





**ESTUDIO DE PERFIL PRELIMINAR PARA EXPORTAR PANELA  
GRANULADA A ESTADOS UNIDOS**

CAROLINA GÓMEZ RUA  
SINDY SÁNCHEZ MUÑOZ  
JUAN ESTEBAN VANEGAS

INSTITUCION UNIVERSITARIA ESUMER  
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

MEDELLIN

2011

**ESTUDIO DE PERFIL PRELIMINAR PARA EXPORTAR PANELA  
GRANULADA A ESTADOS UNIDOS**

CAROLINA GOMEZ RUA  
SINDY SANCHEZ MUÑOZ  
JUAN ESTEBAN VANEGAS

**PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR AL**  
TÍTULO DE TECNOLOGOS EN COMERCIO INTERNACIONAL

ASESOR METODOLOGICO  
JORGE ARIEL FRANCO L.  
ESP EN GERENCIA DE PROYECTOS

INSTITUCION UNIVERSITARIA ESUMER  
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
MEDELLIN

2011

**Nota de aceptación:**

---

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Medellín, Junio de 2011

## **DEDICATORIA**

A nuestro único ser superior, Dios que con su poder nos dio la sabiduría y la confianza para estar donde nos encontramos ahora.

Dedicamos el éxito de este trabajo a las personas que nos han acompañado durante la época que mas hemos disfrutado en la vida, pero especialmente a nuestro profesor Jorge Ariel Franco quien con su paciencia, apoyo, comprensión y dedicación hizo de este trabajo un verdadero proyecto de grado. También dedicamos este proyecto a cada uno de los integrantes de él, ya que fuimos los que pusimos nuestro conocimiento en práctica.

## **AGRADECIMIENTOS**

Definitivamente, Dios, nuestro Señor, nuestro Guía, nuestro Proveedor, nuestro Fin Ultimo; sabes lo esencial que has sido en nuestra posición firme de alcanzar esta meta, esta alegría, que si pudiera hacerla material, la hiciera para entregártela, pero a través de esta meta, podré siempre de tu mano alcanzar otras que espero sean para tu Gloria.

Queremos dar los más profundos agradecimientos también a Jorge Ariel Franco por brindarnos sus conocimientos, su apoyo y orientación con los cuales hicimos posible este trabajo.

Nuestros padres, por darnos la estabilidad emocional, económica, sentimental; para poder llegar hasta este logro, que definitivamente no hubiese podido ser realidad sin ustedes.

Madres, serán siempre nuestra inspiración para alcanzar nuestras metas, por enseñarnos que todo se aprende y que todo esfuerzo es al final recompensa. Su esfuerzo, se convirtió en tu triunfo y el nuestro.

<b>TEMA</b>	<b>PAG</b>
<b>INTRODUCCION</b>	1
<b>1. METODOLOGIA</b>	2
1. FORMULACIÓN DE LA IDEA	2
2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	2
2.1 DIAGNOSTICO	2
2.1.1 ASPECTOS GENERALES	3
2.2 JUSTIFICACIÓN	4
2.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
3. OBJETIVOS	4
3.1 OBJETIVO GENERAL	4
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
4. MARCO TEÓRICO	5
4.1 MARCO HISTÓRICO	5
4.2 FORMAS PARA OBTENER INFORMACIÓN	5
4.3 TRABAJO DE CAMPO	6
<b>2. ESTUDIOS</b>	
1. ESTUDIO DE MERCADO	9
1.1 ANÁLISIS DE MERCADO	9
1.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO EN ESTADOS UNIDOS	10
1.3 MEZCLA DE MERCADO	11
1.3.1 ANÁLISIS DEL PRODUCTO O SERVICIO	11
1.3.2 ESTRATEGIA DE PRECIOS	11
1.3.3 PLAZA	11
1.3.4 ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD	12
1.4 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	12
1.5 ANÁLISIS DE LA MARCA	13
1.6 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	13
1.7 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	14
1.8 ANÁLISIS DE PROVEEDORES	15
2. PRESUPUESTO DE VENTAS	16



<b>3. ESTUDIO TECNICO</b>	17
3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO	17
3.1.2 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	18
3.2 DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS	19
3.2.1 CAPACIDAD INSTALADA POR UNIDAD DE TIEMPO	20
3.2 BALANCE DE EQUIPOS	22
3.3 DISEÑO DE PRODUCTO	23
3.4 DISEÑO DE EMPAQUE	24
3.5 LOCALIZACIÓN	25
<b>4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL</b>	
1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	26
2. MISIÓN	27
3. VISIÓN	27
4. PRINCIPIOS ORGANIZACIONALES	27
5. SELECCIÓN DE PERSONAL	27
6. ESTRUCTURA SALARIAL	31
7. ASUNTOS LEGALES	31
<b>5. ESTUDIO FINANCIERO</b>	
1. INVERSIÓN INICIAL	32
2. COSTOS Y GASTOS	33
3. INGRESOS	34
4. LIQUIDACIÓN DE CRÉDITO	35
5. DEPRECIACIÓN	36
6. ESTADO DE RESULTADOS	37
7. PRESUPUESTO DE EFECTIVO	38
8. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL VPN Y TIR	39

## **CUADROS**

<b>CUADRO 1</b>	21
SEGMENTACION DEL MERCADO	
<b>CUADRO 2</b>	27
PROVEEDOR DE PANELA EN MEDELLIN	
<b>CUADRO 3</b>	28
PRESUPUESTO DE VENTAS	
<b>CUADRO 4</b>	30
TECNICAS DE ANALISIS DEL PROCESO DE PRODUCCION	
<b>CUADRO 5</b>	32
CAPACIDAD INSTALADA POR UNIDAD DE TIEMPO	
<b>CUADRO 6</b>	34
BALANCE DE EQUIPOS	
<b>CUADRO 7</b>	43
ESTRUCTURA SALARIAL	
<b>CUADRO 8</b>	45
ESTUDIO FINANCIERO	
<b>CUADRO 9</b>	46
PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS	
<b>CUADRO 10</b>	47
PRESUPUESTO DE VENTAS	
<b>CUADRO 11</b>	48
LIQUIDACION DE CREDITO	
<b>CUADRO 12</b>	49
DEPRECIACIONES	
<b>CUADRO 13</b>	50
ESTADO DE RESULTADOS	
<b>CUADRO 14</b>	51
PRESUPUESTO DE EFECTIVO	
<b>CUADRO 15</b>	52
EVALUACION FINANCIERA DEL VPN Y TIR	
<b>CONCLUSIONES</b>	53
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	54

## GLOSARIO

**ADUANA:** es una oficina pública o institución fiscal establecida generalmente en costas y fronteras con el fin de registrar el tráfico internacional de mercancías que se importan o exportan en un país y cobrar los impuestos que adeudan.

**BIENES:** El término bienes es utilizado para nombrar cosas, objetos, artículos, etc. que son útiles a quienes los usan o los poseen. A nivel del mercado, los bienes son cosas y mercancías que se intercambian y que tienen alguna demanda por parte de personas u organizaciones que consideran que reciben un beneficio al obtenerlos.

**CALIDAD:** Término que encierra un sinónimo de garantía y seguridad al momento de adquirir un producto o un servicio, la calidad es vital para el consumidor ya que ella da tranquilidad y hasta status a los que adquieren un producto.

**CAPITAL:** Es la suma de todos los recursos, bienes y valores movilizados para la constitución y puesta en marcha de una empresa.

**CLIENTE:** Persona física o jurídica que realiza Transacciones de compra-venta de Contratos en el Mercado accediendo a él a través de un Miembro.

**COMERCIO EXTERIOR:** Transacciones económicas de bienes y servicios entre dos y más países

**CONSUMIDOR:** Todo agente económico que demanda bienes y servicios de consumo para satisfacer alguna necesidad específica.

**COSTO:** En un sentido amplio, es la medida de lo que se debe dar o sacrificar para obtener o producir algo.

**DEMANDA:** Cantidad máxima de un bien o servicio que un individuo o grupo de ellos está dispuesto a adquirir a un determinado precio, por unidad de tiempo.

**DISTRIBUCION:** se refiere al envío y custodia del producto terminado al distribuidor y al punto de venta directa, donde serán exhibidos y vendidos.

**DOFA:** Estudio de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que tiene una empresa

**EMPAQUE:** En este se efectúa la actividad correspondiente como es asignar a cada prenda por empacar su gancho, las etiquetas correspondientes con su bolsa.

