silla de escritorio	El mecanismo exclusivo, activado por el peso del usuario, ajusta automáticamente la tensión del respaldo. Ofrece una sujeción óptima al inclinarse, proporcional al peso del usuario	1	\$62.000	\$62.000	Casa paulina

Producto	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total	Proveedor
Precio total de equipos muebles y enseres 10.247.000					

Nombre de la fuente: Página web de cada proveedor

Tabla 11. Implementos de Aseo Mensual

Producto	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Proveedor
Trapero	4	\$4.000	\$16.000	Almacenes Éxito
Escoba	4	\$3.000	\$12.000	Almacenes Éxito
Recogedor	1	\$3000	\$3.000	Almacenes Éxito

Nombre de la fuente: Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron esté Plan de Negocios

1.10.3. Requerimientos de Materiales e Insumos.

Estos son los requerimientos de materia prima e insumos para la elaboración del el energizante con sabor a naranja

Producto	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Proveed or	Producto
Naranja	Fruta con suplemento vitamínico de Vitamina C por naturaleza	2 unidades	\$200	\$400	Central Minorista de Antioquia
Tiamina	Vitamina B1	30.00 gramos	\$ 960	\$32.000	Distribuidor a Córdoba
Taurina	Acido orgánico interviene en la excitación nerviosa	0.20 gramos	\$3,62	\$18.149,88	Rau Chemical
Gluconolactona	Sustancia química precursora de la Tiamina	0.40 gramos	\$7,20	\$18.000	Quimifast
Guaraná	Planta originaría del amazonas	0.60 gramos	\$10,88	\$18149,88	Distribuidor de plantas y semillas S.A
Sodio	Reglamentado por el Decreto 2229 del Ministerios de Salud	0,000460 Gramos	\$0,0002962	\$644	Líquidos Químicos S.A

Plan de Negocios: FROZEN S.A.S

Producto	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Proveedor	Producto
Azúcar blanca	Cuerpo de características sólidas que es blanco y se encuentra cristalizado. Este tipo de sustancia forma parte de los hidratos de carbono, es soluble en H2O y se caracteriza por su sabor dulce.	0,25 gramos	\$0.50	\$2000	Incauca S.A
Calcio	Reglamentado por el Decreto 2229 del Ministerio de Salud	0,000060 gramos	\$0,0000191	\$317,622	Líquidos químicos S.A
Magnesio	Reglamentado por el Decreto 2229 del Ministerios de Salud	0,0000144 g/ml	\$0,0000144	\$1000	Líquidos Químicos S.A
Potasio	Reglamentado por el Decreto 2229 del Ministerios de Salud	0,000195 g/ml	\$0,001769	\$9074	Líquidos Químicos Ltda
Antioxidantes	Resolución 4124/1991	30,00 ml	\$326.67	\$10.889	Químicos Fonseca Ltda
Colorantes	Resolución 10593 de 1985, Ministerio de Salud	0,55 gr	\$2.41	\$4.385,	Químicos Fonseca Ltda
Saborizantes	Normas FAO/OMS	0.60 gr	\$10.89	\$18.149	Quimicos Fonseca Ltda
Lata	Planteado por la empresa Yecalu Ltda y un diseñador grafico.	unidad	\$800	\$800	Prodenvases
Cajas para el empaque	Estructura formada por un nervio central de papel ondulado, reforzado externamente por dos capas de papel pegadas con adhesivo en las crestas de la onda.	Unidad	\$76,92	2000	Iduempaqu es Medellín S.A

Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron este Plan de Negocios

1.10.4. Requerimientos de Servicios.

Para realizar las actividades de producción se requiere de los siguientes servicios

Servicio	Descripción	Cantidad	Precio	Proveedor
Energía	Energía eléctrica para el uso de la maquinaria y la comunicación en la planta	16 horas por día	\$1.020.000	EPM
Agua	Para la elaboración del producto, agua debidamente tratada y para la limpieza de maquinas, pisos, uso personal de los empleados,	16 horas al día	\$800.000	EPM
Gas	Gas natural para cuando se requiera de el para uso de una maquina u otra circunstancia que se pretende	16 horas al día	\$80.000	EPM
Teléfono	Para la comunicación, local, con la administración y externa a la planta.	16 horas al día	\$200.000	Une telecomunicaciones.
Vigilancia	La planta de producción contara con 1 vigilante durante el día y la noche.	12 horas al día cada uno.	\$1.269.000	Contratado por la empresa

Servicio	Descripción	Cantidad	Precio	Proveedor
Mantenimiento de Maquinaria	Las maquinas serán sometidas a mantenimiento cada mensual, este será realizado por los ingenieros industriales.	Una vez al mes	\$1.500.000	Contratados por la empresa
Transporte de materias primas	Transporte de mercancía a nuestras instalaciones	N/A	\$1.800.000	Botero Soto

Nombre de la fuente pagina de cada proveedor



1.10.5. Requerimientos de personal.

Ver anexo 2 en Excel

El personal requerido para operar en la planta de producción, debe cumplir con los siguientes perfiles y capacidades.

Jefe de Producción: ingeniero en producción o químico, buen administrador, y un buen líder.(hombre o mujer)

- Jefe de todo el personal que opere en el área de producción, encargándose de permisos llamadas de atención, y del buen funcionamiento de todo el personal
- Una de sus funciones es vigilar todos los aspectos del área de producción, en general cada proceso.
- Saber cuál es el manejo y el funcionamiento de toda la maquinaria y equipos.
- Ser capaz de solucionar los problemas que se puedan presentar en la planta,

Plan de Negocios: FROZEN S.A.S

que sea proactivo, que trabaje en equipo.

- Debe tener experiencia mínima de 1 año, en esta área
- Al inicio de las actividades laborales se le capacitará en, cómo debe ser la supervisión y lo que la empresa espera de sus servicios, y en adelante las capacitaciones que sean requeridas, ya sea por norma, cambios etc.
- Su salario mensual será de \$1700.000 con todas las prestaciones de ley que son \$865.900.

Jefe de Calidad: una persona que tenga una carrera de gestión de calidad, que sepa de producción no tendrá personas a cargo.(hombre o mujer)

- Entre sus funciones esta hacer las inspecciones de calidad necesarias, para que el resultado de todo el proceso final sea exitoso, teniendo en cuenta los tiempos estimados y las temperaturas. así como del proceso también de las materias primas
- Debe tener experiencia mínima de 1 año en esta área.
- Al inicio de las actividades laborales se le capacitará en, cómo debe ser la supervisión y lo que la empresa espera de sus servicios, y en adelante las capacitaciones que sean requeridas, ya sea por norma, cambios etc.
- Su salario será de \$1.500.000 con todas las prestaciones de ley que son \$ 865.900

Operarios: bachilleres, (hombres) no se exige ser técnicos, cada uno recibirá una capacitación previa al manejo de las maquinas y todas las actividades con las normas establecidas para la realización del producto, personas que les guste trabajar en equipo, bajo presión que tengan experiencia mínima de 1 año en el área, en total son cinco operarios, el salario será de 600.000 mas todas las prestaciones de ley 378.576

Plan de Negocios: FROZEN S.A.S

- El **Operario 1** debe estar en el proceso de floculación, será encargado de agregar cloro y cal al agua, pesar las porciones que son necesarias.

Otra de sus funciones será de la limpieza del agua, en este paso debe estar pendiente del tanque de arena, el tiempo que sea estimado, debe saber cómo es el manejo minucioso de estas maquinas.

- El **Operario 2** estará en el proceso de filtración, debe conocer el manejo de esta máquina a la perfección, vigilar su funcionamiento en el tiempo estimado, otra función establecida es la verificación, si el agua ya es potable, esto lo hará con unos para metros establecidos, y con ayuda del jefe de gestión de calidad.
- El **Operario 3** será encargado del proceso de mezclar el jarabe simple, deberá medir todas las cantidades establecidas para este proceso que siempre debe ser igual, también estar pendiente del tiempo de repos.
- El **Operario 4** será encargado de la preparación de la naranja su lavado desinfección, y estar pendiente de la maquina exprimidora y cortadora.

