



PLAN DE EXPORTACION DE PIÑA CON DESTINO A SUIZA

PROPIÑA
AREA DE EXPORTACIONES
1 DE DICIEMBRE DEL 2014



**PLAN DE EXPORTACION DE PIÑA CON
DESTINO A SUIZA**
Plan de Negocios



PROPIÑA
AREA DE EXPORTACIONES
MEDELLIN, 1 DE DICIEMBRE, 2014

El uso de este proyecto para fines lucrativos por parte de otras personas está totalmente prohibido y será sancionado.

Derechos reservados 2014 Federico Osorio, Karen Clavijo, Paulina Palacio-
Estudiantes de **ESUMER.exportaciondepiña@gmail.com**. Carrera 71 No
42-33



Plan de exportación de piña con destino a Suiza

Contenido - Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

- 3.1. Nombre de la Empresa
- 3.2. Descripción de la Empresa
- 3.3. Misión de la Empresa
- 3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo
- 3.5. Ventajas Competitivas
- 3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir
- 3.7. Relación de productos y/o servicios
- 3.8. Justificación del Negocio
- 3.9. Análisis del entorno y del sector
- 3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio

4. ANALISIS DEL MERCADO

- 4.1. Objetivos de Mercadeo
- 4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios
- 4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios
 - 4.3.1. El Mercado Meta
 - 4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor
- 4.4. El Mercado Proveedor
 - 4.4.1. Proveedores
 - 4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor
- 4.5. El Mercado Competidor
 - 4.5.1. Competidores
 - 4.5.2. Estudio del Mercado Competidor
- 4.6. El Mercado Distribuidor
 - 4.6.1. Distribución
 - 4.6.2. Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.3. Distribución Directa (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.4. Manejo de Inventarios
 - 4.6.5. Comunicación
 - 4.6.6. Actividades de promoción y divulgación
- 4.7. Precios de los Productos
 - 4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
 - 4.7.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos
 - 4.7.3. Los Precios de los Productos propuestos
 - 4.7.4. Política de Precios

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

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

- 5.1. Objetivos de producción
- 5.2. Descripción del proceso de producción
- 5.3. Capacidad de producción
- 5.4. Plan de Producción
- 5.5. Recursos materiales y humanos para la producción
 - 5.5.1. Locaciones
 - 5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.
 - 5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.
 - 5.5.4. Requerimientos de servicios.
 - 5.5.5. Requerimientos de personal.
- 5.6. Programa de producción

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

- 6.1. Procesos Administrativos
 - 6.1.1. Descripción de los procesos administrativos
 - 6.1.2. Procesos administrativos externalizados
- 6.2. Estructura Organizacional del Negocio
 - 6.2.1. Organigrama
 - 6.2.2. Descripción funcional de la Organización
- 6.3. Recursos materiales y humanos para la administración
 - 6.3.1. Locaciones
 - 6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.
 - 6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.
 - 6.3.4. Requerimientos de servicios.
 - 6.3.5. Requerimientos de personal
- 6.4. Programa de administración

7. ASPECTOS LEGALES

- 7.1. Tipo de Organización empresarial
- 7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

8. ASPECTOS FINANCIEROS

- 8.1. Estructura Financiera del proyecto
 - 8.1.1. Recursos Propios
 - 8.1.2. Créditos y Prestamos Bancarios
- 8.2. Ingresos y Egresos
 - 8.2.1. Ingresos
 - 8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.
 - 8.2.1.2 Otros Ingresos
 - 8.2.2. Egresos
 - 8.2.2.1. Inversiones
 - 8.2.2.2. Costos
 - 8.2.2.3. Gastos
 - 8.2.2.4. Gastos Financieros

- 8.3. Estados Financieros Proyectados
 - 8.3.1. Flujo de Caja
 - 8.3.2. Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)
 - 8.3.3. Balance General
- 8.4. Evaluación financiera del proyecto
 - 8.4.1. Valor Presente Neto
 - 8.4.2. Tasa Interna de Retorno
 - 8.4.3. Indicadores Financieros proyectados
 - 8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)
 - 8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto presentado consiste en la producción y exportación de piña oro miel al territorio Europeo (suiza), dicho proyecto exige un capital de \$258.981.094 millones, el cual solo es viable teniendo una financiación bancaria.

El valor de la piña puesta en Suiza tendrá un costo de \$8000 y el costo de unitario de cada una es de \$1.123,00, el proceso de esta tarde entre 12 a 15 meses la estrategia es producir 2.500 mensuales sembrando a escala.

La idea del negocio surge a través de la necesidad de una mejora en la salud ya que en los últimos años ha crecido notablemente el sobrepeso en el territorio Europeo, convirtiéndose así en un problema de salud pública por esto nuestro producto rico en vitamina C, B1, B6, ácido fólico (una vitamina del complejo B que es esencial para la vida) y minerales como el potasio. La Piña en su gran mayoría es agua y apenas contiene grasa y es muy baja en calorías. Contiene una enzima llamada bromelina (la bromelina deshace las proteínas de la misma forma que lo hace la pepsina, enzima que forma parte del jugo gástrico), así que se puede decir que mejora la digestión y destruye los parásitos intestinales; podrá ayudar a combatir dicho problema, además que se trabaja bajo estándares de calidad y de protección para el medio ambiente.

Vemos un negocio viable debido a que la producción en cuanto al sector Agro no es muy alta en Suiza, lo que los conlleva a tener una demanda muy alta, esto generado también por un incremento del PIB año tras año brindándonos muchas oportunidades para entrar a competir por un puesto en sus importaciones.

Desde el punto de vista financiero, el capital a invertir a pesar de ser una suma elevada no se compara con la cantidad de los ingresos a futuro que se verían siempre se financie el proyecto para poder generar una rentabilidad para nosotros acompañado de nuestro gran grupo de trabajadores para así estar posicionando y generando una compañía sólida en el mercado.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Karen Vanessa Clavijo Sandoval					
Identificación:	1017227652	Teléfono:	4763824	Celular:	3122696029
Dirección:	Calle 105 N° 75-16			Barrio:	Pedregal
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	ksndo@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	X	Tecnológicos	X	Universitarios
Otros Estudios:					

Federico Osorio Duque					
Identificación:	1152203817	Teléfono:	5968685	Celular:	3137550276
Dirección:	Carrera71 N° 42-33			Barrio:	Laureles
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	fedex893hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	X	Tecnológicos	x	Universitarios
Otros Estudios:					

María Paulina Palacio Osorio					
Identificación:	1036646572	Teléfono:	5771770	Celular:	3127172367
Dirección:	Carrera 81 B # 5 Sur 72 Apto 106			Barrio:	Belén
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	mapupalacio@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	X	Tecnológicos	X	Universitarios
Otros Estudios:					

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

El presente trabajo “Plan de exportación de piña con destino a Suiza ” tiene como fundamento principal el aprovechamiento de las actuales relaciones comerciales con la Unión Europea y especialmente con Suiza, con lo que se busca abrir nuevos mercados a exportaciones no tradicionales en las que la materia prima haya pasado por un proceso de transformación, de igual modo se hace expresa la explotación de las potenciales condiciones geoespaciales del territorio colombiano como ventaja competitiva.

La idea surgió de un negocio familiar de uno de los integrantes del proyecto, ellos cultivan y producen la piña para ser comercializada, basándonos en esto creemos que podemos explotar dicha idea para llevarlo a un comercio internacional.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

PROPIÑA S.A.S.

3.2 Descripción de la Empresa

El estudio es desarrollar un modelo agroindustrial de piña en 30 hectáreas con ventas hacia el mercado de Exportación de dicha fruta, tomando en cuenta el comportamiento de nuestro mercado interno con sus riesgos de producción y comercialización, Analizando los productos sustitutos y competidores, planteando la manera óptima de producción y venta del producto, cumpliendo los estándares de calidad establecidos a nivel mundial; y analizando la situación actual del mercado en cuanto a las importaciones y exportaciones del producto.

Siendo un modelo a seguir la ubicación del proyecto no se especifica, y se lo puede llevar a cabo en distintos sitios del país. Pero para efectos de costos del modelo, se tomó en cuenta los costos actuales de Barbosa – Antioquia. La producción esperada es de 60000 kilos promedio por hectárea.

La producción es cíclica debido a que se siembra en escala para tener suficiente abastecimiento del producto ya que el proceso de desarrollo está entre 12 y 15 meses por cosecha.

3.3 Misión de la Empresa

Producir y exportar conjuntamente para proveer a nuestros clientes, de una manera regular y consistente una fruta fresca producidas bajo estrictas normas de cuidado y respeto por el

medio ambiente, utilizando tecnología de vanguardia y cumpliendo con todos los procesos y requerimientos necesarios para lograr productos de óptima calidad, basados en estándares de producción; Logrando así el crecimiento rápido y sostenido de la compañía, generando valor a la empresa y bienestar a nuestros consumidores.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Diseñar un plan exportador en el que se analicen mecanismos comerciales y financieros, que permitan a PROAPIÑA S.A.S. introducir la piña al mercado europeo.

Desarrollar un nivel competitivo internacional, que permita establecernos como una organización confiable, dinámica participativa y segura para los clientes, proveedores, y colaboradores.

Realizar un estudio de las condiciones fitosanitaria de los cultivos de piña en Colombia, con el fin de comparar su situación actual con los requerimientos de exportación exigidos por los estándares el departamento de agricultura en Europea.

Identificar los mercados potenciales de piña en Europa.

Establecer claramente y seguir al pie de la letra las especificaciones de calidad de la piña y derivados.

Permitir y facilitar la comercialización externa de nuestro producto, lo cual repercutirá efectivamente en la calidad y competitividad de la piña.

Evaluar financieramente el proyecto.

3.5 Ventajas Competitivas

Además de brindar un producto de bienestar saludable ofrecemos un producto amigable con el medio ambiente, certificado con el sello verde.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

Según los estudios realizados, la obesidad en Suiza crece en cifras alarmantes cerca de 4 de cada 10 adultos y 1 de cada 4 niños tiene sobrepeso debido a la mala alimentación combinada con la ausencia del ejercicio físico, este exceso ponderal le cuesta 2.691 millones de francos anuales al país, el 98.4% de los gastos fueron destinados al tratamiento de las 18 principales enfermedades vinculadas con esta afectación como la diabetes, la hipertensión, los problemas cardiovasculares y depresión. Solamente los gastos por tratamientos ambulatorios y estacionarios de los casos de exceso ponderal representaron entre 1.076 y 1.615 millones de francos, es decir, entre 2.3% y 3.5% de los gastos totales de salud en Suiza (46.1000 millones de francos); este excedente no es favorable explico el Área de Nutrición de la Oficina Federal de Salud Pública(OFSP), debido a esto la OFSP lanzó un llamado a la ciudadanía para que asuma su responsabilidad personal y a las instancias del gobierno para que tomen cartas en el asunto; Con el objetivo de frenar los problemas de salud derivados del sobrepeso, las autoridades sanitarias pusieron en marcha una estrategia denominada Suisse Balance, cuya tarea es favorecer entre la población la manutención de un peso corporal sano y una mayor actividad física en la vida cotidiana con la introducción de una jornada escolar dedicada al ejercicio físico y a la alimentación sana, la organización de talleres y de una serie de actividades dedicadas al control de peso, consejos personalizados, entre otros.

Por otra parte el cultivo de la piña en los últimos años ha generado un impacto

negativo sobre el medio ambiente debido a las malas prácticas agrícolas, fincas gestionadas inadecuadamente, la destrucción de los ecosistemas, deforestación y contaminación de acuíferos con agroquímicos, para esto se han creado sellos de calidad que certifican la protección del medio ambiente y la vida silvestre.

3.7 Relación de productos y/o servicios

Fruta fresca: Piña

3.8 Justificación del Negocio

Escogimos el proyecto ya que en el observamos un negocio con mucho éxito, debido a las condiciones climáticas se cuenta con una ventaja de producción que ayudara a suplir las necesidades de dicho mercado , puesto que ellos no cuentan con la capacidad suficiente para abastecerse. También es muy atractivo debido al alto valor adquisitivo que tiene el sector agro en el extranjero y más en dicha población donde se generaría un impacto de manera alimenticia, con esto estaríamos aportando a una mejora a el problema de salud pública al que se enfrenta la población de suiza; Debido a que la piña posee en 100 grs sólo 55 calorías, su volumen es mayor a la cantidad de calorías, por lo tanto en mucha cantidad de piña consumes pocas calorías; También es un alimento saciante por su alto contenido en agua, laxante, por su alto contenido en fibra, ayuda a bajar el colesterol y los triglicéridos, evita la obesidad, controla la tensión arterial, es un alimento diurético que tiene como benéfico la eliminación de toxinas por medio de la orina, "y ayuda así a quienes tienen problemas de riñón, vejiga y próstata; Asimismo, la acción antioxidante de esta fruta actúa en contra de los radicales libres por lo que combate las enfermedades crónicas y mejora la longevidad en sus consumidores .Con estas propiedades se

ayudaría a combatir el sobrepeso y las derivadas enfermedades que en estos momentos son un problema de salud pública para Suiza concientizando al consumidor de los beneficio de una dieta saludable.

