

EXPANSIÓN INTERNACIONAL DEL CILANTRO DESHIDRATADO

INFORME DE TRABAJO FINAL PARA OPTAR AL GRADO DE TECNÓLOGO EN
COMERCIO INTERNACIONAL

MARIA ALEJANDRA LEON GOMEZ

YAMIT ALFONSO OCHOA MARTINEZ



AUTOR:

KAREN LOPEZ

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
TECNOLOGÍA EN COMERCIO I
INTERNACIONAL

2017

AGRADECIMIENTOS

Agradezco principalmente a mi madre, quien me brindo su apoyo incondicional durante mi proceso académico y a todas las personas que me ayudaron a cumplir la realizacion de mis estudios tecnologicos, a los profesores del programa por su dedicacion y orientacion.

Este proceso es tan solo el inicio de una destacada vida profesional.

MARIA ALEJANDRA LEON GOMEZ

Como eje fundamental y funcional de mi vida expreso mis agradecimientos al creador por propiciar en este camino las herramientas y personas indicadas para materializar uno de los pilares de mi formacion profesional. Mis respeto y admiraciones a Padres, esposa e hija, Docentes y compañeros.

YAMIT ALFONSO OCHOA MARTINEZ

ÍNDICE

Contenido

AGRADECIMIENTOS	3
ÍNDICE.....	4
LISTA DE TABLAS	7
LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS	10
GLOSARIO	11
ABSTRACT	12
RESUMEN EJECUTIVO.....	14
INTRODUCCIÓN	16
Capitulo I. Informacion General De La Empresa	17
1.1 Nombre De La Empresa Y Marca	17
2.1 Tipo de Empresa.....	19
3.1 Visión Y Misión De La Empresa.....	21
1.3.1 Misión.....	21
1.3.1 Visión.....	21
4.1 Relación Productos y/o Servicios	21
CAPITULO II. Analisis Del Enterno Y Sector	25
2.1 Tratados Para Evitar Doble Tributacion	25

2.3 Sector o Industria.....	27
CAPITULO III. Analisis Del Mercado.....	35
CAPITULO IV. Analisis Comercio Internacional.....	55
CAPITULO V. Analisis Tecnico.....	66
CAPITULO VI. Analisis Administrativo	73
CAPITULO VII. Analisis Legal.....	82
CAPITULO VIII. Analisis Financiero.....	84
CONCLUSIONES.....	103
BIBLIOGRAFIA.....	104
ANEXOS.....	106

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Logo de la Empresa.....	18
Figura 2 Disponibilidad de la marca en Registro Único Empresarial y Social.....	19
Figura 3 PIB INDUSTRIA Y COMERCIO	28
Figura 4 PRODUCCION HORTICOLO COLOMBIANA	29
Figura 5 CADENA DE VALOR PARA PRODUCTOS AGROPECUARIOS	30
Figura 6 Exportadores e importadores mundiales de frutas y hortalizas	36
Figura 7 Departamento exportadores de frutas y hortalizas procesadas	39
Figura 8 Principales exportadores de legumbres y hortalizas.....	44
Figura 9 Principales compradores a nivel mundial.....	45
Figura 10 Logo de la empresa.....	52
Figura 11 Acceso Marítimo entre Colombia y Alemania.....	63
Figura 12 Acceso Aéreo entre Colombia y Alemania	64
Figura 13 Organigrama Estructura de la Organización	73
Figura 14 Organigrama estructura de Personal.....	75
Figura 15 Tendencias de consumo.....	84

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Ficha del Producto cilantro deshidratado	22
Tabla 2 Trámites y costos	24
Tabla 3 CADENA DE VALOR PARA PRODUCTOS AGROPECUARIOS.....	31
Tabla 4Empresas exportadores de frutas y hortalizas.....	46
Tabla 5Distribuidores internacionales	47
Tabla 6Proveedores de cilantro deshidratado	51
Tabla 7Costos de Comunicación Colagro industrial	53
Tabla 8Plan de Ventas Colagro Industrial	54
Tabla 9Partida Arancelaria del Producto en Colombia.....	55
Tabla 10Partida Arancelaria del Producto en La Unión Europea.....	56
Tabla 11Capacidades Exportadora de colagro Industrial.....	57
Tabla 12Proveedores de Colagro Industrial.....	58
Tabla 13Costos de participación en feria.....	60
Tabla 14Rutas de salida de Colombia.....	61
Tabla 15Rutas de entrada a Alemania	62
<i>Tabla 4.9 Costos de Exportación Colagro Industrial</i> Tabla 16 Costos de Exportación Colagro Industrial	65
Tabla 17Flujograma de Procesos.....	66
Tabla 18Capacidad Exportación Colagro industrial	67
Tabla 19Plan de exportación Colagro industrial.....	68
Tabla 20Maquinaria equipos y enseres.....	69
Tabla 21Materiales e insumos	70
Tabla 22Servicios Requeridos	71

Tabla 23	Personal requerido	72
Tabla 24	Funciones y Responsabilidades Colagro industrial	74
Tabla 25	Funciones Personal	76
Tabla 26	Procesos tercerizados.....	76
Tabla 27	Salario personal	77
Tabla 28	Salarios personal tercerizado	78
Tabla 29	Precios de maquinaria, equipo, software, muebles y enseres	79
Tabla 30	Requerimientos de Materiales e Insumos por Área	80
Tabla 31	Elaboración propia.....	80
Tabla 32	Requerimientos de Servicios	81
Tabla 33	Tramites de Formalización de la Empresa.....	83
Tabla 34	Plan de Amortización	86
Tabla 35	Precio producto.....	86
Tabla 36	Ventas totales del producto.....	87
Tabla 37	4 Activos fijos.....	88
Tabla 38	Gastos preoperativos.....	88
Tabla 39	Inversión en capital de trabajo	89
Tabla 40	capital de trabajo disponible	90
Tabla 41	Costos Unitarios del cilantro deshidratado	90
Tabla 42	Estados de resultados.....	93
Tabla 43	Flujo de caja.....	95
Tabla 44	Variando precio	97
Tabla 45	Variando Ventas	97
Tabla 46	Variando costos	98
Tabla 47	Variando costos fijos	98
Tabla 48	Variando tasa de retorno.....	99

Tabla 49 Estado de perdida y ganancias proyectado	100
Tabla 50 flujo de caja proyectado.....	101
Tabla 51 flujo de caja inversionista	102
Tabla 52 Tasa interna de retorno del inversionista	103
Tabla 53 tasa interna de retorno del proyecto	103

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

RUES: Registro Único Empresarial Y Social Cámaras De Comercio

TRM: Tasa Representativa Del Mercado

INVIMA: Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos

DIAN: Dirección De Impuestos Y Aduanas Nacionales

CIF: Costo, Seguro y Flete

CIU: Clasificación Industrial Internacional Uniforme

DDP: Entregado Derechos Pagados, Lugar De Destino Convenido.

GLOSARIO

CÓDIGO CIIU: Clasificación uniforme de las actividades económicas por procesos productivos.

TRM: La tasa representativa del mercado es la cantidad de pesos colombianos por un dólar de los Estados Unidos. Se calcula con base a las operaciones de compra y venta de divisas entre intermediarios financieros.

AGENCIA DE ADUANA: Personas jurídicas cuyo objeto principal es el agenciamiento aduanero autorizado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

INCOTERM: Conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, los cuales determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional. La selección del Incoterm influye sobre el costo del contrato.

EMPRESA: Entidad integrada por el capital y trabajo, como factores de producción y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.

DESHIDRATACION: Extracción de agua de un organismo o tejido organico.

ABSTRACT

Coriandrum sativum, more commonly known as Coriander, is an edible plant for culinary and even medicinal use that enjoys very particular characteristics in terms of its taste and texture, this plant is wanted in schools and gastronomic centers. Its use is more frequent in the guild of the culinary where its purpose is not only to provide the dishes with their typical and exquisite taste, but also is usually used for the decoration of dishes exposed to the public. In Mediterranean kitchen is often a fundamental tool to satisfy and conquer the best palates in this area of the world, not without detracting importance in Latin America, India and China.

As is evident, the importance of this vegetable not only has a scope within the local market, but its demand in foreign markets regardless of the different kinds of cultures. From this point comes our business idea, bringing to the different latitudes of the world this desirable vegetable, focusing more on the German market that presents itself as a country with a high demand and import of fruits and vegetables, demanding that their products have a Value added or a high level of innovation.

It is here that we see our opportunity to enter to the German and European market to meet these market needs, having in our favor that Colombia is seen as a country with great capacity to produce high quality agronomic products at international level, such As a result, the German government has decided to reduce the cost of tariffs for agronomic products to its country.

Our business proposal, is the marketing of Coriander after a process of dehydration that gives new powers to it as:

- **Durability:** Coriander, when subjected to this process of dehydration, becomes a product of high durability, it is estimated that it can preserve its nature without alteration during 4 years, unlike traditional coriander which has a shelf life of 4 or 5 days being refrigerated.

- Storage: This new product can be stored in any kind of climate or place, without relying on refrigeration or additional processing to prevent it from losing its organoleptic powers.

- Flavor: When dehydrated, the concentration of its flavor is potentiated, which makes it more attractive for professionals who handle this kind of products when preparing their meals.

- Handling: As a commercial product, the ease it provides to the logistics chain in terms of handling, storage, warehousing, and public exposure is wide and reduces the potential for destruction during this process.

Basically our product meets the conditions and needs of the German market and applies to be a profitable and financially productive project.

RESUMEN EJECUTIVO

El *Coriandrum sativum* más conocido popularmente como el cilantro, es una planta comestible de uso culinario e incluso medicinal que goza de características muy particulares en cuanto a su sabor y textura, de allí lo apetecida que es en las escuelas y los centros de gastronomía. Su uso es más frecuente en el gremio de la culinaria donde su finalidad no solo es brindar a los platos su típico y exquisito sabor, sino también suele ser usado para la decoración de los platos expuestos al público. En la alta cocina mediterránea suele ser una herramienta fundamental para satisfacer y conquistar los mejores paladares de esta zona del mundo, no sin restar importancia en Latinoamérica, la India y la China.

Como se evidencia, la importancia de esta hortaliza no solamente tiene un alcance dentro del mercado local, sino su demanda es incesable en los mercados extranjeros sin importar las diferentes clases de culturas. De este punto surge nuestra idea de negocio, llevar a las diferentes latitudes del mundo esta apetecida hortaliza, enfocándonos más en el mercado alemán que se presenta como un país con una alta demanda e importación de frutas, verduras y hortalizas, exigiendo que sus productos tengan un valor agregado o un alto nivel de innovación.

Es aquí donde vemos nuestra oportunidad para ingresar en el mercado alemán y europeo, para suplir esas necesidades del mercado, teniendo a nuestro favor que Colombia es vista como un país con gran capacidad de producción de productos agronómicos de alta calidad a nivel internacional, de tal manera que, el gobierno alemán ha decidido disminuir el costo de los aranceles para los productos agronómicos a su país.

Nuestra propuesta de negocio, es la comercialización de cilantro después de un proceso de deshidratación que le brinda nuevas facultades al mismo como:

- **Durabilidad:** El cilantro al ser sometido a este proceso de deshidratación, se convierte en un producto de alta durabilidad, se estima que pueda conservar su naturaleza sin alteración de la misma a lo largo de 4 años, a diferencia del cilantro tradicional en rama, que tiene un tiempo de vida útil de 4 o 5 días estando refrigerado.
- **Almacenamiento:** Este nuevo producto podrá ser almacenado en cualquier clase de clima o lugar, sin depender de refrigeración ni proceso adicional para impedir que pierda sus facultades organolépticas.
- **Sabor:** Al ser deshidratado, la concentración de su sabor se potencializa, lo cual le hace más atractivo para los profesionales que manipulan esta clase de productos a la hora de preparar sus platos
- **Manipulación:** como producto comercial, la facilidad que le brinda a la cadena logística en cuanto a su manipulación, almacenamiento, bodegaje, y exposición al público es amplia y reduce las posibilidades de destrucción durante este proceso.

Taxativamente nuestro producto cumple con las condiciones y necesidades del mercado alemán y aplica para ser un proyecto rentable y financieramente productivo.

INTRODUCCIÓN

Bien es sabido que durante años el uso del cilantro ha sido sin lugar a dudas una de las herramientas predilectas en el uso de la cocina gourmet no solo por sus características físicas, sino también, por las propiedades que tiene para dar sabor a los alimentos como las carnes, proveer vitaminas, entre muchas, razón por la cual se constituye en una de las principales especias comerciales de uso gastronómico.

Sin embargo, a pesar de sus características el cilantro convencional tiende a deteriorarse rápidamente, debido a que sus exigencias de conservación son muy exigentes, su vida útil es corta, su transporte es complejo por su naturaleza y se vuelve costoso gracias a su volumen. Al ser expuesto en las respectivas comercializadoras este producto puede ser contaminado fácilmente con otras sustancias, que le harían perder fácilmente la esencia de su particular y especial sabor.

Es aquí donde nuestro producto surge con la finalidad de responder a un conjunto de dificultades que se presentan para las diferentes clases de consumidores del producto convencional a nivel internacional, y se desarrolla un proceso extenso de análisis e investigación de los diferentes sectores, mercados, preselección y selección de mercado destino, procesos de exportación, análisis logístico de lo que sería una eventual negociación, y el análisis financiero que determinara este y el conjunto de las variables anteriormente mencionadas la viabilidad del proyecto previsto.

El presente estudio expondrá ampliamente lo que es en esencia el producto, su nivel de innovación, el mercado objetivo, y el desarrollo que este tendrá para ser materializado y ejecutado.

Capítulo I. Información General De La Empresa

1.1 Nombre De La Empresa Y Marca

Decidimos llamar nuestra idea de negocio Colagro Industrial S.A.S. que ha sido creada con el objetivo de comercializar en el mercado Europeo un producto con un alto nivel de innovación. Para verificar la disponibilidad de la razón social seleccionada, realizamos la búsqueda en la página web del registro único empresarial y social RUES, tal como se puede observar en la siguiente imagen.

Figura 1.1 Verificación Razón Social en Registro Único Empresarial y Social

CONTACTENOS

RUES Registro Único Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Veedurias Servicios Virtuales

➤ Realice aquí su consulta empresarial o social

Consulte si una empresa o persona natural está inscrita en el registro mercantil de las cámaras de comercio del país. Escoja el necesidades.

Razón Social Nombre Razón Social Palabra Clave Número de Identificación Matrícula Mercantil Registro Nacional de Turismo

Los resultados de la consulta por nombre siempre se mostrarán en orden alfabético, y retorna todos aquellos comerciantes con las palabras ingresadas.
Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia y Condiciones de Uso

Razón social: Colagro Industrial Consultar

Advertencia:
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

Fuente: Registro Único Empresarial y Social Cámaras de Comercio. RUES

Al momento de realizar la búsqueda, el sistema no arrojó resultados para la consulta digitada; por lo tanto el nombre escogido puede ser usado sin ningún inconveniente.

La marca de nuestra idea de negocio será Colagro - Traspasando Fronteras, como se muestra a continuación:

Figura 2.2 Logo de la empresa

Figura 1 Logo de la Empresa



Fuente: Elaboración Propia.

En la imagen anterior, se puede observar la figura de una persona cultivando el cilantro en los campos.

Con esta imagen queremos representar la pureza y calidad que gozan los terrenos y cultivadores, cuyos productos son de gran calidad y reconocimiento a nivel internacional. Para comprobar la

disponibilidad de la marca efectuamos la búsqueda en la página web del Registro Único Empresarial y Social RUES tal y como se puede evidenciar en la siguiente imagen:

Figura 1.3 Disponibilidad de la marca en Registro Único Empresarial y Social

Figura 2 Disponibilidad de la marca en Registro Único Empresarial y Social

Contáctenos

RUES Registro Unico Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Veedurias Servicios Virtuales

➤ Realice aquí su consulta empresarial o social

Consulte si una empresa o persona natural está inscrita en el registro mercantil de las cámaras de comercio del país. Escoja sus necesidades.

Razón Social Nombre Razón Social Palabra Clave Número de Identificación Matrícula Mercantil Registro Nacional de Turismo

Los resultados de la consulta por nombre siempre se mostrarán en orden alfabético, y retorna todos aquellos comerciantes con las palabras ingresadas.
Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia y Condiciones de Uso

Razón social:

Advertencia:
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

Fuente: Registro Único Empresarial y Social Cámaras de Comercio. RUES

2.1 Tipo de Empresa

Teniendo en cuenta la normatividad Colombiana en cuanto a las formas jurídicas de constitución de empresas; las cuales se pueden consultar en la Ley 1258 de 2005.

Dentro de las opciones planteadas, decidimos constituir nuestra idea de negocio bajo la figura jurídica Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S; Algunas de las principales razones por las cuales se decido calificarla como S.A.S radica en que se puede crear mediante documento privado, lo cual le

permite a la empresa ahorra tiempo y dinero, por otra parte la responsabilidad de los socios se limita a sus aportes ademas no se requiere establecer una duracion determinada. El pago del capital puede diferirse hasta por dos años, esto da a los socios recursos para obtener el capital necesario para el pago de las acciones.

Descripción de la Empresa

La idea de Colagro Industrail surgio ante la necesidad de comercializar un producto con alta calidad e innovacion que gozara de unas características adicionales como durabilidad y alta posibilidad de almacenamiento. Identificando una gran oportunidad en los mercados exteriores europeos.

La cede comercial y administrativa de la empresa esta ubicada en:

Municipio de Bello, Antioquia.

Direccion: Calle 45ª, # 50-42

Microempresa INDEPENDIENTE

Colagro Industrail S.A.S tiene como principal razon de funcionamiento la comercializacion de cilantro deshidratado a mercados internaciones principalmente el mercado Aleman. Su característica diferenciadora radica en que es un producto no perecedero comparado con el que es habitualmente comercializado en los principales centro de verduras y hortalizas cuya vida util es exageradamente corta comparada la nuestra.

La empresa desarrolla sus actividades en el sector comercial teniendo en cuenta que debido a la naturaleza del producto, esta dirigido directamente al sector alimenticie.

El codigo CIU para la actividad economica de nuestra empresa seria:

Seleccionar	4631	Comercio al por mayor de productos alimenticios	Ver Nota
-----------------------------	------	---	--------------------------

La empresa se encuentra ubicada en el municipio de Bello, Antioquia, cerca a la autopista norte la cual es una arteria principal del valle de Aburra, por otro lado en este lugar existe una alta posibilidad de formalizar vinculos comerciales con empresas en el extranjero, debido a una gran presencia de empresarios extrajeros interesados en nuestras riquezas natulares.

3.1 Visión Y Misión De La Empresa

1.3.1 Misión

COLAGRO INDUSTRIAL S.A.S. es una empresa dedicada a la comercialización de cilantro deshidratado, cuenta con un personal altamente calificado y apto para formalizar vínculos comerciales en el exterior, con el cual tiene la posibilidad de innovar e incursionar en nuevos mercados. Se quiere facilitar y culturizar a los consumidores sobre el manejo y los beneficios que trae consumir nuestro producto ahorrando tiempo y dinero en las preparaciones de los productos culinarios.

1.3.1 Visión

Ser reconocidos para el año 2020 como una empresa comprometida con los clientes, al ofrecer productos innovadores en Alemania y ser vista como una de las principales comercializadoras de cilantro deshidratado expandiendo nuestro grado de penetración en los mercados donde tengamos presencia y satisfacer necesidades que el cliente aun no vislumbra tener.

