

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE LA BEBIDA ENERGIZANTE BIONIC TONIC DESDE
LOS ESTADOS UNIDOS**

**Presentado por:
SERGIO ANDRÉS GÓMEZ PEÑA**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:
TECNOLOGO EN COMERCIO EXTERIOR**

**Asesor:
KAREN LOPEZ**

**INSTITUCION UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE COMERCIO EXTERIOR
MEDELLIN
2012**

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	7
1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	8
1.1 TÍTULO.....	8
1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	8
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O LA OPORTUNIDAD DE MERCADO	8
1.4 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	9
1.5 OBJETIVOS	10
1.5.1 Objetivo general.....	10
1.5.2 Objetivos específicos	10
2. ESTUDIO DEL ENTORNO	12
3. ESTUDIO DEL SECTOR	17
4. ESTUDIO DE MERCADO.....	20
4.1 CLIENTES POTENCIALES.....	20
4.2 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN.....	21
4.3 BENEFICIOS DEL PRODUCTO	22
4.4 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	22
4.5 NIVEL DEL PRODUCTO.....	22
4.6 PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS.....	23
4.7 FACTORES FUERTES Y DÉBILES DEL PRODUCTO	23
4.8 TENDENCIAS FUTURAS DEL MERCADO	24
4.9 MEZCLA DE MARKETING.....	24
5. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	27
5.1 MACROLOCALIZACIÓN.....	27
5.2 MICROLOCALIZACIÓN	27
6. INGENIERÍA DEL PROYECTO	30
6.1 PROCESO PRODUCTIVO.....	30

6.2 TRANSPORTE.....	30
6.3 EMPAQUE Y EMBALAJE	31
6.4 PROMOCIÓN.....	35
6.5 COMPRA DE INSUMOS	35
6.6 VARIABLES DE CONTROL.....	36
6.7 DESARROLLO DEL PRODUCTO, BASADO EN EL SEGMENTO DE MERCADO	37
6.8 REQUERIMIENTOS DE PERSONAL	37
6.9 MAQUINARIA.....	39
7. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	40
7.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	40
7.2 ESTADO DE DESARROLLO	40
7.3 INNOVACIÓN.....	40
7.4 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	41
7.5 PRESUPUESTO DE COMERCIALIZACIÓN.....	41
8. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	42
8.1 CONCEPTO DEL NEGOCIO	42
8.2 OBJETIVO DE LA EMPRESA.....	42
8.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	43
8.4 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y NÓMINA.....	44
9. RECURSOS HUMANOS	46
10. ASPECTOS LEGALES	49
10.1 REQUISITOS PREVIOS DE FORMALIZACIÓN	49
10.2 TRÁMITES	50
10.3 TRÁMITES DE FUNCIONAMIENTO (PASOS POSTERIORES A LA LEGALIZACIÓN).....	55
11. ESTUDIO FINANCIERO.....	58
11.1 COSTO DEL PRODUCTO Y PRECIO UNITARIO DE VENTA	58
11.2 INVERSIÓN REQUERIDA	60
10.3 FINANCIACIÓN DEL CAPITAL.....	60

10.4 COSTOS FIJOS	62
10.5 CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	63
10.6 INGRESO EN EQUILIBRIO	63
10.7 CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA PRIMER AÑO	63
10.8 CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA SEGUNDO AÑO	64
10.9 CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA TERCER AÑO	65
10.10 ESTADO DE RESULTADOS PRIMER AÑO	66
10.11 ESTADO DE RESULTADOS SEGUNDO AÑO.....	67
10.12 ESTADO DE RESULTADOS TERCER AÑO	69
10.13 INGRESOS NETOS – VPN.....	70
CONCLUSIONES	73
BIBLIOGRAFÍA.....	75

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Convenciones	30
Cuadro 2. Proceso de empaque y embalaje.....	34
Cuadro 3. Proceso de promoción	35
Cuadro 4. Proceso de compra e insumos.....	36
Cuadro 5. Costos de recurso humano	38
Cuadro 6. Tecnología	39
Cuadro 7. Capital de trabajo	46

LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pág.
Ilustración 1. Incoterm FOB	31

INTRODUCCIÓN

Cada vez es más marcada la tendencia del mercado de las bebidas hacia los productos no alcohólicos, naturales, saludables y energizantes; es en este sentido en donde Colombia adquiere una importante fortaleza, ya que es un país que cuenta con un mercado en expansión que le permite tener una demanda del mercado en ascenso.

Precisamente, las bebidas energizantes se convierten en un producto no sólo de gran aceptación en el mercado nacional, sino también en el mercado internacional, con una proyección de consumo bastante relevante, más aún si se tiene en cuenta que en muchas naciones del mundo la producción de estos productos es bastante amplia y ante ello Colombia posee una oferta que no satisface, en gran medida, esa demanda.

Partiendo de esta realidad, se presenta aquí un estudio para analizar la factibilidad para la importación y comercialización de la bebida energizante Bionic Tonic desde los Estados Unidos, para introducirla, inicialmente, en el territorio ciudades céntricas del territorio Colombiano y posteriormente comercializarla en otras ciudades del país.

Para alcanzar dicho objetivo se hizo pertinente, en primer lugar, realizar análisis sectoriales y de competencia a nivel local y en el mercado que establezca las condiciones en las cuales va a incursionar el producto. En segundo lugar, evaluar la viabilidad económica del proyecto, a través de un estudio financiero, que pueda tener la introducción de este tipo de producto en nuestro país. Y por último, recopilar la información logística financiera, tecnológica y de mercados teniendo en cuenta costos y calidad con la cual se desarrollará el producto.

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.1 TÍTULO

Estudio de factibilidad para la importación y comercialización de la bebida energizante Bionic Tonic desde los Estados Unidos.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Desde 2003, año en el cual comenzaron a ser comercializadas legalmente las bebidas energizantes en Colombia (anteriormente se contrabandeaba con estas bebidas), estos productos han venido creciendo en ventas de manera paulatina: lo que en un principio era un producto dirigido a determinados nichos del mercado, ahora se han masificado estando al alcance de todos los sectores poblacionales por precio y oferta.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O LA OPORTUNIDAD DE MERCADO

A lo largo de la historia, los seres humanos se han preocupado por la necesidad de recuperar energías para desarrollar y llevar a cabo todas sus actividades cotidianas: trabajo, estudio, recreación, etc.; y como bien se sabe, todas estas actividades producen un alto gasto de energía, para lo cual, generalmente, se recurre a la alimentación y al descanso (sueño). Sin embargo, los tiempos han cambiado, el ritmo de vida que se lleva en la actualidad es muy diferente al de hace unos siglos, y quizás, al de hace unas décadas, ya que las jornadas laborales se han extendido, los tiempos de descanso son cada vez menores, y a pesar de esto, los seres humanos desarrollamos cada vez más actividades: jornadas laborales de 8 horas o más, actividad física y deportiva, recreación y diversión, todo en un mismo día.

Para compensar estos excesivos gastos de energía, no sólo se requiere de una constante hidratación, sino también de la recuperación de vitaminas, carbohidratos y aminoácidos que regeneren las energías gastadas. Si bien es cierto, existe una gran variedad de productos que cumplen con estos requisitos (barras energéticas, pastillas, bebidas hidratantes, dietas, etc.), sólo hasta hace una década se comenzaron a producir en masa las hoy conocidas bebidas energéticas, que basadas en la utilización de ingredientes naturales, cumplen con una función energizante, revitalizante y a la vez hidratante.

Por otro lado, si bien es cierto este es un producto exclusivo, esto se debe a que su producción sólo está en manos de un pequeño número de empresas que las elaboran, por lo cual, competir en el mercado con una nueva bebida energizante, no resultaría difícil. Sin embargo, se debe tener presente que la idea de negocio no se centra en la producción del producto, sino en la comercialización, previa importación.

Según lo anterior, se pretende realizar un estudio que viabilice la importación y comercialización de la bebida energizante Bionic Tonic, una bebida de gran demanda en Las Vegas en los Estados Unidos y que actualmente se encuentra buscando una firma importadora y comercializadora que distribuya el producto en diferentes países de Latinoamérica, entre ellos Colombia.

1.4 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Desde hace algunos años el mercado está inundado de las bebidas denominadas "energizantes", que según sus productores, fueron creadas para incrementar la resistencia física, proveer reacciones más veloces y mayor concentración, aumentar el estado de alerta mental (evitar el sueño), proporcionar sensación de bienestar, estimular el metabolismo y ayudar a eliminar sustancias nocivas para el cuerpo.

Además, de la estimulación que producen, crean un estado de euforia lo cual permite mantenerse activo por varias horas y neutralizan en cierta forma el efecto de las bebidas alcohólicas, produciendo una estimulación del metabolismo.

Algunos deportistas consumen estas bebidas con el fin de incrementar su rendimiento en deportes de resistencia o larga duración. También se consumen para incrementar el rendimiento en eventos tanto deportivos como laborales, mejorar la recuperación, mantener la salud durante los intensos períodos de ejercicio y trabajo y reducir la grasa corporal.

De esta manera, con la importación y comercialización de la bebida energizante Bionic Tonic, más allá de satisfacer las expectativas de consumo de este tipo de producto, se pretende incursionar en un mercado que aún no es lo suficientemente competitivo en Colombia, ya que son pocas las empresas que producen y comercializan bebidas energizantes, lo cual implica alcanzar a percibir una porción de un sector a través de un producto dirigido a un nicho de mercado específico (hombres y mujeres entre los 18 y los 30 años de edad, pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6).

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la importación y comercialización de la bebida energizante Bionic Tonic desde los Estados Unidos.

1.5.2 Objetivos específicos

- Determinar la posibilidad de importación y comercialización de una bebida energizante dirigida a una población de consumo específica.

- Elaborar un estudio del entorno y del sector de las bebidas energizantes.
- Desarrollar un estudio del mercado que permita la descripción del portafolio de bienes, el análisis de la demanda, el análisis de la oferta, el análisis de proveedores y las estrategias de mercadeo (marketing mix)

2. ESTUDIO DEL ENTORNO

Las bebidas energizantes son un mercado en expansión en Colombia, pues es considerado “*el antídoto contra el cansancio, el acelere moderno y el corre corre habitual de las ciudades*”¹ de hoy. Al país llegó aproximadamente en el año de 2000 (como contrabando) este tipo de bebida y actualmente se podría decir que existen más de 10 marcas.

Las cifras del aumento de consumo de estas bebidas que muchos llaman energéticas o energizantes, cafeinadas o estimulantes, se reflejan en las estadísticas: un estimativo del mercado mundial señala que actualmente se producen alrededor de 3.000 millones de envases por año, con un crecimiento sostenido. Colombia no es la excepción y Red Bull aumentó en un 50% las ventas entre 2004 y 2005 y se proyecta que para este año sea de un 33%².

Es un negocio provechoso, sin lugar a dudas, pues se vende a muy buen precio en bares, restaurantes y hoteles. Sus ventas, según cifras de algunas comercializadoras, ascienden a casi \$40.000 millones al año en Colombia (5 millones de latas) y en todo el mundo la cuenta va por los US\$ 2.500 millones³.

“Los datos de consumo de este tipo de bebidas han aumentado de un 14% en el 2006 al 16% en el 2010”⁴; así mismo, “a estas cifras se suma

¹ LA BARRA. Energizantes: mercado en expansión. En Internet: <http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-22/alimentos-y-bebidas-4/bebidas-energizantes-un-mercado-en-expansion.htm>

² Ibid.

³ DINERO. Mercado con energía. En Internet: <http://www.dinero.com/Imprimir.aspx?idItem=17885>

⁴ IALIMENTOS. Bebidas energéticas aumentan sus ventas. En Internet: <http://www.revistaialimentos.com.co/news/1054/443/Bebidas-energeticas-aumentan-sus-ventas.htm>

el aumento de participación en el mercado que del 42% en el 2006 llegó al 57% en el 2010 según la empresa de encuestas Packaged Facts”⁵.

“La Comisión del Codex de Nutrición y Alimentos para Usos Dietarios Especiales en su 23ª sesión realizada en Berlín, Alemania el 30 de noviembre de 2001 define la bebida energética como "Una bebida utilizada para proveer alto nivel de energía proveniente de los carbohidratos (también grasas y proteínas) al cuerpo. Esta bebida no intenta compensar la pérdida de agua y minerales debido a la actividad física".

Por lo general, ciertas empresas del sector de las bebidas refrescantes e hidratantes, se han referido a las bebidas energéticas en términos despectivos, describiéndolas como productos con cierto efecto farmacológico de algunas sustancias activas, y no a la provisión de calorías de los nutrientes. Esto ha creado confusión dentro de los consumidores.