En cuanto a la protección del medio ambiente estaríamos ayudando cumpliendo con todos los requisitos de calidad establecidos implementando unas buenas prácticas agrícolas aseguno la sostenibilidad social y ambiental de la producción de la piña, cuidado la vida silvestre.

3.9 Análisis del entorno y del sector

Económico

A pesar de ser un país pequeño, es una de las economías más estables del mundo. El gran desempeño de la economía suiza se caracteriza y se debe a la alta productividad, su sistema delibre mercado, la estabilidad política y sus estrechos vínculos con las economías extranjeras. El PIB per cápita de este país es más alto que el de la mayoría de países europeos, solo superado por Luxemburgo, Noruega, Islandia e Irlanda.

Suiza es sobre todo una economía de servicios. El 72% de la población activa trabaja en el sector terciario (servicios), el 24% en el sector secundario (industria), y el 4% en el sector primario (agricultura).

Con respecto al sector agrícola o sector primario, es de anotar que está sufriendo cambios debido a la creciente demanda de productos ecológicos y más respetuosos del medio ambiente en sus métodos de producción.

El pilar de la economía suiza son las pequeñas y medianas empresas altamente especializadas y flexibles (llamadas PYMES), que constituyen más del 99% de todas las empresas registradas en ese país. Estas empresas emplean a dos tercios de la fuerza laboral total del país y son los principales actores de la economía.

Las relaciones comerciales entre Colombia y Suiza, se han desarrollado dentro del marco Asociación Europea de Libre Comercio AELC. Es así que Colombia, como parte de la Comunidad Andina de Naciones CAN y Suiza como parte de la Asociación Europea de Libre Comercio AELC, negociaron un Tratado de Libre Comercio, el cual buscaba mejorar las condiciones para el ingreso de productos y servicios colombianos al mercado Europeo y ofrecer ventajas a la importación a Colombia de productos, servicios e IED desde esos países. Los países que lo integran son Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein. Además de este Tratado Comercial general, con cada uno de los países se firmó individualmente un Acuerdo Complementario sobre Agricultura.

Adicionalmente, de acuerdo con los análisis adelantados por las Oficinas Comerciales de Proexport Colombia, algunos de los sectores con grandes posibilidades de exportación son:

Alimentos procesados: Existen oportunidades en la comercialización de frutas tropicales y exóticas frescas, secas y congeladas, como mango, maracuyá y uchuva procesada, entre otras. También hay demanda de frutas y vegetales enlatados, mermeladas y jaleas, así como verduras en conserva, hierbas y especias procesadas, extractos de café y café soluble.

Distribución

Por sus características geográficas y demográficas, Suiza cuenta con una red de distribución con canales cortos: importadores/ mayoristas y minoristas y es muy frecuente encontrar que las mismas empresas trabajen simultáneamente en esos dos escalones.

Sus características principales son:

- Existe gran concentración en el segmento superior de facturación de ventas (Volumen).
- Existe un debilitamiento del segmento medio- alto de facturación: hay una reducción significativa del número de empresas y su cuota en el volumen global de facturación.
- Se evidencia una proliferación y consecuente atomización en el segmento medio bajo, esto es: hay un aumento del número de pequeñas empresas comercializadoras.
- Por lo general, cuando se habla de los canales de distribución en Suiza, se evidencia confusión entre los distintos niveles ya que son pocos los importadores- mayoristas, que no actúan también como minoristas.

Político

La Confederación Helvética (CH), es el nombre oficial de esta República Federal, que se encuentra ubicada en el corazón de Europa Occidental. Suiza es un país que se compone de tres niveles políticos:

El Gobierno Federal.

26 Estados llamados Cantones (20 totales y 6 medios). Municipios.

Cuenta con un sistema de democracia directa en la que el pueblo es soberano. Berna es la sede de las autoridades federales. Los cantones y los municipios son en gran medida autónomos. Cada cantón tiene su propia constitución, leyes, parlamento y tribunales.

Esta división descentralizada obedece al común pensamiento suizo de resolver los problemas en el nivel más bajo posible: “principio de subsidiariedad”. Este principio es su piedra angular.

Normas, regulaciones y estándares

Normas, regulaciones y estándares.

Los estándares de Suiza son iguales a las de la Unión Europea, con excepción de algunos diferenciados para pesticidas. Las regulaciones cubren todos los productos, además del tabaco y los estándares de empaçado y etiquetado.

Las Normas de etiquetado son aplicables a la mayoría de los productos. Estas deben tener las siguientes características:

Debe indicar el nombre específico del productor en alemán, francés o italiano.

Medidas métricas

Precio de venta y por unidad

Para el caso de productos con diversas mezclas e ingredientes se debe especificar el peso de cada componente. Todos los pesos y medidas deben cumplir con las regulaciones de la

Oficina de Federal de Metrología (Eidg. Amt. Fuer Messwesen).

Nombre del distribuidor o productor

País de origen

Fecha de vencimiento

Es de anotar, que algunos importadores – distribuidores añaden información adicional a las etiquetas. Esta información es el Código EAN (European Article Number) o código de barras y el valor nutricional del producto.

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

A la hora de hacer negocios en Suiza, es importante tener en cuenta las diferencias regionales.

Negociar con el norte no es lo mismo que negociar con las personas que viven en el sur o en el occidente. En Suiza, las diferencias entre las personas que viven en el nororiente (Germanos), con el occidente (francófonos) y el sur (italianos) son muy importantes. A pesar de lo anterior, los principios de negocio y cultura suiza son similares: conservadores y muy formales.

Antes de ingresar al mercado suizo se debe considerar que en este país existen dos mercados. El primero es el perteneciente a la zona germana, considerado el más robusto y el segundo a la zona francófona, considerado el segundo en importancia.

Es de anotar que en este país, el marketing de productos, por lo general, es realizado por las organizaciones de productores, mayoristas, procesadoras y detallistas. Además, es importante mencionar, que tener en cuenta el tipo de producto y la localización de la producción manufacturera y de las áreas de distribución son aspectos básicos para determinar los métodos más efectivos para una importación y posterior distribución en Suiza.

Aunque Suiza es un país de pequeñas dimensión y población, es muy desarrollado y de elevados ingresos. El consumidor suizo es de gran poder adquisitivo y sus regiones comerciales son mercados maduros. En este sentido, es importante que el empresario tenga en cuenta que los procesos de exportación son a mediano y largo plazo, pues la entrada de nuevos productos y su posicionamiento toman tiempo, lo que en todo caso es compensado por la posibilidad de precios elevados y el reconocimiento de la calidad y especialidad del producto.

El porcentaje de IVA cobrado en Suiza es del 8%, siendo esta la tasa más baja de toda Europa. Es de anotar, que algunos suministros y servicios específicos, incluyendo comida, medicina, periódicos y libro, están sujetos a tasas más bajas al 2.4% (2.5% desde el 2011). El IVA correspondiente al alojamiento en hoteles se cobra en el 3.6%. Hay algunos sectores que están totalmente exentos del pago del IVA, incluyendo seguridad social y servicios sociales, educación y el juego.

Requisitos de entrada

Documentos Requeridos; toda importación a Suiza requiere presentar los siguientes documentos:

Una factura comercial con 3 copias es la única documentación a presentar. Esta factura debe

contener la siguiente información:

Descripción de los productos y el empaque

Peso neto y bruta de cada empaque,

Cantidades

País de origen

Valor CIF.

El Certificado de Origen es requerido en caso de que se tengan preferencias arancelarias. Esto se solicita por razones de salud pública (para el caso de carnes y plantas), o por razones de controlar la calidad de los productos. Suiza aplica normas de origen preferenciales y no preferenciales. Considera que los productos son originarios de un país si se han obtenido totalmente o han sido objetos de una transformación suficiente.

En cuanto a las regulaciones de aduana, es importante mencionar que las mercancías importadas deben ser declaradas dentro del siguiente límite de tiempo luego de haber entrado a Suiza. Es decir, por carro (24 horas), por vía marítima (48 horas), por tren (7 días) y por aire (7 días).

Los certificados sanitarios y fitosanitarios¹⁹, son regulados por la Asociación Suiza de Normalización (SNV). La autoridad nacional responsable de las notificaciones es la Secretaría de Estado de Asuntos Económicos (SECO). Estos certificados son exigidos solo en los casos de importación de bovinos, caballos, animales de granja, animales domésticos, abejas y huevos de

Serpiente, carne, pescados y mariscos, cera de abeja. De igual forma, para algunos vegetales, fruta fresca y plantas silvestres.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

Objetivo general

Determinar la viabilidad de la producción y exportación de la piña oro miel al territorio europeo.

Objetivo específicos

Adaptarse a las normas establecidas para la elaboración de un producto de calidad partiendo de los requisitos necesarios para el ingreso a la unión europea.

Establecer los posibles clientes que estarían interesados en satisfacer la necesidad de los consumidores brindando un producto de mayor calidad a un precio más competitivo, cumpliendo con los lead time pactados.

Establecer una periodicidad con el cultivo, sembrando la piña en escala, buscando terrenos planos y a bajas alturas logrando así mantener una producción de piña constante durante todo el año.

Establecer los procesos necesarios donde el objetivo fundamental sea velar por un producto de calidad. Donde la empresa pueda posicionarse a nivel internacional como una de los principales productores y exportadores de piña.

Determinar el tipo de empresa a crear, cumpliendo con las leyes o normas jurídicas impuestas por el país, para constituirse como empleador.

Promover el manejo de los recursos para: El control de los gastos, el ahorro, reducir o eliminar deudas, pago a proveedores, toma de decisiones en materia de inversiones y crédito.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Tipo de producto: Bien de consumo de consumo final

Necesidad o deseo que atiende: Necesidad básica

Características físicas:

Forma: son infrutescencias de forma ovalada y gruesa.

Tamaño y peso: la piña oro miel mide unos 30 centímetros y tiene un diámetro de 15.

Su peso ronda los dos kilos.

Color: La pulpa de color amarillo o blanco se encuentra rodeada de brácteas que forman la piel del fruto; en el extremo superior las brácteas se transforman en una llamativa corona de hojas verdes.

Sabor: la pulpa es muy aromática y de sabor dulce. Las piñas pequeñas suelen tener un sabor más delicado que las grandes

Características técnicas:

Calidad: Las piñas de acuerdo a sus características se clasifican en los grados de calidad siguiente:

- a) Categoría “Extra”: Libres de defectos, exceptuando imperfecciones muy leves que no afecten el aspecto, calidad y conservación de las piñas.

b) Categoría Primera: Pueden presentar leves defectos de la cáscara debido a raspaduras, cicatrices, magulladuras y manchas del sol, mientras que no excedan el 4 % de la superficie de la fruta.

c) Categoría Segunda: Pueden presentar defectos de la cáscara debido a raspaduras, cicatrices, golpes, magulladuras y manchas del sol.

Tabla N° 2. .

Características (Factores de Calidad)	Categorías de calidad		
	“Extra”	Primera	Segunda
<u>Daños serios</u> ▪ Indicios de pudrición	No se tolera	3%	5%
<u>Daños leves</u> ▪ Presencia de insectos*	2%	5%	10%
Tolerancia acumulativa	7%	12%	20%

Figura 2. Daños que pueden surgirle a la piña en su vida útil.

Vida útil: Aproximadamente entre 20 a 25 días en refrigeración.

Usos del producto

La piña se usa para desinflamar y bajar la hinchazón.

El ambiente ácido que genera la piña en el cuerpo es realmente curativo, ayuda a combatir innumerables enfermedades como:

- Artritis y artrosis
- Enfermedades renales y hepáticas
- Problemas intestinales
- Problemas de piel (acné, rosácea, barritos, etc.)

- Enfermedades pulmonares (infecciones, tos, cáncer de pulmón, etc.)
- Diabetes
- Celulitis
- Tendinitis
- Dolores de cabeza
- Sinusitis, conjuntivitis, otitis, etc.
- Cistitis e infecciones de las vías urinarias
- Virus del Papiloma Humano
- Cándida e infecciones vaginales
- Hongos en cualquier parte del cuerpo
- Ideal después de operaciones
- Úlceras de pierna

Sus usos culinarios son muy amplios y la piña se utiliza también como ingrediente en numerosos platos salados, ya que combina muy bien con carnes como por ejemplo el cerdo o el pato.

Igualmente, cocida o al horno se intensifica tanto su aroma como su sabor. Otra buena idea es insertarla como ingrediente en las brochetas a la brasa, alternándola con hortalizas (berenjena, calabacín, pimiento o cebolla) y con otras frutas como el plátano o la fresa. También puede ser un ligero entrante.

AUTORIZACIÓN PARA EL AGOTAMIENTO DE EXISTENCIAS DE ETIQUETAS Y USO DE ADHESIVOS.

Las autorizaciones para el agotamiento de etiquetas y uso de adhesivos, deben ser tramitadas ante el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, INVIMA, y serán aprobadas con base en los lineamientos que para el efecto tenga establecido dicho Instituto.

