



VENTA PUPAS DE MARIPOSAS

BUTTERFLY WORLD
COMERCIO INTERNACIONAL
2012-05-28

VENTA PUPAS DE MARIPOSAS
Plan de Negocios

BUTTERFLY WORLD
COMERCIO INTERNACIONAL
2012-05-28



Escriba su Copyright

El uso de esta plantilla esta limitada a los estudiantes autorizados que estén realizando Planes de Negocios, ya sea para cursos regulares o a nombre propio con el aval de la Institución. De cualquier forma, al hacer uso de ésta, debe citarse la fuente.No esta permitida la reproducción total o parcial de esta plantilla por cualquier medio, sin el permiso previo y por escrito del titular del Copyright

DERECHOS RESERVADOS © 2007 Carlos Mario Morales C – UEEM -Coordinador de Emprendimiento ESUMER.
carlos.morales@esumer.edu.co. Calle 76 No 80-126 Carretera al Mar Medellín –Colombia Teléfonos 2646011 Extensión 225

VENTA DE MARIPOSAS

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 Y Visión 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

4. Análisis 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
 - 4.5.3. Actividades De Promoción Y Divulgación
- 4.6. El Mercado Distribuidor
 - 4.6.1. Distribución
 - 4.6.2. Manejo De Inventarios
 - 4.6.3. Comunicación
 - 4.6.4. 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. 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.

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.
 - 8.2.2. 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. Análisis de Sensibilidad (Variación de la Demanda)

8.4.4. Análisis de Sensibilidad (Variación del Precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

Referencias Bibliográficas

RESUMEN EJECUTIVO

Cuando queremos desarrollar una idea para un nuevo negocio, como base debemos empezar con una investigación de mercados en cuya investigación resaltara nuestro mercado potencial el cual nos indicara que nuestro producto será exitoso, llegando a satisfacer nuestros futuros clientes.

Esta idea sale o surge al ver la posibilidad que tiene el mercado colombiano en el exterior debido a que es un país con gran biodiversidad de mariposas las cuales tienen gran acogida a nivel mundial debido a que algunos países no cuentan con la ayuda del clima para la obtención de estas mariposas.

Estados Unidos es un país con una alta demanda de mariposas, y es una de las potencias en cuestión de ferias y exhibiciones internacionales y a esto le sumamos la demanda que generan los mariposarios de ese país.

Las 6 especies que vamos a vender las cuales tienen una gran acogida debido a que no son muy comunes, exóticas para este país y la fácil exportación de este producto debido a que debemos manejar la legalidad ambiental que cuida la biodiversidad de estas especies.

Después de terminar el estudio técnico que se enfocó en determinar materia prima a utilizar, mano de obra, maquinaria, locaciones, llegamos a la conclusión de que los datos arrojados son alcanzables y logrables por nosotros para este proyecto.

- La ubicación no afecta el proyecto
- La materia prima (plantas) son de fácil acceso y buenas condiciones de compra.
- Los equipos necesarios tanto para la administración como para el mariposario y vivero es de fácil ubicación en relación proveedores y costos.
- La capacidad de producción es viable de acuerdo al terreno y el poder financiero de la empresa es el apropiado o el deseado para nosotros.
- A lo anterior le sumamos que contamos con el terreno.

En cuanto al estudio organizacional, nos encontramos que necesitamos 8 personas divididas en administración, producción, mercadeo y comercio exterior.

Se estima unos gastos de 7'000.000 millones de pesos para la constitución legal de la empresa, un préstamo de 82'296.485.58 a esto le sumamos los 50'000.000 millones aportado por los socios.

Butterfly world S.A.S se establecerá en Copacabana con el propósito de adecuar un mariposario para la crianza de mariposas y la exportación de pupas para Estados Unidos.

Se ofrecerá unos productos bajo las prácticas necesarias y obligatorias aportando en parte con el medio ambiente, liberando mariposas en tiempos determinados.

De esta manera con este proyecto queremos mostrar la viabilidad comercial, técnica, financiera, legal, organizacional y ambiental para creación de Butterfly World

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

SEBASTIÁN SÁNCHEZ CARDONA					
Identificación:	1017131911	Teléfono:	2723283	Celular:	3218156733
Dirección:	Calle 27 # 55-126		Barrio:	cabañas	
Ciudad	bello	Correo electrónico:	zebaztianzanchez@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios		
Otros Estudios:					

JUAN DAVID EDUARDO MOLINA DE LOS RÍOS					
Identificación:	1036637975	Teléfono:	4414963	Celular:	3174578998
Dirección:	Calle 71 # 65-417		Barrio:	El volador	
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Juankho12@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios		
Otros Estudios:					

SEBASTIÁN RODRÍGUEZ					
Identificación:	1037593147	Teléfono:	2705767	Celular:	311 701 7075
Dirección:	calle 38sur #43-41		Barrio:	envigado	
Ciudad		Correo electrónico:	sebasrodriguez11@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios		
Otros Estudios:					

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

La ventaja que puede presentar un plan de negocios es que facilita la interpretación de las distintas circunstancias donde se van a desarrollar las actividades de una empresa. Teniendo en cuenta la complejidad de los mercados actuales, ninguna empresa puede moverse sin antes aprender a estructurar un modelo de negocio relacionado con la comercialización en el exterior.

Uno de los mayores propósitos para la realización de este proyecto, es cumplir con el requisito para optar al título de Tecnólogos en Comercio Internacional, pero más allá de eso es conocer todo lo que sea necesario para la implantación de una empresa dedicada a la cría (producción) y comercialización de mariposas vivas asumiendo así el reto de poder desarrollar un plan de exportación donde se pueda generar una oportunidad de negocio, para aprender a conocer cuando un negocio es viable tanto económico, como financiero antes de su realización.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

Butterfly world s.a.s

3.2 Descripción de la Empresa

Somos una empresa dedicada a la cría (producción) y comercialización de mariposas a nivel internacional, inicialmente criaremos estas especies , *Biblis hyperia*, *Caligo memnon*, *Eurytides*, *mechamitis polymnia*, *morpho peleides*, *thyridia psidii*

3.3 Misión y Visión de la Empresa

MISION

Butterfly world tiene la misión de aprovechar al máximo la gran diversidad de mariposas con las que cuenta Colombia básicamente empezaremos criando solo de 6 especies (***Biblis hyperia***, ***Caligo memnon***, ***Eurytides***, ***Mechamitis polymnia***, ***Morpho peleides***, ***Thyridia psidii***) y poder darlas a conocer al mundo contando con clientes norteamericanos ya que estos cuentan con muy poca diversidad de mariposas y son lo que realizan grandes eventos de mariposas como ferias, exhibiciones.

VISION

Llegar a consolidarnos en el 2018 como una de las empresas importantes en el sentido de exportación de mariposas, llegando a competir con países como costa rica, ecuador. Malasia, filipinas que son grandes criadores y exportadores a nivel mundial y poder así ser uno de los principales proveedores de mariposas para ferias, exhibiciones y mariposarios.

3.4 Objetivos A Corto, Mediano Y Largo Plazo

Objetivos

Corto: Contar con 6 especies de mariposas en nuestro portafolio de productos y por medio de estas especies (***Biblis hyperia***, ***Caligo memnon***, ***Eurytides***, ***Mechamitis polymnia***, ***Morpho peleides***, ***Thyridia psidii***) llegaremos a nuestro mercado meta (Estados Unidos).

Mediano: Llegar a ser una de las mejores opciones de los clientes, posicionándonos en el mercado nacional, empezando por la región Antioqueña.

Largo: Lograr ser uno de los principales proveedores en las ferias internacionales.