Auxiliares de Operaciones: bachilleres,(hombres) no se exige ser técnicos, cada auxiliar recibirá capacitación previa a las actividades que va a realizar, personas que les guste trabajar en equipo, bajo presión, que tengan experiencia mínima de 1 año en esta aérea, en total son cinco, que apoyaran algunas de los procesos para la elaboración del producto.

Es salario será 566.700 mas las prestaciones de ley 361.615

Personal encargado de aseo: (hombre o mujer) entre los 20-40 años responsables, honrados, que se encargue del aseo y de la limpieza de todas las instalaciones de la planta, no necesita experiencia.

Su salario es de 566.700 mas todas las prestaciones de ley 361.615

1.4. Programa de producción

Para la realización de las actividades operativas del negocio, se dará inicio a las labores de lunes a sábados desde las 4:00 am hasta las 8:00 pm. Al inicio de las operaciones, es decir, a las 4:00am deben estar a disposición de los empleados las materias primas e insumos que se utilizar durante el día, estos ya deben estar inspeccionados por los ingenieros industriales quienes deciden si son aptas o no para la producción de los energizantes. La planta debe estar perfectamente limpia, organizada y acondicionada para el inicio de las actividades de producción. En el transcurso del día los empleados deben llevar control de las materias primas e insumos para determinar que se debe comprar para el día o semana siguiente. La empresa contará con proveedores comprometidos y responsables frente a la entrega de suministros, en el tiempo y cantidad requerida.

Luego de tener a la mano todo lo necesario para la producción de los energizantes de Naranja, los empleados proceden a la producción, que son 5.834 latas de energizantes en un día.

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1. Procesos Administrativos

6.1.1. Descripción de los procesos administrativos

Junta de socios_ la junta de socios es la encargada de tomar algunas decisiones para el buen funcionamiento de la empresa, las que son de mayor riesgo que el gerente no pueda tomar, que puedan beneficiar o afectar a la empresa.

Área Gerencial – En ésta área es donde se manejará todas las funciones de la empresa. El Gerente se encargará de la toma de decisiones y de la organización en general de la empresa, Basado en indicadores y en la información que cada proceso que la empresa le suministre, él sabrá que es mejor y que es lo que le conviene a la empresa para realizar todas las actividades cada día mejor, pensando siempre en el logro de los objetivos de la compañía. El Gerente debe estar a diario pendiente de todo lo que ocurra al interior de la empresa, con el fin de que cada mes se pueda realizar una evaluación general y saber cómo marcha la empresa.

Secretaria Ejecutiva _ Esta área esta compuesta por la secretaria ejecutiva, ella debe asistir en todas las actividades administrativas de la empresa, como son todo el control de la correspondencia, atender llamadas de clientes y proveedores, organizar toda la papelería como lo son facturas, ordenes de compras, papelería de los bancos, contratos con los proveedores.

Área de Comercio Exterior y Logística- esta área estará compuesta por cinco personas, que es el director de comercio exterior, un tecnólogo y aprendiz de

comercio exterior, un tecnólogo y aprendiz en logística. Las funciones serán toda la distribución física de producto para comercialización al exterior y toda su documentación, se encargaran de todos los contratos, como el del transporte nacional e internacional, seguros agencias de aduanas. Se debe tener el conocimiento de todas las preferencias arancelarias del producto, deben estar informados y actualizados de todas las reglamentaciones y todos los temas externos que puedan afectar esta comercialización.

Área de Compras y Ventas – Está compuesta por un director de compras y ventas y dos vendedores externos. Esta área será la encargada de realizara las compras de las materias primas, teniendo en cuenta la calidad correcta el precio correcto en el tiempo esperado para poder realizar los energizantes de Naranja, manejera todos los contratos con proveedores, también se encargara de las ventas nacionales de contactar los clientes, el coordinador será el encargado de organizar y controlar las ordenes de compras necesarias para la labor de la empresa, tener las bases de datos de clientes y siempre buscar más clientes, los vendedores promocionaran el producto en lugares externos a la empresa.

Área Administrativa y Financiera: Esta área está compuesta por el director administrativo y financiero y una persona encargada de los recursos humanos, el administrador se encargara de administrar, todos los recursos financieros de la empresa. La persona encargada del talento humano tiene a cargo la documentación de las personas que pertenecen a la empresa y tienen todos los requisitos para el personal a ingresar a la empresa, en esta área es donde se selecciona el personal junto con ayuda del gerente.

6.1.2. Procesos administrativos externalizados Mensuales

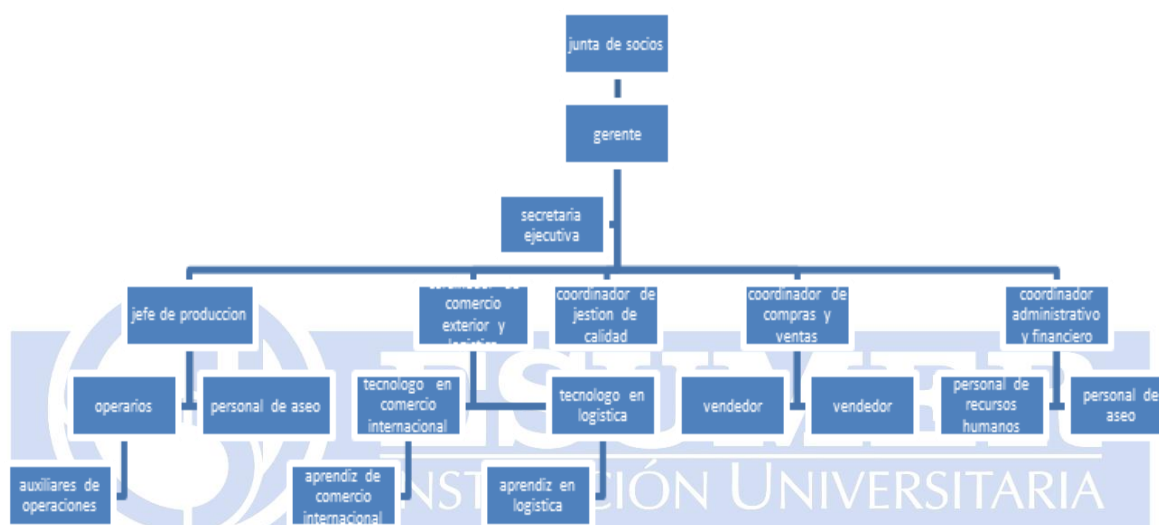
Tabla 12. Procesos Administrativos Externalizados

Cargo	Proveedor	Costo	Especificación
Contabilidad	Contratado por la empresa(externo) Claudia Cadavid	566.700	Se contratará con una persona quien se encargará de llevar toda la parte financiera de la empresa. Esta actividad se realizará mensual.
Diseño grafico	Nevera amarilla	700.000	Se contratará ésta empresa la cual se encargará de realizar el logo de la empresa, letreros de ubicación, información y prevención que debe tenerse dentro de la empresa y servirán de guía a todo el personal y v Visitantes de la organización. Este servicio se tomará cada vez que la empresa vea necesario implementar letreros nuevos o cambiar algunos existentes.
Publicidad	Contratado por la empresa (externo) Víctor Castañeda	\$820.000	Se contratará ésta empresa con el fin de que realicen toda la publicidad de la empresa tanto a nivel nacional como internacional. Realización de tarjetas, portafolio, revistas, etc. Este servicio se utilizará mensual.

Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron esté Plan de Negocios

6.2. Estructura Organizacional del Negocio

Figura 4. Organigrama



Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron este Plan de Negocios

1.4.1. Descripción funcional de la Organización.

Gerente: Es el representante legal de la empresa, es quien toma la mayoría de las decisiones de la compañía y delega funciones a sus empleados, él es el encargado de presentarle un balance general a la junta de socios acerca de el funcionamiento de la empresa.

Secretaria Ejecutiva:

- Brindar apoyo incondicional a todas las áreas de la empresa con las tareas establecidas, como contestar el teléfono estar pendiente de todas las reuniones a realizar, recibir la correspondencia.
- Organizar toda la papelería en carpetas estar pendiente de todos los contratos de clientes y proveedores.

Profesional Negocios Internacionales: Es la persona encargada de coordinar todas las ventas, negociaciones, tramites y distribución física internacional de la mercancía.

Tecnólogos en Comercio Internacional: Encargado de los trámites y documentos de la de la exportación del producto.

