



TIPICOL S.A.S.

ALIMENTOS TÍPICOS COLOMBIANOS ENLATADOS
DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR
NOVIEMBRE /2012



TIPICOL SA.S.
Plan de Negocios



Alimentos Típicos Colombianos Enlatados
Departamento de Comercio Exterior
Medellín, Noviembre, 2012



TIPICOL S.A.S.

Contenido - Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

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

4. ANALISIS DEL MERCADO

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

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

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

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

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

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

7. ASPECTOS LEGALES

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

8. ASPECTOS FINANCIEROS

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

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

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa TIPICOL S.A.S es una empresa que nace a partir de la necesidad de los colombianos que radican en el extranjero, especialmente en los estados Unidos en consumir alimentos típicos colombianos sin tener que desplazarse a los restaurantes colombianos que están ubicados en dicho país ya que son sumamente retirados y muy pocos; por esto nació la idea de enlatar productos típicos colombianos ligeros (empanadas, chorizos, pasteles de pollo).

Nuestra empresa está ubicada en el sector de Belén las Violetas de la ciudad de Medellín, (carrera 87 c # 30c -60) ésta consta de dos plantas y están ubicadas estratégicamente para un excelente proceso. En la planta superior se encuentra todo lo referente a la parte administrativa y en el primer piso está ubicada toda la parte de producción, embalaje, cargue y descargue de la mercancía.

La preparación de los productos terminados se hacen de una manera muy tradicional pero con un alto avance tecnológico, la materia prima ingresa a la planta de producción de manera que hace todo un recorrido por el circuito plenamente establecido de manera apropiada para una mayor eficiencia, el proceso de enlatado y esterilización no lo realizamos nosotros si no un tercero, aunque dentro de las metas propuestas uno de los principales retos es poder hacerlo nosotros mismo.

Nuestros productos son 100% colombianos (materia prima) los principales proveedores son las plaza de mercado de la mayorista y minorista de Medellín ya que podemos encontrar la materia prima en un estado de buena calidad y fresca para la elaboración del producto. El segundo proveedor en importancia es fricar ya que encontramos todo lo referido a productos cárnicos.

Nuestros principales competidores son C.I de mi tierra LTDA y Hatogrande Products que tiene y una trayectoria en la exportación de productos típicos colombianos pero como sabemos el valor agregado de nuestro producto será el enlatado para una mayor conservación

Con respecto a la distribución, se contratan los servicios de la transportadora INTER ANDINOS para el transporte del contenedor desde Medellín a Cartagena y cuando está en este lugar se contratan los servicios de la Agencia de aduana INTERLOGISTICA S.A que se encargara de todo los trámites correspondientes de logística para el transporte de la mercancía desde Cartagena hasta el destinatario final en E.E.U.U nuestro distribuidor final será la cadena de supermercado WAL MART

Nuestro mercado meta está situado en Estados Unidos, ya que tiene un gran número de colombianos que residen en dicho país, 793.000 colombianos, y también atrayendo el mercado latino que son una población que apetecen estos productos y que consta de 4.512.800 residentes

Las primeras metas de producción es exportar un contenedor mensual con un total de 9000 productos enlatados, divididos de una manera equitativa distribuidos de la

siguiente manera: 3000 latas de empanadas, 3000 latas de pastel de pollo, 3000 latas de chorizos ahumados.

Nuestro organigrama está dividido en los siguientes departamentos: Gerencia, el departamento Administrativo y Recursos Humanos, el departamento de Comercio Exterior, el departamento de Mercadeo y Ventas y el departamento de Producción; cada uno con funciones muy bien definidas.

Para el inicio del proyecto contamos con una inversión de los dos socios de \$30.000,000 cada uno y una donación de un montacargas avaluado en \$24.000.000, por lo que estamos conformados como una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S.); contamos con las instalaciones apropiadas, el recurso humano, todos los requerimientos en cuanto a equipos de cómputo, muebles y enseres.

Para iniciar nuestro proyecto se requiere de una inversión total exigible de \$104.144.290, para lo cual los socios haremos una inversión de \$84.206.600; con ésta inversión inicial se cubren todos los gastos pre operativos que constan de la constitución y registro de la empresa, la presentación y promoción de la misma y los salarios, todo esto suma un total de \$21.257.600; adicional a estos gastos pre operativos, ésta inversión también cubre los muebles, enseres, equipos de cómputo y vehículo por un total de \$27.949.000; siendo necesario para cubrir con todas nuestras necesidades financieras realizar un prestamos en Bancolombia por \$19.937.690 a una tasa de interés del %1.13 en 48 cuotas.

Nuestros proyectos a futuros son: que nuestros productos tengan un reconocimiento y adquieran fidelización por parte de nuestros clientes, buscar nuevos mercado donde haya un número importante de colombianos como en el caso de España, crecer en el número de unidades exportadas y hacer nosotros mismo el proceso de enlatados.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

ROBINSON SUCERQUIA				
Identificación:	1037389795	Teléfono:	5868764	Celular: 3218117030
Dirección:	Calle 54 86ª 35 AP 1510			Barrio: Calasanz
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Robinson.asm@hotmail.com	
Estudios:	Técnicos	x	Tecnológicos	Universitarios
Otros Estudios:				

MARIA FERNANDA OSORIO ARBOLEDA				
Identificación:	44004734	Teléfono	2654387	Celular: 300 6445763
Dirección:	Calle 33 # 66 B 153			Barrio: Bulerías
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Mafe_185@hotmail.com	
Estudios:	Técnicos		Tecnológicos	X Universitarios
Otros Estudios:				

PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

El propósito de este proyecto de negocio es ampliar nuestros conocimientos y poner en práctica todo lo trabajado y estudiado durante la tecnología de Comercio Exterior.

Adicional a esto, esta idea de proyecto surge a partir de la necesidad de los colombianos residentes en el extranjero, especialmente en Estados Unidos, para poder consumir los alimentos típicos de nuestra cultura en dicho país, ya que debido a que son productos perecederos no son fáciles de adquirir.

Estos alimentos típicos colombianos, especialmente antioqueños serán esterilizados con el fin de que tengan una larga duración y poder ser almacenados sin ningún grado de temperatura específico, además se les hará una adición al producto, por ejemplo se planteará chorizo ahumado con arepa en lata. Estos productos serán dirigidos especialmente a la población colombiana residente en Estados Unidos, por lo tanto se exportarán a dicho país; sin embargo, teniendo en cuenta que Estados Unidos tiene una población latinoamericana tan variada, se buscarán distribuidores especialmente para la población latina.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

TIPICOL S.A.S.

3.2 Descripción de la Empresa

Esta es una empresa que pertenece al sector alimentos, que se encarga en la producción y exportación de alimentos típicos colombianos enlatados, como el chorizo ahumado antioqueño, empanadas y pastel de pollo.

Nuestra empresa exporta estos productos principalmente a los Estados Unidos, especialmente a aquellos estados donde hay mayor influencia de colombianos y latinos, como lo son Florida, Illinois, Nueva York y Nueva Jersey

3.3 Misión de la Empresa

Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos típicos colombianos enlatados, enfocados principalmente en satisfacer las necesidades de los colombianos residentes en Estados Unidos.

Vision de la Empresa

Para el año 2020 ser reconocida no solo por los colombianos residentes en Estados Unidos, sino por la población latina residente en dicho país como una empresa que se dedica a satisfacer las necesidades de sus clientes brindándole altos estándares de calidad que generan confianza y fidelidad.

3.4 Objetivos

Lograr alcanzar un reconocimiento de nuestros productos en el mercado meta y que nuestros clientes se sientan identificados con el producto que sea 100 % colombiano.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:



1. Posicionamiento del producto en el mercado exterior como un producto netamente Colombiano
2. Realizar el proceso completo de enlatados con el tiempo de experiencia adquirido trabajar en su mejora y en su empaque
3. Darle a nuestro producto un valor agregado y una excelente tecnificación

3.5 Ventajas Competitivas

Los alimentos son productos perecederos, por lo que se dificulta su traslado a otros países sin que se dañen, es por esta razón que los colombianos residentes en el exterior no satisfacen por completo la necesidad de consumir estos alimentos. Nuestra ventaja o distinción competitiva es que se le harán adiciones de preservativos y otros procesos que ayudarán a que estos productos tengan una vida un poco más larga sin necesidad de un almacenamiento especial, lo cual permitirá que se puedan exportar y distribuir en almacenes o tiendas sin el temor a que se dañen.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

Los productos típicos que hay en el mercado nacional son muy apetecidos por los colombianos tanto en el interior como en el exterior del país, pero su consumo debe ser muy rápido ya que por su larga vida se debe tener en cuenta una temperatura adecuada y hay personas que por algún motivo no lo pueden hacer y estos productos se les dañan, este es el caso de los colombianos residentes en Miami – Estados Unidos, quienes debido a las dificultades para adquirir dichos alimentos no los pueden consumir.