Vale la pena tener en cuenta que estas bebidas no son vendidas como medicamentos, pero pueden contener algunas sustancias que podrían ser clasificadas como adictivos, tal y como es el caso de la cafeína; sin embargo, contiene mucha más cafeína un taza de café que una bebida energizante. El riesgo asociado con los altos niveles de cafeína parece ser el problema más común de estas bebidas en comparación a otras sustancias utilizadas como taurina, glucuronolactona, inositol, extracto de guaraná. También se ha llegado a afirmar que la presencia de sustancias como carnitina o taurina, que normalmente se encuentran en los alimentos en forma natural, no tiene justificación nutricional.

Sin embargo, aunque la publicidad existente en contra de las bebidas energizantes es bastante grande, hasta el momento no hay evidencias científicas claras que soporten el hecho de que su consumo tenga algún tipo de efecto

⁵ Ibid.

secundario o perjudicial en el consumidor, por el contrario algunos de sus ingredientes causan los efectos requeridos por quienes las consumen.

Las bebidas son llamadas de tal forma debido a que contienen una cantidad importante de carbohidratos, nutriente energético de primer orden, el mismo que cuando es consumido luego de una actividad extenuante o prolongada puede llegar a reponer los carbohidratos utilizados y la persona sentirá menor fatiga. No hay una clasificación oficial de las Bebidas Energizantes o Rehidratantes, pero ambas son utilizadas por deportistas; sin embargo las Energy Drinks también son utilizadas por estudiantes o personas a las que no les gusta el café y optan por estas bebidas para permanecer despiertos y sobretodo activos por más tiempo⁶.

- **Cafeína:** La cafeína es un estimulante del sistema nervioso central, y a pesar de que su efecto es temporal, hace sentir al consumidor más "energizado". En estudios de laboratorio, la cafeína a dosis de aproximadamente 6 mg/kg de peso corporal (por ej. 490 mg para una persona de 81,7 kg, ha sido efectiva para mejorar el rendimiento de una duración entre 1 - 20 minutos. Desafortunadamente, estas grandes dosis de cafeína a algunos atletas les producen cefaleas leves y si es ingerida demasiado lejos del ejercicio, la cafeína puede actuar tanto como laxante y como diurético que pueden desmejorar antes que mejorar el rendimiento. Sin embargo, las dosis de cafeína de una bebida energizante no supera la recomendada por los estudios de laboratorio.
- **Carbohidratos.** La mayoría de estas bebidas contienen cerca de 20 a 30 gramos de carbohidratos, incluso alguna de ellas hasta 70 gramos, en forma de fructosa, sacarosa, dextrosa, glucosa y maltodextrinas. Teniendo en cuenta su

⁶ EL BOOM DE LAS BEBIDAS ENERGIZANTES.
<<http://www.squash.com.ar/index.cfm?fuseaction=notas.paneles&id=8A2DAD8B-7C98-40C9-AEE5DD840B550AAD>>

alto contenido de carbohidratos no es recomendado ingerirlas antes o durante el ejercicio, debido a que retardan el vaciado del estómago y la posterior absorción intestinal.

- **Vitaminas.** Se encuentran todas las vitaminas del complejo B, así como vitaminas C y E.
- **Carnitina.** Es un componente que actúa en el metabolismo de las grasas. Es necesario para la oxidación de las grasas a nivel de la mitocondria de las células. Aumenta el rendimiento deportivo por mecanismos tales como incremento de la oxidación de ácidos grasos, alterando la homeostasis de la glucosa, aumentando la producción de acilcarnitina, modificando la respuesta al entrenamiento y mejorando la resistencia de la fatiga muscular.
- **D- Ribosa.** Es un azúcar simple, siendo eje del material genético y el punto de partida para la producción de adenosina trifosfato (ATP).
- **Taurina.** Es un aminoácido condicionalmente-esencial, funciona como un transmisor metabólico, desintoxicante y acelera la contractilidad cardiaca. No se utiliza en la síntesis de la proteína. Ha demostrado ser esencial en ciertos aspectos de desarrollo de mamíferos.
- **Glucuronolactona.** Aparentemente cumple con una función detoxificante.
- **Inositol.** El cuerpo lo puede producir desde la glucosa, por ello no es realmente esencial. El inositol como fosfatidil inositol tiene su función primaria en la estructura e integridad de la membrana celular y al igual que la colina puede ayudar en la nutrición celular del cerebro. Es especialmente importante en las células de la médula ósea, tejidos del ojo e intestinos.

- **Ginseng.** Es una de las hierbas más estudiadas para el rendimiento deportivo y tiene varias especies. Se utiliza en países del Asia como costumbre dietaria y médica. La utilización tradicional es para restaurar la energía de la vida. Ésta produce estimulación del sistema nervioso central.
- **Guaraná.** (*Paullinia cupana*) es un gran arbusto leñoso nativo del Amazonas, utilizado como planta medicinal. Contiene altas concentraciones de cafeína y se ha utilizado como estimulante y supresor del apetito, para el dolor de cabeza, el exceso de trabajo mental, la fatiga en ambiente caluroso y más recientemente para la pérdida de peso.
- **Schizandra.** Es una hierba medicinal tradicional en China que se ha utilizado como astringente, para el tratamiento de la tos, asma, sudoración nocturna y diarrea crónica; también es utilizada para el tratamiento de la fatiga crónica.
- **Damiana.** La describen como purgante, diurético, tónico, estimulante y afrodisíaco.
- **Mate.** Tónico, diurético, diaforético y poderoso estimulante.

3. ESTUDIO DEL SECTOR

Productos Bionic, Inc. es un equipo de trabajo de profesionales de primer nivel en la industria de bebidas que ha decidido crear bebidas energéticas de calidad que ofrecen energía sostenida combinada con la salud en general y los beneficios de un estilo de vida activo. En esencia, la empresa ha creado la alternativa de bebida energética que soporta el estado de alerta físico y mental.

Los productos tienen estrictas directrices de calidad que incluyen:

- Gran sabor
- Energía sostenida con un mínimo de "crash"
- Cero calorías
- Cero carbohidratos
- Zero azúcares
- Estimula la circulación en el cerebro
- Mejora la memoria y la capacidad de aprendizaje
- Ayuda a la digestión
- Ayuda en la pérdida de peso

La combinación única de ingredientes incluye:

- **Maca Root**

El valor nutricional de la raíz seca de maca es alto, similar a los granos de cereales como el arroz y el trigo. Contiene carbohidratos 60%, 10% de proteína, 8.5% fibra dietética y grasas 2,2%. Maca es rica en minerales esenciales, especialmente selenio, calcio, magnesio y hierro, e incluye ácidos grasos como ácido linolénico, ácido palmítico, y ácido oleico, y 19 aminoácidos, así como polisacáridos.

- **Yerba Mate**

El mate contiene xantinas, que son alcaloides de la misma familia que la cafeína, teofilina y teobromina, conocidos estimulantes que también se encuentran en el café y el chocolate. El mate también contiene elementos tales como potasio, magnesio y manganeso. Se utiliza comúnmente como estimulante "sin cafeína" y carece de los efectos secundarios negativos comúnmente asociados con la cafeína como el nerviosismo, palpitaciones, diarrea y ansiedad.

- **Extracto de té verde**

El té verde es rico en catequina polyphenolis, un potente antioxidante que se le atribuye la inhibición del crecimiento de células cancerosas, reducir los niveles de colesterol LDL e inhibir la formación anormal de coágulos de sangre. El té verde se cree que ayuda a la digestión, aumenta el metabolismo y suprime el apetito, todo lo cual contribuye a controlar el peso adecuado. El té verde es también una buena fuente de vitamina C y flúor para prevenir las caries.

- **Gotu Kola**

Se conoce como la "hierba de la memoria", tal como se cree que estimula la circulación al cerebro y aumentar la capacidad de aprendizaje.

- **Vitamina B3**

La Vitamina B3 interviene en el funcionamiento del sistema digestivo, piel y nervios y es importante para la conversión de los alimentos en energía. B3 es necesaria para la respiración celular. Esto ayuda en la liberación de energía y el metabolismo de carbohidratos, grasas y proteínas, la correcta circulación y la piel sana, el funcionamiento del sistema nervioso, y la secreción normal de la bilis y de los fluidos del estómago. También se ha utilizado para la restauración de la memoria.

- **Vitamina B6**

La vitamina B6 es una vitamina soluble en agua que estimula la función cerebral y ayuda al cuerpo a convertir la proteína en la energía. B6 ayuda a mantener niveles normales de azúcar en la sangre. También ayuda a mantener la salud de los órganos que forman las células blancas de la sangre. La vitamina B6 puede también ayudar con la reducción de daños en los nervios, síndrome del túnel carpiano, pérdida de memoria, la diabetes, el asma y el síndrome premenstrual.

- **Vitamina B5**

Vitamina B5 ayuda al cuerpo a convertir los carbohidratos y las grasas, en azúcar, que es "quemada" para producir energía. Es esencial en la descomposición de las grasas y proteínas, también juegan un papel importante en mantener el tono muscular en el tracto gastrointestinal y la mejora de la salud del sistema nervioso, la piel, el pelo, los ojos, la boca, y el hígado.

- **L-Carnatina**

L-Carnatina se encuentra en casi todas las células del cuerpo. Esto ayuda a casi todas las células del cuerpo. Ayuda al cuerpo a convertir los ácidos grasos en energía para realizar las actividades musculares, que a su vez, aumentan el rendimiento deportivo.

- **Cayenne Pepper**

Cayenne es un catalítico natural que cuando se usa en combinación con otras hierbas, tiende a aumentar su eficacia. Muchos herbolarios creen que Cayenne es la hierba más útil y valiosa en el reino de hierbas. Cayenne ayuda en la estabilización del sistema digestivo, que desempeña un papel fundamental en el estado mental, emocional y físico de una persona.

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1 CLIENTES POTENCIALES

En la actualidad, los componentes de la tendencia de consumo de bebidas energizantes son: el placer, (sofisticación, variedad, exotismo); la practicidad (facilidad y ahorro de tiempo); la salud y la apariencia (creciente interés en la buena salud, productos con valor agregado y apariencia y nutrición). Estos factores ejercen un impacto sobre el consumo de bebidas energizantes en el país.

Como principales características de los consumidores se destacan las siguientes:

- En Colombia, las personas entre 18 y los 35 años son los mayores consumidores de bebidas energizantes. Los individuos de más edad presentan tendencia al consumo de estos productos pero en menores cantidades.
- Las bebidas energizantes más populares en el mercado en orden de importancia son: Vive 100%, Red Bull, Volt y Monster Energy.
- En muchos casos, se consume como bebida alternativa a los productos alcohólicos.

En cuanto a ingreso se puede distinguir que todos niveles presentan una tendencia al consumo similar de bebidas energizantes enlatadas o en botella, pero se destacan principalmente los consumidores con ingresos superiores a US\$10 mil al año. Sin embargo, los individuos con menores ingresos son menos susceptibles al consumo de bebidas energizantes.

Los consumidores con ingresos más elevados tienden al consumo de bebidas energizantes con más valor agregado y de mayor calidad, por lo tanto más costosas. Los hogares compuestos por dos personas o más tienden a consumir con más frecuencia estos productos.

Debido a que los consumidores de bebidas energizantes se encuentra en continuo crecimiento, es importante para los comercializadores estar analizando continuamente los diferentes grupos y su ubicación en el país para fines de oferta, promoción y comercialización de sus productos.

Por otro lado, la industria de bebidas energizantes constituye el conjunto de actividades que ofrecen a los consumidores alimentos preparados para consumir fuera del hogar. Esta industria se divide en tres grandes sectores: los servicios comerciales de base (restauración comercial), los servicios ligados a la hotelería y la restauración colectiva o no comercial (sector institucional). Estos sectores se caracterizan por el consumo de un gran volumen de bebidas energizantes debido a las altas exigencias concernientes al plus que aportan.

En cuanto al consumo de bebidas energizantes, se encuentra que los centros nocturnos y restaurantes y sobre todo instituciones presentan demanda de estos productos ya que pueden ser almacenados por periodos largos de tiempo. Los hoteles de mayor categoría compran también bebidas energizantes para ofrecer a sus huéspedes.

4.2 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

Se busca que el producto llegue a diferentes tipos de clientes potenciales: supermercados, hipermercados, instituciones y consumidores finales.

Supermercados: estos prefieren manejar pocas cantidades de bebidas energizantes. Su demanda en términos de Unidades/semana no varía significativamente. Algunos supermercados se surten de bodegas comercializadoras y otros manejan sus propias bodegas. Estas instalaciones manejan volúmenes mayores de bebidas energizantes ya que son distribuidores.

Hipermercados: Las grandes superficies manejan contratos de compra que incluyen asistencia técnica para incentivar la comercialización. Generalmente estas empresas manejan productos nacionales e importados.

Instituciones: tales como hoteles, centros nocturnos, resorts y restaurantes; sus compras de este tipo de productos por lo general son periódicas.

Consumidores finales: por lo general, son jóvenes entre los 18 y 35 años.