4.1 Relación Productos y/o Servicios

El cilantro deshidratado es un producto natural de textura molida y verde, que conserva sus facultades nutricionales y naturales propias del cilantro sin procesar, con la novedad que gracias a su proceso de deshidratación mantendrá intactas sus condiciones en el tiempo (4 años) y su capacidad de almacenamiento le hace apta para transporte y cualquier clase de clima

Tabla 1.1 Ficha Técnica del Producto. Cilantro deshidratado

Tabla 1: Ficha del Producto cilantro deshidratado

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO	
CILANTRO DESHIDRATADO	
1. PRODUCTO	
	
Nombre del producto:	Cilantro Deshidratado
Especie:	Coriandrum sativum
Indredientes:	Hojas Limpias y Sanas de Coriandrum
Consumo preferente:	4 Años
Registro Sanitario: Marca	24.00073/B
Marca:	COLAGRO INDUSTRIAL S.A.S
2. CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS	
Aspecto:	Molido
Color:	Verde
Olor:	Fuerte exento de olores atipicos
Sabor:	Típico de la especia. Exento de sabores atipicos
Textura:	Típica del produtco
Otras:	Ausencia de Materias Extrañas
3. CARACTERISTICAS FISICO-QUIMICAS	
Arsénico (ppm):	< 3
Plomo (ppm):	< 10
Aflatoxinas B1 (ppb):	< 5
Aflatoxinas totales (ppb):	< 10
4. CARACTERISTICAS MICROBIOLÓGICAS	
Escherichia coli (ufc/g):	< 10
Salmonella (/25g):	AUSENCIA
Cl. sulfito reductores (ufc/g):	SUPERIOR A 1*10
5. INFORMACION COMPLEMENTARIA	
Producto no irradiado	
Códigos internos de fábrica que incluyen el número de lote.	
Ejemplo Lote: 02755-CK21 ; Ejemplo Consumo preferente: JUN-2016	
Usos (Información para el consumidor)	
De sabor aromático, se utiliza en platos salados y dulces, tales como adobos, salchichas, carnes picadas perfuma el chocolate y los licores.	
Declaración de alérgenos. Declaración de OGM. Información nutricional.	
Producto sin alérgenos. No contiene OGM. No aplica.	
Condiciones de conservación y transporte	
Temperatura ambiente. Almacenar en lugar fresco, seco y ventilado	
Preservar de contacto directo con el suelo. Transporte exclusivo alimentos.	

Fuente: Elaboracion propia

1.5. Ventajas Competitivas

Es menester tener en cuenta las condiciones del cilantro sin procesar, que es el que tradicionalmente es usado para la preparación de los alimentos. En primer lugar, este goza de una vida útil de 5 días en condiciones de refrigeración y posterior a ello su sabor, textura y apariencia, sufre transformaciones que le hace no apto para el consumo humano. Nuestro producto, gracias a el proceso de deshidratación, reduce su tamaño lo que lo hace más fácil de manipular y transportar, lo hace apto para toda clase de ambientes y climas, le da una vida útil de 4 años y potencializa o concentra la percepción de su sabor. Esto hace de nuestro producto una solución altamente innovadora a las necesidades del consumidor y de la cadena logística.

No obstante, la estrategia de negocio resulta atractiva para los inversionistas y miembros de la cadena de distribución ya que tendrán mayor tiempo para la comercialización de este sin que pierda sus facultades, permitiendo que los riesgos en la manipulación del producto sean menores y pueda ejecutarse con tiempo la estrategia de mercadeo como la que se describe detalladamente en el presente proyecto (comercialización a través de cadenas mayoristas y principales restaurantes de Alemania)

1.6. Tarnites y Costos

Para la puesta en marcha del proyecto empresarial, describimos los siguientes tramites con sus respectivos costos a continuacion:

Tabla 1.2 Tramites y costos

TRAMITES				
ENTIDAD	DESCRIPCION	COSTO		TIEMPO
CAMARA DE COMERCIO	Derechos de inscripcion (matricula mercantil)	0.7% valor suscrito	Unico	1 Dia
	Registro	32.000/ Gratuito	Unico	1 Dia
	Certificado de existencia y representacion legal	\$ 4,500.00	Mensual	1 Dia
RUES	Fomulario de registro unico empresarial	\$ 4,000.00	Unico	3 Dias
DIAN	Resolucion facturaion	\$ -	Unico	3 Dias
	Expedicion registro unico tributario	\$ -	Unico	1 Dia
NOTARIA	Autenticacion escritura publica S.A.	\$ 3,400.00	Unico	1 Dia
ENTIDAD BANCARIA	Apertura cuenta bancaria	0.7% valor suscrito	Unico	1 Dia
COMFAMA	Caja de compensacion	0	Unico	1 Dia
PROTECCION	Pension	0	Unico	1 Dia
EPS	Salud	0	Unico	1 Dia
ARL SURA	Riesgos Profesionales	0	Unico	1 Dia
CERTIFICACIONES				
ENTIDAD	DESCRIPCION	COSTO		TIEMPO
BOMBEROS BELLO	Seguridad establecimiento	\$ 80,000.00	Unico	4 Dias
CAMARA DE COMERCIO(ELECTRONICO)	Afiliacion/Suscripcion	0	Unico	1 Dia
SUBSECRETARIA DE RENTAS MUCNICIPALES	Declaracion industria y coemrcio	0	Anual	5 Dias
INVIMA	ESTE COSTO Y GESTION SERA ASUMIDO POR PRODUCTOR			

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO II. Analisis Del Entorno Y Sector

2.1 Tratados Para Evitar Doble Tribuacion

Entorno:

El Estado colombiano se rige por la Constitución de 1991. Con esta nueva Constitución Política se abrió en Colombia un proceso de participación ciudadana, marco democrático, división de poderes que son el ejecutivo, el legislativo, judicial. Considerandose como una de las más avanzadas del mundo.

Sin embargo muchos de sus dirigentes han sido imputados en corrupción y clientelismo, haciendo de este sistema uno de los mas manipulados y cuestionables de America Latina. De esta manera, Colombia es clasificado como en el ranking de persepción de la corrupcion en el puesto 90 de 176 paises con 37 puntos, a pesar de crecer en el interior del pais la persepción de este delito.

Para finales del año 2016, se registro un incremento en el PIB de Colombia optimizando de esta manera su rendimiento 332.384 millones de dólares aproximadamente. Los sectores con mayor dinámica en ese periodo fueron: construcción con 5,8 por ciento, establecimientos financieros y seguros con 3,9 por ciento e industria manufacturera con 2,0 por ciento, indicó la entidad.

Para este año, analistas esperan que el crecimiento de la economía sea mayor, jalonado por los sectores de la agricultura y la construcción, que tendrán actividades más dinámicas en 2017.

En material de comercio exterior, Actualmente Colombia cuenta con tratados internacionales para evitar doble tribuacion y son acuerdos bilaterales entre diferentes estados encaminado a dar claridad sobre ingresos o patrimonio, y busca fomentar la cooperacion entre estados para evitar la evasion fiscal.

Enfocandonos un poco mas a la naturaleza de nuestro proyecto, ya que esta ligado con el sector agropecuario podemos indicar que desde el 2012, la agricultura en Colombia ha aportado hasta un 6'8 % al PIB nacional y el 18 % de la fuerza laboral se dedicó a la agricultura, ganadería y pesca, en medio de sus aportes se destaca el procesamiento de alimentos, la producción de café, aceite, bebidas, bananas, entre otros.

El sector del comercio exterior en Colombia, comprendido por las importaciones y exportaciones del país, ha tenido un crecimiento mayor al 30 % en los últimos 4 años, así mismo en los últimos años el país ha firmado diferentes acuerdos comerciales con otros países, varios de ellos actualmente vigentes.

El clima de Colombia está determinado por los aspectos geográficos y atmosféricos que incluye: precipitaciones, intensidad, radiación solar, temperatura, sistemas de vientos, altitud, continentalidad y humedad atmosférica. Estos factores desarrollan un amplio mosaico de climas y micro-climas en Colombia, que van desde los más calurosos a 30 °C en las costas y llanuras hasta lo más frío, temperaturas bajo 0 °C en los picos de las montañas de la Cordillera de los Andes y la Sierra Nevada de Santa Marta.

El sistema montañoso Andino presenta la mayor variedad de clima determinado por la altitud y sus pisos térmicos clasificados en clima cálido. Temperatura superior a 24 °C, templado entre 17 y 24 °C, frío entre 12 y 17 °C, páramo con temperaturas inferiores a 12 °C y nieves perpetuas. En general, la zona habitada del país tiene un clima cálido y en menor proporción templado en las ciudades a más de 2000 metros de altitud, Bogotá es una de las ciudades más altas del mundo y presenta un clima frío atípico de su latitud ecuatorial.

Es importante resaltar que estos datos son esenciales para determinar las zonas donde los diferentes productos pueden llegar a ser producidos, tratados, y formalizar de esta manera una adecuada cadena de producción y abastecimiento para conservar las condiciones y facultades de el producto a exportar.

En cuanto a la población, Colombia cerró el 2015 con una densidad de 48.203.000 personas. Colombia tiene una población moderada de 42 habitantes por Km². Según los últimos datos publicados por la ONU, tan solo el 0,28% de la población de Colombia son inmigrantes. Colombia es el 184° país del mundo por porcentaje de inmigración.

En 2015, la población femenina fue mayoritaria, con 24.485.169 mujeres, lo que supone el 50,77% del total, frente a los 23.743.535 hombres que son el 49,23%.

Colombia puede considerarse un país con un número de habitantes significativo, si lo comparamos con el resto de los países, ya que ocupa el puesto número 28 del ranking de 196 estados que componen la tabla de población mundial de datosmacro.com.

Entre las opciones para autoidentificarse el grupo afrocolombiano llegó a 10,62% de la población, el de indígena al 3,43%¹, y como gitano el 0,01% que según censo es de unas 5.000 personas y descienden directamente de gitanos europeos, se encuentran distribuidas en sectores populares de las ciudades y en núcleos variables llamados kumpanias.

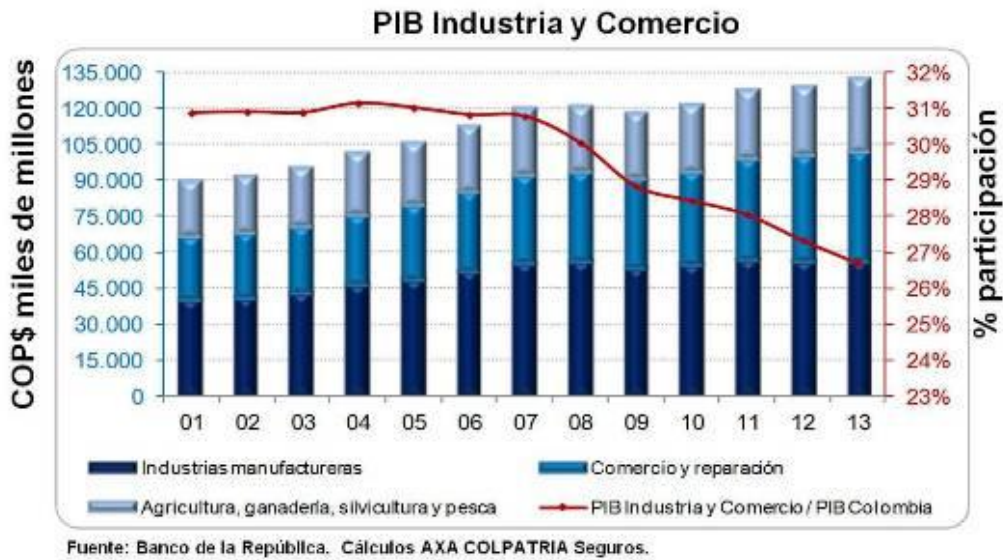
Actualmente, Colombia cuenta con 10 puertos: 8 en la Costa Caribe y 2 en el Pacífico. Los puertos de la Zona Caribe están localizados en La Guajira, Santa Marta, Ciénaga, Barranquilla, Cartagena, Golfo de Morrosquillo, Urabá y San Andrés. Los puertos del Pacífico están localizados en Buenaventura y Tumaco.

2.3 Sector o Industria

Nuestro proyecto pertenece al sector de Comercio al por mayor de productos alimenticios, excepto café trillado, ya que este sector comprende: El comercio al por mayor de frutas, legumbres y hortalizas, entre otras.

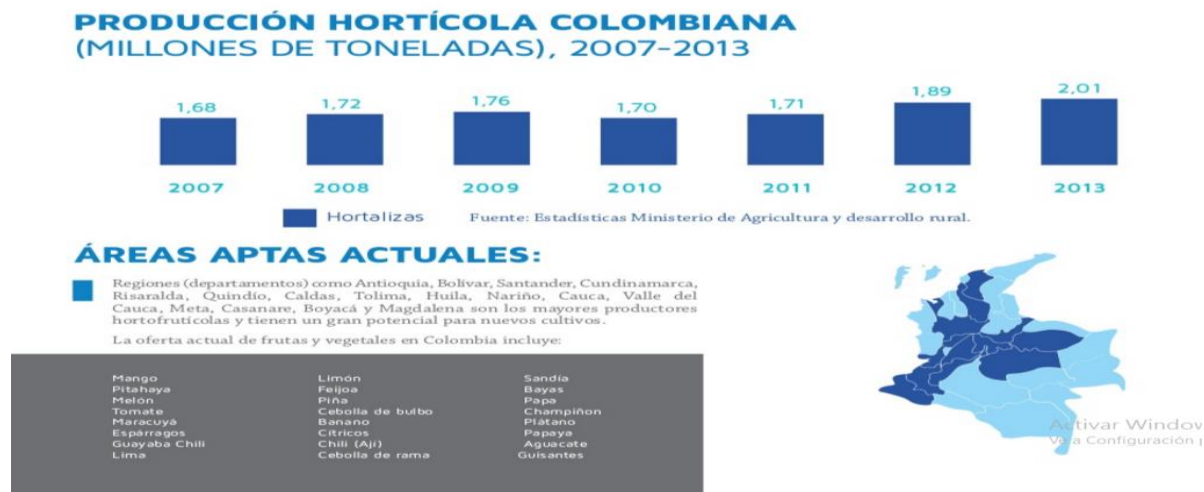
Referente al sector comercio, el PIB total de Colombia en el 2013, alcanzo COP\$493 Billones creciendo un 4.7% frente al año anterior (2012), es decir, este sector tuvo un incremento significativo frente a los años anteriores, del total antes mencionado, el sector industrial y comercial apporto COP\$132 Billones que representaron una participación del 26%, tal como lo indica la gráfica a continuación:

Figura 2.1 PIB Industria y Comercio



A pesar que nuestra idea de negocio esta ligada con el sector comercio, se quiere distribuir Cilantro deshidratado, ya que esta industria alimenticia cuenta con más de 118.000 hectáreas que producen cerca de 2 millones de toneladas de hortalizas, lo que posiciona al país como el quinto productor en Latinoamérica en este segmento.

Figura 2.2 PRODUCCION HORTICOLO COLOMBIANA



Fuente: www.asohfrucol.com

CADENA DE VALOR SECTOR COMERCIO

En la cadena de valor podemos identificar y describir el desarrollo de las actividades por las cuales nuestro sector debe pasar, nosotros nos posicionamos en la última instancia que sería la distribución y comercialización en el mercado internacional.

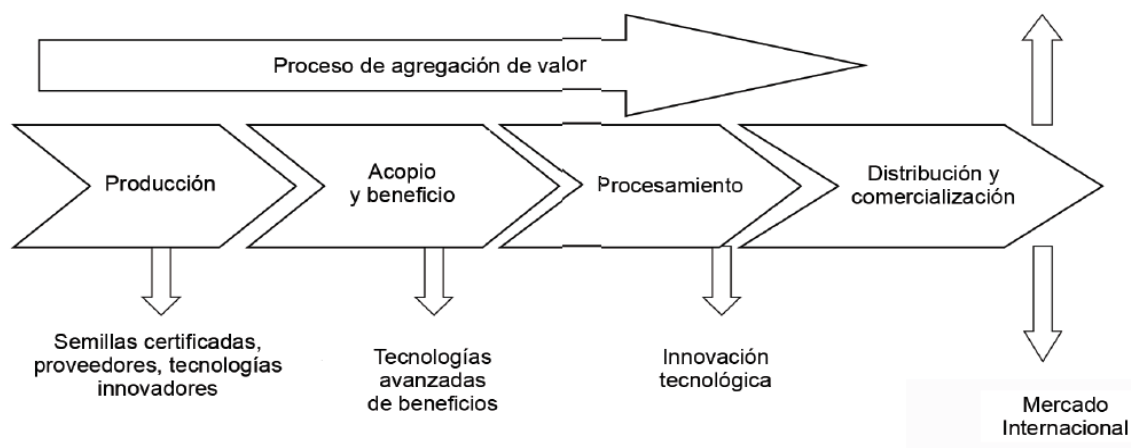
Figura 2.3 Cadena De Valor Para Productores Agropecuarios

Figura 2. Modelo general de cadena de valor genérica para productos agropecuarios.

Fuente: SCIELO.SLD.CU

Proyecciones del sector

A continuación Hacemos uso de la información del sector agro en base a que nuestras actividades comerciales están ligadas estrechamente con el sector agropecuario a pesar de que nuestro estudio está sólidamente soportado en el sector comercial.

La actividad agropecuaria colombiana en 2016 podría estar creciendo en su conjunto entre un 1% y 2%, como resultado de la dinámica de la actividad cafetera y, en menor proporción, del ingreso a producción de áreas de cultivos de ciclo largo. Fe desarrollo calcula un crecimiento del PIB de 2,7% para Colombia en 2017 (SAC).

La tasa de rentabilidad de nuestro sector la estamos tomando en base a la producción de frutas y hortalizas ya que está estrechamente ligada a nuestro proyecto que es la comercialización de estos productos, más específicos el cilantro deshidratado.

La tasa de rentabilidad de esta industria es de 3.1%.