3.7 Relación de productos y/o servicios

Alimentos típicos colombianos enlatados:

- Chorizo paisa
- Pastel de pollo
- Empanadas

3.8 Justificación del Negocio

Por medio de este proyecto pretendemos satisfacer la necesidad de los colombianos residentes en el exterior de consumir los productos típicos de nuestro país, especialmente los productos antioqueños, haciéndolos sentir así un poco más cerca de su país, su familia y sus raíces.

3.9 Análisis del entorno y del sector

Los cambios tecnológicos y de hábitos, y la mundialización, modifican la faz de las industrias de productos alimenticios y bebidas.

Según un informe recién publicado por la OIT 1, los grandes avances tecnológicos, combinados con la rápida modificación de los hábitos de consumo y los estilos de vida y con la mundialización (GLOBALIZACIÓN), están contribuyendo a transformar las industrias de productos alimenticios y bebidas (PAB). En el documento se afirma que

esta evolución plantea tremendos desafíos y oportunidades a las industrias de PAB. Dado el peso considerable que el sector conserva en el empleo industrial en los países desarrollados, y su importancia creciente en las naciones en desarrollo, la evolución de estos factores repercutirá igualmente en la dimensión del mercado de trabajo de las industrias de PAB. En 1995, la población empleada en el sector de las PAB en la Unión Europea era de 2,3 millones, y la panadería, las industrias cárnicas y las de productos lácteos constituían los tres segmentos principales. Análogamente, en Estados Unidos, el empleo en el sector de la alimentación y las bebidas se situó ese mismo año en 1,3 millones de personas, y en Japón en 1,1 millones.

La evolución del empleo en las industrias de productos alimenticios en muchos países industrializados es desigual y oscila entre los incrementos marginales y la contracción acentuada. En cambio, en algunos segmentos de los países en desarrollo, la tendencia general ha sido ascendente. Así, durante los diez años comprendidos entre 2001 y 2011, el empleo en la industria de productos alimenticios creció.

El mercado de alimentos en EE UU ha tenido un crecimiento constante, especialmente de productos provenientes de Colombia y que serán más favorables con el TLC entre Colombia y EE UU. Sin embargo, en materia de acceso a productos sensibles como la carne bovina y de aves de corral se ha detectado dificultades con algunos requisitos y asuntos reglamentarios y conformidad con un Plan Nacional de Residuos y Reducción de Microorganismos Patógenos, por esto se viene avanzando entre el sector público y privado en un proceso de evaluación técnica requerida por las autoridades sanitarias competentes de los Estados Unidos.

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

Lo primero de debemos tener en cuenta son los requisitos que se requieren para que ingresar con alimentos a Estados Unidos, debemos tener todo el permiso que se pide en este caso los vistos buenos fitosanitarios del Invima.

Se debe conocer las ventajas y desventajas que traen la negociación con Estados Unidos de productos enlatados ya que este país tiene preferencias arancelarias con Colombia.

Se debe tener muy en cuenta el crecimiento del sector de alimentos en Estados Unidos su gran demanda y su volatilidad.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

- Definir el posicionamiento de nuestro producto en Estados Unidos.
- Identificar qué productos son los más demandados por el consumidor colombiano residente en Estados Unidos
- Establecer los términos de negociación más favorables para nuestra empresa.
- Desarrollar estrategias de fidelización del cliente

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Nuestro portafolio está constituido de esta manera:

- Chorizo antioqueño ahumados
- Pastel de pollo
- Empanadas de carne

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Nuestro mercado meta son los colombianos residentes en Miami – Estados Unidos, que desean adquirir los productos típicos colombianos, los cuales serán comercializados a través de tiendas en Miami – Estados Unidos, comercializadoras y distribuidoras de productos alimenticios, dirigidas especialmente al mercado latino, donde dichos colombianos puedan adquirir estos alimentos típicos enlatados.

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

- Identificar a que mercados se desea llegar con nuestros productos
- Conocer que alimentos típicos colombianos son los más demandados por este mercado
- Determinar los términos de negociación más convenientes para la empresa y dicho mercado.

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

Se elaboró gracias a información adquirida por las diversas fuentes consultadas, por colombianos en el exterior, empresas nacionales que se encargan de todo tipo de enlatados y sus productos, también en consultas en PROEXPORT, MINCOMERCIO, DIAN.

c) Aplicación de los Medios

Este estudio de consumidores se realizó por medio de empresas gubernamentales como PROEXPORT, MINCOMERCIO, DIAN, DANE, que nos brindan la información necesaria para la realización del proyecto.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población consumidora: Nuestros principales clientes son los colombianos que están radicados en el extranjero, y también los extranjeros que les gusta la comida típica colombiana.

El país en el que nos vamos a enfocar es E.E.U.U ya que la cantidad de colombianos radicados en este país es de 394,308 personas y los 45´128.000 de habitantes latinos que pueden inclinarse en la comida típica colombiana.

Ubicación de los consumidores: Norte América - E.E.U.U - Miami

Determinar la demanda: Mediante la información recopilada, se determinó un mercado de 45´128.000 de latinos y 793.000 colombianos, además de 100,000 extranjeros que son gustosos de la comida típica colombiana.

<http://univision65.univision.com/destino-2012/mapa-demografico/>

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

Como nuestros productos son típicos nuestro principal proveedor será la plaza mayoritaria de Antioquia. Como proveedores secundarios tenemos algunas personas que están laborando como independientes en comidas típicas, localizadas en Medellín por ejemplo, ajiacos, empanadas, chorizos, pasteles de pollo etc. También como parte de nuestros proveedores estarán las compañías envasadoras y esterilizadoras de productos localizadas en Medellín quienes se encargaran del diseño del empaque de nuestros productos.

Más adelante analizaremos la posibilidad de suprimir los proveedores de envases ya que nosotros mismo realizaremos dicho proceso.

Posibles proveedores:

- Plaza Mayoritaria de Medellín
- Plaza Minorista de Medellín
- Fricar
- Prodenvases Crown

- Virel
- Independientes

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Los proveedores los escogimos por ubicación, especialización en el tema, calidad, y cumplimiento en la entrega.

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

Los medios por los cuales realizamos el estudio de los proveedores fue mediante visitas a la plaza mayorista y minorista de Medellín, a través de estas visitas detectamos la gran oferta en productos típicos que estas plazas tienen, además ofrecen toda la materia prima necesaria para desarrollar nuestros productos.

Adicional a estos tenemos conocimiento de algunas mipymes o personas independientes que nos ofrecen alimentos típicos colombianos de excelente calidad.

Con respecto a los otros proveedores tenemos conocimiento de su excelente calidad y buen servicio ya que son empresas de alto reconocimiento a nivel local, Fricar por sus cárnicos, Prodenvases Crown por su servicio de empaque y Virel por su maquinaria.

c) Aplicación de la Medios

La información se adquirió por las visitas hechas a la plaza mayoritaria y a la minorista, a las empresas envasadoras y las empresas que están ubicadas en el valle de aburra.

d) Resultados del estudio de los proveedores

NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	PRINCIPALES PRODUCTOS
EL 13	Calle 85 # 48-01 (Itagüí) bloque 13	2 85 48 15	Verduras, tomate, cebolla, cilantro etc.
FRICAR	Calle 62 # 56 A 50	5 11 06 72	Productos cárnicos
SUPER POLLO	Calle 85 # 48-01 (Itagüí) bloque 11	2 32 46 22	El pollo
CONDIMENTOS LA REINA	Calle 31 c # 87 c 60	3 42 26 64	Condimentos

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS
C.I COLFOOD	Cali: CI 57 25-46 Casa-21	Cali: (2) 2812152	Empresa exportadora de productos típicos Colombianos tales como panela, dulces de guayaba, manjar blanco, conservas, enlatados, frijoles, harinas y snacks.
C.I. D MI TIERRA LTDA	Cali: Calle 70 n 3n-80 6-301	Cali: (2) 4324177	Enlatados Frijoles Antioqueños, Mazamorra. Ají, Ají picante, Ají Criollo, Salsa de Ají, Salsa de Humo.
Hatogrande Products	Miami: 17416 sw 20 street. Miami Gardens	Miami: 754 – 204 – 6525	Distribuidora de productos típicos colombianos en Estados Unidos.

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Durante el estudio que realizamos a nuestros competidores tomamos en cuenta las siguientes variables:

- Ubicación de la empresa
- Fortalezas y debilidades
- Tiempo que lleva en el mercado
- Principales productos que comercializan
- Precios
- Atención al cliente
- Distribución en los Estados Unidos
- Benchmarking

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Las estrategias pautadas que utilizamos para este estudio del mercado competidor fue consultar la historia de nuestra competencia y su ubicación, y haciendo benchmarking de los productos de la competencia para ver que fortalezas y debilidades tenemos frente a ellos.

c) Aplicación de la Medios

La aplicación los medios fue comprando el producto de la competencia y desármalo y estudiar paso a paso sus partes y ver cuales podríamos mejorar y con cuales productos nosotros somos más fuertes, de esta manera fortalecer nuestro producto frente a la competencia.

d) Resultados del Estudio de la Competencia

NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS

C.I COLFOOD	Cali: Cl 57 25-46 Casa-21	Cali: (2) 2812152	Empresa exportadora de productos típicos Colombianos tales como panela, dulces de guayaba, manjar blanco, conservas, enlatados, frijoles, harinas y snacks.
C.I. D MI TIERRA LTDA	Cali: Calle 70 n 3n-80 6-301	Cali: (2) 4324177	Enlatados Frijoles Antioqueños, Mazamorra. Ají, Ají picante, Ají Criollo, Salsa de Ají, Salsa de Humo.
Hatogrande Products	Miami: 17416 sw 20 street. Miami Gardens	Miami: 754 – 204 – 6525	Distribuidora de productos típicos colombianos en Estados Unidos.