4.3 BENEFICIOS DEL PRODUCTO

Las bebidas energizantes deben ser ofrecidas al público como un producto 100% natural; se deben utilizar, en un principio, campañas publicitarias de tipo visual, así como contar con la colaboración de impulsores del producto en los diferentes lugares donde éstas se comercialicen.

4.4 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Ya que el pueblo colombiano es por tradición consumidor de comidas autóctonas y típicas, las bebidas energizantes se deben abrir espacio entre los hábitos alimenticios de la población. Sin embargo, debido a las tendencias actuales de la población, especialmente jóvenes, de consumir productos dietéticos o bajos en calorías, las bebidas energizantes podrían considerarse como una alternativa.

4.5 NIVEL DEL PRODUCTO

A nivel general, las bebidas energizantes son un producto de consumo medio, ya que dentro del mercado los productos alimenticios no gozan de gran aceptación entre todos los nichos de consumidores. Si bien no existe una estratificación que

clasifique a los consumidores más asiduos de este producto, el consumo del mismo depende en gran medida del clima.

4.6 PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS

Las bebidas energizantes pueden sustituirse por otros productos, aunque estos ofrezcan características diferentes. Dentro de esos productos sustitutos podemos enumerar:

- Las frutas.
- Bebidas gaseosas.
- Bebidas dietéticas.
- Bebidas alcohólicas.
- Jugos y concentrados instantáneos.

4.7 FACTORES FUERTES Y DÉBILES DEL PRODUCTO

El sector de las bebidas energizantes carece de variedad, esto evidencia un mercado potencial dentro del mismo, partiendo de la necesidad de introducir nuevas marcas a través de la importación desde Estados Unidos, país que cuenta con una extensa diversidad de esta clase de productos.

Los sabores tropicales adquieren cada vez mayor popularidad, lo que se constituye en una ventaja competitiva para el desarrollo de un proyecto como este, existen buenas razones para creer que el negocio de las bebidas energizantes continuará como una industria en crecimiento durante mucho tiempo, debido a la constante demanda por parte de los consumidores con respecto al plus que ofrecen.

Por todo lo anterior, se estaría hablando de un mercado objetivo, que con garantía de variedad, abastecimiento del mercado y excelente calidad, podría ser abordado

ampliamente, teniendo en cuenta las perspectivas y oportunidades ofertadas por los cambios en el gusto del consumidor y la creciente población.

4.8 TENDENCIAS FUTURAS DEL MERCADO

Un examen general de las tendencias del mercado de bebidas, marca un cambio de preferencias del consumidor hacia los productos no alcohólicos, naturales, con aromas y sabores innovadores, favoreciendo ampliamente el desarrollo de las bebidas energizantes, tanto en el mercado de los países desarrollados como en de los países en desarrollo como Colombia. Si bien es cierto que existen grandes fluctuaciones en el corto y mediano plazo, referidas especialmente a poca certeza en el abastecimiento de materias primas o semi-procesados, también se puede percibir una demanda creciente de sabores de frutas tropicales para la oferta de mezclas refrescantes que incluyen frutas tropicales.

4.9 MEZCLA DE MARKETING

Estrategia de Producto: la bebida energizante será comercializada bajo el nombre de “Bionic Tonic”; se hará énfasis en que el producto se comercialice como de origen natural y, sobretudo, aprovechando las características propias de esta clase de productos: agente regenerador de energía

Ciclo de vida: las bebidas energizantes son un producto que se encuentra en una etapa de crecimiento en el mercado colombiano; específicamente, las bebidas energizantes de características exóticas llama mucho la atención del consumidor colombiano debido a las ventajas que el producto ofrece. Por tanto, el producto se debe promocionar en el mercado destino destacando dichas características, esto es, por ser un producto con un valor agregado, en donde el precio juega un papel secundario.

Estrategia de Distribución: para la distribución del producto en el mercado colombiano se empleará la maquila a través de la comercializadoras nacionales. Por su parte, la empresa que pretende constituirse funcionará bajo la denominación Bionic Tonic Colombia y se encargará de la importación del producto.

Estrategia de Precios: para establecer el precio del producto se partirá del precio promedio del mercado, es decir, el promedio de precios que tienen los productos iguales o similares. El precio del producto para la importación se obtiene al sumar el precio de todos los productos iguales o similares a las bebidas energizantes importadas desde Colombia, eliminando el precio más bajo y más alto y dividiendo entre el total de precios que se sumaron. De igual forma, teniendo en cuenta el Incoterm FOB utilizado, la empresa sólo se hace cargo del producto desde la entrega de éste en zona franca. A partir del Incoterm FOB la empresa incurrirá en un proceso de comercialización menos riesgoso, aunque con ello se reduzca la rentabilidad debido al número de intermediarios que hacen parte del proceso de importación.

De acuerdo con la presentación del producto, la bebida energizante será vendida a la empresa distribuidora entre \$4.000 y \$6.000 en empaques de 6 unidades y se espera que ésta sea vendida en el mercado entre \$10.000 y \$12.000. Se busca partir de una cantidad aproximada de 5.000 unidades que se irán incrementando en un 3% mensual.

Respecto a la forma de pago, lo más seguro es utilizar la Carta de Crédito, el cual es un método de pago por mercadería en el cual el comprador establece un crédito con el banco local donde se detalla la mercadería a ser comprada, el precio, la documentación requerida y se establece el límite de tiempo para completar la transacción; cuando el banco recibe la documentación recibe el pago

del comprador o en su defecto toma posesión del título de los bienes y los transfiere el vendedor. La carta de crédito puede ser revocable o irrevocable.

En cuanto al tema tributario, entre Colombia y Estados Unidos, se deben aprovechar las actuales ventajas que ofrece el TLC entre ambas naciones.

Estrategia de Promoción: la promoción del producto estará dirigida, específicamente, a los clientes nacionales; en el mercado colombiano la promoción estará a cargo de la empresa distribuidora, la cual será tenida como cliente especial, ofreciéndole descuentos especiales por volúmenes de importación. La promoción con los clientes nacionales se iniciará con la entrega de muestras gratuitas del producto, además de una estrategia agresiva de comunicación; el cubrimiento geográfico inicial corresponderá a la ciudad de Medellín y el Área Metropolitana, aunque se tiene proyectado que el producto logre introducirse en otras ciudades cercanas, especialmente del eje cafetero y los departamentos del Valle y Cauca en los siguientes tres años.

Estrategia de Comunicación: el producto será promovido a través de un excelente manejo de las relaciones públicas y ventas personales directamente con los clientes nacionales; de igual manera se promoverá la estrategia de ventas a través de Internet mediante el uso de página Web.

Estrategia de Servicio: para los clientes nacionales, únicamente los de Medellín y el Área Metropolitana, se tendrá servicio a domicilio a través del vehículo de la empresa comercializadora; para la entrega del producto en otras ciudades de Colombia se hará uso de servicio de mensajería especializado en transporte de alimentos y productos refrigerados.

5. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

5.1 MACROLOCALIZACIÓN

La empresa Bionic Tonic Colombia pretende emplazarse en la Zona Franca del Municipio de Rionegro en el oriente antioqueño. La Zona Franca de Rionegro, cuenta con la infraestructura necesaria para ofrecer las mejores condiciones de instalación a sus usuarios.

- Ubicación estratégica de fácil acceso por su cercanía al Aeropuerto José María Córdova e interconexión con las principales vías del país.
- Aulas de capacitación.
- Seguridad integral.
- Centro interno de formación del SENA.
- Mano de obra calificada en el sector.
- Facilidades bancarias en el sitio.
- Comunicaciones y tecnología de punta.
- Plantas de acueducto y alcantarillado propias.
- Subestación de energía y compra de energía en bloque a nivel de 44.
- Servicios públicos adecuados para el sector industrial con las mejores tarifas del mercado.
- Servicios de comercio exterior en el sitio (DIAN-Grupo Zona Franca, SIAS, Bodegajes y Centros de Distribución, etc).

5.2 MICROLOCALIZACIÓN

El costo de las construcciones, adecuaciones o remodelaciones que se deben de realizar para poner en marcha el proyecto son difíciles de calcular debido a que no hay seguridad de cual local se utilizará y qué tamaño tiene y si será para construir totalmente o para adecuar, si será para alquilar o para comprar, lo que sí se puede

tener en cuenta para hacerse a una idea del costo, sería que el valor de construcción por metro cuadrado actualmente oscila entre 700'000 y 1.500.000 pesos.

El valor de las instalaciones y adecuaciones que requeriría el proyecto sería de \$2.000.000.

Para la construcción o adecuación de la empresa se espera que sea de un solo piso, para facilitar la manipulación de los productos y el flujo desde recepción hasta almacenamiento y despacho del producto, para lo cual el proceso será en línea recta, las paredes exteriores serán lisas y los accesos a la empresa no tendrán luces o espacios entre el piso y las puertas. Las ventanas serán protegidas con anjeo, para evitar insectos y roedores.

Se tendrá en cuenta buenas condiciones de luz y ventilación, las paredes internas también serán lisas pintadas con epóxicas de colores claros e incorporándoles agentes funguicidas para evitar la acción de los microorganismos, las uniones de los pisos y las paredes serán en forma redondeada para facilitar la limpieza, se reducirá al mínimo las paredes de separación entre las diferentes áreas, se dispondrá de un piso separado en el techo para que las instalaciones de los servicios públicos no afecten la calidad del proceso y la superficie de los techos serán lisos y resistentes al agua.

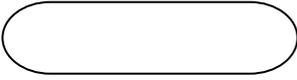
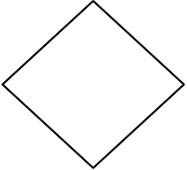
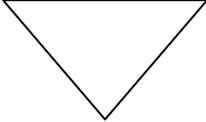
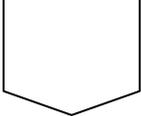
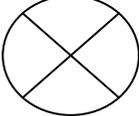
Los pisos serán de material impermeable (resinas), antideslizante, resistente a la acción del agua y de agentes químicos y tendrán una ligera inclinación para un buen drenaje, los cuales serán ubicados cerca de las paredes provistos de rejillas removibles. En las bodegas de almacenamiento y en el área de empaque se contará con controles de humedad relativa, temperatura y circulación de aire.

Las áreas estarán distribuidas de tal manera que se evite la contaminación cruzada. El equipo estará diseñado higiénicamente, construido e instalado de tal forma que se facilite la limpieza y desinfección, en material anticorrosivo y no Tóxico. Las tuberías y accesorios serán fácilmente desmontables. Los baños y el área de administración estarán aislados del área de producción. Se estima un área aproximada de 120 m².

6. INGENIERÍA DEL PROYECTO

6.1 PROCESO PRODUCTIVO

Cuadro 1. Convenciones

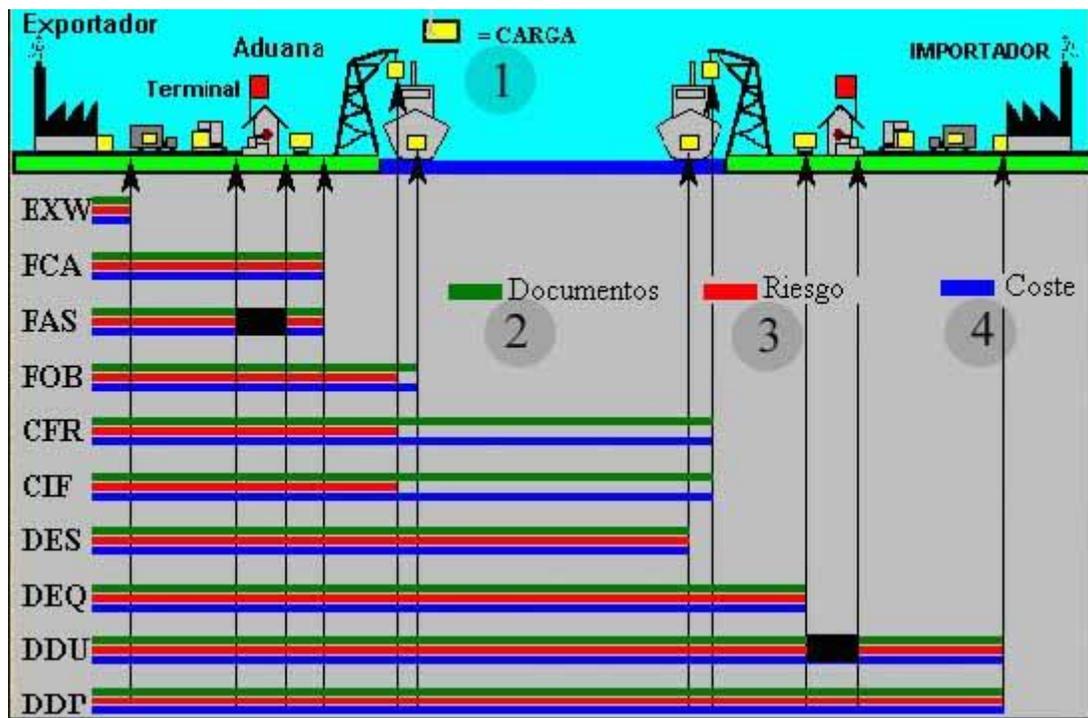
TERMINAL Inicio o terminación.	OPERACIÓN Describe actividad o tarea	DECISIÓN ALTERNATIVA: Instruye la escogencia de varios caminos
		
DOCUMENTO: Cualquier tipo de documento	ENLACE: Es un conector, o continuación de un proceso	ARCHIVAR: Acción de archivar
		
CARGO	CLIENTE	PROVEEDOR
		

6.2 TRANSPORTE

El sistema de transporte de la empresa permite llevar los productos a los clientes cuando ellos los necesite, además el producto se está llevando a cabo porque toda su producción es susceptible de ser exportado. Para ello se tendrá en cuenta el Incoterm FOB, el cual ahorra gastos logísticos, de transporte y de distribución en el sitio de destino, lo que implica menores riesgos para la empresa. La

responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercaderías desde aquel punto. El término FOB exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación.