3.5 Ventaja Competitiva

La ventaja competitiva de nuestra empresa se enfoca en el manejo de distintas especies en este caso solo se empezara con (6) especies (*Biblis hyperia*, *Caligo memnon*, *Eurytides*, *Mechamitis polymnia*, *Morpho peleides*, *Thyridia psidii*) ya que sería necesario un criadero más grande y muchos más recursos con los cuales por el momento no cuenta la empresa.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

Se desea ayudar a satisfacer la gran demanda de mariposas participando como proveedores, feriados, exhibiciones, hobbies personales, fines educativos e investigaciones.

3.7 Relación de productos y/o servicios



Eurytides euryleon
Familia *Papilionidae*
Envergadura: 6 cm.



Mechanitis polymnia caucaensis
Familia *Nymphalidae*
Envergadura: 6,8 a 7,6 cm.



Biblis hyperia
Familia *Nymphalidae*
Envergadura: 5 a 6,5 cm.



Morpho peleides peleides
Familia *Nymphalidae*
Envergadura: 12,8 a 13 cm.



Thyridia psidii aedesia
Familia Nymphalidae
Envergadura: 7 a 7,5 cm.



Caligo oileus scamander (ENDEMIC)
Familia Nymphalidae
Envergadura: 13,3 a 15,6 cm.

3.8 Justificación del Negocio

Con esta idea de negocio se pretende satisfacer en el mercado una necesidad de gusto buscando la satisfacción del cliente brindando un producto de calidad y buen precio.

El proyecto no se toma solo como un deber escolar, sino como la oportunidad de llegar a adquirir más conocimiento y crear una alternativa que pueda orientar a empresas a desarrollar una estrategia de mercado.

3.9 Análisis del entorno y del sector

Desde diciembre de 2000 la legislación colombiana permitió el aprovechamiento sostenible de los recursos de la biodiversidad, es decir el biocomercio sostenible. Esta iniciativa busca promover que los empresarios y la comunidad científica impulsen el comercio de los productos y servicios provenientes de la biodiversidad.

Nuestro país cuenta con una gran biodiversidad que puede ser una gran oportunidad de negocio si se sabe aprovechar, básicamente este sector en específico el biocomercio de las mariposas, tiene muchas ventajas, una de las más importantes, es que es un sector poco explorado y explotado, entonces nuestra compañía puede aprovecharse de esto para incursionar en el mercado sin tener mucha competencia, por otro lado, a nivel internacional la cría de mariposas y su comercialización no es una actividad económica nueva. El biocomercio de éstas es un negocio ecológico con los siguientes usos en el mercado:

- Turismo ecológico: Como fuente de entretenimiento y educación.
- Industria de las liberaciones en eventos sociales.
- Exhibición en mariposarios e invernaderos.
- Adecuación de ecosistemas.
- Comercialización de pupas o crisálidas vivas.
- Venta de ejemplares poco comunes y especies endémicas.
- Venta a jardines y mariposarios que operan como centros educativos.
- Crisálida o pupa para centros de exhibición al público en países no tropicales.
- Ornamentación: Elaboración de artesanías.
- Aplicaciones industriales mediante prácticas de biotecnología.

- Mariposas disecadas para coleccionistas.
- Mariposas disecadas para productores de artesanías.

Es así pues, Como mencionamos anteriormente las mariposas en general tienen un campo de acción muy amplio, ya que a países que no cuentan con este tipo de biodiversidad, y condiciones climatológicas como las que cuenta Colombia para su explotación, es de gran ayuda, precisamente porque no tienen la forma de aprovecharlos en su propio país, y estos usos pedagógicos, comerciales/industriales, ecológicos etc., son de gran importancia para ellos, ya que le apuestan mucho a cultura ecológica, de cuidar el medio ambiente de cierta manera, con este tipo de alternativas que otros países pueden brindar a los que no tengan.

El Instituto Humboldt define como un producto o servicio de biocomercio sostenible, a “aquel que se deriva del aprovechamiento de recursos biológicos (incluidos los silvestres y domesticados) que involucran criterios de buen manejo ambiental y social además de distinguirse por su rentabilidad económica y financiera”. Existen una gran variedad de productos que pueden ingresar en esta categoría: el ecoturismo, productos derivados de la madera aserrada o sistemas agrícolas como las resinas, gomas, aceites y oleorresinas utilizados para alimentación, productos farmacéuticos o industriales. Productos provenientes de las plantas como tallos, hojas y raíces, entre otros, que son utilizados principalmente para alimentación, farmacéuticos, artesanías y materiales de construcción. La agroforestería y las actividades pecuarias, es decir el aprovechamiento de especies animales nativas o introducidas mediante prácticas de zoo cría, zoológicos, acuarios y acuicultura, también hacen parte, entre otros, de los productos de biocomercio.

Así mismo las mariposas colombianas disecadas formarán parte del inventario de distintos coleccionistas, mientras que las crisálidas que se exporten en el futuro serán exhibidas en mariposarios alrededor del mundo.

ANÁLISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

El objetivo a corto plazo de butterfly world es por medio de sus productos llegar a ser uno de los proveedores de atractivos turísticos o culturales: museos, zoológicos, mariposarios o jardines, entrando principalmente a Estados Unidos.

A largo plazo incursionar en nuevos mercados dándonos a conocer en el mundo como una empresa productora y comercializadora de mariposas como puede ser por museos privados o exhibiciones internacionales (Holanda, Australia, Inglaterra, Francia, Alemania, Singapur) entre otros, este objetivo es a largo plazo ya que no es sencillo llegar con nuestro producto a estas exhibiciones y ganar en un mercado “ajeno”.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Existen dos formas importantes en la actividad de exportación de mariposas; Primero, la exportación de animales vivos en forma de pupas y la segunda forma más común es la de insectos disecados.

La comercialización de mariposas vivas está caracterizada por el permanente suministro de pupas (crisálidas) dado que estas tienen un periodo de vida entre 25 a 30 días, pasado este tiempo serían sustituidas.

Crisálidas:

Grafica N 1. Mariposas vivas en estado de pupa.



Fuente: Consultado el 29 de Febrero de 2012 <http://www.alasdecolombia.com/Table/Pupas-de-Exportacion/>

Una de nuestras ventajas es que contamos con variedad de mariposas exóticas y tropicales por las cuales superamos a los asiáticos fácilmente, ya que Colombia es el país que tiene mayor diversidad de mariposas.

Las mariposas vivas en estado de pupa se empacan en cajas de paredes gruesas fabricadas en poliestireno (tecnoport) o cartón recubiertas en su interior con capas de algodón. El tamaño del empaque depende de la cantidad de pupas a enviar. Es conveniente dejar un buen espacio entre cada pupa. Para mayor seguridad la caja que contiene las pupas, nuevamente se reempaca dentro

de una caja de cartón con paredes gruesas, recomendablemente con un espesor mayor a 2 centímetros, la cual tiene la función de proteger a los animales de daños mecánicos. También se suele utilizar como empaque rígido cajas de aluminio o madera. Es recomendable que entre caja y caja se rellene con espuma plástica u otro material de amortiguación no contaminante.



Fuente: 29 de febrero de 2012 <http://davesgarden.com/guides/bf/showimage/12277/#b>
3)29 de febrero de 2012 <http://www.elbosquenuevo.org/es/caligo-memnon-memnon-owl-butterfly>
4)29 de febrero de 2012 <http://fimosas.blogspot.com/2009/01/morpho-peleides.html>
5)29 de febrero de 2012 <http://images.search.yahoo.com/search/images?p=complete%20metamorphosis%20of%20a%20butterfly>

En caso que se comercialice mariposas vivas como adultas para programas de liberación, estas se empacan adormiladas por medio de bajas temperaturas en sobres triangulares, no sellados completamente, de manera que se facilite la liberación por cada uno de los asistentes, actividad que se haría en el tiempo menos posible.