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

La distribución la haremos por medio de un tramitador (tercero), en este caso una Agencia de Aduanas hará todo el proceso de exportación.

Proceso de exportación: Proexport

- 1 Estudio de mercado y localización de demanda
Es la investigación que se realiza en un determinado sector del mercado para ver los factores que influyen en la venta de un producto en este caso en la exportación de nuestro producto.
- 2 Registro ante la cámara de Comercio y obtención del NIT
- 3 Inscripción en el Registro Único Tributario
- 4 Costeo
- 5 Envío de cotización internacional
- 6 Aceptación de la cotización y establecimiento del medio de pago
- 7 Preparación del producto a Exportar
- 8 Remisión de la factura y conformación de la carta de crédito si es el caso
- 9 Contratación de transporte y seguro
- 10 Solicitud de permiso de exportación y vistos buenos
- 11 Trámites de comercio, Industria y Turismo
- 12 Diligenciamiento del documento de exportación, Dex, por parte de la SIA o el declarante autorizado
- 13 Autorización y despacho de la mercancía
- 14 Recepción del pago de la mercancía
- 15 Diligenciamiento de la declaración de cambio y venta de divisas al intermediario cambiario (reintegro de divisas)
- 16 Solicitud de devolución de IVA

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

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

El mercado distribuidor es muy importante porque al investigar nos damos cuenta de que manera es mejor para nuestra empresa agilizar y mejorar con nuestro producto ya que estamos en el mercado con muy poca experiencia lo mejor es empezar nuestro proceso de exportación con las personas que saben del tema en este caso la Agencia de Aduanas. También tenemos que tener en cuenta los precios que nos ofrecen.

- Tiempo en el mercado
- Productos que distribuye que podrían catalogarse como competencia
- Forma de su distribución
- Que parte del mercado es el que abarca
- Posicionamiento de la empresa

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

Este posible distribuidor se obtuvo por medio de una búsqueda a través de páginas web, en la cual se destacó ya que distribuye productos típicos no solo colombianos sino de varios países latinoamericanos, por lo que encontramos una oportunidad para llegar también a otros latinos residentes en Miami.

c) Aplicación de la Medios

La aplicación de medios se realizó mediante los estudios realizados a través de las páginas de búsqueda en internet; con los resultados arrojados por este estudio pudimos seleccionar entre supermercados y tiendas que tuvieran productos similares a los nuestros teniendo en cuenta que podrían ser también competidores directos, sin embargo el distribuidor escogido fue el que más se adapta a nuestras necesidades.

d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

Distribuidor	Dirección	Forma de Pago	Fortalezas
AGENCIA DE ADUANA INTERLOGÍSTICA S.A. NIVEL 10	Cr43 A 14-27 Of 805 Colombia - Antioquia, Medellín	Negociable	Asesorías en comercio exterior, clasificación arancelaria, trámites e importación y exportación.

4.6.3 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

a) Describa los medios a través de los cuales se hará la distribución del producto

No aplica, ya que nuestra distribución será realizada a través de terceros

b) Fuerza de ventas

Necesitaremos 1 asesor comercial; quien se encargará de mantener los clientes existentes, conseguir nuevos clientes y/o distribuidores, mantener determinado volumen

de ventas y generar una determinada utilidad. Adicional a esto es de suma importancia estar en constante capacitación sobre nuestros productos.

4.6.4 Manejo de Inventarios

Los inventarios que Alimentos típicos colombianos enlatados maneje estarán basados de acuerdo a la demanda del mercado, al incremento del flujo de productos que se distribuyan y una vez tengamos una clasificación de cuáles son los productos que más movimiento tienen podremos determinar qué cantidad de stock almacenar según el producto.

4.6.5 Comunicación

TIPICOL S.A.S.



CHORIZO ANTIOQUEÑO AHUMADO TIPICOL S.A.S.



PASTEL DE POLLO TIPICOL S.A.S.



EMPANADA DE CARNE TIPICOL S.A.S.



4.6.6 Actividades de promoción y divulgación

- Campañas publicitarias para dar a conocer cada uno de los productos
- Plegables con información detallada
- Envío de muestras gratis al distribuidor para que conozca los productos
- Sitio web de la empresa
- Eventos promocionales

4.7 Precios de los Productos

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

- Costos de producción (insumos y mano de obra)
- Empaque
- Costos de distribución
- Precio de la competencia en el mercado
- Utilidad
- Variación en la tasa de cambio

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

PRODUCTO	COSTO	UTILIDAD %	UTILIDAD \$	PRECIO
Chorizos ahumados	\$ 1,660	40%	\$ 664	\$ 2,324
Empanadas	\$ 1,684,5	40%	\$ 673,8	\$ 2,358,3
Pastel de pollo	\$ 848,3	40%	\$ 339,32	\$ 1,187,62

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

Producto	Costo	% Utilidad	Precio Propuesto
Chorizo antioqueño ahumado	\$ 1,660	% 58	\$ 4,000
Empanada de carne	\$ 1,684	% 58	\$ 4,000
Pastel de pollo	\$ 848	% 66	\$ 2,500

4.7.4 Política de Precio

Inicialmente nuestros pagos serán de contado, sin embargo a largo plazo proponemos los siguientes descuentos:

- Descuentos por volúmenes: Este tipo de descuento se otorgara de acuerdo al volumen por cada pedido individual, es decir que no es acumulativo; y será del 4% al 6% de acuerdo a los volúmenes.
- Descuentos por pronto pago: Estos descuentos se harán para los pagos de contados o dentro de los primeros 15 días después de facturado el pedido y será del 3% y del 2%, respectivamente.
- A crédito: Se dará un plazo de 45 días para cancelar la factura, este tipo de política de precios no tenemos descuentos a menos que sea por pronto pago.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

COSTOS ASOCIADOS A LAS ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACION

INFRAESTRUCTURA / EQUIPOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMPUTADORES PORTATILES	2	\$ 980,000	\$ 1,960,000
IMPRESORA – FOTOCOPIADORA LASER	1	\$ 799,000	\$ 799,000
ESCRITORIOS DE OFICINA	2	\$ 300,000	\$ 600,000
SILLAS DE OFICINA GIRATORIAS	2	\$ 145,000	\$ 290,000

SILLAS PARA VISITANTES	4	\$ 50,000	\$ 200,000
PAPELERIA Y ELEMENTOS DE OFICINA	1	\$ 121,800	\$ 121,800
MATERIALES DE ASEO	1	\$ 104,000	\$ 104,000
INVERSION EN PUBLICIDAD	1	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
PAGINA WEB(DISEÑO Y HOSTING)	1	\$ 350,000	\$ 350,000
MANTENIMIENTO ANUAL PAG. WEB	1	\$ 50,000	\$ 50,000
PLAN TELEFONIA MOVIL	2	\$ 50,000	\$ 100,000
DEPARTAMENTO DE VENTAS	1	\$ 566,700	\$ 566,700
EXTINTORES	4	\$ 65,000	\$ 260,000
TELEFONO	1	\$ 100,000	\$ 100,000
ARRENDAMIENTO LOCAL	1	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000
DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR	2	\$ 900,000	\$1,800,000
TOTAL			\$ 9,801,500

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

- **Riesgos**

Uno de los principales riesgos al que nos enfrentamos es la poca disponibilidad de distribuidores, ya que este es un producto terminado que no necesita de ningún tipo de procesamiento por parte del consumidor final; y la principal demanda de productos colombianos en Estados Unidos es por parte de restaurantes que venden estos platos después de haberlos preparados y listos para el consumo inmediato

Otros riesgos son: la variación del dólar, la crisis económica por la que está atravesando Estados Unidos en estos momentos y las restricciones por parte del gobierno americano para el ingreso de estos productos al país.

- **Oportunidades**

Así como vemos que la poca disponibilidad de distribuidores puede ser un riesgo, también pensamos que puede ser una gran oportunidad debido a que sería un lugar donde se abastezcan todos los clientes finales y pueda crecer la demanda de manera significativa, sin dejar de lado el consumo en los restaurantes colombianos debido a las ventajas competitivas de nuestros productos.

El Tratado de Libre Comercio firmado con Estados Unidos nos abre muchas puertas y nos da muchas oportunidades para ingresar en este mercado.