Tecnólogo en Logística Integral: Recepción de materias primas y su almacenamiento, también de apoyar al jefe de negocios en toda la distribución física internacional.

Aprendiz de Comercio Exterior Apoyo para realización de las actividades en el área de comercio exterior.

Aprendiz de Logística Integral: Apoyo para realizar todas las actividades de logística.

Jefe Administrativo: Encargado de toda el área financiera y administrativa

Jefe de Compras y Ventas: Comprar la materia prima y tener un control del

inventario de materia prima para saber que se necesita y cuando es el momento de comprar, también es la persona encargada de las ventas nacionales.

Vendedores: Son las personas encargadas de impulsar el producto en el mercado nacional, trabajan por fuera de la empresa.

Recursos Humanos: Es quien hace la selección del personal se encarga de los sueldos y las pensiones de los empleados, planea todas las actividades lúdicas de la empresa.

Personal de Aseo: Persona encargada del orden y la limpieza de toda el área administrativa



1.5. Recursos materiales y humanos para la administración

1.5.1. Locaciones

Como la empresa se encargará tanto de la producción como de la comercialización de los Energizantes de Naranja, la sede central de la compañía estará ubicada en Rionegro, Antioquia, donde alquilaremos un terreno de 800 mt² distribuidos de la siguiente manera: 550 mt² para el área de producción y 250 mt² para el área administrativa.

El área administrativa será una propiedad de una planta donde estarán todas las áreas necesarias para el desarrollo de nuestras actividades diarias. Esta área contará con cubículos los cuales se encargarán de separar y diferenciar cada uno de los procesos administrativos que posee la empresa, también habrá la iluminación y ventilación necesaria para todas las actividades

Tabla 13. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Elemento	Cantidad	Proveedor	Precio Unitario
Computador escritorio	8	Compusanitas	1.096.000
Computador portátil	3	Compusanitas	750.000
Teléfono	8	Compusanitas	54.900
Celular	2	Movistar	80.000
Fotocopiadora	1	Compusanitas	450.000
Impresora	2	Compusanitas	148.900
Telefax	3	Compusanitas	70.000
Sillas	10	Casa paulina	62.000
Escritorios	8	Casa paulina	178.500
Cubículos	8	Casa paulina	750.000
Software administrativo y contable	1	Servilam LTDA	400.000

Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron esté Plan de Negocios

1.5.2. Requerimientos de materiales de oficina mensuales

Toda esta papelería nos la suministra Papelería Adriana

Tabla 14. Requerimientos Papelería

Elemento	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Resmas	8	6.800	54.000
Lapiceros	24	600	14.400
Liquidpaper	8	2.500	20.000
Portaminas	8	1.450	11.600
Caja de minas por 12 unidades	2	4.200	8.400
Borrador	8	300	2.400

Plan de Negocios: FROZEN S.A.S

Cosedora	5	2.700	13.500
Cajas de ganchos	8	1.800	14.400
Cajas de clics	8	1.000	8.000
Elemento	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Cinta	8	700	5.600
Dispensador de cinta	8	5.000	40.000
Pegastic	8	1.100	8.800
Tinta	1	7.000	7.000
Regla	8	800	6.400
Resaltador	16	1.230	19.680
Cuadernos	8	1.200	9.600
Perforadoras	3	3.000	9.000
Carpetas	24	700	16.800
Sellos	5	8.000	40.000
TOTAL DE LA PAPELERIA			255.580

Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron este Plan de Negocios

Tabla 15. Material de aseo y cocina

Elemento	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Proveedor
Escobas	2	3.000	6.000	Almacenes Exito
Traperas	2	4.000	8.000	Almacenes Exito
Recogedor	1	3.000	3.000	Almacenes Exito
Cafetera	1	150.000	150.000	Almacenes Exito
Horno Microondas	1	100.000	100.000	Almacenes Exito

Plan de Negocios: FROZEN S.A.S

Nevera	1	400.000	400.000	Almacenes Éxito
Desechables (20 ud.)	5	2.500	12.500	Almacenes Éxito
Caja de azúcar	3	4.500	13.500	Almacenes Éxito

Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron esté Plan de Negocios

1.5.3. Requerimientos de servicios.

Servicio	Descripción	Proveedor	Precio
Vigilancia	El área administrativa contará con 1 vigilante quien estará pendientes de toda la seguridad de ésta área.	Cooperativa Nacional de Vigilancia, COONALVICOL.	1.269.000
Mantenimiento	Este mantenimiento se le realizará a todos los equipos de oficina, cada que éstos los requiera.	Carlos Pérez C.	67.000
Cobertura de seguro mínima	se asegurara toda la compañía con una cobertura de seguro mínima.	Sura	200.000

Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron esté Plan de Negocios

1.5.4. Requerimientos de Personal.

Ver anexo en Excel 3

Personal	Perfil	Capacitación	Salario
Gerente	Edad entre 27 y 32 años, estudios en administración o carreras afines. Acostumbrado a trabajar en equipo, debe ser objetivo, tener actitud de líder y mostrar seguridad a la hora de la toma de decisiones.	3 semanas.	\$ 3.000.000
	Experiencia mínima de un año en esta área.		
Profesional Negocios Internacionales	Edad entre 23 y 26 años, estudios en Negocios Internacionales, con énfasis en distribución física internacional, Alto conocimiento del mercado y del entorno, manejo 100% del idioma inglés, diseñador de ventajas competitivas a través de análisis sectoriales e investigaciones de mercado, manejo de office.	2 semanas.	\$ 1.700.000
	Experiencia mínima de 1 año en el área		
Tecnólogo en Comercio Internacional	Edad entre 21 y 25 años, estudios en Comercio Internacional. Persona íntegra, capaz de gestionar con pensamiento estratégico todos los procesos de su área, debe mantenerse actualizado de lo que pasa en la economía mundial.	2 semanas.	\$ 1.200.000
	Manejo de Excel y un 70% de ingles.		
	Experiencia mínima de un año.		

Personal	Perfil	Capacitación	Salario
Tecnólogo en Logística Integral	Edad entre 21 y 25 años, estudios en Logística. Persona lógica, creativa y eficiente, ser ordenado y cumplir con la cantidad, la calidad y el tiempo de recibo y entrega de mercancías, manejo de Excel, que sepa de toda la distribución física internacional.	2 semanas.	\$ 1.200.000
	Experiencia mínima de 1 año en esta área.		
Aprendiz en Comercio Internacional	Edad entre 20 y 25 años, estudios en Comercio Internacional. Capacidad de análisis de datos e información, manejo excelente de Excel, responsable y seguro de lo que hace(ingles básico)	2 semanas	\$ 425.025
Aprendiz en Logística Integral	Hombre o mujer estudiante de logística que sea responsable, que sea proactivo y que le guste trabajar en equipo.	2 semanas	\$ 425 .025
	Edad entre 20-25 años que sepa todo el proceso de la distribución física internacional, manejo de Excel.		
Secretaria Ejecutiva	Mujer con estudios en gestión administrativa que sea responsable, honesta, que tenga buena presentación personal y que le guste trabajar en equipo, buen manejo de office.	2 semanas	\$ 800.000
	Edad de 25-30 años		
	Experiencia mínima de un año en esta área		

Personal	Perfil	Capacitación	Salario
Jefe Administrativo y Financiero	Hombre o mujer con estudios en administración y finanzas que sea un buen líder y tenga capacidad para la toma de decisiones, responsable, respetuoso y que le guste trabajar en equipo.	2 semanas	\$ 1.500.000
	Edad de 25-35 años		
	Experiencia mínima de un año en esta área		
Jefe de Compras y Ventas	Hombre o mujer con estudios en mercadeo que sea responsable, proactivo, comprometido con su trabajo, que sea capaz de tomar buenas decisiones y le guste el trabajo en equipo.	2 semanas	\$ 1.500.000
	Edad entre 25-35 años.		
	Experiencia mínima de 1 año en esta área.		
Vendedores	Hombre o mujer con estudios en mercadeo o experiencia mínima de un año en 1 año en ventas, que sean responsables muy sociables y atentos, buena presentación personal y que le gusten las ventas, que sepan trabajar en equipo.	2 semanas	\$ 600.000
	Edad de 20-30 años.		

