



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

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE**  
**JUGOS VERDES**

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

NATHALIA ARANGO HENAO

MATEO ALEJANDRO ROJAS GOMEZ

KEYSA LORENA RENTERIA MENA

PROFESORES GUÍAS:

JUAN GUILLERMO ESTRADA VALLEJO

Año

2020

## **AGRADECIMIENTOS.**

Agradecemos a la vida por permitirnos por darnos la oportunidad de llegar donde estamos, en segundo lugar, a la Institución Universitaria Esumer y los docentes por compartir sus conocimientos, formarnos y darnos las bases necesarias para realizar un plan de negocios que nos sirve como herramienta para competir en el mercado laboral como tecnólogos en Comercio Internacional.

También queremos dar gracias a nuestras familias a las que por algunos momentos dejamos de compartir con ellas por cumplir nuestro sueño de tener un título académico, pero que siempre estuvieron dispuestos a ayudarnos y alentarnos en los momentos más difíciles. Gracias al profesor guía por su compromiso y paciencia al momento de darnos las asesorías, las cuales fueron muy valiosas para la realización de este proyecto.

Nos equivocamos muchas veces, pero esto nos ayudó a mejorar y tener mucho más claros los conocimientos para realizar el plan de negocio. Esto nos deja una enseñanza invaluable para nuestras vidas, además de darnos cuenta de que tan complejo es emprender con una idea de negocio, pero esto no quiere decir que sea imposible hacerlo. Esperamos con nuestros conocimientos aportarle cosas positivas a nuestra ciudad y país.

## ÍNDICE

<b>AGRADECIMIENTOS.....</b>	ii
<b>ABSTRACT.....</b>	x
<b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	xiii
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	1
<b>CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA .....</b>	2
<b>1.1 Nombre De La Empresa Y Marca.....</b>	2
<b>1.2 Tipo de Empresa.....</b>	5
<b>1.3 Descripción de la Empresa.....</b>	8
<b>1.4 Visión Y Misión De La Empresa .....</b>	9
<b>1.5 Relación Productos y/o Servicios.....</b>	10
<b>1.6 Ventajas Competitivas.....</b>	12
<b>1.7 Tramites y Costos.....</b>	13
<b>CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR.....</b>	21
<b>2.1 Entorno .....</b>	21
<b>2.2 Sector o Industria.....</b>	31
<b>CAPITULO III. ANALISIS DEL MERCADO.....</b>	38
<b>3.1 Objetivos del Mercado.....</b>	38
<b>3.2 Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios.....</b>	38
<b>3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios.....</b>	40
<b>3.4 Cuantificación de los clientes potenciales de bienes y o servicios.....</b>	41
<b>3.5 Mercado Competidor.....</b>	45
<b>3.6 Mercado distribuidor.....</b>	46
<b>3.6.1 Distribución directa.....</b>	47
<b>3.6.2 Distribución a través de terceros (en caso de ser aplicable).....</b>	48
<b>3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación.....</b>	48
<b>3.7.1 Comunicación.....</b>	51
<b>3.7.2 Actividades de promoción y divulgación.....</b>	52
<b>3.8 Plan de ventas.....</b>	53

<b>CAPITULO IV. ANALISIS COMERCIO INTERNACIONAL</b> .....	54
4.1 Tratados Comerciales.....	54
4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios.....	57
4.3 Requisitos y Vistos Buenos.....	59
4.4 Capacidad Exportadora.....	60
4.5 Participación en Ferias especializadas.....	60
4.6 Rutas de acceso.....	63
4.7 Liquidación de costos de importación y precios de Exportación.....	72
<b>CAPITULO V. ANALISIS TECNICO</b> .....	75
5.1 Descripción del proceso de producción.....	75
5.2 Capacidad de producción.....	77
5.3 Plan de Producción.....	77
5.4. Recursos materiales y humanos para la producción.....	79
5.4.1. Locaciones.....	79
5.4.2 Requerimiento de maquinaria, equipos, muebles y enseres.....	81
5.4.3 Requerimiento de materiales e insumos.....	85
5.4.4 Requerimiento de Servicios.....	87
<b>CAPITULO VI. ANALISIS ADMINISTRATIVO</b> .....	90
6.1. Estructura organizacional del negocio.....	90
6.1.1 organigrama estructural organizacional.....	90
6.1.2 Organigrama Estructura Personal.....	104
6.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados.....	111
6.2 Costos de estructura organizacional del negocio.....	114
6.2.1. Locaciones empresa.....	114
6.2.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres.....	115
6.2.3. Requerimientos de materiales e insumos por área.....	119
6.2.4 Requerimientos de servicios por área.....	121
<b>CAPITULO VII. ANALISIS LEGAL</b> .....	122
7.1 Tipo de Organización empresarial.....	122
7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.....	123
<b>CAPÍTULO VII. ANÁLISIS FINANCIERO</b> .....	130

<b>8.1. Tasas de interés, impuestos, tasas de rentabilidad.....</b>	<b>130</b>
<b>8.2 Aporte de los socios.....</b>	<b>133</b>
<b>8.3 Créditos y Préstamos Bancarios.....</b>	<b>135</b>
<b>8.4. Precios de los Productos.....</b>	<b>138</b>
<b>8.4.1 Factores que influye en la determinación del precio del producto.....</b>	<b>138</b>
<b>8.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos.....</b>	<b>138</b>
<b>8.5 Ingresos y egresos.....</b>	<b>139</b>
<b>8.5.1 Ingresos.....</b>	<b>139</b>
<b>8.5.1.1 Ingresos propios del negocio.....</b>	<b>139</b>
<b>8.5.2 Egresos.....</b>	<b>140</b>
<b>8.5.2.1. Inversiones.....</b>	<b>140</b>
<b>8.5.3.2 Flujo de Caja y VPN.....</b>	<b>144</b>
<b>8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Analisis de Sensibilidad.....</b>	<b>145</b>
<b>8.5.4.1 Analisis de Sensibilidad.....</b>	<b>145</b>
<b>8.5.4.2 Estado de Perdida y Ganancias Proyectado.....</b>	<b>146</b>
<b>8.5.4.3 Flujo de caja proyectado.....</b>	<b>147</b>
<b>8.6 Evaluación Financiera.....</b>	<b>149</b>
<b>8.6.1 VPN, TIR, Payback descontado.....</b>	<b>149</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>151</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>152</b>

## LISTA DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1.1.</i> Cámara de Comercio .....	3
<i>Ilustración 1.2.</i> Registro Único Empresarial y social .....	3
<i>Ilustración 1.3.</i> Registro de marca en país de origen .....	4
<i>Ilustración 1.4.</i> Registro de marca en país de destino.....	4
<i>Ilustración 1.5.</i> Tipos de sociedades .....	8
<i>Ilustración 2.1.</i> Producto Interno Bruto Anual .....	22
<i>Ilustración 2.2.</i> Inflación Chile, Colombia .....	23
<i>Ilustración 2.3.</i> Tasa de interés activa. Chile, Colombia .....	24
<i>Ilustración 2.4.</i> Estructura agrícola Antioquia .....	33
<i>Ilustración 2.5.</i> Balanza Comercial Agropecuaria de Colombia en millones de dólares .....	34
<i>Ilustración 2.6.</i> Balanza comercial agropecuaria de Colombia en Toneladas .....	34
<i>Ilustración 2.7.</i> Margen de rentabilidad sector agropecuario.....	35
<i>Ilustración 3.1.</i> Historia de la población Santiago de Chile.....	40
<i>Ilustración 3.2.</i> Cambio anual de la población.....	40
<i>Ilustración 3.3.</i> Estrato (AB Clase alta) .....	43
<i>Ilustración 3.4.</i> Estrato (C1a, Clase media) .....	43
<i>Ilustración 3.5.</i> Estrato (C1b, clase media emergente) .....	44
<i>Ilustración 4.1.</i> Posición Arancelaria.....	58
<i>Ilustración 4.2.</i> Acuerdo comercial (Alianza del pacífico).....	59
<i>Ilustración 4.3.</i> Acuerdo Comercial (Chile – Colombia).....	59
<i>Ilustración 4.4.</i> Documentos soporte para importación.....	59
<i>Ilustración 4.5.</i> Documentos soporte para exportaciones. ....	60
<i>Ilustración 4.6.</i> Estación Mapocho, Santiago .....	61
<i>Ilustración 4.7.</i> Estación Mapocho, Santiago .....	62
<i>Ilustración 4.8.</i> Transporte Cundinamarca – Barbosa.....	64
<i>Ilustración 4.9.</i> Distancia y tiempo, Cundinamarca – Barbosa.....	64
<i>Ilustración 4.10.</i> Transporte terrestre Barbosa – Cartagena.....	65
<i>Ilustración 4.11.</i> Transporte Barbosa – Buenaventura.....	66
<i>Ilustración 4.12.</i> Distancia Barbosa – Buenaventura.....	67

<i>Ilustración 4.13.</i> Tiempo en tránsito Barbosa – Buenaventura. ....	67
<i>Ilustración 4.14.</i> Distancia Barbosa – Santiago de Chile. ....	69
<i>Ilustración 4.15.</i> Distancia Aeropuertos Rionegro – Santiago de Chile. ....	71
<i>Ilustración 4.16.</i> Tiempo desde Rionegro a Santiago de Chile. ....	72
<i>Ilustración 4.17.</i> Cotización transporte aéreo Rionegro – Santiago de Chile. ....	73
<i>Ilustración 4.18.</i> Cotización transporte aéreo Rionegro – Santiago de Chile. ....	73
<i>Ilustración 4.19.</i> Cotización Transporte Marítimo Cartagena – San Antonio ....	74
<i>Ilustración 5.1.</i> Proceso de producción. ....	75
<i>Ilustración 5.2.</i> Equipos y maquinaria necesarios para el funcionamiento de GREEN JUICE S.A.S. ....	82
<i>Ilustración 5.3.</i> Medidas de Cavas. ....	85
<i>Ilustración 5.4.</i> Requerimiento de personal. ....	90
<i>Ilustración 6.1.</i> Organigrama estructural organizacional. ....	91
<i>Ilustración 6.2.</i> Organigrama estructura personal ....	104
<i>Ilustración 6.3.</i> Prestaciones sociales. ....	113
<i>Ilustración 6.4.</i> Aportes seguridad social. ....	113
<i>Ilustración 6.5.</i> Medidas de cavas ....	116
<i>Ilustración 6.6.</i> Maquinaria y mecanización agrícola ....	117
<i>Ilustración 8.1.</i> Prima de riesgos. ....	131
<i>Ilustración 8.2.</i> Porcentajes de perdidas. ....	143

## LISTA DE TABLAS

<i>Tabla 1.1.</i> Ficha técnica del producto.....	10
<i>Tabla 1.2.</i> Tramites y Costos.....	13
<i>Tabla 2.1.</i> Entorno social y cultural .....	26
<i>Tabla 3.1.</i> Cuantificación de los clientes potenciales de bienes y o servicios.....	42
<i>Tabla 3.2.</i> Competidor Frutos del Maipo .....	45
<i>Tabla 3.3.</i> Competidor Jugos del paraíso .....	46
<i>Tabla 3.4.</i> Costos diseño gráfico y servicios.....	47
<i>Tabla 3.5.</i> Costos de Comunicación.....	52
<i>Tabla 4.1.</i> Viáticos 3 personas.....	62
<i>Tabla 5.1.</i> Plan de Producción 1 año.....	78
<i>Tabla 5.2.</i> Plan de Producción 5 años.....	79
<i>Tabla 5.3.</i> Costos adecuaciones.....	79
<i>Tabla 5.4.</i> Distribución de Finca Barbosa, Antioquia.....	80
<i>Tabla 5.5.</i> Distribución finca Chocontá, Cundinamarca.....	81
<i>Tabla 5.6.</i> Equipos, muebles y enseres.....	82
<i>Tabla 5.7.</i> Insumos de oficina requeridos en la empresa GREEN JUICE SAS.....	86
<i>Tabla 5.8.</i> Requerimiento de servicios.....	87
<i>Tabla 6.1.</i> Perfil de personal.....	94
<i>Tabla 6.2.</i> Cargo y descripción del personal.....	105
<i>Tabla 6.3.</i> Costos de personal.....	112
<i>Tabla 6.4.</i> Locaciones empresa.....	115
<i>Tabla 6.5.</i> Equipos.....	116
<i>Tabla 6.6.</i> Muebles y enseres.....	117
<i>Tabla 6.7.</i> Insumos de oficina requeridos en la empresa GREEN JUICE SAS.....	119
<i>Tabla 6.8.</i> Requerimientos de servicios por área.....	121
<i>Tabla 7.1.</i> Certificaciones y gestiones ante entidades publicas.....	123
<i>Tabla 8.1.</i> Aporte de los socios teniendo en cuenta los socios.....	134
<i>Tabla 8.2.</i> Estructura de Capital.....	135



<i>Tabla 8.3.</i> Créditos y préstamos bancarios.....	136
<i>Tabla 8.4.</i> Amortizaciones mensuales.....	136
<i>Tabla 8.5.</i> Costos fijos y variables .....	139
<i>Tabla 8.6.</i> Ingresos propios del negocio.....	140
<i>Tabla 8.7.</i> Inversiones en activos fijos.....	140
<i>Tabla 8.9.</i> Gastos anticipados.....	141
<i>Tabla 8.10.</i> Inversiones en capital de trabajo .....	141
<i>Tabla 8.11.</i> Costos fijos y variables.....	142
<i>Tabla 8.12.</i> Estado de pérdidas y ganancias año 1.....	143
<i>Tabla 8.13.</i> Flujo de caja primer año.....	145
<i>Tabla 8.14.</i> Disminución precio 5% .....	146
<i>Tabla 8.15.</i> Disminución precio 10% .....	146
<i>Tabla 8.16.</i> Rendimiento precio actual.....	146
<i>Tabla 8.17.</i> Estado de Perdidas y ganancias.....	147
<i>Tabla 8.18.</i> Flujo de Caja proyectado.....	148

## ABSTRACT

Greenjuice S.A.S is a company that belongs to the primary agricultural sector that promotes peasant labor by promoting among its collaborators respect for elements that mother earth gives us, managing the guidelines of sustainability and sustainability over time.

Our company is focused on the elaboration, production, commercialization, and export of green juices made with the most select products, including high quality vegetables and fruits.

Greenjuice S.A.S will be located on Barbosa – Antioquia near to Medellín, a innovative city leader in projects that protect and benefit the environment, then we have a work team of between 50 and 95 people, located in the plant where all our raw material is produced.

Our Mission is provide the national and international market with healthy juices made with totally organic products, loaded with vitamins and minerals by their compounds, having the ability to replace current products on the market created with other types of procedures that are not so beneficial for the human being; complying with the policy of RSE (Responsabilidad social empresarial) (Corporate social responsibility) from us to our customers, offering high quality products, focus on a market that values its own self-care and with this fulfilling our vision by 2024 to be one of the leading companies in the production and distribution of green organic juices, showing its high quality and the great benefit for the people who consume being sustainable and sustentable in our production and manufacturing processes.



*Made With Love ... Made Green*

EMERALD JUICE frozen pulp of vegetables and fruits that contains pineapple, celery, parsley, spinach, green apple, and kiwi mixture that will help you eliminate fat, cleanse the colon and improve digestion.

They come in polyethylene bags in weights of 600 to 1000 grams.

Our vegetables are pesticide free.

Our product aims to reach countries such as Chile and Brazil, taking advantage of factors such as language or proximity, and where we hope to consolidate ourselves as one of the leading companies in the production and marketing of green juices in those countries, being an alternative for many people who wish to change their eating habits for products that provide vitamins to the body, since today we see a lot of tendency to suffer cardiovascular diseases and diabetes due to poor diet and intake of sugary drinks, in addition to improving digestion.

After conducting an analysis of both countries, we decided that the selected target market would be Chile, advantages identified was the social, economic and cultural data were analyzed before entering the Chile. According to this research, we determined that Chile is one of the Latin American countries with one of the best economies, in addition the language is Spanish, and there is no communication barrier between them.

On the other hand, it is a country with which communicates through the Pacific Ocean.

Additionally, it must be taken into account that Chile and Colombia belong to the free trade agreement "Alianza del Pacifico". With this, a reduction in tariff issues, free movement of people, among others, is achieved.

The selected city is Santiago de Chile, in addition to being the capital of that country, it is a very safe city with a high quality of life, understanding that it has purchasing power.

For this reason, the most accurate thing is that GREEN JUICE S.A.S must be located in the center of Santiago de Chile, since it is where the greatest tourist, sports, gastronomic and cultural activity is located, fulfilling our objective of reaching the different supermarkets in Chile, who in alliance allows us to reach people with an age from 25 years to 60 years without distinction of gender, with a medium and high socio-economic level, with a healthy lifestyle, fitness, athletes and anyone who wants changes in their lives. (Conociendo Chile, 2020).

The distribution of our product in Chile will be through Walmart, which develops a multi-format strategy which allows segmenting different types of customers, in addition to this

hypermarket, sales will be made in healthy markets in the city of Santiago, since it has an important population for the consumption of our drink.

This is also the case because Green Juice distributes nationwide in partnership with healthy markets such as Olivo and VitaIntegral. Supermarkets such as Éxito, Jumbo, among others, and gyms, which are SmartFit and Bodytech, which helped us to position ourselves in the national market.

The type of transport defined for the export of our pulp will be by air with a negotiation term (INCOTERM) CPT, delivered with customs clearance in the city of Santiago through the airline LATAM Cargo on direct flights from the International Airport José María Córdoba on Rionegro Antioquia to the International Airport Arturo Merino Benítez (SCL) where the freight forwarder FASTMARK CARGO delivery directly in local on behalf of our supplier. This has a customs and air transit of 7 or maybe 8 hours, inspecting the merchandise digitally.

For GREEN JUICE S.A.S, the most important thing is to deliver a healthy product, intelligently built and affordable for all.

“Have a sip of life in a juice”.

## RESUMEN EJECUTIVO.

Greenjuice S.A.S es una empresa que pertenece al sector primario agricultor que impulsa la mano de obra campesina promoviendo entre sus colaboradores el respeto por elementos que la madre tierra nos da, manejando los lineamientos de sustentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

Nuestra empresa está enfocada en la elaboración, producción, comercialización y exportación de jugos verdes elaborados con los más selectos productos, entre ellos vegetales y frutas de alta calidad.

GreenJuice S.A.S será ubicada en Barbosa – Antioquia, cerca de Medellín, ciudad innovadora y líder en proyectos que protegen y benefician el medio ambiente, contamos con un equipo de trabajo entre 50 y 95 personas, ubicadas en planta en donde se produce toda nuestra materia prima.

Nuestra Misión es proveer el mercado nacional e internacional de jugos saludables elaborados con productos totalmente orgánicos, cargados de vitaminas y minerales por los compuestos de los mismos, teniendo la capacidad de sustituir productos actuales en el mercado creados con otro tipo de procedimientos que no son tan beneficiosos para el ser humano; permitiendo el cumplimiento de las políticas de RSE (Responsabilidad social empresarial) de nosotros hacia nuestros clientes, ofreciendo productos de alta calidad, enfocados en un mercado que valora su propio autocuidado y con esto cumpliendo nuestra visión al 2024 de ser una de las empresas líderes en la producción y distribución de jugos orgánicos verdes, mostrando su alta calidad y el gran beneficio para las personas que lo consumen, siendo sostenibles y sustentables en nuestros procesos de producción y manufactura.



*Made With Love ... Made Green*

EMERALD JUICE pulpa congelada de vegetales y frutas que contiene: piña, apio, perejil, espinaca, manzana verde y kiwi mezcla que te ayudara a eliminar grasas, limpiar el colon y mejorar la digestión.

Vienen en bolsas de polietileno en pesos de 600 a 1000 gr.

Nuestros vegetales son libres de pesticidas.

Nuestro producto tiene como meta llegar a países como Chile y Brasil, aprovechando factores como el idioma o la cercanía, y donde esperamos consolidarnos como una de las empresas líderes en producción y comercialización jugos verdes en esos países, siendo alternativa para muchas personas que deseen cambiar sus hábitos alimenticios por productos que aporten vitaminas al cuerpo, ya que hoy por hoy vemos mucha tendencia a sufrir enfermedades cardiovasculares y diabetes a causa de la mala alimentación e ingesta de bebidas azucaradas, además de mejorar la digestión.

Después de realizar un análisis de ambos países, decidimos que el mercado meta seleccionado será Chile, se identificaron ventajas, se analizaron datos, sociales, económicos y culturales antes de entrar al mercado chileno. De acuerdo con esta investigación determinamos que Chile es uno de los países de Latinoamérica que cuenta con una de las mejores economías, además el idioma es el español, y no existe una barrera de comunicación entre los mismos.

Por otro lado, es un país con el cual se comunica a través del océano pacífico.

Adicional se debe tener en cuenta que Chile y Colombia pertenecen al tratado de libre comercio “Alianza del Pacifico”. Con esto se logra una reducción en temas arancelarios, libre circulación de personas, entre otros.

La ciudad seleccionada es Santiago de Chile, además de ser la capital de ese país es una ciudad muy segura y con una alta calidad de vida, entendiendo que se tiene poder adquisitivo.

Por esto lo más acertado es que GREEN JUICE S.A.S este ubicado en el centro de Santiago de Chile, ya que es donde se encuentra la mayor actividad turística, deportiva, gastronómica y cultural ,cumpliendo nuestro objetivo de llegar a los diferentes supermercados de Chile, quien en alianza nos permite llegar a personas con una edad de 25 años a 60 años sin distinción de género, con un nivel socio económico medio y alto, con un estilo de vida

saludable, fitness, deportistas y que cualquiera quien desee cambios en su vidas. (Conociendo Chile, 2020)

La distribución de nuestro producto en Chile será a través de Walmart, quien desarrolla una estrategia de multiformato las cuales permiten segmentar a distintos tipos de clientes, además de este hipermercado se realizarán ventas en mercados saludables en la ciudad de Santiago, ya que esta cuenta con una población importante para el consumo de nuestra bebida.

Esto también se da porque Green Juice distribuye a nivel nacional en alianza con mercados saludables como Olivo y VitaIntegral. Supermercados como Éxito, Jumbo, entre otros y gimnasios entre los cuales se encuentran SmartFit y Bodytech, los cuales nos ayudaron a posicionarnos en el mercado nacional.

El tipo de transporte definido para la exportación de nuestra pulpa será el aéreo con término de negociación (INCOTERM) CPT, entregado con desaduanamiento en la ciudad de Santiago a través de la empresa aérea LATAM Cargo en vuelos directo desde el Aeropuerto internacional José María Córdoba en Rionegro Antioquia hasta el Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benítez (SCL) en donde lo recibe el agente de carga FASTMARK CARGO que entrega directamente en local por cuenta de nuestro proveedor.

Esto tiene un tránsito aduanero y aéreo de 7 a 8 horas, realizando inspección de la mercancía de forma digital.

Para GREEN JUICE S.A.S, lo más importante es entregar un producto saludable, inteligentemente construido y asequible para todos.

“Tener un sorbo de vida en un jugo”.

## **INTRODUCCIÓN**

Este plan de negocio consiste en la creación de una empresa exportadora de pulpas de frutas y vegetales llamadas GREEN JUICE S.A.S, esta idea de negocio se da a raíz del interés de muchas personas de cambiar sus hábitos en la ingesta de bebidas, debido a los altos porcentajes de personas con enfermedades de diabetes, sobrepeso, entre otros por tener una inadecuada alimentación y la falta de ejercicio en su diario vivir.

Lo que encontrara el lector en el plan de negocio es una proposición de exportación de jugos verdes hacia la ciudad de Santiago de Chile, en donde se evidenciarán los requisitos que hay que tener en cuenta al momento de elaborar y enviar el producto hacia otro país, además de los costos, gastos e inversiones que se deben incurrir.



# CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

## 1.1 Nombre De La Empresa Y Marca

El nombre seleccionado para la nueva empresa es Green Juice, el cual en el momento no se encuentra en el registro mercantil de la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) Nombre se eligió ya que enmarca el principal objetivo de la empresa, el cual es la elaboración, distribución y exportación de jugos creados a base de productos verdes, con una alta calidad y compuesta con verduras y algunas frutas exóticas(kiwi). En la página del Registro Único Empresarial y Social (RUES) se puede evidenciar que este nombre no se encuentra asignado o en uso para alguna empresa en el país.






The screenshot shows the website of the Cámara de Comercio de Bogotá. The header includes the logo and navigation menu. The main content area is titled 'Servicios en Línea' and features a search form for the 'Registro Mercantil - Homonimia nacional'. The search options are 'Por identificación' and 'Por nombre o razón social\*'. The 'Por nombre o razón social\*' option is selected, and the search term 'Greenjuice' is entered in the input field. The page also displays contact information for 'Soporte y ayuda en Línea' and social media links.

Servicios en Línea

Cámara de Comercio de Bogotá

Registros públicos | Solución de controversias | Servicios empresariales | Competitividad y valor compartido | Gobernanza y conocimiento empresarial

Consulte información para: Empresarios | Círculo de Afiliados CCB | Inversionistas | Ciudadanos | Proveedores - Contratistas | Sala de prensa virtual

Síganos en:      | RSS 

**Servicios en Línea**

Soporte y ayuda en Línea: | Línea de Respuesta Inmediata 3830330 Chat Llamada virtual Ayuda

Registro Mercantil - Homonimia nacional

Por identificación

Clase:  No.  -

Por nombre o razón social\*

Escriba los primeros caracteres del nombre

Activar Window  
Ve a Configuración p

Por nombre o razón social\*

Escriba los primeros caracteres del nombre

Búsqueda por palabra clave

Por palabra clave

Registro mercantil

Digite el número de matrícula

Cámara de Comercio	Matrícula	Razón Social	Organización Jurídica	Ultimo año renovado	Estado
					1

Sedes: Direcciones y horarios de atención

Reconocimientos

### Ilustración 1.1. Cámara de Comercio

Fuente. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2020)

The screenshot shows the RUES website interface. At the top left is the RUES logo. The main navigation menu includes: Inicio, Registros, Estado de su Trámite, Cámaras de Comercio, Formatos CAE, Becaudo Impuesto de Registro. The header contains: Guía de Usuario, Cámaras de Comercio, ¿Qué es el RUES?, and Acceso privado. The main content area is titled 'Registro Mercantil' and includes a search form with tabs for 'Número de identificación', 'Nombre / Palabra Clave', and 'Matrícula / Inscripción'. The search form has a text input field containing 'Greenjuice' and a red 'Consultar' button. Below the search form, a message states: 'Info La consulta por Nombre no ha retornado resultados'. On the right side, there are two blue boxes with statistics: '+1M de Personas Jurídicas' and '+1.5M de Personas Naturales Registradas'. At the bottom right, there is a Windows watermark: 'Activar Windows. Ve a Configuración para activar Windows.'

### Ilustración 1.2. Registro Único Empresarial y social

Fuente. (RUES, 2020)

El nombre de nuestro producto es Emerald Juice, un nombre muy simbólico y original, es decir no se encuentra en Colombia ni en el exterior, y podemos evidenciar que su origen es netamente colombiano como lo es la famosa piedra preciosa esmeralda, además el producto cuenta con el mismo simbólico color verde que la esmeralda. (piña, kiwi, apio, espinaca)

MARCARIA.com  
TRADEMARK SEARCH

Menu Español Iniciar sesión

Regresar emerald juice Buscar

↓ País: Colombia | Clases: Todas las clases | Estado: Todas | Estrategia de búsqueda: Búsqueda normal

Se encontraron 0 marcas idénticas

Se encontraron 0 marcas que contienen su término

*Ilustración 1.3.* Registro de marca en país de origen

Fuente. (Marcaria, 2020)

MARCARIA.com  
TRADEMARK SEARCH

Menu Español Hola, Mateo

Regresar emerald juice Buscar

↓ País: Chile | Clases: Todas las clases | Estado: Todas | Estrategia de búsqueda: Búsqueda normal

Se encontraron 0 marcas idénticas

Se encontraron 61 marcas que contienen su término

MARCA	CLASES	ESTADO	NÚMEROS	SOLICITANTE
			Otorgado el: 2008-05-07	

*Ilustración 1.4.* Registro de marca en país de destino.

(Marcaria, 2020)

Para realizar el registro de una marca en Colombia es necesario:

- Tener presente que es una marca y que es lo que se puede registrar como tal en el país.
- Debe realizarse una consulta de los antecedentes marcarios con el fin de verificar que no existan actualmente en el mercado colombiano.

- Debe realizarse una clasificación del producto teniendo en cuenta los estándares internacionales NIZA que se utilizan en el país.
- Se debe presentar una solicitud que cumpla con los requisitos y plazos formales según las normas vigentes del Decreto 486 de 2000 y la circular única de la Superintendencia de Industria y Comercio Título X. (SIC SF, 2019).

## **1.2 Tipo de Empresa.**

GREENJUICE S.A.S de acuerdo con sus siglas, es una “Sociedad por Acciones Simplificada”, el cual es el tipo de sociedad más utilizado en el país, aprobado con La Ley 1258 de 2008, que tiene características flexibles y con costos menores (Congreso de Colombia, 2008). Por tener mayores ventajas que los otros tipos de asociación, en Colombia se incrementó la creación de empresas que vieron en este tipo de sociedad un incentivo importante para registrar sus negocios.

- No es de carácter obligatorio tener más de una persona en esta sociedad.
- Se cuenta con la posibilidad de elegir las normas societarias que mejor se acoplen a los intereses de los propietarios.
- Sin importar las actividades económicas, la naturaleza de las SAS siempre será de carácter comercial.
- Permite que la compañía importe o exporte mercancías o servicios bajo cualquier tipo de régimen, siempre y cuando se acojan a las disposiciones aduaneras y fiscales como cualquier otra, es decir, no hay ningún beneficio específico a nivel impositivo o arancelario por ahora.
- No es obligatorio tener revisor fiscal
- La responsabilidad de los empresarios es limitada, los acreedores no pueden tocar el patrimonio personal o familiar del representante legal.
- Facilita el camino para acceder a fondos de capital de riesgo y capital semilla.
- No hay necesidad de una cuota mínima inicial lo cual hace más sencilla su creación.

## **Otros tipos de Sociedades.**

### **Sociedad limitada L.T.D.A**

Conocidas como sociedades de responsabilidad limitada, debido a que la responsabilidad de sus socios está limitada hasta el capital aportado al iniciar la empresa, lo que quiere decir que, si la empresa no puede hacer frente a sus responsabilidades, los accionistas no están obligados a responder con más de lo que aportaron, sus características son:

- Debe ser constituida por escritura pública.
- Deben tener como mínimo 2 socios y máximo 25.
- El capital social se divide por cuotas partes de igual valor.
- Los votos de los socios dependerán de cuantas cuotas partes tengan.

### **Sociedad anónima S.A**

La sociedad anónima es uno de los tipos de sociedad preferidas por las medianas y grandes empresas en el país, sus acciones no poseen restricciones para ser negociadas, sus socios solo serán responsables hasta los aportes realizados de manera individual, la sociedad anónima se caracteriza por:

- Debe ser constituida por escritura pública ante notario.
- El límite mínimo de socios es de 5 y no posee un límite máximo.
- El capital suscrito debe ser el 50% del capital autorizado y el pagado debe ser una tercera parte del suscrito.

### **Sociedad colectiva**

La particularidad de la sociedad colectiva es que está conformada por miembros de confianza, amigos, familia u otros, este tipo de sociedad existen dos tipos de socios, los capitalistas que se encargan de aportar el trabajo y capital, y los socios industriales, los cuales aportan trabajo personal, otras de sus características son:

- Se debe conformar con un mínimo de 2 socios.

- La estructura de su razón social debe estar compuesta por el nombre de una persona más & compañía, hermanos, hijos, padres, o cualquier otro parentesco.
- Su responsabilidad es solidaria e ilimitada.
- Todos los socios poseen un voto.

### **Sociedad en comandita & Cía.**

Las sociedades en comandita se dividen en dos tipos de sociedades, simples o por acciones, la responsabilidad de los socios puede ser mixta, es decir que existen socios con responsabilidad solidaria e ilimitada, pero también socios que poseen responsabilidad limitada, las características de las sociedades en comandita son:

- Su razón social debe ser el nombre o apellido de un socio más la palabra “y compañía” o “& Cía” y en adicional si es simple debe contener “S. en C.” y si es por acciones “S.C.A”.
- Sus socios se denominan socios gestores y socios comanditarios.