4.10 Plan de ventas

Producto	Cantidad	Tiempo
Chorizo Antioqueño Ahumado	3000 Latas	Mensual
Empanada de carne	3000 Latas	Mensual
Pastel de Pollo	3000 Latas	Mensual
Total	9000 Latas	

5 ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

- Aumentar paulatinamente la producción en los primeros 12 meses
- Mejorar la calidad de lo producido día a día y de acuerdo a la necesidad del consumidor
- Después de los 2 primeros años encargarnos nosotros mismos del proceso de enlatados
- Mejorar en los gastos de nuestro proceso de producción.
- Llegar a nuevos países que tengan una población colombiana grande; ejemplo España.

5.2 Descripción del proceso de producción

Chorizo antioqueño ahumado

Ingredientes

- Libra chicharrón
- Libra de carne de res
- Libra de carne de cerdo
- Libra de cebolla
- Libra tomate (pequeñito)
- Un pimentón
- Ajos
- Chote

- Triguisar
- Ablandador de carne
- Tripa de cerdo
- Sal

Descripción del proceso

- a) Se lava muy bien la tripa del cerdo desde afuera hacia adentro, se saca todo lo que tenga la tripa por dentro y con una cuchara se raspa suavemente. Luego de este proceso, se lava nuevamente muy bien la tripa con agua caliente, se infla y se pone a secar al sol durante dos días.
- b) Pasados estos dos días, se cocinan las tres carnes (cerdo, res, chicharrón) por separado, el chicharrón se fríe en agua ya que su misma grasa se encarga de prepararlo, después de estar cocinadas se pican las tres carnes en trozos pequeños, se ponen juntas y se le condimenta con el ablandador de carne, el triguisar y el ajo.
- c) Se revuelven el pimentón, la cebolla y el tomate pequeño (lo que en Antioquia llamamos Hogao), y luego se mezcla con toda las carnes.
- d) Se empieza hacer el embutido en las tripas de cerdo ya secas, con todos los ingredientes mezclados y al final se cierran las dos puntas y se pasa al proceso de empaque.

Pastel de pollo

Ingredientes

- 2 kg de maíz
- Dos pechugas de pollo
- 1 kg de tomate
- 1 libra de cebolla
- ½ de papa

Descripción del proceso

- a) Cocinamos muy bien el maíz.
- b) Cocinamos la pechuga de pollo y se desmecha.
- c) Picamos la cebolla y el tomate, y los mezclamos.
- d) Cocinamos las papas y luego de cocinadas, las pelamos.
- e) Hacemos puré y la salsa de tomate se mezcla con el puré.
- f) Después de que el maíz esta cocinado, lo molemos y esta masa se pone en forma redonda, se pisa, se introducen todos los otros ingredientes sobre la masa y sobre esa se pone otra masa redonda se sella con los dedos y se pone a freír.

Empanada de carne

Ingredientes

- Ingredientes
- 1 kg de maíz
- 1 kg de carne de cerdo
- 2 kilos de papas
- 1/2kg de tomate
- Libra de carne de res molida
- Cebolla de rama

Descripción del proceso

- a) Cocinamos muy bien el maíz.
- b) Cocinamos la carne de cerdo y la desmechamos.
- c) Cocinamos las papas y se mezclan con el tomate.
- d) Ponemos a sofreír la carne molida con tomate.
- e) Mezclamos todos los ingredientes menos el maíz.
- f) Después del maíz cocinado se muele y esta masa se pone en forma redonda y luego se pisa, ya se introducen todos los otros ingredientes sobre la masa, se da la forma de la empanada y se fríe.

Al terminar el proceso de producción en la planta, se trasladan todos los productos hasta la planta de enlatados, ya que este proceso lo vamos a tercerizar.

5.3 Capacidad de producción

CAPACIDAD DE PRODUCCION	TIEMPO DE PRODUCCION	EVALUACION DE PRODUCCION
Unidades enlatadas	150 latas por día	1 contenedor quincenal 1500 latas
Unidades enlatadas	3000 latas por mes	2 contenedores mensuales 3000 latas

Unidades enlatadas	36000 latas anual	24 contenedores anuales 36000 latas
--------------------	-------------------	--

5.4 Plan de Producción

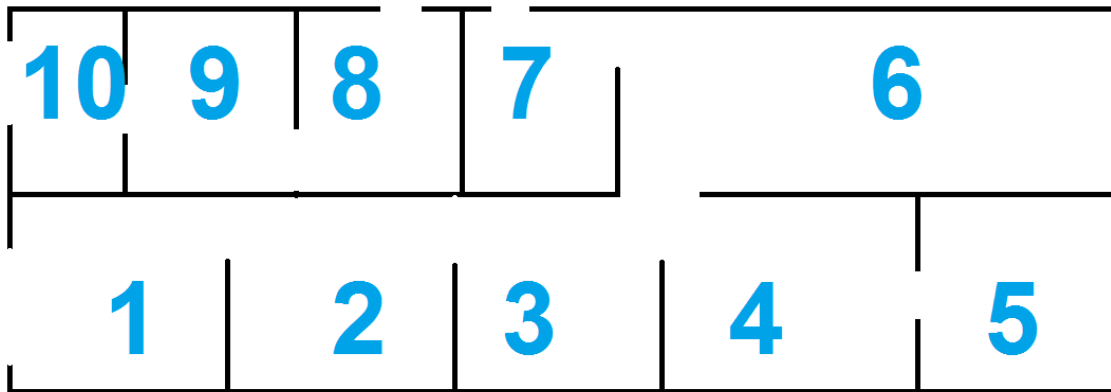
La empresa productora de platos típicos colombianos (antioqueños) la actividad de producción es la transformación y cocción de productos agrícolas con el fin de terminar en respectivos platos típicos colombianos, y tener un plan de exportación de 3000 latas por mes (en contenedor de 20 Dry van)

	20 pies, 20`x 8` x 8`6”
Tara	2.300 kg / 5.070 lb
Carga máxima	28.180 kg / 62.130 lb
Peso bruto	30.480 kg / 67.200 lb
Uso más frecuente	Carga seca normal: bolsas, pales, cajas, tambores etc.
Largo	5,898 mm / 19`4”
Ancho	2,352 mm / 7`9”
Altura	2,393 mm / 7`10”
Capacidad	32,6 m ³ / 1.172 ft ³

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

La fábrica estará ubicada en el barrio belén las violetas debido a la cercanía a las dos plazas de mercado de la ciudad, la Mayorista y la Minorista. Por el momento la planta estará organizada de esta manera.



- 1 Recibimiento de materia prima
- 2 Almacenamientos de materias primas
- 3 Lavado de materia prima
- 4 Pelado y cortado
- 5 Basuras
- 6 Cocinado

- 7 Despachos para enlatado
- 8 Recibimiento de producto enlatado y embalaje en estivas.
- 9 Almacenamiento de producto terminado
- 10 Cargue de producto terminado

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Maquinaria

Basculas industrial (#2)



Capacidad (Max) 600kg División (d) 2, 5, 10 g Unidades kg Display 6 dígitos, 2 cm altura (H), tipo LED rojo Teclado 6 teclas, tipo pulsador Tara Sustractiva, 100 % (Max) Temperatura de operación 0 ~ 40 °C Máxima humedad 90 %, humedad relativa (RH) Alimentación indicador 110 VAC / 60Hz, con cable Plataforma 30x30 Cubierta Lamina en Acero Inoxidable Calibración (ajuste) Cero y Span hasta 100 %,

Cortadora Industrial(#2)



Es una pequeña gigante que ofrece todas las ventajas de una cortadora industrial en un formato compacto, haciéndola ideal para los procesadores de alimentación que necesitan flexibilidad. Las aplicaciones de FAM abarcan toda la gama de frutas y hortalizas, incluyendo patatas y otras hortalizas subterráneas.

Peladora industrial (#2)



Obtenga rápidamente hortalizas, frutas, verduras peladas. Indispensable para cualquier cocina de restaurantes, hoteles...etc

Máxima calidad. Fabricada en acero inoxidable. Procesa 10 kg de Frutas, Hortalizas, verduras en 2 minutos.

Incorpora ruedas para su fácil movilidad

Fogón Industrial (#3)



Fogón industrial de 5 puestos a gas

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Traje de cocina



**Camisa de mangas
Pantalón
Gorro
delantal
Traje de lavandería**



**Camisa manga corta
Delantal
Pantalón
Gorro**

Guantes

Traje de cargue y descargue



Overol

Gorra

Guantes de seguridad

5.5.4 Requerimientos de servicios.

Los servicios requeridos para nuestra empresa es la de los servicios necesarios, gas, energía, agua. Su consumo seria de acuerdo a la necesidad de a producir

5.5.5 Requerimientos de personal.

2 Cargadores

Tipicol S.A.S.	Manual especifico de funciones y competencias laborales.
I. IDENTIFICACION.	