Ilustración 1. Incoterm FOB



Fuente: Businesscol

6.3 EMPAQUE Y EMBALAJE

Los procedimientos necesarios de empaque son los siguientes:

1. El producto debe estar colocado apropiadamente dentro del contenedor para evitar que se mueva o roce otros productos.
2. Se debe seleccionar el tamaño y estilo de la estiba que sea el más adecuado. Una estiba que sea accesible por los cuatro lados para que se facilite el

manejo con montacarga o una grúa se le acerque desde cualquier dirección, facilitando así su manipulación.

3. Es aconsejable tratar las superficies ferrosas con un anticorrosivo a fin de que su producto llegue al punto de destino sin herrumbres o corrosión de ningún tipo.
4. Los orificios de drenaje deben estar ubicados en el área de piso o de deslizamiento en grandes contenedores, cajas o embalaje. Esto permitirá que el agua de mar o la condensación escape del contenedor y reducirá significativamente las posibilidades de daño al producto.
5. Las marcas en las cajas deben ser mínimas. No deben ponerse marcas comerciales ni descripciones del producto. Las marcas deben ir con tinta a prueba de agua en tres costados del contenedor. Toda señal de advertencia debe aparecer en el idioma del país de origen y de destino, así como los símbolos gráficos internacionales de manipulación. Un empacador de exportaciones es una excelente fuente de asesoría y de materiales de empaque para garantizar que un producto llegue en condiciones óptimas a su consumidor final. Asimismo, una empresa transportista puede ofrecer información sobre el peso, diseño y tamaño de las tarimas. Por último, un despachador de carga puede ofrecer servicios de empaque o puede dar información acerca de los requisitos de empaque del país al que se va a enviar la mercancía.

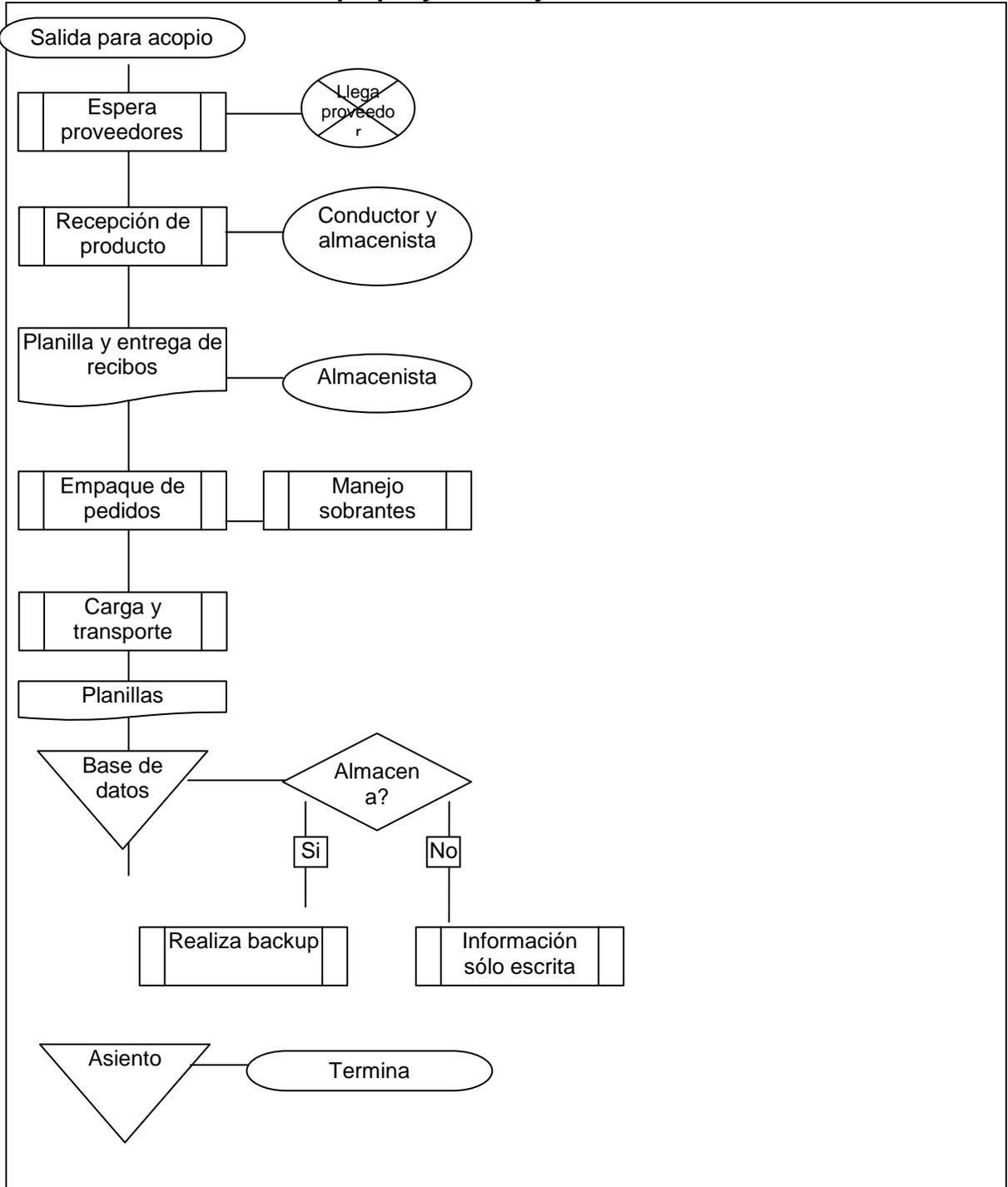
Para garantizar que el producto después de embalado llegue a los clientes en perfecto estado, se van a tener en cuenta los siguientes factores:

- Almacenamiento: El almacenamiento de las bebidas energizantes se deberá hacer bajo techo en recintos cerrado y ventilado, sin permitir que el clima (lluvia

y sol) tengan contacto directo con ellos, estos deben ser almacenados sobre estibas de igual tamaño con tapas y superficies, lisas las cuales mantengan las láminas separadas del contacto directo con el piso.

- Al momento de formarse arrumes de estibas de gran altura se recomienda dejar espacios de ventilación entre los mismos, cuidando de dejar alineados o superpuestos los durmientes entre sí.
- Debido a que el producto es de medidas especiales, las estibas deben tener las medidas adecuadas para el transporte de bebidas.

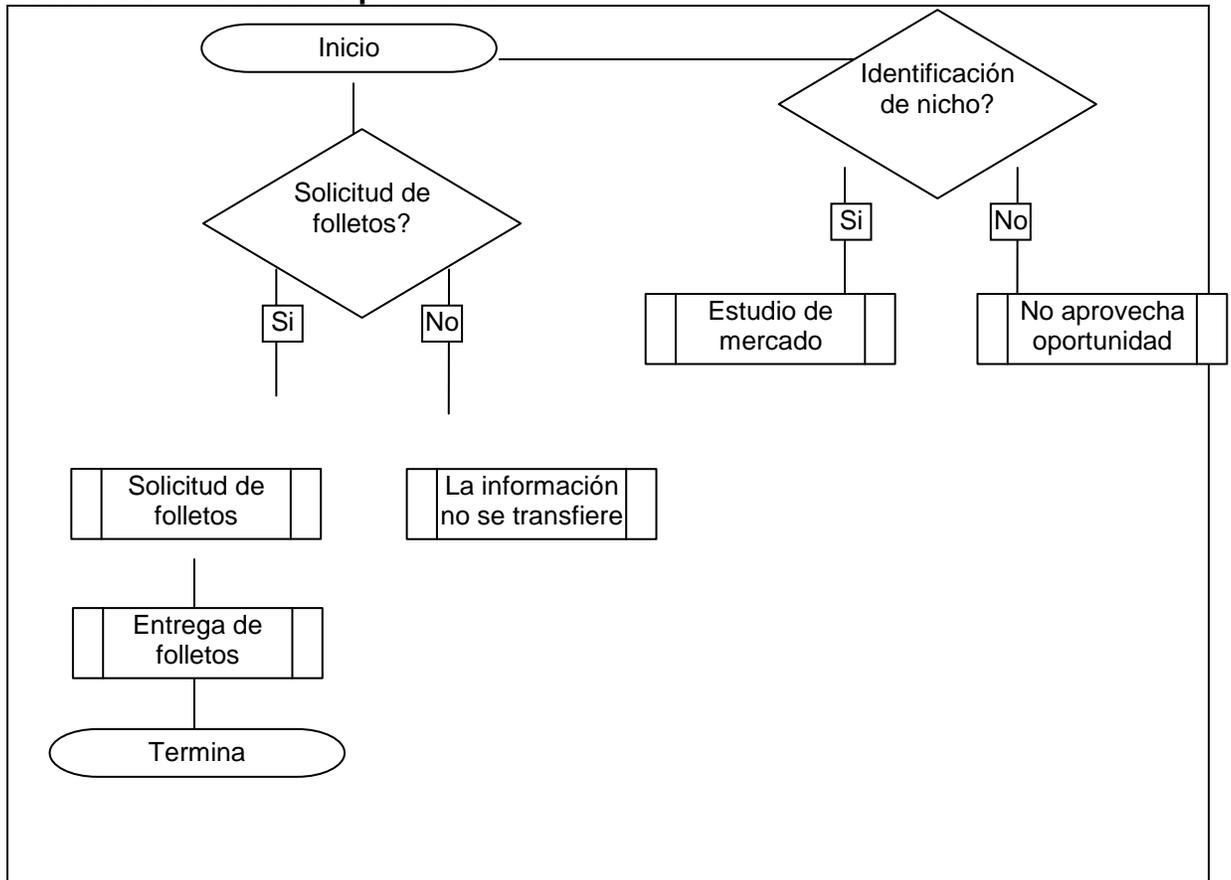
Cuadro 2. Proceso de empaque y embalaje



6.4 PROMOCIÓN

Para la promoción se van a elaborar folletos y catálogos diseñados específicamente para los mercados a los que se pretende hacer llegar el producto.