Fuente. (Leegales, 2020)

	Sociedad Civil (S.C.)	Sociedad En Nombre Colectivo (S.Co.)	Sociedad En Comandita Simple (S.en C.)	Sociedad De Responsabilidad Limitada (S. de R. L. ó S. L.)	Sociedad Anónima (S. A.)	Sociedad En Comandita Por Acciones (S.en C. por A.)	Sociedad Cooperativa (S. Coop.)
<b>Objeto</b>	Realizar actividades de carácter económico pero que no constituyan una especulación comercial.	Los socios responden de modo subsidiario, solidario e ilimitadamente de las obligaciones sociales.	se compone de uno o varios socios comanditados que responden, de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus aportaciones.	Cualquier actividad con especulación comercial.	Realizar cualquier actividad que constituya especulación comercial.	Se compone de uno o varios socios comanditados que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus acciones.	Realizar cualquier actividad con especulación comercial.
<b>Socios</b>	Mínimo dos Personas Físicas o Morales	Mínimo: 2 Máximo: ilimitado.	Mínimo 2. Clases: -Colectivos: Aportan trabajo. -Comanditarios: Aportan dinero	Mínimo dos No más de Cincuenta Personas Físicas o Morales.	Mínimo dos Socios Personas Físicas o Morales.	Mínimo 2. Clases: -Colectivos: Aportan trabajo. -Comanditarios: Aportan dinero	Mínimo cinco Socios Personas Físicas
<b>Ingreso y Exclusión de Socios</b>	Por unanimidad de socios.	Consentimiento De la mayoría.	Las decisiones de los administradores se tomarán por voto de la mayoría de ellos, y en caso de empate, decidirán los socios.	Ingreso o exclusión de socios con consentimiento de la mayoría.	Solo al adquirir acciones y no se prevén causas de exclusión de socios.	Solo al adquirir acciones y no se prevén causas de exclusión de socios.	Por mayoría

*Ilustración 1.5.* Tipos de sociedades

Fuente. (Tipos, 2020)

### 1.3 Descripción de la Empresa

Green Juice S.A.S es una empresa que pertenece al sector primario agricultor que impulsa la mano de obra campesina promoviendo entre sus colaboradores el respeto por elementos que la madre tierra nos da, manejando los lineamientos de sustentabilidad y sostenibilidad en el tiempo

Nuestra empresa está enfocada en la elaboración, producción, comercialización y exportación de juegos verdes elaborados con los más selectos productos, entre ellos vegetales y frutas de alta calidad.

Green Juice S.A.S será ubicada en Barbosa, Antioquia, municipio cercano a la ciudad de Medellín y que hace parte del área metropolitana.

Green Juice S.A.S es una microempresa que cuenta con un equipo de trabajo entre 50 y 95 personas, éstas ubicadas en planta y en las haciendas en donde se produce toda nuestra materia prima. Contamos con unos ingresos que oscilan entre 18.000 UVT y 20.000UVT al año.

El código CIU con el que la empresa se matriculara es el 1020 Procesamiento y conservación de frutas, legumbres, hortalizas y tubérculos.

Esta información se encontró en la página web del DANE, en el documento de clasificación industrial uniforme de las actividades económicas.

Fuente. (DANE, 2020)

## **1.4 Visión Y Misión De La Empresa**

### **1.4.1 Misión**

Proveer el mercado nacional e internacional de jugos saludables elaborados con productos totalmente orgánicos, cargados de vitaminas y minerales por los compuestos de los mismos, teniendo la capacidad de sustituir productos actuales en el mercado creados con otro tipo de procedimientos que no son tan beneficiosos para el ser humano; permitiendo el cumplimiento de las políticas de RSE (Responsabilidad social empresarial) de nosotros hacia nuestros clientes, ofreciendo productos de alta calidad, enfocados en un mercado que valora su propio autocuidado.


### **1.4.2 Visión**

En el año 2024 GREENJUICE se posicionará en el mercado internacional como una de las empresas líderes en la producción y distribución de jugos orgánicos verdes, mostrando su alta calidad y el gran beneficio para las personas que lo consumen, buscando siempre la sostenibilidad y sustentabilidad en nuestros procesos de producción y manufactura.



## 1.5 Relación Productos y/o Servicios

Tabla 1.1. Ficha técnica del producto

Elaborado por: GreenJuice S.A.S	<b>FICHA TECNICA DE PRODUCTO TERMINADO</b>  <b>EMERALD JUICE</b>	
---------------------------------------	--	---

<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	<b>EMERALD JUICE</b>	
<b>DESCRIPCION DEL PRODUCTO</b>	<p>Producto pastoso, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, obtenido de la desintegración y tamizado de la fracción comestible de frutas y verduras frescas, sanas, maduras y limpias.</p> <p>La pulpa es la parte comestible de la frutas y verduras, es decir, el producto obtenido de la separación de las partes comestibles de las materias primas, desechando la cascara, semillas y bagazo mediante procesos tecnológicos adecuados.</p>	
<b>LUGAR DE ELABORACION</b>	<p>Producto elaborado en Barbosa – Antioquia</p> <p>Temperatura promedio: 16 a 25° C</p> <p>Teléfono: 5068882 Ext. 214</p>	
<b>COMPOSICION NUTRICIONAL</b>	Carbohidratos	6,3 g
	Proteína	0,6 g
	Lípidos – Grasa	0,1 g

	Agua	92 g
	Calorías por 100 gramos	25
<b>PRESENTACIÓN Y EMPAQUES COMERCIALES</b>	Bolsa plástica de polietileno de 600gr a 1000gr	
<b>REGISTRO SANITARIO</b>	RSA004352-2020	



**EMERALD JUICE** pulpa congelada de vegetales y frutas que contiene: piña, apio, perejil, espinaca, manzana verde y kiwi mezcla que te ayudara a eliminar grasas, limpiar el colon y mejorar la digestión.

Vienen en bolsas de polietileno en pesos de 600 a 1000 gr.

Nuestro proceso de producción empieza desde la siembra en nuestras haciendas de la siguiente manera:

Kiwi - sembrado en Chocontá, Cundinamarca

Piña - sembrado en Barbosa Antioquia

Manzana verde - proveedor venta directa en El Retiro Antioquia

Apio - sembrado en Chocontá, Cundinamarca

Espinaca - sembrado en Chocontá, Cundinamarca

Perejil - sembrado en Barbosa, Antioquia

Beneficios:

- Acelerar tu metabolismo
- Reducir la ansiedad
- Mejorar el aspecto de tu piel
- Controlar los niveles de azúcar
- Eliminar líquidos retenidos
- Ayuda a limpiar el colón y mejorar la digestión.

Tiempo de degradación: 120 a 180 días (Depende de la cadena de frío, si no es interrumpida), esta viaja en neveras a 90°C para que se mantenga el sabor, el olor y el color. De esta manera se evita la oxidación de las frutas y vegetales.

## **1.6 Ventajas Competitivas**

Cuando hablamos de Greenjuice como compañía podemos decir que somos un equipo de trabajo que cuenta con colaboradores dispuestos a ofrecer nuestros mejores cultivos para llevarlos finalmente a la mezcla que estará presente en ese pedacito de concentrado frutífero y vegetal para el consumo de miles de familias, ya que contamos con nuestras propias haciendas que se encargan de cultivar y entregar las mejores frutas y verduras que se puedan encontrar.

Nuestros vegetales son libres de pesticidas, certificados bajo los mayores estándares internacionales para el manejo y manipulación de alimentos, como lo es la certificación Kiwa BCS, la cual realiza un proceso de certificación sostenible y esto lo realiza mediante una auditoria con expertos, mediante un análisis de residuos que se acredita bajo las ISO 17025.

Piña, apio, perejil, espinaca, manzana verde y kiwi son nuestros aliados al momento de llevar a los hogares de nuestros clientes no solo un producto delicioso cargado de muchos

nutrientes si no también un producto innovador, a muy buen precio que ayuda a mejorar problemas de salud como lo es la diabetes, la hipertensión, problemas cardiovasculares y para los niños y jóvenes que presentan problemas para el consumo de frutas y vegetales, este es un gran complemento.

El despliegue en temas de redes es bastante amplio, contamos con un sitio web donde nuestros clientes siempre tendrán una atención inmediata, publicidad en las redes como Instagram, TikTok y Twitter donde el alcance a mostrado un incremento bastante considerable en ventas de clientes nuevos.

También tenemos existencias en los principales mercados, tanto cadenas principales como mercados saludables.

Green Juice como compañía se diferencia de los demás no solo por el producto, si no por la cadena que tiene, por los proveedores y colaboradores.

Siempre dispuestos, siempre queriendo llevar lo mejor de cada uno de nosotros.

## 1.7 Tramites y Costos

*Tabla 1.2. Tramites y Costos.*

<b>Trámite</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>	<b>Tiempo</b>
Definición del tipo de matricula	<p>Se debe elegir una de las formas jurídicas para realizar las actividades comerciales, tienes dos opciones, persona natural o persona jurídica.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persona natural: Es cuando la actividad comercial la ejerce una persona a nombre propio.</li> <li>• Persona jurídica: es una figura en la que el negocio es una</li> </ul>	No tiene costo	Una Vez

	sociedad que funciona con patrimonio independiente al de sus accionistas. Siempre necesita de un representante legal quien actúa en nombre de la sociedad.		
Consulta del nombre	Este trámite permite verificar que el nombre que se desea poner a la empresa esté disponible, es decir que no haya uno igual para poder ser registrado.	No tiene costo	Una vez
Consulta de clasificación por actividad económica	Este trámite permite que los empresarios puedan clasificar su empresa dentro de una actividad específica, eligiendo el código que más se ajuste a la actividad económica en la que se va a desempeñar. Por su parte, se puede verificar si la actividad económica está permitida en el municipio.	No tiene costo	Se realiza una vez siempre y cuando la actividad económica no cambie.
Verificación ante la secretaría de salud	Es necesario consultar con la secretaría de salud del municipio, si requieren que el establecimiento sea visitado por un funcionario, ellos determinan si inspeccionan el lugar según la actividad que se realice.	No tiene costo	Una vez
Verificación del código de	El Código CIU es la Clasificación Industrial Internacional Uniforme y tiene como propósito agrupar todas	No tiene costo	Una vez

la actividad mercantil	las actividades económicas similares por categorías lo cual facilita el análisis estadístico y económico empresarial.		
Verificación si se es beneficiario de la Ley de emprendimiento juvenil	<p>Esta ley tiene por objeto promover el empleo y el emprendimiento juvenil, a continuación, se nombran los requisitos para acceder a los beneficios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si es persona natural, el comerciante debe entre 18 y 35 años.</li> <li>• Si es persona jurídica, la empresa debe tener participación de uno o varios socios o accionistas que tengan entre 18 y 35 años, y representen como mínimo la mitad más una de las cuotas, acciones o participaciones en que se divide el capital.</li> <li>• La empresa debe tener hasta 50 trabajadores.</li> <li>• Los activos no pueden superar los 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.</li> </ul>	No tiene costo	Una vez
Diligenciar el formulario RUT	Este documento asigna el número que identifica, ubica y clasifica a las personas y entidades sujetas a	No tiene costo	Se actualiza anual

	obligaciones con la DIAN. Para solicitarlo, se debe seleccionar el código CIU de la actividad económica y los códigos de responsabilidad para determinar los pagos que debes hacer ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.		
Formulario RUES para la matrícula de los comerciantes. Jurídica	Se adquiere y paga en la taquilla de la Cámara de Comercio	\$5.800	
Derecho de Inscripción por constitución	Radicación de los documentos en la Cámara de Comercio	\$43.000	Se genera una sola vez
Impuesto de matrícula mercantil con cuantía	Es el 7,50 por cada mil sobre el capital social para sociedades de personas, y sobre el capital suscrito para las sociedades por acciones como las S.A.S. La fecha del documento debe ser igual o inferior a dos meses.	\$37.500	Anual
Impuesto de matrícula	Se genera por cada órgano de administración nombrado. Se cobra mínimo un impuesto de registro por	\$331.200	Anual

mercantil sin cuantía	representante legal y máximo tres, cuando la sociedad tiene junta directiva o revisor fiscal. La fecha del documento debe ser igual o inferior a dos meses.		
Matrícula Mercantil	Es el registro que deben hacer los comerciantes (personas naturales y jurídicas) y los establecimientos de comercio en la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar donde van a desarrollar su actividad y donde va a funcionar el establecimiento de comercio para dar cumplimiento a una de las obligaciones mercantiles dispuestas en el código de comercio:	Si se acoge a la Ley 1780 de 2016 es costo es \$0	Se renueva cada año ante la cámara de comercio
Elaborar el documento de constitución de la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la sociedad que se constituye cualquiera sea su tipo y que tengan una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores o activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes, podrá constituirse por documento privado.</li> <li>• Si no cumple con alguno de las condiciones anteriores, deberá</li> </ul>	Realizado por acuerdo de socios, por ende, su costo es \$ 0	Una vez



	constituirse por escritura pública.		
Presentar los anteriores documentos en cualquier sede de la Cámara de Comercio:	<p>Con la presentación de los anteriores documentos en la cámara de comercio se obtiene:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inscripción en el Registro Mercantil.</li> <li>• Asignación del NIT.</li> <li>• Matrícula de Industria y Comercio.</li> <li>• Pago del impuesto de Rentas Departamentales de Antioquia para el caso de sociedades (matrícula de persona natural no requiere el pago de este impuesto).</li> <li>• Registro mercantil y/o certificado de existencia y representación legal</li> </ul>	No tiene costo	Una vez
Solicitud de autorización para numeración de facturación	La persona natural o jurídica debe solicitar autorización ante la DIAN la numeración de las facturas que debe imprimir, siempre y cuando sea responsable del impuesto sobre las ventas IVA.	No tiene costo	Cada dos años, se solicita a la DIAN
Diligenciamiento y presentación de	El pago de los tributos es una obligación para los ciudadanos que		La presentación de la declaración debe realizarse dentro del plazo y lugar estipulado

declaraciones tributarias:	la ley ha determinado que deben pagarlos		por el Estado, se solicita a la DIAN
Declaración de Industria y Comercio:	Se genera por la realización directa o indirecta de cualquier actividad industrial	No tiene costo	Deben presentar durante los cuatro (4) primeros meses de cada año
Libro de actas máximo órgano	Es exigido legalmente para llevar un orden y tener prueba de las actas donde constan las reuniones de los socios o accionistas. Se solicita cuando la sociedad ya está registrada.	\$14.400	Se solicita cuando este se agota
Libro de registro de socios o accionistas	Prueba legal de los socios o accionistas que tiene la sociedad.	\$14.400	Se solicita cuando este se agota
Matricula mercantil de establecimiento de comercio	Se paga una sola vez, dependiendo del valor de los activos que hacen parte del negocio.	\$93.000	Una vez
Certificado de registro mercantil	Se solicita cuando la empresa ya ésta registrada.	\$5.800	Una vez
Impuesto de industria y comercio	En Medellín por ingresos del comerciante se paga \$350.000 mensual.	\$4.200.000	Anual

Registro de marca	Se aplica descuento del 25% a empresas de hasta 200 empleados o 15.000 SMMLV.	\$666.000	Cada 10 años
Registro fitosanitario ICA	Este registro permite al exportador obtener los certificados fitosanitarios de las frutas requeridos por los países compradores.	\$1.139.440	Se actualiza con cambio de proveedor
Registro del predio ICA	Este registro permite la producción de frutas frescas para la exportación.	\$364.831	Una vez
Registro Sanitario INVIMA	Este registro permite la producción y comercialización de las frutas y las bebidas con adición de jugo (zumo) o pulpa de fruta o concentrados de fruta.	\$2.048.115	Una vez

*Fuente.* Cámara de Comercio de Medellín CCM (2020)

## CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

### 2.1 Entorno

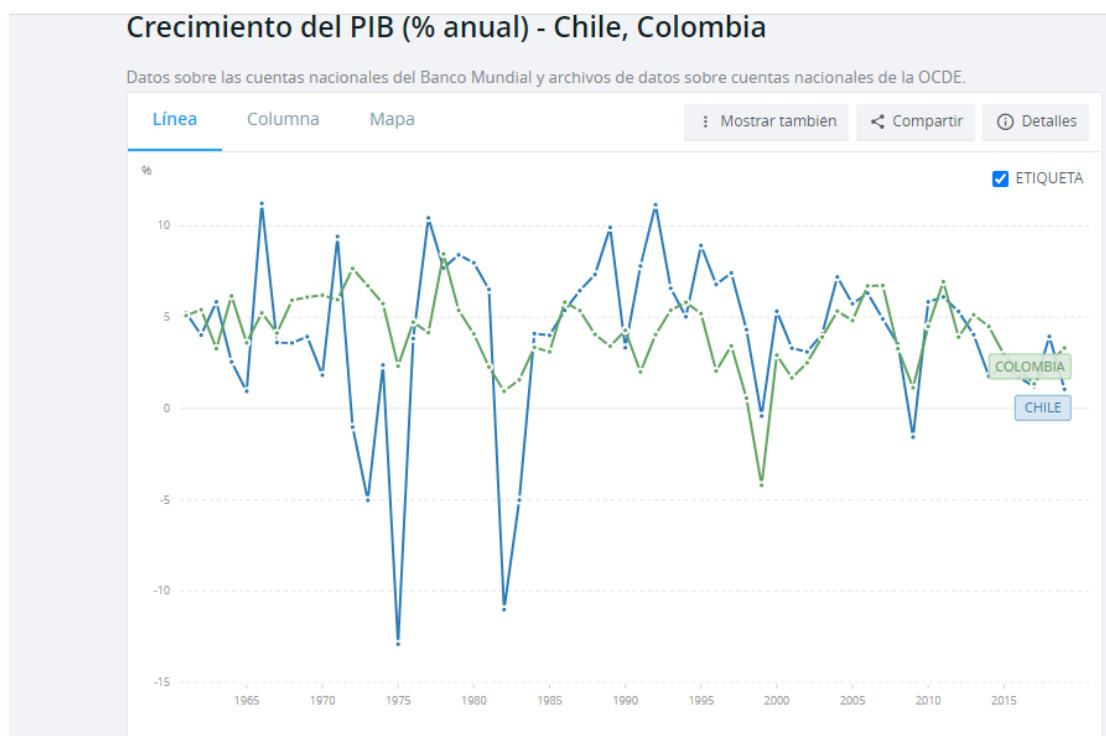
Luego de tener una idea más concreta y clara de la empresa es necesario realizar una investigación más específica de la situación de ambos países y observar si existen barreras o no en alguno de los países:

#### **Entorno Económico.**

Los siguientes indicadores son los más importantes en cuestiones económicas, y son los siguientes:

**Crecimiento PIB.** Este indicador nos permite ver el crecimiento total del país con relación a los bienes y servicios que se producen, esto nos permite ver cómo se comporta su economía y si está en crecimiento, decrecimiento o estancamiento. Permitiendo tener más tranquilidad a la hora de incursionar y conocer el nuevo mercado.

Como podemos observar en la siguiente grafica en los últimos años a pesar de que Chile es un país con una economía muy estable se puede ver que tanto el crecimiento de PIB en Colombia como en el mismo Chile es un similar y da a entender que ambas son economías similares en temas de PIB.



### *Ilustración 2.1.* Producto Interno Bruto Anual

Fuente. (Banco Mundial, 2020)

**Tasa de desempleo (EPA).** Este indicador nos permite visualizar como el Estado interviene en la generación de políticas públicas para la generación de empleo y a su vez la participación de las empresas mismas, viendo si sus habitantes tienen la adquisición económica de comprar el producto de la empresa.

El Instituto Nacional de Estadísticas (INE) de Chile informó este viernes que el desempleo en el país se estableció en el 7 % en el cierre de 2019, un porcentaje aceptable, apenas 0,3 puntos porcentuales por encima del 6,7 con el que concluyó el año anterior, en un contexto social volátil. (Diario el Día, 2020)

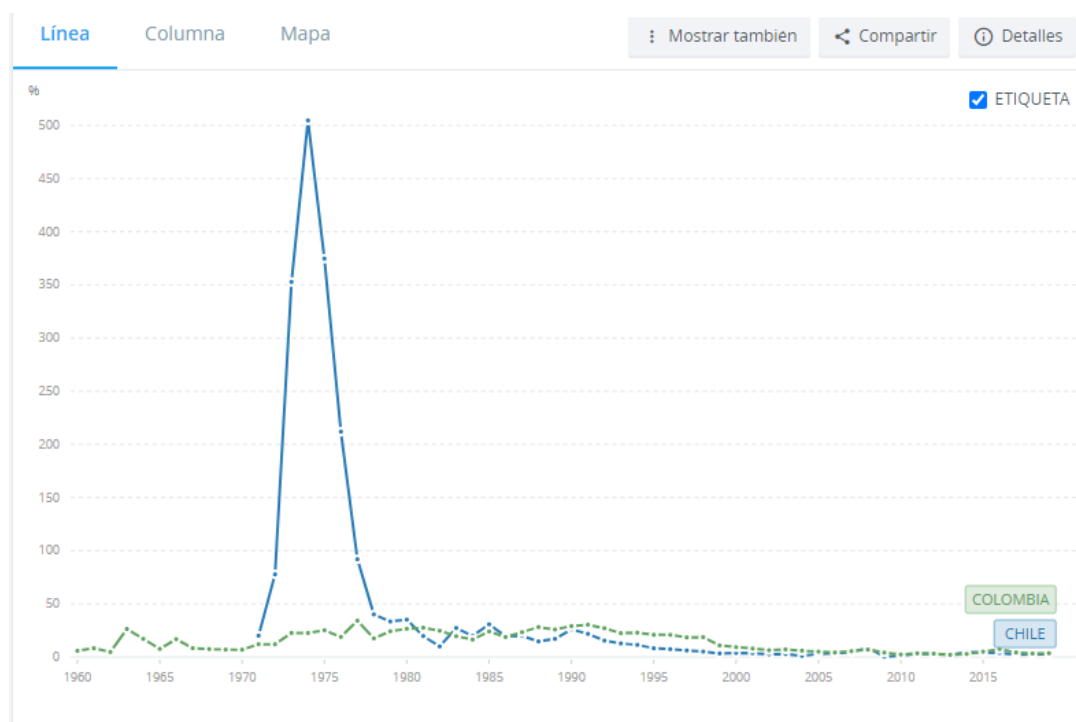
Con lo mencionado anteriormente queda demostrado que pese a las circunstancias que está viviendo Chile frente a las protestas, sigue siendo una economía muy estable y su tasa de desempleo no aumenta.

En Colombia el desempleo subió al 10,5 % en 2019, 0,8 puntos más frente al 9,7 % de 2018, informó este viernes el Departamento Administrativo Nacional de Estadística

(Dane). El organismo detalló que la cifra de población desocupada en 2019 ascendió a 2,6 millones de personas, un 8,7 % más (209.000 personas) respecto al año anterior. (Portafolio, 2020)

Según lo mencionado anteriormente podemos identificar que el desempleo en Colombia es una problemática social y económica muy marcada, por este lado podemos ser un poco afectados el crecimiento inicial de nuestra empresa, pero por otro lado podemos ser parte de la solución siendo una empresa generadora de empleo.

**Tasa de inflación (IPC).** Este indicador nos permite ver el poder adquisitivo de la persona, la capacidad de compra de la población, y también mide el índice del precio al consumidor, realizado por el departamento de estadística de cada país. Con esto identificamos que, si es muy costoso vivir en un país, las personas van a medir en que gastan su dinero y así se ve reflejado también a nivel empresarial, van a hacer mucho más cuidadosos con cada uno de sus gastos para no poder en riesgo la liquides del capital.

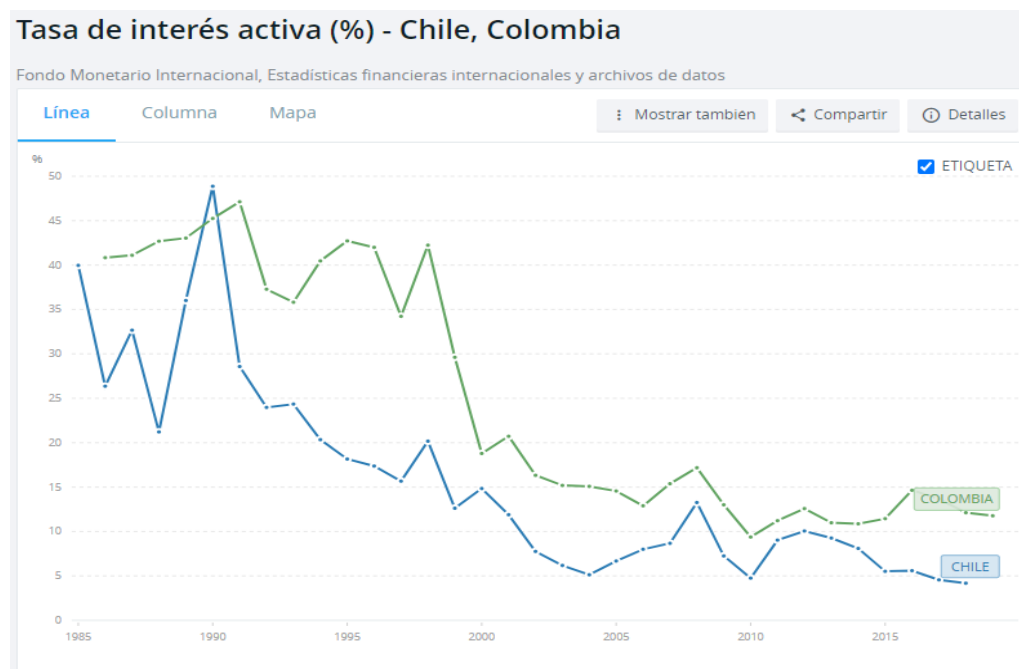


*Ilustración 2.2.* Inflación Chile, Colombia

Fuente. (Banco Mundial, 2020)

Podemos identificar una inflación muy estable tanto en Colombia como en Chile, siendo este un buen indicador para la apertura en ambos países de la empresa.

**Tasa de interés activa.** Este indicador nos permite saber la tasa que cobra el banco a los préstamos otorgados.



*Ilustración 2.3.* Tasa de interés activa. Chile, Colombia

Fuente. (Banco Mundial, 2020)

La tasa de interés que maneja Chile es mucho más baja de la que se maneja en Colombia, lo cual en temas de inversión puede ser una ventaja bastante significativa en el país elegido. Ya en temas de inversión al momento de la creación de la empresa puede ser un poco más costoso en Colombia.

## **Entorno Político y Legal**

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo está obligado a velar por el cumplimiento de los compromisos adquiridos mediante la realización de negocios internacionales; además de identificar y plasmar los puntos importantes de los acuerdos comerciales internacionales suscritos con Colombia.

Por otro lado, el Ministerio de Relaciones Exteriores promueve la expedición de diferentes regulaciones y procesos que van enfocados al fortalecimiento de la competitividad del país, además de coordinar, desarrollar, y promover diferentes entidades responsables que permiten la difusión de la información económica nacional e internacional, lo que permite el desarrollo de la actividad empresarial y comercio internacional.

Un tema muy importante para tener en cuenta es que tanto Chile como Colombia perteneces a la Alianza del Pacífico y este mismo aborda diferentes temas los cuales permiten una gran facilidad y agilidad para realizar un libre proyecto en ambos territorios y estas son:

- Comercio e integración: Mirar temas de liberación arancelaria, las reglas de origen, los obstáculos que se presenten al comercio, las medidas sanitarias y fitosanitarias, así mismo la facilitación del comercio y la cooperación aduanera.
- Cooperación: Desarrollo de proyectos comunes en diferentes áreas como medio ambiente y cambio climático, además de innovación, ciencias y tecnología
- Movimiento de personas de Negocios y Facilitación para el Transito Migratorio: Promueve la libre circulación de personas que hagan parte de la Alianza del Pacífico. Subgrupos de Seguridad Migratoria.
- Transparencia Fiscal Internacional: tiene como objetivo el desarrollo de mejores prácticas comunes en materia tributaria y fiscal.
- Propiedad Intelectual: Tiene como objetivo compartir experiencias ya vividas.

(Alianza del Pacífico, 2020)

El Tratado de Libre Comercio ya existente nos permite identificar un panorama muy positivo en temas de futuros proyectos que se puedan realizar, nos muestran la facilidad y



gran apoyo que tienen las nuevas empresas y los inversores para empezar proyectos con beneficios económicos para todos.

Por Otro lado, sabemos la problemática social por la cual estaba viviendo Chile si a protestas nos referimos, estas protestas acompañada de saqueos, robos y demás, se dio por el aumento de transporte público, pero era más bien un sentimiento de insatisfacción que se llevaba hace tiempos.

Esto dejó como resultado un total aproximado de 1.400 millones de dólares, más los daños ocasionados en los diferentes espacios del país. Esto en temas de inversión representa un gran desafío y riesgo, no solo por el hecho de que los chilenos acepten el producto, si no que en caso de protestas futuras puedan ocasionar daños irreparables.

Otro dato para tener en cuenta es que el Modelo pensional de Chile no es tan bueno, pues el 80% de las personas pensionadas les dan menos del salario mínimo legal vigente y toca tener en cuenta que Chile es un país costoso para vivir.

(Periodico El tiempo, 2020)

### **Entorno social y cultural.**

*Tabla 2.1. Entorno social y cultural*

<b>Variable</b>	<b>Chile</b>	<b>Colombia</b>
Idioma	Español	Español
Religión	Catolicismo	Catolicismo
Aversión al riesgo	86	80
Costo de vida	92	66
Población total	18.286.000	49.067.000

Población por edad	0 a 14 años: 20%	0 a 14 años: 23%
	15 a 64: 69%	15 a 64 años: 69%
	65 más :15%	65 más: 9%

Fuentes. (Woodward Spanish, 2020) (Saber es Practico, 2020) (Hofstede, 2020) (Expatriation, 2020) (Saber es Practico, 2020) (Banco Mundial, 2020)

Tanto Chile como Colombia se manejan el mismo idioma, toca tener en cuenta que la forma en la que se comunican los chilenos es un poco diferente y a veces no entendible, lo recomendable es tener un trabajador chileno en la empresa para evitar este tipo de confusiones su jerga. También en temas de religión la mayoría de la población chilena es católica como acá en Colombia, esto muchas veces en temas de negociación juega un papel importante, también vemos cuenta con una población de 18.286.000 personas y el 89% de la población pertenece en las edades de 0 a 64 años, que puede ser parte de nuestros clientes potenciales. Dos puntos para tener en cuenta son, que el riesgo de la inversión es mucho más alto en Chile que en Colombia, así que es importante realizar una buena investigación para temas de inversión y además de eso el costo de vida en Chile es mucho más costoso que en Colombia.

### **Tecnología e innovación.**

Según el índice de 2018, Chile está a la cabeza de los países latinoamericanos en innovación. Sin embargo, en el cómputo global se encuentra en el lugar 47, siendo que en años anteriores había estado en el 46 (en 2017) y en el 44 (en el 2016), manteniendo su tendencia. (Innovacion.cl, 2020)

Como podemos observar en lo mencionado anteriormente, Chile además de ser uno de los países de Latinoamérica con una economía muy estable, también es considerado uno de los países más innovadores, esto puede ser una gran desventaja para una empresa que quiere llegar a un mercado competitivo, ya que son Países difíciles de sorprender y de crear nuevas ideas, están un paso delante de países no tan innovadores, su nivel de tecnología y de innovación puede estar mucho más alto. Por otra parte, vemos que Colombia es un país

que va cada día mejorando su puntuación en la innovación, a pesar de que Chile se encuentre en el puesto 46 y Colombia en el 65. (Sistema Nacional de Competitividad e Innovación, 2020)

Por otras partes Chile es un país que tiene sus puertas abiertas al mundo, no solo porque es el país con más TLC en Latinoamérica sino porque es considerado un gran imán a observar, crear y descubrir, y tiene un vínculo bastante fuerte con la tecnología a nivel internacional “Con una sostenida política de apoyo al desarrollo científico, distintas agencias estatales entregan becas y recursos que se han incrementado paulatinamente de manera sustancial. Con el mismo espíritu, se han materializado programas de investigación asociativa para abordar proyectos de mayor envergadura y complejidad, y se ha anunciado la búsqueda de incentivos tributarios para promover la inversión privada en investigación y desarrollo.”

(This is Chile, 2020)

Otro factor para tener en cuenta es el apoyo en inversión en temas de tecnología por parte del gobierno chileno, que permite a su vez estar mucho más adelante en temas de tecnología.

### **Entorno Ambiental.**

#### **Chile.**

Derogada Ley 3.133 Sobre Neutralización de Residuos Líquidos y se Modificó Ley que Crea la superintendencia de Servicios Sanitarios.

Esta nueva ley que fue creada tiene un aspecto positivo para una futura implementación de un espacio físico en Chile, debido a que esta ley elimino el contacto directo del presidente de la Republica para la autorización de construir una fábrica en el país, esto afecta directamente tanto en reducción de tiempo por los tramites que ya no se realizan como en los costos del proceso.

También existen diferentes normas como lo son:

**Norma Primaria de Calidad Ambiental:** son aquéllas que establece los estándares o valores de las concentraciones y períodos máximos y mínimos permisibles de elementos, compuestos, sustancias, derivados químicos o biológicos, energías, radiaciones, vibraciones, ruidos, o combinación de ellos, cuya presencia o carencia en el ambiente pueda constituir un riesgo para la vida o salud de la población, definiendo los niveles que originan situaciones de emergencia.

Esta norma es de control y no sería una amenaza directa para GREEN JUICE S.A.S

**Norma Secundaria de Calidad Ambiental:** Son aquéllas que establecen los valores de las concentraciones y períodos, máximos o mínimos permisibles de sustancias, elementos, energía o combinación de ellos, cuya presencia o carencia en el ambiente pueda constituir un riesgo para la protección o conservación del medio ambiente, o la preservación de la naturaleza.

Esta norma puede ser de pronto una posible restricción si de producción masiva estamos hablando, ya que limita las cantidades producidas por el exceso de energía usado en el proceso.

**Norma de Emisión:** Es la que establece la cantidad máxima permitida para un contaminante medido en el efluente de la fuente emisora.

**Norma Técnica Ambiental:** Instrumento reglamentario que contiene un conjunto de condiciones técnicas que deben cumplirse en diseño, construcción y operación de actividades o procesos las cuales previenen la contaminación. Las normas técnicas deben ser elaboradas o son dictadas por un organismo competente. (Tecnologías Limpias, s.f.)