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Llegaremos a través de canales mayoristas, estos canales generalmente actúan cuando se manejan grandes volúmenes de ventas ya que éstos suelen contar con la infraestructura adecuada.

Existen dos empresas suizas dentro del mercado en la distribución: COOP y MIGROS, que abarcan aproximadamente el 50% de la distribución agroalimentaria suiza, si bien en algunos subsectores, como el de productos congelados, pueden alcanzar el 70% del mercado. Ambas se sitúan en el segmento medio. Tanto MIGROS como COOP comercializan con marcas propias. La presencia de cadenas de supermercados alemanes es también importante, representada por ALDI y

LIDL, que están enfocadas en atender segmento medio-bajo del mercado. La tercera cadena en este segmento, ésta si de origen Suizo es DENNER.

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

- Saber que desea el cliente
- Qué opina sobre el producto
- Cuál es el promedio que está dispuesto a pagar por el producto

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

Preguntar a los consumidores cuáles son los asuntos o temas de importancia para ellos.

Foros

Eventos

c) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

Tipo de consumidor: Empresas mayoristas

Criterios de compra: La unidad tiene un costo de 8000, forma de pago hasta 2 meses después de la venta.

Perfil:

- Tamaño: Mayoristas.
- Nivel de ventas : 2500 piñas mensuales
- Porcentaje de participación en el mercado: Empresas que cuenten con un porcentaje mínimo de 40% de participación.
- Comportamiento :
- Sector económico : Sector terciario
- Ubicación: : Zúrich-suiza
- Niveles de productividad : Media-Alta
- Este producto debido a sus propiedades nutricionales puede ser consumido por cualquier tipo de persona y por su valor tan relativamente económico es accesible para cualquier sector de la población.

Ubicación geográfica: Europa

Determinación de la Demanda

La empresa estará dirigida a las mayoristas, las principales serán ALDI,LIDL y MIGROS las cuales ocupan el 50% de la industria agroalimentaria Suiza; También se contempla dirigirse a los canales Horeca que son los importadores mayoristas de suiza Son empresas líderes en el mercado suizo de la distribución de alimentos, presente en segmento mayorista, minorista, gastronomía(Colectividades), catering de SBB (Ferrocarriles Suizos), e-commerce y comercio mayorista para gastronomía.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

Tabla No 1

DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SEMILLA DE PIÑA	30.000 UNIDADES	AGROPECUARIO A EL ZAFIRO	\$ 150	\$ 4.500.000
UREA	3 QQ (Quintal ,100 lb)	QUIMICO TIENDA	\$700.000	\$ 2.100.000
SULFATO DE MAGNESIO	7 BOLSAS DE 25 KG	QUIMICO TIENDA	\$470.000	\$ 3.290.000
NITRATO DE CALCIO	15 BOLSAS DE 25 KG	QUIMICO TIENDA	\$500.000	\$ 7.500.000
SOLUBOR	1 BOLSA DE 25 KG	QUIMICO TIENDA	\$1.500.000	\$1.500.000
HIPOCLORITO DE CALCIO	10 KILOGRAMOS	QUIMICO TIENDA	\$200.000	\$ 2.000.000
ACIDO SALICILICO	6 KILOGRAMOS	QUIMICO TIENDA	\$650.000	\$ 3.900.000
DIANIZON	8 LITROS	QUIMICO TIENDA	\$ 400.000	\$ 3.200.000

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO (2)-Plan de Negocios

FURADAN	3 LITROS	QUIMICO TIENDA	\$ 900.000	\$2.700.000
ABONO	INDEFINIDA(BULTO)	FINCAS DEL SECTOR	\$10.000	POR DEFINIR
COMPUTADOR PORTATIL	5	ALKOMPRAR	\$600.000	\$3.000.000
ESCRITORIO	4	HOME CENTER	\$100.000	\$400.000
AZADON	15	HOME CENTER	\$50.000	\$750.000
TELEVISOR	1	ALKOMPRAR	\$450.000	\$450.000
MULTIUNIONAL	1	ALKOMPRAR	\$150.000	\$150.000
SILLAS DE ESCRITORIO	4	HOME CENTER	\$129.900	\$519.600
SILLAS INTERLOCUTORAS	16	HOME CENTER	\$49.900	\$798.400
ARCHIVADOR BIBLIOTECA	1	HOME CENTER	\$259.900	\$259.900

Fuente: Elaboración propia

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Tiempo de entrega

Confiabilidad

Variación de precios

Ubicación

Formas de pago

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

Mediante cotizaciones, publicidad y referencias.

c) **Aplicación de la Medios**

Agropecuaria el zafiro, vía internet se realizaron cotizaciones y por referencias.

Agropecuaria J.E.C.O, por publicidad.

Panamá tropical products, vía internet se realizaron cotizaciones.

QUIMICO TIENDA, por cotizaciones.

FINCAS DEL SECTOR, por referencias.

ALKOMPRAR, por publicidad.

HOME CENTER, Por publicidad.

d) **Resultados del estudio de los proveedores**

Tabla No 2

NOMBRE	DATOS CONTACTO	PRODUCTO O SERVICIO	PRECIO	POLITICA DE PAGO	FORTALEZAS	DEBILIDAD
Agropecuaria el zafiro	info@agropecuariaelzafiro.com , 3176650775, Quindío	Semillas	150 \$	Termino acordado	Calidad de confianza	La distancia
Agropecuaria J.E.C.O	Info@agropecuariajeco.com	Semillas	300 \$	Termino acordado	Tiempo entrega	
Panamá tropical products	Info@tropicalproducts.com, 66706145 panamá	Semillas	130 \$	Termino acordado	Buen Servicio	

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

Tabla No 3

Empresa	Dirección	Contacto	Correo	Producto
Agrícola Guapiña S.A.	Los Ángeles de Pital, San Carlos. 1.5 Km del Colegio Los Ángeles. <u>Apartado: 24-4437</u>	Víctor Julio Chavarría Aguilar	eguapina@racsa.co.cr guapina@ice.co.cr	Piña
ASOPROAGROIN	Apdo Postal: 84-5000	José Luis Bolaños	jl.bolanos@proagroin.org	Jugo concentrado de piña

Fuente: Elaboración propia

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Actividad principal

Tiempo en el mercado

A que otros países exportan

Fuerza de ventas

Capacidad de producción

Si trabajan con intermediarios

Precios

Canales de distribución

Servicio al cliente

Márgenes de utilidad

Participación en el mercado

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Búsqueda vía internet

ASOPROAGROIN:

Actividad principal: Producción y comercialización

Marcas comerciales: registradas Sweet One

Referencias comerciales: Banco Interfin (Costa Rica), AgroFair BV (Holanda),

Kingston Marketing Association (EE.UU.)

Experiencia: Fair Trade (3 años)

AGRÍCOLA GUAPIÑA S.A.:

Actividad principal: Producción y comercialización

Marcas comerciales registradas: Guapiña

Experiencia: Fair Trade (2 años)

c) Aplicación de la Medios

Víctor Julio Chavarría Aguilar, encuesta vía internet.

José Luis Bolaños, encuesta vía internet.

d) Resultados del Estudio de la Competencia

AGRÍCOLA GUAPIÑA S.A.:

Contacto Víctor Julio Chavarría Aguilar

Teléfono (506) 404-1722

Dirección /CP Los Ángeles de Pital, San Carlos. 1.5 Km del Colegio Los

Ángeles. Apartado: 24-4437

Producto Piña

Producción Todo el año

ASOPROAGROIN:

Contacto José Luis Bolaños

Teléfono (506) 666-4522, (506) 382-3272

Correo-e jl.bolanos@proagroin.org

Sitio web www.proagroin.org

CP Apdo Postal: 84-5000

Producto: Jugo concentrado de piña

Producción: Todo el año

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

MEDIANTE MAYORISTAS

ALDI: <https://www.aldi.es/>

Forum Schweizer Geschichte Schwyz Hofmatt

Zeughausstrasse56430 Schwyz

Migros: <http://www.bern.com/sp/shopping/magasins/migros-marktgasse>

Bahnhofstrasse4

Postfach655 6430 Schwyz

- Ventas: 20.644 millardos de francos suizos (+ 1.3%).
- Ventas de M-Budget: 653 millones CHF (+ 37.5%).
- Utilidad: 754 millones CHF (+ 7.9%).
- Empleados: 79.194 (- 2.3%).
- Capital propio: 10.704 millardos CHF (+ 11.1%).
- Tamaño de la red: 590 puntos de venta.

Lidl: <http://www.lidl.es/es/index.htm>

Casellapostale17 6775 Ambri

4.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

Comisiones

Penetración en el mercado

Imagen

Políticas

Utilidades

Ventas

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

Se realizó un estudio de mercado

c) Aplicación de la Medios

Mediante correos y búsquedas en internet

4.6.3 Manejo de Inventarios

No se maneja inventario debido a que la producción sacada se exporta inmediatamente

4.6.4 Comunicación

1. PROPIÑA
2. Empaque:

La fruta cosechada es depositada en recipientes o "canjilones" y transportada a la planta empacadora, donde la fruta se deposita en contenedores con agua y desinfectantes. Otro

proceso alterno consiste en sumergir la fruta completamente en una solución similar a la anterior (con Triadimefon); este proceso es usado específicamente para su exportación a U.S.A. y Europa.

Las cajas utilizadas para empaqueo se inspeccionan para verificar que estén libres de insectos. Las frutas se colocan en cajas de 10 - 20 kg y finalmente colocadas en pallets. Los pallets deben mantenerse en cámaras de refrigeración y colocados en contenedores también refrigerados. Cada contenedor tiene una capacidad de 1500 cajas de 20 Kg cada caja y 3000 cajas de 10 kg cada caja.

El contenedor debe mantenerse a 7.5 - 8° C previo a su exportación y debe contar con un termógrafo para el control y registro de la temperatura y un control de los niveles de etileno, mientras transcurre su transporte. Es importante contar con un empaque adecuado desde la cosecha y empaque de los frutos ya que estos determinarán la calidad final del fruto una vez que lleguen a los mercados de consumo. Un empaque adecuado ayuda a la venta del producto ya que lo protege contra la pérdida del aroma, contra la entrada de aromas indeseables, acumulación y/o pérdida de humedad y proteger al fruto contra daños. Un cuidadoso manejo desde la cosecha y empaque, contribuye al mantenimiento de la calidad del mismo. Las piñas listas para su exportación deben empaquetadas en cajas de plástico, contar con orificios para asegurar su ventilación. El empaque de la piña no sigue estrictamente un estándar definido pero una guía internacional para productos agrícolas debe utilizarse, donde el producto debe mantenerse a 7° - 10° C y una humedad relativa del 90 %. Las piñas deben ser sujetadas dentro de la caja con el propósito de evitar que se golpeen entre ellas.

3. PROPIÑA S.A.S.

4.6.5 Actividades de promoción y divulgación

Financiamos revistas especializadas en agricultura, Vallas publicitarias, afiches, volantes

Promoción en redes sociales

Blog comercial: Para que los clientes ingresen sus datos , comentarios y puedan conocer nuestros productos.

Promoción en ventas

Para los compradores de acuerdo a sus porcentajes de compras se les harán descuentos, además de incentivos como el sumar más cantidades a los pedidos realizados por los compradores, que serán evaluados en la medida de cada pedido.

Publicidad en punto de venta

Nosotros correremos con todos los gastos de publicidad que la empresa necesite para dar a conocer el producto.

Demostraciones (degustaciones)

4.7 Precios de los Productos

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

Tabla No 4

Variación Porcentual Anual de Precios	3,29%
Variación Porcentual Anual de Ventas	5,00%
Variación Porcentual Anual de Costos	5,00%
Inflación promedio estimada	3,30%

Fuente: Elaboración propia

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Tabla No 5

Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
SEMILLA DE PIÑA	\$ 150,00	1,00	Unidades	\$ 150,00
UREA	\$ 700.000,00	0,00	Qq	\$ 70,00
SULFATO DE MAGNESIO	\$ 470.000,00	0,00	Bolsa 25 kg	\$ 109,67
NITRATO DE CALCIO	\$ 500.000,00	0,00	Bolsa 25 kg	\$ 250,00
SOLUBOR	\$ 1.500.000,00	0,00	Bolsa 25 kg	\$ 50,00
HIPOCLORITO DE CALCIO	\$ 200.000,00	0,00	Kg	\$ 66,67
ACIDO SALICILICO	\$ 650.000,00	0,00	Kg	\$ 130,00
DIANIZON	\$ 400.000,00	0,00	Litro	\$ 106,67
FURADAN	\$ 900.000,00	0,00	Litro	\$ 90,00
ABONO	\$ 10.000,00	0,00	Bolsa 25 kg	\$ 33,33
TRANSPORTE	\$ 66,67	1,00	Unidades	\$ 66,67

Total Costos Variable Unitario del Producto	\$ 1.123,00
--	--------------------

Fuente: Estudio Financiero

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

Altas (optimista)	2500	Unidad de Medida	UNIDAD
Medias (medio)	2500	Precio Unitario Venta	\$ 8.000
Bajas (pesimista)	2500	Consolidado (Medio)	2500

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	
Salarios	\$ 616.000
Prestaciones Sociales	\$ 397.815
Publicidad y Mercadeo	\$ 500.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 1.513.815

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

Oportunidad de expandir nuestro mercado

Riesgos que nuestro producto no tenga una buena aceptación.