Cuadro 3. Proceso de promoción



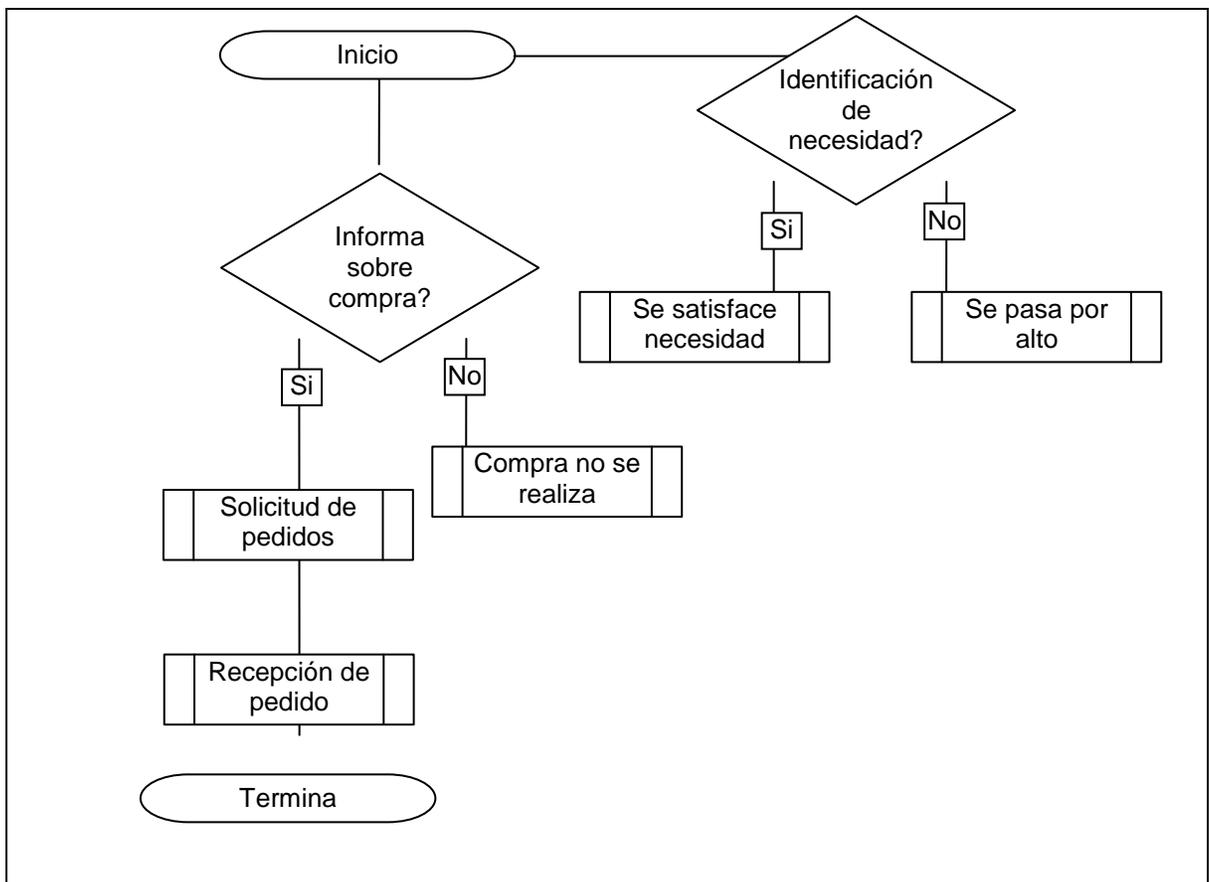
6.5 COMPRA DE INSUMOS

En este proceso, se deben tener en cuenta los siguientes factores:

- Verifique que para todas las adquisiciones de bienes o servicios se preparan órdenes de pedido prenumeradas.
- Verificar si las órdenes de pedido son autorizadas por el responsable del centro o dependencia que solicita el bien.

- Verificar que todas las órdenes de pedido estén firmadas por el jefe de compras y/o otro empleado competente para su autorización y/o aprobación.
- Verifique que existe un sistema de niveles de autorizaciones o límites de responsabilidades según los montos involucrados en las compras y los diversos tipos de ellas.
- Determine si los niveles existentes están adecuadamente establecidos.

Cuadro 4. Proceso de compra e insumos



6.6 VARIABLES DE CONTROL

- Movimiento: es pertinente que la bebida energizante, una vez empacada, esté bien aforada y embalada para evitar movimientos bruscos que puedan causar rompimientos de los empaques.

- Humedad: a pesar de que la bebida energizante será transportada en estado líquido, debe existir una humedad relativamente baja que no afecte las condiciones del producto.
- Temperatura: las condiciones de almacenamiento de la bebida energizante deben estar por debajo de 10° centígrados.
- Información: cada producto debe estar debidamente etiquetado con la información necesaria y exigida para la importación a Colombia.

6.7 DESARROLLO DEL PRODUCTO, BASADO EN EL SEGMENTO DE MERCADO

- Producto de origen natural.
- Debe ser promocionado como un producto rico en vitaminas y nutrientes.
- El valor agregado del producto se debe enfocar en su carácter energizante.
- Muchas de las materias primas empleadas para la elaboración de las bebidas energizantes son poco conocidas en el mercado destino, lo cual debe verse como una ventaja.
- Este es un producto que cubre las necesidades energéticas de un gran sector de la población.
- Las bebidas energizantes pueden ser consumidas por mayores de 18 años.
- Es un producto que podría estar dirigido a un público en edades entre los 18 y 35 años.
- El producto va dirigido a la población que vive en zonas urbanas y suburbanas, en estratos 4, 5 y 6.

6.8 REQUERIMIENTOS DE PERSONAL

Los costos de recursos humanos ascenderían a un total estimado de alrededor \$7.000.000 mensuales.

Cuadro 5. Costos de recurso humano

	NOMINA DE EMPLEADOS	SALARIO BÁSICO	AUXILIO DE TRANSPORTE	APORTE TRABAJADOR SEGURIDAD	APORTE TRABAJADOR PENSION	SUBTOTAL MENSUAL	TOTAL PROYECTADO POR 12 MESES
				4.0%	4.0%		
1	Jefe de ventas y comercio ext.	3.000.000	59.218	120.000	120.000	2.819.218	33.830.616
1	Contador	1.300.000	59.218	52.000	52.000	1.255.218	15.062.616
1	Administrador	1.000.000	59.218	40.000	40.000	979.218	11.750.616
2	Operarios	1.203.000	118.436	48.120	48.120	1.225.196	14.702.352
1	Secretaria	497.000	110.000	19.880	19.880	567.240	6.806.880
	Total Nomina Mensual	7.000.000	406.090	280.000	280.000	6.846.090	82.153.080

SEGURIDAD SOCIAL APORTES EMPLEADOR		APORTES MENSUALES	APORTES PROYECTADO
Salud	8.5%	595.000	7.140.000
Pensión	12.0%	840.000	10.080.000
Arp	0.5%	36.540	438.480
Caja de Compensación fam.	4%	280.000	3.360.000
Icbf	3%	210.000	2.520.000
Sena	2%	140.000	1.680.000
		2.101.540	25.218.480

PROVISIÓN DE PRESTACIONES SOCIALES		PROVISIÓN MENSUAL	PROVISIÓN POR 12 MESES
Cesantías	8.33%	616.927	7.403.128
Intereses a las Cesantías	1%	6.169	888.375
Prima de Servicios	8.33%	616.927	7.403.128

Vacaciones	4.17%	291.900	3.502.800
	21.83%		19.197.430

6.9 MAQUINARIA

Para el proceso importación y comercialización que se desea llevar a cabo, se necesitará:

Cuadro 6. Tecnología

Cant.	Ítem	VR/U	VR/T
4	Mesones en acero inoxidable	250.000	1.000.000
50	Estibas y canastas plásticas	10.000	500.000
1	Equipo de oficina	2.000.000	2.000.000
1	Artículos e insumos para el aseo	1.000.000	1.000.000
	TOTAL		4.500.000

7. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

7.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

Nombre del producto	Bionic Tonic Energy Drink.
Empresa importadora	Bionic Tonic Colombia
Empresa comercializadora	Por definir
Presentación	Empaques de 150 ml. y 350 ml.
Destino del producto	Zona Franca Rionegro

7.2 ESTADO DE DESARROLLO

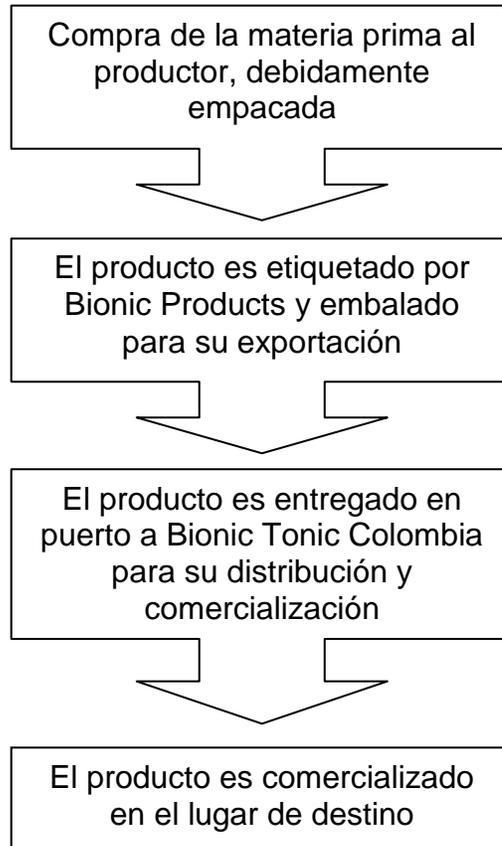
En la actualidad, el producto como tal (bebida energizante) se encuentra en plena etapa de madurez; sin embargo, es necesario introducir este producto en el mercado colombiano de acuerdo a las características específicas del mismo.

7.3 INNOVACIÓN

Para la importación y comercialización se deben emplear contenedores refrigerados de 40 pies x 24 toneladas; en cajas embaladas en estibas de madera que permitan su fácil manipulación. La principal ventaja que ofrece este tipo de embalaje es que es de fácil empleo para el cliente y consumidor final. Aunque algunas empresas emplean tambores metálicos de 200 kg. esta presentación es de carácter únicamente industrial y no permite comparar la marca por parte del cliente o consumidor final.

7.4 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Para la importación del producto se emplearán los siguientes pasos:



7.5 PRESUPUESTO DE COMERCIALIZACIÓN

Se espera importar y comercializar un estimado de 5.000 empaques de 6 unidades al mes.

8. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

8.1 CONCEPTO DEL NEGOCIO

- **NOMBRE COMERCIAL:** Bionic Tonic Colombia.
- **DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:** El producto a comercializar será el de una bebida energizante, el cual es un producto no diluido, ni concentrado, ni fermentado, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de productos naturales.
- **LOCALIZACIÓN / UBICACIÓN DE LA EMPRESA:** la empresa estará ubicada en el sector de la Zona Franca de Rionegro.

8.2 OBJETIVO DE LA EMPRESA

Importar y comercializar la bebida energizante Bionic Tonic proveniente de Las Vegas Nevada (Estados Unidos) para ser introducida en el territorio Colombiano.

8.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



8.4 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y NÓMINA

	NOMINA DE EMPLEADOS	SALARIO BÁSICO	AUXILIO DE TRANSPORTE	APORTE TRABAJADOR SEGURIDAD	APORTE TRABAJADOR PENSION	SUBTOTAL MENSUAL	TOTAL PROYECTADO POR 12 MESES
				4.0%	4.0%		
1	Jefe de ventas y comercio ext.	3.000.000	59.218	120.000	120.000	2.819.218	33.830.616
1	Contador	1.300.000	59.218	52.000	52.000	1.255.218	15.062.616
1	Administrador	1.000.000	59.218	40.000	40.000	979.218	11.750.616
2	Operarios	1.203.000	118.436	48.120	48.120	1.225.196	14.702.352
1	Secretaria	497.000	110.000	19.880	19.880	567.240	6.806.880
	Total Nomina Mensual	7.000.000	406.090	280.000	280.000	6.846.090	82.153.080

SEGURIDAD SOCIAL APORTES EMPLEADOR		APORTES MENSUALES	APORTES PROYECTADO
Salud	8.5%	595.000	7.140.000
Pensión	12.0%	840.000	10.080.000
Arp	0.5%	36.540	438.480
Caja de Compensación fam.	4%	280.000	3.360.000
Icbf	3%	210.000	2.520.000
Sena	2%	140.000	1.680.000
		2.101.540	25.218.480

PROVISIÓN DE PRESTACIONES SOCIALES		PROVISIÓN MENSUAL	PROVISIÓN POR 12 MESES
Cesantías	8.33%	616.927	7.403.128
Intereses a las Cesantías	1%	6.169	888.375

Prima de Servicios	8.33%	616.927	7.403.128
Vacaciones	4.17%	291.900	3.502.800
	21.83%		19.197.430

9. RECURSOS HUMANOS

Cuadro 7. Capital de trabajo

Cargo	Jefe de ventas y comercio exterior
Educación	Administrador en áreas administrativas o afines.
Formación	Conocimientos en mercadeo internacional
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relaciones Interpersonales. ▪ Liderazgo. ▪ Manejo de Personal. ▪ Relaciones Públicas.
Experiencia	Dos años.

Cargo	Contador
Educación	Contador público titulado.
Formación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Principios y prácticas de contabilidad. ▪ Aplicación y desarrollo de sistemas contables. ▪ Leyes, reglamentos y decretos con el área de contabilidad. ▪ Clasificación y análisis de la información contable. ▪ Aplicaciones contables.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dirigir personal de medio y alto nivel. ▪ Poder de Negociación. ▪ Capacidad de interrelacionarse y comunicarse con todos los niveles de la organización. ▪ Visión estratégica en impuestos.
Experiencia	Tres (3) años de experiencia progresiva en cargos similares y empresas del sector.

Cargo	Operarios
Educación	Técnico en áreas administrativas o afines.
Formación	Sólidos conocimientos de planificación, control de inventarios, y almacenamiento de materiales.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buenas Relaciones Interpersonales. ▪ Organizar trabajo de una unidad. ▪ Manejo de compras. ▪ Supervisión observación manual y control del almacén. ▪ Manejo de personal.
Experiencia	Dos (2) años de experiencia progresiva en cargos similares y empresas del sector.

Cargo	Secretaria
Educación	Técnica secretariado comercial.
Formación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manejo de Hoja de Cálculo. ▪ Manejo de Procesador de Texto. ▪ Manejo de Internet.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buenas Relaciones Interpersonales. ▪ Expresión Verbal y Escrita.
Experiencia	Un año en cargo semejante.