Personal	Perfil	Capacitación	Salario
<p>Personal de recursos humanos</p>	<p>Hombre o mujer con estudios en gestión administrativa, buena presentación personal, responsable proactiva sociable de buen carácter, muy analítica que le guste trabajar en equipo.</p>	<p>2 semanas</p>	<p>\$ 800.000</p>
	<p>Edad de 25-35 años.</p>		
	<p>Experiencia mínima de 1 año en esta área.</p>		
<p>Personal de aseo</p>	<p>Hombre o mujer, edad: entre los 20-40 años responsables, honrados, que se encargue del aseo y de la limpieza de toda el área administrativa.</p>	<p>2 días</p>	<p>\$ 566.700</p>
	<p>No necesitan tener experiencia.</p>		

Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron esté Plan de Negocios

1.6. Programa de administración

Tabla 16. Cronograma de actividades.

Plan de producción								
Actividades	Tiempo en semanas							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Conseguir el local	■							
Adecuar el local		■						
Compra de maquinaria, equipos, muebles y enseres			■					
Instalación de maquinaria muebles y enseres				■				
Constitución y registro	■	■	■	■				
Viaje de socios a Ecuador					■			
Contratación y capacitación de personal de producción y administrativo						■	■	
Selección de proveedores de materia prima							■	
Compra de materia prima								■
Campaña publicitaria								■

Nombre de la fuente: Elaboración propia de los estudiantes que realizaron este Plan de Negocios

Costos pre-operativos.

Plan de Negocios: FROZEN S.A.S

A continuación se presentan los costos pre-operativos de la empresa.

- El valor total de la constitución y registro es de \$ 7.200.000 más un salario proporcional a la persona encargada de hacer todas las diligencias de \$150.000
- El costo total del viaje hecho por los dos socios a Ecuador es de \$ 4.000.000.
- El salario de las personas encargadas de la capacitación del personal tanto de producción como administrativo es de \$ 1.200.000.



7. ASPECTOS LEGALES

7.1. Tipo de Organización empresarial¹⁹

El tipo de empresa que fue elegida es S.A.S (sociedades por acciones simplificadas) ser constituye con un documento privado con uno o más accionistas esto reduce tramites y costos de estructuración, además como no exige numero de accionistas se puede ampliar o reducir a la manera que más convenga.

La estructura orgánica de la sociedad, su funcionamiento son libremente elegidos por los accionistas, se encuentran obligadas a designar un representante legal.

7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas²⁰

Para la legalización de una empresa exportadora hay normas y requisitos que esta debe cumplir dependiendo su actividad económica, de esta forma se tendrá en el mercado una empresa de confiabilidad ya que es respaldada por los organismos pertinentes, para ello se relacionan a continuación las normas que deben cumplirse para la exportación de los energizantes de sabor a naranja y sus respectivos costos:

- Costos de constitución y registro (Registro mercantil, RUT, NIT) por un valor de \$400.000 pesos. éste proceso se lleva 2 días.

¹⁹ Beneficios y Cambios Sociedades Anónimas Simplificadas SAS. Asesores Corporativos Integrales Ltda. www.epm.net.co/~asecorp/documentos/benefsas.pdf

²⁰ Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. República de Colombia. www.dian.gov.co

Plan de Negocios: FROZEN S.A.S

- Registro INVIMA, Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, lo otorga el INVIMA, este registro tiene un costo de \$6.800.000 pesos. Este certificado se lleva un día.
- Certificado de Sanidad, lo otorga la Secretaria de salud. Este certificado tiene un costo de \$ 3'345.000 de pesos. Este certificado se lleva un día.
- Registro de marca, Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), lo otorga la Superintendencia de industria y Comercio, tiene un costo de \$ 4'700.000 de pesos. Este registro se lleva un día.
- Certificados Fitosanitarios de Exportación, tiene un costo de \$4'200.000 de pesos. Este certificado se lleva un día.



8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1. Estructura Financiera del proyecto

8.1.1. Recursos Propios

Los nombres de los socios son: *Yorleidy Rodríguez Amaya, Víctor Hugo Castañeda Ramírez*. Los socios no poseen recursos propios todos van a ser financiados.

8.1.2. Créditos y Préstamos Bancarios.

Nombre de la entidad financiera	Bancolombia
Fecha de desembolso	02/01/2013
Destinación	Libre inversión
Intereses (efectivo Mensual):	2,24%
Plazo (meses):	60 meses (5 años)
Modalidad de préstamo	Cuota fija

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 2.270.343.781
1	\$ 69.162.948	\$ 50.855.701	\$ 18.307.247	\$ 2.252.036.533
2	\$ 69.162.948	\$ 50.445.618	\$ 18.717.330	\$ 2.233.319.204
3	\$ 69.162.948	\$ 50.026.350	\$ 19.136.598	\$ 2.214.182.606
4	\$ 69.162.948	\$ 49.597.690	\$ 19.565.258	\$ 2.194.617.348
5	\$ 69.162.948	\$ 49.159.429	\$ 20.003.519	\$ 2.174.613.829
6	\$ 69.162.948	\$ 48.711.350	\$ 20.451.598	\$ 2.154.162.231
7	\$ 69.162.948	\$ 48.253.234	\$ 20.909.714	\$ 2.133.252.517

Plan de Negocios: FROZEN S.A.S

8	\$ 69.162.948	\$ 47.784.856	\$ 21.378.092	\$ 2.111.874.425
9	\$ 69.162.948	\$ 47.305.987	\$ 21.856.961	\$ 2.090.017.465
10	\$ 69.162.948	\$ 46.816.391	\$ 22.346.557	\$ 2.067.670.908
11	\$ 69.162.948	\$ 46.315.828	\$ 22.847.120	\$ 2.044.823.788
12	\$ 69.162.948	\$ 45.804.053	\$ 23.358.895	\$ 2.021.464.893
13	\$ 69.162.948	\$ 45.280.814	\$ 23.882.134	\$ 1.997.582.759
14	\$ 69.162.948	\$ 44.745.854	\$ 24.417.094	\$ 1.973.165.665
15	\$ 69.162.948	\$ 44.198.911	\$ 24.964.037	\$ 1.948.201.628
16	\$ 69.162.948	\$ 43.639.716	\$ 25.523.231	\$ 1.922.678.396
17	\$ 69.162.948	\$ 43.067.996	\$ 26.094.952	\$ 1.896.583.444
18	\$ 69.162.948	\$ 42.483.469	\$ 26.679.479	\$ 1.869.903.966
19	\$ 69.162.948	\$ 41.885.849	\$ 27.277.099	\$ 1.842.626.866
20	\$ 69.162.948	\$ 41.274.842	\$ 27.888.106	\$ 1.814.738.760
21	\$ 69.162.948	\$ 40.650.148	\$ 28.512.800	\$ 1.786.225.961
22	\$ 69.162.948	\$ 40.011.462	\$ 29.151.486	\$ 1.757.074.474
23	\$ 69.162.948	\$ 39.358.468	\$ 29.804.480	\$ 1.727.269.994
24	\$ 69.162.948	\$ 38.690.848	\$ 30.472.100	\$ 1.696.797.894
25	\$ 69.162.948	\$ 38.008.273	\$ 31.154.675	\$ 1.665.643.219
26	\$ 69.162.948	\$ 37.310.408	\$ 31.852.540	\$ 1.633.790.679
27	\$ 69.162.948	\$ 36.596.911	\$ 32.566.037	\$ 1.601.224.643
28	\$ 69.162.948	\$ 35.867.432	\$ 33.295.516	\$ 1.567.929.127
29	\$ 69.162.948	\$ 35.121.612	\$ 34.041.336	\$ 1.533.887.791
30	\$ 69.162.948	\$ 34.359.087	\$ 34.803.861	\$ 1.499.083.930
31	\$ 69.162.948	\$ 33.579.480	\$ 35.583.468	\$ 1.463.500.462
32	\$ 69.162.948	\$ 32.782.410	\$ 36.380.538	\$ 1.427.119.924
33	\$ 69.162.948	\$ 31.967.486	\$ 37.195.462	\$ 1.389.924.463
34	\$ 69.162.948	\$ 31.134.308	\$ 38.028.640	\$ 1.351.895.823
35	\$ 69.162.948	\$ 30.282.466	\$ 38.880.482	\$ 1.313.015.341
36	\$ 69.162.948	\$ 29.411.544	\$ 39.751.404	\$ 1.273.263.937
37	\$ 69.162.948	\$ 28.521.112	\$ 40.641.836	\$ 1.232.622.101
38	\$ 69.162.948	\$ 27.610.735	\$ 41.552.213	\$ 1.191.069.888
39	\$ 69.162.948	\$ 26.679.965	\$ 42.482.982	\$ 1.148.586.906
40	\$ 69.162.948	\$ 25.728.347	\$ 43.434.601	\$ 1.105.152.304
41	\$ 69.162.948	\$ 24.755.412	\$ 44.407.536	\$ 1.060.744.768