Tabla 2.1 CADENA DE VALOR PARA PRODUCTOS AGROPECUARIOS**Tabla 3 CADENA DE VALOR PARA PRODUCTOS AGROPECUARIOS**

Área cosechada y producción de los principales cultivos de ciclo corto 2015 vs 2014									
CULTIVOS	Hectáreas		Variación anual		Toneladas			Variación anual	
	2014	2015Pr	%	Absoluta	2013	2014	2015pr.	%	Absoluta
TOTAL CULTIVOS CICLO CORTO	1.340.137	1.260.529	(5,9)	(79.608)	8.978.443	8.704.182	8.855.891	1,7	151.708,7
CEREALES	910.462	851.371	(6,5)	(59.091)	4.047.668	3.909.268	3.973.671	1,6	64.403,3
Arroz 1/	385.843	438.027	13,5	52.184	2.287.374	2.051.167	2.469.516	20,4	418.349,3
Maíz	505.752	400.673	(20,8)	(105.079)	1.694.346	1.803.039	1.471.026	(18,4)	(332.013,0)
Sorgo 2/	5.325	3.260	(38,8)	(2.065)	36.038	23.863	15.101	(36,7)	(8.762,0)
Cebada 2/	6.179	4.076	(34,0)	(2.103)	12.978	13.868	8.137	(41,3)	(5.731,0)
Trigo 2/	7.363	5.335	(27,5)	(2.028)	16.932	17.331	9.891	(42,9)	(7.440,0)
OLEAGINOSAS	69.481	63.002	(9,3)	(6.479)	125.052	129.759	118.691	(8,5)	(11.067,7)
Semilla Algodón 3/	31.946	29.130	(8,8)	(2.816)	33.376	42.174	38.207	(9,4)	(3.966,6)
Soya	32.010	28.330	(11,5)	(3.680)	85.942	81.688	74.530	(8,8)	(7.158,0)
Ajonjolí	2.810	2.810	-	-	2.542	2.670	2.699	1,1	29,2
Maní	2.715	2.732	0,6	17	3.191	3.227	3.255	0,9	27,6
OTROS CULTIVOS	392.140	375.286	(4,3)	(16.854)	4.805.724	4.665.155	4.763.528	2,1	98.373,2
Algodón Fibra 3/	31.946	29.130	(8,8)	(2.816)	23.783	30.710	23.700	(22,8)	(7.009,9)
Papa 4/	125.780	122.120	(2,9)	(3.660)	2.664.000	2.490.800	2.696.660	8,3	205.860,0
Frijol	109.912	103.373	(5,9)	(6.539)	136.903	144.180	132.322	(8,2)	(11.858,0)
Tabaco Rubio	6.223	5.519	(11,3)	(703)	12.627	11.574	10.053	(13,1)	(1.520,9)
Hortalizas	118.279	115.143	(2,7)	(3.136)	1.968.410	1.987.891	1.900.793	(4,4)	(87.098,0)

Pr: Datos preliminares sujetos a cambios

1/ Información DANE Fedearroz, producción en términos de paddy verde

2/ Información Fenalce

3/ Información Conalgodón

4/ Información Consejo Nacional de la Papa

Fuente: Gremios de la producción y gobierno. Cálculos: SAC

Fuente: Departamento administrativo nacional de estadística

En la siguiente tabla exponemos el comportamiento del sector comercial en Colombia

Tabla 2.2 Comportamiento sector comercio en Colombia

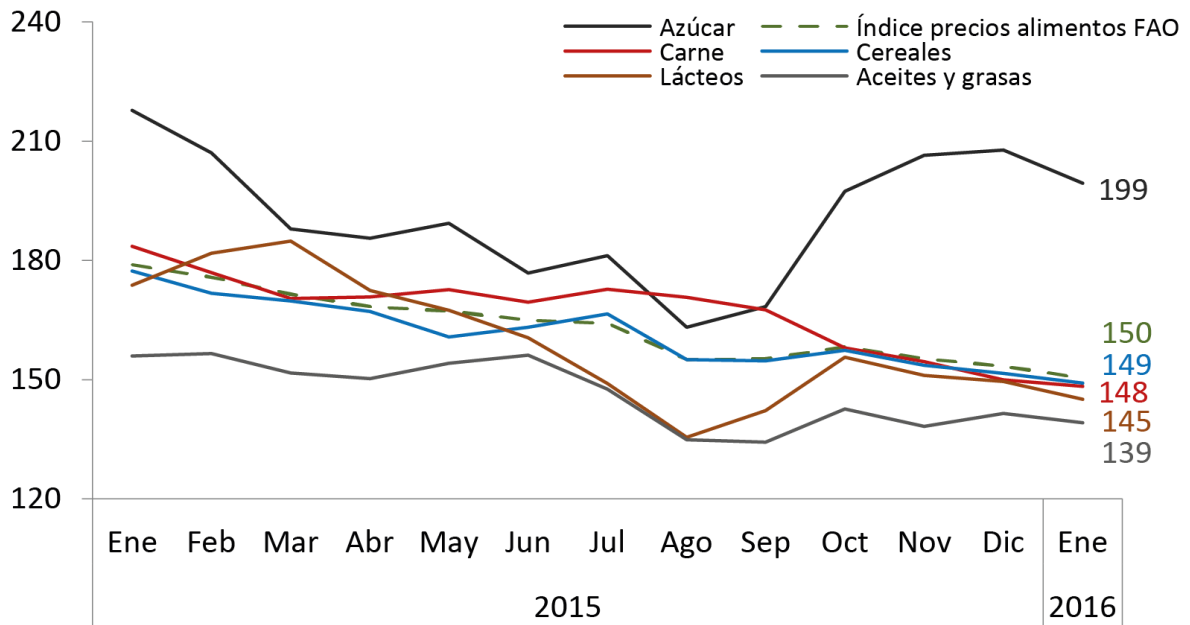
COLOMBIA: INDICADORES					
	2000	2010	2013	2015	2016
PIB					
PIB (US\$ Millones)	99.899	287.121	380.169	291.592	272.010
Crecimiento Económico	2,9	4,0	4,9	3,1	2,0
PIB per cápita (US\$)	2.518	6.309	8.068	6.049	5.583
Comercio Exterior					
Exportaciones (US\$ Millones)	13.158	39.713	58.824	35.691	28.940
Industriales (US\$ Millones)	7.073	18.323	21.724	15.923	15.121
Importaciones (US\$ Millones)	11.757	40.486	59.381	54.058	43.435
Reservas Internacionales	9.004	28.452	43.633	46.731	46.742
Meses de Importaciones	9,2	8,4	8,8	10,4	12,9
Inversión					
Inversión (% del PIB)	14,5	24,5	27,8	29,6	27,8
IED (US\$ Millones)	2.436	6.430	16.211	11.732	12.545
IED (% del PIB)	2,4	2,2	4,3	4,0	4,6
Deuda (% del PIB)					
Deuda Externa Total (% del PIB)	36,2	22,5	24,2	38,1	41,0
Deuda Pública GNC (% del PIB)	35,0	37,2	35,1	42,6	46,7
Entorno Macroeconómico					
Inflación	8,8	3,2	1,9	6,8	6,0
Interés de captación (promedio)	12,1	3,7	4,2	4,6	6,8
Mercado Laboral					
Tasa de Desempleo (promedio año)	15,0	11,1	8,4	8,6	9,4
Tasa de Desempleo (fin período)	13,8	11,8	9,6	8,9	8,3
Indicadores Sociales					
Tasa de pobreza	55,0	37,2	30,6	27,8	
Índice de Gini	0,570	0,560	0,539	0,522	

Fuente: www.andi.com.co

Se evidencia un crecimiento del comercio minorista a inicios del año del 2016 en el sector automotor, alimentos sobre todo en víveres y bebidas no alcohólicas y electrodomésticos entre otros que sumados sumaron 3.4% en puntos porcentuales.

La mayor parte de las contribuciones corresponden al sector de alimentos y bebidas no alcohólicas entre muchas. Entre marzo de 2015 y febrero de 2016, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 2,5 % respecto al año precedente cuando habían registrado un crecimiento de 7,3 %.

Figura 2.4 Ventas del sector alimenticio año 2015 y 2016



Fuente: www.andi.com.co

Los factores claves del éxito del sector comercial consisten en tener un capital de trabajo que pueda satisfacer las necesidades del negocio y del mercado al que va dirigido, así como también tener la

capacidad de enfrentar cambios y desafíos del mercado ya que está en constante cambio y evolución en los negocios,

También, el éxito de nuestro sector depende mucho de los recursos humanos y las estrategias planeadas, ya que se debe de tener personal con capacidades de innovación y desarrollo de nuevas actividades y servicios que cubran las demandas de sus clientes, y para esto se necesita personal emprendedor.

Por último, un factor muy importante es la calidad del servicio brindado, ya que es determinante e importante en el éxito de las empresas comerciales ya que si se ofrece un buen servicio, tendrá clientes satisfechos y esto conlleva a que la empresa reciba más ingresos e invertir en recursos necesarios para ofrecer un servicio de mejor calidad

CAPITULO III. Analisis Del Mercado

3.1 Objetivos de Mercadeo

Posicionar el producto por medio del reconocimiento de los consumidores, y en la medida de su consumo ganar preferencia, llegar con nuestro productos a las diferentes cadenas de restaurantes y hogares del ciudadano comun Europeo, dando a conocer las ventajas y la innovacion de nuestro producto. A su vez pretendemos fortalecer el sector agropecuario en el mercado nacional generando empleo a los productores Colombianos.

Objetivo a corto Plazo

- Lograr ser los principales comercializadores de cilantro deshidratado de las cadenas de restaurantes en el exterior.
- Distribuir nuestro producto en un pais en el exterior, y ser reconocidos internacionalmente.
- Ganar presencia en el mercado

Objetivo A Mediano Plazo

- Formalizar estragias comercias comerciales de la mano con empresas y productos complementarios, para impulsar el reconocimiento y ventas.
- Participar en ferias y eventos gastronomicos, donde el cliente tenga la oportunidad de disfrutar y palpar las ventajas del producto.
- Dignificar el gremio de cultivadores en el sector nacional.

Objetivos A Largo Plazo

- Establecer presencia en los diferentes paises de los diferentes continentes.
- Ampliar nuestro portafolio de servicios en materia de especias.

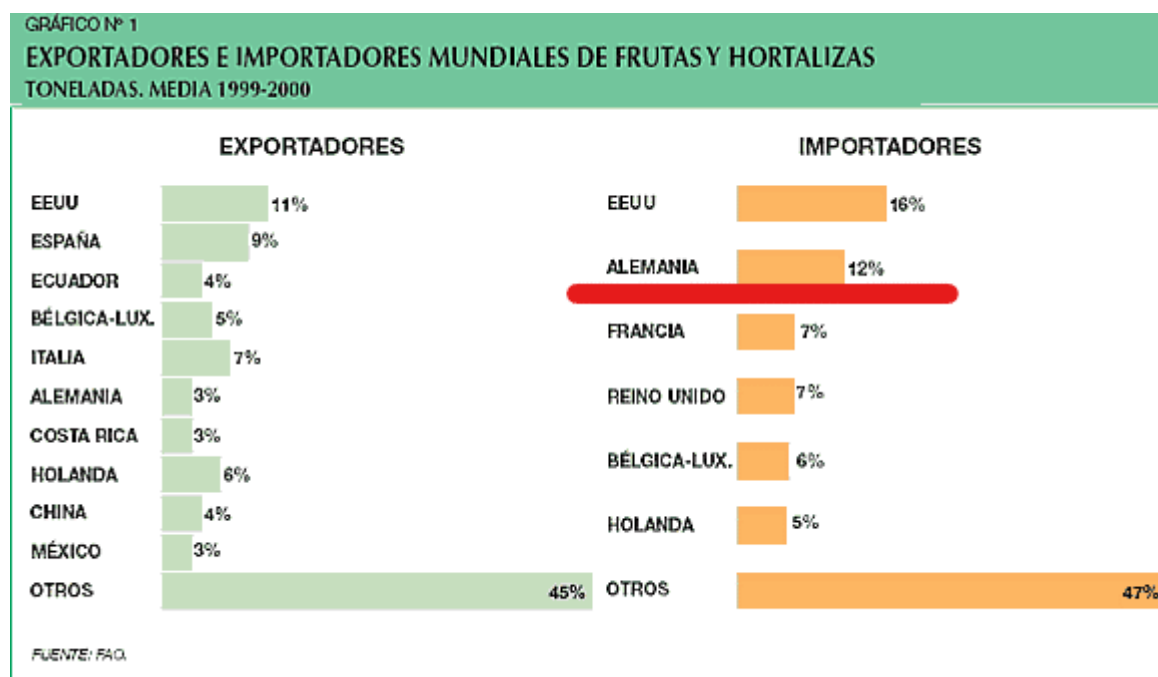
3.2 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

Nuestro mercado meta es Alemania teniendo como principales ciudades, Hamburgo, Berlin, Munich. Cuenta con una poblacin de 82.175.687 habitantes. Siendo este pais el cuarto importador mas grande del mundo con un 7% del mercado internacional, teniendo como uno de los principales productos de importación las hortalizas en el campo alimenticio. Esta entre los paises con mas densidad de poblacion del mundo.

El PIB percapita de alemania en 2016 fue de 38.000 euros, 900 euros mayor que en el 2015.

Para el 2016, las exportaciones en la union Europea de productos como frutas y hortalizas donde encaja el cilantro se evidencia de la siguiente manera:

Figura 3.1 Exportadores e importadores mundiales de frutas y hortalizas



Fuente: Organización de las naciones unidas para la alimentacion y la agricultura

Como se puede evidenciar en las graficas, cabe destacar el porque se la he elegido a Alemania y no a Estados Unidos que esta de primer lugar en la tabla que se uso para escoger el pais meta, el motivo es el siguiente, como bien se conoce Estados Unidos es una gran potencia mundial, y durante muchos años ha sido el lider un muchos aspectos, pero este año se ha observado que ha sufrido un cambio muy significativo por el poder presidencial que ahora esta a cargo de Donald Trump, pues la economia de Estados Unidos está cambiando y debido al pensamiento del presidente actual y a sus decisiones, ya que en el poco tiempo de su mandato se evidencia repentinos cambios de decisiones y esto le genera inestabilidad al pais. Estos cambios inesperados le han causado problemas legales y economicos con paises vecinos y 7 paises musulmanes. Hasta el momento Colombia no ha tenido inconveniente con Estados Unidos, pero se teme que debido a la manera en que se esta manejando el gobierno y sus deciones drasticas, mas adelante se puedan tener altercados diplomaticos, legales y comerciales para exportar nuestro producto, teniendo en cuenta comentarios en donde afirma y sostiene que modificará los TLC vigentes y realizar cambios necesarios y esto puede afectar directamente nuestro proyecto.

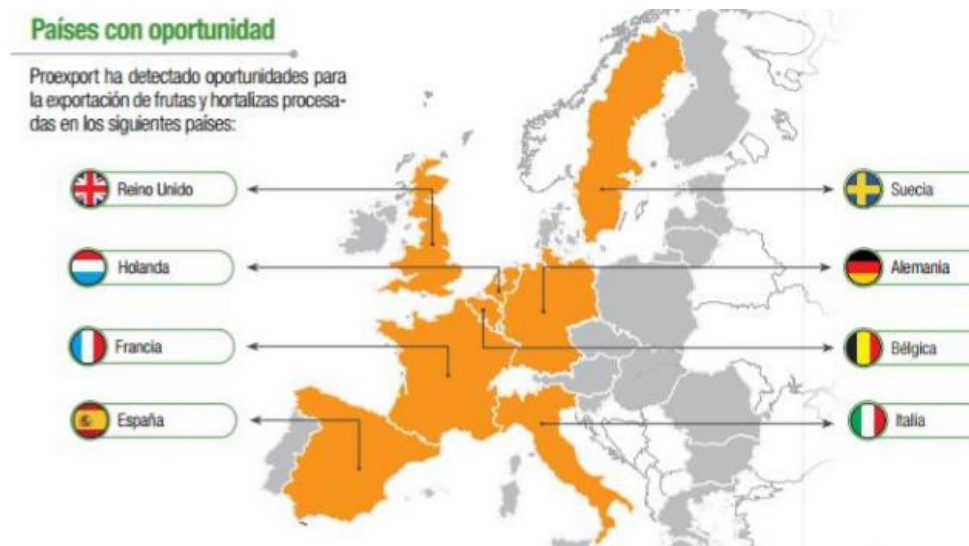
Por esta razon se selecciono el pais de **Alemania**;

Alemania es la economía más grande de Europa y la cuarta potencia económica mundial. El desempeño de su economía se ha visto afectado en los últimos años por su vulnerabilidad ante las crisis externas, Sin embargo, gracias a los ingresos considerables obtenidos de las exportaciones, Alemania posee una economía sólida en comparación a sus vecinos europeos. En 2016, el crecimiento económico alemán se consolidó, elevándose a 1,7% del PIB, apoyado por el consumo de los hogares y el comercio. Se prevé una ligera ralentización en 2017 (1,4%).

El sector agrícola alemán representa menos de 1% del PIB y emplea a 1,3% de la población activa. El sector ha recibido importantes subvenciones estatales. Los principales productos agrícolas son los lácteos, el porcino y la cría de ganado, la remolacha azucarera y los cereales ya que los consumidores alemanes prefieren la agricultura ecológica. El país ha emprendido un proceso de desindustrialización del sector alimentario.

Gracias a este estudio, y las puertas abiertas que tiene la union Europea se ha decidido exportar el producto a Alemania.

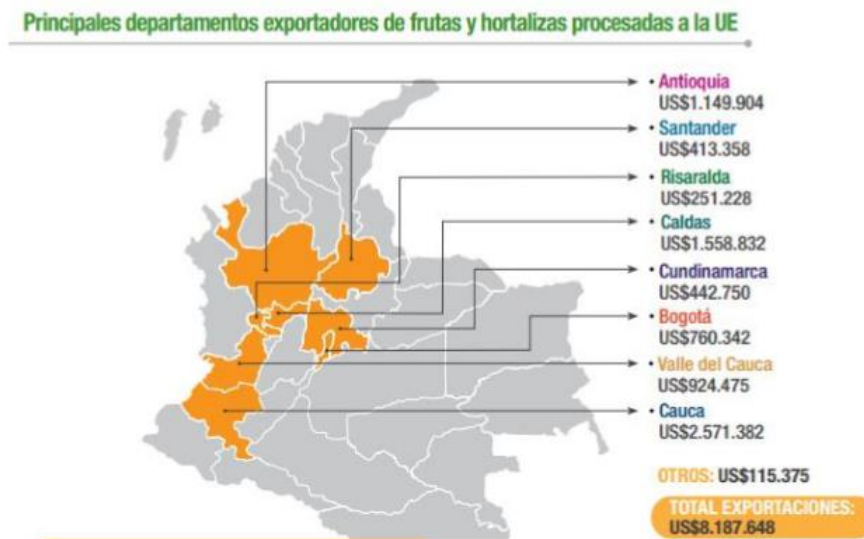
Figura 3.2 Países con oportunidad para la exportación de frutas y hortalizas procesadas



Fuente: Proexport

El siguiente criterio se basa en algunos de partamentos colombianos donde son exportadores de frutas y hortalizas hacia La Union Europea:

Figura 3.3 Departamento exportadores de frutas y hortalizas procesadas



Fuente: Proexport

Profundizando mas en nuestro proyecto se espera ingresar a todos los restaurantes gourment en Hamburgo, Berlin y Munich ya que se ha evidenciado que las frutas y hortalizas satisfacen a muchos consumidores Europeos.

3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios

Nuestro primer enfoque de clientes potenciales se encuentra en los restaurantes gourmet de algunas de las grandes ciudades de Alemania:

En Munich identificamos los siguientes restaurantes de alto perfil gourmet:

- Atelier Gourmet
- Restaurant Königshof

- Restaurant Tantris
- YEN'c Hot Pot Gourmet

Sus especialidades gastronómicas, se encuentran en platos ricos en carnes rojas y blancas, incluyendo embutidos según el gusto del cliente, los precios de estos restaurantes en esta ciudad en específica oscilan entre 30 y 60 Euros, aceptan todo tipo de pago como efectivo, tarjetas débito y crédito.