4.10 Plan de ventas

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO			
Ventas		Participación del total Ventas	
PIÑA	\$ 20.000.000,0	100,00%	
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 20.000.000,0	100,00%	

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

- El principal objetivo al que estamos apuntando, es a tener un producto de alta calidad , que sea amigable con el medio ambiente .
- A largo plazo el objetivo es poder tener más hectáreas con siembra .

5.2 Descripción del proceso de producción

Tabla No 5

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	RESPONSABLE	TIEMPO
1.Selección del terreno	Análisis físico-químico del suelo, cuáles son sus características de textura, estructura, pH y el Contenido de fósforo, potasio, magnesio, calcio y azufre.	Dueños de la empresa junto con personal capacitado para la selección de terreno(Topógrafo)	Inicio del proceso
2.Preparación del terreno	La topografía del terreno es la que determina el diseño de la plantación, en cuanto a la construcción de caminos, alcantarillas, diseño del sistema de drenajes (primarios, secundarios y terciarios) y la preparación del terreno (encamado).	Cultivadores	Se realiza 5 días después de seleccionado el terreno.
3.Desinfección de la semilla	Cualquiera de los materiales que se desee sembrar debe de desinfectarse por medio de la inmersión en una Solución fungicida e insecticida para prevenir un ataque de plagas y enfermedades. Es recomendable sumergirlos durante 5 minutos en una solución de Diazinon (300ml). Dicha actividad es Previa a la siembra. Luego de ser desinfectados los hijos se dejan escurrir en la sombra (por lo menos 24 horas) y se llevan al campo para la siembra.	Supervisor del terreno.	5 minutos en desinfección y 24 horas para escurrir antes de ser sembrado.

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO (2)-Plan de Negocios

4.Siembra	<p>Método de doble hilera: es el más utilizado en la actualidad consiste en sembrar las plantas en dobles hileras separadas de 45 o 60 cm. y 70 u 80 cm entre cada surco, las plantas en una misma hilera Pueden tener una distancia de 30 a 35 cm. obteniendo una densidad de 35 mil plantas por manzana.</p> <p>Método de línea sencilla: Se dejan 80 cm entre surco y 30 ó 40 cm. entre planta (30,000 plantas/manzana); Éste es el sistema tradicional.</p>	Cultivadores	5 días(3 trabajadores)
5.Resiembra	Es necesario que con frecuencia se realicen resiembras debido a la perdida de plantas en las primeras etapas del cultivo ya sea por quemaduras de sol, plagas, enfermedades, mala siembra, etc.	Cultivadores	Depende de la cantidad de plantas perdidas. En promedio es el 5 % de la producción mensual .
6.Fertilizacion	La fertilización de la piña se puede hacer aplicando abonos granulados al suelo y al follaje de la planta; sin embargo, la piña, como todas las Bromeliáceas, presenta una absorción vía foliar más eficaz.	Cultivadores	5 días(3 trabajadores)
7.Induccion floral	Mediante diferentes sustancias se pretende modificar el ciclo natural de la planta, adelantando la cosecha con el fin de obtener frutos para fechas determinadas. La inducción floral (o forzamiento de la floración de la planta) ofrece las siguientes ventajas: producción uniforme de fruta, reducción del ciclo del cultivo y posibilidad de programar la cosecha según las necesidades del mercado.	Productor o encargado del campo (Supervisor)	6 a 7 meses de edad de la piña
8.Cosecha	La cosecha se realiza en forma manual; a la fruta del cultivar cayena la fruta se toma de la corona y se inclina hacia un lado para que el pedúnculo se quiebre. La fruta se debe manipular con delicadeza en toda la labor cosecha y transporte, para evitar	Cultivadores	12-15 meses

	magulladuras o golpes.		
9. Transporte	Para el transporte no se deben hacer estivas altas con la fruta. Se pueden hacer máximo 4 pisos colocando una fruta sobre otra y procurando que la última quede sobre la corona de la anterior, o colocar una a la par de la otra, todas con la corona hacia abajo.	Empresa transportadora.	12-15 meses luego de tener la producción mensual.

Fuente: Elaboración Propia

5.3 Capacidad de producción

- La capacidad de la producción es de 30.000 matas de piña en una hectárea, donde se demoran de 12 – 15 meses para tener la producción.

5.4 Plan de Producción

- La estrategia es sacar una producción de 2500 piñas mensuales, la idea es sembrar a escala para así tener piña todo el año.

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

- Terreno propio , \$ 80.000.000 1 hectárea TERRENO ONDULADO

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Tabla No 6

DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
AZADON	15	HOME CENTER	\$ 50.000	\$ 750.000

Fuente: Elaboración propia

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Tabla No 7

DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOAL
SEMILLA DE PIÑA	30.000 UNIDADES	AGROPECUARIA EL ZAFIRO	\$ 150	\$ 4.500.000
UREA	3 QQ (Quintal ,100 lb)	QUIMICO TIENDA	\$700.000	\$ 2.100.000
SULFATO DE MAGNESIO	7 BOLSAS DE 25 KG	QUIMICO TIENDA	\$470.000	\$ 3.290.000
NITRATO DE CALCIO	15 BOLSAS DE 25 KG	QUIMICO TIENDA	\$500.000	\$ 7.500.000
SOLUBOR	1 BOLSA DE 25 KG	QUIMICO TIENDA	\$1.500.000	\$1.500.000
HIPOCLORITO DE CALCIO	10 KILOGRAMOS	QUIMICO TIENDA	\$200.000	\$ 2.000.000
ACIDO SALICILICO	6 KILOGRAMOS	QUIMICO TIENDA	\$650.000	\$ 3.900.000
DIANIZON	8 LITROS	QUIMICO TIENDA	\$ 400.000	\$ 3.200.000
FURADAN	3 LITROS	QUIMICO TIENDA	\$ 900.000	\$2.700.000
ABONO	INDEFINIDA(BULTO)	FINCAS DEL SECTOR	\$10.000	POR DEFINIR

Fuente: Elaboración propia

5.5.4 Requerimientos de servicios.

- Servicio público de agua, telefonía móvil e internet. (\$100.000) mensual.
- Servicio de transporte.

5.5.5 Requerimientos de personal.

CARGO	PERFIL	TIPO DE CONTRATO	SALARIO	PRESTACIONES
SUPERVISOR	Persona procesadora de un caudal de conocimientos y experiencias con habilidades para planificar, organizar, dirigir, ejecutar y retroalimentar constantemente, que asume la responsabilidad de dirigir a otras para obtener con ellos resultados que les son comunes	INDEFINIDO	\$ 1.000.000	\$593.406,97
CULTIVADOR	Persona con conocimiento del manejo y la conservación de la tierra, con habilidades para la siembra y cuidado de los productos agrícolas.	INDEFINIDO	\$616.000	\$397.815
CULTIVADOR	Persona con conocimiento del manejo y la conservación de la tierra, con habilidades para la siembra y cuidado de los productos agrícolas.	INDEFINIDO	\$616.000	\$397.815
CULTIVADOR	Persona con conocimiento del manejo y la conservación de la tierra, con habilidades para la siembra y cuidado de los productos	INDEFINIDO	\$616.000	\$397.815

agrícolas.

Fuente: elaboración propia

5.6 Programa de producción

Tabla No 8

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	RESPONSABLE	TIEMPO
1. Selección del terreno	Análisis físico-químico del suelo, cuáles son sus características de textura, estructura, pH y el Contenido de fósforo, potasio, magnesio, calcio y azufre.	Dueños de la empresa junto con personal capacitado para la selección de terreno (Topógrafo)	Inicio del proceso
2. Preparación del terreno	La topografía del terreno es la que determina el diseño de la plantación, en cuanto a la construcción de caminos, alcantarillas, diseño del sistema de drenajes (primarios, secundarios y terciarios) y la preparación del terreno (encamado).	Cultivadores	Se realiza 5 días después de seleccionado el terreno.
3. Desinfección de la semilla	Cualquiera de los materiales que se desee sembrar debe de desinfectarse por medio de la inmersión en una Solución fungicida e insecticida para prevenir un ataque de plagas y enfermedades. Es recomendable sumergirlos durante 5 minutos en una solución de Diazinon (300ml). Dicha actividad es Previa a la siembra. Luego de ser desinfectados los hijos se dejan escurrir en la sombra (por lo menos 24 horas) y se llevan al campo para la siembra.	Supervisor del terreno.	5 minutos en desinfección y 24 horas para escurrir antes de ser sembrado.
4. Siembra	Método de doble hilera: es el más utilizado en la actualidad consiste en sembrar las plantas	Cultivadores	5 días (3

	<p>en dobles hileras separadas de 45 o 60 cm. y 70 u 80 cm entre cada surco, las plantas en una misma hilera Pueden tener una distancia de 30 a 35 cm. obteniendo una densidad de 35 mil plantas por manzana.</p> <p>Método de línea sencilla: Se dejan 80 cm entre surco y 30 ó 40 cm. entre planta (30,000 plantas/manzana); Éste es el sistema tradicional.</p>		trabajadores)
5.Resiembra	<p>Es necesario que con frecuencia se realicen resiembras debido a la perdida de plantas en las primeras etapas del cultivo ya sea por quemaduras de sol, plagas, enfermedades, mala siembra, etc.</p>	Cultivadores	Depende de la cantidad de plantas perdidas. En promedio es el 5 % de la producción mensual.
6.Fertilizacion	<p>La fertilización de la piña se puede hacer aplicando abonos granulados al suelo y al follaje de la planta; sin embargo, la piña, como todas las Bromeliáceas, presenta una absorción vía foliar más eficaz.</p>	Cultivadores	5 días(3 trabajadores)
7.Induccion floral	<p>Mediante diferentes sustancias se pretende modificar el ciclo natural de la planta, adelantando la cosecha con el fin de obtener frutos para fechas determinadas. La inducción floral (o forzamiento de la floración de la planta) ofrece las siguientes ventajas: producción uniforme de fruta, reducción del ciclo del cultivo y posibilidad de programar la cosecha según las necesidades del mercado.</p>	Productor o encargado del campo (Supervisor)	6 a 7 meses de edad de la piña
8.Cosecha	<p>La cosecha se realiza en forma manual; a la fruta del cultivar cayena la fruta se toma de la corona y se inclina hacia un lado para que el pedúnculo se quiebre. La fruta se debe manipular con delicadeza en toda la labor</p>	Cultivadores	12-15 meses

	cosecha y transporte, para evitar magulladuras o golpes.		
9.Transporte	Para el transporte no se deben hacer estivas altas con la fruta. Se pueden hacer máximo 4 pisos colocando una fruta sobre otra y procurando que la última quede sobre la corona de la anterior, o colocar una a la par de la otra, todas con la corona hacia abajo.	Empresa transportadora.	12-15 meses luego de tener la producción mensual.

Fuente: Elaboración propia

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Planeación

¿Qué se hace?

La función de la planeación busca influir en el futuro, tomando acciones predeterminadas y lógicas en el presente, por lo que representan la esencia de una operación efectiva

¿Cómo se hace?

Elaboración de la planeación prospectiva, determinación de objetivos y metas generales y particulares para cada área, preparación de métodos, estrategia, opciones, políticas y procedimientos, formulación de programas y presupuestos, que contribuyan a alcanzar los objetivos y metas trazadas a corto y largo plazo

¿Con que se hace?

Datos que arroje el estudio de mercados, con toda la información que se encuentre de diferentes estudios y análisis de otras empresas

¿Dónde se hace?

La planeación se hace en el interior de la empresa, antes de comenzar cualquier proceso administrativo en la empresa

¿En cuánto tiempo se hace?

El tiempo estimado de la planeación es de dos meses

Organización

La organización contribuye a ordenar los medios para hacer que los recursos humanos trabajen unidos en forma efectiva hacia el logro de los objetivos generales y específicos de la empresa. La organización conlleva una estructura que debe considerarse como un marco que encierra e integra las diversas funciones de la empresa de acuerdo con un modelo que sugiere orden, arreglo y relación armónica.

¿Cómo se hace?

Asignación de recursos (humanos, financieros, materiales); actividades (cómo); responsables (quién); tiempos (cuándo); determinación de grados de especialización y división del trabajo (comercialización, producción, compras, personal); establecimiento de jerarquías (relaciones de autoridad y responsabilidad); asignación de funciones; determinación de tramos de control; diseño de la estructura organizacional; elaboración de manuales de organización, políticas y procedimientos, entre otros.

¿Con que se hace?

Con los datos que arroje la planeación, además de todos los recursos que posea la empresa

¿Dónde se hace?

En el interior de la empresa, se determinan espacios: oficinas, salas de juntas, etc.

¿En cuánto tiempo se hace?