Cargo	Administrador
Educación	Tecnólogo en administración.
Formación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En el manejo y método de oficina. ▪ Redacción, ortografía y sintaxis. ▪ Elaboración de documentos mercantiles en el área de

	<p>su competencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaboración de documentos administrativos en el área de su competencia.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manejar los diferentes formatos de compras. ▪ Expresarse claramente en forma oral y escrita. ▪ Realizar cálculos numéricos con rapidez y precisión.
Experiencia	Un (1) años en empresas afines del sector.

10. ASPECTOS LEGALES

10.1 REQUISITOS PREVIOS DE FORMALIZACIÓN

Antes de acercarse a las sedes de la Cámara de Comercio, el empresario debe cumplir con unos pasos previos:

Para la creación y constitución de una sociedad comercial se realizarán inicialmente los siguientes procedimientos:

- Acta de constitución: En este documento se establecen los aportes de cada socio, la razón social, dirección del domicilio, objeto social (actividad comercial de la empresa como tal) y representante legal.
- Minuta de constitución: Escritura publica de constitución ante un notario.
- Inscripción ante la cámara de comercio: Para este trámite deben seguirse los siguientes pasos:

1. Consultar el nombre comercial: Se debe verificar que el nombre que se va a solicitar no exista registrado por otra empresa o razón social. Este trámite se puede realizar por Internet en la página de la Cámara o en los módulos de autoservicio dispuestos en los CAE's ubicados en las sedes de la Cámara de Comercio para tal fin.

2. Informativo de Uso de Suelos: Dpto. Admito. De Planeación: La localización del establecimiento está determinada por las normas de usos de suelos definidas por el acuerdo municipal en el Plan de Ordenamiento Territorial P.O.T. y demás normas que lo complementan. Existen normas específicas que regulan la localización de los establecimientos abiertos al público y actividades de servicios, y algunas de control policivo que determinan los procedimientos a efectuar por parte del Municipio para el cumplimiento de los usos del suelo, las cuales pueden ser consultadas previamente en la Unidad de Monitoreo y Control del Departamento Administrativo de Planeación y/o en las oficinas de Planeación de los demás municipios según sea el caso, o bien en la orientación especializada del

CAE, en forma verbal o escrita. Para el efecto se deberá informar, como mínimo, la dirección del establecimiento y la actividad principal. Es obligación informar a Planeación la apertura del establecimiento, la cual queda cumplida con el lleno del formulario anexo a la Carátula Única.

3. Si es una Persona Jurídica, haber tramitado ante una notaría la minuta de constitución de la empresa para obtener la escritura pública que debe anexar al trámite de constitución en el CAE.

4. Antecedente Macario: Una vez definido el nombre del producto o marca, es recomendable realizar la consulta de la base de datos de antecedente Macario para evitar posibles problemas legales derivados de protección de nombre y marca. No se debe olvidar:

- Legalizar el acta y la escritura de constitución.
- Pagar impuestos de registro y anotación (Beneficencia)
- Identificar el Representante legal, la Junta Directiva y el Revisor Fiscal

10.2 TRÁMITES

Para la constitución de una empresa se deben realizar 10 trámites en 7 entidades diferentes: Cámara de Comercio, DIAN, Gobernación, Secretaria de Hacienda, Secretaria de Salud, Departamento Administrativo de Planeación y Bomberos. Con el nuevo proceso de Simplificación de Trámites la única gestión que el empresario debe realizar es diligenciar en cualquiera de las sedes de la Cámara de Comercio para Antioquia la CARÁTULA ÚNICA EMPRESARIAL. Este documento se compone de un formulario de información básica y un anexo.

Actualmente, la Cámara de Comercio, con el programa Simplificación de Trámites, en su afán por innovar y facilitarles a los futuros empresarios la creación y constitución de empresas ha canalizado 10 trámites en uno solo. Los empresarios

que realicen su matrícula mercantil podrán adicionalmente solicitar a través de la Cámara los siguientes trámites:

Trámite	Entidad Responsable
1. Consulta de Nombre	Cámara de Comercio
2. Impuesto de Registro	Gobernación
3. Inscripción – Constitución	Cámara de Comercio
4. Inscripción Libros de Comercio	Cámara de Comercio
5. Matricula Industria y Comercio	Municipio – Secretaría de Hacienda
6. Inscripción en el Registro Nacional de Vendedores y asignación del Número de Identificación Tributario NIT	DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales
7. Visto Bueno de Salud	Municipio – Secretaría de Salud
8. Informativo de Uso de Suelos	Municipio – Departamento Administrativo de Planeación
9. Informar a la oficina de Planeación correspondiente el inicio de las actividades	Municipio – Departamento Administrativo de Planeación
10. Visto bueno de Seguridad de Estado. abiertos al público –	Cuerpo Oficial de Bomberos

1. CONSULTA DE NOMBRE: La selección del nombre es un paso fundamental al inicio de la nueva empresa. Con este Servicio podrá enterarse si el nombre consultado está registrado o si por el contrario no hay existencia del mismo. Si no aparece ninguna empresa después de realizada la búsqueda, estará confirmando que su nombre aún no presenta registro, y podrá seleccionarlo.

2. IMPUESTO DE REGISTRO - Rentas Departamentales: La Cámara de Comercio le facilita a los comerciantes, el proceso de pago en las sedes del

impuesto de Rentas Departamentales de la Gobernación de Antioquia, integrado al proceso de creación de empresas.

3. INSCRIPCIÓN – CONSTITUCIÓN

- **MATRICULA PERSONA NATURAL VIRTUAL:** Los empresarios pueden desde cualquier parte, matricularse virtualmente de manera rápida y sencilla ahorrando tiempo, contactos y dinero. El empresario ingresa al servicio de la Matrícula Virtual y diligencia la información sobre el comerciante y el establecimiento de comercio y finalmente efectúa el pago por los medios que allí se indican. Se completa la información adicional solicitada por la DIAN y las Secretarías Municipales.
- **MATRÍCULA PERSONA JURÍDICA:** Suscripción y Protocolización de la Escritura de Constitución: Los empresarios que deseen constituir una sociedad deben contactar previamente una notaria, con el fin de diligenciar la suscripción de la minuta de constitución de la sociedad. La Cámara ha desarrollado un aplicativo en línea que permite ingresar la información necesaria para la construcción de la minuta, teniendo en cuenta las validaciones internas del aplicativo, y una vez revisada y aprobada por los socios y por el Notario, enviarla a la Cámara de Comercio. Una vez diligenciada la escritura, se debe dirigir a cualquiera de las sedes de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, y diligenciar el formulario de Matrícula de Persona Jurídica y el anexo DIAN-SM. Esta información debe estar firmada por el Representante Legal.

4. **INSCRIPCIÓN LIBROS DE COMERCIO:** De acuerdo con la ley los comerciantes deben registrar sus libros contables en la Cámara de Comercio de su jurisdicción. El destino de los mismos es suministrar un fundamento razonable a la fidelidad de los asientos o del contenido de éstos. El proceso de registro de los Libros en la Cámara lo pueden realizar los comerciantes en el momento de la

matricula, para ello sólo basta diligenciar un formato y efectuar el pago respectivo. Podrá traerlos físicamente marcados con la solicitud correspondiente o adquirirlos en cualquiera de las taquillas del Centro de Atención Empresarial.

El Registro de los libros en las Cámaras de Comercio no cumple una función de publicidad, como si ocurre con las matrículas y las inscripciones. En una medida que brinda protección a la integridad material de los libros y seguridad y certeza sobre el propietario y el destino de los mismos, para suministrar un fundamento razonable a la fidelidad de los asientos o del contenido de los libros. Son libros que se registran en blanco y cuyo contenido está amparado por la reserva garantizada en la Constitución Política, para los libros y papeles privados de toda persona. Podrá traerlos físicamente con las solicitudes correspondientes o adquirirlos en la cámara de comercio.

5. MATRÍCULA DE INDUSTRIA Y COMERCIO: El impuesto de Industria y Comercio es un gravamen de carácter obligatorio, recaerá sobre todas las actividades industriales, comerciales, de servicios y financieras, que se ejerzan o realicen dentro de la jurisdicción del Municipio, que se cumplan en forma permanente u ocasional, en inmuebles determinados, con establecimiento o sin ellos.

6. DIAN: Inscripción en el Registro Nacional de Vendedores y asignación del Número de Identificación Tributario NIT: El Registro Único Tributario, RUT, e la base de datos que de los contribuyentes lleva la Administración Tributaria a nivel Nacional, la cual comprende la información básica de los mismos, con fines estadísticos y de control. Con el RUT a cada contribuyente se le asigna un NIT. El Número de Identificación Tributaria, NIT, es la expresión numérica eminentemente tributaria o fiscal que identifica ante impuestos nacionales, así como ante otras entidades públicas y privadas a los contribuyentes y declarantes.

7. VISTO BUENO DE SALUD: Para el cumplimiento de normas sobre protección y conservación de la audición en lo referente al control de las emisiones de ruido además, de un control de la contaminación del aire con elementos tóxicos, en estos casos, se presenta un supervisor de la entidad para constatar lo anterior y dar el visto bueno. En caso de ser una industria de alimentos debe cumplir con requisitos como:

- Instalaciones mínimas sanitarias
- Buena iluminación
- Buena ventilación
- Buen estado en techos, pisos y paredes
- Alimentos: cocinas personal apto
- Farmacia: Título
- Fábrica: Desechos sólidos, reglamento de salud ocupacional.
- Condiciones de lavaderos (aseo)

8. INFORMATIVO DE USOS DEL SUELO: Permite conocer en tiempo real los usos permitidos o no para el ejercicio de una actividad económica determinada en una dirección específica de la ciudad de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial P.O.T. y la reglamentación existente. La reglamentación nacional decreto 2150/95 suprimió las licencias de funcionamiento y reformó los procedimientos para poder ejecutar una actividad en el territorio nacional. Mientras opere el establecimiento ha de cumplir con los requisitos para su ubicación definidos en la normativa que los regula y de las entidades competentes en materias tales como: La racional mezcla de usos, respecto y manejo del espacio público, parqueaderos, control de impactos ambientales, intensidad y conflictos funcionales, horarios, condiciones locativas.

9. INFORMAR A LA OFICINA DE PLANEACIÓN CORRESPONDIENTE EL INICIO DE LAS ACTIVIDADES: Para dar cumplimiento a la ley 232 de 1995, los comerciantes deberán reportar a la oficina de planeación correspondiente la

apertura de la actividad económica, indicando la ubicación y actividad a desarrollar.

10. SEGURIDAD DE ESTABLECIMIENTOS ABIERTOS AL PÚBLICO: Consiste en un certificado que expide el Cuerpo de Bomberos donde consta que el local donde funcionará la empresa o establecimiento de comercio reúne normas mínimas de seguridad. En la inspección ocular se constata algunos elementos como:

- Extintor
- Equipo de Seguridad
- Instalaciones eléctricas en buen estado
- Puertas de acceso y salida sin obstáculos.

Los formatos que debe diligenciar para realizar su Matrícula son:

- Carátula Única Empresarial
- Anexo Matrícula Mercantil
- Anexo DIAN-Secretaria Municipal (SM)
- Formulario DIAN

10.3 TRÁMITES DE FUNCIONAMIENTO (PASOS POSTERIORES A LA LEGALIZACIÓN)

Una vez la empresa empieza a funcionar el empresario debe tener en cuenta ciertos trámites de funcionamiento y de seguridad laboral, que si bien no son necesarios para todas las empresas, sí dependen del funcionamiento de la misma. Dichos trámites se refieren a permisos por parte de la Secretaria de Salud Municipal sobre cursos de manipulación de alimentos, visto bueno de seguridad de establecimientos abiertos al público para eventos especiales, y derechos de autor de SAYCO y ACINPRO.

1. REGISTRO DE PROPONENTES: El registro de proponentes tiene por objeto la inscripción, clasificación y calificación de todas las personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras que aspiren a celebrar con las entidades estatales, los contratos de: Obra, consultoría, compraventa y suministro de bienes muebles. Diligenciando el formulario único, el cual viene acompañado de las instrucciones, podrá en un solo acto de inscripción, clasificarse como Constructor, Consultor o Proveedor por el mismo valor. La inscripción tiene vigencia de un año y deberá renovarse dentro del mes anterior a su vencimiento.

2. PAZ Y SALVO SAYCO – ACINPRO: Una vez el empresario o comerciante posee el NIT, debe obtener el paz y Salvo por derechos de autor sea o no responsable por la ejecución de música en su establecimiento de comercio, para lo cual debe cancelar por año anticipado este echo en las oficinas de Sayco-Acinpro.