Estos sobres triangulares se empacan en cajas de paredes gruesas de tecnopor o cartón doble con el fin de brindar una mayor protección a las mariposas.

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Nuestro mercado estará enfocado en Estados Unidos, especialmente en el estado de California, en el cual se encuentran nuestros posibles clientes:

Mariposario	Lugar	Ciudad
Pavillon of wings	Natural History Museum of Los Angeles County	Los Angeles
The Hidden Jungle	San Diego Wild Animal Park	Escondido
Butterfly world	Six Flags Marine World	Vallejo
Butterflies	Turtle Bay Museum	Redding
Insectarium	California Sciences and Natural History Academy	San Francisco
Butterflies of the Central Coast		Carmel Valley
The Daniel Boone Butterfly palace	(En construcción)	Nipomo

Fuente: Trabajo de campo

Además se tiene pensado llegar a Ferias internacionales, exhibiciones y clientes potenciales como los zoológicos, los santuarios y parques naturales.

Existen otros clientes potenciales aunque las posibilidades de comercializar con ellos pueden verse afectadas debido a diferentes aspectos. Este es el caso de aquellos comerciantes de todo tipo de insectos que se dirigen a clientes específicos como coleccionistas o personas que compran adornos. Es posible que la demanda de mariposas sea menor para estos fines que aquella para las exhibiciones.

El primer mariposario en región tropical fue la Granja de Mariposas de Penang abierta en Marzo de 1986, momento en que ya existían más de 50 exhibiciones de mariposas vivas en Reino Unido y Europa continental. En 1988, Butterfly World fue abierto en Coconut Creek en La Florida, Estados Unidos, seguido de El Centro de las Mariposas Diurnas en Callaway Garden en Georgia el mismo año. Desde entonces, la industria ha florecido y muchas grandes y medianas casas de mariposas se expandieron por todo Estados Unidos y Canadá.

Detrás de este estallido hay un fuerte fenómeno: se encontró una nueva herramienta educativa sobre la naturaleza con grandes efectos en la motivación a la toma de conciencia sobre la fragilidad de la naturaleza. De inmediato el público en general, ancianos y jóvenes, descubrieron la complejidad y misterio de la Madre Naturaleza a través de la metamorfosis y la historia de vida de las mariposas.

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor

Mercado consumidor = exhibiciones en este país específicamente en el estado de:

CALIFORNIA

Direcciones:

- San Diego Wild Animal Park 15500 San Pasqual Valley Road
- Escondido, CA 92027-9614 Butterfly Garden at Fantasy Fair Gavilan – CA Greater Los Angeles Zoo 5333 Zoo Drive
- Los Ángeles, CA 90027-1498 the Insect Zoo Natural History Museum of Los Angeles County, 900 Exposition Blvd.
- Los Ángeles, CA 90000 the Las Palmas Park Butterfly Garden (L.P.B.G.) Butterfly House at Turtle Bay Museum and Arboretum Paul Bunyan’s Forest Camp, 836 AuditoriumDr.
- Redding, CA San Francisco Zoological Society Insect Zoo Zoo Road and Skyline Blvd,
- San Francisco, CA 94132 Marine World Africa - USA Marine World Parkway, Vallejo, CA 94589

Nuestro mercado consumidor es uno de los más importantes del mundo en cuestión de mariposas ya que este país Estados Unidos es líder en temas de feriado, exhibiciones de mariposas, mariposarios este país tiene alta demanda de mariposas por todo el país y dado a esta demanda fácilmente podemos entrar a este como lo hemos mencionado anteriormente nosotros poseemos especies exóticas que a ellos les interesa mucho y las ven con muy buenos ojos para sus negocios. A continuación una lista de feriado en todo este país donde en algún futuro nos podremos expandir.

Direcciones Alabama: Biophilia Nature Center’s Butterfly Garden Birmingham Zoo Insectarium 2630 Cahaba Road, Birmingham, AL 35223 Huntsville-Madison County Botanical Garden

Direcciones Arizona: Sonoran Arthropod Studies, Inc. (SASI) Insect Zoo 2437 North Stone Avenue, Tucson, AZ 85703 Tucson Botanical Gardens 2150 N. Alvernon Way, Tucson, AZ

Direcciones Colorado: Western Colorado Botanical Gardens & Butterfly House Grand Junction, CO Butterfly Pavilion and Insect Center 6252 West 104th Avenue, Westminster, CO 80020

Direcciones Columbia: National Zoological Park – Pollinarium 3000 Connecticut Ave., NW, Washington, DC 20008 Smithsonian Butterfly Habitat Garden 9th St. Tunnel & Natural History Museum (East Side) Smithsonian Insect Zoo Smithsonian Institute, National Museum of Natural History, Tenth and Constitution Avenues, NW, Washington, DC 20560

Direcciones Delaware: Butterfly House at Ashland Nature Center Hockessin, DE



Direcciones Florida: Butterfly World at Tradewinds Park Coconut Creek, FL Panhandle Butterfly House Navarre, FL Wings of Wonder Butterfly Conservatory at Cypress Gardens Winter Haven, FL

Direcciones Georgia: The Day Butterfly Center Callaway Gardens, Pine Mountain, GA 31822-2000

Direcciones Illinois: Brookfield Zoo 3300 Golf Road, Brookfield, IL 60513 Illinois State Museum Corner of Spring and Edwards, Springfield, IL 62706 The Field Museum Roosevelt Road at Lake Shore Drive, Chicago, IL 60605-2496

Direcciones Indiana: Mesker Park Botanic Garden 2421 Bement Ave., Evansville, IN 47712

Direcciones Iowa: Butterfly Exhibit at The Pedestrian Mall Pedestrian Mall, Iowa City, IA

Direcciones Kansas: Botanica - The Wichita Gardens 701 Amidon, Wichita, KS 67203

Direcciones Massachusetts: Magic Wings Butterfly Conservatory & Gardens South Deerfield, MA The Butterfly Place Papillon Park, 120 Tyngsboro Road, Westford, MA 01885

Direcciones Maryland: Baltimore Zoo Baltimore, MD Horsehead Wetlands Center Grasonville, MD

Direcciones Michigan: Binder Park Zoo 7400 Division Street, Battle Creek, MI 49017 Detroit Zoological Park 8450 W. 10 Mile Road, Royal Oak, MI 48068 John Ball Zoological Garden 201 Market Street, Grand Rapids, MI 49503 Mackinac Island Butterfly House Sawyers Greenhouse, 1308 McGaulpin, Mackinac Island, MI 49757 Martha G. Parfet Butterfly House Kalamazoo Nature Center, 7000 N. Westnedge Ave., Kalamazoo, MI 49004 Michigan State University Butterfly House Department of Entomology, Michigan State University, East Lansing, MI Frederik Meijer Gardens Grand Rapids, MI Saginaw Children's Zoo 1435 S. Washington, Saginaw, MI 48601

Direcciones Minnesota: Minnesota Zoo Apple Valley, MN

Direcciones Missouri: Sophia M. Sachs Butterfly House Faust Park, Chesterfield, MO St. Louis Zoological Park Forest Park, St. Louis, MO 63110

Direcciones Nueva Jersey: Cape May Bird Observatory Casilla 3, Cape May Point, NJ 08212 Kate Gorrie Memorial Butterfly House Buttinger Nature Center, Pennington, NJ