**EMPRESA:** institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado

**EXPORTACIÓN:** Desde un punto de vista comercial se entiende por tal la salida de una mercancía de un territorio aduanero, ya sea en forma temporal o definitiva.

**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:** Proceso de reunir, registrar y analizar la información relacionada con la comercialización de bienes y servicios.

**LICENCIA DE IMPORTACIÓN:** Documento que autoriza a un agente económico para importar una cierta mercancía, y que además puede especificar la importación de una cantidad dada de la misma. A veces la licencia de importación puede ser exclusiva. Es un instrumento para regular y supervisar el flujo de importaciones.

**MARCA:** Distintivo que asocia un determinado bien o servicio con el agente económico que lo produce o comercializa. Este puede ser el nombre o razón social de una empresa, una palabra, una etiqueta o cualquier otra señal que lo identifique.

**MERCADO:** Es el conjunto de transacciones que se realizan entre los compradores y vendedores de un bien o servicio; vale decir, es el punto de encuentro entre los agentes económicos que actúan como oferentes y demandantes de bienes y servicios.

**ORGANIGRAMA:** es la presentación gráfica de la estructura organizativa de todas las unidades administrativas de una organización y sus relaciones, clasificación de las funciones, poder que tienen inferido.

**PRECIOS:** Se denomina precio al valor monetario asignado a un bien o servicio.

## **INTRODUCCION**

El presente trabajo busca a través de una herramienta básica, como lo es la formulación de proyectos, poderlo aplicar a un plan de negocio que permita conocer el grado de factibilidad en el montaje de una comercializadora de panela granulada

En el desarrollo de la propuesta de trabajo se logró evidenciar también las dificultades propias que afronta el sector microempresario en el mercado de la panela, como lo son la competencia, la revaluación y contrabando.

Para llevar a cabo tal objetivo, este trabajo presenta un análisis de la problemática de la empresa que desea darse a conocer en el mercado exterior y una serie de estudios tanto del producto, producción del mismo, finalmente se presenta un resumen ejecutivo de los estudios y conclusiones.

## I. METODOLOGIA

### 1. FORMULACION DE LA IDEA

Se desarrolla un plan de negocios aplicando la metodología propuesta para comercializar panela al mercado externo.

### 2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

#### 2.1 DIAGNOSTICO

## MATRIZ DOFA

<b>Debilidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Limitada organización de Producción de panela</li><li>• Escaso desarrollo de los productos innovadores para la panela</li></ul>	<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Aumento de la demanda internacional para los productos colombianos</li><li>• Mercados más exigentes con el tema de la calidad</li></ul>
<b>Fortalezas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• La gran producción de panela en Colombia</li><li>• Una de las actividades agropecuarias de Colombia es la panelera</li><li>• Se ubica en el sexto lugar del cultivo en el país</li><li>• Segundo renglón generador de empleo después del café</li><li>• Según cifras de la FAO 26 países del mundo producen panela y Colombia es el segundo productor después de la India</li></ul>	<b>Amenazas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Hay mucha competencia internacional</li><li>• Mayores estándares de calidad</li><li>• Disminución del precio</li><li>• Las políticas de libre comercio con otros países</li><li>• Limitado desarrollo de mercado interno.</li><li>• No hay coordinación entre los industriales y los cultivadores</li></ul>

### **2.1.1 ASPECTOS GENERALES**

En el 2002 cerca de treinta países produjeron 11.209.269 toneladas de panela; India produjo 7.214.000 toneladas, que representan el 64,36% del total mundial, mientras que Colombia, el segundo productor más importante, produjo 1.470.000 toneladas, es decir, el 13,11% del total. Otros países latinoamericanos que producen panela son Brasil, Guatemala, México, Perú y Honduras, entre otros, pero con montos de producción bastante inferiores. Del total de esa producción de panela, un poco más del 90% se destinó directamente a la alimentación; el resto se utilizó en piensos, en la elaboración de otros alimentos y en otros usos no especificados<sup>5/</sup>. Además, la panela en Estados Unidos no tiene una partida arancelaria específica, pues ingresa al país bajo la partida 17.01.11.10.00, en la que se incluyen todos los demás azúcares de caña crudos, puros y sólidos no definidos. Según los exportadores colombianos consultados para este estudio, el de Estados Unidos es un mercado ya maduro, que cuenta con oferta y demanda permanentes; el consumo es eminentemente étnico, en especial de latinoamericanos, puesto que conocen el producto, a diferencia de la mayoría de los estadounidenses.

Como en Estados Unidos no se produce panela y no hay información precisa sobre las importaciones de este bien, la mejor forma de caracterizar la oferta de panela en ese mercado es mediante las cifras de exportaciones que los países productores realizan hacia ese destino; sin embargo, hay países que, aún siendo productores de panela, no tienen una partida arancelaria exclusiva para registrar el comercio de este bien, por tanto, no es posible determinar exactamente cuánta panela llega a Estados Unidos. Las exportaciones de panela que se destinan a Estados Unidos que son importantes para la caracterización de la oferta son las de Colombia e India, por ser los mayores productores mundiales; también son útiles las exportaciones que hacen los otros países latinoamericanos y que pueden servir como referencia para la panela colombiana en términos de cantidad, calidad y precios.

## **2.2 JUSTIFICACION**

De acuerdo a la trayectoria y antigüedad que tiene la panela en el mercado nacional e internacional, y el consumo diario que genera en las personas gracias a sus diferentes utilidades, el objetivo principal de este estudio es incursionar en el mercado y buscar nuevas alternativas y posicionamiento para nuestro producto.

## **2.3 FORMULACION DEL PROBLEMA**

Necesidad de complementar el mercado de la panela granulada, con todas sus características, y dar reconocimiento a unos de los productos de mayor comercialización de Colombia.

## **3. OBJETIVOS**

### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

Efectuar un plan de negocio para el montaje de una empresa comercializadora panela granulada para la exportación al mercado de Estados Unidos.

### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Desarrollar una metodología para direccionar el trabajo.
- Obtener información que sirva para efectuar los estudios.
- Desarrollar los estudios: mercado, técnico, organizacional y legal y financiero.
- Presentar y sustentar la propuesta.



## **4. MARCO TEORICO**

### **4.1 MARCO HISTÓRICO**

La panela se considera un alimento que, a diferencia del azúcar, que es básicamente sacarosa, presenta, además, significativos contenidos de glucosa, fructosa, proteínas, minerales (como el calcio, el hierro y el fósforo) y vitaminas como el ácido ascórbico.

La elaboración de la panela, por lo general, se realiza en pequeñas fábricas comúnmente denominadas trapiches en procesos de agroindustria rural que involucran a múltiples trabajadores agrícolas y operarios de proceso. En Colombia se estima la existencia de cerca de 20.000 trapiches paneleros que vinculan directa e indirectamente cerca de 350.000 personas en las actividades de cultivo de la caña, elaboración de la panela y su comercialización en las áreas rurales y centros urbanos.

La India es el principal productor mundial de panela, el segundo es Colombia que, a su vez, es el país que tiene el mayor consumo por habitante.

En Colombia la agroindustria panelera es una de las principales actividades económicas de las áreas rurales andinas, por su gran importancia socioeconómica en la generación de ingresos y empleo y el aporte a la dieta alimenticia de la población. En Colombia, la industria de la panela se está tecnificando, gracias a la implementación de la tecnología con calderas de vapor, la cual permite producir panela de mejor calidad de forma ecológica.

La panela es un producto muy extendido en el Sudamérica.

### **4.2 FORMAS PARA OBTENER INFORMACION**

#### **TÉCNICAS PRIMARIAS**

Se realiza una entrevista estructurada, en la cual haremos algunas preguntas con el fin de recolectar información y realizar nuestro acerca del proceso de comercialización del producto.

## **TÉCNICAS SECUNDARIAS**

<http://www.slideshare.net/evaproyectos/plan-de-exportacin-panela-final-3>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Panela>

<http://www.enbuenasmanos.com/articulos/muestra.asp?art=1094>

<http://www.fao.org.co/manualpanela.pdf>

<http://www.laguarapera.com.co/Panela.html>

[http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/aprender\\_a\\_comer\\_bien/curiosidades](http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/aprender_a_comer_bien/curiosidades)

<http://www.paneladulcesita.com/home.html>

<http://www.panelatrebol.com/>

## **4.3 TRABAJO DE CAMPO**

### **ENTREVISTA**

**NOMBRE:** Luis Osorio

**EMPRESA:** Panelera Luis Osorio

**TELEFONO:** 2511699

**CARGO:** Administrador (Comercializador de Panela)

**FECHA:** 15/03/2011

## FORMATO DE ENTREVISTA

1. ¿De dónde trae la panela?