GREEN JUICE S.A.S es un proyecto pensado también en la protección del medio ambiente, no se manejan fuentes emisoras de contaminación, por ende, no sería una posible variable que afecte a la empresa.

**Colombia.**

## **1. NORMATIVIDAD GENERAL**

**Norma constitucional.**

La Constitución Política de Colombia de 1991 elevó a norma constitucional la consideración, manejo y conservación de los recursos naturales y el medio ambiente, a través de los siguientes principios fundamentales:

**Derecho a un ambiente sano.**

En su Artículo 79, la Constitución Nacional (CN) consagra que: " Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La Ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines ".

**El medio ambiente como patrimonio común.**

La CN incorpora este principio al imponer al Estado y a las personas la obligación de proteger las riquezas culturales y naturales (Art. 8), así como el deber de las personas y del ciudadano de proteger los recursos naturales y de velar por la conservación del ambiente (Art. 95). En desarrollo de este principio, en el Art. 58 consagra que: " la propiedad es una función social que implica obligaciones y, como tal, le es inherente una función ecológica "; continúa su desarrollo al determinar en el Art. 63 que: " Los bienes de uso público, los parques naturales, las tierras comunales de grupos étnicos, las tierras de resguardo, el patrimonio arqueológico de la Nación y los demás bienes que determine la Ley, son inalienables, imprescriptibles e inembargables ".

**Desarrollo Sostenible.**

Definido como el desarrollo que conduce al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de los recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus propias necesidades, la CN en desarrollo de este principio, consagró en su Art. 80 que: " El Estado planificará el manejo y aprovechamiento

de los recursos naturales para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación o sustitución. Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados. Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en zonas fronterizas”. Lo anterior implica asegurar que la satisfacción de las necesidades actuales se realice de una manera tal que no comprometa la capacidad y el derecho de las futuras generaciones para satisfacer las propias.

## **2. NORMATIVIDAD TEMATICA**

En este aparte se presentan las principales normas constitucionales relacionadas con el manejo y conservación de los recursos naturales y el medio ambiente, de acuerdo con las diferentes temáticas involucradas en el desarrollo de las actividades del sector carbonífero.

Esta norma constitucional puede interpretarse de manera solidaria con el principio fundamental del derecho a la vida, ya que éste sólo se podría garantizar bajo condiciones en las cuales la vida pueda disfrutarse con calidad.

Todas las normas que maneja el gobierno colombiano están en pro de la conservación del medio ambiente, pero estas normas no afectan directamente a la producción o el manejo que le de GREEN JUICE S.A.S a sus procedimientos, materiales y producto final.

### **2.2 Sector o Industria**

GREENJUICE S.A.S pertenece al sector primario, debido a que se dedica a la elaboración de productos del campo. Nuestro producto consta de una combinación de vegetales y frutas como el apio, perejil, kiwi, espinaca y mazana.

Emerald Juice será fabricado y distribuido por Green Juice S.A.S en la ciudad de Medellín. Contamos con hectáreas sembradas en distintas partes de Colombia, aprovechando la

variedad de climas que existen en nuestro país, esto nos permite reducir costos y tramites en importación de varias frutas como lo son el kiwi y la manzana.

Nuestra materia prima será sembrada en municipios como: Barbosa y El Retiro (Antioquia) y Chocontá (Cundinamarca), quienes tienen los climas adecuados para el cultivo de nuestras frutas, vegetales y hortalizas.

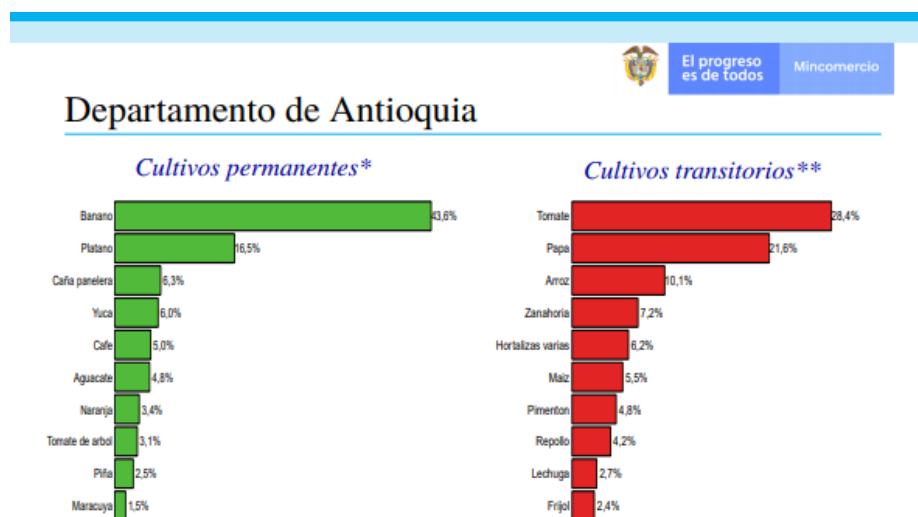
Nuestro producto tiene como meta llegar a países como Chile y Brasil, aprovechando factores como el idioma o la cercanía, y donde esperamos consolidarnos como una de las empresas líderes en producción y comercialización jugos verdes en esos países, siendo alternativa para muchas personas que deseen cambiar sus hábitos alimenticios por productos que aporten vitaminas al cuerpo, ya que hoy por hoy vemos mucha tendencia a sufrir enfermedades cardiovasculares y diabetes a causa de la mala alimentación e ingesta de bebidas azucaradas, además de mejorar la digestión.

#### **Estructura del sector.**

En este subsector se encuentran varias empresas exportadoras de pulpas de fruta, pero no de jugos verdes de acuerdo con información suministrada por Procolombia entre las cuales se encuentran. C.I Proba S.A.S, C.I Agrofrut S.A, C.I AmericanlatinGroup S.A.S, C.I Fruticol Industrial S.A.S, Fruty Sabor S.A, Ecorgánicos de Colombia S.A.S, Elixirfrut S.A.S, de los cuales 3 se encuentran en el departamento de Antioquia, 1 en Risaralda, 1 en Bogotá, 1 Meta y 1 en Cali, Valle del Cauca. Los principales destinos de exportación son países como: Estados Unidos, España, Canadá, Chile, Trinidad y Tobago, entre otros.

Fuente. (Procolombia, 2020)

En Antioquia se cultiva el 2,5% de piña a nivel nacional de forma permanente y 6,2% de hortalizas de forma transitoria.



El banano es el principal cultivo permanente del departamento. A su vez, el tomate es el cultivo transitorio más representativo.

#### *Ilustración 2.4.* Estructura agrícola Antioquia

Fuente. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020)

#### **Crecimiento del Sector.**

En el primer trimestre del 2020 el sector agropecuario a nivel nacional creció en un 6,8% en comparación del mismo periodo del año 2019 que fue en un 0,8%, lo que representa un valor agregado de \$19,9 billones y una variación del \$1,3 billones con respecto al período que se está comparando. Esto es demasiado importante para la economía del país, debido a que gran parte de las exportaciones que realiza Colombia son del sector primario.

Fuente. (Ministerio de Agricultura, 2020)

#### **Balanza comercial Agropecuaria y Agroindustrial.**

En este lapso la balanza registro un superávit de USD\$405 millones, lo que registro una disminución del 51,3% con respecto al periodo de 2017 a 2018, pero registró un déficit en toneladas las cuales fueron 7'431.481, lo que indica que se está exportando menos toneladas de productos agropecuarios de lo que se introduce al país.



Balanza Comercial Agropecuaria y Agroindustrial de Colombia (Millones USD)			
	agosto 2017 - junio 2018	agosto 2018 - junio 2019	Var %
Exportaciones	6.855	6.590	3,9
Importaciones	6.023	6.185	2,7
<b>Balanza comercial</b>	<b>832</b>	<b>405</b>	<b>51,3</b>

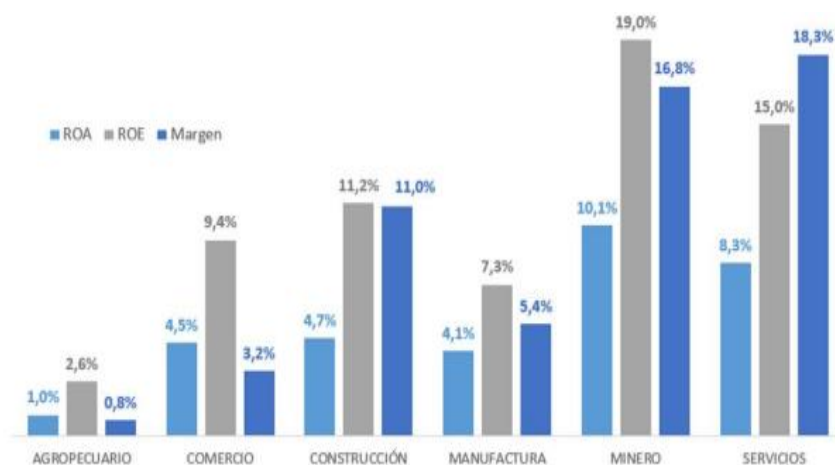
*Ilustración 2.5.* Balanza Comercial Agropecuaria de Colombia en millones de dólares  
Fuente. (Ministerio de Agricultura, 2020)

Balanza Comercial Agropecuaria y Agroindustrial de Colombia (Toneladas)			
	agosto 2017 - junio 2018	agosto 2018 - junio 2019	Var %
Exportaciones	4.761.124	4.909.395	3,1
Importaciones	12.229.675	12.340.876	0,9
<b>Balanza comercial</b>	<b>- 7.468.551</b>	<b>- 7.431.481</b>	<b>0,5</b>

*Ilustración 2.6.* Balanza comercial agropecuaria de Colombia en Toneladas  
Fuente. (Ministerio de Agricultura, 2020)

### **Rentabilidad del sector.**

El sector agropecuario tiene una rentabilidad de 0,8%, según el informe de la superintendencia de sociedades. De acuerdo con lo que refleja la imagen este sector es el que menos rentabilidad tiene de los 6 que existen en Colombia.



*Ilustración 2.7.* Margen de rentabilidad sector agropecuario.

*Fuente.* (Superintendencia de Sociedades , 2018)

**Barreras de ingreso.** Las barreras que se presentan a nivel de agricultura en el país son:

- La falta de infraestructura vial y en maquinaria, ya que somos altamente dependientes de la importación de máquinas para el manejo eficiente del campo.
- La obsolescencia en los métodos de producción de Colombia generaría retrasos, lo que afectaría la oferta del producto.
- Otra gran barrera es el envejecimiento de la población campesina, lo que nos puede generar escasez, ya que a la vuelta de unos años no habrá población joven en el área rural, sea por falta de oportunidades en el campo o por conflicto armado.
- En cuanto a nuestra empresa la barrera que encontramos es el capital, ya que es un negocio nuevo, lo cual representa una gran debilidad al momento de solicitar créditos, otra gran debilidad es la competencia, hay marcas ya posicionadas en el mercado.

**Competidores.** Emerald Juice se enfrenta al posicionamiento que tienen otras marcas a nivel departamental y nacional como lo son Pulpa Fit, entre otros. Lo que buscamos es tener diferenciaciones de los demás por medio del empaque, el cual consta de ser un

empacado al vacío, que permite una mayor durabilidad del jugo en los refrigeradores de nuestros clientes, y cultivar nuestros vegetales libres de pesticidas.

**Amenaza de productos sustitutos.** Existen diversos tipos de jugos verdes en el país, lo que representan una amenaza para el ingreso del nuestro al mercado. También están las bebidas de té como de los de la marca “hindú”, los cuales son reconocidos en el mercado nacional y como nuestro producto busca a mejorar la digestión, quemar grasa, entre otros.

Otra amenaza son los restaurantes vegetarianos o veganos que puedan producir o vender productos similares al nuestro.

**Factores claves para el éxito.** Los factores claves para el éxito de nuestro jugo será el cumplimiento con las entregas, que se realicen en el tiempo estipulado y que exista un stock para que ayude con el lead time del producto, ser claros en la composición del producto con una tabla donde indique todos los ingredientes que posee Emerald Juice, además de tener en cuenta las sugerencias que tengan los clientes respecto a él. Además, será un producto hecho a base de frutas y vegetales 100% naturales.

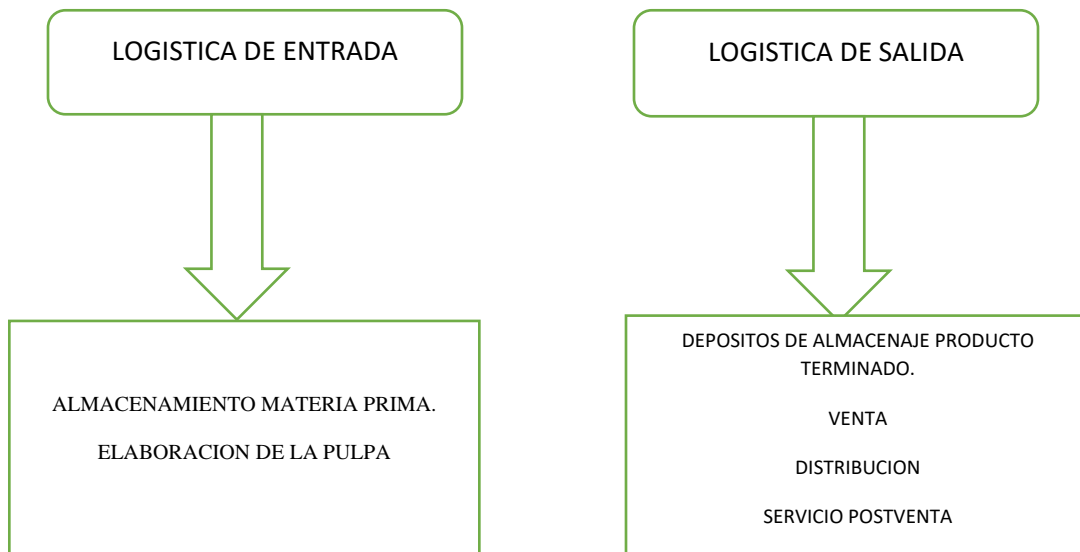
**Poder de negociación con Proveedores.** Nos sentimos afortunados por contar con un equipo de proveedores siempre entregados a darnos una excelente cosecha, y a contar con empresas de transporte cumplidas que hacen las entregas en la mejor de las condiciones. Por el momento nuestro poder negociación es dependiente a las cosechas que nuestro cultivo de, en caso de requerir la materia prima tenemos como opción fincas aledañas o importación directamente, lo que indica que nuestros proveedores tienen un poder de negociación alto sobre nosotros, debido a que si nuestras fincas no producen lo suficiente solo tendríamos que recurrir a otros, a lo que tendríamos que someternos a los requisitos establecido por ellos.

Nuestra fabricación siempre es constante por la cantidad que se entrega entre 30.000 y 40.000 unidades a nivel nacional y unas 20.000 más a nivel internacional, por lo tanto, siempre contamos con mano de obra para la fabricación, conservación, venta y entrega final.

Nuestra pulpa siempre está disponible en hoteles, restaurantes, cafeterías y supermercados para el consumo y venta.

**Poder de negociación con Clientes.** El poder de negociación que se tendrá con clientes será basado en la durabilidad del producto, debido a que el cliente además de la calidad buscará la conservación en los productos alimenticios, lo que les permitirá comprarlos en mayores cantidades con la plena confianza en que el jugo no tendrá una oxidación temprana, ni pesticidas, ni químicos.

**Cadena de valor.** Nuestra cadena de valor consta de un logística interna y externa, las cuales constan desde el almacenamiento de la materia prima hasta el servicio postventa, permitiendo eficiencia en todas las fases de la elaboración del producto como en su distribución.



## **CAPITULO III. ANALISIS DEL MERCADO**

### **3.1 Objetivos del Mercado.**

#### **Objetivo del mercado a corto plazo (1 año)**

Para la empresa Green Juice S.A.S su primer objetivo es aumentar un 20% las cantidades de productos vendidos a nivel internacional, mediante la promoción del jugo a través de la página web y las diferentes plataformas que tiene la empresa para así tener un contacto más directo con los clientes.

#### **Objetivo del mercado a mediano plazo (3 años)**

El segundo objetivo de la empresa Green Juice S.A.S es el aumento de las ventas anuales de nuestro producto entre un 7% y 10%, utilizando como estrategia el mercado emocional, sensibilizando y culturizando a las personas sobre las enfermedades como la hipertensión, diabetes, sobrepeso, entre otras padece la sociedad por tener una mala alimentación.

#### **Objetivos del mercado a largo plazo (5 años)**

En un plazo de 5 años la empresa Green Juice S.A.S busca tener reconocimiento en el mercado chileno, contando con un establecimiento de venta directo en la ciudad de Santiago de Chile, para el cuidado de las personas a través de jugos verdes.

### **3.2 Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios.**

#### **Metodología usada.**

Para la elección de Chile se realizó un amplio proceso de investigación de mercado y el estudio de varias variables para identificar cual era el más conveniente, para esto se tocaron temas políticos, económicos, sociales, ambientales y otros, algo para tener en cuenta es que identificamos que países teniendo o un acuerdo comercial o un tratado de libre comercio, para la facilitación de los procedimientos internacionales a la hora de exportar o también de importa productos. Aquí es donde aparece la Alianza del pacifico en donde se encuentran países como Perú, Chile y México, países que tuvimos en cuenta para la elección de nuestro

cliente. Cabe aclarar que gracias a la alianza del pacifico todos y cada uno de los países poseen beneficios recíprocos, en donde se ve la disminución de Aranceles, tramites, facilitación del flujo de personas en los 4 países, ayuda a empresas que quieren iniciar en estos territorios, conferencias, ferias y demás que van en pro de la económica y el crecimiento grupal de los países. Después de identificar cada uno de los componentes anteriores nos dimos cuenta que Chile es un país muy similar a Colombia, por sus costumbres, religión, idioma pero sobre todo es una de las economías más estables a nivel económico y social, con un poder adquisitivo individual alto, con un nivel de estudios centrado, con niveles de pobreza bajo y pese a que fue un año duro para Chile con sus grandes manifestaciones, la economía se vio afectada y disminuyo un poco, su economía no dejo de crecer.

El mercado meta seleccionado es Chile, como resultado de una investigación que se realizó para identificar las ventajas que tendríamos al entrar al mercado chileno. De acuerdo con esta investigación pudimos determinar que Chile es uno de los países de Latinoamérica que cuenta con una de las mejores economías, además el idioma es el español, así pues, no existe una barrera en comunicación entre los países.

Por otro lado, Chile es un país con el cual se comunica a través del océano pacífico. Adicional se debe tener en cuenta que Chile y Colombia pertenecen al tratado de libre comercio “Alianza del Pacifico”. Con esto se logra una reducción en temas arancelarios, libre circulación de personas, entre otros.

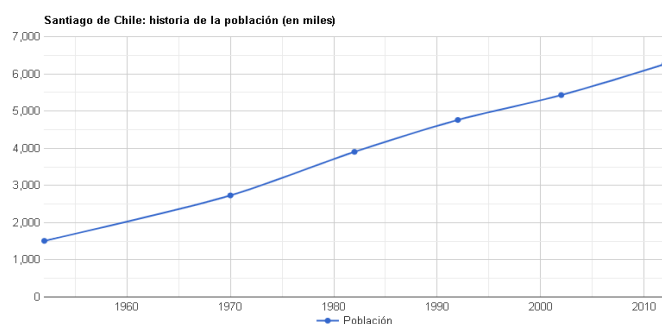
La ciudad seleccionada es Santiago de Chile, además de ser la capital de ese país es una ciudad muy segura y con una alta calidad de vida, esto quiere decir que las personas tienen el poder adquisitivo para comprar el producto, por otro lado, sabemos que tiene las mejores condiciones para invertir, ya que tiene una de las mejores economías de la región.

Chile en el 2018 fue uno de los países con mayor inversión extranjera, esto permite que haya un aumento del PIB y una disminución importante del desempleo. El país está a punto de llegar al nivel de pleno empleo, lo que en economía indica que todas aquellas personas que quieren trabajar pueden contar con un empleo. (Transferchilea, 2020).

## Población.

Esta ciudad cuenta con una población de 5.15 millones de habitantes, tiene una superficie de 23,2 kilómetros cuadrados.

historia de la población <sup>[1]</sup>



*Ilustración 3.1.* Historia de la población Santiago de Chile

## El cambio anual de la población

[1952-1970] **+3.35 %/Año**

[1970-1982] **+3.02 %/Año**

[1982-1992] **+2.01 %/Año**

[1992-2002] **+1.32 %/Año**

[2002-2012] **+1.43 %/Año**

*Ilustración 3.2.* Cambio anual de la población.

(Population City, 2020)

## 3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios.

Teniendo en cuenta la información vista anteriormente y los estudios realizados, nuestros mercados potenciales son personas que se encuentran ubicadas en la ciudad de Santiago de Chile que cuenta con un total de 5.15 millones de habitantes aproximadamente (37% de la

población total del país). Esta ciudad cuenta con las 4 estaciones climáticas, dato para tener en cuenta ya que la época de invierno da en los meses de junio, julio y agosto.

Las temperaturas varían de 20°C en enero, a 8°C en julio. En el verano, hace calor y las temperaturas rondan a los 32°C, aunque en las noches bajan. En otoño e invierno, la temperatura tiende a descender a 10°C y la mínima baja de los 3°C o hasta 0°C.

También esta ciudad cuenta con el mayor desarrollo económico y comercial en los últimos años, acompañado por el ecoturismo, esto quiere decir que además de ser un espacio citadino como cualquiera otra ciudad, cuenta con múltiples ambientes naturales a su alrededor para aquellas personas que les gusta realizar diferentes actividades físicas. Por esto lo más acertado es que GREEN JUICE S.A.S esté ubicado en el centro de Santiago de Chile, ya que es donde se encuentra la mayor actividad turística, deportiva, gastronómica y cultural.

Además, cuenta con múltiples playas que dan un toque tropical y una gran oportunidad para vender el producto.

GREEN JUICE S.A.S tiene como primero objetivo llegar a los diferentes supermercados de Chile, quien en alianza nos permitirá llegar a personas con una edad de 25 años a 60 años sin distinción de género, con un nivel socio económico medio y alto, con un estilo de vida saludable, fitness, deportistas y que cualquiera que deseen cambios en sus vidas. (Conociendo Chile, 2020)

### **3.4 Cuantificación de los clientes potenciales de bienes y o servicios.**

Con los datos suministrados anteriormente podemos identificar que aproximadamente son 7'508. 334 habitantes los cuales se encuentran en la ciudad de Santiago de Chile.

También podemos darnos cuenta de que Chile cuenta con 510 establecimientos de mercados, en donde se venden todo tipo de productos y en esos se encuentran las pulpas de frutas, otro dato para tener en cuenta es que Walmart es el supermercado líder en ese país,



y cuenta con 93 supermercados, los cuales 39 se encuentran en la región de Santiago. (La Tercera, 2020)

Ahora bien, identificamos cuantas personas de 25 años a 60 años viven en la ciudad de Santiago de Chile.

*Tabla 3.1.* Cuantificación de los clientes potenciales de bienes y o servicios.

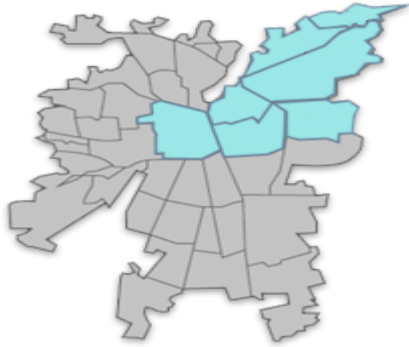
	25-29 años "2019"	30-34 años "2019"	35-39 años "2019"	40-44 años "2019"	45-49 años "2019"	50-54 años "2019"	55-59 años "2019"	total
Hombres	81.057	82.247	61.209	42.064	26.799	17.476	11.283	322.135
Mujeres	75.612	71.529	53.322	40.380	28.907	21.614	15.534	306.898

Fuente. (Instituto Nacional de Estadísticas Chile, 2020)

Esto refleja que son 322.135 hombres y 306.898 de mujeres, con un total de 629.033 personas.

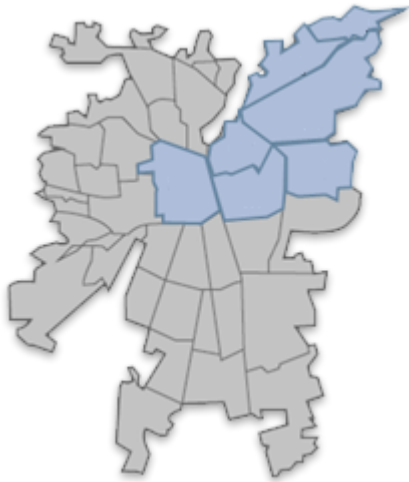
El siguiente paso es identificar el estrato social de las personas que viven en Chile, nuestro cliente potencial estará en los estratos clase alta(AB) Ingreso mensual: El promedio por hogar es de \$4.386.000, clase media acomodada(C1a) Ingreso mensual: El promedio por hogar es de \$2.070.000 y clase media emergente(C1b) Ingreso mensual: El promedio por hogar es de \$1.374.000 y por ultimo clase media baja(C3) Ingreso mensual: El promedio por hogar es de \$503.000.

Todos ubicados en la ciudad de Chile según se muestra en los siguientes gráficos.



(AB) Clase alta

*Ilustración 3.3.* Estrato (AB Clase alta)



(C1a) Clase media acomodada

*Ilustración 3.4.* Estrato (C1a, Clase media)



(C1b) Clase media emergente.

### *Ilustración 3.5. Estrato (C1b, clase media emergente)*

(Emol, 2020)

Ahora bien, podemos concluir que las personas que viven en Chile con un rango de edad de 25 a 50 años, que están en los estratos AB, C1, C2 y C3 son el 50% de la población que vive en Santiago de Chile, obteniendo como resultado un total de 314.516 personas como resultado final de la cuantificación del mercado potencial. (Ansalatina, 2020)

Luego de saber cuáles las cantidades aproximadas de personas con este perfil, queremos identificar como es el estilo de vida de los chilenos y se puede ver en un estudio hecho por el ministerio de deporte de la ciudad de Chile donde confirmo que el porcentaje de personas inactivas es bastante alto pero su tendencia viene en aumento pues los chilenos están buscando cambios mediante la actividad física y la buena alimentación.

La actividad física es más constante en hombre que cuentan con un 43,5% mientras la mujer solo se ve reflejado el 25,8%.

Las cifras revelaron que un 18,7% de los encuestados realiza actividad física bajo las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Es decir, solo 2 de cada 10 chilenos hace ejercicio 150 minutos de forma moderada o 75 minutos intensos a la semana. (Ministerio del Deporte, Chile, 2020)

Es muy importante identificar también que en los niveles socioeconómicos más altos es donde la actividad física es más fuerte, por ejemplo, en el nivel AB la inactividad alcanza un 51% mientras en niveles socioeconómicos bajos como es D alcanza un 70%, y en los más bajos alcanzan un porcentaje del 82.5%

Otro punto a favor es que la zona donde más se practica deporte es Valparaíso que es muy cerca de Santiago de Chile.

### 3.5 Mercado Competidor.

Tabla 3.2. Competidor Frutos del Maipo

<b>FRUTOS DEL MAIPO</b>	
Nombre	Frutos del Maipo
Página Web	<a href="http://www.frutosdelmaipo.cl">www.frutosdelmaipo.cl</a>
Productos ofrecidos	Batidos verdes, yogurt, hortalizas, papas, puré de aguacate.
Participación en el mercado	Marca chilena con gran participación en el mercado de vegetales congelados en ese país, también realizan exportaciones a países como Estados Unidos, Australia, Japón, entre otros. En el año 2014 fue adquirida por la marca WATTS (Frutos del Maipo) quien tiene una participación en el mercado de 28% en congelados de frutas y verduras (LarrainVial, 2019)
Precio de venta del producto.	Los batidos se pueden encontrar en el mercado de ese país desde \$2290 a \$2690 pesos chilenos.
Fortalezas	Es una marca líder en el país con más de 40 años en el mercado, siendo consumida por cientos de familias chilenas.
Debilidades	No se enfocan en un solo producto.  Los jugos verdes tienen apariencia de batidos, haciendo que muchas personas no lo consuman por su sensación pastosa.
Estrategias de Comunicación, Promoción y Ventas	Cuenta con gran variedad de medios publicitarios como página web, redes sociales, televisión, canal de recetas en YouTube, entre otros.

*Elaboración propia.*

Tabla 3.3. Competidor Jugos del paraíso

<b>Jugos del paraíso</b>	
Nombre	Jugos del paraíso
Página web	<a href="http://www.jugosdelparaiso.cl">www.jugosdelparaiso.cl</a>
Productos ofrecidos	Jugos verdes, naranja y piña.
Participación en el mercado	Es una marca relativamente nueva, creada en el año 2015 y tiene como público objetivo a los amantes de la vida saludable y deportistas.
Precio de venta del producto	5 unidades tienen un costo de \$11.450 pesos chilenos. 10 unidades tienen un costo de \$20.490 pesos chilenos 21 unidades tienen un costo de \$39.900 pesos chilenos. 24 unidades tienen un costo de \$46.900 pesos chilenos.
Fortalezas	Variedad de jugos para hidratar, refrescar, purificar y energizar el cuerpo.
Debilidades	Durabilidad del producto no es la misma de la pulpa congelada.
Estrategias de Comunicación, Promoción y Ventas	Cuentan para su comunicación, promoción y ventas página web y redes sociales.

*elaboración propia*

### **3.6 Mercado distribuidor.**

La empresa Green Juice S.A.S encargada de la producción y comercialización de jugos para el cuidado del cuerpo hará su distribución mixta. Se hará de forma directa a través de nuestra página web y de forma indirecta a través de puntos de ventas físicos, como supermercados y tiendas saludables, lo que permitirá tener un mayor posicionamiento de la marca en el mercado objetivo, además de una mayor rentabilidad económica para nuestra empresa.

### 3.6.1 Distribución directa.

Green Juice hará la comercialización del jugo de forma directa a través de nuestro portal web. En este se podrá ver la información verídica de la empresa como el producto que ofrecemos y tendrá como opción adquirir Emerald Juice a través de esta, el cual tendrá opción de pago con los diferentes medios, haciendo todo de forma más fácil y ágil para el consumidor.

Para la comercialización de nuestro producto a través de esta modalidad, la empresa deberá asumir algunos costos los cuales incluyen.

*Tabla 3.4. Costos diseño gráfico y servicios.*

<b>Servicio</b>	<b>Tarifa</b>	<b>Tiempo</b>
Diseño de la pagina	640.000	Única vez
Tienda en línea	4'335.000	Única vez
Módulo para redes sociales	268.000	Única vez
Renta dominio.com.co	90.000	Anual
Hosting plan	600.000	Anual
Diseño logo de la empresa	1'100.000	Única Vez

*Elaboración propia*

### **3.6.2 Distribución a través de terceros (en caso de ser aplicable).**

La empresa Green Juice distribuirá su producto a nivel nacional en alianza con mercados saludables como Olivo y VitaIntegral. Supermercados como Éxito, Jumbo, entre otros y gimnasios entre los cuales se encuentran SmartFit y Bodytech, los cuales nos ayudaran a posicionar nuestra marca, teniendo en cuenta que son establecimientos comerciales reconocidos en la ciudad de Medellín y en Colombia. Se busca que los ingresos por ventas en esta modalidad sean mensuales.

Para las comisiones, precios, pedidos mínimos y requisitos se establecerán de acuerdo con los criterios de negociación que se tengan con los diferentes negocios, ya que cada uno tendrá un manual para los proveedores donde especifican los lineamientos a cumplir. (Grupo Exito, 2020) (Cencosud, 2020)

En Chile se hará la distribución de nuestro producto a través de Walmart, quien desarrolla una estrategia de multiformato las cuales permiten segmentar a distintos tipos de clientes, además de este hipermercado se realizarán ventas en mercados saludables en la ciudad de Santiago, ya que esta cuenta con una población importante para el consumo de nuestra bebida.