3. TRÁMITES DE SEGURIDAD LABORAL: Los requisitos que se describen a continuación deben realizarse una vez la empresa entra en funcionamiento para garantizar la seguridad social de sus empleados:

- Inscribirse ante la Administración de Riesgos Profesional (Privada o ISS). Así mismo es necesario que el empleador inscriba a sus empleados en una Compensación Familiar (Pagar ICBF (3% del valor de la Nómina), SENA (2%), y Cajas de compensación familiar (4%)) - Consultar ley 590 artículo 43.
- Afiliar a los trabajadores al Sistema de Seguridad Social y de Pensiones ante las Entidades Promotoras de Salud (EPS) y Fondo de Pensiones.
- Afiliar a los trabajadores a los Fondos de Cesantías.
- Inscribirse a un programa de seguridad industrial.

4. LEGALIZACIÓN DEL REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO: Presentar tres copias del Reglamento, firmadas por el representante legal.

5. SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA NUMERACIÓN: Si usted es persona natural o jurídica y es responsable del impuesto sobre las ventas IVA, usted debe solicitar autorización para la numeración de las facturas que debe imprimir. Los siguientes son los requisitos y documentos necesarios para realizar el trámite ante la DIAN:

- a. Formato debidamente diligenciado en original y copia de la solicitud de autorización para la numeración, de acuerdo con las instrucciones que se encuentran en el respaldo del formato.
- b. Fotocopia cédula del representante legal o de la persona natural.
- c. Fotocopia del Nit.
- d. Si el trámite no se realiza personalmente, debe mediar poder otorgado en debida forma.

El tiempo aproximado de respuesta es de cinco (5) días hábiles.

6. REGISTRO NACIONAL EXPORTADOR: El trámite del Registro Nacional de Exportador se encuentra descentralizado, es decir, que es aprobado ó rechazado por la Oficina Regional en donde usted radicó. Cualquier aclaración sobre su radicado, se debe hacer, exclusivamente, en la Oficina Mincomercio correspondiente.

7. REGISTRO SANITARIO AUTOMÁTICO.

8. TRÁMITE DE FUNCIONAMIENTO: Registro de Bienes y Servicios sujetos a Reglamentación Especial o norma técnica Colombiana.

11. ESTUDIO FINANCIERO

11.1 COSTO DEL PRODUCTO Y PRECIO UNITARIO DE VENTA

HOJA DE COSTOS				
PRODUCTO	Bebida energizante de 150 ml.		LOTE	1
CANT	UND	DETALLE	VR UNIT	VR TOTAL
Costeo de Materiales				
1	Und.	Bebida energizante de 150 ml.	1.500	1.500
		TOTAL COSTO DE MATERIALES		1.500
Costeo de Mano de Obra				
CANT	UND	DETALLE	VR UNIT	VR TOTAL
1	Hora		500	500
				-
		TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA		500
		COSTO TOTAL DEL LOTE		2.000
		COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN		2.000
% Política de Utilidad	50	PRECIO DE VENTA		4.000

		Margen de Contribución	2.000
--	--	-------------------------------	--------------

HOJA DE COSTOS				
PRODUCTO	Bebida energizante de 350 ml.		LOTE	1
CANT	UND	DETALLE	VR UNIT	VR TOTAL
Costeo de Materiales				
1	Und.	Bebida energizante de 350 ml.	2.500	2.500
		TOTAL COSTO DE MATERIALES		2.500
Costeo de Mano de Obra				
CANT	UND	DETALLE	VR UNIT	VR TOTAL
1	Hora		500	500
				-
		TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA		500
		COSTO TOTAL DEL LOTE		3.000
		COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN		3.000
% Política de Utilidad	50	PRECIO DE VENTA		6.000
		Margen de Contribución		3.000

11.2 INVERSIÓN REQUERIDA

INVERSIÓN REQUERIDA			
CANT	DETALLE	VR UNITARIO	VR TOTAL
1	Vehículo de carga	40.000.000	40.000.000
1	Muebles	810.000	810.000
1	Equipo de computación y comunicación	2.350.000	2.350.000
1	Gastos de organización y adecuación	1.000.000	1.000.000
1	Licencias	4.000.000	4.000.000
1	Imprevistos y otros	1.000.000	1.000.000
			49.160.000

10.3 FINANCIACIÓN DEL CAPITAL

			tasa
Deuda	100	49.160.000	0.68
Capital	0	-	

Instancias como el “Fondo Emprender” o “Capital Semilla”, son mecanismos creados por el gobierno colombiano para fortalecer y apoyar la formación de pequeñas y medianas empresas exportadoras; su principal característica es el otorgamiento de créditos a intereses por debajo del 1% mensual.

Crédito a 36 meses				
MES	Amortización	Intereses	Cuota	Saldo
				49.160.000
1	1.365.556	325.002	1.690.558	47.794.444
2	1.365.556	315.716	1.681.272	46.428.889

3	1.365.556	306.431	1.671.986	45.063.333
4	1.365.556	297.145	1.662.700	43.697.778
5	1.365.556	287.859	1.653.415	42.332.222
6	1.365.556	278.573	1.644.129	40.966.667
7	1.365.556	269.288	1.634.843	39.601.111
8	1.365.556	260.002	1.625.557	38.235.556
9	1.365.556	250.716	1.616.272	36.870.000
10	1.365.556	241.430	1.606.986	35.504.444
11	1.365.556	232.144	1.597.700	34.138.889
12	1.365.556	222.859	1.588.414	32.773.333
13	1.365.556	213.573	1.579.128	31.407.778
14	1.365.556	204.287	1.569.843	30.042.222
15	1.365.556	195.001	1.560.557	28.676.667
16	1.365.556	185.716	1.551.271	27.311.111
17	1.365.556	176.430	1.541.985	25.945.556
18	1.365.556	167.144	1.532.700	24.580.000
19	1.365.556	157.858	1.523.414	23.214.444
20	1.365.556	148.572	1.514.128	21.848.889
21	1.365.556	139.287	1.504.842	20.483.333
22	1.365.556	130.001	1.495.556	19.117.778
23	1.365.556	120.715	1.486.271	17.752.222
24	1.365.556	111.429	1.476.985	16.386.667
25	1.365.556	102.144	1.467.699	15.021.111
26	1.365.556	92.858	1.458.413	13.655.556
27	1.365.556	83.572	1.449.128	12.290.000
28	1.365.556	74.286	1.439.842	10.924.444
29	1.365.556	65.000	1.430.556	9.558.889
30	1.365.556	55.715	1.421.270	8.193.333
31	1.365.556	46.429	1.411.984	6.827.778

32	1.365.556	37.143	1.402.699	5.462.222
33	1.365.556	27.857	1.393.413	4.096.667
34	1.365.556	18.572	1.384.127	2.731.111
35	1.365.556	9.286	1.374.841	1.365.556
36	1.365.556	0	1.365.556	0
			55.010.040	
			Cuota	1.528.057

10.4 COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS	
Arrendamiento	3.000.000
Servicios Públicos	1.000.000
Jefe de ventas y comercio exterior	3.000.000
Contador	1.300.000
Administrador	1.000.000
Secretaria	497.000
Papelería	300.000
Cuota préstamo banco	1.528.057
Impuestos Municipales	80.000
Impuestos Nacionales	1.000.000
Impuestos internacionales	5.000.000
	17.705.057

10.5 CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO							
SERVICIOS	Participacion %	Costos Fijos	Costo unit	P de V	margen	P DE E	DIARIO
Bebida energizante de 150 ml.	50	8.852.528	2.000	4.000	2.000	4.426	147.54
Bebida energizante de 350 ml.	50	8.852.528	3.000	6.000	3.000	2.951	98.36
	100	17.705.057				7.377	245.90

10.6 INGRESO EN EQUILIBRIO

INGRESO EN EQUILIBRIO			
Bebida energizante de 150 ml.	4.426	4.000	17.705.057
Bebida energizante de 350 ml.	2.951	6.000	17.705.057
	INGRESO EN EQUILIBRIO		35.410.113

10.7 CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA PRIMER AÑO

CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA			
PRIMER AÑO			
	Factor Incremental de demanda	Bebida energizante de 150 ml.	Bebida energizante de 350 ml.
1		2500	2500
2	3	2575	2575
3	3	2652	2652

4	3	2732	2732
5	3	2814	2814
6	3	2898	2898
7	3	2985	2985
8	3	3075	3075
9	3	3167	3167
10	3	3262	3262
11	3	3360	3360
12	3	3461	3461

10.8 CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA SEGUNDO AÑO

CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA			
SEGUNDO AÑO			
Mes	Factor incremental de demanda	Bebida energizante de 150 ml.	Bebida energizante de 350 ml.
1	3	3564	3564
2	3	3671	3671
3	3	3781	3781
4	3	3895	3895
5	3	4012	4012
6	3	4132	4132
7	3	4256	4256
8	3	4384	4384
9	3	4515	4515
10	3	4651	4651
11	3	4790	4790
12	3	4934	4934

10.9 CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA TERCER AÑO

CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA			
TERCER AÑO			
Mes	Factor incremental de demanda	Bebida energizante de 150 ml.	Bebida energizante de 350 ml.
1	3	5082	5082
2	3	5234	5234
3	3	5391	5391
4	3	5553	5553
5	3	5720	5720
6	3	5891	5891
7	3	6068	6068
8	3	6250	6250
9	3	6438	6438
10	3	6631	6631
11	3	6830	6830
12	3	7035	7035

10.10 ESTADO DE RESULTADOS PRIMER AÑO

ESTADO DE RESULTADOS												
PRIMER AÑO												
MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
INGRESOS												
Bebida energizante de 150 ml.												
Cant	2500	2.575	2.652	2.732	2.814	2.898	2.985	3.075	3.167	3.262	3.360	3.461
Precio Venta	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
Ingreso	10.000.000	10.300.000	10.609.000	10.927.270	11.255.088	11.592.741	11.940.523	12.298.739	12.667.701	13.047.732	13.439.164	13.842.339
Bebida energizante de 350 ml.												
Cant	2500	2.575	2.652	2.732	2.814	2.898	2.985	3.075	3.167	3.262	3.360	3.461
Precio Venta	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Ingreso	15.000.000	15.450.000	15.913.500	16.390.905	16.882.632	17.389.111	17.910.784	18.448.108	19.001.551	19.571.598	20.158.746	20.763.508
Total Ingresos	25.000.000	25.750.000	26.522.500	27.318.175	28.137.720	28.981.852	29.851.307	30.746.847	31.669.252	32.619.330	33.597.909	34.605.847

COSTOS												
Bebida energizante de 150 ml.												
Cant	2500	2.575	2.652	2.732	2.814	2.898	2.985	3.075	3.167	3.262	3.360	3.461
Costo Unitario	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Costo	5.000.000	5.150.000	5.304.500	5.463.635	5.627.544	5.796.370	5.970.261	6.149.369	6.333.850	6.523.866	6.719.582	6.921.169
Bebida energizante de 350 ml.												
Cant	2500	2.575	2.652	2.732	2.814	2.898	2.985	3.075	3.167	3.262	3.360	3.461
Costo Unitario	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Costo	7.500.000	7.725.000	7.956.750	8.195.453	8.441.316	8.694.556	8.955.392	9.224.054	9.500.776	9.785.799	10.079.37	

											3	10.381.754
Costos Totales	12.500.000	12.875.000	13.261.250	13.659.088	14.068.860	14.490.926	14.925.654	15.373.423	15.834.626	16.309.665	16.798.955	17.302.923
Utilidad bruta	12.500.000	12.875.000	13.261.250	13.659.088	14.068.860	14.490.926	14.925.654	15.373.423	15.834.626	16.309.665	16.798.955	17.302.923
GASTOS	17.705.057	17.705.057	17.705.057	17.705.057	17.705.057	17.705.057	17.705.057	17.705.057	17.705.057	17.705.057	17.705.057	17.705.057
INGRESOS NETOS	- 5.205.057	-4.830.057	- 4.443.807	- 4.045.969	- 3.636.197	-3.214.131	- 2.779.403	-2.331.633	-1.870.431	-1.395.392	- 906.102	- 402.133

10.11 ESTADO DE RESULTADOS SEGUNDO AÑO

ESTADO DE RESULTADOS												
SEGUNDO AÑO												
MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
INGRESOS												
INCREMENTO PRECIO DE VENTA (%)	10											
Bebida energizante de 150 ml.												
Cant	3.564	3.671	3.781	3.895	4.012	4.132	4.256	4.384	4.515	4.651	4.790	4.934
Precio Venta	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400
Ingreso	15.683.370	16.153.871	16.638.487	17.137.642	17.651.771	18.181.324	18.726.764	19.288.567	19.867.224	20.463.240	21.077.137	21.709.452
Bebida energizante de 350 ml.												
Cant	3.564	3.671	3.781	3.895	4.012	4.132	4.256	4.384	4.515	4.651	4.790	4.934
Precio Venta	6.600	6.600	6.600	6.600	6.600	6.600	6.600	6.600	6.600	6.600	6.600	6.600
Ingreso	23.525.055	24.230.806	24.957.730	25.706.462	26.477.656	27.271.986	28.090.146	28.932.850	29.800.835	30.694.860	31.615.706	32.564.177