Nombre:	
Denominación del empleo:	Cargador
Dependencia:	Área de Producción
Cargo del jefe inmediato:	Jefe de producción.
II. OBJETIVO DEL CARGO.	
Realizar las labores básicas de la empresa	
III. DESCRIPCION DE FUNCIONES.	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Almacenar la materia prima 2. Clasificar la materia prima. 3. Separar la materia prima. 4. Hacer acarreos. 5. Manejar montacargas 6. Llenar y vaciar contenedores y camiones. 7. Empacar y embalar la mercancía 8. Entre otras. 	
IV. PERFIL DEL CARGO.	
Persona capacitada para elaborar trabajos fuertes, almacenar mercancías, entre otras; preferiblemente hombre.	
V. TIPO DE CONTRATO.	
Contrato a término fijo.	
V.I SALARIO	

1 SMMLV

3 Cocineros

Tipicol S.A.S.	Manual específico de funciones y competencias laborales.
I. IDENTIFICACION.	
Nombre:	
Denominación del empleo:	Cocinero
Dependencia:	Área de Producción
Cargo del jefe inmediato:	Jefe de producción.
II. OBJETIVO DEL CARGO.	
Realizar las labores básicas de la empresa	
III. DESCRIPCION DE FUNCIONES.	
<p>9. Manipular maquina peladora</p> <p>10. Manipular maquina cortadora.</p> <p>11. cocinar</p> <p>12. Entre otras.</p>	
IV. PERFIL DEL CARGO.	
Persona capacitada para elaborar trabajos de cocinas, entre otras; preferiblemente mujer	
V. TIPO DE CONTRATO.	
Contrato a término fijo.	

V.I SALARIO
1 SMMLV

2 lavadores de aseo

Tipicol S.A.S.	Manual específico de funciones y competencias laborales.
I. IDENTIFICACION.	
Nombre:	
Denominación del empleo:	Lavadores (aseo)
Dependencia:	Área de Producción
Cargo del jefe inmediato:	Jefe de producción.
II. OBJETIVO DEL CARGO.	
Realizar las labores básicas de la empresa	
III. DESCRIPCION DE FUNCIONES.	
<p>13. Lavar la materia prima</p> <p>14. Lavar maquinaria.</p> <p>15. Aseo en de la empresa</p>	
IV. PERFIL DEL CARGO.	
Persona capacitada para hacer oficios barios.	
V. TIPO DE CONTRATO.	
Contrato a término fijo.	

V.I SALARIO
1 SMMLV

5.6 Programa de producción

ACTIVIDADES	SEMANA INICIO	DURACION	SEMANA FINAL
Arrendamiento del local	0	2	2
Constitución de la empresa y registro	1	1	2
Diseño organizacional	1	1	2
Investigación y estudios	2	1	3
Compra de equipos para el local	2	1	3
Acondicionamiento de las oficinas	3	1	4
Instalación de los equipos	3	1	4
Alquiler de maquinaria para la producción y elaboración de nuestros productos	3	1	4
Instalación y capacitación para el correcto uso de la maquinaria	3	1	4
Contratación del personal	4	2	6
Contratación outsourcing para publicidad	6	2	8
Selección de proveedores	8	1	9
Compra de insumos y materias primas	9	1	10
Pedidos clientes	9	1	10
Producción	10	2	12
Contratación outsourcing para el proceso de enlatamiento	12	1	13
Revisado, etiquetado y empaque	14	1	15
Distribución	15	2	17

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Gerencia:

TIPICOL S.A.S. es una microempresa, por lo tanto esta función estará a cargo del propietario, siendo este quien sabe con mayor certeza a donde quiere que su empresa llegue y establece los objetivos, misión y visión de la misma, basándose en su plan de negocios y metas personales, además de sus conocimientos, por lo que será quien realice la toma de decisiones. Este será el representante legal de la empresa y quien lleva las finanzas de la misma.

FUNCIONES

- Dirigir, coordinar, supervisar y dictar normas para el eficiente desarrollo de las actividades de la empresa.
- Definir necesidades y seleccionar personal idóneo que cumpla con los objetivos y planes de la empresa.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales.
- Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.
- Lograr que las personas quieran hacer lo que tienen que hacer y no hacer lo que ellas quieren hacer.

Departamento Administrativo y Recursos Humanos:

PROCESO ADMINISTRATIVO

Este proceso consiste en los pasos que se deben seguir para cumplir con una actividad correctamente; estos pasos son la Planeación, Organización, Dirección y Control; a través de estos pasos se debe realizar un adecuado manejo de los recursos de la empresa.

FUNCIONES

- Por medio de la Planeación se define la Misión, Visión, Objetivos, Políticas, Estrategias, Programas, Valores, etc., de la empresa.

- A través de la Organización se diseña una estructura que permita simplificar, coordinar, y optimizar funciones y recursos.
- La Dirección es lograr que el empleador haga su trabajo correctamente y cooperando.
- En el Control se evalúan los resultados con base en lo planeado; la idea es corregir desviaciones y mejorar continuamente, teniendo en cuenta siempre que la prevención es la mejor forma de control.
- Se encarga de la compra de bienes y la obtención de servicios necesarios para las demás áreas que componen la empresa.
- Organizar y verificar eficiencia en los subsistemas de RR.HH. de la empresa
- Proyectar y coordinar programas de capacitación y entrenamiento para los empleados.

Estas funciones serán desempeñadas también por el Gerente de la empresa

Departamento de Mercadeo y Ventas:

El área de ventas es algo más que una función en la empresa, es una tarea sin la cual no llegaríamos al final del objetivo global que persigue todo negocio que es establecer una relación de intercambio con el mercado generando un beneficio o rentabilidad. La empresa para llevar a cabo su actividad económica desarrolla diversas funciones y se organiza en distintos departamentos, uno de ellos es el departamento de marketing que es el encargado de desarrollar toda la acción comercial del negocio y dentro de éste se sitúan las ventas.

FUNCIONES

- Realizar análisis de mercado y sus necesidades
- La determinación del producto adecuado y sus características
- Determinación del precio
- La selección del segmento
- Comunicar nuestro mensaje, es decir la promoción y publicidad de nuestros productos
- La distribución y ventas
- Elaborar pronósticos de ventas

Estas funciones serán desempeñadas por un asesor comercial, contando siempre con el acompañamiento del gerente

Departamento de Comercio Internacional:

Colombia debe insertarse en los mercados que se están abriendo, especialmente ahora

con el TLC, con productos diferenciados y de alto valor agregado, para esto el departamento de Comercio Exterior trabajará en las siguientes funciones.

FUNCIONES

- Evaluar la participación en ferias, exposiciones y rondas de negocios.
- Seleccionar y contratar distribuidores
- Preparar los contratos
- Realizar toda la gestión ante las entidades financieras
- Realizar toda la documentación y requisitos necesarios para la exportación
- Realizar el seguimiento de todo el proceso exportador

Estas funciones será desempeñadas por dos Negociadores Internacionales; uno de ellos es el gerente

Departamento de Producción

Este departamento tiene como función principal la transformación de insumos o recursos en productos finales. Aquí se identificarán las funciones y capacidades del personal involucrado en la elaboración del producto.

FUNCIONES

- Diseñar el producto
- Planear y controlar la producción
- Selección los recursos o insumos
- Fabricación del producto
- Control de calidad

Estas funciones serán desempeñadas por 3 cocineros

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Actividad	Empresa	Servicio	Costo
Mantenimiento equipos de computo	Compurent	Mantenimiento de los equipos de cómputo e impresoras de la empresa	\$70,000
Maquinaria producción	Alimentaria Javar	Alquiler de maquinaria para industrias alimenticias	\$700,000

Tercerización enlatado	Prodenvases Crown	Proceso enlatado de	\$1'710,000
Mantenimiento página web	Giovanny Osorio	Mantenimiento anual de la pagina web	\$50,000
Contabilidad	Cadauid Contadores	Proceso contable de la empresa	\$300,000
Total			\$2'830,000

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Departamento	Actividades	Funciones
Gerencia	<p>Establece los objetivos, misión y visión de la empresa. Este será el representante legal de la empresa y quien lleva las finanzas de la misma.</p>	<p>Dirigir, coordinar, supervisar y dictar normas para el eficiente desarrollo de las actividades de la empresa.</p> <p>Definir necesidades y seleccionar personal idóneo que cumpla con los objetivos y planes de la empresa.</p> <p>Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos</p> <p>Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales.</p> <p>Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.</p> <p>Lograr que las personas quieran hacer lo que tienen que hacer y no hacer lo que ellas quieren hacer.</p>
Administrativo y RR.HH	<p>Planeación, Organización, Dirección y Control.</p>	<p>Por medio de la Planeación se define la Misión, Visión, Objetivos, Políticas, Estrategias, Programas, Valores, etc., de la empresa.</p> <p>A través de la Organización se diseña una estructura que permita simplificar, coordinar, y optimizar funciones y recursos.</p> <p>La Dirección es lograr que el</p>