En cuanto a la forma de pago a los proveedores de menor tamaño se les realizara el pago a más tardar en la primera fecha de corte siguiente al transcurso de plazo de 30 días corridos. (Walmart Chile, 2020)

Referente a los precios conforme los cuales serán adquiridos los Productos serán aquellos que consten en las Órdenes de Compra aceptadas por los Proveedores o en aquellos medios en que tales precios consten de otro modo fehaciente. Estos precios no podrán ser modificados sino por el acuerdo expreso y por escrito de las partes. (Walmart Chile, 2020)

Términos y condiciones Walmart

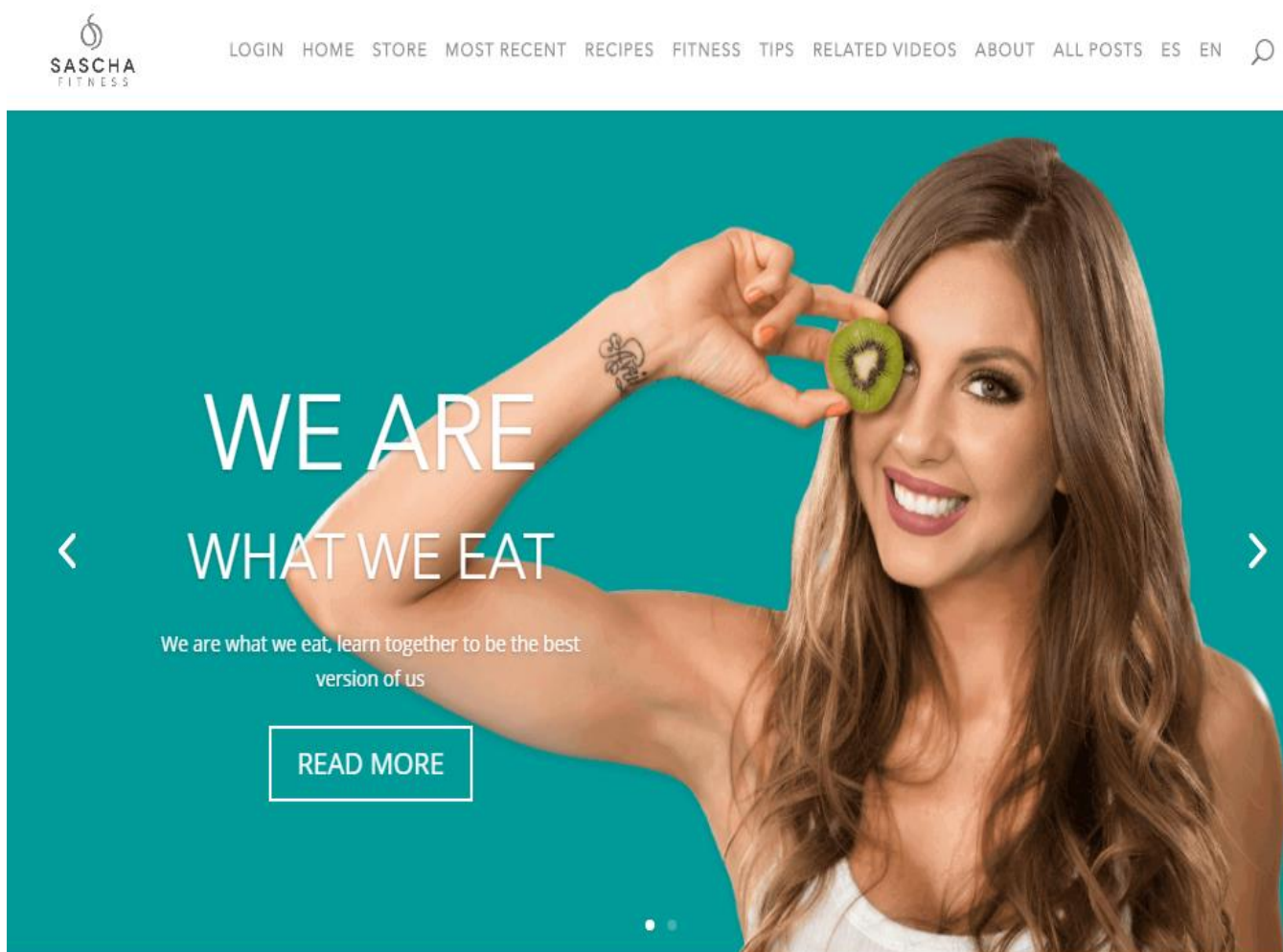
### **3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación**

En nuestra empresa tenemos pactadas actividades o enfoques con respecto a la forma de comunicar a nuestros clientes constantemente de los beneficios que tiene el consumo de nuestro producto, nuestro jugo Emerald Juice.

Tenemos lo siguiente pactado:

1. Distribución en los principales mercados saludables del país, posicionándonos dentro de las marcas que manejan jugos, pulpas o mezclas de jugos naturales.
2. Uso de redes sociales y principales paginas como Instagram, tik tok, Facebook, Twitter donde se paga anualmente por publicitar la página en las principales noticias de cada una de ellas.
3. Se tiene publicitado con dos tipos de personalidades, una del centro saludable que es la influencer SASCHA FITNESS, con ella tenemos un amplio mercado femenino y masculino del mercado fitness.



The image shows a website banner for 'SASCHA FITNESS'. At the top left is the logo, which consists of a stylized 'S' inside a circle above the text 'SASCHA FITNESS'. To the right of the logo is a navigation menu with the following items: LOGIN, HOME, STORE, MOST RECENT, RECIPES, FITNESS TIPS, RELATED VIDEOS, ABOUT, ALL POSTS, ES, EN, and a magnifying glass icon. The main banner features a woman with long brown hair, smiling, holding a slice of kiwi fruit over her right eye. The background is a solid teal color. Overlaid on the image is the text 'WE ARE' in large white letters, followed by 'WHAT WE EAT' in slightly smaller white letters. Below this is the tagline 'We are what we eat, learn together to be the best version of us' in a smaller white font. At the bottom center of the banner is a white rectangular button with the text 'READ MORE'. There are also small white arrows on the left and right sides of the banner, and a small white dot at the bottom center.

Y también contamos con ayuda de la creadora de contenido LUISA FERNANDA W, que nos ayuda con el mercado de jóvenes impulsando el consumo de nuestras pulpas gracias a su gran influencia en el medio. Ahora contamos con el mercado de madres gestantes y eso nos pone en un amplio radar.



Ahora no contamos con servicio radial ni televisivo ya que nuestro espectro se mueve directamente en redes y ese es nuestro enfoque.

### 3.7.1 Comunicación

Logo de la Empresa



*Made With Love ... Made Green*

Nos define como empresa enfocados en darle a nuestros clientes siempre lo mejor de nuestra cosecha, siendo responsables con el medio ambiente y con los alimentos que ofrecemos a las siguientes generaciones.

Slogan de la Empresa

*Made With Love ... Made Green*

**Nombre Comercial.**

Nuestra pulpa para jugo **EMERALD JUICE.**

El empaque será en plástico biodegradable, de tono transparente que contendrá 5 pulpas para elaborar jugo verde ya que su coloración natural se da por la mezcla de frutas y verduras contenidas en ella.

**Costos de comunicación.**

Como empresa contamos con costos publicitarios de la siguiente manera:

*Tabla 3.5. Costos de Comunicación.*

<b>Actividades</b>	<b>Costos (\$)</b>	<b>Tiempo</b>
Publicidad	1'000.000	Mensual
Publicidad	33'000.000	Anual
Uso imagen Sascha Fitness	8'800.000	Única vez
Uso imagen Luisa Fernanda W	12'000.000	Única vez
Publicidad redes sociales	2'950.000	Anual / Única vez

*Elaboración propia*

**3.7.2 Actividades de promoción y divulgación.**

Con campañas publicitarias tenemos el siguiente esquema:

En redes se publica una historia e imagen cada 15 días, en el periodo de pago quincenal para cultivar la necesidad de compra.

Para Sascha fitness lo tenemos desde las 6: 00 AM hora Colombia 7:00 AM hora americana para indicar necesidad de consumo para quienes practican deporte en la mañana.

Al montar la historia la misma permanecerá 24 HORAS.

Esto mantendrá una constante visualización de contenido.

Para Luisa Fernanda tenemos un horario de la 1 :00 pm en adelante, ubicando en la franja juvenil la visualización (En este horario los jóvenes están en descanso de las universidades y es en el horario en que más actividad se ve en redes como Facebook, Instagram y tik tok).

Estaremos presentes en todos los eventos saludables y en las ferias fit que se presentan a nivel nacional y en Chile.

### **3.8 Plan de ventas**

En Green Juice S.A.S llegaremos a cientos de personas en Santiago de Chile, las cuales estén en los estratos medio alto de esa ciudad.

Como indicamos anteriormente, nuestro plan de ventas está muy fortalecido, contamos con un plan de ventas mensual de 30.000 unidades nacionalmente y 20.000 unidades internacionalmente.

La unidad en precio Nacional está a COP 16.000

La unidad de venta Internacional está en USD 6.16

Total, venta mensual Nacional COP 480.000.000

Total, venta mensual internacional a la TRM Vigente USD 123.200

(TRM vigente COP 3697.00). COP 455.470.400

Total, ventas COP 935.470.400

Nuestra proyección o demanda futura a 5 años, está calculada en un 5% para cada año, siendo lo más enfocados posibles, esto nos da un aumento de COP 46.773.520 para periodos de 3 a 5 años consecutivamente.

## **CAPITULO IV. ANALISIS COMERCIO INTERNACIONAL**

### **4.1 Tratados Comerciales**

#### **TLC COLOMBIA – CHILE**

Este acuerdo fue suscrito entre los dos gobiernos el día 27 de noviembre del 2006 y entro en vigor el 8 de mayo del 2009.

Con estas nuevas políticas comerciales por ambas partes, se logró mejorar las relaciones bilaterales en temas de inversión, Facilitación del Comercio, Servicios y Obstáculos Técnicos al Comercio.

Dato para tener en cuenta es que se logró fijar gravámenes arancelarios a importaciones de procedencia y originarias de Chile, a través de los decretos 3146 y 3234 del 2004.

El texto final quedó plasmado en 22 capítulos en donde se muestra las disciplinas generales acordadas, muchas de ellas comunes tanto negocios bilaterales como multilaterales que acogen elementos particulares conseguidos por Colombia y también por Chile en la negociación.

#### **Beneficios del Acuerdo**

- Acceso al Comercio de Mercancías
- Normas y procedimientos de origen

- Facilitación del Comercio
- Medidas Sanitarias y Fitosanitarias
- Obstáculos Técnicos al Comercio
- Defensa Comercial
- Inversión y Servicios
- Compras Públicas
- Solución de Controversias
- Laboral
- Ambiental
- Cooperación
- Disposiciones generales
- Excepciones y disposiciones finales

**Datos relevantes:**

Todo el universo arancelario quedó desgravado en un 100% el 01 de enero del 2012, con excepción de productos que pertenecen a la canasta familiar los cuales continuó aplicándose el arancel pertinente, como lo son cárnicos, lácteos, azúcar, arroz y oleaginosos.

El Acuerdo de Libre Comercio entre Colombia y Chile permite ampliar y dinamizar las relaciones bilaterales y tener un socio comercial de amplia trayectoria, con una economía de 18 millones de habitantes, un Producto Interno Bruto (PIB) de USD 240 millones, un PIB por habitante de USD 23.459 PPP, entre otras variables que reflejan su solidez. (Cifras año 2015)

(ProColombia, 2020)

**Alianza del Pacífico:**

Esta alianza nació como un incentivo económico entre cuatro países de Latinoamérica. Chile, Colombia, México, Perú.

Esta alianza se ha vuelto una nueva forma de hacer negocios en el continente.

Se busca mediante una articulación política la mejora económica teniendo como resultado un espacio para impulsar el mayor crecimiento y competitividad de las cuatro economías que las integran. Los cuatro países saben que esto se puede lograr mediante la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas.

Existe un objetivo paralelo que busca convertir el bloque en potencial mundial de negocios y oportunidades. Por ello uno de sus principales mercados objetivos es el continente asiático, siendo este una de las regiones fundamentales para la economía mundial. Buscan también llegar mediante la participación de ferias internacionales.

“Por ahora son 26 equipos divididos en temas como Facilitación del Comercio y Cooperación Aduanera, expertos que analizan las propuestas del Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico, Pymes, Servicios y Capitales, así como los grupos técnicos de Medio Ambiente y Crecimiento Verde, el subgrupo del Operador Económico Autorizado (OEA), entre otros. Así, la consolidación del bloque de la Alianza del Pacífico sigue fortaleciéndose y sirviendo de ejemplo para la región.”

(Alianza del Pacífico, 2020)

Se considera una plataforma estratégica:

- Proceso de integración abierto e incluyente, compuesto por países que buscan el desarrollo y su crecimiento en conjunto.
- Iniciativa dinámica, mucho potencial y proyección en negocios.
- Es el octavo sitio económico a nivel mundial.
- Buscan entrar en un entorno económico internacional.
- Libre al comercio:
- La Alianza del Pacífico constituye la octava potencia económica y la octava potencia exportadora a nivel mundial.
- En América Latina y el Caribe, el bloque representa el 41% del PIB y atrae el 38% de la inversión extranjera directa.

- Los cuatro países concentran una población de 230 millones de personas (2019) y cuentan, con un PIB per cápita promedio de US\$19.050, 2019.
- La población es en su mayoría joven y constituye una fuerza de trabajo calificado, así como un mercado atractivo con poder adquisitivo en constante crecimiento.

(Alianza del Pacífico, 2020)

Espacio que impulsan iniciativas innovadoras sobre

- Libre movilidad de personas.
- Intercambio académico y estudiantil.
- Promoción cultural.
- Integración de los mercados de valores.
- Participación en ferias y exposiciones en un mismo espacio.
- Mejoras en la competitividad y la innovación de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Turismo.
- Preservación y respeto del medio ambiente.

(Alianza del Pacífico, 2020)

## **4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios.**



La subpartida arancelaria del producto es 2009.90.00.00 y presenta los siguientes datos en la página de la DIAN. Para Chile la subpartida arancelaria es 2009.90.00

DIAN - MUISCA - ARANCEL		Perfil de la mercancía					
Consultas Arancel							
General							
Por medidas							
Por código de nomenclatura							
Estructura nomenclatura							
Índice alfabético arancelario							
Reglas generales de la nomenclatura							
▶ Por texto							
<b>DATOS GENERALES</b>							
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg	
ARIAN	2009.90.00.00			01-ene-2007	...		
Descripción	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante. - Mezclas de jugos			01-ene-2007	...		
Unidad física	l - Litro			01-ene-2007	...		
<b>MEDIDAS</b>							
Concepto		Importaciones	Exportaciones	Tránsito			
Gravamen							
IVA							
Otras tarifas generales							
Gravámenes por acuerdos internacionales							
Medidas de protección comercial							
Régimen de comercio							
Bienes de capital							
Índice Alfabético Arancelario							
Notas de nomenclatura							
Correlativas por apertura							
Correlativas por cierre							
Resultados Específicos de Ocaso (REO)							

*Ilustración 4.1.* Posición Arancelaria.

Fuente (DIAN, 2020)

Como podemos observar para la exportación del producto no se tiene ningún tipo de gravamen, pero para la importación del producto se exige el pago de un 15% de arancel.

Por otro lado, podemos observar que por parte de la alianza del pacifico las importaciones tienen un beneficio arancelario del 0% de gravámenes.

151-Alianza Pacifico - Chile Cód. 151	CHILE	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %		29-abr-2016	...	
---------------------------------------	-------	----------------------	--------	--	-------------	-----	--

*Ilustración 4.2. Acuerdo comercial (Alianza del pacífico).*

Fuente. (DIAN, 2020)

Y esto mismo sucede con el TLC Colombia Chile, teniendo un beneficio arancelario del 0 % de gravámenes.

		ARANCELARIO			2015	
017-Chile con cod. acuerdo 17	CHILE	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %		01-ene-2007	...
		GRAVAMEN			01-ene-	

*Ilustración 4.3. Acuerdo Comercial (Chile – Colombia)*

Fuente (DIAN, 2020)

### 4.3 Requisitos y Vistos Buenos.

Para poder importar el producto se requiere de dos soportes los cuales se verán en la siguiente imagen:

Documentos soporte para importaciones – 2009900000							Cerrar ventana
Documento - Entidad	Trámite	Requisito	Electrónico	Desde	Hasta	Países	
Registro Sanitario - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos	PREVIO	OPCIONAL	NO	01-ene-2017	...		
Visto Bueno - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos	PREVIO	OPCIONAL	NO	01-ene-2017	...		

*Ilustración 4.4. Documentos soporte para importación.*

Fuente. (DIAN, 2020)

Para la exportación del producto se requieren los siguientes soportes:

Documentos soporte para exportaciones – 2009900000							Cerrar ventana
Documento - Entidad	Trámite	Requisito	Electrónico	Desde	Hasta	Países	
Cert inspec sanitaria exportac alimentos y materias primas - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos	EMBARQUE/DESEMB	OPCIONAL	NO	28-ago-2008	...		
Certificado de venta libre - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos	PREVIO	OPCIONAL	SI	05-ago-2008	...		
Certificado fitosanitario - Instituto Colombiano Agropecuario	EMBARQUE/DESEMB	OPCIONAL	NO	26-ago-2008	...		

*Ilustración 4.5. Documentos soporte para exportaciones.*

*Fuente. (DIAN, 2020)*

#### **4.4 Capacidad Exportadora.**

Green Juice S.A.S tiene una capacidad exportadora de 20.000 pulpas de Emerald Juice mensualmente, su capacidad de producción total, incluyendo la producción nacional de 50.000 unidades. Tendrá un valor al ser exportado de US\$ 6,16 y con ventas estimadas de USD\$ 123.200 en este lapso, para ser distribuidos en tiendas saludables y supermercados en la ciudad de Santiago de Chile. El termino de negociación en el que se venderá nuestro producto es CPT (Aéreo).

Tenemos como lote estándar diario de fabricación de 2083 de pulpas Emerald Juice, esto se calcula con los días laborables del mes que son 24, divididas de la por las unidades mensuales fabricadas

#### **4.5 Participación en Ferias especializadas.**

En Santiago de Chile existen varias ferias relacionadas con la vida saludable, entre las cuales se encuentran Food & Service, Expo Running y expo Fitness, las cuales se realizarán en el año 2021 en los meses de abril, mayo y septiembre. En el año 2020 no se pudieron realizar por motivos de la pandemia. Las ferias consisten en realizar exposiciones en gastronomía, tecnología para hoteles, alimentación y deporte.

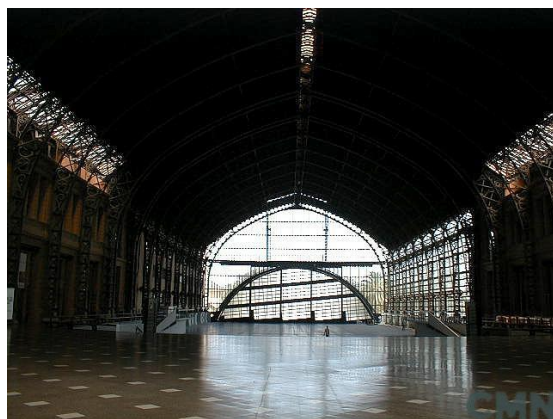
Como GREEN JUICE S.A.S quisimos apostarle a una feria que combinara tanto el bienestar organismo mediante la ingesta de bebidas saludables y el deporte, es por esta razón que asistiremos a Expo Running 2021, esta feria se convierte en el espacio ideal para promocionar nuestro producto que va enfocado a las personas que tengan un estilo de vida saludable, les guste el deporte y deseen cambiar sus hábitos.

#### **Expo Running 2021**

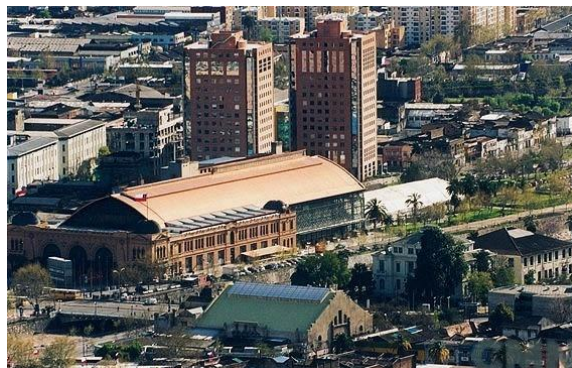
Es la exposición de running más grande que se hace en Chile. Esta feria se realiza en la ciudad de Santiago días previos a la “Maratón de Santiago”, cuenta con alrededor de 80 stand de productos y servicios relacionados con el deporte y concentra a los exponentes más grandes del deporte a nivel mundial y de ese país.

Esta exposición se realiza durante 2 días del mes de mayo, pero debido a la crisis sanitaria que atraviesa el mundo este evento tuvo que ser cancelado, pero se realizará en el año 2021, año en el esperamos hacer presencia con nuestro producto para que los amantes del deporte sepan de la existencia de este y adquieran Emerald Juice, el cual ayuda a mejorar la digestión y a aportar vitaminas en nuestro cuerpo.

Este evento se realiza en la estación Mapocho, Santiago donde anteriormente era una estación de trenes de esa ciudad y hoy sirve como centro cultural y de eventos. Queda ubicada en el barrio del mismo nombre (Mapocho) y es el punto principal de comercio y encuentro ciudadano en Santiago de Chile.



*Ilustración 4.6.* Estación Mapocho, Santiago



*Ilustración 4.7. Estación Mapocho, Santiago*

**Gastos Administrativos.**

Para el Expo Running, Santiago, Green Juice S.A.S contará con 2 personas, las cuales estarán a cargo de impulsar el producto y asesorar a los asistentes al evento y temas logísticos en el Stand, estarán en este país durante 4 días. Para todo esto, tendremos que presupuestar lo siguiente:

**Viáticos.**

*Tabla 4.1. Viáticos 3 personas.*

<b>Detalle</b>	<b>Valor Colombia</b>	<b>Valor Chile</b>
<b>Material de Promoción Stand</b>	COP \$6'215.000	\$ 1'292.216
<b>Seguro Stand</b>	COP \$621.500	\$ 131.311
<b>Refrigerador Vertical para muestras.</b>	COP \$1'005.754	\$ 208.000
<b>Transporte aéreo Colombia – Chile – Colombia</b>	COP \$4'634.990	\$ 962.451,29
<b>Transporte en ciudad de Santiago</b>	COP \$ 85.600	\$ 17.774,76
<b>Apart Hotel (4 días)</b>	COP \$789.680	\$ 163.976,31
<b>Alimentación:</b>	COP \$ 1'000.000	\$ 20.7649,05

<b>Diseño tarjeta profesional / Corporativa</b>	COP \$ 93.500	\$ 19.415,19
<b>Diseño Volantes ½ hoja carta</b>	COP \$ 143.000	\$ 29.693,81
<b>Elaboración de volantes (1000)</b>	COP 90.000	\$19.031,58
<b>Salarios por hora.</b>	COP \$ 4.087	\$ 848,66

*Fuente.* Elaboración propia

**Nota.** Algunos valores son tomados en pesos chilenos y convertidos a pesos colombianos, como los son: Transporte en Ciudad Santiago de Chile, hospedaje y alimentación.

#### **4.6 Rutas de acceso.**

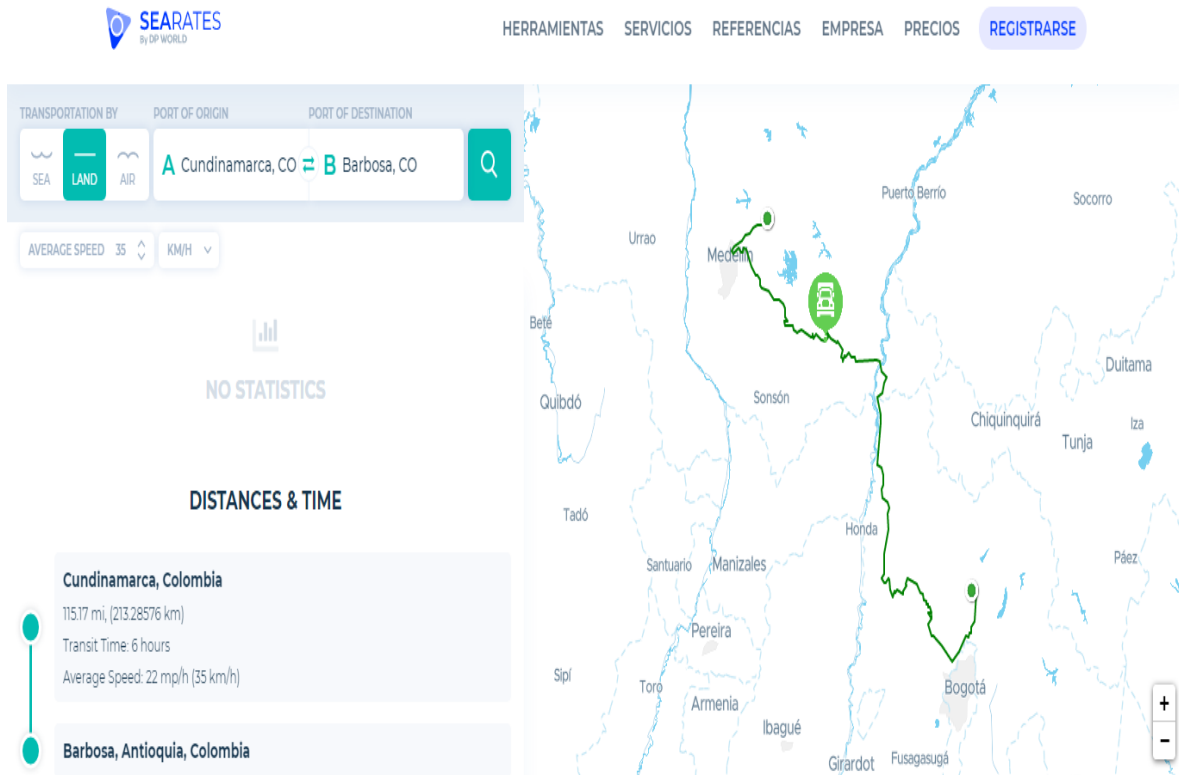
El principal proveedor de GREEN JUICE S.A.S es la empresa Walmart Chile S.A que se encuentra ubicada en Chile, directamente en Santiago. El tipo de transporte definido será aéreo con término INCOTERM CPT, entregado con desaduanamiento en la ciudad de Santiago a través de la empresa aérea LATAM Cargo en vuelos directo desde el Aeropuerto internacional José María Córdova en Rionegro Antioquia hasta el Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benítez (SCL) en donde lo recibe el agente de carga FASTMARK CARGO que entrega directamente en local por cuenta de nuestro proveedor.

#### **Transporte Marítimo**

En este se incluye el traslado de la mercancía desde nuestras fincas productoras hasta el puerto de Buenaventura.

Aplica para Cundinamarca y Barbosa.

Sin embargo, desde Cundinamarca se realiza el transporte nacional a nuestras instalaciones en Barbosa que es donde la procesadora se encuentra ubicada.



*Ilustración 4.8.* Transporte Cundinamarca – Barbosa.

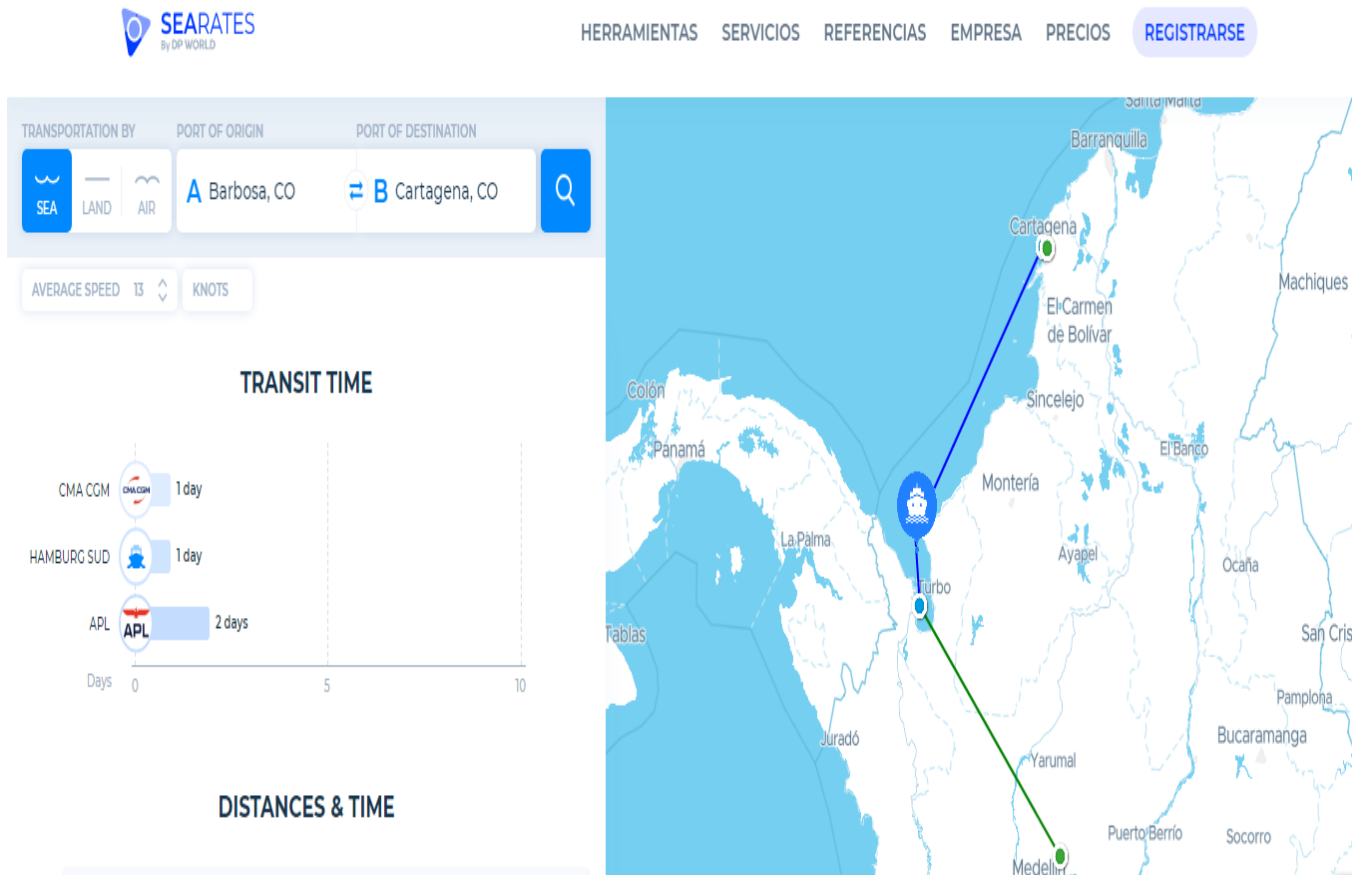
Fuente. SEARATES.



*Ilustración 4.9.* Distancia y tiempo, Cundinamarca – Barbosa.

Fuente. SEARATES

De Barbosa a Cartagena tenemos la siguiente ruta:



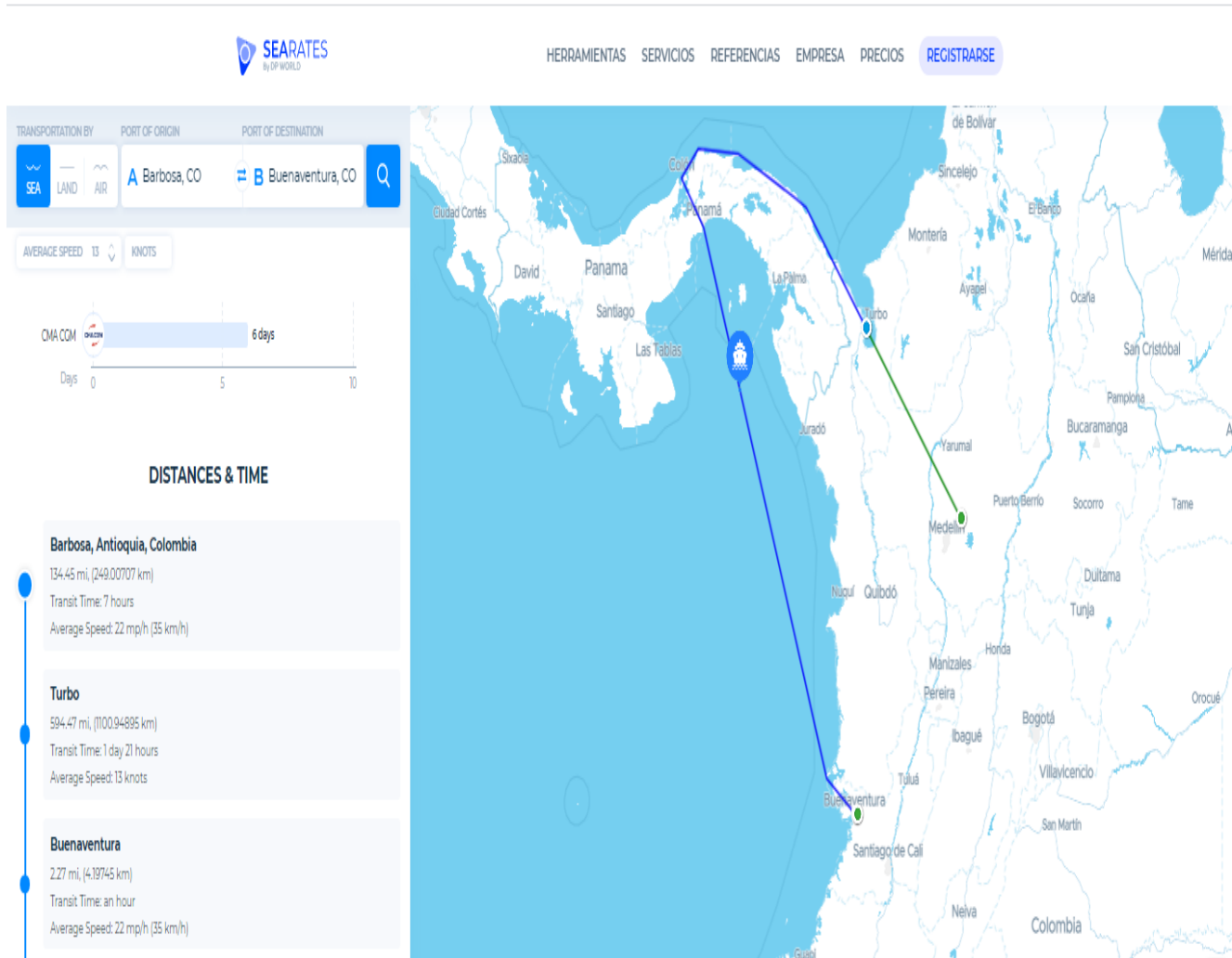
*Ilustración 4.10.* Transporte terrestre Barbosa – Cartagena.