En Hamburgo identificamos los siguientes restaurantes:

- Landhaus Scherrer
- Atlantic Restaurant
- Jacobs Restaurant
- Süllberg - Seven Seas

Los restaurantes que fueron escogidos en la ciudad de Hamburgo son especializados en comida marina, incluyendo camarones, pulpo, tilapia entre otros, los precios de estos restaurantes son de un valor más alto debido a sus especialidades y a que los restaurantes se encuentran ubicados en un lugar estratégico donde son más visitados **por extranjeros**, y el valor de los platos oscilan entre 30 y 60 Euros, Aceptan todo tipo de pago como efectivo, tarjetas de crédito y débito

En Berlín identificamos los siguientes restaurantes:

- Vau
- Restaurant Quarre
- Restaurant 44
- First floor

Los restaurantes escogidos en la ciudad de Berlín, fueron escogidos ya que son restaurantes únicamente dedicados a comida saludable como lo son las ensaladas que es su fuerte. Sus platos

principales son ensaladas de pollo y cerdo con especias, tambien atún, cebolla, tomate y cilantros. Estos restaurantes son un mercado potencial debido a su especialidad. Los visitan personas del todo el mundo en busca de sus platos y su facilidad de pago. Los platos oscilan entre 25- 50 Euros y se puede pagar en efectivo y aceptan toda clase de tarjetas.

Viajar a Alemania y visitar las ciudades principales que son Hamburgo, Munich y Berlin ofrece muchas oportunidades turísticas que los viajeros no deberian desaprovechar, pero un atractivo importante y significativo que lleva a los visitantes internacionales a Alemania es su cocina.

Los restaurantes antes mencionados, se caracterizan por ser de alta cocina y buen gusto ya que su base esta en la especialidad de sus platillos, la peculiaridad de su cocina y con sus preparaciones con ingredientes increíbles como antes se menciono según sus menus, a eso le queremos llevar nuestro producto innovador y exclusivo para que sea implementado en la cocina Alemana.

Por otro lado, su servicio los caracteriza por algo adicional ya que estos restaurantes prometen que no solo se experimenta una comida diferente sino que tambien estaran disfrutando de un servicio diferente y personalizado. Esto los convierte en un lugar ideal para compartir con amigos, familia, y mostrar a los extranjeros su comida.

Platos que se ofrecen son las combinaciones de entradas y ademas de los antes mencionados existen entre sus menus platos adicionales como lo son: el confit de pato con salsa de salchicha, con especias como el cilantro ellos adornan y tambien lo usan para dar un gusto diferente a su comida.

Otros platos destacados son: crema de nuez, gambas cocidas con pepino, pomelo rosado espuma de estragon, Salmon con especias, ensalada Bavaria Fia, entre otros.

Sus clientes principalmente son extranjeros, personas que van en busca de las delicias Alemanas, y por otro lado tambien una parte de los clientes son personas de Alemania de diferentes ciudades que van en busca de algo diferente,

Cabe anotar que estos platos no son economicos para el publico aunque investigando sobre algunos restaurantes incluyen promociones y platos del dia para que puede llegar a todo tipo de consumidor, pero estos restaurantes se basan mas en llegar a las personas de estratos mas altos. El precio aproximado de un plato podria llegar a costar entre 30 y 50 Euros, ante esto llegamos a la conclusion que estos restaurantes se enfocan en un publico con mayores ingresos ya que sus platos son de un valor alto.

3.4 Cuantificación de los Clientes Potencial de Bienes y/o Servicios

Nuestra empresa tiene como meta alcanzar la fidelizacion y maxima respuesta positiva de los restaurantes gourmet en algunas ciudades de Alemania, teniendo en cuenta que debido a sus altos estandares de calidad y su constante busqueda de satisfacion a clientes pueden llegar a tener un producto de mejor calidad y llegar a conocer una cultura gastronomica diferente.

La guia Michelin, es una series de guias turisticas publicadas anualmente por la Francesa Michelin Éditions du Voyage y sus filiales en otros territorios para más de una docena de países, es la más antigua de las guías europeas de hoteles y restaurantes. La guía es famosa por asignar de una a tres "estrellas de la buena mesa" a los establecimientos gastronómicos que, en referencia a distintos parámetros fijados por sus propios jueces, destacan en calidad, creatividad y esmero de sus platos. Ahora se puede decir que Alemania es el segundo país de Europa con mayor número de estrellas Michelin.

Es muy difícil determinar el total de restaurantes en Alemania, ya que no existe un estudio que indique su totalidad, ahora en día en Alemania hay muchos restaurantes desde pequeños hasta grandes y reconocidos.

Según la guia Michelin, en Alemania existen 45,800 restaurantes reconocidos en el ambito de calidad, creatividad y esmero de sus platos. En la ciudad como Berlin existen 9,100 restaurante gourmet los cual indica que en Berlin existe una gran cantidad de variedad y que es un sitio con una mayor tasa turistica.

Munich cuenta con 7,000 restaurantes gourmet, por último Hamburgo cuenta con 6,200 restaurantes tipo cocina gourmet, con un total de 22,300 restaurantes es estas aéreas donde queremos llegar.

Esto no quiere decir que los restantes 23,500 restaurantes que hay en Alemania no puedan acceder a nuestro producto al contrario, si lo pueden hacer si lo desean, pero por el momento nos queremos enfocar en estos 22,300 restaurantes teniendo certeza y conocimiento de que son un mercado grande y potencia.

En los países industrializados, la demanda de alimentos orgánicos, a diferencia del mercado de productos alimenticios convencionales, experimenta un crecimiento anual que oscila entre 9% (Alemania), 15% (Canadá) y 19% (Suiza). Por la misma razón, en muchos países la mayoría de las grandes cadenas de supermercados ha introducido una línea orgánica con hortalizas, frutas, productos lácteos y, más recientemente, carne.

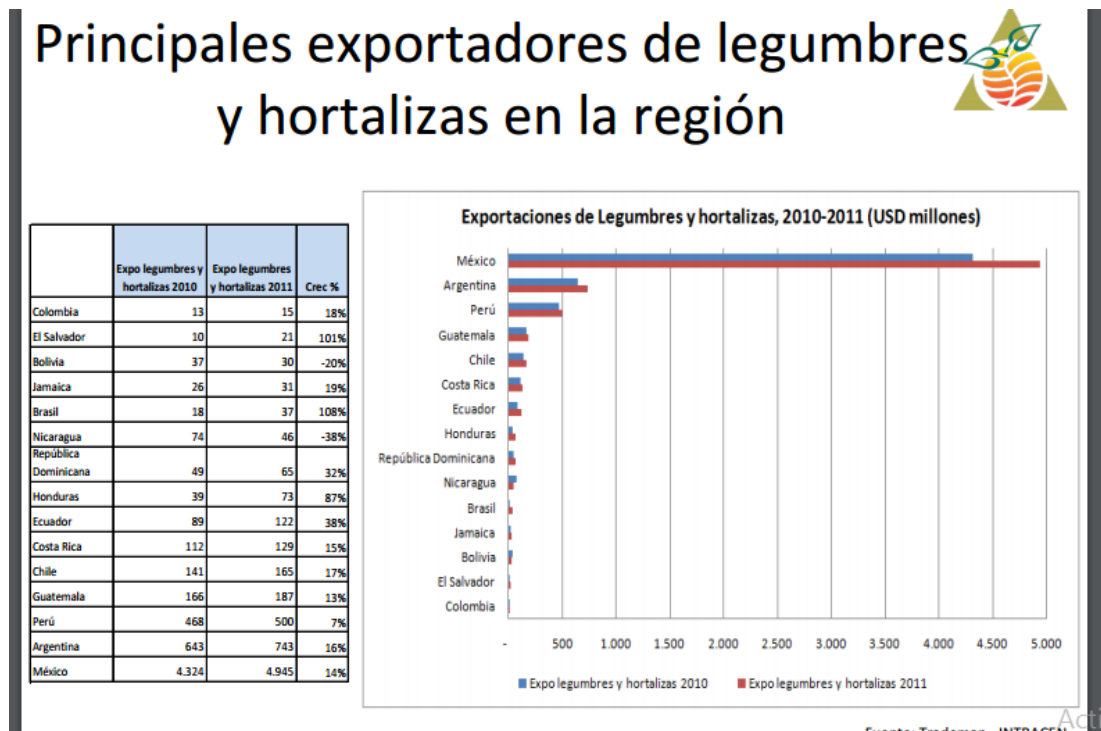
En términos cuantitativos, Alemania es el mercado más grande y con el mayor número de consumidores de productos orgánicos de Europa.

Según una encuesta de la ZMP de Alemania, un ente de investigación de mercado semi-estatal, el consumidor promedio de productos orgánicos de ese país tiene más de 31 años y vive en un hogar con niños. Los productos orgánicos en Alemania son más caros que los convencionales; en el caso de verduras y frutas, entre el 30% y 50%; en el caso de carnes y embutidos, entre el 50% y 70%. Por el alto precio de los productos orgánicos, la mayoría de los consumidores regulares provienen de capas sociales con un nivel de educación e ingresos elevados. En noviembre del 2000, el 14% del total de los consumidores declaró comprar productos orgánicos de vez en cuando, el 8% “con frecuencia” y el 7% muy a menudo. En promedio los encuestados dicen que el gasto por alimentos orgánicos corresponde al 13% de los gastos totales para alimentos. La razón más importante para comprar alimentos orgánicos para los consumidores de Alemania es la salud, seguido por “su sabor más natural”. La razón “desconfianza” por el uso de agroquímicos fue desplazada al tercer lugar. (IICA).

3.5 Mercado Competidor

Se eligio 1 empresa de 3 paises distintos que hemos identificados como los principales competidores, los paises seleccionados son Mexico, Argentina y Peru; estos paises se han escogido porque son los principales productores y exportadores de hortalizas hacia Alemania como lo demuestra las tabla a continuacion:

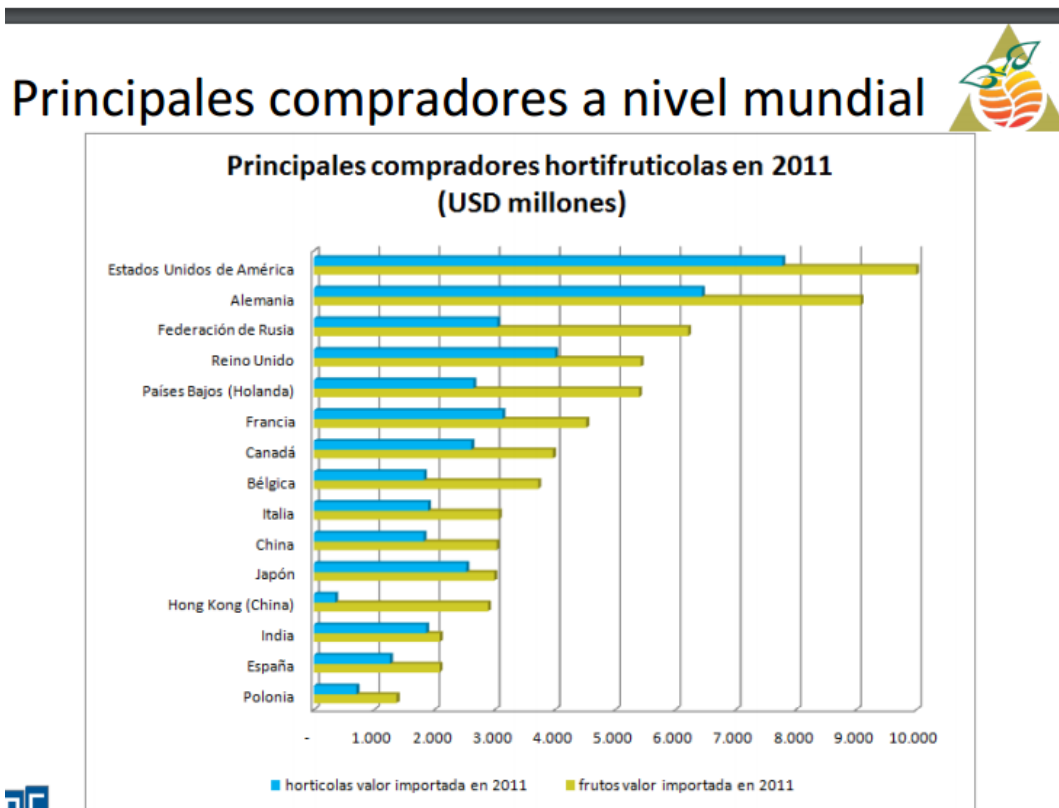
Figura 3.4 Principales exportadores de legumbres y hortalizas



Fuente: Procolombia

Fuente: Trademap - INTRACEN

Figura 3.5 Principales compradores a nivel mundial



Fuente: Procolombia

Teniendo en cuenta lo anterior, vamos a presentar las empresas mas representativas que exportan frutas/Hortalizas a Alemania o la Union Europea:

Tabla 3.1 Empresas exportadores de frutas y hortalizas

EMPRESA	PRODUCTO	VENTAJA COMPETITIVA	DEBILIDAD	FORTALEZA
FRUTAS Y HORTALIZAS ORGÁNICAS DE MICHOACÁN MÉXICO, S.A. de C.V http://www.donaguacato.com/	AGUACATE, CHILE VERDE, PEPINO, CEBOLLA, LIMON, HORTALIZAS CONGELADAS	SU EXPERIENCIA EXPORTANDO A EUROPA ES MAS AMPLIA	PLAGA EN CULTIVOS	LA PRESENCIA DE COMIDA MEXICANA EN EL EXTERIOR
MULTIPAP, DIVISION VEGETALES http://www.multipap.com.ar/	CEBOLLA, REPOLLO, PRODUCTOS DESHIDRATADOS	LLEVA MAS TIEMPO EN EL MERCADO EXPORTANDO PRODUCTOS DESHIDRATADOS	IMPORTA LA CEBOLLA Y SUS DERIVADOS	RECONOCIMIENTO EN EL EXTERIOR
AGRO SELVA http://www.agroselvasa.com/	FRUTAS Y HORTALIZAS	COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL	PLAGA EN CULTIVOS	TOTALMENTE PRODUCTOS NATURALES

Fuente: Elaboración Propia

Nuestro principal competidor en este caso es la empresa Argentina llamada MULTIPAP, DIVISION VEGETALES, ya que es una empresa que lleva muchos años en el mercado, exactamente desde el 1996 cuya finalidad es procesar hortalizas y vegetales a gran escala que a traves de los años ha tenido un crecimiento sostenible y se ha convertido en una compañía nacional e internacional con una capacidad de produccion y de abastecer la demanda del mercado.

Realizan chequeos bromatologicos que tienen el fin de controlar su sanidad y aptitud garantizando alimentos sanos y seguros, tambien cuentan con un departamento de producto que realizan investigaciones permanentes.

Este es un Gran competidor porque es el unico productor en Argentina que exporta productos deshidratado en especial cebolla, cilantro y ajo y es nuestro competidor directo.

Los precios de una bolsita de los productos deshidratados estan aproximadamente entre 16,20 ARS pesos argentinos y esto equivale aproximadamente a 3,000 COL pesos colombianos.

3.6 Mercado Distribuidor

La distribucion a utilizar sera indirecta, este tipo de distribucion incluye a canales mayoristas y minoristas, tanto como tiendas especializadas y almacenes de cadena en las ciudades de Alemania (Hamburgo, Berlin, Munich).

Sin embargo nuestra estrategia se enfocara principalmente en la distribucion a mayoristas, los cuales se encargaran de poner su nombre y marca a nuestro producto y distribuirlo en Alemania, en las principales cadenas de almacenes y mercados. El producto se vendera bajo el incoterm CIF (cost, insurance and freight).

3.6.2 Distribución a través de terceros

A continuación, se muestran los distribuidores encontrados y sus condiciones de compras:

Tabla 3.2 Distribuidores internacionales

	BAKAT	PORT INTERNATIONAL	DELPHI ORGANIC
Confiabilidad	Alta	Alta	Alta
Página Web	http://www.baktat.com.tr/tr/	http://www.port-international.de	https://www.delphiorganic.com
Idioma	Inglés, Alemán, Mandarín, Francés	Español, Alemán, Inglés	Inglés, Alemán
Comisiones	6.9%	6%	6.5%
Condiciones	Dispuesto a Negociar	Dispuesto a Negociar	Dispuesto a Negociar
Pedidos mínimos	1.5 Ton	1 Ton	1.25 Ton

Fuente: Elaboración Propia

Son innumerables las oportunidades que se plantean para Colombia en base a la riqueza agronomica que gozan nuestras tierras sobre todo el altiplano cundiboyacense y mas aun cuando hablamos de un proceso de transformacion de la contextura fisica del producto sin perder sus propiedades.

Características Mínimas

- Producto sano sin alteración que impida su consumo
- Limpio: libre de olor y sabor diferente al de especia, y cuerpos extraños
- Peso completo al indicado
- Libre de humedad externa anormal
- Libre de plaga o daños causados por los mismo
- Desprovista de tallos u hongos
- La bolsa debera estar hermeticamente cerrada

Características de las Normas De Calidad

- Cilantro deshidratado de buena calidd libre de agentes patogenos causada por un desarrollo vegetativo

No se permite producto con los siguientes defectos

- Ligera malformacion
- Transformacion de su estructura fisica inicial
- Defectos de coloracion
- Fisuras en su empaque primario
- Germinacion interior visible
- Pulverizacion de su contenido
- Matas radiculares

Normas Fitosanitarias Para El Ingreso A Europa

Las medidas fitosanitarias de la union europa buscan prevenir el ingreso y diseminacion de organismos que perjudiquen la salud de la comunidad y equilibrio de las plantas y animales del territorio de la union. La autoridad responsable de cada pais exigira el certificado fitosanitario y relizara la respectiva insepeccion de ingreso. Despues de ingresar los productos podran circular libremente en tola la union.

Exite la EUROPEAN AND MEDITERRANEAN PANT PRTECCION ORGANIZATION –EPPO- cuyas funciones consisten en simplificar y nificar las regulaciones fitosanitarias y prevenir la entrada y establecimiento de plagas y parasitos en el continente europeo e incluye paises miembros y no miembros de la union europea

Presentacion Y Etiquetado Para El Ingreso A Europa

El objetivo de brindar etiquetas legibles y visibles será garantizar a los consumidores información completa sobre el contenido y la composición del producto.

Además de ello el buen uso de este recurso nos permitirá en el corto plazo una apropiada diferenciación del producto, y en el largo plazo, posicionamiento en la mente del consumidor.

- Tendremos como fin en nuestro etiquetado las siguientes características según la normatividad Alemana:
- Fácil comprensión
- Visibles
- Legibles
- La altura de los caracteres puede ser de mínimo 0.9 mm.
- Denominación
- Cantidad de determinado ingredientes o categorías de ingredientes
- Cantidad neta del alimento

- Fecha de duración mínima o fecha de caducidad
- Condiciones especiales de conservación y/o utilización
- Nombre o razón social y dirección del operador o importador

Se tendrá en cuenta la normativa aplicable y exigible. La etiqueta tendrá el país de origen o el lugar de procedencia de nuestro producto, teniendo en cuenta que es de suma importancia enfatizar en información para evitar que se pueda inducir a engaño a consumidores.

Modo de empleo en caso de que, en ausencia de esta información, fuera difícil hacer un uso adecuado del alimento.

Nuestras etiquetas tendrán presente las unidades de medida autorizadas que son en sistema métrico decimal. Respecto al idioma se presentara en el idioma permitido para el etiquetado que es el alemán Etiquetas y deben estar sujetas al envase principal.

De acuerdo a la normativa europea son válidas las etiquetas con la información obligatoria del producto que se encuentren o tabla nutricional.