42	\$ 69.162.948	\$ 23.760.683	\$ 45.402.265	\$ 1.015.342.503
43	\$ 69.162.948	\$ 22.743.672	\$ 46.419.276	\$ 968.923.227
44	\$ 69.162.948	\$ 21.703.880	\$ 47.459.068	\$ 921.464.159
45	\$ 69.162.948	\$ 20.640.797	\$ 48.522.151	\$ 872.942.009
46	\$ 69.162.948	\$ 19.553.901	\$ 49.609.047	\$ 823.332.962
47	\$ 69.162.948	\$ 18.442.658	\$ 50.720.290	\$ 772.612.672
48	\$ 69.162.948	\$ 17.306.524	\$ 51.856.424	\$ 720.756.248
49	\$ 69.162.948	\$ 16.144.940	\$ 53.018.008	\$ 667.738.240
50	\$ 69.162.948	\$ 14.957.337	\$ 54.205.611	\$ 613.532.629
51	\$ 69.162.948	\$ 13.743.131	\$ 55.419.817	\$ 558.112.812
52	\$ 69.162.948	\$ 12.501.727	\$ 56.661.221	\$ 501.451.591
53	\$ 69.162.948	\$ 11.232.516	\$ 57.930.432	\$ 443.521.158
54	\$ 69.162.948	\$ 9.934.874	\$ 59.228.074	\$ 384.293.084
55	\$ 69.162.948	\$ 8.608.165	\$ 60.554.783	\$ 323.738.302
56	\$ 69.162.948	\$ 7.251.738	\$ 61.911.210	\$ 261.827.092
57	\$ 69.162.948	\$ 5.864.927	\$ 63.298.021	\$ 198.529.070
58	\$ 69.162.948	\$ 4.447.051	\$ 64.715.897	\$ 133.813.174
59	\$ 69.162.948	\$ 2.997.415	\$ 66.165.533	\$ 67.647.641
60	\$ 69.162.948	\$ 1.515.307	\$ 67.647.641	\$ 0

8.2. Ingresos y Egresos

8.2.1. Ingresos

8.2.1.1. Ingresos Propios del Negocio.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas		Participación del total Ventas
Energizantes	\$ 1.050.000.000,0	100,00%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 1.050.000.000,0	100,00%

8.2.2. Egresos

8.2.2.1. Inversiones

INVERSIONES	
Activos fijos exigibles	Valor
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 13.725.000,0
Maquinaria y equipos (5años)	\$ 237.852.769,0
Herramienta (5 años)	\$ 8.182.500,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 13.808.500,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 273.568.769,0

GASTOS PRE OPERATIVOS	
Constitución y registro	\$ 7.200.000,0
Presentación y Promoción	\$ 2.000.000,0
Constitución y registro	\$ 7.200.000,0
Salarios	\$ 150.000,0
Constitución y registro	\$ 7.200.000,0
Viaje y representación	\$ 4.000.000,0
Costos de Capacitación	\$ 1.200.000,0
Total Gasto Pre operativos Exigibles	\$ 14.550.000,0

CAPITAL DE TRABAJO EXIGIBLE	
Total Capital de trabajo Exigible	\$ 1.982.225.012
Total inversión exigible	\$ 2.270.343.781

8.2.2.2. Costos

Costos Variables

Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Naranja	\$ 200,00	2,00	unidades	\$ 400,00
Tiamina	\$ 32,00	30,00	gramos	\$ 960,00
Taurina	\$ 18,10	0,20	gramos	\$ 3,62
Guarana	\$ 18,13	0,60	gramos	\$ 10,88
Sodio	\$ 0,644000	0,000460	gramos	\$ 0,0002962
Azúcar blanca	\$ 2,00	0,25	gramos	\$ 0,50
Calcio	\$ 0,32	0,00	gramos	\$ 0,0000191
Magnesio	\$ 1,00	0,00	gramos	\$ 0,0000144
Potasio	\$ 9,07	0,00	gramos	\$ 0,0017694
Antioxidantes	\$ 10,89	30,00	mililitros	\$ 326,67
Colorantes	\$ 4,39	0,55	gramos	\$ 2,41
saborizantes	\$ 18,15	0,60	gramos	\$ 10,89
gluconolactona	\$ 18,00	0,40	gramos	\$ 7,20
Envase	\$ 800,00	1,00	unidad	\$ 800,00
Empaque	\$ 3,42	1,00	unidad	\$ 3,42
Embalaje	\$ 3,42	1,00	unidad	\$ 3,42
Arriendo de contenedor	\$ 11,42	1,00	unidad	\$ 11,42
Documentos	\$ 0,45	1,00	unidad	\$ 0,45
Unitarizacion	\$ 1,02	1,00	unidad	\$ 1,02
Transporte interno	\$ 10,28	1,00	unidad	\$ 10,28
Agente de aduana X	\$ 25,10	1,00	unidad	\$ 25,10
Declaración de exportaciones	\$ 0,22	1,00	unidad	\$ 0,22
Gastos portuarios origen	\$ 4,57	1,00	unidad	\$ 4,57
Seguro interno	\$ 50,29	1,00	unidad	\$ 50,29
Transporte internacional	\$ 26,25	1,00	unidad	\$ 26,25
FS	\$ 21,87	1,00	unidad	\$ 21,87
Recargos	\$ 4,30	1,00	unidad	\$ 4,30
Due agent y Due carriet	\$ 0,55	1,00	unidad	\$ 0,55
seguro internacional	\$ 26,25	1,00	unidad	\$ 26,25
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 2.711,58

Costos Fijos.

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 9.600.200
Prestaciones Sociales	\$ 5.692.501
Arriendo	\$ 6.000.000
Servicios	\$ 2.100.000
Transporte	\$ 1.800.000
Mantenimiento	\$ 1.500.000
Aseo	\$ 31.000
Vigilancia	\$ 1.269.000
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 27.992.701

8.2.2.3. Gastos

Gastos Administrativos y Legales.

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 13.466.700
Prestaciones Sociales	\$ 7.610.143
Gastos de representación	\$ 693.000
Papelería	\$ 309.580
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 67.000
Seguros	\$ 200.000
Administración	\$ 576.700
Varios (Vigilancia, aseo, etc.)	\$ 1.269.000
Imprevistos	\$ 2.419.212
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 26.611.335

Gastos Distribución y Ventas.