Fuente. SEARATES

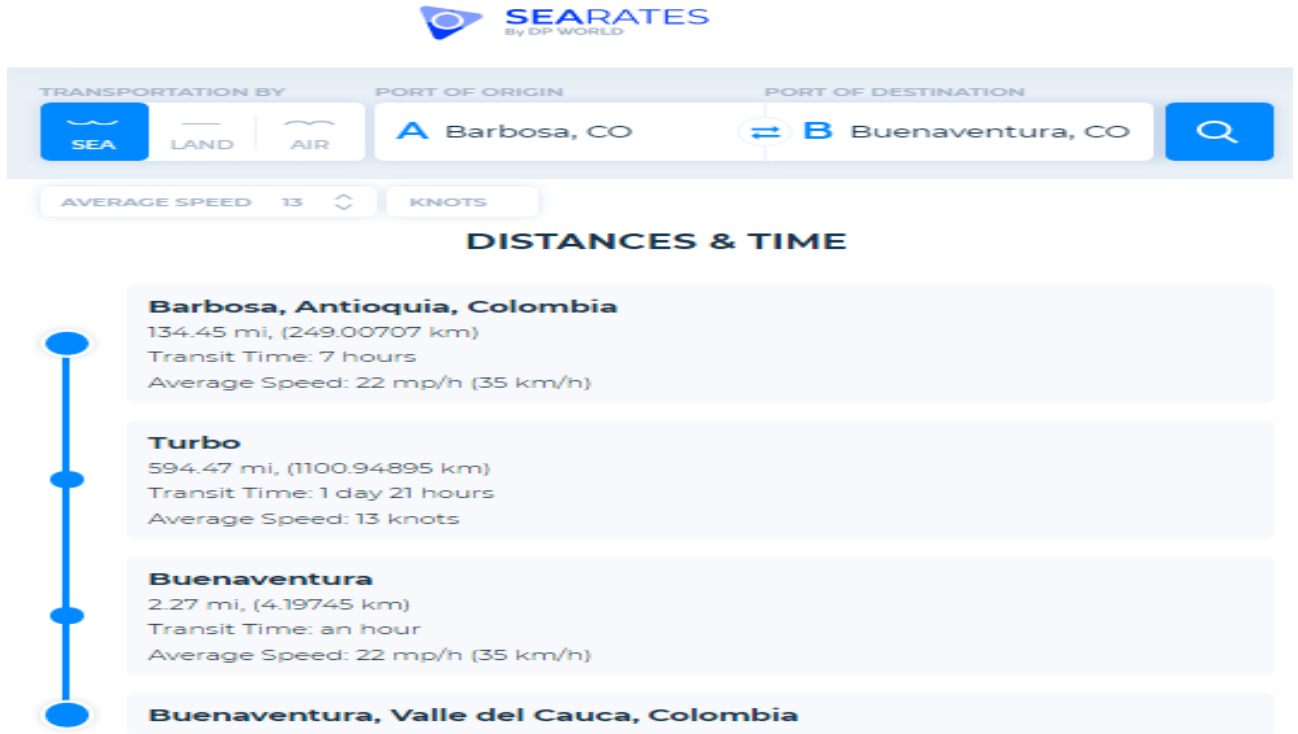
La ruta es hacia Cartagena ya que de Barbosa a Buenaventura la ruta en tránsito terrestre y marítima es mucho más larga en tiempo de tránsito.

Aquí lo visualizamos:



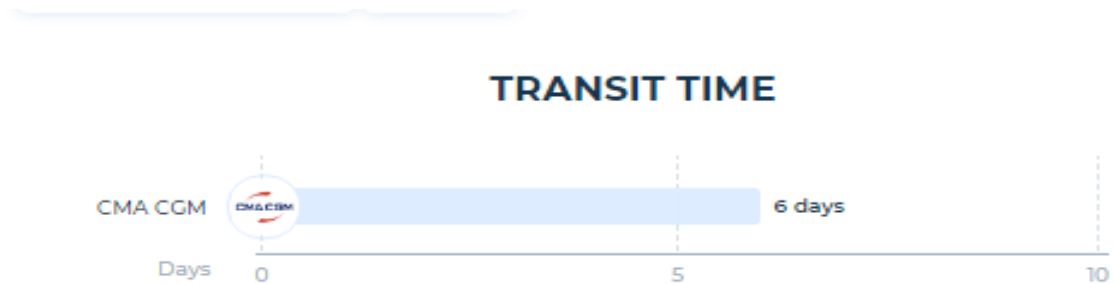


*Ilustración 4.11. Transporte Barbosa – Buenaventura.*



*Ilustración 4.12.* Distancia Barbosa – Buenaventura.

Fuente. SEARATES



*Ilustración 4.13.* Tiempo en tránsito Barbosa – Buenaventura.

Fuente. SEARATES

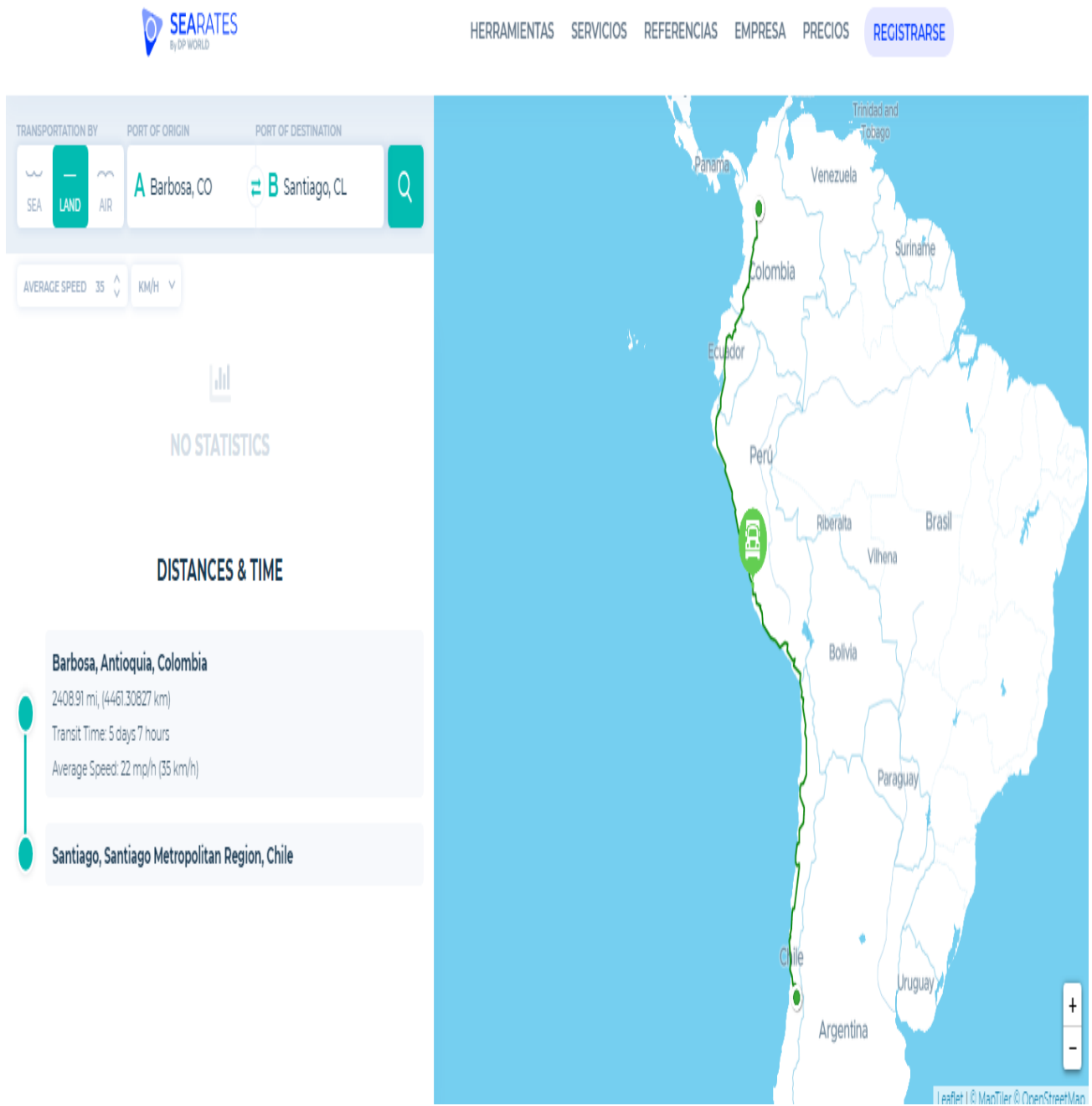
Aunque nuestro transporte a utilizar será el aéreo, si llegamos a utilizar el transporte marítimo la ruta correcta para minimizar costos y tiempo sería de Barbosa a Cartagena de Indias.

### **Transporte Terrestre**

En este medio vamos desde Barbosa en nuestra transportadora (Camión tipo cava para mantener la congelación de las pulpas) hasta Santiago de Chile.

Este medio no es económico y tampoco da un tiempo prudente para su entrega.

Probablemente la línea de congelación se pierda y estas lleguen en estado de pérdida.



*Ilustración 4.14.* Distancia Barbosa – Santiago de Chile.

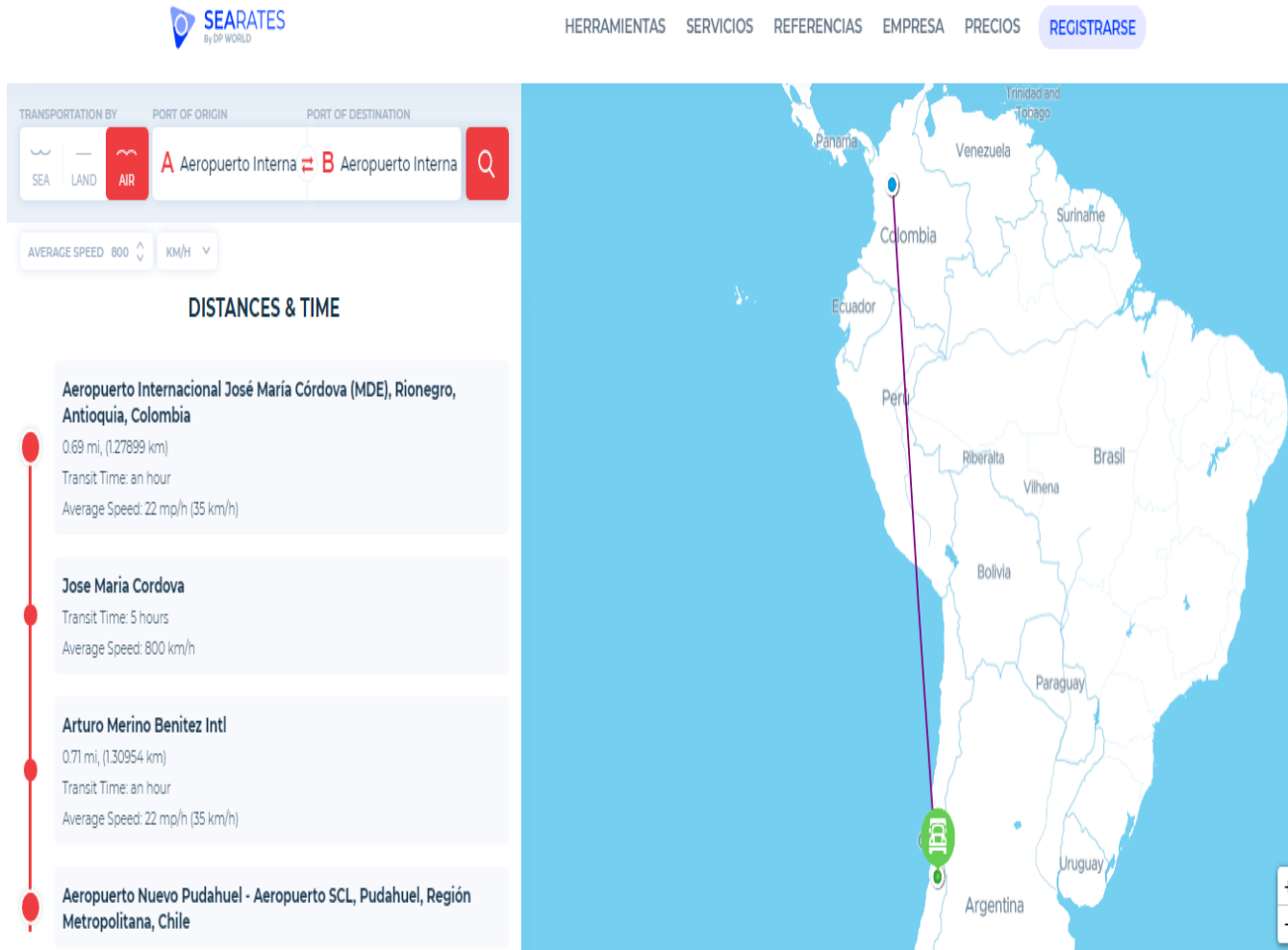
Fuente. SEARATES

**Transporte Aéreo.**

El tipo de transporte definido será aéreo con término INCOTERM CPT, entregado con desaduanamiento en la ciudad de Santiago a través de la empresa aérea LATAM Cargo en vuelos directo desde el Aeropuerto internacional José María Córdoba en Rionegro Antioquia hasta el Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benítez (SCL) en donde lo recibe el agente de carga FASTMARK CARGO que entrega directamente en local por cuenta de nuestro proveedor.

Esto tiene un tránsito aduanero y aéreo de 7 a 8 horas, realizando inspección de la mercancía de forma digital.

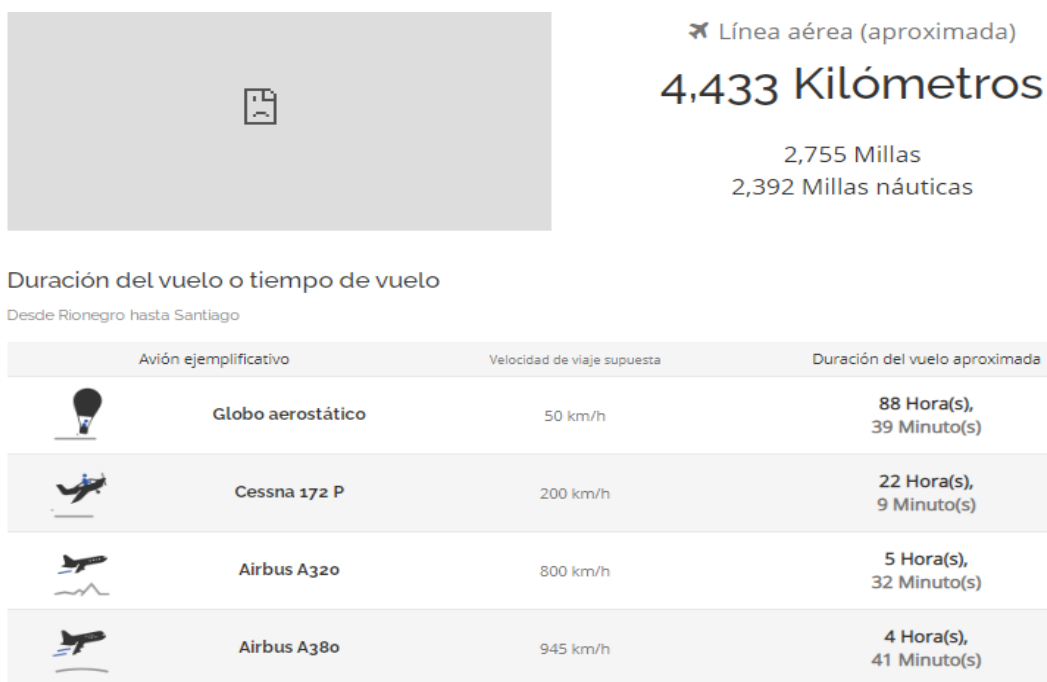
La ruta es la siguiente:



*Ilustración 4.15.* Distancia Aeropuertos Rionegro – Santiago de Chile.

Fuente. SEARATES

Este tipo de transporte y negociación nos ayuda a tener conocimiento del tránsito de la mercancía de una forma más ágil y responsable, usamos Latam Cargo por sus buenas prácticas y como nuestra mercancía es de fácil transporte y necesita congelación para evitar pérdida de nutrientes en las pulpas, el modelo aéreo nos complace y mantiene de forma correcta el movimiento (Manipulación) de las mercancías desde Colombia hasta Santiago de Chile.



*Ilustración 4.16.* Tiempo desde Rionegro a Santiago de Chile.

Fuente. SEARATES

## 4.7 Liquidación de costos de importación y precios de Exportación

Anexo encontrara las cotizaciones realizadas con los agentes especializados en transporte y aduana. El transporte nacional de Barbosa a Rionegro tiene un costo de COP \$1'800.000, los cuales estan a cargo de nuestro cliente en Chile, Walmart. Esta operación estará a cargo de una transportadora en el municipio de Barbosa.

**ASUNTO COTIZACION EXPORTACION AEREA**

Cordial saludo,

En respuesta a su amable solicitud, a continuación, encontrara nuestra oferta de fletes para la operación solicitada.

**ORIGEN**

**Aeropuerto Internacional José María Córdova, Rionegro, Antioquia – Colombia.**

**DESTINO**

**Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benítez (SCL), Pudahuel (IATA: SCL, OACI: SCEL) Santiago de Chile – Chile.**

**TT 4 días / 1 Semanales**  
 TERMINO CPT  
 TIPO DE CARGA General, no peligrosa, modalidad Aérea  
 Mercancía debe llevarse en cava de refrigeración 18°C bajo 0  
 VIGENCIA 30-12-2020

ORIGEN	DESTINO	MND	20 ST	AWB	T.T	FRECUENCIA	VIGENCIA
Rionegro, Antioquia	(SCL), Pudahuel		USD	550	5 días	Semanal	31-12-2020

**Costos en Destino**

THC	USD 200
DOC FEE	USD 95
HANDLING	USD 135

*Ilustración 4.17.* Cotización transporte aéreo Rionegro – Santiago de Chile.

*Fuente.* World Intercarga



**SEGURO INTERNACIONAL:** Debe de ser tomada bajo solicitud escrita si desea realizarlo a través de World Inter Carga SAS o No.

Seguro
0,8% MIN USD 90 Sobre valor FCA de la carga

*Ilustración 4.18.* Cotización transporte aéreo Rionegro – Santiago de Chile.

*Fuente.* World Intercarga



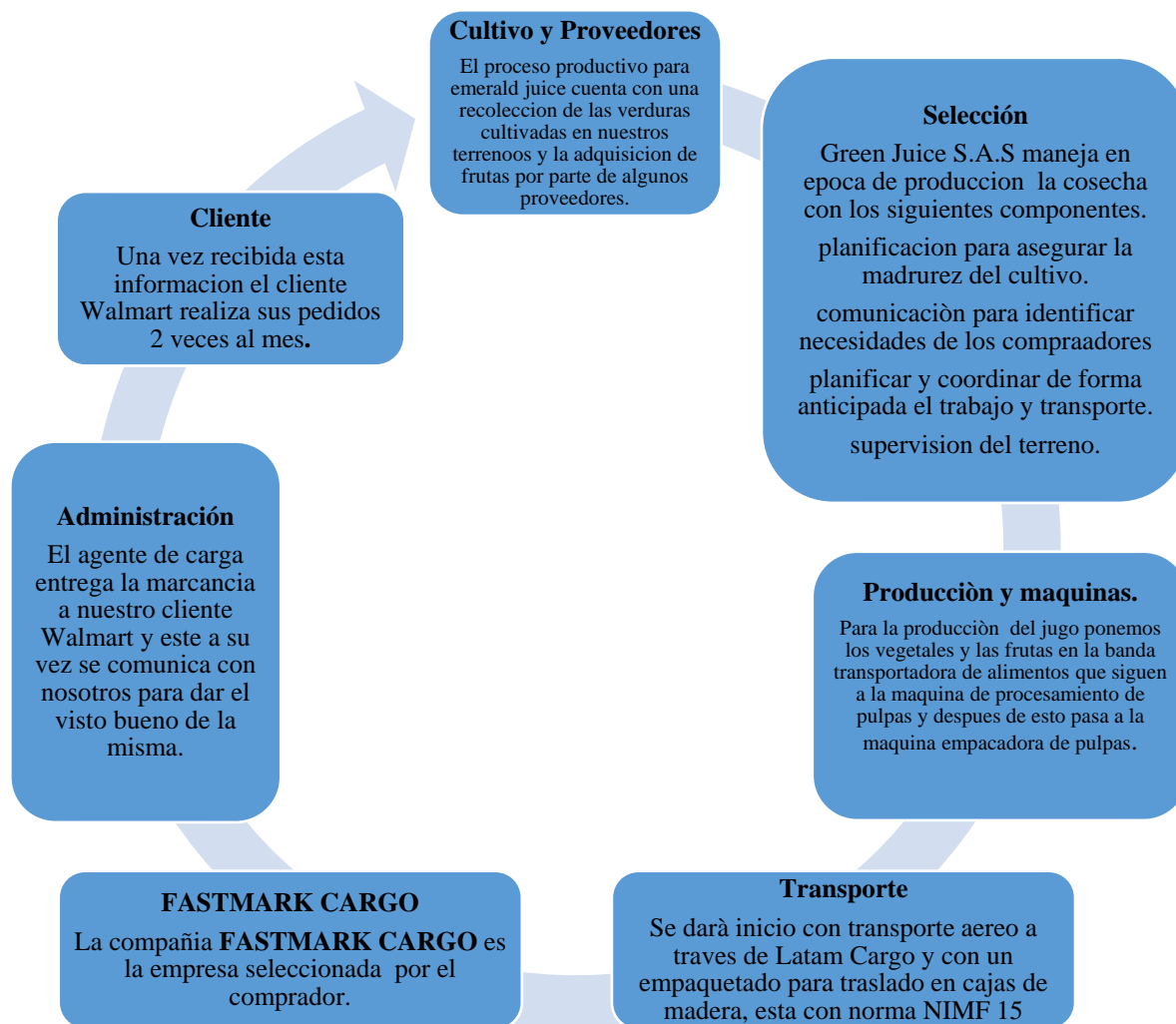
POD	SERVICIO	VIGENCIA	TÉRMINOS	COMMODITY	CARGOS	PAGADOREN	UNIDAD	20 ST	40 ST	40 HC	FRECUENCIA	TT	TRANSBORDO	DIAS LIBRES DESTINO Uso de equipo carga general.
Pto San AntonioPudahuel Región Metropolitana, Chile	CX3	31-dic-20	CY-CY	FAK	FLETE	Flete	Por cntr	600 USD	700 USD	700 USD	Semanal	18	PAMIT	11
					*MOUNTIN	Origen	Por cntr	60 USD	30 USD	30 USD				
					*DOC FEE	Origen	Por B/L	83 USD	63 USD	63 USD				
					EMISION	Origen	Por B/L	46 USD	46 USD	46 USD				
					OBS (ONE)	Flete	Por cntr	122 USD	184 USD	184 USD				
					CSS	Flete	Por cntr	45 USD	15 USD	15 USD				
					DOF	Destino	Por B/L	100 USD	50 USD	50 USD				
					THD	Destino	Por cntr	85 USD	85 USD	85 USD				
<b>SEGURO INTERNACIONAL</b>	<b>COSTOS</b>													
Seguro Internacional sobre Valor	0,60%													
* Desde Cartagena Colombia hasta Pto San AntonioPudahuel, Región Metropolitana, Chile														

*Ilustración 4.19. Cotización Transporte Marítimo Cartagena – San Antonio*

*Fuente. World Intercarga*

## CAPITULO V. ANALISIS TECNICO.

### 5.1 Descripción del proceso de producción.



*Ilustración 5.1.* Proceso de producción.

*Fuente.* Elaboración propia.

### Cultivo, selección y lavado de frutas y verduras.

El proceso productivo para Emerald Juice cuenta con una recolección de las verduras y frutas cultivadas en nuestros terrenos y la adquisición de otras frutas (manzana verde) por parte de algunos proveedores.

Ya una vez recolectada la materia prima se le realiza el lavado a las frutas y verduras para posteriormente de forma manual seleccionar o descartar los productos de acuerdo con la calidad que tengan.

### **Producción y maquinas.**

Luego se procede a despulpar la fruta, lo cual se hace a través de una despulpadora, este proceso consiste en separar o extraer las semillas, vástagos y cascaras no deseada de la fruta para de esta forma obtener la pulpa con la que se va a elaborar el jugo verde.

Para la producción del jugo ponemos las verduras y frutas ya despulpadas en las maquinas que se encargan de licuar los ingredientes y después de esto pasa a la maquina empacadora de pulpas.

Ya finalizado el proceso de producción de Emerald Juice, lo que se hace es introducirla dentro de la cava de refrigeración, permitiendo de esta forma su conservación y durabilidad.

### **Transporte.**

Para el transporte internacional, nuestras pulpas serán enviadas desde Barbosa hasta Rionegro (JMC) en furgón refrigerado garantizando la cadena de frio que esta requiere este tipo de alimento, una vez llega al aeropuerto serán transportadas hasta la zona de carga, donde se almacenan en cuarto frio sin interrumpir la cadena de frio hasta que sea llevada en el avión al país de destino (Chile)

Una vez en suelo chileno la compañía encargada para el traslado de las pulpas hasta las instalaciones de Walmart en la ciudad de Santiago es **FATSMARK CARGO**, la cual fue escogida por el comprador.

El agente de carga entrega la mercancía a nuestro cliente Walmart y este a su vez se comunica con nosotros para dar el visto bueno de la misma

## **Cliente**

Una vez recibida la carga por parte de nuestro cliente donde nos confirme que ya la mercancía fue recibida y nos dé el visto bueno de ella, se procederá a dar por finalizada la operación y a la espera que el comprador nos de la aprobación para una nueva.

## **5.2 Capacidad de producción.**

Green Juice S.A.S cuenta con fincas propias, en las cuales se cultivan gran parte de las frutas, esta a su vez será la encargada de producir y comercializar Emerald Juice, nuestra empresa tiene una capacidad de producción de 50.000 pulpas mensuales de las cuales 30.000 están destinadas al mercado nacional y 20.000 serán exportadas a Chile, específicamente a la ciudad de Santiago. El envío de las pulpas se hará en 2 despachos al mes.

Green Juice cuenta con maquinaria capaz de producir 2083 pulpas diarias, lo que mensualmente cubre la capacidad de producción mensual y de esta forma cumplir con las metas establecidas. La maquinaria con la que cuenta nuestra empresa consta de despulpadoras, dosificadoras, empacadoras y cavas para la conservación de las pulpas.

Financieramente Green Juice espera a tener ingresos mensuales 123.200 dólares mensuales con lo que tiene que ver con las exportaciones, y por ventas nacionales COP\$ 480.000.000, pero al momento de constitución de la empresa solicitaremos al banco un préstamo para la compra de la maquinaria y como socios también realizar un aporte.

## **5.3 Plan de Producción.**

En nuestras instalaciones ubicadas en el municipio de Barbosa se llevará a cabo la producción de 2083 pulpas diarias, las cuales tienen como ingredientes piña, kiwi, perejil, apio, manzana verde y espinaca, estas serán previamente seleccionadas, lavadas y despulpadas para su elaboración. Nuestro producto tendrá como composición nutricional,

carbohidratos 6,3g, proteína 0,6g, grasa 0,1g, agua 92g y calorías por 100 g 25, en una presentación de 600 gramos tendría calorías de 150, contamos con la maquinaria necesaria para producir este número de pulpas diariamente, las cuales tienen una capacidad para trabajar durante 24 horas diarias

Para esto los costos en materia prima mensual tendrá un costo de 103.500.000, etiquetas, embalajes y empaque por un precio de 4.850.850, mano de obra directa de 24.554.392 y servicios públicos de 1.015.000 aproximadamente, y a través de las entidades sanitarias y fitosanitarias Invima e ICA nos otorgaran los certificados donde se aprueban los cultivos que tenemos y el producto final.

En la actualidad Green Juice está produciendo 50.000 pulpas de Emerald Juice de forma mensual, en un periodo de 12 meses esto será equivalente a 600.000, de estas se exportarán 240.000 unidades. Las ventas anuales de nuestro producto en Chile están estimadas en USD\$1'478.400. En cuanto a la logística, las pulpas serán enviadas de en transporte Aéreo bajo termino de negociación CPT y los tiempos de entrega oscilan de 1 a 2 días.

En 5 años Green Juice proyecta a crecer en producción 25%, de tal forma que pasará de producir 600.000 unidades a 750.000 unidades de pulpa anuales, de estas, 300.000 serán para exportación y 450.000 para el mercado nacional.

*Tabla 5.1. Plan de Producción 1 año.*

<b>Producto</b>	<b>Producto para exportación</b>	<b>Total, ventas mensuales por exportación (USD 6,16)</b>		<b>Producto mercado Nacional</b>	<b>Total, ventas mensuales mercado nacional (COP)</b>	<b>Total, Pulpas mensuales producidas</b>
Emerald Juice	20.000 unidades mensuales	USD\$ 123.200		30.000 unidades mensuales	\$480.000.000	50.000 unidades

*Fuente. Elaboración propia.*

Tabla 5.2. Plan de Producción 5 años.

<b>Producto.</b>	<b>Producto para exportación</b>	<b>Total, ventas mensuales por exportación (USD 9,48)</b>	<b>Producto mercado Nacional</b>	<b>Total, ventas mensuales mercado nacional (COP 20.000)</b>	<b>Total, Pulpas mensuales producidas.</b>
Emerald Juice	25.000 unidades mensuales.	USD\$ 237.000	37.500 unidades mensuales	\$750.000.000	62.500

Fuente. Elaboración propia.

## 5.4. Recursos materiales y humanos para la producción.

### 5.4.1. Locaciones.

Las locaciones con las que cuenta Green Juice S.A.S son locaciones propias y están avaluadas por un total de COP\$1.000.000.000, por ende, no se requiere pagar ningún tipo de arrendamiento y esto nos generaría un ahorro en temas financieros, aunque se debe tener en cuenta el impuesto predial.

Estas locaciones cuentan con instalaciones energéticas para dar cumplimiento al uso de las maquinarias sin afectar la producción, es decir, las plantas energéticas proveen unos voltajes que evitan que las maquinas sufran una sobrecarga. También contamos con aspersores de riego, que permiten mantener la humedad en los riegos. Además de redes de comunicaciones lo que nos permite estar en contacto con nuestros clientes y proveedores.

Los costos de estas adecuaciones se verán reflejados en la siguiente tabla.

Tabla 5.3. Costos adecuaciones.

<b>Detalle</b>	<b>Precio</b>	<b>Especificación</b>
----------------	---------------	-----------------------

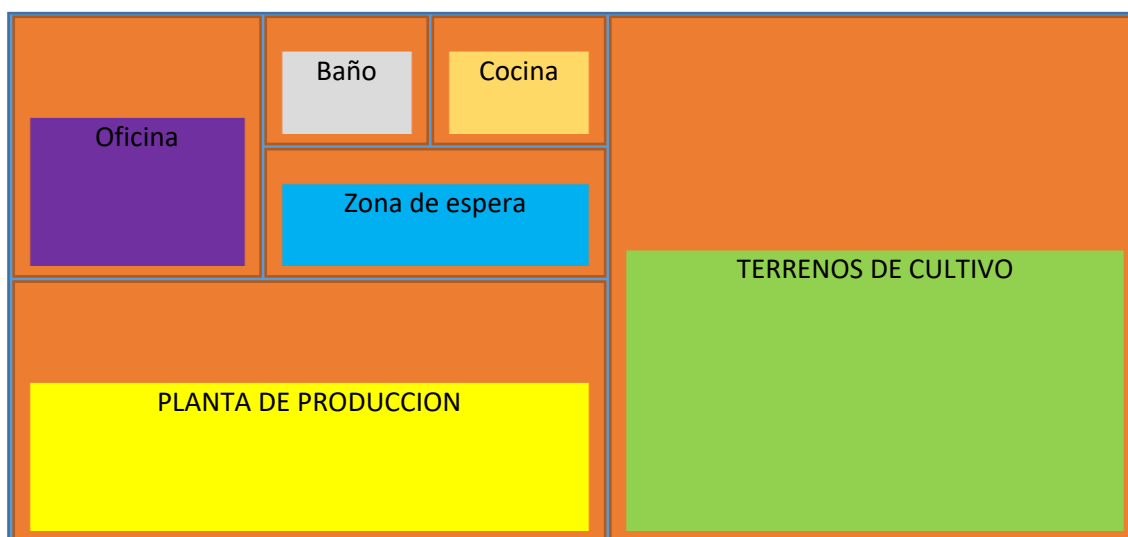
Planta Energética (Servicios públicos)	COP\$ 500.000	Esta planta es proveída por EPM
Aspersor de Riego (Unidad)	COP\$ 369.900	Este aspersor es de 1,5 pulgadas y tiene una rotación de 180°
Redes de comunicación	COP\$ 220.000	Estas las provee la empresa de comunicación que se escoja

*Fuente.* Elaboración propia.