		<p>empleador haga su trabajo correctamente y cooperando.</p> <p>En el Control se evalúan los resultados con base en lo planeado; la idea es corregir desviaciones y mejorar continuamente, teniendo en cuenta siempre que la prevención es la mejor forma de control.</p>
Mercadeo y ventas	<p>Establecer una relación de intercambio con el mercado generando un beneficio o rentabilidad.</p>	<p>Realizar análisis de mercado y sus necesidades</p> <p>La determinación del producto adecuado y sus características</p> <p>Determinación del precio</p> <p>La selección del segmento</p> <p>Comunicar nuestro mensaje, es decir la promoción y publicidad de nuestros productos</p> <p>La distribución y ventas</p> <p>Elaborar pronósticos de ventas</p>
Comercio Internacional	<p>Colombia debe insertarse en los mercados que se están abriendo, especialmente ahora con el TLC, con productos diferenciados y de alto valor agregado, para esto el departamento de Comercio Exterior trabajará en las siguientes funciones.</p>	<p>Evaluar la participación en ferias, exposiciones y rondas de negocios.</p> <p>Seleccionar y contratar distribuidores</p> <p>Preparar los contratos</p> <p>Realizar toda la gestión ante las entidades financieras</p> <p>Realizar toda la documentación y requisitos necesarios para la exportación</p> <p>Realizar el seguimiento de todo el proceso exportador</p>
Producción	<p>Este departamento tiene como función principal la transformación de insumos o recursos en productos finales. Aquí se identificarán las funciones y capacidades del personal involucrado en la elaboración del producto.</p>	<p>Diseñar el producto</p> <p>Planear y controlar la producción</p> <p>Selección los recursos o insumos</p> <p>Fabricación del producto</p> <p>Control de calidad</p>

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

TIPICOL S.A. comenzará operaciones en un local arrendado, el cual tiene un valor de \$1'500,000 mensuales.

Este local tiene un espacio suficiente para ubicar la maquinaria necesaria para la producción de los alimentos, además se podrá adecuar para ubicar las oficinas de Mercadeo y ventas, gerencia, comercio internacional y administración y recursos humanos; ya que la persona encargada de Gerencia ocupará otros cargos al mismo tiempo.

El local está ubicado en una zona de fácil cargue y descargue de mercancía y tiene suficiente espacio para parquear.

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Equipos de cómputo, muebles y enseres	Cantidad	Proveedor	Valor
Escritorios	2	Homecenter	\$ 300,000 c/u
Sillas para oficina – giratorias	2	Homecenter	\$ 145,000 c/u
Sillas para visitantes	4	Homecenter	\$ 50,000 c/u
Computadores portátiles	2	Unilagos Monterrey	- \$ 980,000 c/u
Impresora – Fotocopiadora Laser	1	Unilagos Monterrey	- \$ 799,000
Teléfono fijo	1	Homecenter	\$ 100,000
Extintores	4	Extintores Vulcano y Seguridad	\$ 65,000 c/u
Total			\$ 4,209,000

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Materiales e insumos	Cantidad	Proveedor	Valor
Papelería	2 resmas	Papelería Marion	\$ 9,000 c/u
Lapiceros	1 caja	Papelería Marion	\$ 5,000
Cosedora	2	Papelería Marion	\$ 4,000 c/u
Ganchos	2 cajas	Papelería Marion	\$ 6,500 c/u
Papeleras	2	Papelería Marion	\$ 25,400 c/u
Tijeras	2	Papelería Marion	\$ 5,000 c/u
Resaltadores	3	Papelería Marion	\$ 1,000 c/u
Marcadores	1 caja	Papelería Marion	\$ 7,000
Sobres de manila	1 caja	Papelería Marion	\$ 7,000
Total			\$ 121,800

Materiales de Aseo	Cantidad	Valor
Papel higiénico	1 paquete	\$ 20,000
Jabón de tocador	2	\$ 10,000 c/u
Jabones para limpiar (detergente y límpido)	2	\$ 10,000 c/u
Trapeadoras	2	\$ 5,000 c/u
Escobas	2	\$ 4,000 c/u
Recogedores	2	\$ 4,000 c/u
Toallas para manos	2	\$ 6,000 c/u

Toallas para limpiar	2	\$ 3,000 c/u
Total		\$ 104,000

6.3.4 Requerimientos de servicios.

Servicios	Valor
Servicios públicos	\$ 1,000,000
Plan de telefonía móvil	\$ 100,000
Mantenimiento equipos computo	\$ 70,000
Mantenimiento pagina web	\$ 50,000
Proceso de enlatado	\$ 1,710,000
D.F.I.	\$ 1,200,000
Total	\$4,130,000

6.3.5 Requerimientos de personal

Cargo	Perfil	Salario	Prestaciones sociales
Negociadores internacionales (2)	Profesional bilingüe en Negocios Internacionales	\$ 1,800,000	\$ 1,058,300
Asesor comercial	Tecnólogo en mercadeo y ventas	\$ 566,700	\$ 356,333
Total		\$ 2,366,700	\$ 1,414,633

6.4 Programa de administración

DIAGRAMA DE GANTT			
ACTIVIDADES	SEMANA INICIO	DURACION	SEMANA FINAL

Arrendamiento del local	0	2	2
Constitución de la empresa y registro	1	1	2
Diseño organizacional	1	1	2
Investigación y estudios	2	1	3
Compra de equipos para el local	2	1	3
Acondicionamiento de las oficinas	3	1	4
Instalación de los equipos	3	1	4
Alquiler de maquinaria para la producción y elaboración de los productos	3	1	4
Instalación y capacitación para el correcto uso de la maquinaria	3	1	4
Contratación del personal	4	2	6
Contratación outsourcing para publicidad	6	2	8
Selección de proveedores	8	1	9
Compra de insumos y materias primas	9	1	10
Pedidos clientes	9	1	10
Producción	10	2	12
Contratación outsourcing para el proceso de enlatamiento	12	1	13
Revisado, etiquetado y empaque	14	1	15
Distribución	15	2	17

7 ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

Nuestra empresa, TIPICOL está constituida como una Sociedad por Acciones Simplificadas; ya que esta puede ser constituida por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

TIPICOL S.A.S. requiere de los siguientes trámites para ser constituida:

INSTITUCION	TRAMITE	VALOR	TIEMPO
CAMARA DE COMERCIO	Verificar disponibilidad del nombre	\$0	Consulta en la página web = 3 seg.
	Diligenciar formulario de registro mercantil.	\$400,000	Se puede diligenciar el formulario y hacer el pago en línea.

	Diligenciar el Registro Único Empresarial	\$0	Se puede diligenciar en línea
DIAN	Inscribir el RUT	\$0	1 día
SECRETARIA DE HACIENDA DE ALCALDIA	Registro de Industria y Comercio	\$0	½ día
	Impuesto de industria y comercio, mensual	Tarifa del 4 X mil, sobre ingresos	½ día
INVIMA	Solicitud registro sanitario de alimentos y bebidas alcohólicas y/o renovación registro sanitario de alimentos y bebidas alcohólicas.	\$3´000,000	El tiempo que se demore en llegar el certificado por correo certificado
	Solicitud de certificados de calidad de alimentos y bebidas alcohólicas.	\$3´708,000 x producto	

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

Socio	Aporte	Momento
Robinson Sucerquia	\$ 30,000,000	Inversión Inicial
María Fernanda Osorio	\$ 30,000,000	Inversión Inicial
Donación Montacargas	\$ 24,000.000	Inversión Inicial
Total	\$ 84´000,000	

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

Entidad: **BANCOLOMBIA**

Monto del Préstamo:	\$ 19.937.690,00
Intereses (efectivo Mensual):	1,13%
Plazo (meses):	48
Modalidad del Préstamo:	Abono Constante Capital

Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 19.937.690
1	\$ 640.664	\$ 225.296	\$ 415.369	\$ 19.522.321
2	\$ 635.971	\$ 220.602	\$ 415.369	\$ 19.106.953
3	\$ 631.277	\$ 215.909	\$ 415.369	\$ 18.691.584
4	\$ 626.583	\$ 211.215	\$ 415.369	\$ 18.276.216
5	\$ 621.890	\$ 206.521	\$ 415.369	\$ 17.860.847
6	\$ 617.196	\$ 201.828	\$ 415.369	\$ 17.445.479
7	\$ 612.502	\$ 197.134	\$ 415.369	\$ 17.030.110
8	\$ 607.809	\$ 192.440	\$ 415.369	\$ 16.614.742
9	\$ 603.115	\$ 187.747	\$ 415.369	\$ 16.199.373
10	\$ 598.421	\$ 183.053	\$ 415.369	\$ 15.784.005
11	\$ 593.728	\$ 178.359	\$ 415.369	\$ 15.368.636