GASTOS FIJOS DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS	
Publicidad y Mercadeo	\$ 1.520.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 1.520.000

Gastos Amortización de diferidos

GASTOS PREOPERATIVOS EXIGIBLES	AMORTIZACIÓN
Constitución y registro	\$ 45.000,0
Presentación y Promoción	\$ 33.333,3
Salarios	\$ 2.500,0
Viaje y representación	\$ 66.666,7
Costos de Capacitación	\$ 20.000,0
Total amortización mensual	\$ 167.500,0

8.3. Estados Financieros Proyectados

8.3.1. Flujo de Caja del proyecto sin financiación

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

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		\$	\$			
+ Ingresos por venta		12.600.000.000	13.453.498.800	14.364.811.902	15.337.855.530	16.376.811.188
- Costos variables		\$ 5.694.324.823	\$ 5.775.753.668	\$ 5.858.346.946	\$ 5.942.121.307	\$ 6.027.093.642
- Costos fijos		\$ 673.488.436	\$ 683.119.320	\$ 692.887.927	\$ 702.796.224	\$ 712.846.210
Costos fijos de Producción		\$ 335.912.412	\$ 340.715.959	\$ 345.588.198	\$ 350.530.109	\$ 355.542.689
Costos fijos de Administración		\$ 319.336.024	\$ 323.902.529	\$ 328.534.335	\$ 333.232.376	\$ 337.997.599
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 18.240.000	\$ 18.500.832	\$ 18.765.394	\$ 19.033.739	\$ 19.305.921
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 57.172.894	\$ 57.172.894	\$ 57.172.894	\$ 57.172.894	\$ 57.172.894
- Intereses Crédito		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 6.175.013.847	\$ 6.937.452.918	\$ 7.756.404.136	\$ 8.635.765.106	\$ 9.579.698.443
- Impuestos	\$ 0	\$ 2.037.754.570	\$ 2.289.359.463	\$ 2.559.613.365	\$ 2.849.802.485	\$ 3.161.300.486
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	\$ 4.137.259.278	\$ 4.648.093.455	\$ 5.196.790.771	\$ 5.785.962.621	\$ 6.418.397.957

Plan de Negocios: FROZEN S.A.S

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 57.172.894	\$ 57.172.894	\$ 57.172.894	\$ 57.172.894	\$ 57.172.894
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 2.100.317.921
Prestamos	\$ 0					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 2.098.063.622
Valor de Salvamento						\$ 2.254.299
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 2.270.343.781	\$ 28.345.818	\$ 28.751.163	\$ 29.162.304	\$ 29.579.325	\$ 0
Activos Fijos	\$ 273.568.769					
Pago Crédito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 14.550.000					
Capital de Trabajo	\$ 1.982.225.012	\$ 28.345.818	\$ 28.751.163	\$ 29.162.304	\$ 29.579.325	
FLUJO DE CAJA	-\$ 2.270.343.781	\$ 4.166.086.354	\$ 4.676.515.186	\$ 5.224.801.360	\$ 5.813.556.189	\$ 8.575.888.772

Flujo de caja del inversionista con financiación.

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

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		\$	\$			
+ Ingresos por venta		12.600.000.000	13.453.498.800	14.364.811.902	15.337.855.530	16.376.811.188
- Costos variables		\$ 5.694.324.823	\$ 5.775.753.668	\$ 5.858.346.946	\$ 5.942.121.307	\$ 6.027.093.642
- Costos fijos		\$ 673.488.436	\$ 683.119.320	\$ 692.887.927	\$ 702.796.224	\$ 712.846.210
Costos fijos de Producción		\$ 335.912.412	\$ 340.715.959	\$ 345.588.198	\$ 350.530.109	\$ 355.542.689
Costos fijos de Administración		\$ 319.336.024	\$ 323.902.529	\$ 328.534.335	\$ 333.232.376	\$ 337.997.599
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 18.240.000	\$ 18.500.832	\$ 18.765.394	\$ 19.033.739	\$ 19.305.921
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 57.172.894	\$ 57.172.894	\$ 57.172.894	\$ 57.172.894	\$ 57.172.894
- Intereses Crédito		\$ 581.076.488	\$ 505.288.376	\$ 406.421.418	\$ 277.447.687	\$ 109.199.127
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 5.593.937.359	\$ 6.432.164.541	\$ 7.349.982.718	\$ 8.358.317.419	\$ 9.470.499.316
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.845.999.329	\$ 2.122.614.299	\$ 2.425.494.297	\$ 2.758.244.748	\$ 3.125.264.774
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	\$ 3.747.938.031	\$ 4.309.550.243	\$ 4.924.488.421	\$ 5.600.072.671	\$ 6.345.234.541

Plan de Negocios: FROZEN S.A.S

+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 57.172.894	\$ 57.172.894	\$ 57.172.894	\$ 57.172.894	\$ 57.172.894
Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 2.270.343.781	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 2.100.317.921
Prestamos	\$ 2.270.343.781					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 2.098.063.622
Valor de Salvamento						\$ 2.254.299
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 2.270.343.781	\$ 277.224.705	\$ 353.418.162	\$ 452.696.262	\$ 582.087.014	\$ 720.756.248
Activos Fijos	\$ 273.568.769					
Pago Crédito (Capital)		\$ 248.878.887	\$ 324.666.999	\$ 423.533.958	\$ 552.507.689	\$ 720.756.248
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 14.550.000					
Capital de Trabajo	\$ 1.982.225.012	\$ 28.345.818	\$ 28.751.163	\$ 29.162.304	\$ 29.579.325	
FLUJO DE CAJA	\$ 0	\$ 3.527.886.220	\$ 4.013.304.975	\$ 4.528.965.053	\$ 5.075.158.551	\$ 7.781.969.109

8.3.2. Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES

	CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+	Ingresos por concepto de Ventas	1.050.000.000	1.050.000.000	1.050.000.000	1.050.000.000	1.050.000.000	1.050.000.000	1.050.000.000	1.050.000.000	1.050.000.000	1.050.000.000	1.050.000.000	1.050.000.000
-	Costo Variables	474.527.069	474.527.069	474.527.069	474.527.069	474.527.069	474.527.069	474.527.069	474.527.069	474.527.069	474.527.069	474.527.069	474.527.069
-	Costos Fijos Producción	27.992.701	27.992.701	27.992.701	27.992.701	27.992.701	27.992.701	27.992.701	27.992.701	27.992.701	27.992.701	27.992.701	27.992.701
-	Gastos Depreciación	4.596.908	4.596.908	4.596.908	4.596.908	4.596.908	4.596.908	4.596.908	4.596.908	4.596.908	4.596.908	4.596.908	4.596.908
=	Utilidad Bruta en Ventas	542.883.323	542.883.323	542.883.323	542.883.323	542.883.323	542.883.323	542.883.323	542.883.323	542.883.323	542.883.323	542.883.323	542.883.323
-	Costos fijos de Administración	26.611.335	26.611.335	26.611.335	26.611.335	26.611.335	26.611.335	26.611.335	26.611.335	26.611.335	26.611.335	26.611.335	26.611.335
-	Costos Fijos de Ventas y Distribución	1.520.000	1.520.000	1.520.000	1.520.000	1.520.000	1.520.000	1.520.000	1.520.000	1.520.000	1.520.000	1.520.000	1.520.000
-	Amortización de diferidos	167.500	167.500	167.500	167.500	167.500	167.500	167.500	167.500	167.500	167.500	167.500	167.500

Plan de Negocios: FROZEN S.A.S

=	Utilidad Operativa	514.584.487	514.584.487	514.584.487	514.584.487	514.584.487	514.584.487	514.584.487	514.584.487	514.584.487	514.584.487	514.584.487	514.584.487
+	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	514.584.487	514.584.487	514.584.487	514.584.487	514.584.487	514.584.487	514.584.487	514.584.487	514.584.487	514.584.487	514.584.487	514.584.487
-	Impuestos	169.812.881	169.812.881	169.812.881	169.812.881	169.812.881	169.812.881	169.812.881	169.812.881	169.812.881	169.812.881	169.812.881	169.812.881
=	UTILIDAD NETA	344.771.606	344.771.606	344.771.606	344.771.606	344.771.606	344.771.606	344.771.606	344.771.606	344.771.606	344.771.606	344.771.606	344.771.606
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
=	Utilidades no Repartidas	344.771.606	344.771.606	344.771.606	344.771.606	344.771.606	344.771.606	344.771.606	344.771.606	344.771.606	344.771.606	344.771.606	344.771.606
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	344.771.606	689.543.213	1.034.314.819	1.379.086.426	1.723.858.032	2.068.629.639	2.413.401.245	2.758.172.852	3.102.944.458	3.447.716.065	3.792.487.671	4.137.259.278

8.4. Evaluación financiera del proyecto

8.4.1. Valor Presente Neto con financiación.

Valor Presente Neto	18.001.435.919
---------------------	----------------

Valor presente neto sin financiación.

Valor Presente Neto	18.349.708.711
---------------------	----------------

8.4.2. Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno	194,83%
-------------------------	---------

8.4.3. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda).

Nuestro proyecto es muy sensible a las variaciones de la demanda ya que si le resto un 15% a la demanda todavía sigue siendo muy viable.