Se tiene previsto hacerse en un tiempo de mes y medio

Dirección

La función de dirección tiene como propósito fundamental impulsar, coordinar y vigilar las acciones de cada miembro y grupo que integran la empresa, con el fin de que dichas actividades en conjunto se lleven a cabo conforme a los planes establecidos.

¿Cómo se hace?

Autoridad. Forma en que se delega y se ejercen las acciones durante el desarrollo de las actividades y búsqueda de los objetivos y metas planeadas.

Comunicación. Forma en que se establecen los canales de comunicación y fluye la comunicación al interior y exterior de la empresa.

Supervisión. Verificar que las actividades se lleven a cabo conforme se planeó y ordenó.

¿Con que se hace?

Con las personas y datos con los que se cuenten en la empresa

¿Dónde se hace?

En el interior de la empresa, se determinan espacios: oficinas, salas de juntas, etc.

¿En cuánto tiempo se hace?

Continuamente

Control

El proceso de control contribuye a asegurar que se alcancen los objetivos en los plazos establecidos y con los recursos planeados, proporcionando a la empresa la medida de la desviación que los resultados puedan tener respecto a lo planeado.

¿Cómo se hace?

Establecimiento de indicadores y estándares de control (ventas, costos, productividad, competitividad, calidad); medir y juzgar lo que se ha realizado (análisis de datos estadísticos, informes contables, informes de producción); comparar lo realizado contra lo planeado para definir si existen diferencias (evaluación del funcionamiento, inspección y localización de fallas), y establecer medidas correctivas (ajustes para alcanzar lo planeado).

¿Con que se hace?

Con todo

¿Dónde se hace?

En el interior de la empresa, se determinan espacios: oficinas, salas de juntas, etc.

¿En cuánto tiempo se hace?

Continuamente

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Tabla No 9

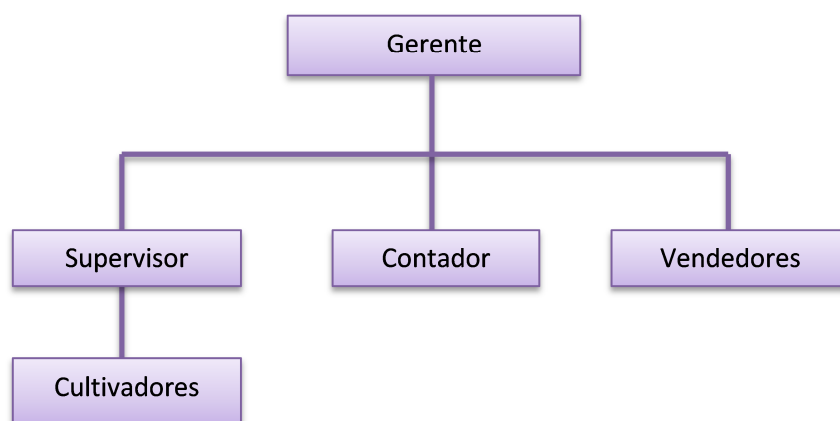
PROCESO	POVEEDOR	PRECIO
TRANSPORTE	CI CML REPRESENTACIONES	2'000.000

Fuente: Elaboración propia

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama

Grafica No 1



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Cargo: Gerente general

Perfil: profesional con título en ingeniería industrial con mínimo tres años de experiencia como gerente

- Ético
- Excelente capacidad de liderazgo
- Excelente manejo de relaciones interpersonales

- Con alta capacidad de negociación

Funciones

Elaborar y cumplir el presupuesto anual de la organización

coordinar y acompañar todas las labores de las diferentes direcciones estratégicas

Cargo: Supervisor

Perfil: tecnólogo agropecuario, con mínimo un año de experiencia en el sector

Responsable

- Con capacidad de liderazgo
- Ordenado
- Orientado al detalle

Funciones

Elaborar los cronogramas de trabajo de la cosecha y velar porque se cumpla

Coordinar y supervisar las actividades de los operarios

Coordinar todas las actividades de empaque y transporte del producto

Manejo del almacén

Cargo: Cultivador

Perfil: Persona bachiller o como mínimo con grado 9 completo y con experiencia

mínima de 6 meses de trabajo en cosechas de frutas

- Responsables
- Proactivos

Cargo: Contador

Perfil: Profesional en contaduría pública con mínimo dos años de experiencia

Con conocimientos en tributaria y costos

Funciones

Delegar, supervisar y revisar las funciones y actividades de los auxiliares

Revisar y aprobar las nominas

Presentar las declaraciones de impuestos correspondientes

Elaborar los balances y estados de resultados ante las directivas de la organización

Cargo: Vendedores

Perfil: Tecnólogo en mercadeo y ventas con mínimo un año de experiencia

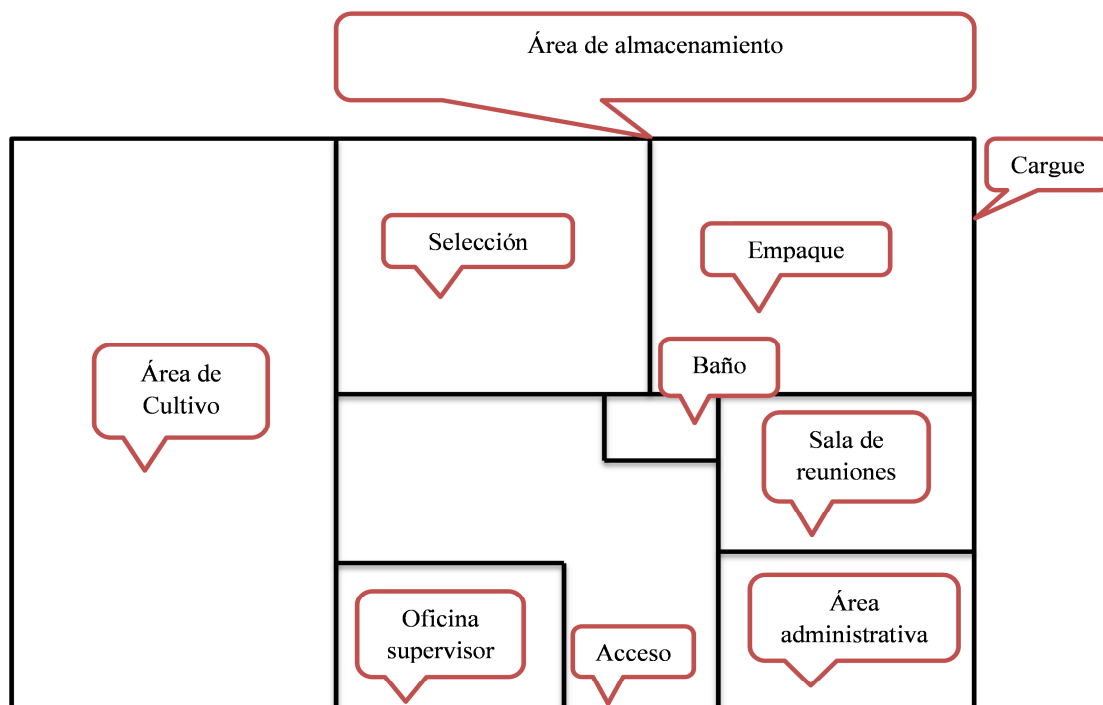
- Alto poder de convencimiento
- Fluidez verbal
- Funciones
- Consecución y apertura de clientes
- Exploración de nuevos mercados

- Presentación de informes
- Estudio y análisis de la competencia

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

Grafica No 2



Fuente: Elaboración propia

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Tabla No 10

DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
COMPUTADOR PORTATIL	5	ALKOMPRAR	\$600.000	\$3.000.000
ESCRITORIO	4	HOME CENTER	\$100.000	\$400.000
AZADON	15	HOME CENTER	\$50.000	\$750.000
TELEVISOR	1	ALKOMPRAR	\$450.000	\$450.000
MULTIUNIONAL	1	ALKOMPRAR	\$150.000	\$150.000
SILLAS DE ESCRITORIO	4	HOME CENTER	\$129.900	\$519.600
SILLAS INTERLOCUTORAS	16	HOME CENTER	\$49.900	\$798.400
ARCHIVADOR BIBLIOTECA	1	HOME CENTER	\$259.900	\$259.900

Fuente: Elaboración propia

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Tabla No 11

PAPELERIA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
RESMA DE PAPEL CARTA	1	\$7.000	\$7.000
TINTA PARA LA MULTIFUNCIONAL	1	\$8.000	\$8.000
CAJA DE LAPICEROS	1	\$3.500	\$3.500
TIJERAS	1	\$700	\$700
COLBON	1	\$2.500	\$2.500
GRAPADORA	3	\$2.000	\$6.000
BORRADOR	2	\$500	\$1.000
PORTAMINAS	2	\$1.200	\$2.400
CLIPS	1 CAJA	\$1.000	\$1.000
AZ	5	\$4.000	\$20.000

Fuente: Elaboración Propia

6.3.4 Requerimientos de servicios.**Tabla No. 12**

SERVICIOS	DESCRIPCION	PROVEEDOR	PRECIO
LUZ	Servicio de luz para las instalaciones de la empresa	EPM	Mensual: 300.000
AGUA	Servicio de agua para el riego del cultivo y las instalaciones de la empresa	EPM	Mensual: 200.000
TELEFONO	Servicio de telefonía para realizar las llamadas necesarias de negociaciones y/o cualquier otro tipo de necesidades	UNE	Mensual : 100.000 Por telefonía e internet
INTERNET	Servicio de navegación de 10 GB para las necesidades específicas de cada cargo u obligación	UNE	

Fuente: Elaboración propia

6.3.5 Requerimientos de personal**Tabla No 13**

CARGO	PERFIL	FUNCIONES	CAPACITACIONES	SALARIO	PRESTACIONES SOCIALES
GERENTE	Profesional con título en ingeniería industrial con mínimo tres años de	Elaborar y cumplir el presupuesto anual de la organización y coordinar y acompañar todas las	Capacitaciones en dirección y organización de empresas, en investigación y penetración de mercados		

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO (2)-Plan de Negocios

	experiencia como gerente	labores de las diferentes direcciones estratégicas			
SUPERVISOR	Tecnólogo agropecuario, con mínimo un año de experiencia en el sector	Elaborar los cronogramas de trabajo de la cosecha y velar porque se cumpla Coordinar y supervisar las actividades de los operarios Coordinar todas las actividades de empaque y transporte del producto Manejo del almacén	Capacitaciones en el estudio del suelo y de las condiciones que se pueden presentar en el cultivo independiente de cual sea.		
CONTADOR	Profesional en contaduría pública con mínimo dos años de experiencia con conocimientos en tributaria y costos	Delegar, supervisar y revisar las funciones y actividades de los auxiliares Revisar y aprobar las nominas Presentar las declaraciones de impuestos correspondientes Elaborar los balances y estados de			

		resultados ante las directivas de la organización			
CULTIVADORES	Bachiller o como mínimo con grado 9 completo y con experiencia mínima de 6 meses de trabajo en cosechas de frutas	Mantener el cultivo en las condiciones adecuadas para la buena cosecha de la fruta	Capacitación en el tratamiento adecuado de la tierra para el óptimo cultivo de las frutas		
VENDEDORES	Tecnólogo en mercadeo y ventas con mínimo un año de experiencia	Incursionar en nuevos mercados en diferentes lugares del país y del mundo	Capacitación en incursión de nuevos mercados y negociaciones		

Fuente: Elaboración propia

6.4 Programa de administración

ACTIVIDADES PREOPERATIVAS

CONTRATACION DE PERSONAL

Se define la necesidad de personal a contratar así:

Administración

- 1 Contador

Producción

- 1 Supervisor
- 3 Cultivadores

Comercial

- 2 Vendedores

Se establecen los perfiles, se seleccionan las empresas donde se solicitará el personal necesario, se definen los procesos de selección, las entrevistas, las pruebas sicotécnicas, se definen las visitas domiciliarias, todo esto para definir el personal requerido.

CAPACITACION DEL PERSONAL

Una vez seleccionado y definido el personal necesario, se establecen las respectivas capacitaciones, se establecen cronogramas de inducción cuidando que el personal reciba toda la información correspondiente a:

- Procesos generales
- Políticas de la compañía
- Normas y reglamento
- Procesos específicos por la labor correspondiente
- Responsabilidades y tareas asignadas

- Periodos de evaluación
- Informes y resultados

CONTRATACION DE PRESTACION DE SERVICIOS

En cuanto al tema de contratación de servicios, se define que solo se contratará el servicio de transporte, para ello se tienen en cuenta las siguientes actividades:

1. Búsqueda y cotizaciones de servicios
2. Verificación de información de proveedores
3. Visita a proveedores

ACTIVIDADES OPERATIVAS

MANEJO DE PROVEEDORES

1. Se solicitan documentos que soportan su registro: Rut, Cámara de Comercio no menor de 90 días, fotocopia de la cédula del representante legal
2. Se deja registro de cotizaciones de servicios
3. Cada año se debe actualizar la información
4. Se realiza visita de reconocimiento a las oficinas e instalaciones del proveedor
5. Se solicita registro del seguimiento a los vehículos y transportadores cada vez que se realice una entrega desde el lugar de despacho hasta el lugar de destino o puerto.