**R/:** Municipio de San Pablo Porce

2. Características del producto:

**R/:** **Peso** 250gr, 500gr

**Volumen** 10gr/0.35 oz

**Precio** \$800, \$1100.

3. ¿Qué estrategias de mercadeo utiliza para comercializar la panela?

**R/:** Comprar la panela a un precio favorable, para así mismo poder venderla a un buen precio.

4. ¿Cuáles son sus principales proveedores de panela granulada?

**R/:** Productores del municipio de San Pablo Porce, a los que mejor precio le ofrezcan a esos les compra.

5. ¿Qué hace frente a la competencia?

**R/:** Vender lo más económico posible ya que es mucha la competencia y el producto tiende a variar de precio aproximadamente cada semana.

6. ¿Qué canal de distribución usa?

**R/:** Canal de distribución Semicorto:

Productor ----- Comercializador ----- Distribuidor ---- Consumidor

7. ¿Esta cadena de distribución lo ha afectado alguna vez? Ha quedado desabastecido?

**R/:** No he quedado desabastecido, ya que hay varios productores de panela cerca. Por otra parte esto nos favorece ya que aumenta mucho la oferta de producto. Estabilidad, precio, venta.

8. ¿Qué estrategia utiliza al momento de comprar la panela?

**R/:** Conocer varios productores de panela con sus respectivos precios, y así, al momento de abastecerme de producto, tomar la mejor opción.

**9.** A la hora de tomar alguna decisión, ¿es impulsivo o reflexivo?

**R/:** Soy reflexivo ya que con tantos años de experiencia en la venta de este producto sabe cómo manejar el negocio de acuerdo a la compra y venta.

**10.** ¿La panela tiene épocas de alto y bajo consumo o se mantiene estable?

**R/:** La panela es un producto muy rotativo por ende se mantiene estable su consumo.

## **2. ESTUDIOS**

### **1. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **1.1 ANÁLISIS DE MERCADO**

Según los exportadores colombianos consultados para este estudio, Estados Unidos es un mercado ya maduro, que cuenta con oferta y demanda permanentes; el consumo es eminentemente étnico, en especial de latinoamericanos, puesto que conocen el producto, a diferencia de la mayoría de los estadounidenses y de las minorías oriundas de los países no productores.

Según la FAO: chinos, que son los quintos productores, con una población equivalente al 23,75% de los asiáticos residentes en Estados Unidos; los filipinos, octavos productores, que representan el 18,06% de esta minoría, y los indios, los más grandes productores, con una población equivalente al 16,39% de los asiáticos en Estados Unidos.

#### **SEGÚN EL TIPO DE VISTA GEOGRÁFICO:**

El producto a exportar está proyectado en un mercado internacional (Estados Unidos – Miami) que es donde están ubicados la mayoría de inmigrantes colombianos.

#### **SEGÚN LA COMPETENCIA:**

Competencia semiperfecta ya que son muchas las empresas que comercializan y exportan panela granulada a este país, además es un producto que tiene mucha demanda.

#### **SEGÚN EL TIPO DE CLIENTES**

Mercado del Revendedor: Está conformado por individuos, empresas u organizaciones que obtienen utilidades al revender o rentar bienes y servicios, por ejemplo, los supermercados que revenden una amplia gama de productos.

## 1.2 SEGMENTACION DEL MERCADO EN ESTADOS UNIDOS (MIAMI)

CUADRO 1

CRITERIOS DE SEGMENTACION	SEGMENTOS TÍPICOS DEL MERCADO
<b>1.2.1 GEOGRÁFICOS</b>	
Región	Costera
Tamaño de la ciudad o área estadística Metropolitana	Superficie total 143.1 km <sup>2</sup> --Tierra:92.4km <sup>2</sup> --Agua:50.7km <sup>2</sup>
Urbana-rural	Urbana
Clima	Subtropical fresco
<b>1.2.2 DEMOGRÁFICOS</b>	
Ingreso	El ingreso Per cápita en la ciudad es de 15.128 dólares
Edad	Cualquier persona puede consumir el producto
Género	Masculino y femenino
Ciclo de vida familiar	Única raza 96.47%, Blanco 40.89%, Negro o Afroamericanos 4.03%, Nativo de Alaska o Indio Americano 0.23%, Asiático 1.37%, Hispano o Latino (de cualquier raza) 53.45%, Mexicano 1.35%, Puerto Riqueño 4.09%, Cubano 20.51%, Otro hispano o latino 27.05%.
Clase social	media
Escolaridad	Cualquiera , no aplica
Ocupación	No aplica
Origen étnico	Colombianos, latinos.
<b>1.2.3 PSICOLÓGICOS</b>	
Personalidad	Cualquiera
Estilo de vida	Acostumbrados a su tierra , buscan productos que los identifiquen con ella
Valores	El amor por su tierra y el gran sentido de pertenencia que tienen por ella
<b>1.2.4 CONDUCTUALES</b>	
Beneficios Deseados	Sabor, calidad , identidad cultural
Tasa de uso	Pequeño usuario.

## **1.3 MEZCLA DE MERCADO**

### **1.3.1 ANÁLISIS DEL PRODUCTO O SERVICIO**

El producto que la empresa desea comercializar es la panela granulada tipo exportación, según las especificaciones de los clientes la panela es 100% natural sin aditivos ni preservantes químicos; la panela empacada en plástico con zipack el cual será más cómodo a la hora de consumir dicho producto, el empaque cuenta con 2 etiquetas autoadhesivas una por cada lado; la primera ubicada en la parte de adelante del empaque contiene el nombre de la empresa, el slogan que nos representa , y un buen refrán colombiano , la segunda etiqueta, ubicada en la parte de atrás del empaque contiene la información del producto (código de barras ingredientes, modo de uso ,registro sanitario , valor nutricional , servicio posventa etc.).

El producto será empacado en bolsas de 250 gramos y 500 gramos y embalado en cajas de cartón corrugado y se empacaran de acuerdo a la cantidad de unidades solicitadas.

### **1.3.2 ESTRATEGIA DE PRECIOS:**

El precio de la panela granulada en el mercado será:

Bolsa de 250 gramos: \$1.600

Bolsa de 500 gramos: \$2.200

La producción se hará por pedidos ya que esta depende de la cantidad requerida por el distribuidor que se encuentra en Miami.

Este se llevará al lugar pactado, en el momento justo y al menor precio posible para garantizar la sostenibilidad del negocio en el tiempo. Se hará bajo un término de negociación FCA Cartagena.

### **1.3.3 PLAZA**

Al inicio el producto se enviara a un distribuidor quien se encargará de comercializarlo en Miami ya que allí es donde se encuentra la mayoría de inmigrantes colombianos, para después expandirse hacia el resto de la Costa Este de los Estados Unidos.

#### **1.3.4 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD:**

- El producto se dará a conocer por medio de una página web en internet, donde se mostrara toda la información relacionada con el producto, sus utilidades, beneficios y su gran contenido proteínico.

Creación pagina web: \$350.000

Registro de nombre en la web: \$90.000 Mensuales

Total: 440.000

- Para comenzar se utilizaran aproximadamente 3 vallas publicitarias en lamina con adhesivo en color con el logo y el slogan del producto para que las personas comiencen a identificarse con el producto y este empiece a tener un reconocimiento en la mente de los consumidores.

Tamaño: \$1.20 x1.80

Valor: \$220.000

Total: 220.000 x 3 = \$660.000

#### **1.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN:**

- Al distribuidor se le darán descuentos del 1%, 2% y 3% y promociones de acuerdo a la cantidad requerida y solo de introducción aproximadamente durante 2 meses.

De 600 a 1500 bolsas: 1%

De 1501 a 4000 bolsas: 2%

Más de 4000 bolsas: 3%

- Al distribuidor se le entregara material P.O.P (cenefa) y 2 pendones con los cuales los clientes se sentirán atraídos por el producto.

Metro de Cenefa: \$500

Pendones: \$9.800 + IVA Cada uno



## 1.5 ANÁLISIS DE MARCA

**PRODUCTO:** Panela granulada.

**MARCA:** "C.I. COLPANELA"

**ESLOGAN:** "Nada como el sabor de mi tierra"

**LOGO:**



## 1.6 CANALES DE DISTRIBUCION

Semicorto: Productor ----- Comercializador ----- Distribuidor ---- Consumidor

La empresa utilizara un canal de comercialización semicorto. Se le comprara el producto ya terminado al proveedor, y luego se le enviara al comercializador en Miami para que lo distribuya a toda la población latinoamericana. Dependiendo del pedido requerido por el distribuidor en Miami tanto de 250 gr o de 500 gr dependiendo de la cantidad de bolsas que requiera

La comercialización la asumirá el distribuidor ya que es el que tiene todos los contactos en Miami y la información sobre los sitios y mercados donde se encuentra la mayor población latina y donde se consumiría mas el producto de la panela granulada.