La información del producto puede estar en pliegues siempre y cuando no exista información, símbolos u otros indicadores ocultos o separados, sujetas al envase.

Proveedores

Para la empresa es importante disponer de proveedores cumplidos y con capacidad de abastecer el cilantro deshidratado, en el cuadro a continuación se muestra tres proveedores con los cuales se tendrá contacto para la distribución de nuestro producto.

Tabla 3.3 Proveedores de cilantro deshidratado

PROVEEDORES				
	Tiempo de Entrega	Valor (150Grs)	Ubicación	Confiabilidad (1-5)
HORTALIZAS DEL TUNDAMA	3 Días	1,300 Pesos	Duitama (Boyacá) 5 minutos	5
ESPECIAS TEQUENDAMA	4 Días	1,500 Pesos	<u>Choconta</u> (Cundinamarca) 3 Horas	3
CILANTRO S.A.S.	5 Días	1,350 Pesos	Arcabuco (Boyacá) 1/2 Horas	4

Fuente: Elaboración propia

Estos proveedores se encuentran en Boyacá y Cundinamarca conocidos a nivel nacional e internacional por su enorme capacidad de producción de productos agrícolas de alta calidad en su textura física y cualidades perceptibles al paladar. Es allí donde la empresa no solamente observa la capacidad de producción y calidad de la fábrica deshidratadora, sino también los proveedores que dotan el músculo productor de la empresa.

En el caso de Colagro Industrial el proveedor principal es Hortalizas del Tundama el cual tiene precios competitivos y tiempos de entrega flexibles. En caso que este proveedor no pueda cumplir con los pedidos, se podrá acudir a otros dos proveedores, los cuales sus precios no son tan competitivos pero debido a una eventualidad que pueda presentar nuestro proveedor principal se podrá acudir a ellos.

3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación

Figura 3.6 Logo de la empresa



Fuente: elaboración propia

3.7.1 Comunicación

- Slogan: Traspasando Fronteras
- Nombre comercial del producto: Cilantro deshidratado
- Empaque: Bolsas de 150 Gramos, la bolsa tendrá el logo de la empresa degradado y en la parte de atrás la información del producto .
- Para la comunicación del embalaje del producto hemos incurrido a los siguientes costos:

Tabla 3.4 Costos de Comunicación Colagro industrial

CONCEPTO	VALOR	OBSERVACIÓN
Diseño de Logo	\$ 80.000	Único
Eslogan	\$ -	Único
Nombre Comercial	\$ -	Único

Fuente: Elaboración Propia

3.7.2 Actividades de promoción y divulgación

Los productos se darán a conocer por medio de ferias internacionales, que uno de nuestros socios asistirán exhibiendo nuestro producto, Adicional de la estrategia de venta mayorista, también queremos hacer alianza con 1 o 2 empresas de cadena realizando donde pueda impulsar nuestro producto y será dejado en los mostradores de estas empresas. Queremos incursionar en 1 o 2 universidades gastronómicas de Alemania para dar degustaciones y promocionar nuestro producto porque de esas universidades vienen los próximos inversionistas.

Para el tema de promoción y divulgación de nuestro producto, establecemos los siguientes costos:

Tabla: 3.5 Costos de promoción Colagro Industrial

CONCEPTO	PRESUPUESTO	FRECUENCIA
Ferias internacional	\$ 25.000	Cada 2 años
Alianza	\$ 300.000	Cada 6 meses
Volantes	\$ 250.000	Cada 6 meses

Degustaciones	\$ 200.000	Cada 6 meses
Ingreso Universidad	\$ 200.000	Cada 6 meses

Fuente: Elaboración Propia

3.8 Plan de Ventas

Colagro Industrail no realiza ningun plan de proceso de produccion, pero si produce un un proceso de exportacion para un total de 86,400 unidades de bolsas de cilantro mensual.

Para registrar lo antes mencionado, se realizo un plan de exportacion a 5 años:

Tabla 3.6 Plan de Ventas Colagro Industrial

Producto	ventas mensuales	ventas año 1	ventas año 2	ventas año 3	ventas año 4	ventas año 5
Bolsa de cilantro deshidratado 189 gr	86,400	1,036,800	1,057,536	1,078,687	1,100,260	1,122,266
Precio		\$ 2,500	\$ 2,525	\$ 2,550	\$ 2,576	\$ 2,602
ventas totales		\$ 2,592,000,000	\$ 2,670,278,400	\$ 2,750,920,808	\$ 2,833,998,616	\$ 2,919,585,374

Incremento en ventas	2%
incremento en precio	1%

Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO IV. Analisis Comercio Internacional

4.1 Tratados Comerciales

Actualmente Colombia cuenta con aproximadamente 18 tratados comerciales vigentes, que le permite incentivar el incremento financiero a el pais, mejorar las relaciones comerciales, hacer visiblemente a Colombia y abrirle las puertas a todas las industrias especialmente a las grandes y pequeñas empresas que desean incrementar sus ingresos, dar a conocer sus productos, ser reconocidos y competitivos en los mercados internacionales. Por lo anterior dentro de los tratados comerciales suscritos dentro del pais, se encuentra el acuerdo comercial entre Colombia - Union Europea, que se dio mediante la ley 1669 de 2013 y finalizada con la sancion del presidente Juan Manuel Santos con el decreto 1513 de 2013 en donde se determino la aplicacion del acuerdo apartir del 1º de agosto de 2013 en el cual se establecio la eliminacion de algunas barreras arancelarias que permiten tener una competencia equitativa entre los paises pactantes. Entre ellas la produccion agricola ya que la mayoría de estos productos entran a la UE sin gravamen o con un acuerdo preferencial. (Mincomercio industria y turismo, s.f.)

4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

CLASIFICACION ARANCELARIA DEL CILANTRO DESHIDRATADO EN COLOMBIA

Tabla 4.1 Partida Arancelaria del Producto en Colombia

CLASIFICACION ARANCELARIA	0909.62.00.00
DESCRIPCION	Café, té, yerba mate, y especias, semillas de anís, badiana, hinojo, cilantro, comino o alcaravea; vayas de enebro. Trituradas o pulverizadas
IVA	19%
ARANCEL	1.7%

Fuente: Elaboración Propia

Clasificación Arancelaria Del Cilantro Deshidratado En La Union Europea

Tabla 4.2 Partida Arancelaria del Producto en La Unión Europea

CLASIFICACION ARANCELARIA	090922.00.00
DESCRIPCION	Café, té, mate, y especies, Anís <u>vadian</u> , hinojo, cilantro, comino o alcaravea. Trituradas o molidos
ARANCEL	0%

Fuente: Elaboración Propia

4.3 Requisitos y Vistos Buenos

De acuerdo a la clasificación y de acuerdo a la naturaleza del producto a exportar, los requisitos necesarios para la exportación a Alemania son los siguientes:

- Certificado fitosanitario (instituto colombiano agropecuario)
- Certificado INVIMA

4.3 Capacidad Exportadora / Capacidad Importadora

Para abastecernos en materia prima, contamos con 3 proveedores que tienen un grado de reconocimiento en la región cundiboyacense, no solamente por la seriedad en los tiempos de entrega, sino por la calidad y cumplimiento de las condiciones y características del producto que requiere nuestra empresa para la producción de nuestro producto final.

CAPACIDAD DE PRODUCCION

La siguiente tabla indica la capacidad de producción que nuestro proveedor Hortalizas del Tundama nos puede brindar, la capacidad de producción se expresa en bolsas de 150 Gramos en 1 mes, este proveedor produce de lunes a sábado

Tabla 4.3 Capacidad Exportadora de Colagro Industrial

CUADRO DE PRODUCCION CILANTRO DESHIDRATADO			
	PRODUCCION DIARIA (Unidad)	PRODUCCION SEMANAL 6 DIAS (Unidad)	PRODUCCION MENSUAL 24 días Hábiles (Unidad)
MAQUINA DESHIDRATADORA KGS – tiempo de entrega 3 días	1,200	7,200	28,800
CAPACIDAD INSTALADA – tiempo de entrega 3 días	PRODUCCION DIARIA	PRODUCCION SEMANAL	PRODUCCION MENSUAL
3 MAQUINAS	3,600	21,600	86,400
CAPACIDAD OCIOSA Tiempo de entrega 7 días	PRODUCCION DIARIA	PRODUCCION SEMANAL	PRODUCCION MENSUAL
2 MAQUINAS	2,400	14,400	57,600

Fuente: Elaboración Propia

Conociendo el mercado y sus adversidades comprendemos que la industria esta sujeta a incumplimiento de pedidos, por esta razón quisimos tener un plan de respaldo ante cualquier novedad que se llegue a presentar por parte de nuestro proveedor.

Para esto tenemos otros dos proveedores los cuales ante cualquier novedad nos pueden respaldar con producción.

Tabla 4.5 Proveedores de Colagro Industrial

PROVEEDORES				
	Tiempo de Entrega	Valor (150GrS)	Ubicación	Confiabilidad (1-5)
HORTALIZAS DEL TUNDAMA	3 Días	1,300 Pesos	Duitama (Boyacá) 5 minutos	5
ESPECIAS TEQUENDAMA	4 Días	1,500 Pesos	<u>Choconta</u> (Cundinamarca) 3 Horas	3
CILANTRO S.A.S.	5 Días	1,350 Pesos	Arcabuco (Boyacá) 1/2 Horas	4

Fuente: Elaboración Propia

4.4 Participación en Ferias Especializadas

Alemania para el 2017 tiene en su calendario tiene un gran listado de ferias alimenticie donde asisten expositores de varios países de diferentes continentes para dar a conocer sus productos a nivel internacional.

Destacamos dos ferias importantes en Alemania las cuales son:

FERIA : Eat&STYLE Das Food-Festival München 2017

Fecha: 27-29 de Octubre

Lugar: Munich

Descripcion: Es una feria dirigida unicamente a profesionales en la rama de la gastronomía alimentos, bebidas, comercio minorista, gastronomía, hotelería

Feria: International Green Week Berlin:

Fecha: 18-28 de Enero - 2018

Lugar: Berlin

Descripción: La Semana Verde Internacional se celebra ya desde el año 1926 en Berlín. La feria es el único evento internacional de este tipo especializado en agricultura, alimentación y horticultura.

La Semana Verde Internacional presenta productos frescos como carne, embutidos y mariscos, cerveza, vino y cava, especias, hierbas y té. Además, los expositores enseñan electrodomésticos para la cocina, maquinas y equipos para la agricultura y la horticultura y mucho más.

Los visitantes son en su mayoría profesionales de todas las áreas de la agricultura y la selvicultura de Alemania y los países vecinos.

Elegimo asistir a la feria de International Green Week Berlin por su reconocimiento a nivel internacional, contando con mas de 155.000 profesionales de 180 paises. Esta feria se diferencia de las otras, ya que se enfoca en dar a conocer productos de la misma naturaleza que el producto que se quiere comercializar, cilantro deshidratado.

A continuacion expondremos los costos de la participacion en la feria de International Green Week Berlin -2018.

Tabla 4.6 Costos de participación en feria

COSTO DE PARTICIPACION		
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR
INSCRIPCION FERIA	1	3500 EUR
VIATICOS NACIONALES	2	40 EUR
TIQUETES AEREOS	2	2400 EUR
HOSPEDAJE	2	600 EUR
VIATICOS INTERNACIONALES	2	400 EUR
MONTAJE	1	300 EUR
MATERIAL DE PROMOSION	1	300 EUR
TOTAL		7540 EUR

Fuente: Elaboración Propia

El costo estimado para la participacion de la feria es de 7.540 EUR

4.5 Rutas de Acceso

A continuacion se describen las rutas de exportacion y accesos al pais importador en las diferentes modalidades de transporte que en este caso serian principalmente aereas y martimas, y los principales puntos logicos por cada modalidad son:

RUTAS DE SALIDAD DEL PAIS EXPORTADOR (COLOMBIA)	
MODALIDAD	
AEREO	MARITIMO
Aeropuerto internacional del Dorado - Bogota	Puerto Boliva
Aeropuerto internacional Jose Mario Cordova - Medellin	Puerto Brisa - Guajira
	Puerto Nuevo - Magdalena
Aeropuerto Internacional Ernesto Cortisoz - Barranquilla	Sociedad Portuaria Santa Marta
	Puerto de Barranquilla
Aeropuerto Internacional Alfonso Bonilla Aragon - Cali	Puerto de Cargane
	Puerto Golfo de Morrosquillo
Aeropuerto Internacional Rafael Nuñez - Cartagena	Puerto de Turbo - Pacifico
Aeropuerto internacional Simon Bolivar - Santa Marta	Puerto de Buenaventura
	Puerto de Tumaco
	Puerto de San Andres

Fuente: Elaboración Propia

De la misma forma, resaltamos las principales rutas de ingreso al país importador, en este caso Alemania

Tabla 4.8 Rutas de entrada a Alemania

RUTAS INGRESO AL PAIS IMPORTADOR (ALEMANIA)	
MODALIDAD	
AEREO	MARITIMO
Aeropuerto de Frankfurt	Bremen
Aeropuerto de Berlin	
Aeropuerto de Bremen	
Aeropuerto de Bologne-Bonn	Bremerhaven
Aeropuerto de Dusseldorf	
Aeropuerto de Hamburgo	
Aeropuerto de Hannover	Hamburgo
Aeropuerto de Munich	
Aeropuerto de Nuremberg	
Aeropuerto de Stuttgart	

Fuente: Elaboración Propia

Alemania por su ubicación estratégica cuenta con una amplia y moderna infraestructura portuaria, con más de 60 puertos y subpuertos auxiliares, abiertos para el manejo de carga. Desde Colombia la oferta de servicios de exportación se dirige principalmente a los siguientes puertos: **Bremen-Bremerhaven y Hamburgo.**

Teniendo en cuenta la información anterior, para ambos países (Exportado e Importador) las modalidades de transporte más comunes y las mas usadas son las aéreas y marítimas.

Para demostrar con mas claridad sobre estas modalidades, hacemos uso de algunas imágenes encontradas en la pagina Web de PROCOLOMBIA: PERFIL DE LOGISTICA DESDE COLOMBIA HACIA; donde se puede observar de una manera más clara las rutas por cada modalidad.

Rutas de Colombia a Alemania marítima, entrando por dos puertos, los cuales son Bremen y Hamburgo.

Figura 4.1 Acceso Marítimo entre Colombia y Alemania



Fuente: Procolombia.

Rutas de acceso aereo de Colombia a Alemania, donde se puede observar varios aeropuertos de llegada.

Figura 4.2 Acceso Aéreo entre Colombia y Alemania

ACCESO AÉREO



Fuente: Procolombia.

Para el transporte de nuestro producto, consideramos el transporte Maritimo como la mejor opcion de exportacion, Teniendo en cuenta que nuestro deseo es enviar dos contenedores completos, tambien teniendo en cuenta que nuestro producto no es perecedero el transporte maritimo es viable.

4.6 Liquidación de Costos de Importación y Pecios de Exportación

El proceso de exportación consta de dos unidades de carga, que contiene 40 pallets con 480 cajas debidamente embaladas con 86,400 unidades del producto a comercializar.

A continuación se muestra la liquidación de costos, las cuales fue suministrada por la empresa L.O. Trading Corp, departamento de logística internacional.

Tabla 4.9 Costos de Exportación Colagro Industrial

PRODUCTO	CILANTRO DESHIDRATADO	
DIVISA TRANSADA	EURO	
TRM	3042/EURO	29/5/2017
UNIDADES	2 CONT/40 PIES	
PESO BRUTO/MCIA	11.6 Tons	
	COP	EUR
EXW	216,000,000	71,006
MANIPULACION Y CARGUE (2 Cont)	200000	32,873
TRANSPORTE INTERNO (2 Cont)	3,600,000	542,406
SEGURO INTERNO (2 Cont)	640000	105,193
OTROS GASTOS (2 Cont)	100000	16,436
FCA	\$220,540,000	72,498
DESCARGUE Y MANIPULACION (2 Cont)	160000	262.98
GESTION ADUANERA (2 Cont)	600000	157,790
FAS	\$221,300,000	72,748
CARGUE/GRUA (2 Cont)	100000	16,436
FOB	\$221,400,000	72,781
FLETE (2 Cont)	\$3,560,000	585,141
CFR/CPT	\$224,960,000	73,951
SEGURO (2 Cont)	920000	151,216
CIF	\$225,880,000	74,254
DESCARGUE GRUA (2 Cont)	920000	19.72
DAT	\$226,800,000	74,556
MANIPULACION PUERTO (2 Cont)	260000	42,735
DAP	\$227,060,000	74,642
DESADUANAMIENTO (2 Cont)	700000	164,365
TRANSPORTE INTERNO/DESTINO (2 Cont)	\$2,400,000	394,477
MANIPULACION Y DESCARGUE (2 Cont)	220000	36,160
DDP	\$230,380,000	75,733

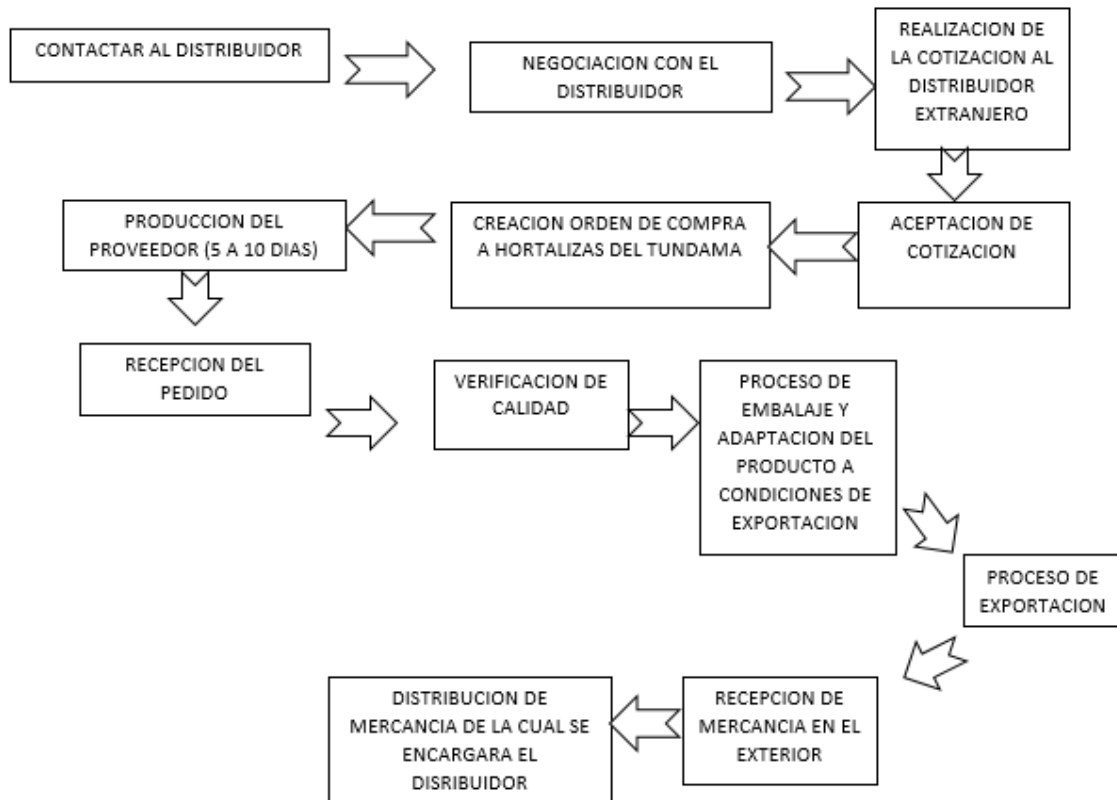
Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO V. Analisis Tecnico

5.1 Descripción del proceso de producción

Colagro Industrial es una empresa comercializadora de cilantro deshidratado a mercados internacionales, enfatizando que nuestras actividades comerciales no estan ligadas a la produccion del mismo. Su proceso de produccion se desarrollara de la siguiente manera:

Figura 5.1 Flujoograma de Procesos



Fuente: Elaboración Propia.