MANEJO FINANCIERO Y CONTABLE

La alta dirección fijara anualmente un presupuesto ajustado y de acuerdo a las necesidades de la organización.

El contador debe presentar los 10 primeros días hábiles del mes el respectivo informe financiero o resultados, balance y P y G que refleje el estado de la compañía.

Se verificarán las cuentas y sus resultados

Debe presentar además

Ingresos

Gastos

Ejecución del presupuesto

De acuerdo a los resultados de tomarán y aplicarán las acciones a que haya lugar

FACTURACION Y PEDIDOS

Se establecen políticas comerciales de establecimiento y vinculación de clientes:

1. Perfiles
2. Formato de afiliación y Documentos
3. Políticas para otorgamiento de créditos
4. Políticas de descuentos
5. Listas de precios

6. ASPECTOS LEGALES

6.2. Tipo de Organización empresarial

La empresa será sociedad S.A.S porque éstas puede ser creadas mediante documento privado, lo cual ahorra a la empresa tiempo y dinero. La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes.

La empresa puede beneficiarse de la responsabilidad limitada de sus socios, sin tener que tener la pesada estructura de una sociedad anónima, No se requiere establecer una duración determinada.

Este tipo de sociedad reduce costos, ya que no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria esté próximo a caducar.

El pago de capital puede diferirse hasta por dos años, esto da a los socios recursos para obtener el capital necesario para el pago de las acciones. La sociedad puede establecer libremente las condiciones en que se realice el pago y por regla general no exige revisor fiscal, solo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior, sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos y algo muy importante es que todas las decisiones que se tomen se hacen con la mitad más uno de los accionistas.

Algunas desventajas es que sus acciones no pueden ser negociadas en la bolsa de valores; otra que podemos observar que afectaría más a la empresa es que Por su flexibilidad en la

constitución y forma de administración pueden prestarse para que personas inescrupulosas, desvirtúen la figura y a través de ellas se cometan actividades ilícitas.

6.3. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Tabla No 14

TRAMITE	ENTIDAD	COSTO
CONSULTAR NOMBRE	CAMARA DECOMERCIO	\$0
RUT	DIAN	\$0
CERTIFICAO CAMARA DE COMERCIO	CAMARA DE COMERCIO	\$100.000
REGISTRO SANITARIO	ICA	
CERTIFICADO LINEA VERDE	ICA	\$0

Fuente: Elaboración propia

Documentos necesarios para exportar

- Vistos buenos
- Certificado de origen
- Factura proforma
- Factura comercial
- Hoja de ruta
- Documentos de transporte
- Lista de empaque

7. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

8.1.2

Socios:

Federico Osorio Duque

Karen Clavijo Sandoval

Ma Paulina Palacio

Cada uno aportara un capital de \$ 28.000.000

8.1.3 Créditos y Préstamos Bancarios

Entidad: Banco agrario

Tabla No 15

DATOS GENERALES DEL PROYECTO	
Préstamo Bancario (Financiación)	

Monto del Préstamo:	\$ 174.461.094
Intereses (efectivo Mensual):	0,80%
Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	K CONSTANTE

Requerimientos Financieros	\$ 174.461.094,15
Préstamo Bancario	\$ 174.461.094

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO (2)-Plan de Negocios

Recursos Propios	\$ 0,00

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

Tabla No 16

Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 174.461.094
1	\$ 4.303.374	\$ 1.395.689	\$ 2.907.685	\$ 171.553.409
2	\$ 4.280.112	\$ 1.372.427	\$ 2.907.685	\$ 168.645.724
3	\$ 4.256.851	\$ 1.349.166	\$ 2.907.685	\$ 165.738.039
4	\$ 4.233.589	\$ 1.325.904	\$ 2.907.685	\$ 162.830.355
5	\$ 4.210.328	\$ 1.302.643	\$ 2.907.685	\$ 159.922.670
6	\$ 4.187.066	\$ 1.279.381	\$ 2.907.685	\$ 157.014.985
7	\$ 4.163.805	\$ 1.256.120	\$ 2.907.685	\$ 154.107.300
8	\$ 4.140.543	\$ 1.232.858	\$ 2.907.685	\$ 151.199.615
9	\$ 4.117.282	\$ 1.209.597	\$ 2.907.685	\$ 148.291.930
10	\$ 4.094.020	\$ 1.186.335	\$ 2.907.685	\$ 145.384.245
11	\$ 4.070.759	\$ 1.163.074	\$ 2.907.685	\$ 142.476.560
12	\$ 4.047.497	\$ 1.139.812	\$ 2.907.685	\$ 139.568.875
13	\$ 4.024.236	\$ 1.116.551	\$ 2.907.685	\$ 136.661.190
14	\$ 4.000.974	\$ 1.093.290	\$ 2.907.685	\$ 133.753.506
15	\$ 3.977.713	\$ 1.070.028	\$ 2.907.685	\$ 130.845.821
16	\$ 3.954.451	\$ 1.046.767	\$ 2.907.685	\$ 127.938.136
17	\$ 3.931.190	\$ 1.023.505	\$ 2.907.685	\$ 125.030.451
18	\$ 3.907.929	\$ 1.000.244	\$ 2.907.685	\$ 122.122.766
19	\$ 3.884.667	\$ 976.982	\$ 2.907.685	\$ 119.215.081
20	\$ 3.861.406	\$ 953.721	\$ 2.907.685	\$ 116.307.396
21	\$ 3.838.144	\$ 930.459	\$ 2.907.685	\$ 113.399.711
22	\$ 3.814.883	\$ 907.198	\$ 2.907.685	\$ 110.492.026
23	\$ 3.791.621	\$ 883.936	\$ 2.907.685	\$ 107.584.341
24	\$ 3.768.360	\$ 860.675	\$ 2.907.685	\$ 104.676.656
25	\$ 3.745.098	\$ 837.413	\$ 2.907.685	\$ 101.768.972
26	\$ 3.721.837	\$ 814.152	\$ 2.907.685	\$ 98.861.287
27	\$ 3.698.575	\$ 790.890	\$ 2.907.685	\$ 95.953.602
28	\$ 3.675.314	\$ 767.629	\$ 2.907.685	\$ 93.045.917
29	\$ 3.652.052	\$ 744.367	\$ 2.907.685	\$ 90.138.232

\$ 15.213.007

\$ 11.863.354

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO (2)-Plan de Negocios

30	\$ 3.628.791	\$ 721.106	\$ 2.907.685	\$ 87.230.547	
31	\$ 3.605.529	\$ 697.844	\$ 2.907.685	\$ 84.322.862	
32	\$ 3.582.268	\$ 674.583	\$ 2.907.685	\$ 81.415.177	
33	\$ 3.559.006	\$ 651.321	\$ 2.907.685	\$ 78.507.492	
34	\$ 3.535.745	\$ 628.060	\$ 2.907.685	\$ 75.599.807	
35	\$ 3.512.483	\$ 604.798	\$ 2.907.685	\$ 72.692.123	
36	\$ 3.489.222	\$ 581.537	\$ 2.907.685	\$ 69.784.438	\$ 8.513.701
37	\$ 3.465.960	\$ 558.276	\$ 2.907.685	\$ 66.876.753	
38	\$ 3.442.699	\$ 535.014	\$ 2.907.685	\$ 63.969.068	
39	\$ 3.419.437	\$ 511.753	\$ 2.907.685	\$ 61.061.383	
40	\$ 3.396.176	\$ 488.491	\$ 2.907.685	\$ 58.153.698	
41	\$ 3.372.914	\$ 465.230	\$ 2.907.685	\$ 55.246.013	
42	\$ 3.349.653	\$ 441.968	\$ 2.907.685	\$ 52.338.328	
43	\$ 3.326.392	\$ 418.707	\$ 2.907.685	\$ 49.430.643	
44	\$ 3.303.130	\$ 395.445	\$ 2.907.685	\$ 46.522.958	
45	\$ 3.279.869	\$ 372.184	\$ 2.907.685	\$ 43.615.274	
46	\$ 3.256.607	\$ 348.922	\$ 2.907.685	\$ 40.707.589	
47	\$ 3.233.346	\$ 325.661	\$ 2.907.685	\$ 37.799.904	
48	\$ 3.210.084	\$ 302.399	\$ 2.907.685	\$ 34.892.219	\$ 5.164.048
49	\$ 3.186.823	\$ 279.138	\$ 2.907.685	\$ 31.984.534	
50	\$ 3.163.561	\$ 255.876	\$ 2.907.685	\$ 29.076.849	
51	\$ 3.140.300	\$ 232.615	\$ 2.907.685	\$ 26.169.164	
52	\$ 3.117.038	\$ 209.353	\$ 2.907.685	\$ 23.261.479	
53	\$ 3.093.777	\$ 186.092	\$ 2.907.685	\$ 20.353.794	
54	\$ 3.070.515	\$ 162.830	\$ 2.907.685	\$ 17.446.109	
55	\$ 3.047.254	\$ 139.569	\$ 2.907.685	\$ 14.538.425	
56	\$ 3.023.992	\$ 116.307	\$ 2.907.685	\$ 11.630.740	
57	\$ 3.000.731	\$ 93.046	\$ 2.907.685	\$ 8.723.055	
58	\$ 2.977.469	\$ 69.784	\$ 2.907.685	\$ 5.815.370	
59	\$ 2.954.208	\$ 46.523	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	
60	\$ 2.930.946	\$ 23.261	\$ 2.907.685	\$ 0	\$ 1.814.395

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

Tabla No 17

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO			
Ventas		Participación del total Ventas	
PIÑA	\$ 20.000.000,0	100,00%	
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 20.000.000,0	100,00%	

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Tabla No 18

Activos Fijos Exigibles (Vida Util)	Valor	Depreciación Mensual	Activos Fijos Disponibles	Valor
Terrenos	\$ 80.000.000,0	\$ 0,0	Terrenos	\$ 80.000.000,0
Edificios (20 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Edificios	\$ 0,0
Equipos (años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Equipos	\$ 0,0
Equipos de Informatica y Comunicaciones (3 años)	\$ 3.450.000,0	\$ 95.833,3	Equipos de Informatica y Comunicaciones	\$ 3.450.000,0
Maquinaria (5años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Maquinaria	\$ 0,0
Herramienta (5 años)	\$ 750.000,0	\$ 12.500,0	Herramienta	\$ 750.000,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 2.127.000,0	\$ 17.725,0	Muebles y Enseres	\$ 0,0
Vehiculos (5 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Vehiculos	\$ 0,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 86.327.000,0		Total Activos Fijos Disponibles	\$ 84.200.000,0
Total Depreciación Mensual		\$ 126.058,3		

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

Tabla No 19

Gastos Preoperativos Exigibles	Valor	Amortización	Gastos Preoperativos Disponibles	Valor
Constitución y registro	\$ 320.000,0	\$ 5.333,3	Constitución y registro	\$ 320.000,0
Diseño organizacional	\$ 0,0	\$ 0,0	Diseño organizacional	\$ 0,0
Presentación y Promoción	\$ 0,0	\$ 0,0	Presentación y Promoción	\$ 0,0
Estudios financieros	\$ 0,0	\$ 0,0	Estudios financieros	\$ 0,0
Investigación y estudios	\$ 0,0	\$ 0,0	Investigación y estudios	\$ 0,0
Salarios	\$ 0,0	\$ 0,0	Salarios	\$ 0,0
Costos financieros	\$ 0,0	\$ 0,0	Costos financieros	\$ 0,0
Viaje y representación	\$ 0,0	\$ 0,0	Viaje y representación	\$ 0,0
Costos de Capacitación	\$ 0,0	\$ 0,0	Costos de Capacitación	\$ 0,0
Honorarios de Asesores	\$ 0,0	\$ 0,0	Honorarios de Asesores	\$ 0,0
Publicidad y Promoción	\$ 500.000,0	\$ 8.333,3	Publicidad y Promoción	\$ 0,0
Puesta en Marcha	\$ 0,0	\$ 0,0	Puesta en Marcha	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros Gastos	\$ 0,0
Adecuaciones Locativas	\$ 0,0	\$ 0,0		\$ 0,0
Gastos de Registro	\$ 0,0	\$ 0,0		\$ 0,0
Certificados de salud y Bomberos	\$ 0,0	\$ 0,0		\$ 0,0
	\$ 0,0	\$ 0,0		\$ 0,0
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 820.000,0		Total Gasto Preoperativos Disponible	\$ 320.000,0
Toatal Amortización Mensual		\$ 13.666,7		

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

Capital de trabajo

Tabla No 20

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Costos Variables	456	\$ 42.674.000
Costos Fijos de Producción	456	\$ 79.569.750
Costos Fijos de Administración	365	\$ 30.997.526
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	0	\$ 0

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

Tabla No 21

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Cuentas por Cobrar	60	\$ 24.207.818
Inventarios productos	0	\$ 0
Inventario de Materia Prima	0	\$ 0