Cambio Porcentual en las Ventas	-15,00%
Tasa de Retorno	0,83%
Valor Presente Neto	3.079.383.738
Tasa Interna de Retorno	14,59%

8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Nuestro proyecto es muy poco sensible a las variaciones del precio ya que si le resto un 15% al precio todavía sigue siendo muy viable.

Cambio Porcentual en el Precio	-15,00%
Tasa de Retorno	0,83%
Valor Presente Neto	2.509.933.664
Tasa Interna de Retorno	10,63%



9. CONSIDERACIONES FINALES

- Luego de una investigación y análisis profundo de la idea de negocio, se concluye que el proyecto e idea de negocio, SI es viable. A continuación se pueden concluir las siguientes posibles razones:
- Luego de haber realizado los estudios técnico, legal, comercial y de producción, se puede concluir que la idea de negocio es viable por que los costos no fueron muy elevados para producir, para poner en funcionamiento la posible empresa y para la distribución del producto al mercado Ecuatoriano, en el estudio de mercado se pudo observar que si se puede encontrara un nicho de mercado o sea una población consumidora que este interesada en este producto ya que existen muchas personas que tiene una vida un poco agitada, hay competencia muy fuerte y con mucha trayectoria y precios competitivos en el mercado ecuatoriano pero el ENERGYTIZER es un producto innovador con una sabor diferenciador y un componente vitamínico.
- También se cuenta con proveedores de la materia prima e insumos y maquinaria necesaria para la producción del ENERGYTIZER. Y se pudo encontrar un distribuidor mayorista con el que se puede hacer negocios y el producto es fácil de transportar.
- Desde el estudio técnico se pudo concluir que se puede producir en planta propia y existen todos los materiales necesarios, en lo administrativo y legal se cuenta con todos los recursos necesarios para la realización de las actividad.
- Desde el punto de vista financiero es viable ya que VNP es positivo, el proyecto genera mas de lo esperado, genera valor.
- El proyecto es muy poco sensible porque, es resistente a cualquier variación ya sea por la demanda o por el precio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alibaba.com Global Trade Start Here.
<http://spanish.alibaba.com/products/automatic>

Autor desconocido. Bebidas Energizantes: Mercado en Expansión. Revista la Barra <http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-22/alimentos-y-bebidas-4/bebidas-energizantes-un-mercado-en-expansion.htm>

Autor desconocido. Bebidas Energizantes: Mercado en Expansión. Revista la Barra <http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-22/alimentos-y-bebidas-4/bebidas-energizantes-un-mercado-en-expansion.htm>

Banco de la República de Colombia. www.banrep.gov.co

Beneficios y Cambios Sociedades Anónimas Simplificadas SAS. Asesores Corporativos Integrales Ltda.
www.epm.net.co/~asecorp/documentos/benefsas.pdf

Central Intelligence Agency. www.cia.gov.co

Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas. Revisión 4 Adaptada para Colombia CIIU. DANE. www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU_Rev4ac.pdf

Coca Cola Embonor. <http://www.embonor.cl/>

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. República de Colombia. www.dian.gov.co

Distribuidora Corripio. <http://www.corripiocm.com>

Importadora Comercializadora Dipor S.A. <http://www.DIPOR.com/contacto.php>

Plan de Negocios: FROZEN S.A.S

NULLVALUE Sección Economía. (2006. Junio 26). www.portafolio.co.

País Ecuador Wikipedia, La Enciclopedia Libre.
es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_Ecuador

Prado Julio José. El Consumo en Ecuador: Indicadores Exclusivos. Revista Económica del IDE Perspectiva. IDE Escuela de Dirección de Empresas.
<http://www.ideinvestiga.com/ide/documentos/compartido/gen--000011.pdf>

Protocolo y Etiqueta del País de Venezuela . Protocolo.org.
www.protocolo.org/.../etiqueta_social_en_venezuela_costumbres_y_

Scribd. La Biblioteca en Línea más grande del mundo. <http://es.scribd.com>

Tasa de Crecimiento del Ecuador. INDEX Mundi.
<http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ec&v=24&l=es>

Trade statistics for international business development. International Trade Centre. <http://www.trademap.org/>

Wikipedia, La Enciclopedia Libre. es.wikipedia.org/wiki/Red_Bull_GmbH.

Wikipedia, La Enciclopedia Libre. es.wikipedia.org/wiki/Postobón

ANEXOS

Anexo 1 Inteligencia de Mercados

Anexo 2 Costos de Personal Productivo

Anexo 3 Costos de Personal Administrativo



PRESELECCION DE MERCADOS

	Pais 1			Pais 2			Pais 3			Pais 4		
	venezuela			ECUADOR			ESTADOS UNIDOS			CHILE		
Exportaciones de Colombia	2009	5.797,00	3	2009	11.276,00	3	2009	2.729,00	3	2009	205,00	2
	2010	2.300,00		2010	8.890,00		2010	3.511,00		2010	70,00	
	2011	2108		2011	7611		2011	3099		2011	916	
Importaciones Totales	2009	19.980	3	2009	19.092	3	2009	274.815	4	2009	14.138	4
	2010	9.894		2010	16.540		2010	319.140		2010	24.677	
	2011	6.887		2011	15.504		2011	371.980		2011	31.806	
socios de importacion	15,20%	CHINA	0	10,30%	CHINA	4	14,2%	CANADA	0	17,9%	CHINA	0
	11%	BRAZIL		9,20%	COLOMBIA		11,7%	MEXICO		8,8%	BRAZIL	
				4,63%	PANAMA		5,8%	JAPON		6,7%	ARGENTINA	
				4,60%	PERU		4,4%	GERMANY		4,2%	JAPON	
socios de exportacion	39,9%	ESTADOS UNIDOS	0	38,30%	ESTADOS UNIDOS	0	18,4%,	CHINA	0	20,9%,	ESTADOS UNIDOS	0
	10,5%	CHINA		10,10%	panama		14,2%	CANADA		17,9%	CHINA	
	6%	india		6,30%	peru		11,7%	MEXICO		8,8%,	BRAZIL	
				5,30%	venezuela		5,8%	JAPON		6,7%	ARGENTINA	
Afinidad cultural	muy similar		5	muy similar		5	menos silmilar		4	menos similar		4
TOTALES			11			15			11			10

SELECCION DE MERCADOS				
	Pais 1		Pais 2	
	Etados unidos		Ecuador	
DEMOGRAFÍA				
Población (tamaño del mercado)	308,745,538 habitantes.	3	15,007,343	5
Segmentación (hombre, mujeres, jóvenes viejos)	o a 14 años 20,1%, 15-64 años: 66,8% 65 años y más	4	0 A 14 años 30,1%, 15 a 64 años 63,5%, 65 y mas 6.4%	4
CLIMA	Generalmente templado, pero tropical en Hawaii y Florida, ártico en Alaska, semiárido en el oeste de las Grandes Llanuras del río Mississippi, y árido en la Gran Cuenca del sudoeste; las bajas temperaturas de invierno en el noroeste se mejoran en ocasiones, en enero y febrero por la cálida vientos chinook de las laderas orientales de las Montañas Rocosas	3	tropical en la costa, llegando a ser más fresco el interior, en las elevaciones más altas, tierras bajas tropicales en la selva amazónica	4
CULTURA				
Idioma	ingles	3	español	5
Religión	NA	NA	NA	NA
ECONOMIA				
Devaluación				
Inflación	2.80%	2	33%	5
Desempleo	9.3%	3	7.3%	4.5
Riesgo de no pago				
Balanza comercial	-690,615 millones	5	"-692 millon	5
Principales productos de importación	NA	NA	NA	NA
Principales productos de exportación	NA	NA	NA	NA
PIB per capita	47,200 dólares.(Medio alto)	4	MEDIO BAJO	3
POLITICA				
Tipo de Gobierno	DEMOCRATICO	5	DEMOCRATICO	5
Tendencias políticas	POPULISTA	2	POPULISTA	2
Estabilidad				
Políticas comerciales	PROTECCIONISTA	2	PROTECCIONISTA	
ACCESO AL MERCADO				
Preferencias	si hay preferencias	5	si hay preferencias	5
Barreras	si hay barreras	3	si hay barreras	3
TRANSPORTE				
Medio de transporte	HAY TRES MEDIOS DE TRANSPORTE	5	3 medios de transporte	5
Frecuencias	semanalmente	4	semanalmente	4
Costo	1279 USD	3	506 usd	4.5
TOTALES		56		66