## **1.7 ANALISIS DE LA COMPETENCIA**

A continuación, éstas son las empresas colombianas que exportan panela granulada

- **COOPANELA**

Pretende el mercado de panelas limpias, consolidando la pequeña y mediana empresa de productores, estimulando su fortaleza negociadora para convertirse en una empresa solida de propiedad de los productores organizados, con capacidad de cubrir las expectativas del mercado, llevando un producto de excelente calidad y generando un impacto social para beneficio de sus propietarios y de la comunidad en general.

- **LA GUARAPERA**

Creamos en 1994 La Empresa Productora de Panela Pulverizada Biológica La Guarapera, nos llevó 2 años lograr constituirla cumpliendo las normas requeridas por el Ministerio de agricultura y demás instituciones gubernamentales comprometidas en la elaboración de productos alimenticios, a partir de ahí hemos procurado elaborar un excelente producto, implementando tecnologías pero también aprovechando el conocimiento natural que tienen los campesinos de la región sobre sus tierras.

- **AIPSACOL S.A**

"Agroindustria Panelera San Antonio Colombia S.A."

Es una empresa de carácter familiar fundada en 1972, dedicada a la Producción y Comercialización de Panela de la Caña de Azúcar. Desde AIPSA hasta AIPSACOL s.a. se transforma en un organismo dinámico que se ha encaminado en los procesos de producción Limpia y con Calidad.

- **VITAPANELA**

El gran deseo por contribuir con el desarrollo socioeconómico de la región y del país, da impulso para crear una empresa exportadora de panela hacia los Estados Unidos a corto plazo y proyectándonos a mediano y largo plazo para Europa. De hecho, el pensamiento empresarial colombiano es cooperar con solucionar la crisis social y económica de nuestro país; en primera instancia, solucionando la gran problemática de los cañicultores familiares, jóvenes, madres cabeza de hogar y el alto índice de desempleo de la sociedad de este sector y del país.

## 1.8 ANALISIS DE PROVEEDORES

PROVEEDOR DE PANELA GRANULADA EN MEDELLÍN ES:

CUADRO 2

PROVEEDOR	LOCALIZACION	PRODUCITOS OFRECIDOS	PRECIO DE VENTA	ventajas
Panelera Luis Osorio	Minorista-Medellín	Panela Granulada 250gr	\$800	Tiene dos muy buenos productores que se encuentran en Porce y san pablo y que le producen la panela a un precio muy favorable y además lleva más de 20 en este mercado.
		Panela granulada 500gr	\$1.100	

## 2. PRESUPUESTO DE VENTAS

Colpanela tiene presupuestado vender aproximadamente 8.000 bolsas mensuales el primer año, e incrementar sus ventas un 10% cada año.

**CUADRO 3**

PRODUCTO	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO UNITARIO	INGRESO TOTAL
Bolsa de 250gr	4000 Unidades	\$1600	\$6.400.000
PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	
\$57.600.000 Descuento 3% x 1250 bolsas en adelante	\$63.360.000 Descuento 1% 600 bolsas	\$69.696.000 Descuento 2% x 650 bolsas	<b>Total</b> 4000 unidades de cada presentación descuento según cantidad de unidad solicitada

PRODUCTO	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO UNITARIO	INGRESO TOTAL
Bolsa de 500gr	4000 Unidades	\$2200	\$8.800.000
PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	
\$79.200.000 Descuento x 250 bolsas	\$87.120.000 Descuento 2% x 1000 bolsas	\$95.832.000 Descuento 3 % x 1250 bolsas en adelante	

Se manejan los descuentos según la cantidad requerida por el distribuidor en Miami.

### **3. ESTUDIO TECNICO**

#### **3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO (DESCRIBIR EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN, QUE SE REQUIERE, LA LOGÍSTICA DEL PROCESO)**

La producción hará por medio de pedidos, tenemos un estimativo presupuestado de 8000 mil unidades los pedidos dependerán de lo que requiera el distribuidor en Miami, pueden variar en 250gr o 500gr de panela granulada.

#### **PROCESO PRODUCTIVO DE LA PANELA**

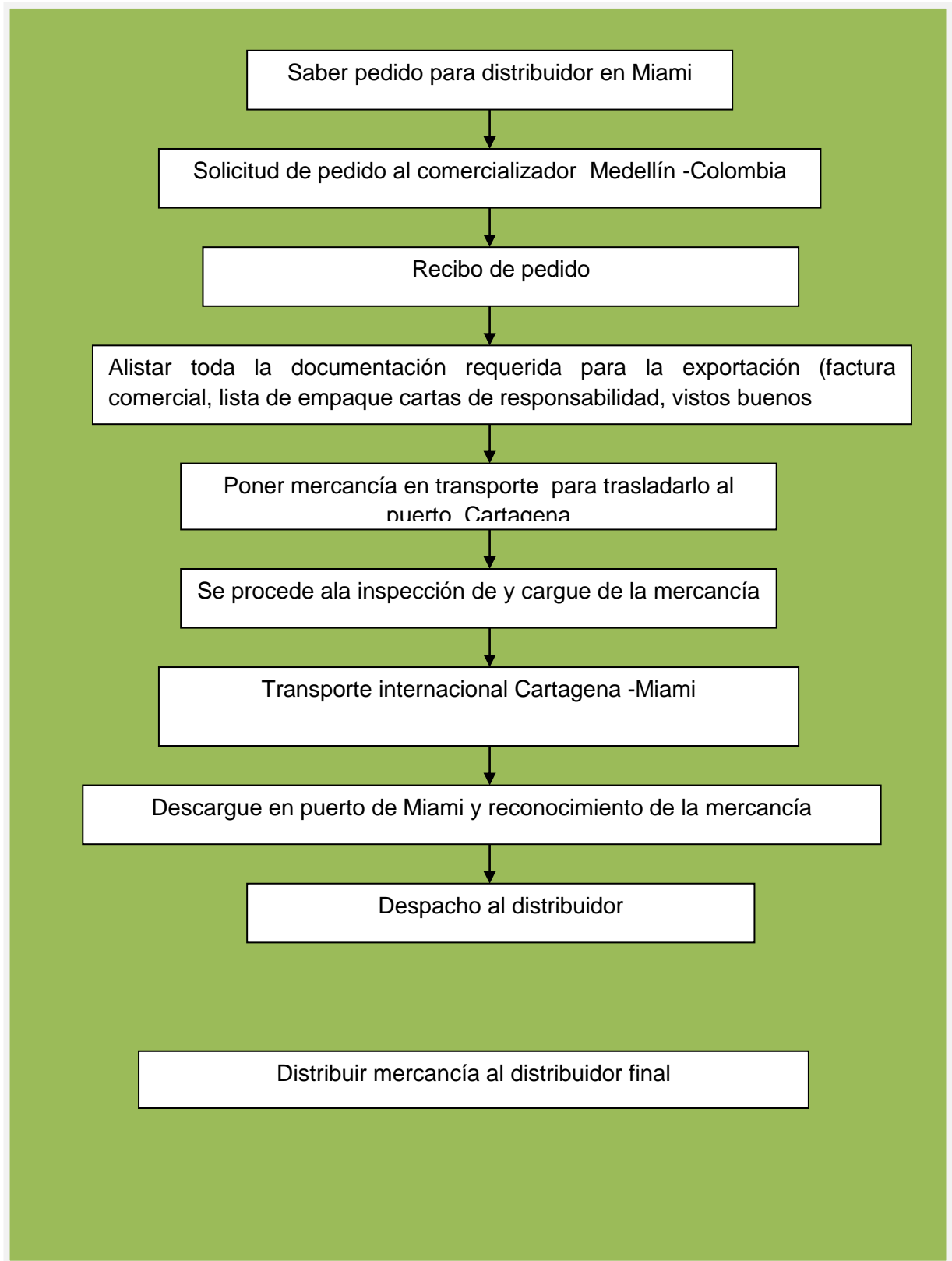
- El Apronte que es la recolección de la caña, su corte y el transporte desde el sitio de cultivo hasta el trapiche. Para garantizar la calidad en el proceso de la panela la cosecha debe cumplir un ciclo entre trece y catorce meses de cosecha aproximadamente.
- La molienda en este proceso de la panela se obtiene el jugo o guarapo.
- En la pre limpieza, el jugo o guarapo se pasa por un filtro donde quedan las partículas de bagazo, hojas y arenas.
- En la limpieza descachazada se calienta el jugo o guarapo en calderos y a medida que va subiendo la temperatura se van retirando los sedimentos o impurezas llamadas cachazas.
- Y por último, la meladura, el moldeo y el empaque.