Fuente: Elaboración propia (Estudio Financiero)

Tabla No 22

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Materia Prima	60	\$ 5.615.000
Fijos de Produccion	0	\$ 0
Administrativos	0	\$ 0
Comercialización y Ventas	0	\$ 0

Total Capital de trabajo Exigible	\$ 171.834.094	Total Capital de trabajo Disponible	
-----------------------------------	----------------	-------------------------------------	--

INVERSION TOTAL EXIGIBLE	\$ 258.981.094	INVERSIÓN TOTAL DISPONIBLE	\$ 84.520.000
--------------------------	----------------	----------------------------	---------------

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

8.2.2.2 Costos

Tabla No 23

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 2.848.000
Prestaciones Sociales	\$ 1.786.852

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO (2)-Plan de Negocios

Arriendo	\$ 0
Servicios	\$ 600.000
Transporte	\$ 0
Mantenimiento	\$ 0
Aseo	\$ 0
Vigilancia	\$ 0
Imprevistos	\$ 0
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 5.234.852

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

Tabla No 24

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
SEMILLA DE PIÑA	\$ 150,00	1,00	Unidades	\$ 150,00
UREA	\$ 700.000,00	0,00	Qq	\$ 70,00
SULFATO DE MAGNESIO	\$ 470.000,00	0,00	Bolsa 25 kg	\$ 109,67
NITRATO DE CALCIO	\$ 500.000,00	0,00	Bolsa 25 kg	\$ 250,00
SOLUBOR	\$ 1.500.000,00	0,00	Bolsa 25 kg	\$ 50,00
HIPOCLORITO DE CALCIO	\$ 200.000,00	0,00	Kg	\$ 66,67
ACIDO SALICILICO	\$ 650.000,00	0,00	Kg	\$ 130,00
DIANIZON	\$ 400.000,00	0,00	Litro	\$ 106,67
FURADAN	\$ 900.000,00	0,00	Litro	\$ 90,00

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO (2)-Plan de Negocios

ABONO	\$ 10.000,00	0,00	Bolsa 25 kg	\$ 33,33
TRANSPORTE	\$ 66,67	1,00	Unidades	\$ 66,67
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 1.123,00

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

8.2.2.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

Tabla No 25

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 1.500.000
Prestaciones Sociales	\$ 764.029
Gastos de representación	\$ 0
Papelera	\$ 52.100
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 0
Seguros	\$ 0
Administración	\$ 0
Varios (Vigilancia, aseo, etc.)	\$ 0
Imprevistos	\$ 231.613
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 2.547.742

Constitución y registro	\$ 320.000,0	\$ 5.333,3
-------------------------	--------------	------------

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

TOTAL: \$ 2.867.742.

Gastos Distribución y Ventas

Tabla No 26

Salarios	\$ 616.000
Prestaciones Sociales	\$ 397.815
Publicidad y Mercadeo	\$ 500.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 1.513.815

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

Cotización

Tabla No 27

MEDELLIN-BOGOTA-ZURICH

De 5 a 6 días de transito

CARGO TYPE	ORIGIN	DESTIN.	COUNTRY	CITY	MINIMUM USD	-45KGS	+45KGS	+100KGS	+300KGS	+500KGS	+1000KG
GEN	MDE	ZRH	SUIZA	ZURICH	250	5.99	4.99	2.99	2.95	2.80	2.60

	Item	Medellin Charges	APPLY FOR:
Origin Charges	Handling	USD 0,02/kg Min 33	FCA and EXW
	Due Agent	USD 50 / HAWB	
	Due Carrier	USD 27 / HAWB	
	If required / if apply:		

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO (2)-Plan de Negocios

	AMS (via US)	USD 25 / HAWB	
	ICS (via EUROPE)	USD 25 / HAWB	
	Others	Back to Back: USD 35 (this apply for not consolidated cargo)	
CUSTOMS SERVICE	Customs Export	USD 105	EXW
	Custom Handling	USD 30	
	Document of Exportation (DEX)	USD 10 each one	
	Origin certificate (if required) (Do not include forms)	USD 30 each one	
	Copies and Communication	USD 10 / Shipment	
	If required / if apply:		
	VUCE Transmission	USD 10 each	
	Reshipment (if apply)	USD 350 (All In)	
	Corrections / Amendments	USD 105	
	Third Party Payment	At cost	
PICK UP (Medellin city limits)	From 0kg up to 500 kg	USD 70	EXW
	From 500kg up to 1000kg	USD 90	
	From 1000kg up to 2000kg	USD 120	
	From 2000kg up to 3000kg	USD 195	
	If required / if apply:		
	Out of Metropolitan area	At cost	

	surcharge	
	Stand by (after 1 hour)	At cost
	Not Loading (if apply)	At cost
	Escort (if required)	At cost
INTERNATIONAL TRANSPORT INSURANCE	USD 0,40% PER CIF VALUE MIN. USD 30	If required

IMPORTANT NOTES:

- *The above mentioned rates do not apply for oversized, hazardous, dangerous, special handled or perishable cargos.
- *Rates per kilo or 6 cubic decimeters
- *Transit times and connections are indicated in calendar days and are approximated
- *In case of third party payments, they will be charged at cost. (like seals and plastic wrapping in the airport)
- *Above rates do not include VAT of 16% or 4x1000 that will be billed as per Colombian Regulations
- *Fuel and Security surcharges will be billed at cost. The informed rates are the current ones (subject to changes without previous notice)
- *Air freight rates are subject to changes without previous notice.

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO (2)-Plan de Negocios

Tabla No 28

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000
- Costos variables		\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500
- Costos fijos	\$ 0	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409
Costos fijos de Producción		\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852
Costos fijos de Administración		\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 1.395.689	\$ 1.372.427	\$ 1.349.166	\$ 1.325.904	\$ 1.302.643	\$ 1.279.381	\$ 1.256.120	\$ 1.232.858	\$ 1.209.597	\$ 1.186.335	\$ 1.163.074	\$ 1.139.812
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 6.360.677	\$ 6.383.939	\$ 6.407.200	\$ 6.430.462	\$ 6.453.723	\$ 6.476.985	\$ 6.500.246	\$ 6.523.508	\$ 6.546.769	\$ 6.570.031	\$ 6.593.292	\$ 6.616.554
- Impuestos	\$ 0	\$ 2.099.024	\$ 2.106.700	\$ 2.114.376	\$ 2.122.052	\$ 2.129.729	\$ 2.137.405	\$ 2.145.081	\$ 2.152.758	\$ 2.160.434	\$ 2.168.110	\$ 2.175.786	\$ 2.183.463
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 4.261.654	\$ 4.277.239	\$ 4.292.824	\$ 4.308.409	\$ 4.323.995	\$ 4.339.580	\$ 4.355.165	\$ 4.370.750	\$ 4.386.335	\$ 4.401.921	\$ 4.417.506	\$ 4.433.091
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 174.461.094	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 257.304.394
Préstamos	\$ 174.461.094												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 171.834.094
Valor de Salvamento													\$ 85.470.300
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 258.981.094	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685
Activos Fijos	\$ 86.327.000												
Pago Credito (Capital)		\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 820.000												
Capital de Trabajo	\$ 171.834.094												
FLUJO DE CAJA	-\$ 84.520.000	\$ 1.493.694	\$ 1.509.279	\$ 1.524.864	\$ 1.540.450	\$ 1.556.035	\$ 1.571.620	\$ 1.587.205	\$ 1.602.790	\$ 1.618.375	\$ 1.633.961	\$ 1.649.546	\$ 258.969.525

Tasa Interna de Retorno	2,00%
Valor Presente Neto	135.026.728
Tasa Interna de Retorno	10,90%

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

Tabla No 29

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	20.000.000	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
Costo Variables	2.807.500	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
Costos Fijos Producción	5.234.852	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
Gastos Depreciación	126.058	126.058	126.058	126.058	126.058	126.058	126.058	126.058	126.058	126.058	126.058	126.058
Utilidad Bruta en Ventas	11.831.590	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
Costos fijos de Administración	2.547.742	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
Costos Fijos de Ventas y Distribución	1.513.815	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
Amortización de diferidos	13.667	13.667	13.667	13.667	13.667	13.667	13.667	13.667	13.667	13.667	13.667	13.667
Utilidad Operativa	7.756.366	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
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	7.756.366	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
Impuestos	2.559.601	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
UTILIDAD NETA	5.196.765	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidades no Repartidas	5.196.765	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
Utilidades no Repartidas Acumuladas	5.196.765	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####

Utilidad Antes de Impuestos **7.756.366** **7.756.366** **7.756.366** **7.756.366**
7.756.366 **7.756.366** **7.756.366** **7.756.366** **7.756.366** **7.756.366**
7.756.366 **7.756.366**

Impuestos **2.559.601** **2.559.601** **2.559.601** **2.559.601** **2.559.601**
2.559.601 **2.559.601** **2.559.601** **2.559.601** **2.559.601** **2.559.601**
2.559.601

UTILIDAD NETA **5.196.765** **5.196.765** **5.196.765** **5.196.765** **5.196.765**
5.196.765 **5.196.765** **5.196.765** **5.196.765** **5.196.765** **5.196.765**
5.196.765

Utilidades Repartidas (Dividendos) **0** **0** **0** **0** **0** **0** **0** **0**
0 **0** **0** **0**

Utilidades no Repartidas **5.196.765** **5.196.765** **5.196.765** **5.196.765**
5.196.765 **5.196.765** **5.196.765** **5.196.765** **5.196.765** **5.196.765**
5.196.765 **5.196.765**

Utilidades no Repartidas Acumuladas **5.196.765** **10.393.531** **15.590.296**
20.787.061 **25.983.827** **31.180.592** **36.377.357** **41.574.122** **46.770.888**
51.967.653 **57.164.418** **62.361.184**

Fuene: Elaboración propia (Estudio financiero)

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

Tabla No 30

Tasa Interna de Retorno	2,00%
Valor Presente Neto	135.026.728

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

Tabla No 31

Tasa de Rentabilidad Esperada:	2,00%
Impuesto de Renta	33,00%

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

8.4.3 Indicadores Financieros proyectados

Tabla No 32

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 2 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2
+ Ingresos por venta		\$ 240.000.000	\$ 260.290.800
- Costos variables		\$ 33.690.000	\$ 35.374.500
- Costos fijos		\$ 111.556.906	\$ 117.134.752
Costos fijos de Producción		\$ 62.818.224	\$ 65.959.135
Costos fijos de Administración		\$ 30.572.903	\$ 32.101.548
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 18.165.780	\$ 19.074.069
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 15.213.007	\$ 11.863.354
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 77.863.386	\$ 94.241.494
- Impuestos	\$ 0	\$ 25.694.917	\$ 31.099.693
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 52.168.469	\$ 63.141.801
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 174.461.094	\$ 0	\$ 264.219.399
Préstamos	\$ 174.461.094		
Recuperación Capital de trabajo			\$ 180.425.799
Valor de Salvamento			\$ 83.793.600
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 258.981.094	\$ 43.483.924	\$ 34.892.219
FLUJO DE CAJA	-\$ 84.520.000	\$ 10.361.245	\$ 294.145.681

Tasa Interna de Retorno	26,82%
Valor Presente Neto	106.526.462
Tasa Interna de Retorno	92,78%

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

Tabla No 33

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 3 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3
+ Ingresos por venta		\$ 240.000.000	\$ 260.290.800	\$ 282.297.086
- Costos variables		\$ 33.690.000	\$ 35.374.500	\$ 37.143.225
- Costos fijos		\$ 111.556.906	\$ 117.134.752	\$ 122.991.489
Costos fijos de Producción		\$ 62.818.224	\$ 65.959.135	\$ 69.257.092
Costos fijos de Administración		\$ 30.572.903	\$ 32.101.548	\$ 33.706.625
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 18.165.780	\$ 19.074.069	\$ 20.027.772
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 15.213.007	\$ 11.863.354	\$ 8.513.701
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 77.863.386	\$ 94.241.494	\$ 111.971.970
- Impuestos	\$ 0	\$ 25.694.917	\$ 31.099.693	\$ 36.950.750
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 52.168.469	\$ 63.141.801	\$ 75.021.220
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 174.461.094	\$ 0	\$ 0	\$ 271.563.989
Préstamos	\$ 174.461.094			
Recuperación Capital de trabajo				\$ 189.447.089
Valor de Salvamento				\$ 82.116.900
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 258.981.094	\$ 43.483.924	\$ 43.913.509	\$ 34.892.219
Activos Fijos	\$ 86.327.000			
Pago Credito (Capital)	\$ 0	\$ 34.892.219	\$ 34.892.219	\$ 34.892.219
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 820.000			
Capital de Trabajo	\$ 171.834.094	\$ 8.591.705	\$ 9.021.290	
FLUJO DE CAJA	-\$ 84.520.000	\$ 8.684.545	\$ 19.228.292	\$ 311.692.990

Tasa Interna de Retorno	26,82%
Valor Presente Neto	87.081.467
Tasa Interna de Retorno	63,01%