Direcciones Nueva York: American Museum of Natural History Biology of Invertebrates Hall, 79th Street and Central Park West, New York, NY 10024 Butterfly Zone, The Bronx Zoo Fordham Rd & Bronx River Parkway, Bronx, NY Sweetbriar Nature Center Smithtown, NY

Direcciones Carolina del Norte: North Carolina Zoological Park Asheboro, NC Magic Wings, Museum of Life and Science 443 Murray Ave, Durham, NC 27704 Catawba Science Center

Direcciones Ohio: Cincinnati Zoo & Botanical Garden 3400 Vine Street, Cincinnati, OH 45220 Krohn Conservatory Butterfly House at Cox Arboretum and Gardens Dayton, OH

Direcciones Oklahoma: Oklahoma City Zoo's Butterfly Garden Oklahoma City, OK Tulsa Zoo's Wings of Wonder Tulsa, OK

Direcciones Oregon: Washington Park Zoo 4001 SW Canyon Road, Portland, OR 97221 Butterflies Forever Seaside, OR

Direcciones Pennsylvania: Academy of Natural Science's Butterfly Exhibit Philadelphia, PA Hershey Gardens Hershey, PA Philadelphia Zoo Philadelphia, PA

Direcciones Rhode Island: Newport Butterfly Farm 594 Aquidneck Avenue, Middletown, RI 02842

Direcciones Carolina del Sur: Congaree Swamp Natl Monument - Native Plant Butterfly Garden Hopkins, SC Roper Mtn Science Center's Butterfly Garden Roper Mtn Rd just off Exit 37 on I-385 in Greenville, SC

Direcciones Dakota del Sur: The Outdoor Campus' Butterfly Garden Sioux Falls, SD

Direcciones Tennessee: Butterfly Emporium Dollywood, TN

Direcciones Texas: Abilene Zoological Society Casilla 60, Abilene TX 79609 Moody Gardens Galveston Island, TX Zilker Botanical Gardens Austin, TX Fort Worth Zoological Park Insectarium 2727 Zoological Park Drive, Fort Worth, TX 76110-1787 The Cockerell Butterfly Center Houston Museum of Natural Science, One Herman Circle Drive, Houston, TX 77030, Yeager Butterfly Farm 570 William Drive, Pearsall, TX 78061 Cushing Butterfly Farm 1512 Jenny Lane, Richmond, TX San Antonio Zoological Garden 3903 North St. Mary's, San Antonio, TX 78212 Valley Nature Center 301 S Border, Weslaco, TX

Direcciones Virginia: Butterfly Station at Danville Science Center Butterfly Greenhouse in Danville, VA Butterflies, Bugs 'n Blooms Virginia Living Museum, Newport News, VA Bristow Butterfly Habitat at Norfolk Botanical Gardens Azalea Garden Road, Norfolk, VA

Direcciones Washington: Butterfly Garden at Wellfleet Bay Wildlife Sanctuary South Wellfleet, WA Friday Harbor Butterfly House 232 A Street, Friday Harbor, WA 98250 Tropical Butterfly House and Insect Village Seattle, WA (Pacific Science Center) Woodland Park Zoo's Butterfly Garden Seattle, WA

Direcciones Wisconsin: The Gardens at Thunder Ridge South central Wisconsin Hixon Forest Nature Center Hixon Forest Nature Center, WI Puelicher Butterfly Wing Milwaukee, WI; Milwaukee Public Museum Mosquito Hill Nature Center's Butterfly House New London, WI

La demanda va sujeta o esta determinada por el cliente, ósea dependiendo del evento para el cual el cliente contrate como un mariposario o sea una exhibición internacional.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

INSUMOS	EMPRESA	CONTACTO
Malla antigranizo	INDUMAR LTDA	Calle 100B Sur # 48BB19 La Estrella Tel: 2785577
Plástico transparente	PLASSOL	Edif. Novatempo Carrera 43ª # 14-109 Of. 503 Tel: 2682794
Cajas de poliestireno	MEYGLASS S.A.	Carrera 42 # 46-47 Itagui Tel: 4488687
Cajas de carton	AUSTROPOL S.A.	Calle 88 # 47-41 Itagui Tel: 3619798
Espuma Plastica	BLANCOPTICO S.A.	Calle 22 # 42A-46 Tel: 2329207

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor Variables estudiadas Del proveedor

- Tiempo de entrega
- Cumplimiento
- Transporte
- Modos de pago
- Servicios de calidad

4.5 El mercado Competidor



4.5.1 Competidores

Empresas	Producto	Contacto	PRECIO COP
Alas de Colombia	Mariposas vivas/pupas	Calle 26 Norte # 2BN-130 Tel: 6605066Cali - Colombia	\$9.420
Mariposas la trinidad	Mariposas Crisálidas	Calle 1A Sur 31-144 Tel: 3116956 Medellín – Antioquia	\$7.852
Mariposas, Flores Y Colores LTDA.	Mariposas Vivas	Vereda El Placer Santa Elena Tel:4277168	\$11.452
Mariposas para el mundo	Mariposas Crisálidas	Carrera 25A # 36D Sur-151	\$ 7.952

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

Empresas	Producto	Contacto	PRECIO
Alas de Colombia	Mariposas vivas/pupas	Calle 26 Norte # 2BN-130 Tel: 6605066Cali - Colombia	\$7230-\$9.420
Mariposas la trinidad	Mariposas Crisálidas	Calle 1A Sur 31-144 Tel: 3116956 Medellín – Antioquia	\$7.852
Mariposas, Flores Y Colores LTDA.	Mariposas Vivas	Vereda El Placer Santa Elena Tel:4277168	\$11.452
Mariposas para el mundo	Mariposas Crisálidas	Carrera 25A # 36D Sur-151	\$ 7.952

Estos son nuestros competidores directos ya que también manejan pupas o crisálida de exportación en especial Alas de Colombia esta empresa tiene mucha experiencia en el mercado que nosotros queremos llegar pero tampoco es ningún impedimento de llegar al estado de california.

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

La distribución de mariposas se realizara a través de dos tipos de canales, dependiendo si se trata de animales vivos o disecados. El canal de animales disecados se puede asimilar al canal de

distribución tradicional en el que intervienen en la cadena más de dos agentes tales como productor, exportador, importador, mayorista, detallista y consumidor final, mientras que el canal de pupas vivas se caracteriza por una relación más directa entre el productor y el consumidor

CADENA DE COMERCIALIZACION DE MARIPOSAS DISECADAS

La cadena de comercialización de insectos disecados para coleccionistas, museos y almacenes de adornos naturales está integrada por productores, importadores, mayoristas detallistas y consumidor final

CADENA DE COMERCIALIZACION DE MARIPOSAS VIVAS

La cadena de comercialización de pupas de mariposas se realiza a través de productores o exportadores que envían los insectos a importadores los cuales a su vez los venden a mariposarios.

Un segundo esquema de comercialización se presenta cuando los mariposarios importan directamente las pupas de los lugares de producción ES decir cuando negocian directamente con nosotros. En este caso aplicamos para el punto **4.6.3 (Distribución Directa)** de la guía de este proyecto.

4.6.2 Manejo de Inventarios

En nuestro mariposario se manejarán 6 tipos de especies, en tales instalaciones se podrá mantener alrededor de 7800 pupas de mariposas en el mejor de los casos, para la venta podremos tener un inventario de 1300 pupas por cada especie.