EL PAIS ESCOGIDO ES ECUADOR

Salario operarios	600.000	
Seguridad Social		
EPS	8,50%	51.000
Pensiones	12%	72.000
ARP	0,52%	3.132
Sub-Total Seguridad Social	21,02%	126.132
Prestaciones sociales		
Sub. Transporte	62.500	62.500
Prima	8,33%	55.186
Cesantías	8,33%	55.186
Int. Cesantías	1%	552
Vacaciones	4,17%	25.020
Sub.-Total Prestaciones	21,83%	198.444
Aportes Parafiscales		
CCF	4%	24.000
ICBF	3%	18.000
SENA	2%	12.000
Subtotal Parafiscales	9%	54.000
TOTAL	51,85%	978.576

ANEXO 2 COSTOS DE PERSONAL PRODUCTIVO

jefe de produccion	1.700.000	
Seguridad Social		
EPS	8,50%	144.500
Pensiones	12%	204.000
ARP	0,52%	8.874
Sub-Total Seguridad Social	21,02%	357.374
Prestaciones sociales		
Sub. Transporte	-	-
Prima	8,33%	141.610
Cesantías	8,33%	141.610
Int. Cesantías	1%	1.416
Vacaciones	4,17%	70.890
Sub.-Total Prestaciones	21,83%	355.526
Aportes Parafiscales		
CCF	4%	68.000
ICBF	3%	51.000
SENA	2%	34.000
Subtotal Parafiscales	9%	153.000
TOTAL	51,85%	2.565.900

jefe de gestion de calidad	1.500.000	
Seguridad Social		
EPS	8,50%	127.500
Pensiones	12%	180.000
ARP	0,52%	7.830
Sub-Total Seguridad Social	21,02%	315.330
Prestaciones sociales		
Sub. Transporte	-	-
Prima	8,33%	124.950
Cesantías	8,33%	124.950
Int. Cesantías	1%	1.250
Vacaciones	4,17%	62.550
Sub.-Total Prestaciones	21,83%	313.700
Aportes Parafiscales		
CCF	4%	60.000
ICBF	3%	45.000
SENA	2%	30.000
Subtotal Parafiscales	9%	135.000
TOTAL	51,85%	2.264.030

ANEXO 2 COSTOS DE PERSONAL PRODUCTIVO

auxiliares de produccion, y personal de aseo	566.700	
Seguridad Social		
EPS	8,50%	48.170
Pensiones	12%	68.004
ARP	0,52%	2.958
Sub-Total Seguridad Social	21,02%	119.132
Prestaciones sociales		
Sub. Transporte	62.500	62.500
Prima	8,33%	52.412
Cesantías	8,33%	52.412
Int. Cesantías	1%	524
Vacaciones	4,17%	23.631
Sub.-Total Prestaciones	21,83%	191.480
Aportes Parafiscales		
CCF	4%	22.668
ICBF	3%	17.001
SENA	2%	11.334
Subtotal Parafiscales	9%	51.003
TOTAL	51,85%	928.315

Salario gerente	3.000.000	
Seguridad Social		
EPS	8,50%	255.000
Pensiones	12%	360.000
ARP	0,52%	15.660
Sub-Total Seguridad Social	21,02%	630.660
Prestaciones sociales		
Prima	8,33%	249.900
Cesantías	8,33%	249.900
Int. Cesantías	1%	2.499
Vacaciones	4,17%	125.100
Sub.-Total Prestaciones	21,83%	627.399
Aportes Parafiscales		
CCF	4%	120.000
ICBF	3%	90.000
SENA	2%	60.000
Subtotal Parafiscales	9%	270.000
TOTAL	51,85%	4.528.059

ANEXO 3 COSTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO

Salario coordinador de neg. Internac.	1.700.000	
Seguridad Social		
EPS	8,50%	144.500
Pensiones	12%	204.000
ARP	0,52%	8.874
Sub-Total Seguridad Social	21,02%	357.374
Prestaciones sociales		
Prima	8,33%	141.610
Cesantías	8,33%	141.610
Int. Cesantías	1%	1.416
Vacaciones	4,17%	70.890
Sub.-Total Prestaciones	21,83%	355.526
Aportes Parafiscales		
CCF	4%	68.000
ICBF	3%	51.000
SENA	2%	34.000
Subtotal Parafiscales	9%	153.000
TOTAL	51,85%	2.565.900

Salario tecnólogo en comercio y logística	1.200.000	
Seguridad Social		
EPS	8,50%	102.000
Pensiones	12%	144.000
ARP	0,52%	6.264
Sub-Total Seguridad Social	21,02%	252.264
Prestaciones sociales		
Prima	8,33%	99.960
Cesantías	8,33%	99.960
Int. Cesantías	1%	1.000
Vacaciones	4,17%	50.040
Sub.-Total Prestaciones	21,83%	250.960
Aportes Parafiscales		
CCF	4%	48.000
ICBF	3%	36.000
SENA	2%	24.000
Subtotal Parafiscales	9%	108.000
TOTAL	51,85%	1.811.224
tecnólogos en comercio internacional		logística

Salario: secretaria y talento humano	800.000	
Seguridad Social		
EPS	8,50%	68.000
Pensiones	12%	96.000
ARP	0,52%	4.176
Sub-Total Seguridad Social	21,02%	168.176
Prestaciones sociales		
auxilio de transporte	62.000	62.000
Prima	8,33%	71.805
Cesantías	8,33%	71.805
Int. Cesantías	1%	718
Vacaciones	4,17%	33.360
Sub.-Total Prestaciones	21,83%	239.687
Aportes Parafiscales		
CCF	4%	32.000
ICBF	3%	24.000
SENA	2%	16.000
Subtotal Parafiscales	9%	72.000
TOTAL	51,85%	1.279.863

ANEXO 3 COSTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO

Salario coordinador activo y compras ventas	1.500.000	
Seguridad Social		
EPS	8,50%	127.500
Pensiones	12%	180.000
ARP	0,52%	7.830
Sub-Total Seguridad Social	21,02%	315.330
Prestaciones sociales		
Prima	8,33%	124.950
Cesantías	8,33%	124.950
Int. Cesantías	1%	1.250
Vacaciones	4,17%	62.550
Sub.-Total Prestaciones	21,83%	313.700
Aportes Parafiscales		
CCF	4%	60.000
ICBF	3%	45.000
SENA	2%	30.000
Subtotal Parafiscales	9%	135.000
TOTAL	51,85%	2.264.030

Salario. Vendedores	600.000	
Seguridad Social		
EPS	8,50%	51.000
Pensiones	12%	72.000
ARP	0,52%	3.132
Sub-Total Seguridad Social	21,02%	126.132
Prestaciones sociales		
auxilio de transporte	62.000	62.000
Prima	8,33%	55.145
Cesantías	8,33%	55.145
Int. Cesantías	1%	551
Vacaciones	4,17%	25.020
Sub.-Total Prestaciones	21,83%	197.861
Aportes Parafiscales		
CCF	4%	24.000
ICBF	3%	18.000
SENA	2%	12.000
Subtotal Parafiscales	9%	54.000
TOTAL	51,85%	977.993

Salario aptendiz comercio y logistica	425.025	
Seguridad Social		
EPS	8,50%	36.127
Pensiones	12%	51.003
ARP	0,52%	2.219
Sub-Total Seguridad Social	21,02%	89.349
auxilio de transporte	62000	62000
		576.374

ANEXO 3 COSTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO

Salario personal de aseo	566.700	
Seguridad Social		
EPS	8,50%	48.170
Pensiones	12%	68.004
ARP	0,52%	2.958
Sub-Total Seguridad Social	21,02%	119.132
Prestaciones sociales		
auxilio de transporte	62.000	62.000
Prima	8,33%	52.371
Cesantías	8,33%	52.371
Int. Cesantías	1%	524
Vacaciones	4,17%	26.217
Sub.-Total Prestaciones	21,83%	193.482
Aportes Parafiscales		
CCF	4%	22.668
ICBF	3%	17.001
SENA	2%	11.334
Subtotal Parafiscales	9%	51.003
TOTAL	51,85%	930.317