12	\$ 589.034	\$ 173.666	\$ 415.369	\$ 14.953.268
13	\$ 584.340	\$ 168.972	\$ 415.369	\$ 14.537.899
14	\$ 579.647	\$ 164.278	\$ 415.369	\$ 14.122.530
15	\$ 574.953	\$ 159.585	\$ 415.369	\$ 13.707.162
16	\$ 570.259	\$ 154.891	\$ 415.369	\$ 13.291.793
17	\$ 565.566	\$ 150.197	\$ 415.369	\$ 12.876.425
18	\$ 560.872	\$ 145.504	\$ 415.369	\$ 12.461.056
19	\$ 556.178	\$ 140.810	\$ 415.369	\$ 12.045.688
20	\$ 551.485	\$ 136.116	\$ 415.369	\$ 11.630.319
21	\$ 546.791	\$ 131.423	\$ 415.369	\$ 11.214.951
22	\$ 542.097	\$ 126.729	\$ 415.369	\$ 10.799.582
23	\$ 537.404	\$ 122.035	\$ 415.369	\$ 10.384.214
24	\$ 532.710	\$ 117.342	\$ 415.369	\$ 9.968.845
25	\$ 528.016	\$ 112.648	\$ 415.369	\$ 9.553.476
26	\$ 523.323	\$ 107.954	\$ 415.369	\$ 9.138.108
27	\$ 518.629	\$ 103.261	\$ 415.369	\$ 8.722.739
28	\$ 513.935	\$ 98.567	\$ 415.369	\$ 8.307.371
29	\$ 509.242	\$ 93.873	\$ 415.369	\$ 7.892.002
30	\$ 504.548	\$ 89.180	\$ 415.369	\$ 7.476.634
31	\$ 499.855	\$ 84.486	\$ 415.369	\$ 7.061.265
32	\$ 495.161	\$ 79.792	\$ 415.369	\$ 6.645.897
33	\$ 490.467	\$ 75.099	\$ 415.369	\$ 6.230.528
34	\$ 485.774	\$ 70.405	\$ 415.369	\$ 5.815.160
35	\$ 481.080	\$ 65.711	\$ 415.369	\$ 5.399.791
36	\$ 476.386	\$ 61.018	\$ 415.369	\$ 4.984.423
37	\$ 471.693	\$ 56.324	\$ 415.369	\$ 4.569.054
38	\$ 466.999	\$ 51.630	\$ 415.369	\$ 4.153.685
39	\$ 462.305	\$ 46.937	\$ 415.369	\$ 3.738.317
40	\$ 457.612	\$ 42.243	\$ 415.369	\$ 3.322.948
41	\$ 452.918	\$ 37.549	\$ 415.369	\$ 2.907.580
42	\$ 448.224	\$ 32.856	\$ 415.369	\$ 2.492.211
43	\$ 443.531	\$ 28.162	\$ 415.369	\$ 2.076.843
44	\$ 438.837	\$ 23.468	\$ 415.369	\$ 1.661.474
45	\$ 434.143	\$ 18.775	\$ 415.369	\$ 1.246.106
46	\$ 429.450	\$ 14.081	\$ 415.369	\$ 830.737
47	\$ 424.756	\$ 9.387	\$ 415.369	\$ 415.369
48	\$ 420.062	\$ 4.694	\$ 415.369	\$ 0

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas		Participación del total Ventas
Chorizos ahumados	\$ 12.000.000,0	38,10%
Empanadas	\$ 12.000.000,0	38,10%
Pastel de pollo	\$ 7.500.000,0	23,81%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 31.500.000,0	100,00%

8.2.1.2 Otros Ingresos

No aplica para nuestra empresa

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)	Valor	Depreciación Mensual	Activos Fijos Disponibles	Valor
Equipos (5 años)	\$ 2.759.000,0	\$ 551.800,0	Equipos	\$ 2.759.000,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 1.190.000,0	\$ 119.000,0	Muebles y Enseres	\$ 1.190.000,0
Vehículos (5 años)	\$ 24.000.000,0	\$ 400.000,0	Vehículos	\$ 24.000.000,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 27.949.000,0		Total Activos Fijos Disponibles	\$ 27.949.000,0
Total Depreciación Mensual		\$ 1.070.800,0		

Gastos Pre operativos				
Gastos Pre operativos Exigibles	Valor	Amortización	Gastos Pre operativos Disponibles	Valor
Constitución y registro	\$ 14.524.000,0	\$ 242.066,7	Constitución y registro	\$ 14.524.000,0
Presentación y Promoción	\$ 400.000,0	\$ 6.666,7	Presentación y Promoción	\$ 400.000,0
Salarios	\$ 6.333.600,0	\$ 105.560,0	Salarios	\$ 6.333.600,0
Total Gasto Pre operativos Exigibles	\$ 21.257.600,0		Total Gasto Pre operativos Disponible	\$ 21.257.600,0
Total Amortización Mensual		\$ 354.293,3		

CAPITAL DE TRABAJO

	CUENTA	VALOR
Requerimientos de Efectivo	Costos Variables	\$ 25.156.800
	Costos Fijos de Producción	\$ 17.922.474
	Costos Fijos de Administración	\$ 7.379.020
	Costos Fijos de Comercialización y Ventas	\$ 4.479.396

INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO \$ 54.937.690

8.2.2.2 Costos

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

Chicharrón	\$ 4.000,00	0,04	Gramos	\$ 160,00
Carne de res	\$ 3.500,00	0,04	Gramos	\$ 140,00
Carne de cerdo	\$ 4.000,00	0,04	Gramos	\$ 160,00
Cebolla	\$ 700,00	0,04	Gramos	\$ 28,00
Tomate pequeño	\$ 1.200,00	0,04	Gramos	\$ 48,00
Pimentón	\$ 800,00	0,05	Unidad	\$ 40,00
Ajos	\$ 500,00	0,05	Unidad	\$ 25,00
Chote	\$ 700,00	0,05	Unidad	\$ 35,00
Triguisar	\$ 600,00	0,28	Gramos	\$ 168,00
Tripa de cerdo	\$ 3.000,00	0,01	Gramos	\$ 30,00
Ablandador de carne	\$ 800,00	0,28	Gramos	\$ 224,00
Empaque y embalaje	\$ 50,00	1,00	Unidad	\$ 50,00
Enlatado	\$ 342,00	1,00	Unidad	\$ 342,00
Alquiler Maquinaria	\$ 77,00	1,00	Unidad	\$ 77,00
Transporte	\$ 133,00	1,00	Unidad	\$ 133,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 1.660,00

Costos Unitarios de los Componentes de la Empanada				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Maíz	\$ 1.500,00	0,03	Gramos	\$ 37,50
Carne de cerdo	\$ 8.000,00	0,03	Gramos	\$ 200,00
Papas	\$ 2.400,00	0,01	Gramos	\$ 30,00
Tomate	\$ 2.800,00	0,05	Gramos	\$ 140,00
Carne de res molida	\$ 3.500,00	0,05	Gramos	\$ 175,00
Cebolla de rama	\$ 1.000,00	0,50	Gramos	\$ 500,00
Empaque y embalaje	\$ 50,00	1,00	Unidad	\$ 50,00
Enlatado	\$ 342,00	1,00	Unidad	\$ 342,00
Alquiler Maquinaria	\$ 77,00	1,00	Unidad	\$ 77,00
Transporte	\$ 133,00	1,00	Unidad	\$ 133,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 1.684,50

Costos Unitarios de los Componentes del Pastel de Pollo
--

Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Maíz	\$ 3.000,00	0,01	Gramos	\$ 30,00
Pechugas de pollo	\$ 13.400,00	0,00	Gramos	\$ 60,30
Tomate	\$ 2.800,00	0,02	Gramos	\$ 56,00
Cebolla	\$ 700,00	0,04	Gramos	\$ 28,00
Papa	\$ 1.800,00	0,04	Gramos	\$ 72,00
Empaque y embalaje	\$ 50,00	1,00	Unidad	\$ 50,00
Enlatado	\$ 342,00	1,00	Unidad	\$ 342,00
Alquiler Maquinaria	\$ 77,00	1,00	Unidad	\$ 77,00
Transporte	\$ 133,00	1,00	Unidad	\$ 133,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 848,30

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES

Salarios	\$ 3.966.900
Prestaciones Sociales	\$ 2.494.337
Arriendo	\$ 1.500.000
Servicios	\$ 1.000.000
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 8.961.237

8.2.2.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES

Salarios	\$ 1.800.000
----------	--------------

Prestaciones Sociales	\$ 1.058.300
Plan telefonía móvil	\$ 100.000
Papelería	\$ 121.800
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 70.000
Telefonía fija	\$ 100.000
Administración	\$ 0
Mantenimiento oficinas (Aseo)	\$ 104.000
Imprevistos	\$ 335.410
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 3.689.510

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS

Salarios	\$ 566.700
Prestaciones Sociales	\$ 356.333
Publicidad y Mercadeo	\$ 116.665
Transporte	\$ 1.200.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 2.239.698

Gastos Pre operativos Exigibles	Valor	Amortización
Constitución y registro	\$ 14.524.000,0	\$ 242.066,7
Presentación y Promoción	\$ 400.000,0	\$ 6.666,7
Salarios	\$ 6.333.600,0	\$ 105.560,0
Total Gasto Pre operativos Exigibles	\$ 21.257.600,0	
Total Amortización Mensual		\$ 354.293,3

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO

Ventas		Participación del total Ventas
Chorizos ahumados	\$ 12.000.000,0	38,10%
Empanadas	\$ 12.000.000,0	38,10%
Pastel de pollo	\$ 7.500.000,0	23,81%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 31.500.000,0	100,00%