### 3.1.2 TECNICAS DE ANALISIS DEL PROCESO DE PRODUCCION

**CUADRO 4**

<b>Actividad para el proceso productivo</b>	<b>Tiempo estimado desde que se compra hasta que llega</b>
Saber el pedido que requiere el distribuidor de Miami	1 día
Hacer solicitud de pedido al productor Medellín	1 día
Recibo de pedido en nuestro almacén	2 horas
Empaque de producto de 250 gr y 500 gr con su respectivo logo.	5 horas
Alistar documentación requerida para la exportación ( factura comercial, lista empaque cartas de responsabilidad vistos buenos)	1 hora
Poner mercancía en el transporte para trasladarlo al puerto Cartagena	1 día
Proceso de la inspección y cargue de la mercancía	1 día
Transporte internacional Cartagena-Miami	5 días
Descargue en puerto Miami y reconocimiento de mercancía	3 días
Despacho al distribuidor	1 día
<b>Total de tiempo estimado desde que se compra hasta que llega al destino final</b>	<b>13 días y 8 horas</b>

### 3.2 DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO



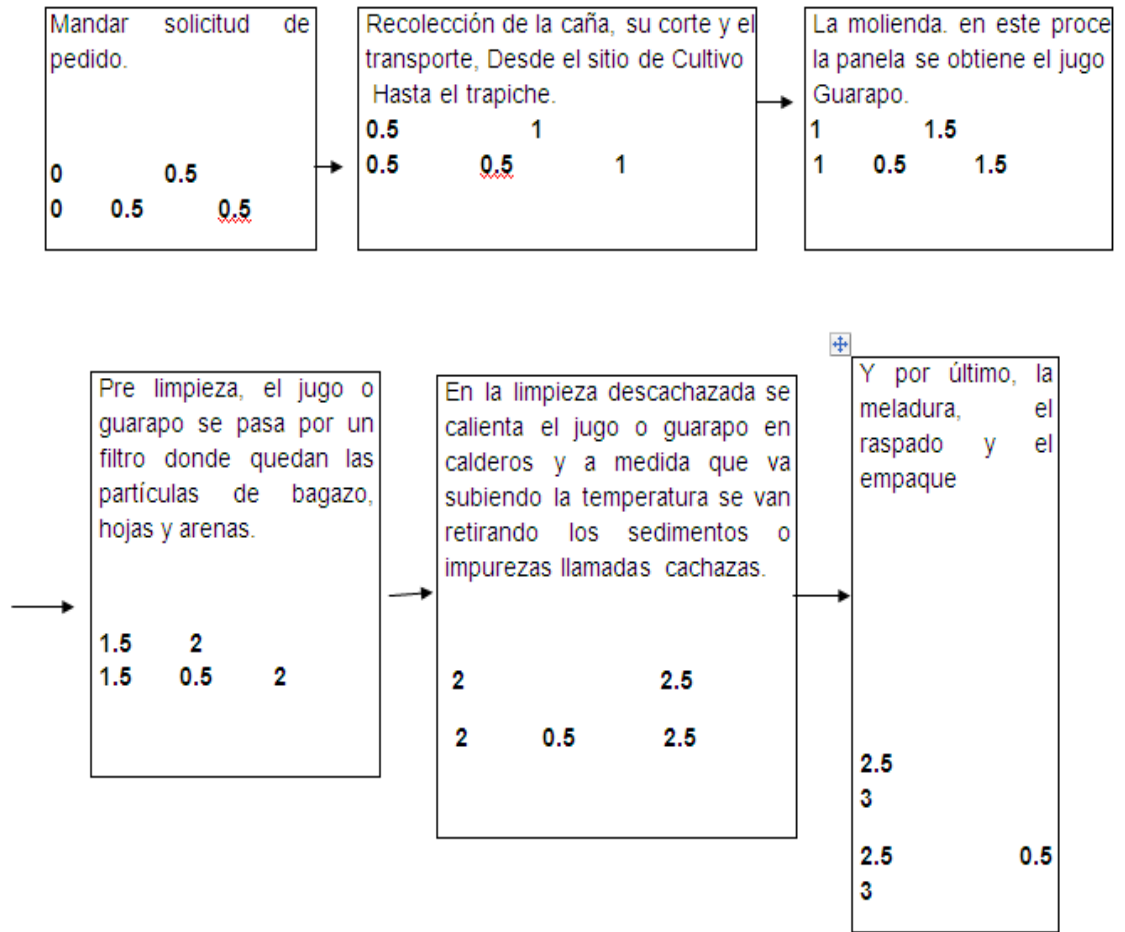
### 3.2.1 CAPACIDAD INSTALADA POR UNIDAD DE TIEMPO PARA 8000 UNIDADES MENSUALES

**CUADRO 5**

<b>Actividad</b>	<b>Nombre de la actividad</b>	<b>predecesora</b>	<b>Tiempo (horas)</b>
<b>1</b>	Mandar solicitud de pedido.		<b>0.5</b>
<b>2</b>	Recolección de la caña, su corte y el transporte Desde el sitio de Cultivo hasta el trapiche.	<b>1</b>	<b>10</b>
<b>3</b>	La molienda. en este proceso de la panela se obtiene el jugo o guarapo	<b>2</b>	<b>6</b>
<b>4</b>	Pre limpieza, el jugo o guarapo se pasa por un filtro donde quedan las partículas de bagazo, hojas y arenas.	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>5</b>	En la limpieza descachazada se calienta el jugo o guarapo en calderos y a medida que va subiendo la temperatura se van retirando los sedimentos o impurezas llamadas cachazas.	<b>4</b>	<b>2</b>
<b>6</b>	Y por último, la meladura, el raspado y el empaque.	<b>5</b>	<b>8</b>



**RUTA CRITICA**



**NOTA**

La capacidad instalada que tiene el productor para entregarnos por unidad de tiempo es de 3 horas.

### 3.2 BALANCE DE EQUIPOS

**CUADRO 6**

ARTICULO	CANT	PRECIO	IVA	FORMA PAGO	DE	DEPRECIACION	TOTAL
Computador	2	\$ 3,000,000.00	16 %	Contado		3 años	\$3.480.000.00
papeleras	3	\$150.000.00	16 %	Contado		3 años	\$174.000.00
Telefax	1	\$ 360.000,00	16 %	Contado		3 años	\$417.600.00
Teléfono	2	\$ 140.000,00	16 %	Contado		3 años	\$162.400.00
Escritorio	2	\$ 500.000,00	16 %	Contado		3 años	\$580.000.00
Sillas	5	\$ 300.000.00	16 %	Contado		3 años	\$348.000.00
muebles	4	\$ 2.000.000,00	16 %	Contado		3 años	\$2.320.000.00
Archivador	2	\$ 100.000,00	16 %	Contado		3 años	\$116.000.00
Greca	1	\$ 120.000,00	16 %	Contado		3 años	\$139.200.00
Utensilios de cocina y baños	1	\$ 300.000,00	16 %	Contado		3 años	\$348.000.00
nevera	1	\$600.000.00	16 %	Contado		3 años	\$696.000.00
<b>TOTAL</b>							<b>\$8.781.200.00</b>

### 3.3 DISEÑO DE PRODUCTO

#### DESCRIPCION:

La panela contiene nutrientes como: el agua, los carbohidratos, los minerales, las proteínas, las vitaminas y las grasas. En la panela se encuentran cantidades notables de sales minerales, las cuales son 5 veces mayores que los del los azúcares moscabados y 50 veces más que las del azúcar refinado. Entre los principales minerales que contiene la panela figuran; El calcio (Ca), Potasio (K), Magnesio (Mg), Cobre (Cu), Hierro (Fe) y Fósforo (P), como también trazas de Flúor (F) y Selenio (Se).

#### INFORMACION NUTRICIONAL

Tamaño por porción: 100g

Contiene 4 porciones: 4(400)g

Cantidad por porción:

Calorías: 312

Calorías desde la grasa

1.0

(\*) % Valor diario

Grasa Totales:	0,12g	0,20%
Sodio:	10,0 mg	0,41%
Carbohidratos	Totales: 96,0g	32,00%
Proteínas:	1,10g	1,90%

(\*) Porcentaje de valor diario está basado en una dieta de 2,000

Calorías. Su valor diario puede ser más alto o más bajo

Dependiendo de las calorías que necesiten.