4.6.3 Comunicación

- El nombre comercial de los productos será el nombre de cada mariposa para llegar a una comunicación sencilla entre cliente y vendedor.
- El empaque será sencillo (tecnoport) y si el cliente desea que este lleve alguna marca se hablara si tendrá algún costo adicional al producto y se le cargara todo será conveniente para ambas partes.
- Nombre de la empresa: Butterfly World
- El logo de la empresa será nuestro distintivo por el momento (sea por sus colores o por su imagen para que las personas nos recuerden).

4.6.4 Actividades de promoción y divulgación

La promulgación y divulgación se hará por medio de portafolios, páginas web, publicidad y ferias internacionales como la siguiente feria:

San Diego Wild Animal Park 15500 San Pasqual Valley Road, Escondido, CA 90027-9614

4.7 Precios de los Productos

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

- Tipo de especie (exótica, tropical, diurna, nocturna)
- Sexo
- Tamaño

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Productos	Biblis Hyperia	Caligo Memnon	Eurytides Euryleon	<u>Mechanitis Polymnia</u>	Morpho Peleides	Thyridia Psidii
Alimento	Tragia Volubilis \$320	Uncaria tomentosa \$288	Hamelia Patens \$260	Asteraceae \$110	Solanaceas \$430	Inga edulis \$360
Mano de Obra	\$2904-3432	\$2904-3432	\$2904-3432	\$2904-3432	\$2904-3432	\$2904-3432
Embalaje	Cajas de poliestireno \$1000	Cajas de poliestireno \$1000	Cajas de poliestireno \$1000	Cajas de poliestireno \$1000	Cajas de poliestireno \$1000	Cajas de poliestireno \$1000
Transporte interno	\$161	\$161	\$161	\$161	\$161	\$161
Seguro Interno	\$104	\$104	\$104	\$104	\$104	\$104
Papeleo	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300
Agenciamiento Aduanero	\$289	\$289	\$289	\$289	\$289	\$289
Total	\$7.110	\$7.076	\$7.046	\$6.887	\$7.226	\$7151

4.7.3 Política de Precios



Los precios serán estipulados de acuerdo al mercado estos variaran según a la cantidad de la demanda del cliente.

4.8 Costos Asociados a las Actividades de Comercialización

Las ventas mínimas que tendría la empresa serian alrededor de 6.000 pupas las cuales tendrían un costo de 42'496.000 valor FCA que se especifica de la siguiente manera el flete desde sabaneta hasta rionegro 1'742.400 aproximado (según coordinadora) + (seguro interno), a esto le agregamos el agenciamiento aduanero que tendría un costo aproximado de 1'734.000, papeleo que serian 1'800.000 y las ventas totales 37'219.600 (EXW).

El valor FCA (Hasta el Aeropuerto de Rionegro) es de 55'244.800 el cual tiene agregado transporte interno +seguro interno de 1'742.400 (coordinadora), se le suma el agenciamiento aduanero 2'254.200, luego le sumamos el papeleo que tiene un costo de 2'340.000 esto quiere decir que el valor EXW seria de 48'908.200 todo esto de ventas de 7800 pupas.

TERMINOS COSTOS	VALOR FCA (FREE – CARRIER)		VALOR EXW (EX - WORK)	
	6000 PUPAS	7800 PUPAS	6000 PUPAS	7800 PUPAS
VENTAS	37'219.600	48'908.200	37'219.000	48'908.200
TRANSPORTE INTERNO + SEGURO	1'742.400	1'742.400		
PAPELEO	1'800.000	2'340.000		
AGENCIAMIENTO ADUANERO	1'734.000	2'254.200		
TOTAL	42'496.000	55'244.800	37'219.000	48'908.200

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

Como nuestro mercado ya se encuentra definido, nuestro único riesgo seria la competencia directa desde nuestro país con Alas De Colombia.

4.10 Plan de Ventas

El plan de ventas va asociado con las exhibiciones en estados unidos y esperando siempre vender el máximo de nuestros productos, para lograr esto se lograra contacto directo con los mariposarios de ese país y las personas que participan en los feriados.

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

- Selección del suelo donde se pretende instalar el zoo criadero o mariposario.
- Determinar el tamaño del zoocriadero para determinar la posible oferta.

5.2 Descripción del proceso de producción

Como nuestro producto es un animal, para su producción será conveniente estar en condiciones ambiente en lugar de laboratorios es decir no luchar contra la naturaleza y mejor cooperar con ella para la reproducción de estos animales.

El zoocriadero se divide en 3 zonas las cuales describen el proceso de producción:

1. Etapa o zona que se destina al apareamiento y puesta de huevos.
2. Esta sección se dedica al cuidado y la alimentación de las larvas.
3. Esta última etapa es la pupación y aparición de las mariposas adultas.

Para un mariposario de 400m² es necesario de 4 a 5 personas

- Selección de las mariposas a capturar para prepararlas para el apareamiento de esas especies. (se recomienda capturar 10 hembras 2 machos)
- La hembra al aparearse con el macho procede a la colocación de los huevos en las hojas de las plantas correspondiente a cada especie.
- Los huevos se trasladan a la zona 2 para el “nacimiento” de las larvas las cuales se les dedica un espacio donde están con su planta hospedera en esta etapa se dedican solo alimentarse.
- Al terminar la etapa de larva esta evoluciona en capullo y es lo que se conoce como crisálida o pupa, este es uno de nuestros objetivos.
- Algunos ejemplares se dejan para seguir la reproducción de estos por eso se pasa a la 3 sección la cual es la pupación (se exporta) y la aparición de mariposas adultas, de estas algunas se exportan.
- Las pupas de exportación son empacadas en cajas de espuma o poliestireno envueltas en algodón.

- En caso que se comercialice mariposas vivas como adultas para programas de liberación, estas se empaquetan adormiladas por medio de bajas temperaturas en sobres triangulares, no sellados completamente, de manera que se facilite la liberación por cada uno de los asistentes, actividad que se hará en el tiempo menos posible. Estos sobres triangulares se empaquetan en cajas de paredes gruesas de tecnopor o cartón doble con el fin de brindar una mayor protección a las mariposas.

5.3 Capacidad de producción

Nuestra capacidad de producción inicialmente será de unas 7800 pupas las cuales se dividen en 1300 pupas por especie, como nuestro mariposario tiene un área de 400 m² su capacidad de almacenamiento es muy superior a la producción inicial, es decir cuando estemos establecidos podemos criar muchas más mariposas y otras especies.

5.4 Plan de Producción

Especie	Huevo	1ro	2do	3ro	4to	5to	Prepupa	Pupa	Total
BiblisHyperia	10	5	4	4	4	4	2	18	50
CaligoMemnon	9	4	6	4	4	4	2	18	49
EurytidesEuryleon	6	4	4	5	6	6	2	19	53
MechanitisPolymnia	8	10	10	10	10	10	2	19	78
MorphoPeleides	7	4	5	7	7	7	2	18	57
ThyridiaPsidii	5	5	5	8	5	6	2	18	51

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción.

5.5.1 Locaciones.

El lote a utilizar es propio que será puesto en la sociedad por el compañero Sebastián Sánchez, de dicho lote solo será utilizado 400m² para la construcción del mariposario y 50m² para el área administrativa el cual tendrá una inversión de \$ 40'000.000 para la adecuación del terreno.