Total Ingresos	39.208.424	40.384.677	41.596.217	42.844.104	44.129.427	45.453.310	46.816.909	48.221.416	49.668.059	51.158.101	52.692.844	54.273.629
-----------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

COSTOS												
INCREMENTO EN COSTOS (%)	8											
Bebida energizante de 150 ml.												
Cant	3.564	3.671	3.781	3.895	4.012	4.132	4.256	4.384	4.515	4.651	4.790	4.934
Costo Unitario	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160
Ingreso	7.699.109	7.930.082	8.167.985	8.413.024	8.665.415	8.925.377	9.193.139	9.468.933	9.753.001	10.045.591	10.346.958	10.657.367
Bebida energizante de 350 ml.												
Cant	3.564	3.671	3.781	3.895	4.012	4.132	4.256	4.384	4.515	4.651	4.790	4.934
Costo Unitario	3.240	3.240	3.240	3.240	3.240	3.240	3.240	3.240	3.240	3.240	3.240	3.240
Ingreso	11.548.663	11.895.123	12.251.977	12.619.536	12.998.122	13.388.066	13.789.708	14.203.399	14.629.501	15.068.386	15.520.438	15.986.051
Costos Totales	19.247.772	19.825.205	20.419.961	21.032.560	21.663.537	22.313.443	22.982.846	23.672.332	24.382.502	25.113.977	25.867.396	26.643.418

Utilidad bruta	19.960.652	20.559.472	21.176.256	21.811.544	22.465.890	23.139.867	23.834.063	24.549.085	25.285.557	26.044.124	26.825.448	27.630.211
-----------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

GASTOS	19.121.461											
---------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

INGRESOS NETOS	839.191	1.438.011	2.054.795	2.690.083	3.344.429	4.018.406	4.712.602	5.427.624	6.164.096	6.922.663	7.703.987	8.508.750
-----------------------	----------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

10.12 ESTADO DE RESULTADOS TERCER AÑO

ESTADO DE RESULTADOS												
TERCER AÑO												
MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
INGRESOS												
INCREMENTO PRECIO DE VENTA (%)	10											
Bebida energizante de 150 ml.												
Cant	5.082	5.234	5.391	5.553	5.720	5.891	6.068	6.250	6.438	6.631	6.830	7.035
Precio Venta	4.840	4.840	4.840	4.840	4.840	4.840	4.840	4.840	4.840	4.840	4.840	4.840
Ingreso	24.596.809	25.334.713	26.094.754	26.877.597	27.683.925	28.514.443	29.369.876	30.250.972	31.158.501	32.093.256	33.056.054	34.047.736
Bebida energizante de 350 ml.												
Cant	5.082	5.234	5.391	5.553	5.720	5.891	6.068	6.250	6.438	6.631	6.830	7.035
Precio Venta	7.260	7.260	7.260	7.260	7.260	7.260	7.260	7.260	7.260	7.260	7.260	7.260
Ingreso	36.895.213	38.002.069	39.142.132	40.316.395	41.525.887	42.771.664	44.054.814	45.376.458	46.737.752	48.139.885	49.584.081	51.071.604
Total Ingresos	61.492.022	63.336.782	65.236.886	67.193.992	69.209.812	71.286.107	73.424.690	75.627.430	77.896.253	80.233.141	82.640.135	85.119.339

COSTOS												
INCREMENTO EN COSTOS (%)	10											
Bebida energizante de 150 ml.												
Cant	5.082	5.234	5.391	5.553	5.720	5.891	6.068	6.250	6.438	6.631	6.830	7.035
Costo Unitario	2.376	2.376	2.376	2.376	2.376	2.376	2.376	2.376	2.376	2.376	2.376	2.376
Ingreso	12.074.797	12.437.041	12.810.152	13.194.457	13.590.290	13.997.999	14.417.939	14.850.477	15.295.992	15.754.871	16.227.517	16.714.343
Bebida energizante de 350 ml.												
Cant	5.082	5.234	5.391	5.553	5.720	5.891	6.068	6.250	6.438	6.631	6.830	7.035
Costo Unitario	3.564	3.564	3.564	3.564	3.564	3.564	3.564	3.564	3.564	3.564	3.564	3.564

Ingreso	18.112.195	18.655.561	19.215.228	19.791.685	20.385.436	20.996.999	21.626.909	22.275.716	22.943.987	23.632.307	24.341.276	25.071.514
Costos Totales	30.186.992	31.092.602	32.025.380	32.986.142	33.975.726	34.994.998	36.044.848	37.126.193	38.239.979	39.387.178	40.568.794	41.785.857
Utilidad bruta	31.305.029	32.244.180	33.211.506	34.207.851	35.234.086	36.291.109	37.379.842	38.501.237	39.656.274	40.845.963	42.071.342	43.333.482
GASTOS	21.033.607	21.033.607	21.033.607	21.033.607	21.033.607	21.033.607	21.033.607	21.033.607	21.033.607	21.033.607	21.033.607	21.033.607
INGRESOS NETOS	10.271.422	11.210.573	12.177.898	13.174.243	14.200.479	15.257.501	16.346.235	17.467.630	18.622.667	19.812.355	21.037.734	22.299.874

10.13 INGRESOS NETOS – VPN

INGRESOS NETOS			
Primer Año			
T.M.R.R	0.30	Factor	V.P.N
1	- 5.205.057	1.025	-5.078.104
2	- 4.830.057	1.051	-4.597.317
3	- 4.443.807	1.077	-4.126.516
4	- 4.045.969	1.104	-3.665.448
5	- 3.636.197	1.131	-3.213.868
6	- 3.214.131	1.160	-2.771.535
7	- 2.779.403	1.189	-2.338.215

INGRESOS NETOS			
Primer Año			
TIR	0.77	Factor	V.P.N
1	-5.205.057	1.0642	-4.891.204
2	-4.830.057	1.132	-4.265.136
3	-4.443.807	1.205	-3.687.451
4	-4.045.969	1.282	-3.154.888
5	-3.636.197	1.365	-2.664.398
6	-3.214.131	1.452	-2.213.123
7	-2.779.403	1.545	-1.798.390

8	- 2.331.633	1.218	-1.913.680
9	- 1.870.431	1.249	-1.497.707
10	- 1.395.392	1.280	-1.090.078
11	- 906.102	1.312	- 690.581
12	- 402.133	1.345	- 299.009
13	839.191	1.379	608.766
14	1.438.011	1.413	1.017.719
15	2.054.795	1.448	1.418.765
16	2.690.083	1.485	1.812.107
17	3.344.429	1.522	2.197.942
18	4.018.406	1.560	2.576.465
19	4.712.602	1.599	2.947.863
20	5.427.624	1.639	3.312.321
21	6.164.096	1.680	3.670.018
22	6.922.663	1.722	4.021.130
23	7.703.987	1.765	4.365.828
24	8.508.750	1.809	4.704.278
25	10.271.422	1.854	5.540.308
26	11.210.573	1.900	5.899.393
27	12.177.898	1.948	6.252.130
28	13.174.243	1.996	6.598.686

8	-2.331.633	1.645	-1.417.696
9	-1.870.431	1.750	-1.068.697
10	-1.395.392	1.863	-749.203
11	-906.102	1.982	-457.163
12	-402.133	2.109	-190.658
13	839.191	2.245	373.883
14	1.438.011	2.389	602.042
15	2.054.795	2.542	808.395
16	2.690.083	2.705	994.515
17	3.344.429	2.878	1.161.871
18	4.018.406	3.063	1.311.838
19	4.712.602	3.260	1.445.697
20	5.427.624	3.469	1.564.648
21	6.164.096	3.691	1.669.809
22	6.922.663	3.928	1.762.223
23	7.703.987	4.180	1.842.865
24	8.508.750	4.449	1.912.644
25	10.271.422	4.734	2.169.648
26	11.210.573	5.038	2.225.240
27	12.177.898	5.361	2.271.495
28	13.174.243	5.705	2.309.168

29	14.200.479	2.046	6.939.224
30	15.257.501	2.098	7.273.902
31	16.346.235	2.150	7.602.876
32	17.467.630	2.204	7.926.296
33	18.622.667	2.259	8.244.310
34	19.812.355	2.315	8.557.062
35	21.037.734	2.373	8.864.693
36	22.299.874	2.433	9.167.338
		V.P.N.	90.237.362
		INVERSIÓN	49.160.000
			41.077.362

29	14.200.479	6.071	2.338.962
30	15.257.501	6.461	2.361.532
31	16.346.235	6.875	2.377.489
32	17.467.630	7.317	2.387.400
33	18.622.667	7.786	2.391.792
34	19.812.355	8.286	2.391.156
35	21.037.734	8.817	2.385.949
36	22.299.874	9.383	2.376.594
0	-	V.P.N.	16.878.846
0	-	INVERSIÓN	49.160.000
0	-	-	-32.281.154

T.M.R.R	0.30
----------------	-------------

Este proyecto es VIABLE

CONCLUSIONES

Como se hace evidente, éste es un proyecto perfectamente viable, tanto operativa, como financiera y administrativamente.

Desde el punto de vista operativo, ya que la empresa sólo desarrollará actividades de comercialización e importación, mas no de producción, y no requiere de equipos o maquinaria que transforme el producto o materias primas que son la base de la empresa; la comercializadora de la bebida energizante Bionic Tonic adquirirá el producto ya empacado, con las condiciones específicas demandadas por el cliente, realizando funciones únicamente de comercialización y etiquetado, además de un embalaje previo para luego entregar en puerto, siguiendo las indicaciones del INCOTERM FOB, que es el que más se adecua a los requerimientos operativos de la empresa.

Desde el punto de vista financiero, como puede verse luego en el estado de resultados y en las proyecciones de venta estimadas, durante los primeros doce meses de funcionamiento la empresa demostrará unos ingresos netos negativos para la organización; sin embargo, ello se debe al hecho que desde la entrada en funcionamiento de la empresa se comenzará a pagar el crédito o créditos que se tenga. Aunque al 36 mes de entrada en funcionamiento se espera obtener unos ingresos netos cercanos a los 22 millones de pesos mensuales.

Como todo proyecto, el capital financiero requerido para el mismo, constituye uno de los principales asuntos por solventar, ya que cuando se habla de empresas que requieren equipos técnicos costosos, así como la misma infraestructura del local donde estará emplazada la empresa.

Resultaría conveniente reevaluar algunos aspectos financieros de la empresa mediante un ahorro que se haga ostensible en los costos fijos y en los costos totales; de igual manera, se podría adquirir maquinaria remanufacturada, que por lo general, es a un menor precio. También se podrían disminuir los gastos en el pago de salarios, o en su defecto, suprimir un cargo y asignar las funciones faltantes a una persona. También resultaría conveniente vislumbrar la opción de tomar un local en arriendo en lugar de comprar el bien inmueble.

En fin, toda alternativa que viabilice una reducción de costos es bien recibida para que la empresa sea mucho más rentable y hacerla realidad.

Sin embargo, las posibilidades reales de un proyecto de esta magnitud, siempre y cuando se posea el capital financiero necesario, son bastante alentadoras ya que la tendencia actual de consumo de bebidas energizantes, exige de quienes las producen la introducción en el mercado de productos específicos y acordes a las necesidades de los consumidores en general.

En el Valle de Aburrá y en general, en Colombia, el consumo de bebidas energizantes, sea cual sea su especificación o base sobre la cual se elabore, siempre representará un mercado por explotar con miras hacia la importación, que debe ser atendido de acuerdo a las necesidades de la población regional: de ahí, se desprende el principal factor de viabilidad de este proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

BELTRÁN J, Mauricio et al. Manual de Administración de la producción de la Pequeña y Mediana Empresa. Bogotá: Fundación Social, 1993. 123 p.

DINERO. Mercado con energía. En Internet:
<http://www.dinero.com/Imprimir.aspx?idItem=17885>

EL BOOM DE LAS BEBIDAS ENERGIZANTES.
<<http://www.squash.com.ar/index.cfm?fuseaction=notas.paneles&id=8A2DAD8B-7C98-40C9-AEE5DD840B550AAD>>

ALIMENTOS. Bebidas energéticas aumentan sus ventas. En Internet:
<http://www.revistaalimentos.com.co/news/1054/443/Bebidas-energeticas-aumentan-sus-ventas.htm>

LA BARRA. Energizantes: mercado en expansión. En Internet:
<http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-22/alimentos-y-bebidas-4/bebidas-energizantes-un-mercado-en-expansion.htm>

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO - PROEXPORT COLOMBIA.

PÉREZ, Julián. Reflexiones sobre la Competitividad. En: Revista de la Institución Universitaria Esumer de Medellín. Mercatec N.40 (nov. 2005); p.6-10.