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

Tabla No 34

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 4 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
+ Ingresos por venta		\$ 240.000.000	\$ 260.290.800	\$ 282.297.086	\$ 306.163.893
- Costos variables		\$ 33.690.000	\$ 35.374.500	\$ 37.143.225	\$ 39.000.386
- Costos fijos	\$ 0	\$ 111.556.906	\$ 117.134.752	\$ 122.991.489	\$ 129.141.064
Costos fijos de Producción		\$ 62.818.224	\$ 65.959.135	\$ 69.257.092	\$ 72.719.946
Costos fijos de Administración		\$ 30.572.903	\$ 32.101.548	\$ 33.706.625	\$ 35.391.957
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 18.165.780	\$ 19.074.069	\$ 20.027.772	\$ 21.029.161
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 15.213.007	\$ 11.863.354	\$ 8.513.701	\$ 5.164.048
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 77.863.386	\$ 94.241.494	\$ 111.971.970	\$ 131.181.694
- Impuestos	\$ 0	\$ 25.694.917	\$ 31.099.693	\$ 36.950.750	\$ 43.289.959
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 52.168.469	\$ 63.141.801	\$ 75.021.220	\$ 87.891.735
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 174.461.094	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 279.359.643
Prestamos	\$ 174.461.094				
Recuperación Capital de trabajo					\$ 198.919.443
Valor de Salvamento					\$ 80.440.200
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 258.981.094	\$ 43.483.924	\$ 43.913.509	\$ 44.364.573	\$ 34.892.219
Activos Fijos	\$ 86.327.000				
Pago Credito (Capital)	\$ 0	\$ 34.892.219	\$ 34.892.219	\$ 34.892.219	\$ 34.892.219
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 820.000				
Capital de Trabajo	\$ 171.834.094	\$ 8.591.705	\$ 9.021.290	\$ 9.472.354	
FLUJO DE CAJA	-\$ 84.520.000	\$ 8.684.545	\$ 19.228.292	\$ 30.656.647	\$ 332.359.160

Tasa Interna de Retorno	26,82%
Valor Presente Neto	77.780.260
Tasa Interna de Retorno	52,26%

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

Tabla No 35

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

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 240.000.000	\$ 260.290.800	\$ 282.297.086	\$ 306.163.893	\$ 332.048.519
- Costos variables		\$ 33.690.000	\$ 35.374.500	\$ 37.143.225	\$ 39.000.386	\$ 40.950.406
- Costos fijos		\$ 111.556.906	\$ 117.134.752	\$ 122.991.489	\$ 129.141.064	\$ 135.598.117
Costos fijos de Producción		\$ 62.818.224	\$ 65.959.135	\$ 69.257.092	\$ 72.719.946	\$ 76.355.943
Costos fijos de Administración		\$ 30.572.903	\$ 32.101.548	\$ 33.706.625	\$ 35.391.957	\$ 37.161.554
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 18.165.780	\$ 19.074.069	\$ 20.027.772	\$ 21.029.161	\$ 22.080.619
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700
- Intereses Credito		\$ 15.213.007	\$ 11.863.354	\$ 8.513.701	\$ 5.164.048	\$ 1.814.395
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 77.863.386	\$ 94.241.494	\$ 111.971.970	\$ 131.181.694	\$ 152.008.901
- Impuestos	\$ 0	\$ 25.694.917	\$ 31.099.693	\$ 36.950.750	\$ 43.289.959	\$ 50.162.937
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 52.168.469	\$ 63.141.801	\$ 75.021.220	\$ 87.891.735	\$ 101.845.964
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700	\$ 1.676.700
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 174.461.094	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 287.628.915
Prestamos	\$ 174.461.094					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 208.865.415
Valor de Salvamento						\$ 78.763.500
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 258.981.094	\$ 43.483.924	\$ 43.913.509	\$ 44.364.573	\$ 44.838.191	\$ 34.892.219
Activos Fijos	\$ 86.327.000					
Pago Credito (Capital)		\$ 34.892.219	\$ 34.892.219	\$ 34.892.219	\$ 34.892.219	\$ 34.892.219
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 820.000					
Capital de Trabajo	\$ 171.834.094	\$ 8.591.705	\$ 9.021.290	\$ 9.472.354	\$ 9.945.972	
FLUJO DE CAJA	-\$ 84.520.000	\$ 10.361.245	\$ 20.904.992	\$ 32.333.347	\$ 44.730.244	\$ 356.259.360

Tasa Interna de Retorno	26,82%
Valor Presente Neto	78.368.866
Tasa Interna de Retorno	48,65%

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Tabla No 36

FLUJO DE CAJA (VARIACION DE LAS VENTAS)

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750
Medias	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750
Bajas	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750
Consolidado	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750

CONCEPTOS	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
- Costos variables	\$ 3.088.250	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
- Costos fijos	\$ 0	\$ 9.296.409	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
Costos fijos de Producción	\$ 5.234.852	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
Costos fijos de Administración	\$ 2.547.742	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
Costos fijos de comercialización y ventas	\$ 1.513.815	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 1.395.689	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 8.079.927	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
- Impuestos	\$ 0	\$ 2.666.376	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 5.413.551	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 174.461.094	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	#####
Préstamos	\$ 174.461.094												
Recuperación Capital de trabajo													#####
Valor de Salvamento													#####
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 263.248.494	\$ 2.907.685	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
Activos Fijos	\$ 86.327.000												
Pago Credito (Capital)	\$ 2.907.685	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 820.000												
Capital de Trabajo	\$ 176.101.494												
FLUJO DE CAJA	-\$ 88.787.400	\$ 2.645.591	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####

Cambio Porcentual en las Ventas	10,00%
Tasa de Retorno	2,00%
Valor Presente Neto	146.305.852
Tasa Interna de Retorno	11,41%

[Volver al Menú Inicial](#)

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Tabla No 37

FLUJO DE CAJA (VARIANDO EL PRECIO)

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 23.000.000	\$ 23.000.000	\$ 23.000.000	\$ 23.000.000	\$ 23.000.000	\$ 23.000.000	\$ 23.000.000	\$ 23.000.000	\$ 23.000.000	\$ 23.000.000	\$ 23.000.000	\$ 23.000.000
- Costos variables		\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500	\$ 2.807.500
- Costos fijos	\$ 0	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409	\$ 9.296.409
Costos fijos de Producción		\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852	\$ 5.234.852
Costos fijos de Administración		\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742	\$ 2.547.742
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815	\$ 1.513.815
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 1.395.689	\$ 1.372.427	\$ 1.349.166	\$ 1.325.904	\$ 1.302.643	\$ 1.279.381	\$ 1.256.120	\$ 1.232.858	\$ 1.209.597	\$ 1.186.335	\$ 1.163.074	\$ 1.139.812
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 9.360.677	\$ 9.383.939	\$ 9.407.200	\$ 9.430.462	\$ 9.453.723	\$ 9.476.985	\$ 9.500.246	\$ 9.523.508	\$ 9.546.769	\$ 9.570.031	\$ 9.593.292	\$ 9.616.554
- Impuestos	\$ 0	\$ 3.089.024	\$ 3.096.700	\$ 3.104.376	\$ 3.112.052	\$ 3.119.729	\$ 3.127.405	\$ 3.135.081	\$ 3.142.758	\$ 3.150.434	\$ 3.158.110	\$ 3.165.786	\$ 3.173.463
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 6.271.654	\$ 6.287.239	\$ 6.302.824	\$ 6.318.409	\$ 6.333.995	\$ 6.349.580	\$ 6.365.165	\$ 6.380.750	\$ 6.396.335	\$ 6.411.921	\$ 6.427.506	\$ 6.443.091
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725	\$ 139.725
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 174.461.094	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 257.304.394
Prestamos	\$ 174.461.094												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 171.834.094
Valor de Salvamento													\$ 85.470.300
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 258.981.094	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685
Activos Fijos	\$ 86.327.000												
Pago Credito (Capital)		\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	#####	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685	\$ 2.907.685
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 820.000												
Capital de Trabajo	\$ 171.834.094												
FLUJO DE CAJA	-\$ 84.520.000	\$ 3.503.694	\$ 3.519.279	\$ 3.534.864	\$ 3.550.450	\$ 3.566.035	#####	\$ 3.597.205	\$ 3.612.790	\$ 3.628.375	\$ 3.643.961	\$ 3.659.546	#####

Cambio Porcentual en el Precio	15,00%
Tasa de Retorno	2,00%
Valor Presente Neto	156.283.163
Tasa Interna de Retorno	12,46%

Fuente: Elaboración propia (Estudio financiero)

CONSIDERACIONES FINALES

En la realización del proyecto pudimos apreciar que si es viable, siempre y cuando el negocio este financiado con una entidad bancaria, de lo contrario no sería viable.

El mercado al que queremos llegar nos favorece y podríamos entrar a competir con un producto alimenticio para la población y de muy buena calidad a un costo competitivo.

La estrategia que se debe implementar para iniciar dicho negocio, es el buen trato con la tierra y con el cultivo de lo contrario nos estaríamos viendo afectados desde el inicio con un producto no tan competente para este mercado.

Debido a que el proyecto se encuentra en el sector agrícola el mayor apoyo a nivel de entidades financieras es el Banco Agrario, ya que nos ofrece unos mejores beneficios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cámara de comercio de Medellín. Para Antioquia (2012). Guia 13. Recuperado de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/guias/Guia--13---2012.pdf>

Yennilm93 (Abril 15 de 2012). Documentos para realizar una exportación. Recuperado de <http://es.slideshare.net/yennilm93/documentos-para-exportar>

Monografías. Luis Andreni Fuentes y Fuentes. Planeación estratégica de la pequeña empresa. (15 Noviembre de 2012). Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos58/planificacion-pequena-empresa/planificacion-pequena-empresa2.shtml#ixzz3KaAnF0ut>

Instituto Nacional del Emprendedor. (2013). Recuperado de: <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=1&sg=5>

Gómez, L. Martínez, J. Arzuza, M. (Septiembre de 2011). Política pública y creación de empresas en Colombia. Recuperado de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/3552/2279>

Anónimo. (Marzo 15 de 2011). Manual técnico de manejo de los viveros para la producción de piña (Ananas comosus (L.) Merr.) En Colombia. Recuperado de <http://www.ica.gov.co/Areas/Agricola/Servicios/Epidemiologia-Agricola/Manuales->

Tecnicos-Viveristas/Manuales/MANUAL_PINHA_OF.aspx

Anónimo. (Marzo 20 de 2014). La economía Colombiana creció 4,3% en el 2013. Portafolio.

Recuperado de <http://www.portafolio.co/economia/pib-colombia-2013>

Anónimo. Con que países tiene Colombia tratados de libre comercio. Recuperado

de http://www.productosdecolombia.com/main/guia/TLC_Paises_Libre_Comercio_Colombia.asp

Campos. F. (Noviembre 21 de 2014). La inflación Colombiana, la mas alta de los últimos años.

Recuperado de <http://pensamientocontrario.blogspot.com/2013/10/la-inflacion-colombiana-la-mas-alta-de.html>

Anónimo. (2014). Sistema Político Colombiano. Recuperado

de http://www.colombiaun.org/Colombia/sistema_politico.html

Anónimo. Religión. Recuperado de [http://www.colombia.com/colombia-info/informacion-](http://www.colombia.com/colombia-info/informacion-general/religion/)

[general/religion/](http://www.colombia.com/colombia-info/informacion-general/religion/)

Londoño. S. B. (2012). Resolución numero de 2012. Recuperado

de <http://www.minsalud.gov.co/Normatividad/Proyecto%20de%20Resoluci%C3%B3n%20Frutas%20-Segunda%20Consulta.pdf>

Perfetti del Corral. J. J. (Marzo 14 de 2014). ¿Mejora el PIB agrícola? Recuperado de http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/M/mejora_el_pib_agricola/mejora_el_pib_agricola.asp

Proexport. (2012) Sector Agroindustrial Colombiano. Recuperado de <http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/Perfil%20Sector%20Agroindustrial%20Colombiano%20-%202012.pdf>

Anónimo, (Mayo 19 de 2011). Oportunidades en el mercado suizo. Recuperado de: <http://www.procolombia.co/noticias/oportunidades-en-el-mercado-suizo>

Acero, Manuel. (05, 2006) Las cadenas de suministro del sector agropecuario y el TLC. Pasos para diseñar una estrategia de cadena de suministro del sector agro-industrial. Recuperado de: <http://www.gestiopolis1.com/recursos7/Docs/mkt/cadena-valor-de-suministros-agricolas-frente-al-tlc.htm#sthash.sVoBmqh7.dpuf>

Anónimo, (2014). Balance y Perspectivas del Sector Agropecuario 2013-2014. Recuperado de: <http://www.sac.org.co/es/noticias/367-balance-y-perspectivas-del-sector-agropecuario-2013-2014.html>

Anónimo, (2014). Balance agropecuario primer semestre 2014, Recuperado de: <http://www.sac.org.co/es/estudios-economicos/balance-sector-agropecuario-colombiano/290-balance-y-perspectivas-del-sector-agropecuario-2012-2013.html>