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

VIVERO		
Descripción	Cantidad	Precio
Azadones	1	9.000
Palas	1	63.000
Machete	1	22.180

Guantes de cuero	1	15.000
Mangueras	1	150.000
Estacas	50	696.609
Carretilla	1	96.000
Bolsas Plásticas 10X17	1000 U	3.200
TOTAL		1'054.989

MARIPOSARIO		
Descripción	Cantidad	Precio
Malla antigranizo	400 mt2	723.726
Invernadero Bioclimático	1	750.000
TOTAL		1'483.726

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Mariposas (Biblis Hyperia, Caligo Memnon, Eurytides Euryleon, Mechanitis Polymnia, Morpho Peleides, Thyridia Psidii)

Plantas (Tragia Volubilis, Uncaria tomentosa, Hamelia Patens, Asteraceae, Solanaceas, Inga edulis)

5.5.4 Requerimientos de servicios.

Se requieren los servicios públicos más básicos como el agua, la luz, telefonía e internet, que tendrían un costo estimado de \$ 486.000

Además de la vigilancia que tiene un costo de \$ 697.300

5.5.5 Requerimientos de personal.

1 biólogo (se estudiara si es necesario otra persona para su ayuda sea para mover los huevos o pupas)

1 persona encargada del mantenimiento del jardín y otra (1) encargada del aseo.

5.6 Programa de producción

ETAPAS DEL PROYECTO	ACTIVIDADES PRINCIPALES	TIEMPO/ MESES											
		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Etapa I: Legalización, reforestación de áreas, así como construcción de infraestructura básica.	✓ Legalización o constitución de la empresa.												
	✓ Precisión de las áreas potenciales de siembra.												
	✓ Definición de las especies a sembrar (árboles y arbustos).												
	✓ Compra de equipo y materiales básico para el proyecto.												
	✓ Realización de siembra de árboles.												
	✓ Determinación de áreas potenciales de senderos												
	✓ Acondicionamiento de los senderos.												
ETAPAS DEL PROYECTO	ACTIVIDADES PRINCIPALES	TIEMPO/ MESES											
		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Etapa II: Construcción del mariposario.	✓ Establecer el área potencial para el mariposario.												
	✓ Compra de los materiales necesarios para el mariposario.												
	✓ Construcción del mariposario.												
	✓ Contratación del personal.												
	✓ Capacitación del personal en el manejo del mariposario.												
Etapa III: exportación de mariposas.	✓ Determinar la mesa de negociaciones												
	✓ Entrega del producto al cliente.								Las pactadas en adelante				

6 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos



6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

ÁREA ADMINISTRATIVA.

Da soporte a las demás áreas técnicas, lo cual la convierten en un órgano fundamental para el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Provista de un Coordinador General, cuya función principal está enmarcada en la planificación, coordinación, dirección y ejecución de todas las actividades de la empresa en cada una de las áreas.

AREA DE PRODUCCION.

El área de producción, también llamada área o departamento de operaciones, manufactura o de ingeniería, es el área o departamento de un negocio que tiene como función principal, la transformación de insumos o recursos en productos finales.

AREA DE MERCADEO Y VENTAS.

En esta área se detallarán las funciones, capacidades y cualidades de quien será el responsable y el personal involucrado en la estrategia de mercadeo del negocio, es decir, la publicidad, el diseño del empaque y la marca del producto o servicio, la distribución del mismo y el punto de venta, la promoción y la labor de ventas.

AREA DE COMERCIO EXTERIOR.

Esta área está encargada de la comercialización de nuestros productos en el exterior, contactando al cliente ya sea por internet, ferias, guías comerciales, entre otras.

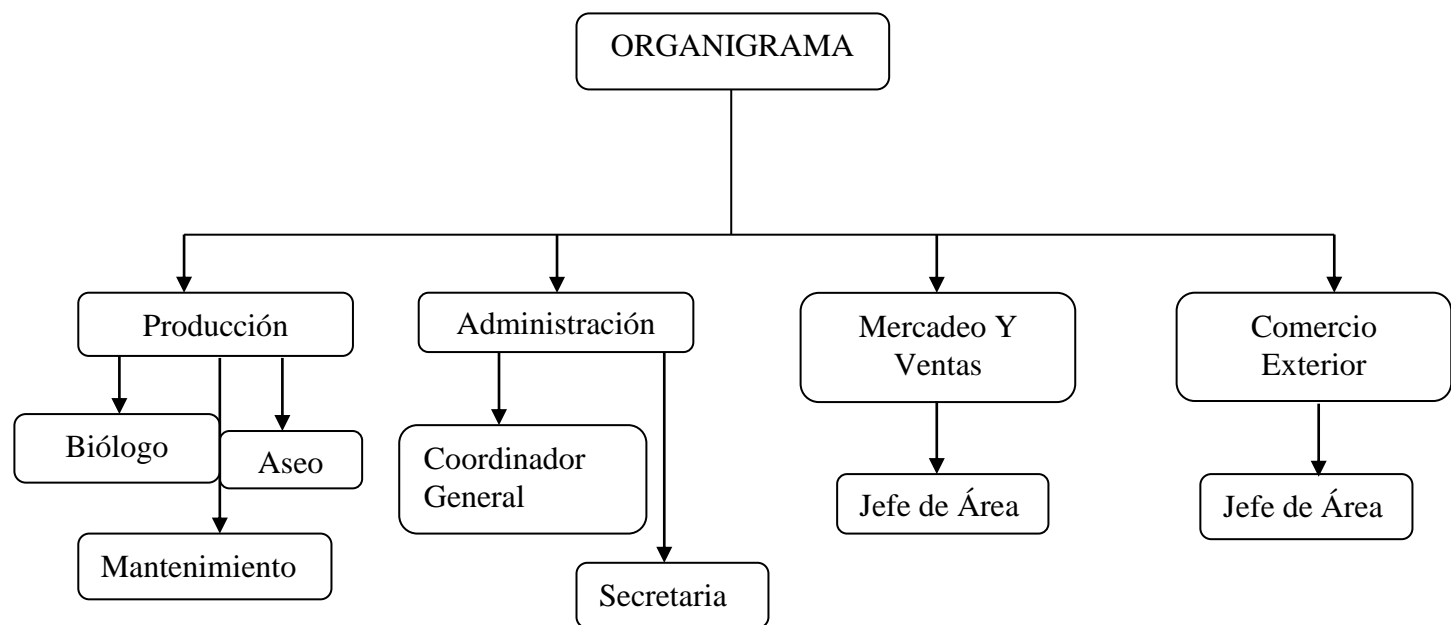
6.1.2 Procesos administrativos externalizados

ACTIVIDAD	PROVEEDORES	ALCANCE	PRECIO
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	Diseño creativo 5 de mayo # 670 local 4 esquina gomez farias - - LA PAZ - BAJA CALIFORNIA Tel: 332 87 17	Se encargaran de la realización de la promoción y publicidad del producto.	\$ 2'500.000
VIGILANCIA	Temporal SAS Carrera 43A Nª 14 - 109 Medellin - N/A Antioquia	Su ocupación es brindarnos personal de seguridad al mariposario.	\$ 630.000+aux transporte+horas extras

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama





6.2.2 Descripción funcional de la Organización

AREA ADMINISTRATIVA

Logística (coordinador general): Las principales funciones de este son:

- Ordenar los tiempos de entrega y recepción de mercancía.
- Elegir el medio de transporte correcto para su correcta distribución y conveniencia.
- El arte consiste en elegir el medio adecuado que ajuste a tiempos de entrega.
- Implementar un plan de contingencias y sus correcciones.
- Coordinar a las operaciones con los empleados y o subordinados.

Secretaria: Sus principales funciones son:

- Ser puntual en todas sus actividades de funciones.
- Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento de servicio al cliente.
- Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de éstos.
- Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente, para que todos estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.
- Mantener discreción sobre todo lo que respecta a la empresa.

- Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.