Para nuestra empresa se requieren las dos fincas productoras, las maquinas procesadoras , el equipo de mano de obra ( Cultivadores y recolectores ), planta de producción más neveras tipo cava para la manipulación y congelación de las pulpas, además de contar con una oficina interna, permitiendo llevar todos los procesos de la empresa controlados desde una sola posición geográfica, esto abre paso a una disminución de los costos al no tener que arrendar dos sitios, finca productoras y oficina por aparte. En la oficina se realizarán las diferentes negociaciones de compra y venta de los productos, se manejará la página de internet y las redes sociales de la empresa, entre otras. Las cavas o nevera permitirán el almacenamiento ordenado en estantes que permiten su distribución de forma adecuada.

La finca está distribuida de la siguiente manera:

*Tabla 5.4.* Distribución de Finca Barbosa, Antioquia.

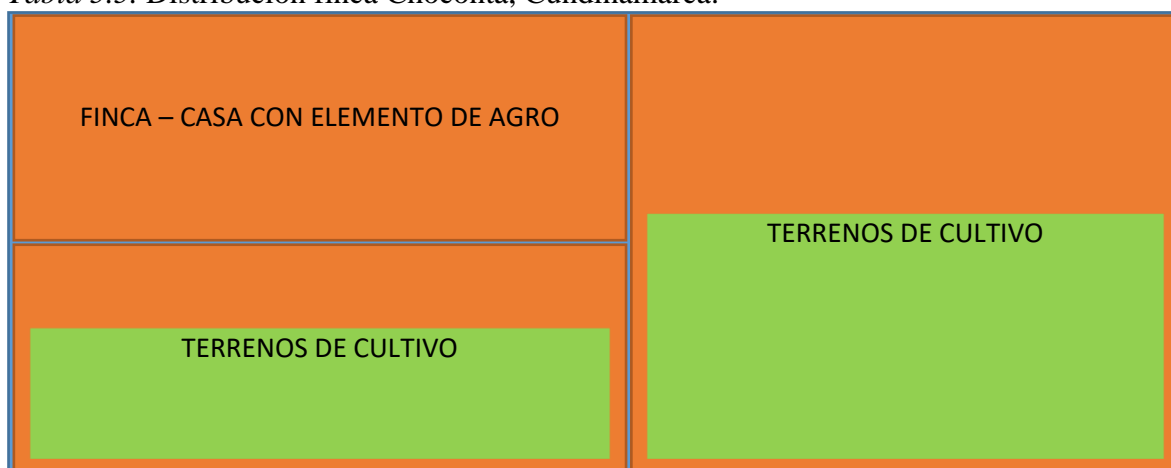


*Fuente.* Elaboración propia.

Ahora bien, cabe recordar que la finca en Cundinamarca es solo de producción y cultivo.

Esta está regulada de la siguiente manera:

*Tabla 5.5.* Distribución finca Chocontá, Cundinamarca.



*Fuente.* Elaboración propia.

#### **5.4.2 Requerimiento de maquinaria, equipos, muebles y enseres.**

Para Green Juice S.A.S se requieren maquinarias para la producción de nuestra pulpa.

Necesitamos banda transportadora, maquina despulpadora, dosificadora volumétrica por pistón y maquinas empacadoras del producto en líquido para sellado al vacío.

Estas son ubicadas en las cavas o neveras para su proceso de congelación y por último su desplazamiento a punto de venta nacional o internacional de ser el caso.



Si se trata de envío internacional, las pulpas ya empacadas en su empaque final son ubicadas en cajas de madera inmunizada de bajo peso para evitar derrames y que dañen la integridad del empaque para el transporte final.



*Ilustración 5.2.* Equipos y maquinaria necesarios para el funcionamiento de GREEN JUICE S.A.S.

*Tabla 5.6.* Equipos, muebles y enseres.

<b>Equipos muebles y enseres</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Proveedor</b>
Computador Todo en 1	3	\$2.900.000	\$8.700.000	SOFTECNET
Impresora	1	\$909.900	\$909.900	FALLABELLA
Teléfono	3	\$145.000	\$453.000	HEMOCENTER
Lector de códigos de barras	4	\$285.000	\$1.040.000	HEMOCENTER
Escritorio Oficina Gerencia	1	\$834.600	\$834.600	DISLON
Escritorio Oficina Comercial	1	\$658.000	\$658.000	DISLON

Escritorio Recepción	1	\$450.000	\$450.000	DISLON	
Silla Gerente Ergonómica	4	\$700.000	\$2.100.000	DISLON	
Silla secretaria Ergonómica	2	\$160.000	\$320.000	DISLON	
Tándem de 4 puestos	2	\$425.000	\$850.000	DISLON	
Sillas sala de espera	6	\$160.640	\$642.560	DISLON	
Mesa para la impresora	1	\$156.000	\$156.000	DISLON	
Archivadores	2	\$290.000	\$580.000	DISLON	
Estantería de tres pisos de 2 X 2 X 3	16	\$300.000	\$4.800.000	MECALUX	
UPS	3	\$128.900	\$257.800	SOFTECNET	
Transportadora – Banda	3	\$12.000.000	\$96.000.000	CI TALSA	
Maquina despulpadora			\$25.020.000	\$25.020.000	CI TALSA
Dosificadora volumétrica por pistón			\$74.000.000	\$74.000.000	CI TALSA
Maquinas empacadoras del producto en líquido			\$9.000.000	\$18.000.000	CI TALSA
Cavas de congelación			\$22.000.000	\$44.000.000	CI TALSA

*Fuente.* Elaboración propia

A continuación, se realiza una descripción de los principales elementos pertenecientes a los equipos, muebles y enseres necesarios para la empresa:

- **Computador todo en 1: el equipo está compuesto por lo siguiente:**
  - ❖ Sistema operativo: Windows 10 Home 64.
  - ❖ Procesador: AMD Dual-Core A9-9425 APU (frecuencia base de 3,1 GHz, frecuencia de ráfaga de hasta 3,7 GHz y 1 MB de caché).
  - ❖ Memoria: 4 GB de SDRAM DDR4-2133 (1 x 4 GB) Ampliación posible a 16 GB.

- ❖ Disco Duro: SATA de 1 TB y 7200 rpm.
- ❖ Unidad óptica: DVD-Writer.
- ❖ Pantalla: Pantalla con retroiluminación WLED FHD IPS de 21,5" en diagonal con función multitáctil habilitada y vidrio de extremo a extremo (1920 x 1080).
- ❖ Gráficos AMD Radeon™ R5 Integrados
- **Impresora.**

La multifuncional inalámbrica EcoTank L5190 de EPSON ofrece rendimiento y eficiencia con la revolucionaria impresión sin cartuchos con productividad para tu negocio en casa. Ahora con tanque frontal y nuevo sistema de llenado codificado EcoFit, automático, limpio y sin errores. Con gran ahorro en costos de impresión vs. cartuchos, la EcoTank® L5190 te permite imprimir hasta 7.500 páginas a color o 4.500 páginas en negro con gran calidad y alta velocidad. Imprime cientos de proyectos sin interrupciones, con los juegos de botellas de tinta original Epson que equivalen a 35 juegos de cartuchos de tinta, ahorrando hasta 90% en tinta con las botellas de reemplazo de bajo costo.

- **Cava.**

Una cava cuarto o cámara de refrigeración es un contenedor industrial o comercial que tiene como finalidad mantener materias primas susceptibles de ser almacenadas a temperaturas controladas muy por debajo, habitualmente, de la temperatura ambiente exterior, y que puede además tener condiciones peculiares, de humedad, presión, alteración térmica o mantenimiento muy determinadas.

Todos nuestros paneles presentan el mismo acabado con un espesor de 75mm y 100mm que soportan temperaturas hasta - 15 °C y - 30 °C, lleva en el marco de la puerta incorporado una resistencia eléctrica tipo cable.

Para este caso se tienen dos cavas de las siguientes estructuras:

Frente	Profundidad	Alto
5,00	3,00	2,40
4,00	4,00	2,40

### *Ilustración 5.3. Medidas de Cavas.*

- **Despulpadora de frutas y vegetales**

Tolva, guarda y tamiz desmontable para un rápido lavado entre productos diferentes. Equipo robusto con tamices calibre 16 (1.5mm) que garantiza su durabilidad.

La fruta y los vegetales se depositan en la tolva de alimentación que permite el ingreso a una primera zona, donde el eje con ayuda de unos pines rompe la cáscara del producto. Posteriormente el producto pasa a una segunda etapa donde se encuentra con dos aspas, ajustadas al tamiz, que se encargan de presionar el fruto contra el tamiz y filtrar las partículas.

- **Dosificadora volumétrica por pistón**

La mezcla una vez lista se desplaza en la dosificadora volumétrica por pistón que tiene unos seleccionadores que absorben la cantidad correcta y lo empaacan al sellado vacío.

- **Banda Transportadora**

Como lo indica su nombre se colocan en la banda para su transporte para luego manualmente se ingresan 5 paquetes de pulpa en cada paquete donde se valida el nombre de nuestra empresa, el logo y demás información nutritiva necesario para su distribución y venta.

### **5.4.3 Requerimiento de materiales e insumos.**

Otro aspecto importante en las organizaciones son los materiales e insumos, que para el caso de nuestra empresa GREEN JUICE S.A.S son sumamente importantes para cumplir a cabalidad con las exigencias del mercado. Nuestra empresa dedicada a la producción, comercialización y producción de jugos verdes necesita de unos elementos básicos, y no se trata de los ingredientes y / o empaques del jugo, necesitamos de otros elementos para dar funcionamiento a nuestra empresa de la forma más hábil y ágil posible. Siendo sustentables, sostenibles y eficientes.

*Tabla 5.7.* Insumos de oficina requeridos en la empresa GREEN JUICE SAS.

<b>Insumos de oficina</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Proveedor</b>
Resmas de papel	5	\$13.000	\$65.000	Papelería TODO EN ARTE
Perforadora	1	\$58.000	\$58.000	Papelería TODO EN ARTE
Grapadora	1	\$12.000	\$12.000	Papelería TODO EN ARTE
Tintas de impresora	1	\$80.000	\$80.000	Papelería TODO EN ARTE
Caja de Lapiceros	1	\$13.500	\$13.500	Papelería TODO EN ARTE
Caja de Lápiz	1	\$9.600	\$9.600	Papelería TODO EN ARTE
Caja de Marcadores	1	\$10.000	\$10.000	Papelería TODO EN ARTE
Pegante Grande	1	\$11.900	\$11.900	Papelería TODO EN ARTE
Sellos húmedos	5	\$18.500	\$92.500	Papelería TODO EN ARTE
Tijeras Grandes	2	\$6.900	\$13.800	Papelería TODO EN ARTE
Cinta gruesa	1	\$20.000	\$20.000	Papelería TODO EN ARTE

Cinta delgada	1	\$10.800	\$10.800	Papelería TODO EN ARTE
Cinta de enmascarar	3	\$2.650	\$7.950	Papelería TODO EN ARTE
Caja de Resaltadores	1	\$12.400	\$12.400	Papelería TODO EN ARTE
Libretas para anotación	50	\$9.000	\$450.000	Papelería TODO EN ARTE
Cortadores de papel – Guillotina	4	\$100.000	\$400.000	Papelería TODO EN ARTE

*Fuente.* Elaboración propia

GREEN JUICE S.A.S realizó una búsqueda en diferentes plataformas de comercio como lo son el éxito, SAO, Metro, Homecenter, entre otras, por otro lado, se realizaron cotizaciones en diferentes papelerías y empresas de suministros de oficina siendo la empresa papelería TODO EN ARTE la elegida.

Se realiza contrato para que suministre durante 4 veces al año insumos de forma gradual, si es necesario de acuerdo con la comunicación que tenga con el personal administrativo.

Los precios acá indicados fueron tomados de la última cotización que se puede validar en TODO EN ARTES online. (Todo en Artes, 2020)

#### **5.4.4 Requerimiento de Servicios.**

*Tabla 5.8.* Requerimiento de servicios.

<b>Servicios</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor mensual</b>
Energía Eléctrica	EPM	Servicio de energía eléctrica para el funcionamiento de los equipos de la empresa	COP\$ 500.000

Agua	EPM	Servicio de agua para el riego de los diferentes cultivos y demás actividades cotidianas	COP\$ 400.000
Gas	EPM	Servicio de gas para uso en la cocina de los empleados	COP\$ 50.000
Aseo	EMVARIAS	Servicio de recolección de basura de la empresa	COP\$ 100.000
Internet, teléfono y televisión	MOVISTAR	Paquete de internet de 50MB más telefonía fija	COP\$ 220.000
Predial	Estado	Este se paga cada 3 meses	COP\$ 250.000
Vigilancia	Covitec	Encargado de la seguridad y vigilancia de la finca	COP\$ 981.000
Seguro maquinaria	Seguros Bolivar	Este corresponde a la maquinaria adquirida para el proceso de producción de las pulpas las cuales tienen un valor total de 223'020.000. El costo de este tiene un equivalente al 15% de la mercancía.	COP\$33'453.000
Mantenimiento maquinaria	C.I. TALSA	Este mantenimiento se realizará cada 6 meses por la empresa donde se adquirieron las maquinas	Los 2 primeros mantenimientos estan incluidos dentro la garantía.

*Fuente.* Elaboración propia.

Cada uno de los servicios descritos en el caso de la luz eléctrica, el agua y el gas serán prestados por Empresas Públicas de Medellín. Sus precios son valores aproximados que nosotros hemos elaborado. En caso tal del predial, este se realiza cada 3 meses o se puede realizar un pago anual.

#### **5.4.5 Requerimiento de personal**

Area	Cargo	Descripcion	Valor mensual (Prestaciones 32,83%, Seguridad social 27,46% y Aux transporte en caso de requerirse.
Mantenimiento	Mayordomo	Es el encargado de la salida y entrada del personal a cargo de la producción de la empresa, además de las funciones que requieren que son : el mantenimiento de las zonas alejadas a los cultivos y de la recolección de material de desecho para ser entregado a la empresa de aseo.	1'675.298
Compras	Negociador internacional	Título profesional en áreas afines, debe ser una persona con alto nivel de relacionamiento, observador, proactivo, con capacidad de reacción, con buenas habilidades interpersonales y de comunicación, con capacidad de aprendizaje y una gran autodisciplina. Conocedor en herramientas ofiomaticas, conocimiento en reglamentación aduanera, con visión global y un alto interés de procesos de internacionalización de nuestro producto. Investigación e inteligencia de nuevos mercados. Promoción internacional de bienes y servicios. Planeación y desarrollo de estrategias de operación y comercialización en organizaciones con estándares internacionales. Logística internacional de mercancías Administración de procesos de importación y exportación de bienes y servicios. Asesoría en proyectos de inversión extranjera. Consultoría en banca y finanzas internacionales. Consultoría en materia de comercio internacional y comercio exterior.	3'686.670 No requiere auxilio de transporte
Mercadeo	Comercial	Título profesional en áreas afines, debe ser una persona con alto nivel de relacionamiento, observador, proactivo, con capacidad de reacción, con buenas habilidades interpersonales y de comunicación, con capacidad de aprendizaje y una gran autodisciplina. Experiencia mínima de 12 meses en ventas. Formación complementaria en atención y servicio al cliente. Funciones: apoyar las estrategias de mercadeo y conseguir nuevos aliados para la comercialización del producto, también apoyará la consolidación de los pedidos.	2'564.640 No requiere auxilio de transporte
Administrativo	Gerente administrativo	Título Profesional en áreas afines con especialización y/o maestría en administración o alta gerencia, analítico, seguro y ordenado, debe gestionar la comunicación de la empresa tanto a nivel interno como con proveedores y clientes. Además de manejar el personal de manera que todos se encuentren capacitados y cumpliendo con la normatividad de nuestra empresa, Coordinar los servicios de mensajería y la logística de la empresa y las entregas y salidas de productos.	5'289.570 No requiere auxilio de transporte
Manipulación de alimentos	Personal agricultor	Técnico o estudiante de agronomía o agroindustria para realizar sembrado y recolecta de frutas y preparación de la pulpa en nuestras máquinas, debe contar con curso de manipulación de alimentos.	1'675.298
Trasporte de alimentos	Conductor	Persona responsable, proactiva, ordenada que cuente con pase C2 y con curso de manipulación de alimentos.	1'705.752



*Ilustración 5.4.* Requerimiento de personal.

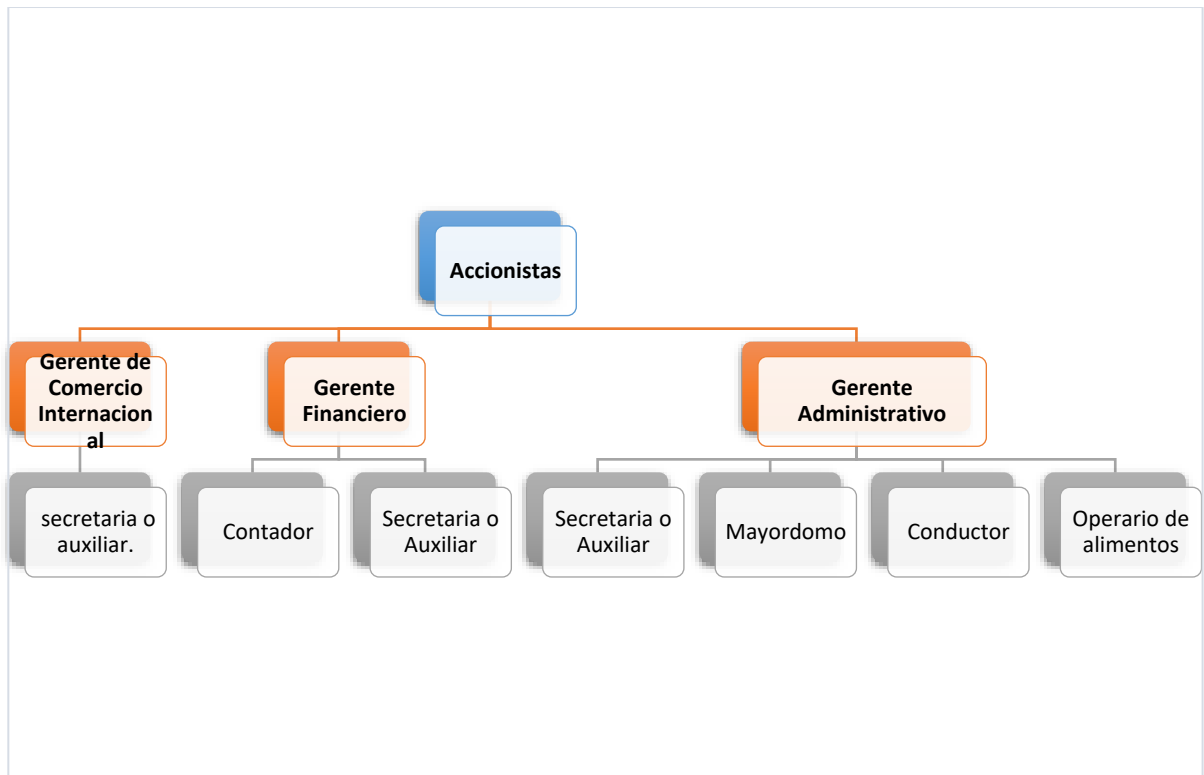
En este recuadro ubicamos el personal necesario para la producción y comercialización de nuestro producto.

Debemos contar con un equipo altamente calificado en constante capacitación haciendo de ellos no solamente trabajadores sino también parte de este proyecto.

## CAPITULO VI. ANALISIS ADMINISTRATIVO

### 6.1. Estructura organizacional del negocio.

#### 6.1.1 organigrama estructural organizacional.



*Ilustración 6.1.* Organigrama estructural organizacional.

*Fuente.* Elaboración propia.

En la figura anterior se muestra la estructura organizacional de Green Juice SAS. A continuación, se especifica las funciones y requisitos que se deben cumplir en cada uno.

### **Gerencias.**

En ellas recae toda la responsabilidad tanto en la financiera, como la comercial y como la administrativa. (Son desde estas que se les rinden cuentas a los accionistas de cómo se está manejando la empresa y sus dividendos).

Van a variar en función del sector en el que opere de acuerdo con las condiciones como, la planeación de las actividades que se desarrollen, organizar los recursos de la entidad, fijar una serie de objetivos que marcan el rumbo y el trabajo de la organización etc.

A continuación, se explicará la conformación de cada una de las áreas directas del organigrama de la empresa Green Juice SAS

### **Área Financiera y Mercadeo.**

Esta área está compuesta por un el Gerente Financiero, Contador y auxiliar o secretaria:

#### **Gerente Financiero.**

Su función comienza con negociar con instituciones bancarias, presentar informes y estados financieros, realizar operaciones de tesorería (cobranza y pagos), negociar contratos, entre otros.

- Realizar labores gerenciales, manejar información financiera, documentar y levantar informes, analizar tendencias y evaluar el desempeño de la empresa, garantizar que las actividades económicas cumplan con la regulación aplicable.
- Idear alternativas para minimizar los costos y las pérdidas.
- Deberá tener las siguientes competencias y habilidades: Pensamiento sistémico y estratégico, criterio empresarial, experiencia y preparación actual en todo lo relacionado con el mercado tributario y demás.

**Contador.**

- Su función comienza con diligenciar y mantener actualizados los libros de contabilidad.
- Mantener la información contable al día con todos los soportes a través de digitación en software (propiedad de la entidad).
- Elaborar y presentar los estados financieros con sus correspondientes notas y con la periodicidad acordada en el contrato.
- Preparar las declaraciones tributarias nacionales y territoriales, con los respectivos anexos.
- Elaboración de la información exógena con destino a las autoridades tributarias.
- Expedir las certificaciones que se requieran, con fundamento en los libros de contabilidad.
- Las demás que sean pactadas de conformidad con las necesidades del cliente y las entidades gubernamentales.
- Realizar auditorías
- Preparar nóminas y notificarlas al área administrativa

**Secretaria Área Financiera.**

- Su función es llevar a cabo un trabajo de oficina que implica la manipulación de cifras con gran exactitud.
- Introducir datos.
- Ejecutar informes.
- Utilizar hojas de cálculo o bases de datos.
- Preparar cartas o correos electrónicos.
  
- Dar apoyo a las diferentes áreas de la organización, así como atención a clientes, canalización de llamadas con buena actitud, manejo de caja menor, tener habilidad para resolver problemas.
- Habilidad para trabajar con hojas de cálculo.

- Tener habilidades comunicativas y habilidades interpersonales.
- Debe llevar el libro de compras y el libro de ventas al día.
- Debe llevar el registro del dinero que entra y sale, etc.

### **Área Administrativa.**

El área administrativa está compuesta por la secretaria general, gerente administrativo y todo el soporte de servicios varios de Green Juice S.A.S, la cual es la encargada del orden de toda la empresa, acá se encuentra el desglose de la misma área.

### **Gerente Administrativo.**

- Su función comienza con ejecutar y controlar la asignación de los recursos presupuestados para la empresa.
- Establecer las políticas y normas administrativas que conduzcan al fortalecimiento de los procesos de la compañía, además de trazar pautas para que los departamentos desarrollen sus actividades conforme a los objetivos establecidos.
- Es el responsable del presupuesto de la empresa, optimización de gastos de operación, selección y contratación de personal, deberá manejar el personal de manera que todos se encuentren capacitados y cumpliendo con la normatividad de la empresa.
- Se encargará de coordinar los servicios de mensajería y la logística de la empresa y las entregas y salidas de productos.
- Deberá planificar una vez conocidos los objetivos a alcanzar por la compañía después de cada junta (año a año) los retos que con los que se enfrentará nuestra compañía y cuál será el enfoque para dar lugar a su cumplimiento.

### **Secretaria Área Administrativa.**

- Dar apoyo a las diferentes áreas de la organización, así como atención a clientes, canalización de llamadas con buena actitud, contar con capacidad analítica, habilidad para resolver conflictos.
- Contar con habilidades de comunicación asertiva entre el equipo y los jefes.

- Contribuir a la eficiencia general del negocio, realizar tareas designadas desde escribir y archivar, contestar el teléfono, transmitir mensajes hasta manejar pagos a proveedores, estar presente de la mano de sus jefes en las reuniones de accionistas y contar con conocimiento para resolver dudas cuando se presente el caso.

### **Área Logística o de Producción.**

Su función se basa en optimizar la transformación de elementos, procura que la transformación siga los estándares de calidad y el producto final llegue a las manos de nuestros clientes cumpliendo con su solicitud.

Acá se enlazan nuestros agricultores, operarios, conductor y hasta el mayordomo que son quienes manipulan de principio a fin los alimentos y lo llevan a que se haga un producto final.

*Tabla 6.1. Perfil de personal.*

<b>Cargo</b>	<b>Área</b>	<b>Jefe</b>	<b>Perfil</b>
Gerente General	Administrativa	Accionistas	<p><b>Formación Profesional:</b></p> <p>Título universitario o Bachiller Universitario en Administración, Economía o carreras afines.</p> <p>Grado Académico de Maestría: (Obligatorio) Administración o Gestión Pública o afines.</p> <p>Especialización: (Deseable)</p> <p>Planeamiento Estratégico, Gestión de Proyectos, Finanzas, Gestión Pública, Sistemas de Gestión de la Calidad o afines.</p> <p><b>Experiencia:</b> Cinco (05) años, dos (02) de los cuales deberán ser en roles de dirección y/o gerencia, de preferencia en empresas de alimentos</p>

			<p><b>Otros:</b> Conocimiento de Inglés Avanzado (Deseable) Conocimiento de software comercial para trabajo de oficina.</p> <p>Conocimiento en gestión humana con enfoque en programas de capacitación, formación, gestión de talento, entre otros.</p> <p><b>Funciones:</b></p> <p>El Gerente General es responsable de lograr la óptima administración de los sistemas y recursos que conforman la infraestructura técnica, estructura administrativa y operativa de Green Juice S.A.S.</p> <p>Deberá manejar el personal de manera que todos se encuentren capacitados y cumpliendo con la normatividad de nuestra empresa.</p> <p>Se encargará de coordinar los servicios de mensajería y la logística de la empresa y las entregas y salidas de productos.</p> <p>Deberá planificar una vez conocidos los objetivos a alcanzar por la compañía después de cada junta (año a año) los retos que con los que se enfrentará nuestra compañía y cuál será el enfoque para dar lugar a su cumplimiento.</p>
Negociador internacional	Compras	Accionistas	<b>Formación Profesional:</b>

		<p>Título Universitario o Bachiller Universitario en Administración, Negocios Internacionales, Economía o carreras afines.</p> <p>Grado Académico de Maestría: (Obligatorio) Maestría Negocios Internacionales y /o Administración de Negocios.</p> <p>Especialización: (Deseable)</p> <p>Planeamiento Estratégico, Gestión de Proyectos, Finanzas, Gestión Pública, Sistemas de Gestión de la Calidad o afines.</p> <p><b>Experiencia:</b> Cinco (05) años, dos (02) de los cuales deberán ser en roles de dirección y/o gerencia, de preferencia en empresas de alimentos.</p> <p><b>Otros:</b> Conocimiento de Inglés Avanzado (Indispensable) Conocimiento de software comercial para trabajo de oficina.</p> <p>Conocedor en herramientas ofimáticas, conocimiento en reglamentación aduanera, con visión global y un alto interés de procesos de internacionalización de nuestro producto.</p> <p>Contar con conocimiento para generar una investigación e inteligencia de nuevos mercados.</p> <p>Tener herramientas para realizar planeación y desarrollo de estrategias de operación y</p>
--	--	---

			<p>comercialización en organizaciones con estándares internacionales.</p> <p>Conocer de logística internacional y manejo de mercancías</p> <p>Contar con conocimiento de administración de procesos de importación y exportación de bienes y servicios.</p> <p>Consultoría en banca y finanzas internacionales.</p> <p>Consultoría en materia de comercio internacional y comercio exterior.</p> <p><b>Funciones:</b></p> <p>El Gerente Negociador internacional es responsable de lograr toda la gestión comercial e internacional de Green Juice S.A.S.</p> <p>Deberá manejar estrategias para realizar ventas y contratos a nivel nacional e internacional de manera que se cumplan a cabalidad los planes de Gestión comercial (PGC) pactados anualmente con los accionistas.</p> <p>Conocedor de aspectos económicos, políticos, legales, sociales y culturales del dinámico entorno internacional, que impactan en el desarrollo de las organizaciones.</p>
Gerente Financiero	Mercadeo y Finanzas	Accionistas	<b>Formación Profesional:</b>



		<p>Título Universitario o Bachiller Universitario en Mercadeo, Contaduría, Economía o carreras afines.</p> <p>Grado Académico de Maestría: (Obligatorio) Maestría Contaduría, Economía o carreras afines.</p> <p>Especialización: (Deseable)</p> <p>Planeamiento Estratégico, Gestión de Proyectos, Finanzas, Gestión Pública, Sistemas de Gestión de la Calidad o afines.</p> <p><b>Experiencia:</b> Cinco (05) años, dos (02) de los cuales deberán ser en roles de dirección y/o gerencia, de preferencia en empresas de alimentos.</p> <p><b>Otros:</b> Conocimiento de Inglés Avanzado (Indispensable) Conocimiento de software comercial para trabajo de oficina.</p> <p><b>Funciones:</b></p> <p>Negociar con instituciones bancarias, presentar informes y estados financieros, realizar operaciones de tesorería (cobranza y pagos), negociar contratos, entre otros.</p> <p>Deberá tener las siguientes competencias y habilidades: Pensamiento sistémico y estratégico<sup>2</sup>, criterio empresarial, experiencia y preparación actual en todo lo relacionado con el mercado tributario y demás.</p> <p>Tener comportamiento ético y honesto<sup>3</sup> y contar con capacidades analíticas y proponer soluciones a</p>
--	--	---

			problemas que se puedan presentar con entidades gubernamentales.
Contador	Mercadeo y Finanzas	Gerente Financiero	<p><b>Formación Profesional:</b></p> <p>Título Universitario o Bachiller Universitario en Contaduría.</p> <p>Grado Académico de Maestría: (Opcional) Maestría Contaduría, Economía o carreras afines.</p> <p>Especialización: (Opcional) Maestría Contaduría, Economía o carreras afines.</p> <p><b>Experiencia:</b> Dos (02) años, Uno (01) de los cuales deberán ser en roles manejo contable.</p> <p><b>Funciones:</b></p> <p>Diligenciar y mantener actualizados los libros de contabilidad.</p> <p>Mantener la información contable al día con todos los soportes a través de digitación en software (propiedad de la entidad).</p> <p>Elaborar y presentar los estados financieros con sus correspondientes notas y con la periodicidad acordada en el contrato.</p> <p>Preparar las declaraciones tributarias nacionales y territoriales, con los respectivos anexos.</p> <p>Elaboración de la información exógena con destino a las autoridades tributarias.</p>

			<p>Expedir las certificaciones que se requieran, con fundamento en los libros de contabilidad.</p> <p>Las demás que sean pactadas de conformidad con las necesidades del cliente y las entidades gubernamentales.</p>
Secretaria y / o Auxiliar de Oficina	Administrativa o Mercadeo o Compras	Gerente	<p>Técnica en administración, contabilidad, o con el curso del SENA en secretariado, debe ser una persona con manejo de office y conmutador, capaz de trabajar bajo presión para el logro de objetivos, generar buenos resultados y confianza de los jefes, recepción, análisis y gestión de documentos del área administrativa.</p> <p>Experiencia mínima de 12 meses como secretaria.</p> <p>Formación complementaria en manejo de herramientas ofimáticas (Excel, Word, Power Point, entre otras).</p> <p><b>Funciones:</b> Apoyo a las diferentes áreas de la organización, así como atención a clientes, canalización de llamadas con buena actitud, contar con capacidad analítica, habilidad para resolver conflictos.</p> <p>Contar con habilidades de comunicación asertiva entre el equipo y los jefes.</p> <p>Contribuir a la eficiencia general del negocio, realizar tareas designadas desde escribir y archivar, contestar el teléfono, transmitir mensajes hasta</p>