5.2 Capacidad de producción

Como anteriormente se menciona nuestra empresa no realiza ningun proceso de produccion del producto como tal. Sin embargo, esperamos tener una capacidad de ventas mensual de aproximadamente 90,000 unidades de bolsas de cilantro deshidratado, tal como lo demuestra la tabla a continuacion:

Tabla 5.1 Capacidad Exportación Colagro industrial

CAPACIDAD DE PRODUCCION DE CILANTRO DESHIDRATADO MENSUAL											
(Unidades)											
M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M
ES 1	ES 2	ES 3	ES 4	ES 5	ES 6	ES 7	ES 8	ES 9	ES 10	ES 11	ES 12
8	8	8	8	9	8	9	8	9	86,	91,	91,
6,000	5,100	6,000	5,100	1,200	6,000	1,200	6,000	1,200	000	200	200

Fuente: Elaboración Propia.

5.3 Plan de Producción

Colagro Industrail no realiza ningun plan de proceso de produccion, pero si produce un un proceso de exportacion para un total de 86,400 unidades de bolsas de cilantro mensual.

Para registrar lo antes mencionado, se realizo un plan de exportacion a 5 años:

Tabla 5.2 Plan de exportación Colagro industrial

Producto	ventas mensuales	ventas año 1	ventas año 2	ventas año 3	ventas año 4	ventas año 5
Bolsa de cilantro deshidratado 189 gr	86,400	1,036,800	1,057,536	1,078,687	1,100,260	1,122,266
Precio		\$ 2,500	\$ 2,525	\$ 2,550	\$ 2,576	\$ 2,602
ventas totales		\$ 2,592,000,000	\$ 2,670,278,400	\$ 2,750,920,808	\$ 2,833,998,616	\$ 2,919,585,374

Incremento en ventas	2%
incremento en precio	1%

Fuente: Elaboración Propia.

5.4 Recursos materiales y humanos para la producción

5.4.1 Locaciones

Las instalaciones administrativas y de bodegaje se encuentran en el mismo lugar, ya que se cuenta con espacios aptos para desarrollar estas actividades, ubicada en Bello (Antioquia) sobre la autopista norte cuyo valor de arriendo es de 1.100.000 pesos.

Figura 5.2 Instalaciones Físicas de la Empresa

Fuente: Creación Propia.

5.4.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Tabla 5.3 Maquinaria equipos y enseres

ELEMENTO	DISEÑO	CANTIDAD	DESCRIPCION	PROVEEDOR	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Estanteria	Fabrica	4	Metalica con 6 divisiones cada una	Home center	\$700,000	\$2,800,000
Mesa Juntas	Propio	1	Redonda en Roble	Carpintero	\$1,200,000	\$1,200,000
Computador	Fabrica	2	Ram 8 gb, Procesador Intel core I5, Marca Acer aspire e1-472-6800	Alkomprar	\$1,900,000	\$3,800,000
Sillas Visitantes	fabrica	3	Polipropileno model BM 900	Home center	\$120,000	\$360,000
Mostrador	Propio	1	De madera, De linea recta con pasacbles, con dos puestos y 3 cajones por puesto	TALECO	\$1,550,000	\$1,550,000
Impresora	Fabrica	1	Epson L 210 Sistema de tinta contiuna	Éxito	\$650,000	\$650,000
Sillas Gerenciales	Fabrica	6	Sillon con brazo de Poliuretano, base cromada, tapizada a rayas	Home center	\$400,000	\$2,400,000
Telefonos	Fabrica	1	Panasonic KX-TG4062 con contestador	Éxito	\$230,000	\$230,000

Fuente: Creación Propia.

Estanteria: Es indispensable para la colocacion y exhibicion del cilantro deshidratado

Mesa de Junta: Necesaria para realizar negociaciones y tomar desciones respecto a la empresa.

Computador: Necesaria para el almacenamiento de la informacion.

Sillas Visitantes: Necesaria para recibir clientes o personas interesadas en nuestro negocio

Mostrador: Lugar donde se instalara el equipo de computo y papeleria

Impresora: equipo para la impresión de facturas y demas documentos necesarios.

Sillas Gerenciales: Utilizada por los gerentes de la empresa

Tefelonos: Equipo para tener comunicación con clientes/proveedores.

5.4.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Tabla 5.4 Materiales e insumos

MATERIAL/ INSUMO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Cajas De empaque	Cajas de carton 40 An*50 L*50 Alt	480	Cajas de carton colombia	\$400	\$192,000
Etiquetas Bolsa	Etiqueta con el logo de la empresa	87000	Litografia Medellin	\$30	\$2,610,000
Sello De Marca	Sello para Reconocimiento de marca	2	Litografia Medellin	\$25,000	\$50,000
Bolsas Ziplock	Bolsas para embalaje secundario	1440	Belplasticos	\$50	\$72,000
Etiquetas caja	Brindan informacion logistica y de manipulacion	2000	Litografia Medellin	\$200	\$400,000

Fuente: Elaboración Propia.

Las bolsas Zip lock se utlizaran como segundo empaque para las bolsas de cilantro deshidratado.

5.4.4 Requerimientos de servicios.

Tabla 5.5 Servicios Requeridos

ELEMENTO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Servicios Publicos	Agua y Energia	1	EMP	\$ 380,000	\$ 380,000
Telefono	Red Telefonica con llamadas internacionales	1	UNE	\$ 180,000	\$ 180,000
Internet	10 Megas	1	UNE	\$ 120,000	\$ 120,000
Vigilancia	Sistema de seguridad instalado en el local	1	Telesentinel	\$ 400,000	\$ 400,000

Fuente: Elaboración Propia.

Para la vigilancia, contrataremos una empresa llamada Telesentinel y nos instalara un sistema de alarmas en nuestro local y estar monitoreado las 24 horas del dia.

5.4.5 Requerimientos de personal.

Tabla 5.6 Personal requerido

CARGO	PERFIL	DESCRIPCION	SALARIO	TIPO DE CONTRATO	PRESTACIONES		
					SEG SOCIAL	PRESTACION SOCIAL	PARAFISCALES
Negociador internacional	Profesional	Persona encargada de formalizar contacto y trato con clientes en el exterior, y realizar la negociacion internacional	\$1,700,000	Fijo a 12 meses	144500 Salud+204.000Pension+ 8.874 ARL	141.666 Prima+ 141.666 Cesantias+70.890 Vacaciones	68.000C.C.F+34.000 Sena+51.000 ICBF.
Bodeguero	Ninguno	Persona encargada de recepcionar el producto y adaptarlo para su comercializacion en el extranjero	\$800,000	Fijo a 12 meses	68000+9.600 Pension+ 4.176 ARL	89.000 TRANS+66.666 PRIMA+66.666 Cesantias+19.184 Vacaciones	32.000CCF+16.000 Sena+24.000 ICBF

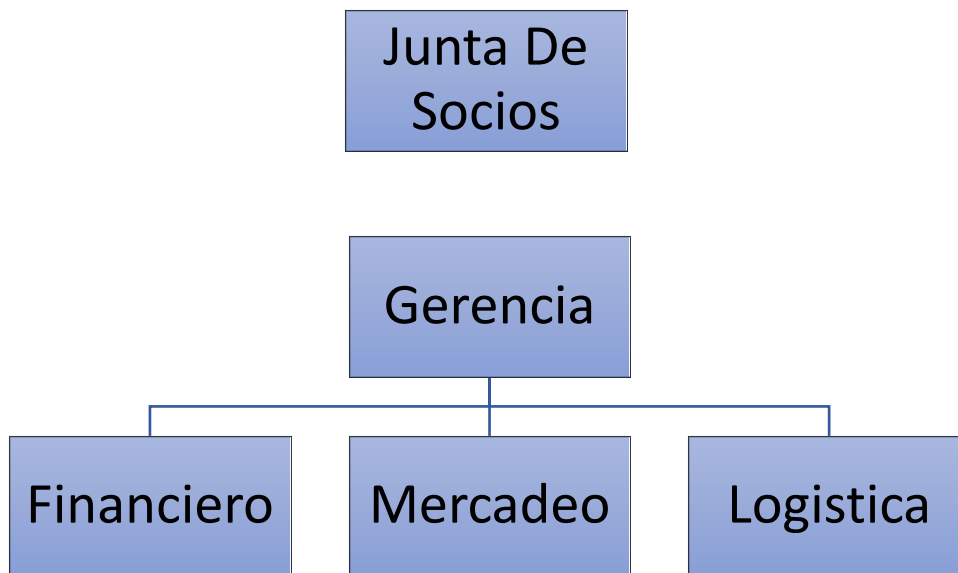
Fuente: Elaboración Propia.

CAPITULO VI. Analisis Administrativo

6.1 Estructura Organizacional del Negocio

6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional

Figura 6.1 Organigrama Estructura de la Organización



Fuente: Elaboración Propia

A continuacion se detallan las funciones y responsabilidades de cada uno de los departamentos antes mencionados.

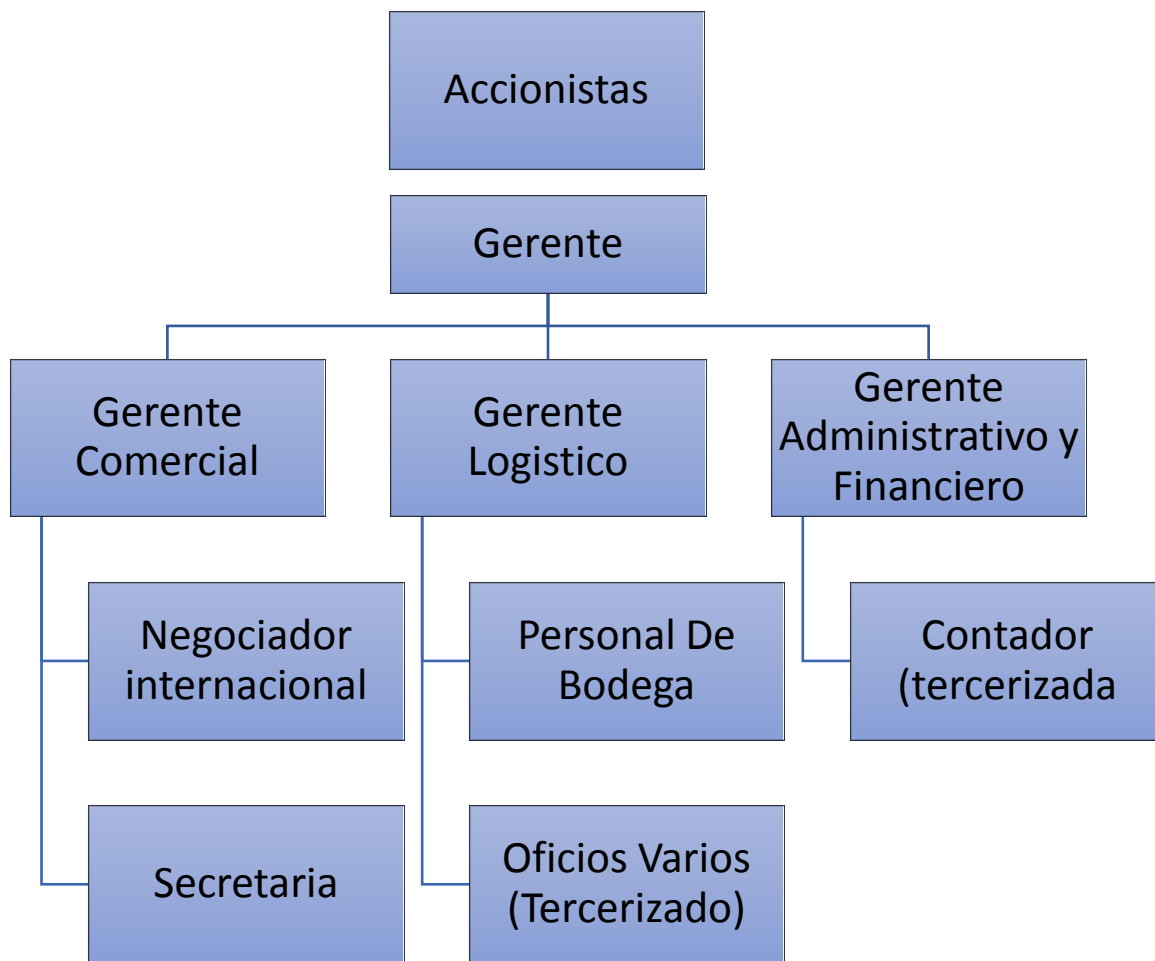
Tabla 6.1 Funciones y Responsabilidades Colagro industrial

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES			
AREA	PROCESO ADMINISTRATIVO	RESPONSABILIDADES	FUNCIONES
Junta de socios	Administracion y direccion general de la empresa	Toma de desicione	Conocer y aprobar el balance general
			Velar por la transparencia y cumplimiento de los derechos.
Gerencia	Definir la planeacion de la empresa mediante el control de las actividades.	Toma de decisiones	Evaluar resultados
		Analizar oportunidades para que los empleados y accionistas cumplas con las metas propuestas	Velar por el cumplimiento de los indicadores y ventas presupuestados
		Definir objetivos y estragegias de la organización	Delegar funciones y responsabilidades de cada area
		Realizar la estructura y clima organizacional	Firma de documentos necesarios
		Representacion Juridica de la empresa	Velar por la transparencia del negocio
		Evaluar el comportamiento de la empresa mediante resultados para la toma de decisiones	Realizar actividades de compromiso y liderazgo en la organización
Financiero	Velar por el cumplimiento tributario y financiero de la organización	Registro de operaciones contable	Pago de impuestos
		Mantener los registros contables al dia	Registro de gastos operativos, sueldos entre otros
Mercadeo	Realizacion y ejecucion del plan de ventas de la empresa	Planeacion estrategica de ventas	Realizacion de actividades de mercadeo
			Definicion y ubicación de clientes
			Registro de ventas
		Negociacion internacional	Retroalimentacion a Gerencia sobre ventas
Logistica	Realizacion y ejecucion de plan de inventarios y despachos	Organización de inventarios	Registro de inventarios
		Base de datos actualizada con el inventarios disponible	Empaque para despacho internacional
			Recibir mercancia por parte de los proveedores

Fuente: Elaboración Propia

6.1.2 Organigrama Estructura Personal

Figura 6.2 Organigrama estructura de Personal



Fuente: Elaboració Propia.

A continuacion se detallan las funciones y responsabilidades de cada uno del personal antes mencionado:

Tabla 6.2 Funciones Personal

AREA	PROCESO ADMINISTRATIVO	RESPONSABILIDADES	FUNCIONES	VALOR MENSUAL
Accionistas	Administración y fiscalización de la marcha de la empresa	Toma de decisiones	Designar presidente y secretario de la junta de accionistas	Según los dividendos que genere la empresa
			Llevar a cabo reuniones periódicas de coordinación.	
Gerente	Mantener el control directivo del area	Vigilar el cumplimiento interno de trabajo	Establecer los objetivos de la empresa	\$ 2,000,000
		Evaluar el desempeño de los trabajadores	Velar por el buen desempeño	
		Representar la empresa jurídicamente	Delegar funciones	
Negociador internacional	Realización del plan de ventas	Planeación estratégica de clientes	Ubicación de clientes potenciales	\$ 1,700,000
		negociaciones internacionales	registro de ventas	
Personal de bodega	Realización de inventarios y despachos	Base de datos actualizada con el inventario	Empaque para despacho	\$ 737,717
		organización de inventarios disponibles	Recibir mercancías de proveedores	
Secretaria	Mantener base de datos actualizado y llevar el control administrativo	Mantener actualizado base de datos (clientes y proveedores)	Contestar llamadas locales e internacionales	\$ 1,200,000
		Documentar ventas	archivar documentos	

Fuente: Elaboración Propia.

Los procesos tercerizados serán los del contador y los oficios varios como lo muestra a continuación:

Tabla 6.3 Procesos tercerizados

Tabla 26 Procesos tercerizados

PROCESOS TERCERIZADOS		
CARGO	CONTADOR	OFICIOS VARIOS
RESPONSABILIDAD	Vigilar y controlar el manejo financiero de la empresa	Mantener oficina y bodega organizado y agradable
FUNCIONES	Representación de informe e impuestos ante las entidades correspondientes	Limpiar vitrinas, sacudir, trapear y organizar
EMPRESA	Particular	Particular

6.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados

A continuacion se muestra los salarios del personal requerio en nuestra empresa junto con perfil, contrato y prestaciones necesarias.

Tabla 6.4 Salario personal

CARGO	PERFIL	DESCRIPCION	SALARIO	TIPO DE CONTRATO	SEG SOCIAL	TOTAL	PRESTACION SOCIAL		PARAFISCALES	
Negociador internacional	Tecnologo	Persona encargada de formalizar contacto y trato con clientes en el exterior	\$1,700,000	Fijo a 12 meses	144500 Salud+204.000Pension+8.874 ARL	\$357,374	141.666 Prima+ 141.666 Cesantias+70.890 Vacaciones	\$354,222	68.000C.C.F.+34.000Sena +51.000 ICBF.	\$153,000
Persona De Bodega	Tecnologo	Persona encargada de recepcionar el producto y adaptarlo para su comercializacion en el extranjero	\$800,000	Fijo a 12 meses	68000+9.600 Pension+ 4.176 ARL	\$81,776	89.000 TRANS+66.666 PRIMA+66.666 Cesantias+19.184 Vacaciones	\$241,516	32.000CCF+16.000Sena+ 24.000 ICBF	\$72,000
Secretaria	Tecnico	Persona encargada de organizar informacion escrita y verbal de la empresa	\$1,200,000	Fijo a 12 meses	102000 salud+144000 pension+6252ARL	\$252,252	89.000 TRANS+100.000PRIMA+100.000 Cesantias+50.040Vacaciones	\$339,040	48000 CCP+24000SENA+3600 0ICBF	\$75,600
Gerente	Profesional	Encargado de Administrar y dirigir las actividades de la empresa	\$2,000,000	Fijo a 12 meses	170000EPS+240000PENSION+104 40 ARL	\$420,440	166666 Prima+166666Cesantias+83400 Vacacion	\$416,720	80000CCF+40000SENA +60000ICBF	\$180,000
Gerente Comercial	Profesional	Direccion de las actividades comerciales de la empresa	1,850,000	Fijo a 12 meses	157.250+222.000+9657	\$386,907	154.166 prima+154166 cesantias+77.145 vacaciones	\$385,477	74.000 CCP+37.000SENA+55.5 00 ICBF	\$166,500
Gerente logistico	Profesional	Coordinacion y direccionamiento de bodega y elementos logísticos d ela empresa	1,850,000	Fijo a 12 meses	157.250+222.000+9657	\$386,907	154.166 prima+154166 cesantias+77.145 vacaciones	\$385,477	74.000 CCP+37.000SENA+55.5 00 ICBF	\$166,500
Gerente Administrativo Y Financiero	Profesional	Direccion de operaciones financieras y contables	1,850,000	Fijo a 12 meses	157.250+222.000+9657	\$386,907	154.166 prima+154166 cesantias+77.145 vacaciones	\$385,477	74.000 CCP+37.000SENA+55.5 00 ICBF	\$166,500
		TOTALES	\$11,250,000			\$2,272,563		\$2,507,929		\$980,100

Fuente: Elaboración propia

La empresa cuenta con los siguientes servicios tercerizados para su funcionamiento y su respectivo costo:

Tabla 6.5: Salarios personal tercerizado

PROCESOS TERCERIZADOS		
CARGO	CONTADOR	OFICIOS VARIOS
RESPONSABILIDAD	Vigilar y controlar el manejo financiero de la empresa	Mantener oficina y bodega organizado y agradable
FUNCIONES	Representacion de informe e impuestos ante las entidades correspondientes	Limpiar vitrinas, sacudir, trapear y organizar (3 Veces x semana)
TIPO DE CONTRATO	Por prestacion de servicios	Por prestacion de servicios
EMPRESA	Particular	Particular
VALOR MENSUAL	\$ 550,000	\$ 400,000

Fuente: Elaboración propia

6.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Locaciones Empresa

Si bien es cierto que la empresa no es productora pero si comercializadora, no es necesario contar con un area amplia para el ejercicio de sus funciones, es indispensable un lugar que cuente con características cómodas e higiénicas para la ejecucion de sus propositos comerciales, donde se pueda llevar a cabo una adecuada manipulacion del producto, ademas de espacios propicios para la reunion y recepcion de clientes. Por esta razon, el area de nuestras instalaciones contara con de 50 mts^o donde se podra gestar toda nuestra estra estrategia comercial el cual es nuestro propio local y sera de pertenencia de la empresa con un monto de 110.000.000 de inversion.