AREA DE PRODUCCION

Biólogo: Sus principales funciones serán:

- Estudios de impacto ambiental
- Gestión de espacios naturales
- Control y depuración de aguas residuales
- Sistemas de gestión ambiental (ISO-14001-EMAS)
- Auditorías ambientales
- Planificación y ordenación del territorio
- Conservación de especies: flora y fauna
- Reproducción de especies
- Restauración del medio y del paisaje. Reforestaciones

Aseo: Sus principales funciones serán

- Alimentación de las larvas y mariposas
- Mantener aseado los senderos del mariposario

Mantenimiento: Tiene como función principal.

- Cuidado del mariposario, tales como mirar que las redes no estén oxidadas, la limpieza de las mayas, entre otras.

AREA DE MERCADEO Y VENTAS.

Quien se encargara de esta área deberá cumplir las siguientes funciones:

- La participación que hay que alcanzar en cada mercado.
- El beneficio o ingreso por ventas que hay que alcanzar
- Las cantidades de productos que hay que vender.
- La contribución que hay que hacer para cubrir los costes de establecimiento y lograr un beneficio.
- Establecer los procedimientos a seguir en las acciones de compra de la empresa.
- Mantener los contactos oportunos con proveedores para analizar las características de los productos, calidades, condiciones de servicio, precio y pago.
- Emitir los pedidos de compra en el plazo adecuado para que su recepción se ajuste a las necesidades de cada sección.

- Controlar los plazos de entrega, estado de los artículos, recepción y condiciones de las facturas y entrega de las mismas a contabilidad para su registro, pago y contabilización.
- Búsqueda de proveedores alternativos que puedan suministrar los mismos productos o materias primas en mejores condiciones de plazo, calidad y precio que los actuales.

AREA DE COMERCIO EXTERIOR

La persona encargada de esta área debe poseer un genuino interés por los negocios y por llevarlos al cabo en distintos países; por ello, el dominio de idiomas representa un activo muy importante por parte del aspirante. Así también, la habilidad para desenvolverse en ambientes multiculturales es un requerimiento fundamental; al igual que contar con habilidades para las negociaciones e interesarse por la realidad política y económica del país y del mundo, del mismo modo, tener hábitos de estudio y de investigación, y tener una alta capacidad de comprensión de las variables económicas.

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

El lote a utilizar es propio que será puesto en la sociedad por el compañero Sebastián Sánchez, de dicho lote solo será utilizado 400m² para la construcción del mariposario y 50m² para el área administrativa el cual tendrá una inversión de \$ 40'000.000 para la adecuación del terreno.

6.3.2 Requerimientos de equipos, muebles y enseres.

Descripción	Cantidad	Precio
Computador	5	\$ 4'666.665
Escritorio	5	\$ 750.000
Silla	5	\$ 450.000
Archivador	2	\$ 460.000
Teléfono	5	\$ 450.000
Impresora multifuncional	2	\$ 320.000
Fax	1	\$ 200.000
Total		\$7'296.665

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Descripción	Cantidad	Precio
-------------	----------	--------

Resma de papel	5	\$ 35.000
Bolígrafos	12	\$ 6.000
Resaltadores	12	\$ 12.000
Folders	50	\$ 10.000
Corrector	9	\$ 13.500
Perforadora	9	\$ 36.000
Cosedora	9	\$ 36.000
Total		\$ 148.500

6.3.4 Requerimientos de Servicios

El servicio aplicable es el de vigilancia para el mariposario este ya se planteo anteriormente en el punto 6.1.2

6.3.5 Requerimientos de administración

Personas encargadas de la administración las cuales se dividen en:

-Jefe administración (logística). **1'100000**

-secretaria. **700.000**

-Mercadeo y ventas. **2'000.000**

-Comercio exterior. **1'450.000**

7 ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

La Empresa S.A.S

El contrato de sociedad, es aquel por el cual dos o más personas se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, con el fin de repartirse entre sí las utilidades obtenidas en la empresa o actividad social. La sociedad, una vez constituida legalmente, forma una persona jurídica independiente que responde, según el tipo de sociedad que se elija, conforme a la ley.

Sociedad por acciones simplificada (S.A.S): se constituye mediante documento privado registrado ante cámara de comercio, en el cual 2 más accionistas responden por el monto del capital que ha suministrado la sociedad.

Se debe definir en el documento privado de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital, la forma y termino en que estas deberán pagarse.

La estructura organizacional de la sociedad, administración y el funcionamiento de sus órganos pueden ser determinados libremente por los accionistas, quienes solamente se encuentran obligados a designar un representante legal de la compañía.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

- Registro ante cámara de comercio.
- Rut ante la DIAN.
- Renta departamental.
- Certificado de bomberos.
- Licencia 488, que permite la zootría con fines comerciales en Colombia y el mundo.
- Permisos expedidos por el Ministerio de Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo para cada exportación.

Se estima un aproximado de \$7'000.000 de pesos en total para trámites legales.

8 ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

SOCIOS	APORTE
JUAN MOLINA DE LOS RIOS	25'000.000\$
SEBASTIAN SANCHEZ CARDONA	TERRENO (DEL CUAL SOLO NECESITAREMOS 450 METROS CUADRADOS Y ESTA VALORADO EN 100'000.000\$)
SEBASTIAN RODRIGUEZ	25'000.000\$

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

ENTIDAD FINANCIERA	Bancolombia
PRESTAMO BANCARIO	84'951.286
DESTINACION	Libre inversión
INTERES (EFECTIVO MENSUAL)	1.02%
PLAZO	60 meses
MODALIDAD DEL PRESTAMO	Capital fijo
CUOTA DE AMORTIZACION	2'282.358

TABLA DE AMORTIZACION PRESTAMO ANUAL		
PERIODO (AÑO)	INTERESES	CAPITAL
1	\$ 9'444.883	\$ 16'459.296
2	\$ 7'365.276	\$ 16'459.296
3	\$ 5'285.668	\$ 16'459.296
4	\$ 3'206.061	\$ 16'459.296
5	\$ 1'126.454	\$ 16'459.296

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

Ventas (media 1167)	
Biblis Hyperia	\$ 8,295,000.0
Caligo Memnon	\$ 8,255,333.3
Eurytides Euryleon	\$ 8,220,333.3
Mechanitis Polymnia	\$ 8,034,833.3
Morpho Peleides	\$ 8,430,333.3
Thyridia Psidii	\$ 8,342,833.3
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 49,578,666.7

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)			
Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	\$ 109,375,380.0	\$ 100,000,000.0	\$ 9,375,380.0
Gastos Preoperativos	\$ 49,500,000.0	\$ 0.0	\$ 49,500,000.0
Capital de Trabajo	\$ 76,075,905.6	\$ 50,000,000.0	\$ 26,075,905.6

8.2.2.2 Costos

COSTOS FIJOS	
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	4'164.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	4'042.350
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	5'382.000
GASTOS DEPRECIACION	200.053
COSTOS FIJOS TOTAL (CFT)	13'788.403

Total Costos Variables por Producto		Ventas Unidades	Costo Variable total
Biblis Hyperia	\$ 3,224.0	1,167	\$ 3,761,333.3
Caligo Memnon	\$ 3,193.0	1,167	\$ 3,725,166.7
Eurytides Euryleon	\$ 3,164.0	1,167	\$ 3,691,333.3
Mechanitis Polymnia	\$ 3,014.0	1,167	\$ 3,516,333.3
Morpho Peleides	\$ 3,334.0	1,167	\$ 3,889,666.7
Thyridia Psidii	\$ 3,264.0	1,167	\$ 3,808,000.0
Amortizacion de diferidos			725.000.0
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)			23'116,833.3

Cuenta	Valor
Total Costos Variables	22'391,833.3
Total Costos fijos de producción	4'164,000.0
Total Costos fijos de administración	4'042,350.0
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	5'382,000.0
Costos Totales	35'980,183.3