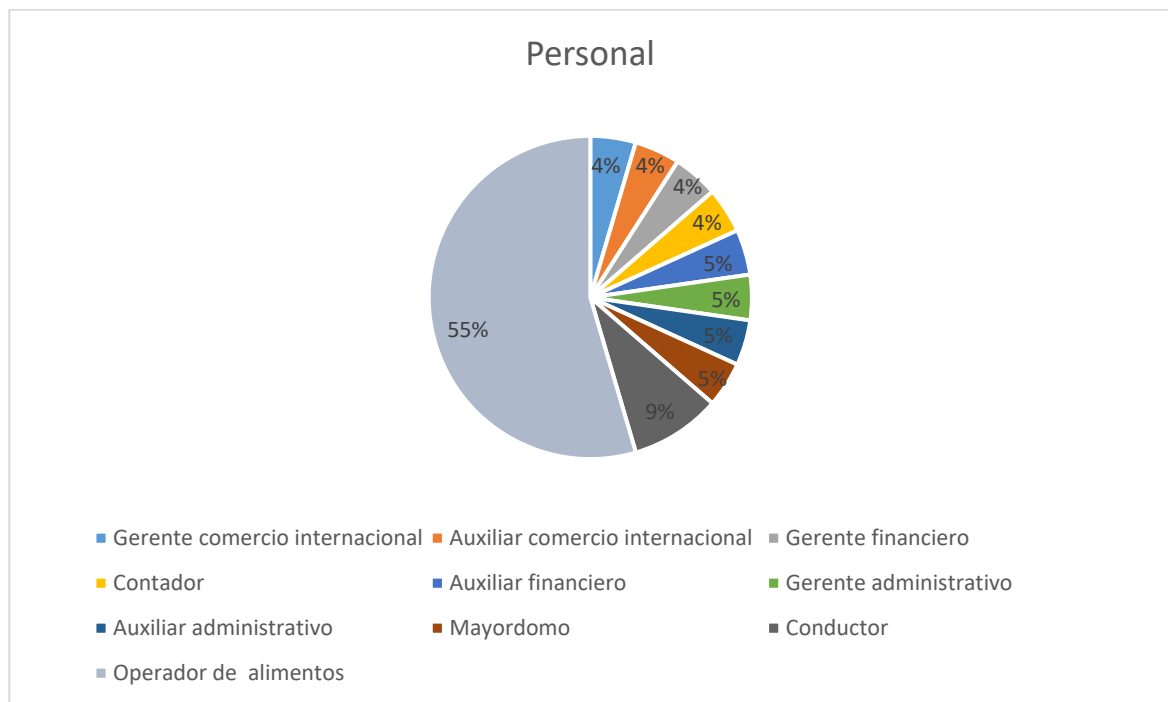
			manejar pagos a proveedores, estar presente de la mano de sus jefes en las reuniones de accionistas y contar con conocimiento para resolver dudas cuando se presente el caso.
Mantenimiento	Servicios Varios	Gerente General	<p>Bachiller con conocimiento en manejo de fincas con disponibilidad 24/7 para trabajar y residir en la finca de producción de Green Juice S.A.S</p> <p>Experiencia mínima de 12 meses.</p> <p>Competencias</p> <p>Conocimientos relacionados con la producción de finca para el adecuado manejo de los pastos. Adecuada capacidad de lectura y escritura y manejo de números.</p> <p><b>Funciones:</b></p> <p>Mantener y cuidar el inventario de herramientas agrícolas de la finca</p> <p>Realizar mantenimiento a jardines y prados.</p> <p>Estar pendiente de la salida y entrada del personal a cargo de la producción de la empresa, además de las funciones que ya se anunciaron.</p> <p>Recolección de material de desecho para ser entregado a la empresa de aseo.</p> <p>Tener conciencia ambiental, ser competente y honrado apasionado por su trabajo, con una gran calidad humana y muy responsable. Realizar con</p>

			amor su labor, establece metas, asigna labores, guía bien al resto del personal y cumple con los objetivos.
<b>Cargo</b>	<b>Área</b>	<b>Jefe</b>	<b>Perfil</b>
Agricultor y operario	Servicios Varios	Gerente General	<p>Bachiller, persona responsable, proactiva, ordenada que controla y realiza los procesos de recepción, cosecha, manipulación, transformación y elaboración de productos alimentarios como finalidad de nuestra empresa.</p> <p>Deberá contar con curso de manipulación de alimentos y estar constantemente capacitándose en el manejo de la maquinaria para el cuidado de estas.</p> <p><b>Habilidades</b></p> <p>Rapidez y eficacia en el trabajo en líneas de producción.</p> <p>Capacidad para trabajar en equipo.</p> <p>Capacidad de control y gestión de equipos cuando estos los necesiten.</p> <p>Control de garantía de higiene antes del envasado.</p> <p>Exactitud y gran precisión a la hora de aplicar órdenes directas de los superiores al mando.</p> <p>Conocimientos medios de sistemas operativos Windows y Mac.</p>

Conductor	Servicios Varios	Gerente General	<p>Bachiller, persona responsable, proactiva, ordenada que cuente con pase de quinta, con curso de manipulación de alimentos por temas de salubridad.</p> <p>Excelente presentación personal y trabajador en equipo. Experiencia mínima de 12 meses como conductor.</p> <p>Formación complementaria en mecánica básica.</p> <p>Deberá mantener el vehículo a su cargo en perfecto estado de aseo, presentación, funcionamiento y conservación y debe llevar un registro mensual de la historia del vehículo.</p> <p>Atender a las solicitudes de transporte que le sean expresadas por su jefe inmediato o por quien éste delegue.</p> <p>Establecer la ruta más eficiente para realizar la entrega de paquetes:</p> <p>Leer mapas y verificar las direcciones de entrega.</p> <p>Analizar todas las rutas posibles.</p> <p>Seleccionar la ruta de entrega que sea más eficaz.</p> <p>Inspeccionar los vehículos antes de su salida:</p> <p>Revisar los niveles de gasolina, aceite y refrigerante.</p> <p>Inspeccionar el vehículo para descartar el malfuncionamiento de cualquier pieza.</p> <p>Revisar los frenos, limpiaparabrisas, luces y nevera de congelación para evitar daños en las pulpas.</p>
-----------	---------------------	--------------------	---

			<p>Conducir el vehículo siguiendo las rutas preestablecidas:</p> <p>Cumplir con las leyes de tránsito terrestre.</p> <p>Estacionar en las áreas destinadas para la carga y descarga de mercancía o entregas de paquetes.</p> <p>Cumplir a cabalidad con las normas de tránsito.</p>
--	--	--	---

### 6.1.2 Organigrama Estructura Personal.



*Ilustración 6.2.* Organigrama estructura personal

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 6.2. Cargo y descripción del personal.

Cargo	Descripción
Gerente comercio exterior	<p>Promoción internacional de bienes y servicios.</p> <p>Planeación y desarrollo de estrategias de operación y comercialización en organizaciones con estándares internacionales.</p> <p>Logística internacional de mercancías</p> <p>Administración de procesos de importación y exportación de bienes y servicios.</p> <p>Asesoría en proyectos de inversión extranjera.</p> <p>Consultoría en banca y finanzas internacionales.</p> <p>Consultoría en materia de comercio internacional y comercio exterior.</p> <p><b>Funciones:</b></p> <p>El Gerente Negociador internacional es responsable de lograr toda la gestión comercial e internacional de Green Juice S.A.S.</p> <p>Deberá manejar estrategias para realizar ventas y contratos a nivel nacional e internacional de manera que se cumplan a cabalidad los planes de Gestión comercial (PGC) pactados anualmente con los accionistas.</p> <p>Conocedor de aspectos económicos, políticos, legales, sociales y culturales del dinámico entorno internacional, que impactan en el desarrollo de las organizaciones.</p>



Auxiliar Comercio exterior	<p>Realiza periódicamente investigación e inteligencia de nuevos mercados.</p> <p>Promoción internacional de bienes y servicios.</p> <p>Planeación y desarrollo de estrategias de operación y comercialización en organizaciones con estándares internacionales.</p> <p>Logística internacional de mercancías</p> <p>Administración de procesos de importación y exportación de bienes y servicios.</p> <p>Asesoría en proyectos de inversión extranjera.</p> <p>Consultoría en banca y finanzas internacionales.</p> <p>Consultoría en materia de comercio internacional y comercio exterior.</p> <p><b>Funciones:</b> Apoyo a las diferentes áreas de la organización, así como atención a clientes, canalización de llamadas con buena actitud, contar con capacidad analítica, habilidad para resolver conflictos.</p> <p>Contar con habilidades de comunicación asertiva entre el equipo y los jefes.</p> <p>Contribuir a la eficiencia general del negocio, realizar tareas designadas desde escribir y archivar, contestar el teléfono, transmitir mensajes hasta manejar pagos a proveedores, estar presente de la mano de sus jefes en las reuniones de accionistas y contar con conocimiento para resolver dudas cuando se presente el caso.</p>
----------------------------	--

Gerente financiero	<p>Apoyar las estrategias de mercadeo y conseguir nuevos aliados para la comercialización del producto, también apoyará la consolidación de los pedidos. También supervisa y se encarga del flujo del dinero y los activos que entran y salen de la empresa, realizar labores gerenciales, manejar información financiera, documental y levantar informes.</p> <p><b>Funciones:</b></p> <p>Negociar con instituciones bancarias, presentar informes y estados financieros, realizar operaciones de tesorería (cobranza y pagos), negociar contratos, entre otros.</p> <p>Deberá tener las siguientes competencias y habilidades: Pensamiento sistémico y estratégico<sup>2</sup>, criterio empresarial, experiencia y preparación actual en todo lo relacionado con el mercado tributario y demás.</p> <p>Tener comportamiento ético y honesto y contar con capacidades analíticas y proponer soluciones a problemas que se puedan presentar con entidades gubernamentales.</p>
Contador	<p>Es el encargado de gestionar la información financiera y comercial de la organización, este debe saber cuánto dinero entra a la empresa, cuánto dinero sale, cuanto se debería gastar, cuanto se debe pagar en tributos. También documentar informes financieros para ser entregados al gerente y este a su vez los explique en la junta de los accionistas. Revisar libros contables, analizar las ganancias y los gastos. Elaborar el balance de los libros financieros. Redactar informes sobre el estado financiero. Manejar registros, sistemas y presupuestos financieros. Asesorar en materia financiera de la mano con el gerente financiero, tales</p>

	<p>como mejorar el negocio, reducción de costos, insolvencia, entre otros.</p> <p><b>Funciones:</b></p> <p>Diligenciar y mantener actualizados los libros de contabilidad.</p> <p>Mantener la información contable al día con todos los soportes a través de digitación en software (propiedad de la entidad).</p> <p>Elaborar y presentar los estados financieros con sus correspondientes notas y con la periodicidad acordada en el contrato.</p> <p>Preparar las declaraciones tributarias nacionales y territoriales, con los respectivos anexos.</p> <p>Elaboración de la información exógena con destino a las autoridades tributarias.</p> <p>Expedir las certificaciones que se requieran, con fundamento en los libros de contabilidad.</p> <p>Las demás que sean pactadas de conformidad con las necesidades del cliente y las entidades gubernamentales.</p>
Auxiliar Financiero	<p>Apoyar las estrategias de mercadeo y conseguir nuevos aliados para la comercialización del producto, también apoyará la consolidación de los pedidos. También supervisa y se encarga del flujo del dinero y los activos que entran y salen de la empresa, realizar labores gerenciales, manejar información financiera, documental y levantar informes.</p>

Gerente administrativo	<p>Gestionar la comunicación de la empresa tanto a nivel interno como con proveedores y clientes. Además, manejar el personal de manera que todos se encuentren capacitados y cumpliendo con las normatividades de nuestra empresa, por otro lado, coordinar los servicios de mensajería y la logística de la empresa y las entregas y salidas de los productos, Planificar una vez conocida los objetivos a alcanzar en la compañía, se encargara de concretar los pasos necesarios para llegar hasta allí. Definiendo un marco de trabajo, todas las acciones y procesos que deberán ponerse en marcha quedan concretando en un plan. Un mayor control sobre el curso de las operaciones, al simplificar el seguimiento ofreciendo referencias. Organizar: Herramientas, materiales, equipos.</p>
Auxiliar administrativo	<p>Gestionar la comunicación de la empresa tanto a nivel interno como con proveedores y clientes. Además, manejar el personal de manera que todos se encuentren capacitados y cumpliendo con las normatividades de nuestra empresa, por otro lado, coordinar los servicios de mensajería y la logística de la empresa y las entregas y salidas de los productos, Planificar una vez conocida los objetivos a alcanzar en la compañía, se encargara de concretar los pasos necesarios para llegar hasta allí. Definiendo un marco de trabajo, todas las acciones y procesos que deberán ponerse en marcha quedan concretados en un plan. Un mayor control sobre el curso de las operaciones, al simplificar el seguimiento ofreciendo referencias. Organizar: Herramientas, materiales, equipos.</p>
Mayordomo	<p>Es el encargado de la salida y entrada del personal a cargo de la producción de la empresa, además de las funciones que requieren que son: el mantenimiento de las zonas aleñadas a los cultivos y de la recolección de material de desecho para ser entregado a la empresa de aseo.</p>

	<p><b>Funciones:</b></p> <p>Mantener y cuidar el inventario de herramientas agrícolas de la finca</p> <p>Realizar mantenimiento a jardines y prados.</p> <p>Estar pendiente de la salida y entrada del personal a cargo de la producción de la empresa, además de las funciones que ya se anunciaron.</p> <p>Recolección de material de desecho para ser entregado a la empresa de aseo.</p> <p>Tener conciencia ambiental, ser competente y honrado apasionado por su trabajo, con una gran calidad humana y muy responsable.</p> <p>Realizar con amor su labor, establece metas, asigna labores, guía bien al resto del personal y cumple con los objetivos.</p>
Conductor	<p>Trasportar de forma puntual y directa los alimentos o pedidos que estén en lista, además de ser responsable de la entrega de los alimentos en perfecto estado.</p> <p><b>Funciones:</b></p> <p>Atender a las solicitudes de transporte que le sean expresadas por su jefe inmediato o por quien éste delegue.</p> <p>Establecer la ruta más eficiente para realizar la entrega de paquetes:</p> <p>Leer mapas y verificar las direcciones de entrega.</p> <p>Analizar todas las rutas posibles.</p> <p>Seleccionar la ruta de entrega que sea más eficaz.</p>

	<p>Inspeccionar los vehículos antes de su salida:</p> <p>Revisar los niveles de gasolina, aceite y refrigerante.</p> <p>Inspeccionar el vehículo para descartar el malfuncionamiento de cualquier pieza.</p> <p>Revisar los frenos, limpiaparabrisas, luces y nevera de congelación para evitar daños en las pulpas.</p> <p>Conducir el vehículo siguiendo las rutas preestablecidas:</p> <p>Cumplir con las leyes de tránsito terrestre.</p> <p>Estacionar en las áreas destinadas para la carga y descarga de mercancía o entregas de paquetes.</p> <p>Cumplir a cabalidad con las normas de tránsito.</p>
Operador de alimentos	Realizar un correcto sembrado de las frutas, con todos los procedimientos adecuados y requeridos, además de la recolecta de los mismos y el uso de las máquinas para el procesamiento de las frutas y empaque final de las pulpas.

*Fuente.* Elaboración propia.

### **6.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados.**

Los costos de personal de GREEN JUICE S.A.S son los siguientes, cabe anotar que nuestra empresa no tendrá servicios tercerizados.

Tabla 6.3. Costos de personal.

<b>Cargo</b>	<b>Salario base</b>	<b>Auxilio de Transporte</b>	<b>Prestaciones sociales (32,83%)</b>	<b>Aporte seguridad social (27,46%)</b>	<b>SRM</b>
Gerente de comercio internacional	2'300.000	0	755.090	631.580	3'686.670
Gerente financiero	3'300.000	0	1'083.390	906.180	5'289.570
Gerente administrativo	3'300.000	0	1'083.390	906.180	5'289.570
Secretaria o auxiliar	1'200.000	102.854	393.960	329.620	2'026.434
Contador	2'000.000	0	656.600	549.200	3'205.800
Mayordomo	981.000	102.854	322.062	269.382	1'675.298
Operario de alimentos	981.000	102.854	322.062	269.382	1'675.298
Conductor	1'000.000	102.852	328.300	274.600	1'705.752
				<b>TOTAL</b>	24'554.392

*Fuente.* Elaboración propia.

### **Prestaciones sociales.**

Estas están compuestas por: prima de servicios, cesantías, intereses a cesantías y vacaciones.

- ✓ Prima de servicios: 8.33%
- ✓ Cesantías: 8.33%
- ✓ Intereses sobre cesantías: 12%
- ✓ Vacaciones: 4.17%

### *Ilustración 6.3. Prestaciones sociales*

Fuente. (Gerencie.com, 2020)

### **Aportes a seguridad social.**

Estos están compuestos por: Salud, pensión y ARL.

Concepto/Responsable	Empleador
Salud	8.5%
Pensión	12%
Arl	0.522% a 6.960%

### *Ilustración 6.4. Aportes seguridad social.*

Fuente. (Gerencie.com, 2020)

### **Aportes parafiscales.**

Estos aportes constan de Caja de Compensación Familiar y aportes al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)

En el año 2016 a través de la Ley 1819 se exonera el pago de los aportes parafiscales a favor del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA 2%) e Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF 3%)

### **Personas naturales.**

De acuerdo con el artículo 65 de la ley 1819 de 2016, se adiciona el artículo 114-1, las personas naturales empleadoras estarán exoneradas de la obligación de pago de los aportes parafiscales al SENA, al ICBF y al Sistema de Seguridad Social en Salud por los empleados



que devenguen menos de diez (10) salarios mínimos legales mensuales vigentes. Lo anterior no aplicará para personas naturales que empleen menos de dos trabajadores.

### **Personas Jurídicas (Empresas).**

Este mismo artículo, estipula que estarán exoneradas del pago de los aportes parafiscales a favor del Servicio Nacional del Aprendizaje (SENA), del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y las cotizaciones al Régimen Contributivo de Salud, las sociedades y personas jurídicas y asimiladas contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta y 29 complementarios, correspondientes a los trabajadores que devenguen, individualmente considerados, menos de diez (10) salarios mínimos legales mensuales vigentes. (Congreso de Colombia, 2016)

## **6.2 Costos de estructura organizacional del negocio.**

### **6.2.1. Locaciones empresa**

Green Juice S.A.S cuenta con locaciones propias las cuales se encuentran ubicadas en los municipios de Barbosa, Antioquia y Chocontá, Cundinamarca. Las instalaciones administrativas se encuentran en el municipio antioqueño, de donde se realizará el despacho a supermercados de Medellín y exportación a la Republica de Chile.

Estas locaciones estan avaluadas en COP\$1.000'000.000. El predio ubicado en Barbosa tiene un valor de COP 700'000.000, mientras que el que se encuentra en Chocontá, tiene un valor de COP\$300.000.000.

La sede administrativa cuenta con un área de 40m<sup>2</sup> y consta de oficinas, baños (hombres y mujeres), cocina y zona de espera.

A continuación, se mostrará la distribución del área administrativa de Green Juice S.A.S.

Tabla 6.4. Locaciones empresa.

Oficinas	Baño mujeres	Baño hombres	Cocina
	Zona de espera		

### 6.2.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres.

Para el caso de la empresa Green Juice S.A.S contamos con la siguiente maquinaria para la producción de nuestras pulpas:

#### **Despulpadora de frutas y vegetales.**

Tolva, guarda y tamiz desmontable para un rápido lavado entre productos diferentes. Equipo robusto con tamices calibre 16 (1.5mm) que garantiza su durabilidad.

La fruta y los vegetales se depositan en la tolva de alimentación que permite el ingreso a una primera zona, donde el eje con ayuda de unos pines rompe la cáscara del producto. Posteriormente el producto pasa a una segunda etapa donde se encuentra con dos aspas, ajustadas al tamiz, que se encargan de presionar el fruto contra el tamiz y filtrar las partículas.

#### **Dosificadora volumétrica por pistón.**

La mezcla una vez lista se desplaza en la dosificadora volumétrica por pistón que tiene unos seleccionadores que absorben la cantidad correcta y lo empacan al sellado vacío.

### **Banda Transportadora.**

Como lo indica su nombre se colocan en la banda para su transporte para luego manualmente se ingresan 5 paquetes de pulpa en cada paquete donde se valida el nombre de nuestra empresa, el logo y demás información nutritiva necesario para su distribución y venta.

### **Cava.**

Una cava cuarto o cámara de refrigeración es un contenedor industrial o comercial que tiene como finalidad mantener materias primas susceptibles de ser almacenadas a temperaturas controladas muy por debajo, habitualmente, de la temperatura ambiente exterior, y que puede además tener condiciones peculiares, de humedad, presión, alteración térmica o mantenimiento muy determinadas.

Todos nuestros paneles presentan el mismo acabado con un espesor de 75mm y 100mm que soportan temperaturas hasta - 15°C y - 30°C, lleva en el marco de la puerta incorporado una resistencia eléctrica tipo cable.

Para este caso se tienen dos cavas de las siguientes estructuras:

### **Medidas de Cavas.**

Frente	Profundidad	Alto
5,00	3,00	2,40
4,00	4,00	2,40

*Ilustración 6.5. Medidas de cavas*

*Tabla 6.5. Equipos.*

Equipos muebles y enseres	Cantidad	Valor	Proveedor	Gasto Mensual, anual o una vez

Maquina despulpadora	1	\$25.020.000	CI TALSА	UNA VEZ
Dosificadora volumétrica por pistón	1	\$74.000.000	CI TALSА	UNA VEZ
Maquinas empacadoras del producto en líquido	2	\$18.000.000	CI TALSА	UNA VEZ
Cavas de congelación	2	\$44.000.000	CI TALSА	UNA VEZ

*Fuente.* Elaboración propia

Para el arado y levantamiento de los vegetales usamos las siguientes herramientas:

<b>Labor</b>	<b>Velocidad Km/h</b>	<b>Eficiencia %</b>
<b>Labranza</b>		
Arada	4 – 6.5	75 – 90
Rastrillada	4.5 – 8.8	80 – 90
Pulida	4.5 – 8.0	80 – 90
Rastra de púas	3.5 – 5.5.	70 – 90.
Surcada	5.5 – 8.0	80 – 90
Packers	6 – 9.0	80 – 90
Nivelación	5 – 7.0	80 – 90

*Ilustración 6.6.* Maquinaria y mecanización agrícola

*Fuente.* (Polanco Puerta)

Para temas administrativos contamos con los siguientes elementos:

*Tabla 6.6.* Muebles y enseres.

<b>Equipos muebles y enseres</b>	<b>Unidades</b>	<b>Valor Unidad</b>	<b>Gasto Mensual, anual o una vez</b>	<b>Proveedor</b>
Computador Todo en 1	3	\$2.900.000	UNA VEZ	SOFTECNET
Impresora	1	\$909.900	UNA VEZ	FALLABELLA
Teléfonos	3	\$145.000	UNA VEZ	HEMECENTER

Lector de códigos de barras	4	\$285.000	UNA VEZ	HOMECENTER
Escritorio Oficina Gerencia	1	\$834.600	UNA VEZ	DISLON
Escritorio Oficina Comercial	1	\$658.000	UNA VEZ	DISLON
Escritorio Recepción	1	\$450.000	UNA VEZ	DISLON
Silla Gerente Ergonómica	4	\$700.000	UNA VEZ	DISLON
Silla secretaria Ergonómica	3	\$160.000	UNA VEZ	DISLON
Tándem de 4 puestos	2	\$425.000	UNA VEZ	DISLON
Sillas sala de espera	6	\$160.640	UNA VEZ	DISLON
Mesa para la impresora	1	\$156.000	UNA VEZ	DISLON
Archivadores	2	\$290.000	UNA VEZ	DISLON
Estantería de tres pisos de 2 X 2 X 3	16	\$300.000	UNA VEZ	MECALUX
UPS	3	\$128.900	UNA VEZ	SOFTECNET

Fuente. Elaboración propia

En este recuadro colocamos todos los muebles utilizados en nuestra empresa, los cuales solo tienen cobro una única vez, pero que necesitaran mantenimiento después de que cumplan su uso ya sea en el mismo equipo, unidad o encere, o ya sea reemplazando la unidad por una nueva.

Con los proveedores contamos con un servicio de mantenimiento gratuito hasta un año después de la compra.

### 6.2.3. Requerimientos de materiales e insumos por área.

Otro aspecto importante en las organizaciones son los materiales e insumos, que para el caso de nuestra empresa GREEN JUICE S.A.S son sumamente importantes para cumplir a cabalidad con las exigencias del mercado. Nuestra empresa dedicada a la producción, comercialización y producción de jugos verdes necesita de unos elementos básicos, y no se trata de los ingredientes y /o empaques del jugo, necesitamos de otros elementos para dar funcionamiento a nuestra empresa de la forma más hábil y ágil posible. Siendo sustentables, sostenibles y eficientes.

*Tabla 6.7. Insumos de oficina requeridos en la empresa GREEN JUICE SAS.*

<b>Insumos de oficina</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Proveedor</b>
Resmas de papel	5	\$13.000	\$65.000	Papelería TODO EN ARTE
Perforadora	1	\$58.000	\$58.000	Papelería TODO EN ARTE
Grapadora	1	\$12.000	\$12.000	Papelería TODO EN ARTE
Tintas de impresora	1	\$80.000	\$80.000	Papelería TODO EN ARTE
Caja de Lapiceros	1	\$13.500	\$13.500	Papelería TODO EN ARTE
Caja de Lápiz	1	\$9.600	\$9.600	Papelería TODO EN ARTE
Caja de Marcadores	1	\$10.000	\$10.000	Papelería TODO EN ARTE

Pegante Grande	1	\$11.900	\$11.900	Papelería TODO EN ARTE
Sellos húmedos	5	\$18.500	\$92.500	Papelería TODO EN ARTE
Tijeras Grandes	2	\$6.900	\$13.800	Papelería TODO EN ARTE
Cinta gruesa	1	\$20.000	\$20.000	Papelería TODO EN ARTE
Cinta delgada	1	\$10.800	\$10.800	Papelería TODO EN ARTE
Cinta de enmascarar	3	\$2.650	\$7.950	Papelería TODO EN ARTE
Caja de Resaltadores	1	\$12.400	\$12.400	Papelería TODO EN ARTE
Libretas para anotación	50	\$9.000	\$450.000	Papelería TODO EN ARTE
Cortadores de papel – Guillotina	4	\$100.000	\$400.000	Papelería TODO EN ARTE

*Fuente.* Elaboración propia.

GREEN JUICE S.A.S realizó una búsqueda en diferentes plataformas de comercio como lo son el éxito, SAO, Metro, Homecenter, entre otras, por otro lado, se realizaron cotizaciones en diferentes papelerías y empresas de suministros de oficina siendo la empresa papelería TODO EN ARTE la elegida.

Se realiza contrato para que suministre durante 4 veces al año insumos de forma gradual, si es necesario de acuerdo con la comunicación que tenga con el personal administrativo.

Los precios acá indicados fueron tomados de la última cotización que se puede validar en TODO EN ARTES online. (Todo en Artes, 2020) .

### 6.2.4 Requerimientos de servicios por área.

Los servicios requeridos para el funcionamiento eficiente de Green Juice S.A.S son los siguientes:

*Tabla 6.8.* Requerimientos de servicios por área.

<b>Servicios</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Energía Eléctrica	EPM	Servicio de energía eléctrica para el funcionamiento de los equipos de la empresa	COP\$ 500.000
Agua	EPM	Servicio de agua para el riego de los diferentes cultivos y demás actividades cotidianas	COP\$ 400.000
Gas	EPM	Servicio de gas para uso en la cocina de los empleados	COP\$ 50.000
Aseo	EMVARIAS	Servicio de recolección de basura de la empresa	COP\$ 100.000
Internet, teléfono y televisión	MOVISTAR	Paquete de internet de 50MB más telefonía fija	COP\$ 220.000
Predial	Alcaldía	Este se paga cada 3 meses	COP\$ 250.000
Vigilancia	Covitec	Encargado de la seguridad y vigilancia de la finca	COP\$ 981.000
Seguro maquinaria	Seguros Bolivar	Este corresponde a la maquinaria adquirida para el proceso de producción de las pulpas las cuales tienen un valor total de 223'020.000.	COP\$33'453.000



		El costo de este tiene un equivalente al 15% de la mercancía.	
Mantenimiento maquinaria	C.I. TALSA	Este mantenimiento se realizará cada 6 meses por la empresa donde se adquirieron las maquinas	Los 2 primeros mantenimientos estan incluidos dentro la garantía.

*Fuente.* Elaboración propia

## **CAPITULO VII. ANALISIS LEGAL**

### **7.1 Tipo de Organización empresarial.**

GREENJUICE S.A.S, es una “Sociedad por Acciones Simplificada”, el cual es el tipo de sociedad más utilizado en el país, aprobado con La Ley 1258 de 2008, que tiene características flexibles y con costos menores (Congreso de Colombia, 2008). Estas son las características que nos permiten identificar que GREENJUICE es una sociedad por acciones simplificadas.

- No es de carácter obligatorio tener más de una persona en esta sociedad.
- Se cuenta con la posibilidad de elegir las normas societarias que mejor se acoplen a los intereses de los propietarios.
- Sin importar las actividades económicas, la naturaleza de las SAS siempre será de carácter comercial.
- Permite que la compañía importe o exporte mercancías o servicios bajo cualquier tipo de régimen, siempre y cuando se acojan a las disposiciones aduaneras y fiscales como cualquier otra, es decir, no hay ningún beneficio específico a nivel impositivo o arancelario por ahora.
- No es obligatorio tener revisor fiscal

- La responsabilidad de los empresarios es limitada, los acreedores no pueden tocar el patrimonio personal o familiar del representante legal.
- Facilita el camino para acceder a fondos de capital de riesgo y capital semilla.
- No hay necesidad de una cuota mínima inicial lo cual hace más sencilla su creación.

## 7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.

Tabla 7.1. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Trámite	Descripción	Costo	Tiempo
Definición del tipo de matricula	<p>Se debe elegir una de las formas jurídicas para realizar las actividades comerciales, tienes dos opciones, persona natural o persona jurídica.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persona natural: Es cuando la actividad comercial la ejerce una persona a nombre propio.</li> <li>• Persona jurídica: es una figura en la que el negocio es una sociedad que funciona con patrimonio independiente al de sus accionistas. Siempre necesita de un representante legal quien actúa en nombre de la sociedad.</li> </ul>	No tiene costo	Una Vez
Consulta del nombre	Este trámite permite verificar que el nombre que se desea poner a la empresa esté disponible, es decir	No tiene costo	Una vez

	que no haya uno igual para poder ser registrado.		
Consulta de clasificación por actividad económica	Este trámite permite que los empresarios puedan clasificar su empresa dentro de una actividad específica, eligiendo el código que más se ajuste a la actividad económica en la que se va a desempeñar. Por su parte, se puede verificar si la actividad económica está permitida en el municipio.	No tiene costo	Se realiza una vez siempre y cuando la actividad económica no cambie.
Verificación ante la secretaría de salud	Es necesario consultar con la secretaría de salud del municipio, si requieres que el establecimiento sea visitado por un funcionario, ellos determinan si inspeccionan el lugar según la actividad que se realice.	No tiene costo	Una vez
Verificación del código de la actividad mercantil	El Código CIIU es la Clasificación Industrial Internacional Uniforme y tiene como propósito agrupar todas las actividades económicas similares por categorías lo cual facilita el análisis estadístico y económico empresarial.	No tiene costo	Una vez
Verificación si se es beneficiario de la Ley de	Esta ley tiene por objeto promover el empleo y el emprendimiento juvenil, a continuación, se nombran	No tiene costo	Una vez

empresarial juvenil	<p>los requisitos para acceder a los beneficios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si es persona natural, el comerciante debe entre 18 y 35 años.</li> <li>• Si es persona jurídica, la empresa debe tener participación de uno o varios socios o accionistas que tengan entre 18 y 35 años, y representen como mínimo la mitad más una de las cuotas, acciones o participaciones en que se divide el capital.</li> <li>• La empresa debe tener hasta 50 trabajadores.</li> <li>• Los activos no pueden superar los 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.</li> </ul>		
Diligenciar el formulario RUT	Este documento asigna el número que identifica, ubica y clasifica a las personas y entidades sujetas a obligaciones con la DIAN. Para solicitarlo, se debe seleccionar el código CIU de la actividad económica y los códigos de responsabilidad para determinar los pagos que debes hacer ante la	No tiene costo	Se actualiza anual

	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.		
Formulario RUES para la matrícula de los comerciantes. Jurídica	Se adquiere y paga en la taquilla de la Cámara de Comercio	\$5.800	
Derecho de Inscripción por constitución	Radicación de los documentos en la Cámara de Comercio	\$43.000	Se genera una sola vez
Impuesto de matrícula mercantil con cuantía	Es el 7,50 por cada mil sobre el capital social para sociedades de personas, y sobre el capital suscrito para las sociedades por acciones como las S.A.S. La fecha del documento debe ser igual o inferior a dos meses.	\$37.500	Anual
Impuesto de matrícula mercantil sin cuantía	Se genera por cada órgano de administración nombrado. Se cobra mínimo un impuesto de registro por representante legal y máximo tres, cuando la sociedad tiene junta directiva o revisor fiscal. La fecha del documento debe ser igual o inferior a dos meses.	\$331.200	Anual

Matrícula Mercantil	Es el registro que deben hacer los comerciantes (personas naturales y jurídicas) y los establecimientos de comercio en la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar donde van a desarrollar su actividad y donde va a funcionar el establecimiento de comercio para dar cumplimiento a una de las obligaciones mercantiles dispuestas en el código de comercio:	Si se acoge a la Ley 1780 de 2016 es costo es \$0	Se renueva cada año ante la cámara de comercio
Elaborar el documento de constitución de la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la sociedad que se constituye cualquiera sea su tipo y que tengan una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores o activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes, podrá constituirse por documento privado.</li> <li>• Si no cumple con alguno de las condiciones anteriores, deberá constituirse por escritura pública.</li> </ul>	Realizado por acuerdo de socios, por ende, su costo es \$ 0	Una vez
Presentar los anteriores documentos en cualquier	Con la presentación de los anteriores documentos en la cámara de comercio se obtiene:	No tiene costo	Una vez

sede de la Cámara de Comercio:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inscripción en el Registro Mercantil.</li> <li>• Asignación del NIT.</li> <li>• Matrícula de Industria y Comercio.</li> <li>• Pago del impuesto de Rentas Departamentales de Antioquia para el caso de sociedades (matrícula de persona natural no requiere el pago de este impuesto).</li> <li>• Registro mercantil y/o certificado de existencia y representación legal</li> </ul>		
Solicitud de autorización para numeración de facturación	La persona natural o jurídica debe solicitar autorización ante la DIAN la numeración de las facturas que debe imprimir, siempre y cuando sea responsable del impuesto sobre las ventas IVA.	No tiene costo	Cada dos años, se solicita a la DIAN
Diligenciamiento y presentación de declaraciones tributarias:	El pago de los tributos es una obligación para los ciudadanos que la ley ha determinado que deben pagarlos		La presentación de la declaración debe realizarse dentro del plazo y lugar estipulado por el Estado, se solicita a la DIAN

Declaración de Industria y Comercio:	Se genera por la realización directa o indirecta de cualquier actividad industrial	No tiene costo	Deben presentar durante los cuatro (4) primeros meses de cada año
Libro de actas máximo órgano	Es exigido legalmente para llevar un orden y tener prueba de las actas donde constan las reuniones de los socios o accionistas. Se solicita cuando la sociedad ya está registrada.	\$14.400	Se solicita cuando este se agota
Libro de registro de socios o accionistas	Prueba legal de los socios o accionistas que tiene la sociedad.	\$14.400	Se solicita cuando este se agota
Matricula mercantil de establecimiento de comercio	Se paga una sola vez, dependiendo del valor de los activos que hacen parte del negocio.	\$93.000	Una vez
Certificado de registro mercantil	Se solicita cuando la empresa ya está registrada.	\$5.800	Una vez
Impuesto de industria y comercio	En Medellín por ingresos del comerciante se paga \$350.000 mensual.	\$4.200.000	Anual
Registro de marca	Se aplica descuento del 25% a empresas de hasta 200 empleados o 15.000 SMMLV.	\$666.000	Cada 10 años



Registro fitosanitario ICA	Este registro permite al exportador obtener los certificados fitosanitarios de las frutas requeridos por los países compradores.	\$1.139.440	Se actualiza con cambio de proveedor
Registro del predio ICA	Este registro permite la producción de frutas frescas para la exportación.	\$364.831	Una vez
Registro Sanitario INVIMA	Este registro permite la producción y comercialización de las frutas y las bebidas con adición de jugo (zumo) o pulpa de fruta o concentrados de fruta.	\$2.048.115	Una vez

## CAPÍTULO VII. ANÁLISIS FINANCIERO

### 8.1. Tasas de interés, impuestos, tasas de rentabilidad.

La industria de alimentos siempre es constante y de manera ascendente, de hecho, los inversionistas siempre buscan la forma de invertir en este sector.