6.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres

Para darle un buen funcionamiento a nuestro negocio, requerimos de los siguientes elementos:

Tabla 6.6 Precios de maquinaria, equipo, software, muebles y enseres

ELEMENTO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDORES	PRECIO	INVERSION
AREA COMERCIAL					
Estanteria	Metálica con 6 divisiones cada una	4	Home center	\$2,800,000	INICIAL
Mesa Juntas	Redonda en Roble	1	Carpintero	\$1,200,000	
Computador	Ram 8 gb, Procesador Intel core I5, Marca Acer aspire e1-472-6800	2	Alkomprar	\$3,800,000	
Sillas Visitantes	Polipropileno model BM 900	3	Home center	\$360,000	
Mostrador	De madera, De línea recta con pasacables, con dos puestos y 3 cajones por puesto	1	TALECO	\$1,550,000	
Impresora	Epson L 210 Sistema de tinta contiuna	1	Éxito	\$650,000	
Sillas Gerenciales	Sillon con brazo de Poliuretano, base cromada, tapizada a rayas	6	Home center	\$2,400,000	
Telefonos	Panasonic KX-TG4062 con contestador	1	Éxito	\$230,000	
Microondas	PANASONIC KOR-142HMB	1	Alkomprar	450000	
Televisor	Philips Smart TV Serie 8000 3D	1	Alkomprar	1900000	
Dispensador de agua	LAWSCO	1	Alkomprar	790000	
Celular	Samnsung J7	1	Tigo	700000	INICIAL

Fuente: Elaboración propia

6.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por área

En los siguientes cuadros, se puede observar los materiales e insumos necesarios para realizar las funciones determinadas

Area comercial:

Tabla 6.7: Requerimientos de Materiales e Insumos por Área

AREA COMERCIAL				
ARTICULO	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO	INVERSION
Ram 8 gb, Procesador Intel core I5, Marca Acer aspire e1-472-6800	2	Alkomprar	\$3,800,000	Inicial
Epson L 210 Sistema de tinta continua	1	Éxito	\$650,000	inicial
Mostrador De madera, De linea recta con pasables, con dos puestos y 3 cajones por puesto	1	Taleco	\$1,550,000	inicial
Sillon con brazo de Poliuretano, base cromada, tapizada a rayas	6	Home Center	\$2,400,000	inicial
Telefono Panasonic KX-TG4062 con contestador	1	Éxito	\$230,000	inicial
Celular samnsung J7	1	Tigo	\$700,000	inicial
implementos de oficina Lapiz, esferos, papel, borradores, corretor, cinta, cocedora, perforadora.	Varios	Jumbo	\$200,000	Mensual
Televisor Philips Smart TV Serie 8000 3D	1	alkomprar	\$1,900,000	inicial

Fuente: Elaboración propia

Area oficinas varios

AREA OFICIOS VARIOS				
ARTICULO	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO	INVERSION
Microondas PANASONIC KOR-142HMB	1	Alkomprar	\$450,000	Inicial
Dispensador de agua LAWSCO	1	alkomprar	\$790,000	inicial
Implementos de aseo Cloro, escoba, traperos, desinfectante, removedor de polvo, detergente	Varios	Jumbo	\$130,000	Mensual
Implementos de cocina Ollas, javon, fosforos, azucar, café, diferentes alimentos	varios	jumbo	\$160,000	mensual
Cafetera Kitchenaid Cafetera Pour Over Kcm0802cu	1	jumbo	\$500,000	inicial

Fuente: Elaboración propia

6.2.4 Requerimientos de servicios por área

A continuación presentamos los servicios que debemos tener dentro de la empresa para su buen funcionamiento.

Tabla 6.8 Requerimientos de Servicios

SERVICIO	AREA	CANTIDAD	PROVEEDOR	VALOR	INVERSION
Servicios publicos: gas energia agua	Administrativo	1	EPM	\$ 320,000	Mensual
Telecomunicaciones: television, telefon, internet	Administrativo	1	UNE	\$ 170,000	Mensual
Telefonia movil: minutos ilimitados internet de 4 gb	Administrativo	1	MOVISTAR	\$ 110,000	Mensual
Llamadas internacionales	Administrativo	1	SKYPE	\$ 200,000	Mensual
Vigilancia: Alarma para local	Administrativo	1	Telesentinel	\$ 400,000	Semestral

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO VII. Analisis Legal

7.1 Tipo de Organización empresarial

Colagro Industrial S.A.S se crea con animo de lucro y fines comerciales, constituida bajo la forma jurídica de Sociedad anonima que nos reconoce como sociedad mercantil con personeria juridica, en la que el capital es dividico en acciones. En este caso corresponde a dos personas (integrantes grupo de trabajo).

Acordamos la creacion de esta empresa bajo la forma de constitucion; ya que es una de las formas que se encuentra más alineada con el sector emprendedor; debido a las facilidades y flexibilidades que presenta. Por citar algunas facilidades, tenemos:

- El término de duración, puede ser por término indefinido.
- Creación mediante documento privado, que se traduce en ahorro de tiempo y costos a la empresa.
- El pago del capital se difiere a dos años. Lo que significa que cada socio tendrá más tiempo para conseguir los recursos monetarios necesarios para el pago de las acciones

7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Para la formalización de la empresa, estimamos efectuar los siguientes trámites y certificaciones:

Tabla 7.1 Tramites de Formalización de la Empresa

TRAMITES				
ENTIDAD	DESCRIPCION	COSTO		TIEMPO
CAMARA DE COMERCIO	Derechos de inscripcion (matricula mercantil)	0.7% valor suscrito	Unico	1 Dia
	Registro	32.000/ Gratuito	Unico	1 Dia
	Certificado de existencia y representacion legal	\$ 4,500.00	Mensual	1 Dia
RUES	Formulario de registro unico empresarial	\$ 4,000.00	Unico	3 Dias
DIAN	Resolucion facturaion	\$ -	Unico	3 Dias
	Expedicion registro unico tributario	\$ -	Unico	1 Dia
NOTARIA	Autenticacion escritura publica S.A.	\$ 3,400.00	Unico	1 Dia
ENTIDAD BANCARIA	Apertura cuenta bancaria	0.7% valor suscrito	Unico	1 Dia
COMFAMA	Caja de compensacion	0	Unico	1 Dia
PROTECCION	Pension	0	Unico	1 Dia
EPS	Salud	0	Unico	1 Dia
ARL SURA	Riesgos Profesionales	0	Unico	1 Dia
CERTIFICACIONES				
ENTIDAD	DESCRIPCION	COSTO		TIEMPO
BOMBEROS BELLO	Seguridad establecimiento	\$ 80,000.00	Unico	4 Dias
CAMARA DE COMERCIO(ELECTRONICO)	Afiliacion/Suscripcion	0	Unico	1 Dia
SUBSECRETARIA DE RENTAS MUCNIPALES	Declaracion industria y coemrcio	0	Anual	5 Dias
INVIMA	ESTE COSTO Y GESTION SERA ASUMIDO POR PRODUCTOR			

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO VIII. Analisis Financiero

8.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad

La tasa de rentabilidad de nuestro sector la estamos tomando en base a la producción de frutas y hortalizas ya que esta estrechamente ligada a nuestro proyecto que es la comercialización de estos productos, más específicos el cilantro deshidratado.

La tasa de rentabilidad de esta industria es de 3.1%.

Además el consumo de frutas y hortalizas ha reflejado una tendencia leve creciente, así como es reflejado en la siguiente tabla:

Figura 8.1 Tendencias de consumo

Tabla 3. Tendencia del consumo per cápita de frutas y hortalizas.

Año	Producción (miles ton)	Importaciones (miles ton)	Exportaciones (miles ton)	Consumo aparente (miles ton)	Población (millones habitantes)	Consumo Per cápita (kilogramos)
2008	4.635	281	71	4.845	44,4	109
2009	4.730	300	64	4.966	44,9	111
2010	4.753	345	59	5.040	45,5	111
2011	4.869	415	51	5.233	46,0	114
2012	5.294	438	153	5.579	46,6	120
2013*	5.450	349	129	5.671	47,1	120

*2013 proyectado. Las cifras no incluyen ni plátano ni papa, dado que la recomendación de la OMS abarca únicamente frutas y verduras.

Fuente: Proyecciones Asohfrucol, con base en cifras de MADR, DIAN y DANE (2013)

Fuente: asohofrucol

Para este mismo sector, podemos ver la proyección y crecimiento hasta el año 2030, se prevee aumentar en 110 mil hectáreas sembradas que generarían 133 mil nuevos empleos directos en nuestro país, y en ese mismo sentido crecerán las exportaciones aproximadamente en 627 mil toneladas.

Como inversionistas, sin generar ninguna clase de riesgo de pérdida del capital, que será destinado a la aplicación del proyecto haremos uso de un fondo de inversión solidario colectivo esta será nuestra herramienta de tasa de libre riesgo.

La rentabilidad esperada por AgroExport, será del 10% ya que las características de nuestro producto al ser innovador nos permite tener esta alta proyección.

El impuesto de la renta para el año 2017 es del 25% y el del 9% para un total del 34%

8.2. Aportes de Capital de los Socios

Cada uno de los socios participará con un aporte individual de 30'000.000 de pesos Colombianos, al contar con dos socios para un total de aportes de 60'000.000 de pesos colombianos el cual será destinado para el pago de mercancías, actividades logísticas, pago de salarios y adecuación del local

Adicionalmente, uno de los socios aportará el local donde se desarrollarán las actividades implícitas en este negocio con un valor de 100'000.000 de pesos colombianos.

8.3 Créditos y Préstamos Bancarios

Para proceder con la idea de negocio, se solicita un crédito corporativo en la entidad Sudameris por un valor de 293,401,650 el cual se financia a 60 periodos mensuales con una tasa de interés de 1,70% con amortización constante a capital (cuotas de \$7,838,794) como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 8.1 Plan de Amortización

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	\$ 56,466,762	\$ 48,037,217	\$ 37,717,791	\$ 25,084,776	\$ 9,619,473
Abono a Capital	\$ 37,598,772	\$ 46,028,317	\$ 56,347,743	\$ 68,980,758	\$ 84,446,061

Fuente: Elaboración propia

8.4 Precios de los Productos

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

El precio del producto se calculo teniendo como base la rentabilidad esperada el cual es del 3.1%, ademas teniendo en cuenta los precios de los competidores nuestro producto tiene un alto nivel de competitividad a pesar de ellos, nuestro producto gozo una gran capacidad de innovacion y receptividad. Por esta razon, no es un factor trascendental al momento de fijar un precio.

8.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

A continuacion, relacionamos el precio del cilantro deshidratado teniendo en cuenta los costos de produccion y costos fijos, ademas de la utilidad por unidad

Tabla 8.2 Precio producto

Costo	Costo fijo	Costo Total	Precio	
Producto	Unitario	Unitario	Producto	Utilidad
\$	\$	\$	\$	\$
1,672	242	1,914	2,500	586

Fuente: Elaboración propia

8.5 Ingresos y Egresos

8.5.1 Ingresos

8.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio

A continuación, se relacionan los ingresos mensuales por concepto de las exportaciones realizadas

Tabla 8.3 Ventas totales del producto

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas		Participación del total Ventas
Cilantro deshidratado	\$ 216,000,000.0	100.00%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 216,000,000.0	100.00%

Fuente: Elaboración propia

8.5.2 Egresos

8.5.2.1 Inversiones

La inversión de Colagro Industrial, en activos es relativamente alta debido que contamos con altos activos fijos exigibles para su funcionamiento. A continuación se exponen las inversiones en activos fijos.

Tabla 8.4 Activos fijos

Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)	Valor
Edificios (20 años)	\$ 110,000,000.0
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 7,280,000.0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 9,100,000.0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 126,380,000.0

Fuente: Elaboración propia

Inversion en gastos Pre operativos

La totalidad de los gastos preoperativos estaran cubiertos por la inversion hecha por parte de los accionistas. Este grupo de gastos esta compuesto por los siguientes elementos, expuestos en la siguiente tabla.

Tabla 8.5 Gastos preoperativos

Gastos Preoperativos Exigibles	Valor
Constitución y registro	\$ 1,233,900.0
Investigación y estudios	\$ 5,000,000.0
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 6,233,900.0

Fuente: Elaboración propia

Inversion en capital de trabajo

El capital total de trabajo se conforma por los costos variables, que a su vez se agrupan con los costos fijos de producción compuesto por nominas, servicios, costos fijos de administración y los costos fijos de comercialización y ventas.

Tabla 8.6 Inversión en capital de trabajo

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Costos Variables	60	\$ 288,992,448
Costos Fijos de Producción	60	\$ 10,031,754
Costos Fijos de Administración	60	\$ 31,263,549
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	60	\$ 500,000
Total capital de trabajo exigible		\$ 330,787,751

Fuente: Elaboración propia

Del total del capital de trabajo exigible, se cuenta con una disponibilidad expresada en el siguiente cuadro

Tabla 8.7 capital de trabajo disponible

Total Capital de trabajo Disponible	\$ 60,000,000
--	---------------

Fuente: Elaboración propia

8.5.2.2 Costos Fijos y Variables

El principal elemento del capital de trabajo es el producto que se va a comercializar, para este caso el cilantro deshidratado, también se incluye los costos de etiquetado, embalaje, transporte, proceso de exportación y logística tal como se evidencia en la tabla a continuación:

Tabla 8.8 Costos Unitarios del cilantro deshidratado

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por

				Componente
Bolsa de 150 gr de cilantro deshidratado	\$ 1,300.00	1.00	Unidades	\$ 1,300.00
Caja de empaque	\$ 2.22	1.00	Unidades	\$ 2.22
Etiquetas de bolsa	\$ 30.00	1.00	Unidades	\$ 30.00
Sello de marca	\$ 1.44	1.00	Unidades	\$ 1.44
bolsas Zip lock	\$ 50.00	1.00	Unidades	\$ 50.00
Etiquetas de caja	\$ 1.11	1.00	Unidades	\$ 1.11
Manipulación y Cargue	\$ 5.78	1.00	Unidades	\$ 5.78
Transporte interno	\$ 95.48	1.00	Unidades	\$ 95.48
Seguro interno	\$ 18.59	1.00	Unidades	\$ 18.59
Otros gastos	\$ 2.89	1.00	Unidades	\$ 2.89
Descargue y manipulación	\$ 4.62	1.00	Unidades	\$ 4.62
Gestión aduanera	\$ 27.77	1.00	Unidades	\$ 27.77

Cargue de grúa	\$ 2.89	1.00	Unidades	\$ 2.89
Flete	\$ 103.00	1.00	Unidades	\$ 103.00
Seguro internacional	\$ 26.62	1.00	Unidades	\$ 26.62
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 1,672.41

Fuente: Elaboración propia

8.5.3 Estados Financieros

8.5.3.1 Estado de Perdida y Ganancias

Como se puede observar las ventas son superiores a todos los costos de la empresa. Se genera Utilidad en ventas, se genera utilidad y el resultado de esta utilidad es positivo, además la operación de la empresa sigue dando resultados positivos, al pagar el impuesto tenemos ganancias netas positivas.

Tabla 8.9 Estados de resultados

Tabla 42 Estados de resultados

ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por concepto de Ventas	216,000,000	216,000,000	216,000,000	216,000,000	216,000,000	216,000,000	216,000,000	216,000,000	216,000,000	216,000,000	216,000,000	216,000,000
Costo Variables	144,496,224	144,496,224	144,496,224	144,496,224	144,496,224	144,496,224	144,496,224	144,496,224	144,496,224	144,496,224	144,496,224	144,496,224
Costos Fijos Producción	5,015,877	5,015,877	5,015,877	5,015,877	5,015,877	5,015,877	5,015,877	5,015,877	5,015,877	5,015,877	5,015,877	5,015,877
Gastos Depreciación	761,388	761,388	761,388	761,388	761,388	761,388	761,388	761,388	761,388	761,388	761,388	761,388
Utilidad Bruta en Ventas	65,726,511	65,726,511	65,726,511	65,726,511	65,726,511	65,726,511	65,726,511	65,726,511	65,726,511	65,726,511	65,726,511	65,726,511
Costos fijos de Administración	15,631,774	15,631,774	15,631,774	15,631,774	15,631,774	15,631,774	15,631,774	15,631,774	15,631,774	15,631,774	15,631,774	15,631,774
Costos Fijos de Ventas y Distribución	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000
Amortización de diferidos	103,898	103,898	103,898	103,898	103,898	103,898	103,898	103,898	103,898	103,898	103,898	103,898
Utilidad Operativa	49,740,838	49,740,838	49,740,838	49,740,838	49,740,838	49,740,838	49,740,838	49,740,838	49,740,838	49,740,838	49,740,838	49,740,838
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	49,740,838	49,740,838	49,740,838	49,740,838	49,740,838	49,740,838	49,740,838	49,740,838	49,740,838	49,740,838	49,740,838	49,740,838
Impuestos	16,911,885	16,911,885	16,911,885	16,911,885	16,911,885	16,911,885	16,911,885	16,911,885	16,911,885	16,911,885	16,911,885	16,911,885
UTILIDAD NETA	32,828,953	32,828,953	32,828,953	32,828,953	32,828,953	32,828,953	32,828,953	32,828,953	32,828,953	32,828,953	32,828,953	32,828,953
Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidades no Repartidas	32,828,953	32,828,953	32,828,953	32,828,953	32,828,953	32,828,953	32,828,953	32,828,953	32,828,953	32,828,953	32,828,953	32,828,953
Utilidades no Repartidas Acumuladas	32,828,953	65,657,907	98,486,860	131,315,814	164,144,767	196,973,720	229,802,674	262,631,627	295,460,580	328,289,534	361,118,487	393,947,441

Fuente: Elaboración propia

8.5.3.2 Flujo de Caja y VPN

Con respecto a la inversión, se comprueba un buen comportamiento en ventas y costos que genera flujo de caja positivo, es decir 33 millones libres de gastos que implican la operación de la empresa, y además me renta más de lo esperado que es un 7.5% ya que se esperaba únicamente el 3 % es más de lo esperado a 189 millones por año.