8.2.2.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

GASTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES

Salarios	\$ 1,800,000
Prestaciones Sociales	\$ 1,008,000
Papelería	\$ 148,500
Varios (Vigilancia, aseo, etc.)	\$ 630,000
Imprevistos	\$ 358,650
Servicios públicos	\$ 97,200
Constitución y registro	\$7,000,000
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 11,042,350

Gastos Distribución y Ventas

GASTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS
--

	Salarios	\$ 3,450,000
	Prestaciones Sociales	\$ 1,932,000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS		\$ 5,382,000

Gastos Amortización de diferidos

Total Amortización Mensual	\$ 725,000
-----------------------------------	-------------------

8.2.2.4 Gastos Financieros

ENTIDAD FINANCIERA	Bancolombia
PRESTAMO BANCARIO	84'951.286
DESTINACION	Libre inversión
INTERES (EFECTIVO MENSUAL)	1.02%
PLAZO	60 meses
MODALIDAD DEL PRESTAMO	Capital fijo
CUOTA DE AMORTIZACION	2'282.358

TABLA DE AMORTIZACION PRESTAMO ANUAL		
PERIODO (AÑO)	INTERESES	CAPITAL
1	\$ 9'444.883	\$ 16'459.296
2	\$ 7'365.276	\$ 16'459.296
3	\$ 5'285.668	\$ 16'459.296

4	\$ 3'206.061	\$ 16'459.296
5	\$ 1'126.454	\$ 16'459.296

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
	-\$ 150,000,000	\$ 7,419,839	\$ 7,429,515	\$ 7,439,191	\$ 7,448,867	\$ 7,458,543	\$ 7,468,219
		Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
		\$ 7,477,895	\$ 7,487,571	\$ 7,497,247	\$ 7,506,923	\$ 7,516,599	\$ 231,376,929

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por concepto de Ventas	49.578.667	49.578.667	49.578.667	49.578.667	49.578.667	49.578.667	49.578.667	49.578.667	49.578.667	49.578.667	49.578.667	49.578.667
- Costo Variables	22.391.833	22.391.833	22.391.833	22.391.833	22.391.833	22.391.833	22.391.833	22.391.833	22.391.833	22.391.833	22.391.833	22.391.833
- Costos Fijos Producción	4.164.000	4.164.000	4.164.000	4.164.000	4.164.000	4.164.000	4.164.000	4.164.000	4.164.000	4.164.000	4.164.000	4.164.000
- Gastos Depreciación	200.053	200.053	200.053	200.053	200.053	200.053	200.053	200.053	200.053	200.053	200.053	200.053
= Utilidad Bruta en Ventas	22.822.781	22.822.781	22.822.781	22.822.781	22.822.781	22.822.781	22.822.781	22.822.781	22.822.781	22.822.781	22.822.781	22.822.781
- Costos fijos de Administración	4.042.350	4.042.350	4.042.350	4.042.350	4.042.350	4.042.350	4.042.350	4.042.350	4.042.350	4.042.350	4.042.350	4.042.350
- Costos Fijos de Ventas y Distribución	5.382.000	5.382.000	5.382.000	5.382.000	5.382.000	5.382.000	5.382.000	5.382.000	5.382.000	5.382.000	5.382.000	5.382.000
- Amortización de diferidos	725.000	725.000	725.000	725.000	725.000	725.000	725.000	725.000	725.000	725.000	725.000	725.000
= Utilidad Operativa	12.673.431	12.673.431	12.673.431	12.673.431	12.673.431	12.673.431	12.673.431	12.673.431	12.673.431	12.673.431	12.673.431	12.673.431
+ Otros ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidad Antes de Impuestos	12.673.431	12.673.431	12.673.431	12.673.431	12.673.431	12.673.431	12.673.431	12.673.431	12.673.431	12.673.431	12.673.431	12.673.431
- Impuestos	4.182.232	4.182.232	4.182.232	4.182.232	4.182.232	4.182.232	4.182.232	4.182.232	4.182.232	4.182.232	4.182.232	4.182.232
= UTILIDAD NETA	8.491.199	8.491.199	8.491.199	8.491.199	8.491.199	8.491.199	8.491.199	8.491.199	8.491.199	8.491.199	8.491.199	8.491.199
- Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidades no Repartidas	8.491.199	8.491.199	8.491.199	8.491.199	8.491.199	8.491.199	8.491.199	8.491.199	8.491.199	8.491.199	8.491.199	8.491.199
Utilidades no Repartidas Acumuladas	8.491.199	16.982.397	25.473.596	33.964.794	42.455.993	50.947.192	59.438.390	67.929.589	76.420.787	84.911.986	93.403.184	101.894.383

8.3.3 Balance General

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

Valor Presente Neto	59,909,365
---------------------	------------

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno	7.63%
-------------------------	-------

Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Valor Presente Neto	67,336,109
Tasa Interna de Retorno	8.02%

Caso aumento de la demanda en un 5%

8.4.3 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Valor Presente Neto	62,247,494
Tasa Interna de Retorno	7.77%

El precio varía en un 0.75%

9. CONSIDERACIONES FINALES

Dado los estudios técnicos realizados en el proyecto los cuales se enfocaron en proveedores, mercado objetivo, oportunidad de negocio en distintos países se llegó a la conclusión de incursionarnos en un mercado no muy explotado por parte de Colombia y empezar a demostrar nuestra riqueza en cuestión de biodiversidad(mariposas) y sacar adelante este proyecto por medio de los diferentes feriado que se encontraron en este país y los cuales nos brindan la posibilidad de llegar a ser una muy buena competencia internacional ya que estas ferias son muy importantes internacionalmente , en el ámbito de las regulaciones legales en Colombia no tenemos problema ya que hay leyes y permisos ambientales que fomentan el biocomercio enfocándose en la procreación y liberación de mariposas , dadas las simulaciones llevadas a cabo después de investigar todo lo necesario para empezar nuestra actividad exportadora se llegó a la conclusión:

- Es un proyecto positivo, viable ya que la tasa deseada o esperada es levemente superada por la tasa interna de retorno lo cual nos demuestra que podemos invertir en este negocio.
- Como podemos observar es un proyecto sencillo pero muy bueno porque no solo usa sería uno de nuestros clientes ya que lo sigue Europa en cuestión de feriado lo cual nos dice que sería una excelente alternativa de mercado el reino unido y no dedicarnos solo a un mercado ni depender solo de ese .

La financiación del proyecto no es alta por lo tanto algo más de seguridad para invertir.

REFERENCIAS CIBERGRÁFICAS

- <http://es.scribd.com/doc/13233213/18/Herramientas-necesarias-para-el-mariposario-y-vivero>
- <http://www.encolombia.com/medicina/academedia/noticyt17-2.htm>
- <http://www.mariposasdecolombia.8m.com/>
- <http://www.productosdecolombia.com/main/Colombia/Mariposas.asp>
- <http://es.scribd.com/doc/16524308/4/Anexo-4-Especies-de-mariposas-en-listas-de-CITES>
- <http://www.ibcperu.org/doc/isis/9754.pdf>
- <http://www.niagaraparks.com/garden-trail/butterfly-conservatory.html>
- http://www.minambiente.gov.co/documentos/332_Estudio_de_Mariposas_en_EEUU.pdf
- <http://mariposarios.blogspot.com/2008/05/exportacion-de-mariposas.html>
- <http://www.alasdecolombia.com/Empresa/logros.html>
- <http://axxon.com.ar/mus/info/040481.htm>
- http://www.ibce.org.bo/documentos/perfil_mercado_mariposasCB07.pdf