	<b>Calorías</b>	2,000
		2,500
Grasa Total	Menos de	65g
		80g
Grasa Saturada	Menos de	20g
		25g
Colesterol	Menos de	300g
		300g
Sodio	Menos de	2.400mg
		2.400mg
Carbohidratos		300g
		375g
Fibra Dietética		25g

### 3.4 DISEÑO DE EMPAQUE

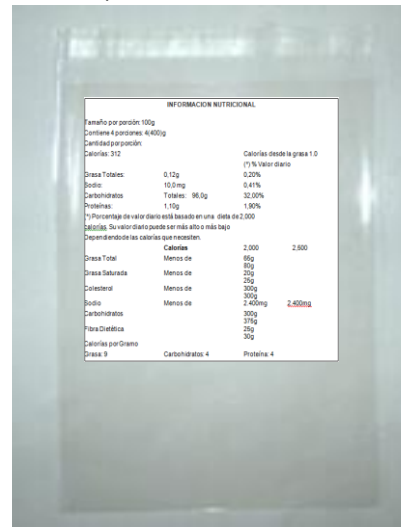
El producto será empacado en bolsas de polipropileno de 250gr y 500gr con dos etiquetas autoadhesivas donde se muestre el logo de la empresa y la información nutricional del producto, también estará embalado en cajas de cartón con capacidad para 60 bolsas de 250 gr y 40 bolsas de 500gr cada una.

#### EMPAQUE

Adelante (Logo)



Atrás (Información Nutricional)



#### EMBALAJE



### 3.5 LOCALIZACION

La oficina estará ubicada en el centro de la ciudad cerca a la Minorista donde se encuentra nuestro proveedor. Con el fin de reducir costos en la cadena logística y de abastecimiento.

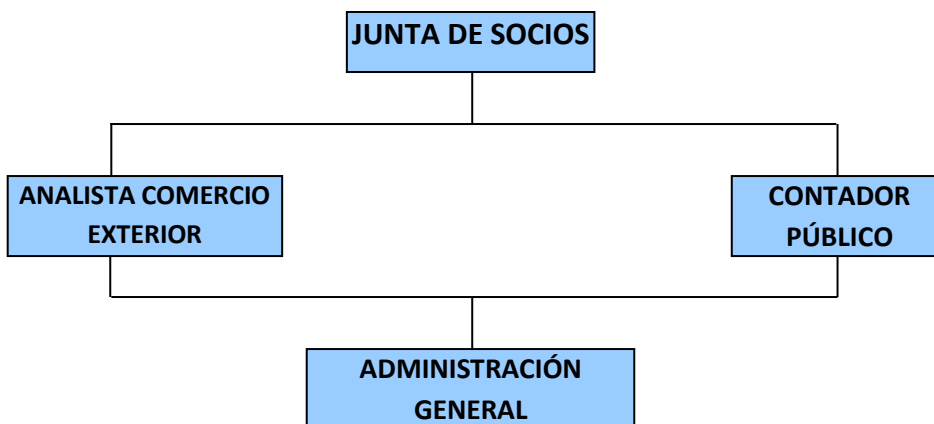
A continuación se presenta el plano de las oficinas con las adecuaciones locativas necesarias para la actividad económica a desarrollar.



## 4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

### 4.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

COLPANELA tiene una estructura Organizacional Tradicional, ya que las decisiones siempre serán tomadas desde la junta de socios, y además garantizara en un mediano plazo un flujo de efectivo sostenible en el tiempo. A continuación se mostrara dicha estructura:



La junta de socios está conformada por:

- Juan Esteban Vanegas
- Carolina Gómez Rúa
- Sindy Sánchez Muñoz

## **4.2 VISION**

En el 2014, COLPANELA será reconocida por comercializar y distribuir panela granulada de alta calidad, que cumpla con las expectativas de los clientes y consumidores del producto, generando así una satisfacción plena desde el proveedor hasta el consumidor.

## **4.3 MISION**

La comercializadora Colpanela, tiene como misión la distribución de panela granulada de excelente calidad, apoyada en su talento humano que se compromete a prestar un servicio oportuno, cordial y con precios razonables para la satisfacción de sus clientes.

## **4.4 PRINCIPIOS ORGANIZACIONALES**

Para la comercializadora Colpanela, es primordial entre los trabajadores: la integridad, el trabajo en equipo, excelente atención al cliente, el respeto y la responsabilidad social, con el fin de tener un ambiente laboral agradable y esto sea lo que se refleje hacia los clientes.

## **4.5 SELECCIÓN DE PERSONAL**

La selección del personal debe aplicar los siguientes perfiles y delegaciones asignadas.

### **JUNTA DE SOCIOS:**

- Tomar decisiones correctas para el buen funcionamiento de la empresa.
- Adaptar los estatutos de la sociedad y las reformas que se introduzcan.
- Tratar temas para mejoramiento de la empresa y para el aumento de capital.
- Evaluar los gastos y costos y saber cuánto presupuesto se gastara en las ventas exteriores.

## ADMINISTRADOR GENERAL

Debe ser tecnólogo o profesional en administración general con mínimo 3 años de experiencia en cargos relacionados para lograr con las expectativas propuestas por la empresa.

Funciones a realizar:

- Asegurar la representación legal de la empresa.
- Establecer estrategias que mejoren el funcionamiento de la empresa.
- Asignar y controlar los recursos de la empresa
- Resolver conflictos entre los empleados cuando estos se presenten.
- Desarrollar adecuadamente la cultura organizacional de la empresa.
- Mantener la integración y socialización de la empresa, con el objetivo de mantener canales de comunicación y liderazgo positivo.
- Desarrollar adecuadamente la cultura organizacional de la empresa.

LIQUIDACIÓN MENSUAL				
CARGO	SALARIO	PREST. SOCIALES	APOR. PARAFISC.	SEGURIDAD. SOCIAL
Horas extras	0			
Administrador General	900.000	Cesantías 8.33%	Caja de Comp. 4%	Salud
Subsidio de Transporte	63.600	80.268	36.000	Empleador 8.5%
	963.600	Prima 8.33%	IBF 3%	76.500
		80.268	27.000	Empleado 4%
		Vacaciones 4.17%	Sena 2%	36.000
		37.530	18.000	Pensiones
		Intereses 1%		Empleador 12%
		9.636		108.000
				empleado 4%
				36.000
				ARP 100% Empleador
				18.000
	<b>TOTAL</b>	<b>207.702</b>	<b>81.000</b>	<b>274.500</b>
<b>LIQUIDACION MES</b>				
SALARIO	963600			
Prestaciones	207702			
Aportes Paraf.	81000			
Seg. Social	274500			
Deducciones				
Salud	36000			
Pensiones	36000			
Horas extras				
Sub Transporte				
Dotación	18000			
<b>TOTAL</b>	<b>1.472.802</b>			
NOTA				
La empresa paga salarios mensualmente				



## ANALISTA DE COMERCIO EXTERIOR

Debe ser tecnólogo en comercio exterior o afines con mínimo 2 años de experiencia en el sector de las exportaciones con manejo de inglés.

Funciones a realizar:

- Identificación de documentación correspondiente
- Desarrollar planes de mercadeo para abrir nuevos mercados
- Dar provecho a las oportunidades de negocio que ofrece la apertura comercial.
- Analizar facturación y costos en que se incurren al momento de la exportación.

LIQUIDACIÓN MENSUAL				
CARGO	SALARIO	PREST. SOCIALES	APOR. PARAFISC.	SEGURIDAD. SOCIAL
Horas extras	0			
Analista de Comercio Exterior	800.000	Cesantías 8.33%	Caja de Comp. 4%	Salud
Subsidio de Transporte	63.600	71.938	32.000	Empleador 8.5%
	863.600	Prima 8.33%	IBF 3%	68.000
		71.938	24.000	Empleado 4%
		Vacaciones 4.17%	Sena 2%	32.000
		33.360	16.000	Pensiones
		Intereses 1%		Empleador 12%
		8.636		96.000
				empleado 4%
				32.000
				ARP 100% Empleador
				16.000
	<b>TOTAL</b>	<b>185.872</b>	<b>72.000</b>	<b>244.000</b>
<b>LIQUIDACION MES</b>				
SALARIO	863600			
Prestaciones	185872			
Aportes Paraf.	72000			
Seg. Social	244000			
Deducciones				
Salud	32000			
Pensiones	32000			
Horas extras				
Sub Transporte				
Dotación	18000			
<b>TOTAL</b>	<b>1.319.472</b>			
NOTA				
La empresa paga salarios mensualmente				

## CONTADOR PÚBLICO

- Apoyar la toma de decisiones de la junta de socios
- Administrar los recursos financieros para realizar operaciones como compra de materia prima, maquinaria, equipos y pago de salarios.
- Buscar mejoramiento continuo de la rentabilidad y liquidez de la empresa.
- Controlar gastos y costos de la comercializadora
- Elaborar estados financieros de la empresa para presentar a los socios, gobierno, bancos e interesados.