Tabla 8.10 Flujo de caja

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		\$ 216,000,000	\$ 216,000,000	\$ 216,000,000	\$ 216,000,000	\$ 216,000,000	\$ 216,000,000	\$ 216,000,000	\$ 216,000,000	\$ 216,000,000	\$ 216,000,000	\$ 216,000,000	\$ 216,000,000
- Costos variables		\$ 144,496,224	\$ 144,496,224	\$ 144,496,224	\$ 144,496,224	\$ 144,496,224	\$ 144,496,224	\$ 144,496,224	\$ 144,496,224	\$ 144,496,224	\$ 144,496,224	\$ 144,496,224	\$ 144,496,224
- Costos fijos	\$ 0	\$ 20,897,651	\$ 20,897,651	\$ 20,897,651	\$ 20,897,651	\$ 20,897,651	\$ 20,897,651	\$ 20,897,651	\$ 20,897,651	\$ 20,897,651	\$ 20,897,651	\$ 20,897,651	\$ 20,897,651
Costos fijos de Producción		\$ 5,015,877	\$ 5,015,877	\$ 5,015,877	\$ 5,015,877	\$ 5,015,877	\$ 5,015,877	\$ 5,015,877	\$ 5,015,877	\$ 5,015,877	\$ 5,015,877	\$ 5,015,877	\$ 5,015,877
Costos fijos de Administración		\$ 15,631,774	\$ 15,631,774	\$ 15,631,774	\$ 15,631,774	\$ 15,631,774	\$ 15,631,774	\$ 15,631,774	\$ 15,631,774	\$ 15,631,774	\$ 15,631,774	\$ 15,631,774	\$ 15,631,774
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 49,740,838	\$ 49,740,838	\$ 49,740,838	\$ 49,740,838	\$ 49,740,838	\$ 49,740,838	\$ 49,740,838	\$ 49,740,838	\$ 49,740,838	\$ 49,740,838	\$ 49,740,838	\$ 49,740,838
- Impuestos	\$ 0	\$ 16,911,885	\$ 16,911,885	\$ 16,911,885	\$ 16,911,885	\$ 16,911,885	\$ 16,911,885	\$ 16,911,885	\$ 16,911,885	\$ 16,911,885	\$ 16,911,885	\$ 16,911,885	\$ 16,911,885
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 32,828,953	\$ 32,828,953	\$ 32,828,953	\$ 32,828,953	\$ 32,828,953	\$ 32,828,953	\$ 32,828,953	\$ 32,828,953	\$ 32,828,953	\$ 32,828,953	\$ 32,828,953	\$ 32,828,953
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286	\$ 865,286
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 453,018,214
Préstamos	\$ 0												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 330,787,750
Valor de Salvamento													\$ 122,230,464
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 463,401,650	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Activos Fijos	\$ 126,380,000												
Pago Credito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 6,233,900												
Capital de Trabajo	\$ 330,787,750												
FLUJO DE CAJA	-\$ 463,401,650	\$ 33,694,240	\$ 33,694,240	\$ 33,694,240	\$ 33,694,240	\$ 33,694,240	\$ 33,694,240	\$ 33,694,240	\$ 33,694,240	\$ 33,694,240	\$ 33,694,240	\$ 33,694,240	\$ 486,712,454

Tasa rentabilidad esperada	3.00%
Valor Presente Neto	189,728,807
Tasa Interna de Retorno	7.15%

Fuente: Elaboración propia

8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Analisis de Sensibilidad

8.5.4.1 Analisis de Sensibilidad

Variando El Precio

El precio se puede bajar en un 13% maximo, lo que quiere decir que es altamente sensible, cualquier cambio del precio puede alterar la viabilidad del proyecto.

Tabla 8.11 Variando precio

Cambio Porcentual en el Precio	-13.00%
Tasa de Retorno	3.10%
Valor Presente Neto	232,410,815
Tasa Interna de Retorno	12.11%

Fuente: Elaboración propia

Variacion De Las Ventas

Se puede bajar el volumen de ventas en un 48%, para que siga siendo viable, siendo de esta manera mas sensible al precio que a la cantidad.

Tabla 8.12 Variando Ventas

Cambio Porcentual en las Ventas	-48.00%
Tasa de Retorno	3.10%
Valor Presente Neto	234,197,937
Tasa Interna de Retorno	28.71%

Fuente: Elaboración propia

Variacion Costos Variables

Los costos pueden subir hasta un 17%, si estos suben un 20% el proyecto pierde viabilidad, sumando el precio que pagamos al proveedor y los costos de exportacion su resultado tendria que ser inferior al 18% para mantener la viabilidad del proyecto.

Tabla 8.13 Variando costos

Tabla 46 Variando costos

Cambio Porcentual Costos Variables	17.00%
Tasa de Retorno	3.10%
Valor Presente Neto	240,300,306
Tasa Interna de Retorno	10.87%

Fuente: Elaboración propia

Variacion Costos Fijos

Nuestro proyecto no refleja ninguna afectacion a la fluctuacion de los costos fijos, ya que se pueden incrementar hasta en un 80% y nuestro sigue siendo viable.

Tabla 8.14 Variando costos fijos

Cambio Porcentual Costos Fijos	80.00%
Tasa de Retorno	3.10%
Valor Presente Neto	296,354,438
Tasa Interna de Retorno	13.38%

Fuente: Elaboración propia

Variacion Tasa de retorno

Nuestra tasa de retorno esperada es de 3.1%, sin embargo si esta tasa esperada se puede aumentar durante la ejecucion del proyecto hasta 7.1%

Tabla 8.15 Variando tasa de retorno

Tasa Interna de Retorno	7.14%
Valor Presente Neto	244,579,983
Tasa Interna de Retorno	20.30%

Fuente: Elaboración propia

8.5.4.2 Estado de Perdida y Ganancias Proyectado

Las ventas de la empresa cubren todos los gastos y permiten que a la vez quede dinero sobrante por el mismo concepto. Al finalizar los 5 años las ganancias netas son de 1,000,000,000 COP lo cual nos permite evidenciar un margen del 12%.

Tabla 8.15 Estado de perdida y ganancias proyectado

CUENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por concepto de					
+ Ventas	2,592,000,000	2,670,278,400	2,750,920,808	2,833,998,616	2,919,585,374
- Costo Variables	1,733,954,688	1,907,350,157	2,098,085,173	2,307,893,690	2,538,683,059
- Costos Fijos Producción	60,190,522	66,209,574	72,830,531	80,113,584	88,124,943
- Gastos Depreciación	9,136,656	9,136,656	9,136,656	6,709,992	6,709,992
= Utilidad Bruta en Ventas	788,718,134	687,582,013	570,868,448	439,281,350	286,067,381
Costos fijos de					
- Administración	187,581,293	206,339,422	226,973,364	249,670,701	274,637,771
Costos Fijos de Ventas y					
- Distribución	3,000,000	3,300,000	3,630,000	3,993,000	4,392,300
- Amortización de diferidos	1,246,779	1,246,779	1,246,779	1,246,779	1,246,779
= Utilidad Operativa	596,890,063	476,695,812	339,018,305	184,370,870	5,790,531
+ Otros Ingresos	-	-	-	-	-
- Otros egresos	-	-	-	-	-
- Costos de Financiación	-	-	-	-	-
Utilidad Antes de Impuestos					
=	596,890,063	476,695,812	339,018,305	184,370,870	5,790,531
- Impuestos	202,942,621	162,076,576	115,266,224	62,686,096	1,968,781
= UTILIDAD NETA	393,947,441	314,619,236	223,752,081	121,684,774	3,821,751
Utilidades Repartidas					
- (Dividendos)	0	0	0	0	0
= Utilidades no Repartidas	393,947,441	314,619,236	223,752,081	121,684,774	3,821,751
Utilidades no Repartidas Acumuladas					
	393,947,441	708,566,677	932,318,759	1,054,003,533	1,057,825,284

Fuente: Elaboración propia

8.5.4.3 Flujo de Caja Projectado

Flujo de caja del proyecto:

Tabla 8.16 flujo de caja proyectado

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

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 2,592,000,000	\$ 2,670,278,400	\$ 2,750,920,808	\$ 2,833,998,616	\$ 2,919,585,374
- Costos variables		\$ 1,733,954,688	\$ 1,907,350,157	\$ 2,098,085,173	\$ 2,307,893,690	\$ 2,538,683,059
- Costos fijos		\$ 250,771,814	\$ 275,848,996	\$ 303,433,895	\$ 333,777,285	\$ 367,155,013
Costos fijos de Producción		\$ 60,190,522	\$ 66,209,574	\$ 72,830,531	\$ 80,113,584	\$ 88,124,943
Costos fijos de Administración		\$ 187,581,293	\$ 206,339,422	\$ 226,973,364	\$ 249,670,701	\$ 274,637,771
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 3,000,000	\$ 3,300,000	\$ 3,630,000	\$ 3,993,000	\$ 4,392,300
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 10,383,436	\$ 10,383,436	\$ 10,383,436	\$ 10,383,436	\$ 10,383,436
- Intereses Credito		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 596,890,062	\$ 476,695,811	\$ 339,018,304	\$ 181,944,205	\$ 3,363,866
- Impuestos	\$ 0	\$ 202,942,621	\$ 162,076,576	\$ 115,266,223	\$ 61,861,030	\$ 1,143,714
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 393,947,441	\$ 314,619,236	\$ 223,752,080	\$ 120,083,176	\$ 2,220,152
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 10,383,436	\$ 10,383,436	\$ 10,383,436	\$ 10,383,436	\$ 10,383,436
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 565,003,065
Prestamos	\$ 0					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 484,306,345
Valor de Salvamento						\$ 80,696,720
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 463,401,650	\$ 33,078,775	\$ 36,386,653	\$ 40,025,318	\$ 44,027,850	\$ 0
Activos Fijos	\$ 126,380,000					
Pago Credito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 6,233,900					
Capital de Trabajo	\$ 330,787,750	\$ 33,078,775	\$ 36,386,653	\$ 40,025,318	\$ 44,027,850	
FLUJO DE CAJA	-\$ 463,401,650	\$ 371,252,102	\$ 288,616,019	\$ 194,110,199	\$ 86,438,762	\$ 577,606,653

Tasa Interna de Retorno	3.04%
Valor Presente Neto	920,063,263
Tasa Interna de Retorno	59.49%

[Volver al Menú Principal](#)

Fuente: Elaboración propia

Flujo de caja del inversionista:**Tabla 8.17 flujo de caja inversionista****Tabla 51 flujo de caja inversionista**

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 2,592,000,000	\$ 2,670,278,400	\$ 2,750,920,808	\$ 2,833,998,616	\$ 2,919,585,374
- Costos variables		\$ 1,733,954,688	\$ 1,907,350,157	\$ 2,098,085,173	\$ 2,307,893,690	\$ 2,538,683,059
- Costos fijos		\$ 250,771,814	\$ 275,848,996	\$ 303,433,895	\$ 333,777,285	\$ 367,155,013
Costos fijos de Producción		\$ 60,190,522	\$ 66,209,574	\$ 72,830,531	\$ 80,113,584	\$ 88,124,943
Costos fijos de Administración		\$ 187,581,293	\$ 206,339,422	\$ 226,973,364	\$ 249,670,701	\$ 274,637,771
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 3,000,000	\$ 3,300,000	\$ 3,630,000	\$ 3,993,000	\$ 4,392,300
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 10,383,436	\$ 10,383,436	\$ 10,383,436	\$ 10,383,436	\$ 10,383,436
- Intereses Credito		\$ 56,466,762	\$ 48,037,217	\$ 37,717,791	\$ 25,084,776	\$ 9,619,473
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 540,423,299	\$ 428,658,594	\$ 301,300,513	\$ 156,859,430	\$ -6,255,607
- Impuestos	\$ 0	\$ 183,743,922	\$ 145,743,922	\$ 102,442,174	\$ 53,332,206	\$ 0
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 356,679,378	\$ 282,914,672	\$ 198,858,339	\$ 103,527,223	\$ -6,255,607
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 10,383,436	\$ 10,383,436	\$ 10,383,436	\$ 10,383,436	\$ 10,383,436
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 293,401,650	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 565,003,065
Préstamos	\$ 293,401,650					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 484,306,345
Valor de Salvamento						\$ 80,696,720
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 463,401,650	\$ 70,677,547	\$ 82,414,969	\$ 96,373,061	\$ 113,008,607	\$ 84,446,061
Activos Fijos	\$ 126,380,000					
Pago Credito (Capital)		\$ 37,598,772	\$ 46,028,317	\$ 56,347,743	\$ 68,980,758	\$ 84,446,061
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 6,233,900					
Capital de Trabajo	\$ 330,787,750	\$ 33,078,775	\$ 36,386,653	\$ 40,025,318	\$ 44,027,850	
FLUJO DE CAJA	-\$ 170,000,000	\$ 296,385,267	\$ 210,883,139	\$ 112,868,714	\$ 902,052	\$ 484,684,834

Tasa Interna de Retorno	3.04%
Valor Presente Neto	837,469,850
Tasa Interna de Retorno	144.29%

[Volver al Menú Principal](#)

144%

Fuente: Elaboración propia

7.6 Evauación Financiera

7.6.1 VPN, TIR, recuperación de la inversión

Como inversionistas la inversion se recupera en el primer año, obteniendo un rendimiento del 144%, en un volumen de ingresos mas de lo esperado. Teniendo en cuenta que solo se esperaba un 3.1%.

Tabla 8.18 Tasa interna de retorno del inversionista

Tasa Interna de Retorno	3.04%
Valor Presente Neto	837,469,850
Tasa Interna de Retorno	144.29%

Fuente: Elaboración propia

Como proyecto la inversion se recupera en el quinto año, obteniendo un rendimiento del 59%, en un volumen de ingresos mas de los esperado.

Tabla 8.19 tasa interna de retorno del proyecto

Tasa Interna de Retorno	44.25%
Valor Presente Neto	109,818,796
Tasa Interna de Retorno	59.49%

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Teniendo como base el estudio anteriormente elaborado, comprobamos que el mercado de hortalizas; en específico el cilantro deshidratado presenta buenas condiciones comerciales en Colombia ya que los productos primarios en materia de agronomía presentan sobresalientes cualidades y por esta razón son apetecidos y demandados por el mercado exterior.

En la selección de mercados, Alemania se perfiló y fue seleccionada como país destino para penetrar el mercado exterior, que representa un mercado potencialmente atractivo económicamente hablando, donde se pudo comprobar que nuestro producto cumple con las condiciones de los demandantes en cuanto a innovación, utilidad, precio, capacidad de abastecimiento, y se adapta a la manipulación de la cadena logística.

En materia de acuerdos comerciales, Colombia cuenta con un acuerdo comercial con la unión europea que favorece indiscutiblemente las pretensiones de la empresa, donde no solo se contempla con positivismo que Alemania no solamente demanda los productos colombianos, sino también recurren a modificaciones arancelarias para favorecer el ingreso de hortalizas a su país.

El proyecto después de ser sometido a las diferentes variables evidenció que tiene la suficiente capacidad de penetrar el comercio internacional y que el plan de exportación analizado tiene solidez para llegar a ser implementado.

El proyecto de exportación presentado evidencia la factibilidad del mismo, aun considerando un escenario difícil y hostil para nuestro producto se puede comprobar que este genera utilidades. Este resultado es debido inicialmente a que la producción se realiza de un país en desarrollo donde los costos de producción son relativamente bajos en relación a los costos generados por producción en países altamente desarrollados como es el caso de Alemania. Es necesario tener en cuenta, que la comercialización del cilantro deshidratado se llevara a cabo en Alemania, que tiene características de país desarrollado, donde los miembros del mercado están dispuestos a pagar un precio elevado por alimentos

orgánicos de alta calidad, donde tienen una moneda fuerte sin restricciones cambiarias y con demanda global.

El presente proyecto, cumple con la sostenibilidad integral del sistema de producción social económica y ecológica esperando que los aportes a la economía colombiana sean representativos.

BIBLIOGRAFÍA

- (TRM), T. d. (22 de 05 de 2017). *Banco de la Republica* . Obtenido de Banco de la Republica :
<http://www.banrep.gov.co/es/trm>
- Agricultura, N. (06 de 03 de 2017). *Ministerio de Agricultura*. Obtenido de Ministerio de Agricultura:
<https://www.minagricultura.gov.co/Paginas/default.aspx>
- Alimentos, I. n. (25 de 04 de 2017). *INVIMA*. Obtenido de INVIMA: <https://www.invima.gov.co>
- BANCO MUNDIAL*. (s.f.). Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/country/argentina>.
- Bancolombia. (24 de 05 de 2017). *Grupo Bancolombia*. Obtenido de Grupo Bancolombia:
<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/personas/>
- Camara de Comercio de Bogota* . (1 de 05 de 2017). Obtenido de Camara de Comercio de Bogota:
<http://www.ccb.org.co>
- Comeriales, A. (30 de abril de 1995). *sice*. Obtenido de sice:
http://www.sice.oas.org/ctyindex/COL/COLagreements_s.asp
- deDesarrollo, B. I. (01 de 05 de 2017). *BID*. Obtenido de BID: <http://www.iadb.org/es/banco-interamericano-de-desarrollo,2837.html>
- Horticultura. (29 de 05 de 2017). *Interempresas*. Obtenido de Interempresas:
<http://www.interempresas.net/Horticola/Articulos/141737-El-mercado-de-frutas-y-hortalizas-en-Alemania-un-referente-para-Espana.html>.
- Inverciones, I. d. (11 de 05 de 2017). *PRO ECUADOR* . Obtenido de Pro Ecuador:
<http://www.proecuador.gob.ec/>
- Mundial, G. B. (1 de 05 de 2017). *Banco Mundial*. Obtenido de Banco Mundial:
<http://www.bancomundial.org/es/country/argentina>.
- Nacionale, D. d. (23 de FEBRERO de 2005). *DIAN*. Obtenido de DIAN.
- Pais, E. d. (26 de 05 de 2017). *Procolombia*. Obtenido de Procolombia: <http://www.procolombia.co/>

Santander. (01 de 06 de 2017). *Portal Santandre*. Obtenido de Portal Santander:

<https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/alemania/exportacion-de-producto>

Social, R. U. (05 de 04 de 2017). *RUES camara de comercio*. Obtenido de RUES:

http://www.rues.org.co/RUES_Web/

trimestre, M. e. (01 de 03 de 2017). *expansion* . Obtenido de Expacion:

<http://www.datosmacro.com/pib/alemania>

usitc.gov. (24 de marzo de 2017). *Harmonized Tariff Schedule*. Obtenido de Harmonized Tariff Schedule:

<https://hts.usitc.gov/?query=0909>

UU., B. N. (19 de 05 de 2017). *Medlineplus*. Obtenido de Medlineplus:

<https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/000982.htm>

ANEXOS