8.2.2.4 Gastos Financieros

Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 19.937.690
1	\$ 640.664	\$ 225.296	\$ 415.369	\$ 19.522.321
2	\$ 635.971	\$ 220.602	\$ 415.369	\$ 19.106.953
3	\$ 631.277	\$ 215.909	\$ 415.369	\$ 18.691.584
4	\$ 626.583	\$ 211.215	\$ 415.369	\$ 18.276.216
5	\$ 621.890	\$ 206.521	\$ 415.369	\$ 17.860.847
6	\$ 617.196	\$ 201.828	\$ 415.369	\$ 17.445.479
7	\$ 612.502	\$ 197.134	\$ 415.369	\$ 17.030.110
8	\$ 607.809	\$ 192.440	\$ 415.369	\$ 16.614.742
9	\$ 603.115	\$ 187.747	\$ 415.369	\$ 16.199.373
10	\$ 598.421	\$ 183.053	\$ 415.369	\$ 15.784.005
11	\$ 593.728	\$ 178.359	\$ 415.369	\$ 15.368.636
12	\$ 589.034	\$ 173.666	\$ 415.369	\$ 14.953.268
13	\$ 584.340	\$ 168.972	\$ 415.369	\$ 14.537.899
14	\$ 579.647	\$ 164.278	\$ 415.369	\$ 14.122.530
15	\$ 574.953	\$ 159.585	\$ 415.369	\$ 13.707.162
16	\$ 570.259	\$ 154.891	\$ 415.369	\$ 13.291.793
17	\$ 565.566	\$ 150.197	\$ 415.369	\$ 12.876.425
18	\$ 560.872	\$ 145.504	\$ 415.369	\$ 12.461.056
19	\$ 556.178	\$ 140.810	\$ 415.369	\$ 12.045.688
20	\$ 551.485	\$ 136.116	\$ 415.369	\$ 11.630.319
21	\$ 546.791	\$ 131.423	\$ 415.369	\$ 11.214.951
22	\$ 542.097	\$ 126.729	\$ 415.369	\$ 10.799.582

23	\$ 537.404	\$ 122.035	\$ 415.369	\$ 10.384.214
24	\$ 532.710	\$ 117.342	\$ 415.369	\$ 9.968.845
25	\$ 528.016	\$ 112.648	\$ 415.369	\$ 9.553.476
26	\$ 523.323	\$ 107.954	\$ 415.369	\$ 9.138.108
27	\$ 518.629	\$ 103.261	\$ 415.369	\$ 8.722.739
28	\$ 513.935	\$ 98.567	\$ 415.369	\$ 8.307.371
29	\$ 509.242	\$ 93.873	\$ 415.369	\$ 7.892.002
30	\$ 504.548	\$ 89.180	\$ 415.369	\$ 7.476.634
31	\$ 499.855	\$ 84.486	\$ 415.369	\$ 7.061.265
32	\$ 495.161	\$ 79.792	\$ 415.369	\$ 6.645.897
33	\$ 490.467	\$ 75.099	\$ 415.369	\$ 6.230.528
34	\$ 485.774	\$ 70.405	\$ 415.369	\$ 5.815.160
35	\$ 481.080	\$ 65.711	\$ 415.369	\$ 5.399.791
36	\$ 476.386	\$ 61.018	\$ 415.369	\$ 4.984.423
37	\$ 471.693	\$ 56.324	\$ 415.369	\$ 4.569.054
38	\$ 466.999	\$ 51.630	\$ 415.369	\$ 4.153.685
39	\$ 462.305	\$ 46.937	\$ 415.369	\$ 3.738.317
40	\$ 457.612	\$ 42.243	\$ 415.369	\$ 3.322.948
41	\$ 452.918	\$ 37.549	\$ 415.369	\$ 2.907.580
42	\$ 448.224	\$ 32.856	\$ 415.369	\$ 2.492.211
43	\$ 443.531	\$ 28.162	\$ 415.369	\$ 2.076.843
44	\$ 438.837	\$ 23.468	\$ 415.369	\$ 1.661.474
45	\$ 434.143	\$ 18.775	\$ 415.369	\$ 1.246.106
46	\$ 429.450	\$ 14.081	\$ 415.369	\$ 830.737
47	\$ 424.756	\$ 9.387	\$ 415.369	\$ 415.369
48	\$ 420.062	\$ 4.694	\$ 415.369	\$ 0

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

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

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 378.000.000	\$ 412.776.000	\$ 450.751.392	\$ 492.220.520	\$ 537.504.808
- Costos variables		\$ 150.940.800	\$ 163.016.064	\$ 176.057.349	\$ 190.141.937	\$ 205.353.292
- Costos fijos		\$ 178.685.340	\$ 192.980.167	\$ 208.418.581	\$ 225.092.067	\$ 243.099.432
Costos fijos de Producción		\$ 107.534.844	\$ 116.137.632	\$ 125.428.642	\$ 135.462.933	\$ 146.299.968
Costos fijos de Administración		\$ 44.274.120	\$ 47.816.050	\$ 51.641.334	\$ 55.772.640	\$ 60.234.451

Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 26.876.376	\$ 29.026.486	\$ 31.348.605	\$ 33.856.493	\$ 36.565.013
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 17.101.120	\$ 17.101.120	\$ 17.101.120	\$ 17.101.120	\$ 17.101.120
- Intereses Crédito		\$ 2.393.769	\$ 1.717.881	\$ 1.041.994	\$ 366.106	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 28.878.971	\$ 37.960.768	\$ 48.132.349	\$ 59.519.290	\$ 71.950.964
- Impuestos	\$ 0	\$ 9.530.060	\$ 12.527.053	\$ 15.883.675	\$ 19.641.366	\$ 23.743.818
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	\$ 19.348.911	\$ 25.433.714	\$ 32.248.674	\$ 39.877.924	\$ 48.207.146
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 17.101.120	\$ 17.101.120	\$ 17.101.120	\$ 17.101.120	\$ 17.101.120
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 19.937.690	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 38.443.121
Prestamos	\$ 19.937.690					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 74.742.121
Valor de Salvamento						-\$ 36.299.000
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 104.144.290	\$ 9.379.438	\$ 9.731.039	\$ 10.110.768	\$ 10.520.876	\$ 0
Activos Fijos	\$ 27.949.000					
Pago Crédito (Capital)		\$ 4.984.423	\$ 4.984.423	\$ 4.984.423	\$ 4.984.423	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 21.257.600					
Capital de Trabajo	\$ 54.937.690	\$ 4.395.015	\$ 4.746.616	\$ 5.126.346	\$ 5.536.453	
FLUJO DE CAJA	-\$ 84.206.600	\$ 27.070.593	\$ 32.803.795	\$ 39.239.025	\$ 46.458.169	\$ 103.751.386

8.3.2 Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

CUENTAS	Ingresos por concepto de Ventas	Costo Variables	Costos Fijos Producción	Gastos Depreciación	Utilidad Bruta en Ventas	Costos fijos de Administración	Costos Fijos de Ventas y Distribución	Amortización de diferidos
Mes 1	0	0	0	1.070.800	-1.070.800	0	0	354.293
Mes 2	0	0	0	1.070.800	-1.070.800	0	0	354.293

Mes 3	0	0	0	1.070.800	-1.070.800	0	0	354.293
Mes 4	0	0		1.070.800	#¡VALOR!	0	0	354.293
Mes 5	0	0	0	1.070.800	-1.070.800	0	0	354.293
Mes 6	Jun.	Jul.	Sep.	1.070.800	#¡VALOR!	Oct.	Nov.	354.293
Mes 7	9.000	9.000	9.000	1.070.800	-1.079.800	9.000	9.000	354.293
Mes 8	9.000	9.000	9.000	1.070.800	-1.079.800	9.000	9.000	354.293
Mes 9	9.000	9.000	9.000	1.070.800	-1.079.800	9.000	9.000	354.293
Mes 10	9.000	9.000	9.000	1.070.800	-1.079.800	9.000	9.000	354.293
Mes 11	0	0	0	1.070.800	-1.070.800	0	0	354.293
Mes 12	Mes 6	Mes 7	Mes 9	1.070.800	#¡VALOR!	Mes 10	Mes 11	354.293

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

Tasa Interna de Oportunidad	3,00%
Valor Presente Neto	2.933.458
Tasa Interna de Retorno	3,35%

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Oportunidad	3,00%
Valor Presente Neto	2.933.458
Tasa Interna de Retorno	3,35%

8.4.3 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Simulación (Sensibilidad)

Ingreso Cambio Porcentual en el Precio:	-3,00%
Ingreso Cambio Porcentual en las Ventas:	-6,00%

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Simulación (Sensibilidad)

Ingreso Cambio Porcentual en el Precio:	-3,00%
Ingreso Cambio Porcentual en las Ventas:	-6,00%

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

www.proexport.com.co

www.mincomercio.gov.co

univision65.univision.com

zeiky

www.cnnspanol.cnn.com

www.camaramedellin.com.co

www.dian.gov.co

www.banrep.gov.co

www.sic.gov.co