LIQUIDACIÓN MENSUAL				
CARGO	SALARIO	PREST. SOCIALES	APOR. PARAFISC.	SEGURIDAD. SOCIAL
Horas extras	0			
Contador Publico	500.000	Cesantías 8.33%	Caja de Comp. 4%	Salud
Subsidio de Transporte	0	0	0	Empleador 8.5%
	500.000	Prima 8.33%	IBF 3%	0
		0	0	Empleado 4%
		Vacaciones 4.17%	Sena 2%	0
		0	0	Pensiones
		Intereses 1%		Empleador 12%
		0		0
				empleado 4%
				0
				ARP 100% Empleador
	TOTAL	0	0	0
LIQUIDACION MES				
SALARIO	500000			
Prestaciones	0			
Aportes Paraf.	0			
Seg. Social	0			
Deducciones				
Salud	0			
Pensiones	0			
Horas extras				
Sub Transporte				
Dotación	0			
TOTAL	500.000			
NOTA				
La empresa paga salarios mensualmente				

Para las convocatorias se utilizará un correo electrónico donde los interesados podrán enviar sus hojas de vida y adicional a esto también podrán entregarla física en la oficina.

## ESTRUCTURA SALARIAL

Con el fin de brindar una estabilidad laboral a los empleados, utilizaremos contratos a término indefinido y de acuerdo al rendimiento que se muestre se prorrogara al tiempo que estime la junta de socios o el administrador general.

En la siguiente tabla se encuentra cada cargo con su respectivo salario:

**CUADRO 7**

<b>CARGO</b>	<b>SALARIO 2011</b>	<b>SALARIO 2012</b>	<b>SALARIO 2013</b>
Administrador General	\$1.472.802	\$1.531.714	\$1.592.982
Analista de Comercio Internacional	\$1.319.472	\$1.372.250	\$1.427.140
Contador Publico	\$500.000	\$500.000	\$500.000
<b>Nómina mensual</b>	<b>\$3.292.274</b>	<b>\$3.403.964</b>	<b>\$3.520.122</b>
<b>Socios (3)</b>			
<b>Incremento Anual</b>	7%	7%	7%

## 5 ASUNTOS LEGALES

Para que la empresa tenga un correcto funcionamiento debe cumplir con los siguientes documentos:

- RUT, estando la empresa registrada como exportador
- Licencia de exportación
- Factura comercial: base de la negociación, la realiza el vendedor (exportador) detallando consignatario, mercancía, incoterm y forma de pago. Este documento se usa para inspección en aduana, inspección por el comprador al recibo de la mercancía y al pago de la mercancía por el comprador
- Lista de empaque: relación detallada de cómo va empacada y embalada la mercancía. Se usa para las autoridades aduaneras, y el transportador para saber el contenido de la mercancía

- Certificado de Origen: sirve para aplicar medidas de control arancelario y/o comercial
- Certificado de calidad: se registran características del producto según requerimiento del país importador
- Determinación de Origen
- Documento de Exportación: DEX, sirve para documentar y certificar ante las autoridades la licencia de exportación
- Documento de pre-embarque: verifica el cumplimiento de las condiciones del pedido, cantidad de la mercancía y condiciones de la compra-venta
- Documento de transporte: se da según su modo de transporte, ya sea, terrestre (carta porte), aéreo (AWB) o marítimo (B/L)
- Declaración de cambio: documento donde queda registrado el pago el comprador

## 4 ESTUDIO FINANCIERO

**CUADRO 8**

<b>INVERSION INICIAL</b>				
<b>ACTIVOS FIJOS</b>				
Can	ACTIVO	Vr. UNITARIO.	Vr. TOTAL	Depreciación (años)
2	computador	1.500.000	3.480.000	3
3	papeleras	50.000	174.000	3
1	telefax	360.000	417.600	3
2	telefono	70.000	162.400	3
2	escritorio	250.000	580.000	3
5	sillas	60.000	348.000	3
4	muebles	500.000	2.320.000	3
2	archivar	50.000	116.000	3
1	greca	120.000	139.200	3
1	utensilios de cocina y baños	300.000	348.000	3
1	nevera	600.000	696.000	3
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>8.781.200</b>	

<b>GASTOS PREOPERATIVOS O INVERSIONES DIFERIDAS</b>		
GASTO	Vr. TOTAL	Diferido
	30.000	3
Registro Notaría	125.000	3
Papelería (certificado de origen, cámara y comercio, documento de transporte....etc)	90.000	3
<b>TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS</b>	<b>245.000</b>	

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
El capital de trabajo será lo necesario para cancelar TRES meses de costos y gastos		
<b>Capital de trabajo</b>	39.840.822	
<b>TOTAL INVERSION INICIAL \$</b>		<b>48.867.022</b>

<b>HORIZONTE DEL PROYECTO</b>
<b>TRES AÑOS</b>

<b>FUENTES DE FINANCIACION INVERSIÓN INICIAL</b>		
50% Recursos propios	14.660.107	
50% Prestamo a través de terceros	34.206.915	
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>48.867.022</b>	

**CUADRO 9**

<b>PRESUPUESTO COSTOS Y GASTOS</b>				
<b>COSTOS FIJOS</b>				
CONCEPTO	VR. TOTAL MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Servicios públicos	350.000	4.200.000	4.494.000	4.808.580
Arrendamiento oficina, bodega	1.200.000	14.400.000	15.408.000	16.486.560
Administrador general	1.472.802	17.673.624	18.910.778	20.234.532
Analista de comercio internacional	1.319.472	15.833.664	16.942.020	18.127.962
contador	500.000	6.000.000	6.420.000	6.869.400
Paquete de Telecomunicaciones	120.000	1.440.000	1.540.800	1.648.656
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>4.962.274</b>	<b>59.547.288</b>	<b>63.715.598</b>	<b>68.175.690</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>				
CONCEPTO	VR. TOTAL MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Bolsas	618.000	5.562.000	7.935.120	8.490.578
Compra 500 grs	4.400.000	39.600.000	56.496.000	60.450.720
Compra 250 grs	3.200.000	28.800.000	41.088.000	43.964.160
Mantenimiento	100.000	1.200.000	2.013.419	2.154.358
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>8.318.000</b>	<b>75.162.000</b>	<b>107.532.539</b>	<b>115.059.817</b>
<b>TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES</b>				
CONCEPTO	VR. TOTAL MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
FIJOS	4.962.274	59.547.288	63.715.598	68.175.690
VARIABLES	8.318.000	75.162.000	107.532.539	115.059.817
<b>TOTAL FIJOS Y VARIABLES</b>	<b>13.280.274</b>	<b>134.709.288</b>	<b>171.248.137</b>	<b>183.235.507</b>
<b>NOTA: los Costos y Gastos tendrán un incremento anual del 7%</b>				
<b>PARA LIQUIDAR EL CAPITAL DE TRABAJO NECESARIO PARA TRES MESES</b>			<b>39.840.822</b>	
<b>VARIABLES: pago a 45 días</b>				
ANO	1	2	3	4
CONTADO	65.766.750	94.090.972	100.677.340	
CREDITO		9.395.250	13.441.567	14.382.477
<b>TOTAL</b>	<b>65.766.750</b>	<b>103.486.222</b>	<b>114.118.907</b>	<b>14.382.477</b>

**CUADRO 10**

<b>PRESUPUESTO DE VENTAS</b>			
PRODUCTO			
	Cantidad	Precio	Total
bolsa 250gr	4.000	1.600	6.400.000
bolsa 500gr	4.000	2.200	8.800.000
			<b>15.200.000</b>

NOTA:1 LAS VENTAS SE HARAN SOBRE PEDIDO

NOTA 2: El primer año solo se toman 9 meses

NOTA 3: HAY UNA POLITICA DE CRECIMIENTO DEL 10% anual

AÑO	1	2	3	4
CONTADO	121.600.000	183.920.000	202.312.000	
CREDITO		15.200.000	16.720.000	18.392.000,00
<b>TOTAL AÑO</b>	<b>121.600.000</b>	<b>199.120.000</b>	<b>219.032.000</b>	<b>18.392.000</b>

<b>TOTAL ANUAL PRIMER AÑO</b>	
PRODUCTO 1	57.600.000,00
PRODUCTO 2	79.200.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>136.800.000,00</b>

<b>TOTAL ANUAL SEGUNDO AÑO</b>	
PRODUCTO 1	84.480.000,00
PRODUCTO 2	116.160.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>200.640.000,00</b>

<b>TOTAL ANUAL TERCER AÑO</b>	
PRODUCTO 1	92.928.000,00
PRODUCTO 2	127.776.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>220.704.000,00</b>

**CUADRO 11**

LIQUIDACION CREDITO					
No de Cuota	Prestamo	Cuota fija	Intereses	Abono a capital	Saldo
0	34.206.915				34.206.915
1		1.648.844	410.483	1.238.361	32.968.554
2		1.648.844	395.623	1.253.221	31.715.333
3		1.648.844	380.584	1.268.260	30.447.073
4		1.648.844	365.365	1.283.479	29.163.594
5		1.648.844	349.963	1.298.881	27.864.713
6		1.648.844	334.377	1.314.467	26.550.246
7		1.648.844	318.603	1.330.241	25.220.005
8		1.648.844	302.640	1.346.204	23.873.801
9		1.648.844	286.486	1.362.358	22.511.443
10		1.648.844	270.137	1.378.707	21.132.736
11		1.648.844	253.593	1.395.251	19.737.485
12		1.648.844	236.850	1.411.994	18.325.491
13		1.648.844	219.906	1.428.938	16.896.553
14		1.648.844	202.759	1.446.085	15.450.467
15		1.648.844	185.406	1.463.438	13.987.029
16		1.648.844	167.844	1.481.000	12.506.029
17		1.648.844	150.072	1.498.772	11.007.258
18		1.648.844	132.087	1.516.757	9.490.501
19		1.648.844	113.886	1.534.958	7.955.543
20		1.648.844	95.467	1.553.377	6.402.165
21		1.648.844	76.826	1.572.018	4.830.147
22		1.648.844	57.962	1.590.882	3.239.265
23		1.648.844	38.871	1.609.973	1.629.292
24		1.648.844	19.552	1.629.292	0
TOTAL		39.572.255	5.365.340		

Liquidación del crédito	Tasa de Interes efectiva	Factor	Cuota	Total primer año intereses	Total segundo año
34.206.915	1,20%	0,048202065	1.648.844	3.904.703	1.460.637



**CUADRO 12**

<b>DEPRECIACIONES</b>			
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
computador	1.160.000	1.160.000	1.160.000
papeleras	58.000	58.000	58.000
telefax	139.200	139.200	139.200
telefono	54.133	54.133	54.133
escritorio	193.333	193.333	193.333
sillas	116.000	116.000	116.000
muebles	773.333	773.333	773.333
archivar	38.667	38.667	38.667
greca	46.400	46.400	46.400
utensilios de cocina y baños	116.000	116.000	116.000
nevera	232.000	232.000	232.000
<b>TOTAL DEPRECIA. PERÍODO</b>	<b>2.927.067</b>	<b>2.927.067</b>	<b>2.927.067</b>

**CUADRO 13**

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>				
<b>CUENTA</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>
Ingreso por Ventas	121.600.000	199.120.000	219.032.000	18.392.000
Costo de Venta	65.766.750	103.486.222	114.118.907	14.382.477
Utilidad bruta en Ventas	55.833.250	95.633.778	104.913.093	4.009.523
Gastos de Operación, administración y de Ventas	59.547.288	63.715.598	68.175.690	
Depreciación	2.927.067	2.927.067	2.927.067	0
Amortizaciones	245.000			
Utilidad Operacional (UAll)	-6.886.105	28.991.114	33.810.336	4.009.523
Gastos Financieros	3.904.703	1.460.637	0	0
Utilidad antes de impuestos	-10.790.807	27.530.477	33.810.336	4.009.523
Impuestos (33%)				1.323.143
Utilidad Neta	-10.790.807	27.530.477	33.810.336	2.686.380

**CUADRO 14**

<b>PRESUPUESTO DE EFECTIVO</b>					
<b>ENTRADAS DE EFECTIVO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>
Caja		39.840.822	16.340.656	28.472.709	65.210.112
Ventas de Contado		121.600.000	183.920.000	202.312.000	
Cobro de Cartera			15.200.000	16.720.000	18.392.000
Venta de Activos					
Préstamo	34.206.915				
Aportes Socios	14.660.107				
<b>TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO</b>	<b>48.867.022</b>	<b>161.440.822</b>	<b>215.460.656</b>	<b>247.504.709</b>	<b>83.602.112</b>
<b>SALIDAS DE EFECTIVO</b>					
Compras de Contado		65.766.750	94.090.972	100.677.340	
Compras a crédito		0	9.395.250	13.441.567	14.382.477
Gastos de Contado		59.547.288	63.715.598	68.175.690	
Gastos a crédito					
Pago Préstamos		19.786.128	19.786.128		
Impuestos		0	0	0	1.323.143
Inversión temporales					
Inversiones Permanentes					
Inversiones del Provento	9.026.200				
<b>TOTAL SALIDAS EN EFECTIVO</b>	<b>9.026.200</b>	<b>145.100.166</b>	<b>186.987.947</b>	<b>182.294.597</b>	<b>15.705.620</b>
<b>DIFERENCIA ENTRADAS Y</b>	<b>39.840.822</b>	<b>16.340.656</b>	<b>28.472.709</b>	<b>65.210.112</b>	<b>67.896.492</b>

**CUADRO 15**

<b>13 EVALUACION FINANCIERA DEL VPN y TIR</b>					
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE PARA EL PROYECTO</b>	-39.840.822	16.340.656	28.472.709	65.210.112	67.896.492
	Valor Mínimo de Rentabilidad de la inversión C.O.			30%	
	Valor Presente Neto			\$ 43.030.555	
	Tasa Interna de Retorno			72%	

## CONCLUSIONES

- Se decidió exportar panela granulada a Estados Unidos ya que es un mercado maduro que cuenta con mucha oferta y demanda y además es donde se encuentran la mayoría de latinoamericanos conocedores del producto.
- Incursionamos en el mercado estadounidense ya que en este país no se produce la panela, además por sus nutrientes que esta contiene y sus propiedades curativas.
- De acuerdo con las estadísticas, Colombia es el segundo productor de panela en el mundo teniendo así mucha oferta y demanda del producto en países extranjeros.
- Con este trabajo nos damos cuenta de la importancia que tiene no solo como un trabajo de grado si no como una herramienta que nos sirve a futuro para la vida profesional.

## BIBLIOGRAFIA

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>

[http://exporthelp.europa.eu/display.cfm?page=rt/rt\\_Resumen.html&docType=main&languageId=ES&status=null](http://exporthelp.europa.eu/display.cfm?page=rt/rt_Resumen.html&docType=main&languageId=ES&status=null)

[http://www.proexport.com.co/condicionesdeacceso/ReglamentosMedidas\\_4.aspx?Posicion=00000&IdPais=-1&Pais=--Seleccione--&IdZona=22&Zona=ESPANA](http://www.proexport.com.co/condicionesdeacceso/ReglamentosMedidas_4.aspx?Posicion=00000&IdPais=-1&Pais=--Seleccione--&IdZona=22&Zona=ESPANA)

[http://www.proexport.com.co/SIICExterno/IntelExport/Pais/Indicadores.aspx?Tipo=Bienes&Menu=IntelExport&seleccion=Indicadores\\_SocioEconomicos&Header=IntelExport](http://www.proexport.com.co/SIICExterno/IntelExport/Pais/Indicadores.aspx?Tipo=Bienes&Menu=IntelExport&seleccion=Indicadores_SocioEconomicos&Header=IntelExport)

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo4042DocumentNo3417.PDF>

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo4071DocumentNo3446.PDF>

<http://www.bld.com.ar/images/Mapa-Puertos.gif>

<http://www.guiamundialdeviajes.com/a/main/8f350f44-1a25-476a-9457-1c431cc20c8b/316158AE-7933-11DB-BA83-F975770E4413/3CB5E594-7933-11DB-9417-F3514D2DC697.gif>

[www.google.com.co](http://www.google.com.co)