Los alimentos procesados tiene estimado de un 40% de aumento en el consumo para estos últimos años, y se tiene un aumento de 2% a 3% real en el sector que fue en el 2019, aunque tenemos que tener muy en cuenta que este último año, hablando del 2020 por el tema del Covid 19, todos los sectores en general están sufriendo debido a la pandemia por la cual se está pasando, tanto las personas como las empresas no están funcionando al 100% debido

al confinamiento y a la falta de circulación libre de la economía (La República, 2019) (La República, 2019)

Basándonos en la tasa de rentabilidad del sector la tasa de rentabilidad esperada es del 5%.

Según los cálculos realizados y sacando el costo variable unitario y el precio de venta unitario podemos identificar que el margen de contribución es de 24,71%

### Prima de Riesgo

La Prima de riesgo de mercado y la Tasa libre de riesgo que calculamos depende de los datos de los países donde las empresas obtienen sus ingresos, es decir, se realiza una media ponderada según el peso que cada país tiene en la facturación de la compañía, para GREEN JUICE S.A.S aplica en Colombia y Chile, ya que estos son los territorios en donde esta nuestro producto en distribución y venta.

La prima de riesgo en Colombia cotiza en los 556 puntos. Su valor se mantiene igual que el día anterior desde el día previo.

En los últimos doce meses la prima de riesgo en Colombia ha descendido 90 puntos y en lo que va de año ha descendido 51 puntos

Desde el año 2012 hasta ahora, 9.946 ha sido el precio más alto al que ha cotizado la prima de riesgo, el 24 de noviembre de 2016, mientras que, en el 7 de marzo de 2013,

cotizaba en los 320 que fue su precio mínimo en este periodo.

 Chile	2,860	2,860	2,860	-0,010	-0,35%	342,5	200,1	17/11
 China	3,305	3,305	3,305	+0,019	+0,58%	387,0	244,6	17/11
 Chipre	0,218	0,302	0,259	-0,043	-16,48%	78,3	-64,1	17/11
 Colombia	5,012	5,040	5,012	-0,003	-0,06%	557,7	415,3	17/11

*Ilustración 8.1.* Prima de riesgos.

La prima de riesgo en Chile cotiza en los 342 puntos. Su valor se aumenta al día anterior desde el día previo. (Datos Macro, 2020)

### **Cálculo de la tasa libre de riesgo:**

El valor de la tasa libre de riesgo corresponde a la tasa Cero Cupón del día de valoración para el plazo  $t$  expresada en forma continua. Para el cálculo de la tasa continua se usa la siguiente formula:

$$R_c = \ln(1 - R_d)$$

Donde:

R<sub>c</sub>: Tasa libre de riesgo expresada en forma continua.

R<sub>d</sub>: Tasa Cero Cupón del día de valoración para el plazo  $t$  expresada en forma discreta.

(Bolsa de Valores de Colombia, 2020)

### **¿Qué es el impuesto de la CREE?**

El impuesto sobre la Renta para la Equidad **CREE** es un tributo de destinación específica para la financiación de programas de inversión social, en beneficio de la población más necesitada, que es usuaria del SENA y del ICBF. ... La tarifa del Impuesto sobre la Renta para la Equidad es del 9%.

Creado a partir del 1 de enero de 2013 como aporte de las sociedades y personas jurídicas y asimiladas en beneficio de los trabajadores, la generación de empleo y la inversión social en los términos de la ley 1607 de 2012.

Deben presentar y pagar el impuesto CREE, si es contribuyente declarante del impuesto sobre la renta y complementarios y es:

- Sociedad
- Persona jurídica y asimilada
- Sociedad y entidad extranjera por sus ingresos de fuente nacional.

No debe presentar el impuesto CREE, si es:

- Persona natural.
- Entidad sin ánimo de lucro.

- Sociedad declarada como zona franca a dic.31/12 o que hubieren radicado solicitud a 31-12-2012.
- Usuario de zona franca y que se encuentre sujeta a la tarifa especial del impuesto sobre la renta y complementarios establecida en el artículo 240-1 ET.

Sí, es diferente porque:

- El impuesto sobre la Renta para la Equidad CREE es un tributo de destinación específica para la financiación de programas de inversión social, en beneficio de la población más necesitada, que es usuaria del SENA y del ICBF. La declaración la presentan y pagan sólo las personas jurídicas contempladas en la Ley a diferencia del Impuesto sobre la Renta que la presentan y pagan tanto personas naturales como jurídicas.
- La tarifa del Impuesto sobre la Renta para la Equidad es del 9%. Para el impuesto sobre la Renta personas jurídicas la tarifa es del 25%.
- La base gravable del Impuesto sobre la Renta para la Equidad, CREE contempla menos deducciones y rentas exentas que el Impuesto sobre la Renta.
- Los responsables del CREE tienen la exoneración de los pagos de aportes parafiscales (SENA - ICBF) y aporte a salud.

La base gravable se calcula así: Ingresos brutos susceptibles de incrementar el patrimonio, sin incluir las ganancias ocasionales. (+) Rentas Brutas Especiales (-) devoluciones, rebajas y descuentos (-) ingresos no constitutivos de renta ni ganancia ocasional = Ingresos netos (-) Costos (-) Deducciones (-) Rentas exentas (+) Renta por recuperación de deducciones = BASE GRAVABLE DEL CREE. En todo caso, la base gravable del CREE no podrá ser inferior al 3% del Patrimonio Líquido del contribuyente en el último día del año gravable inmediatamente anterior. (DIAN, 2020)

## **8.2 Aporte de los socios.**

Para iniciar la operación debemos tener en cuenta que Green Juice S.A.S ya cuenta con los terrenos para la producción de los tanto de frutas y vegetales como el producto final Emerald Juice. Por esto hemos creado la siguiente tabla en donde muestra todos los gastos que se incurre para el funcionamiento de esta:

*Tabla 8.1. Aporte de los socios teniendo en cuenta los socios.*

<b>Descripción</b>	<b>Costos</b>
Equipos	COP\$ 223.020.000
Muebles y enseres	COP\$ 23.280.040
Insumos	COP\$ 1.353.850
Servicios	COP\$ 35.954.000
Certificados constitución empresa	COP\$ 8.949.086
Nomina	COP\$ 24.554.392
Costos comunicación (publicidad)	COP\$ 57.750.000
Diseño grafico	COP\$ 7.033.000
<b>TOTAL</b>	<b>COP\$ 382.694.368</b>

*Fuente.* Elaboración propia.

Teniendo en cuenta el recuadro anterior se identifica que el valor de la inversión es de \$382.694.368 COP para el inicio de la operación y generar una estabilidad financiera en su comienzo. Ahora bien, analizando y dialogando con las condiciones económicas de los tres socios, se espera iniciar el proyecto con \$192.000.000 de recursos propios y \$192.000.000 obtenido mediante un préstamo bancario, con un plazo de 5 años.

A continuación, se mostrará un cronograma de las inversiones realizadas con el capital de los socios y el préstamo bancario.

Tabla 8.2. Estructura de Capital.

<b>Descripción</b>	<b>Aporte de socios 50%</b>	<b>Aporte Financiación 50%</b>
Equipos	COP\$ 111.510.000	COP\$111.510.000
Muebles y enseres	COP\$ 11.640.000	COP\$11.640.000
Insumos	COP\$ 676.925	COP\$676.925
Servicios	COP\$ 17.977.000	COP\$17.977.000
Certificados constitución empresa	COP\$ 4.474.543	COP\$ 4.474.543
Nomina	COP\$ 12.277.196	COP\$ 12.277.196
Costos comunicación (publicidad)	COP\$ 28.875.000	COP\$ 28.875.000
Diseño grafico	COP\$ 3.516.500	COP\$ 3.516.500
<b>Totales</b>	<b>COP\$ 191.347.184</b>	<b>COP\$ 191.347.184</b>

*Fuente.* Elaboración propia.

### 8.3 Créditos y Préstamos Bancarios

Green Juice S.A.S, por ser una empresa que pertenece en el sector agropecuario solicitara el préstamo a través del Banco Agrario de Colombia por un monto de 192.000.000, los cuales serán pagados en 5 años. A continuación, se muestran las tasas de interés, el plazo y los pagos mensuales que realizará la empresa.

*Tabla 8.3. Créditos y préstamos bancarios*

<b>2. CREDITOS SOLICITADOS</b>		<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>
a. Monto del Crédito:		192.000.000
b. Plazo (en meses)		60
c. Periodo de Gracia (meses) :		12
d. Modalidad de Pago Intereses:	Semestral	6
e. Modalidad de Pago Capital:	Semestral	6
f. DTF Actual (E.A.):		7,7%
g. Puntos Adicionales (E.A.):		2,3%
Tasa Final (E.A.):		10,00%
Tasa Mensual:		0,80%

*Tabla 8.4. Amortizaciones mensuales.*



# Banco Agrario de Colombia

El Banco que hace crecer el campo

## TABLA DE AMORTIZACIÓN APROXIMADA - CRÉDITO CAPITAL DE TRABAJO

No. Periodos (meses)	60
Periodo de Gracia (meses) :	12
Mod. Pago Intereses:	6
Mod. Pago Capital:	6
DTF Actual (E.A.):	7,7%
Puntos Adicionales (E.A.):	2,3%
Tasa Final (E.A.):	10,00%
Tasa periódica:	4,88%
Monto Créd. Cap. de Trabajo	192.000.000

Periodos (Meses)	Saldo Final	Amort. Cap.	Pago Interes (vencidos)	Cuota Total
0	192.000.000			
1	192.000.000	-	-	-
2	192.000.000	-	-	-
3	192.000.000	-	-	-
4	192.000.000	-	-	-
5	192.000.000	-	-	-
6	192.000.000	-	9.371.299	9.371.299
7	192.000.000	-	-	-
8	192.000.000	-	-	-
9	192.000.000	-	-	-
10	192.000.000	-	-	-
11	192.000.000	-	-	-
12	192.000.000	-	9.371.299	9.371.299
13	192.000.000	-	-	-
14	192.000.000	-	-	-
15	192.000.000	-	-	-
16	192.000.000	-	-	-
17	192.000.000	-	-	-
18	168.000.000	24.000.000	9.371.299	33.371.299
19	168.000.000	-	-	-
20	168.000.000	-	-	-
21	168.000.000	-	-	-
22	168.000.000	-	-	-
23	168.000.000	-	-	-
24	144.000.000	24.000.000	8.199.886	32.199.886
25	144.000.000	-	-	-
26	144.000.000	-	-	-
27	144.000.000	-	-	-
28	144.000.000	-	-	-
29	144.000.000	-	-	-
30	120.000.000	24.000.000	7.028.474	31.028.474
31	120.000.000	-	-	-
32	120.000.000	-	-	-
33	120.000.000	-	-	-
34	120.000.000	-	-	-
35	120.000.000	-	-	-
36	96.000.000	24.000.000	5.857.062	29.857.062
37	96.000.000	-	-	-
38	96.000.000	-	-	-
39	96.000.000	-	-	-
40	96.000.000	-	-	-
41	96.000.000	-	-	-
42	72.000.000	24.000.000	4.685.649	28.685.649
43	72.000.000	-	-	-
44	72.000.000	-	-	-
45	72.000.000	-	-	-
46	72.000.000	-	-	-
47	72.000.000	-	-	-
48	48.000.000	24.000.000	3.514.237	27.514.237
49	48.000.000	-	-	-
50	48.000.000	-	-	-
51	48.000.000	-	-	-
52	48.000.000	-	-	-
53	48.000.000	-	-	-
54	24.000.000	24.000.000	2.342.825	26.342.825
55	24.000.000	-	-	-
56	24.000.000	-	-	-
57	24.000.000	-	-	-
58	24.000.000	-	-	-
59	24.000.000	-	-	-
60	-	24.000.000	1.171.412	25.171.412



*Fuente.* Simulador Banco Agrario de Colombia.

## **8.4. Precios de los Productos.**

### **8.4.1 Factores que influye en la determinación del precio del producto**

Sabemos bien que existen factores externos que debemos tener en cuenta a la hora de poder ponerle precio a nuestro producto y estos son los siguiente:

- Existen amenazas como lo son las temporadas de lluvias, sequias, paros camioneros y pandemias como la que se está viviendo por el Covid 19, esto bien afecta directamente el consumo del producto y por ende el precio de este.
- La demanda juega un papel importante ya que dependiendo de la cantidad de demandaste mayor es la flexibilidad para elevar el precio de nuestro producto.
- También depende mucho qué tipo de resultado queremos frente a los clientes, ya sea entrar en un nuevo mercado con precios razonables, que aumente tu participación en el mercado o también obligar a tu competencia que maneje precios bajos.
- Otro factor que influye en el precio de nuestro producto es el valor o precio que este manejando la competencia, teniendo en cuenta esto se puede estimar un precio para poder competir frente a este.
- Si el producto también tiene una característica diferenciadora o única, el precio puede ser mucho más elevado ya que estas ofreciendo algo que en el mercado no existe.
- Se tiene que identificar en que época del año se tiene mayor o menor consumo del producto, dependiendo de las fechas especiales o por las estaciones climáticas que maneje el país en donde se comercializa el producto.

### **8.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos**

Teniendo en cuenta los costos fijos y variables de GREEN JUICE S.A.S, la cual se verá a continuación, el precio unitario de nuestro producto para venta nacional será de COP \$ 16.000 y para la venta en el mercado internacional (Chile) es de USD 6.16.

Tabla 8.5. Costos fijos y variables

COSTOS FIJOS			COSTOS VARIABLES		
Descripción costos fijos	Moneda	Valores	Descripción Costos Variables	Moneda	Valores
Impuestos inmobiliarios	COP	250.000	Costos de materia prima	COP	103.500.000
Servicios (Luz, agua, gas, aseo)	COP	1.015.000	Embalajes, etiquetas y empaques	COP	4.850.850
Seguros	COP	33.453.000	Mano de obra directa	COP	24.554.392
Materiales oficina	COP	1.353.850	Costos de comunicación (publicidad)	COP	57.750.000
Transporte	COP	4.100.000	Diseño grafico	COP	7.033.000
Vigilancia	COP	981.000	Servicios de Exportacion	COP	7.225.556
<b>Total</b>	COP	<b>41.152.850</b>	<b>Total</b>	COP	<b>204.913.798</b>

Fuente. Elaboración propia.

## 8.5 Ingresos y egresos

### 8.5.1 Ingresos

#### 8.5.1.1 Ingresos propios del negocio

Los ingresos de GREEN JUICE S.A.S son obtenidos de la producción y venta de las pulpas de jugos llamados Emerald Juice, los cuales tienen un costo unitario de \$16.000 a nivel nacional, donde cada año se espera que su producción crezca en un 5% en los próximos 5 años y su precio de acuerdo con el porcentaje de inflación.

Tabla 8.6. Ingresos propios del negocio.

Total Ventas						
Precio Promedio	\$	16.000,0	16.496,0	17.010,7	17.546,5	18.099,2
Ventas	unid.	600.000	630.000	661.500	694.575	729.304
Ventas	\$	9.600.000.000	10.392.480.000	11.252.561.645	12.187.368.203	13.199.833.817

## 8.5.2 Egresos

### 8.5.2.1. Inversiones

#### Inversiones en activos fijos.

Son aquellos bienes tangibles e intangibles que son propios de las empresas y que no han sido adquiridos con la intención de venta, estos se distinguen en bienes inmuebles, compra de locales comerciales, inversión en maquinaria y equipo o material de oficina

GREEN JUICE S.A.S, cuenta con terrenos propios que se encuentran ubicados en Chocontá, Cundinamarca y en Barbosa, Antioquia, en este último municipio está nuestra oficina y los cuales están avaluados en COP\$ 1.000.000.000. Además de estos terrenos, las inversiones realizadas a la empresa son:

Tabla 8.7. Inversiones en activos fijos.

Inversiones (Inicio Período)		
Terrenos	\$	1.000.000.000
Construcciones y Edificios	\$	0
Maquinaria y Equipo	\$	223.020.000
Muebles y Enseres	\$	12.959.140
Equipo de Transporte	\$	0
Equipos de Oficina	\$	11.184.900
Total Inversiones	\$	1.247.164.040

### **Inversión en gastos pre-operativos.**

Los gastos preoperativos son aquellos desembolsos realizados por una entidad en el momento de su constitución, preapertura, o todos aquellos que se requieren antes del lanzamiento de una iniciativa o proyecto empresarial. (Actualicese, 2019)

En la siguiente tabla se evidenciará los gastos en que incurre GREEN JUICE S.A.S al momento de su constitución, los cuales constan de documentos para la constitución de la empresa y creación de página web.

*Tabla 8.9.* Gastos anticipados.

<b>Gastos Anticipados</b>		
Gastos Anticipados	\$	15.982.086

### **Inversiones en capital de trabajo.**

El capital de trabajo se puede definir como valor en activos líquidos que una empresa tiene. **La inversión en capital de trabajo** se utiliza con el fin de asumir gastos planificados o no planificados, para ampliar la empresa o para cumplir con obligaciones que sean a corto plazo (Tu Economía Facil, 2019)

En estas inversiones se tendrán en cuenta el préstamo realizado por la entidad financiera Banco Agrario de Colombia.

*Tabla 8.10.* Inversiones en capital de trabajo

<b>Estructura de Capital</b>		
Capital Socios	\$	192.000.000
Capital Adicional Socios	\$	
Obligaciones Financieras	\$	192.000.000

*Fuente.* Elaboración propia.

## **8.5.2.2 Costos Fijos y Variables**

### **Costos fijos.**

Son aquellos que siempre deberás pagar, independiente del nivel de producción de tu negocio. Los costos fijos son aquellos que no dependen del volumen de producción de la empresa, ni cambian en función a este. (PQS, 2020).

### **Costos variables.**

Son aquellos costos que varían de acuerdo con la producción que se desarrolla en una empresa. Los costos variables varían en base al nivel de producción. (PQS, 2020). los costos variables en que incurrirá la empresa son: la materia prima, mano de obra, costos de exportación, entre otros.

*Tabla 8.11.* Costos fijos y variables.

COSTOS FIJOS			COSTOS VARIABLES		
Descripción costos fijos	Moneda	Valores	Descripción Costos Variables	Moneda	Valores
Impuestos inmobiliarios	COP	250.000	Costos de materia prima	COP	103.500.000
Servicios (Luz, agua, gas, aseo)	COP	1.015.000	Embalajes, etiquetas y empaques	COP	4.850.850
Seguros	COP	33.453.000	Mano de obra directa	COP	24.554.392
Materiales oficina	COP	1.353.850	Costos de comunicación (publicidad)	COP	57.750.000
Transporte	COP	4.100.000	Diseño grafico	COP	7.033.000
Vigilancia	COP	981.000	Servicios de Exportacion	COP	7.225.556
<b>Total</b>	COP	41.152.850	<b>Total</b>	COP	204.913.798

*Fuente.* Elaboración propia.

## **8.5.3 Estados Financieros**

### **8.5.3.1 Estado de Perdida y Ganancias**

A continuación podemos observar el estado de perdidas y ganancias de GREEN JUICE S.A.S, tiene como estimado una utilidad bruta de COP\$8.030.913.692 en el primer año, donde ya ha sido descontado las materia prima, mano de obra, depreciacion de maquinas y cultivos y una utilidad neta de COP\$5.634.348.148.

Este valor se da gracias a que nuestra empresa produce 600.000 unidades de pulpas anuales y su costo es de \$16.000.

Tabla 8.12. Estado de pérdidas y ganancias año 1.

	Año 1
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>	
Ventas	9.600.000.000
Devoluciones y rebajas en ventas	0
Materia Prima, Mano de Obra	1.536.600.000
Depreciación	30.686.308
Agotamiento	1.800.000
Otros Costos	0
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>8.030.913.692</b>
Gasto de Ventas	57.750.000
Gastos de Administracion	493.834.200
Provisiones	0
Amortización Gastos	3.196.417
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>7.476.133.075</b>
Otros ingresos	
Intereses	31.949.218
Otros ingresos y egresos	-31.949.218
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>7.444.183.857</b>
Impuestos (25%)	1.861.045.964
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>5.583.137.893</b>

Fuente. Elaboración propia.

Las pérdidas económicas o la pérdida contable es una disminución del activo de la empresa, es decir es una minoración de los bienes y derechos.

En GREEN JUICE S.A.S contamos con un porcentaje de 5% anual, que existe cuando la siembra se pierde por desastres naturales, perdida en la elaboración del producto, daño en etiquetas, plagas en los cultivos y /o daño total e irreparable de la mercancía.

Cosecha	5 - 8 %
Pre-almacenamiento	15 - 20 %
Almacenamiento	5 - 10 %
Transporte	10 - 12 %

Ilustración 8.2. Porcentajes de perdidas

Es de aclarar que si solo se tiene perdida en la cosecha los demás ítems están inalterables, pero si se dan otros ítems estos modificarán el porcentaje de pérdidas, en el cuadro anterior se podrá visualizar la misma.

Las pérdidas no económicas son las consideradas que no afectan las utilidades y/o patrimonio de nuestra empresa, en ellas podemos encontrar la pérdida reputacional, cese de ingresos, reclamaciones contractuales y gastos adicionales a los que como empresa no se tengan deducidos.

### **8.5.3.2 Flujo de Caja y VPN**

Durante el primer año, el flujo de caja de GREEN JUICE S.A.S, el resultado fue positivo con un valor de COP \$7.349.109.420, con esto se podría incluso pagar el presatamo que nos realizó la entidad bancaria y permitiendo que la empresa tenga un soporte financiero en caso de irregularidades en el año, teniendo en cuenta que los primeros años son los más difíciles, debido al posicionamiento de la empresa.

Tabla 8.13. Flujo de caja primer año.

	Año 0	Año 1
<b>FLUJO DE CAJA</b>		
<b>Flujo de Caja Operativo</b>		
Utilidad Operacional		7.476.133.075
Depreciaciones		30.686.308
Amortización Gastos		3.196.417
Agotamiento		1.800.000
Provisiones		0
Impuestos		0
<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>		<b>7.511.815.800</b>
<b>Flujo de Caja Inversión</b>		
Variación Cuentas por Cobrar		0
Variación Inv. Materias Primas e insumos <sup>3</sup>		0
Variación Inv. Prod. En Proceso		0
Variación Inv. Prod. Terminados		-130.757.162
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0
Otros Activos		0
Variación Cuentas por Pagar		0
Variación Acreedores Varios		0
Variación Otros Pasivos		0
Variación del Capital de Trabajo	0	-130.757.162
Inversión en Maquinaria y Equipo	-223.020.000	0
Inversión en Muebles	-12.959.140	0
Inversión en Equipos de Oficina	-11.184.900	0
Inversión Otros Activos	0	0
Inversión Activos Fijos	-1.247.164.040	0
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>-1.247.164.040</b>	<b>-130.757.162</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>		
Desembolsos Capital Semilla	0	
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	192.000.000	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0
Intereses Pagados		-31.949.218
Dividendos Pagados		0
Capital	192.000.000	0
<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>384.000.000</b>	<b>-31.949.218</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>-863.164.040</b>	<b>7.349.109.420</b>
<b>Saldo anterior</b>		<b>-904.270.639</b>
<b>Saldo siguiente</b>	<b>-863.164.040</b>	<b>6.444.838.781</b>

## 8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Analisis de Sensibilidad.

### 8.5.4.1 Analisis de Sensibilidad

Las afectaciones que se pueden presentar son las pérdidas de los cultivos ya sean por las heladas que se presentan en los territorios o la intensa sequía, lo que nos generaría pérdida de los cultivos y por ende afecta al producto. Una variable positiva sería la subida del dólar, ya que para nosotros como exportadores nos convendría.



Otra variable es bajar el precio de venta del producto que tienen un precio de COP\$16.000 en un 5% y 10% con las mismas cantidades vendidas nos seguiría dando positivo la balanza como lo es la TIR y el VAN, como se muestra a continuación.

*Tabla 8.14. Disminución precio 5%*

Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	5%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	1877,32%
VAN (Valor actual neto)	30.271.663.641

Fuente. elaboración propia

*Tabla 8.15. Disminución precio 10%*

Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	5%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	1658,97%
VAN (Valor actual neto)	26.812.295.201

Fuente. Elaboración propia.

*Tabla 8.16. Rendimiento precio actual.*

Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	5%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	1908,52%
VAN (Valor actual neto)	30.765.859.133
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	0,05

Fuente. Elaboración propia

#### **8.5.4.2 Estado de Perdida y Ganancias Proyectado**

El estado de ganancias en este escenario realizado con los datos de GREEN JUICE S.A.S es una balanza positiva, arrojando como resultado en el año 5 utilidades netas de COP\$7.847.081.190, lo que genera gran viabilidad de la producción y venta de pulpas.

Tabla 8.17. Estado de Perdidas y ganancias

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Ventas	9.600.000.000	10.392.480.000	11.252.561.645	12.187.368.203	13.199.833.817
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	1.536.600.000	1.652.152.320	1.776.394.174	1.910.352.059	2.055.013.469
Depreciación	30.686.308	30.686.308	30.686.308	26.958.008	26.958.008
Agotamiento	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000
Otros Costos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>8.030.913.692</b>	<b>8.707.841.372</b>	<b>9.443.681.162</b>	<b>10.248.258.136</b>	<b>11.116.062.340</b>
Gasto de Ventas	57.750.000	59.540.250	61.385.998	63.301.241	65.295.230
Gastos de Administracion	493.834.200	509.143.060	524.926.495	541.304.202	558.355.284
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	3.196.417	3.196.417	3.196.417	3.196.417	0
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>7.476.133.075</b>	<b>8.135.961.645</b>	<b>8.854.172.252</b>	<b>9.640.456.276</b>	<b>10.492.411.826</b>
Otros ingresos					
Intereses	31.949.218	30.212.176	29.636.906	29.636.906	29.636.906
Otros ingresos y egresos	-31.949.218	-30.212.176	-29.636.906	-29.636.906	-29.636.906
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>7.444.183.857</b>	<b>8.105.749.469</b>	<b>8.824.535.346</b>	<b>9.610.819.370</b>	<b>10.462.774.920</b>
Impuestos (25%)	1.861.045.964	2.026.437.367	2.206.133.836	2.402.704.843	2.615.693.730
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>5.583.137.893</b>	<b>6.079.312.102</b>	<b>6.618.401.509</b>	<b>7.208.114.528</b>	<b>7.847.081.190</b>

### 8.5.4.3 Flujo de caja proyectado.

El flujo de caja proyectado a 5 años de la empresa crece de manera constante e incluso tiende a aumentar con un valor significativo el crecimiento en los años siguientes, lo que indica lo positivo y lucrativo que puede ser la empresa lo que contribuye su desarrollo y estabilidad económica.

Tabla 8.18. Flujo de Caja proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>Flujo de Caja Operativo</b>						
Utilidad Operacional		7.476.133.075	8.135.961.645	8.854.172.252	9.640.456.276	10.492.411.826
Depreciaciones		30.686.308	30.686.308	30.686.308	26.958.008	26.958.008
Amortización Gastos		3.196.417	3.196.417	3.196.417	3.196.417	0
Agotamiento		1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-1.861.045.964	-2.026.437.367	-2.206.133.836	-2.402.704.843
<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>		<b>7.511.815.800</b>	<b>6.310.598.406</b>	<b>6.863.417.610</b>	<b>7.466.276.865</b>	<b>8.118.464.992</b>
<b>Flujo de Caja Inversión</b>						
Variación Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas e insumos <sup>3</sup>		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		-130.757.162	-9.629.360	-10.353.488	-10.852.465	-12.055.117
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	-130.757.162	-9.629.360	-10.353.488	-10.852.465	-12.055.117
Inversión en Maquinaria y Equipo	-223.020.000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-12.959.140	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-11.184.900	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-1.247.164.040	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>-1.247.164.040</b>	<b>-130.757.162</b>	<b>-9.629.360</b>	<b>-10.353.488</b>	<b>-10.852.465</b>	<b>-12.055.117</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>						
Desembolsos Capital Semilla	0					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	192.000.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		-31.949.218	-30.212.176	-29.636.906	-29.636.906	-29.636.906
Dividendos Pagados		0	-5.024.824.104	-5.471.380.892	-5.956.561.358	-6.487.303.075
Capital	192.000.000	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>384.000.000</b>	<b>-31.949.218</b>	<b>-5.055.036.279</b>	<b>-5.501.017.798</b>	<b>-5.986.198.265</b>	<b>-6.516.939.981</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>-863.164.040</b>	<b>7.349.109.420</b>	<b>1.245.932.766</b>	<b>1.352.046.324</b>	<b>1.469.226.135</b>	<b>1.589.469.893</b>
<b>Saldo anterior</b>		<b>-904.270.639</b>	<b>6.444.838.781</b>	<b>7.690.771.548</b>	<b>9.042.817.872</b>	<b>10.512.044.007</b>
<b>Saldo siguiente</b>	<b>-863.164.040</b>	<b>6.444.838.781</b>	<b>7.690.771.548</b>	<b>9.042.817.872</b>	<b>10.512.044.007</b>	<b>12.101.513.900</b>

## 8.6 Evaluación Financiera

### 8.6.1 VPN, TIR, Payback descontado

VNA (VPN): \$30.765.859.133

El VNA \$30.765.859.133, descontando los flujos de caja a una tasa del 5% que es la rentabilidad esperada por el emprendedor, es mayor que cero (positivo) lo que indica que el proyecto es viable desde el punto de vista financiero. Este criterio de decisión indica que la empresa aumentará su valor en el tiempo y que el plan de negocios GREEN JUICE S.A.S. se acepta desde el punto de vista financiero.

TIR: Tasa Interna de Retorno = 1908,52%

La TIR del proyecto es superior a la rentabilidad esperada por el emprendedor la cual es 5% esto significa que es conveniente invertir en el plan de negocios GREEN JUICE S.A.S. debido a que la rentabilidad que generará supera los rendimientos que se obtendrían si se destinara la misma inversión en otro tipo de proyecto con la tasa de rentabilidad mencionada.

PRI: Periodo de Recuperación de la Inversión = 0,05

Este indicador muestra que los recursos invertidos en el proyecto se recuperarán dentro los primeros 6 meses de operación lo que ratifica la viabilidad financiera del plan de negocios si se contempla un escenario temporal de 5 años de evaluación del proyecto. Este indicador demuestra que las inversiones efectuadas son fácilmente recuperables si se cumplen con los supuestos de operación de este.

El plan de negocios GREEN JUICE S.A.S. es viable desde el punto de vista financiero, presenta indicadores que demuestran una adecuada rentabilidad para los inversionistas. Además, después de analizar los indicadores del proyecto se puede ver que el plan de negocios es rentable y sostenible en el tiempo como empresa. Tiene una Tasa Interna de Retorno que cumple la condición de ser mayor a la rentabilidad esperada por los

inversionistas y por lo tanto puede concluirse que el plan de negocios debería llevarse a cabo.

## CONCLUSIONES

Por medio de este plan de negocios pudimos consultar y conocer todos aquellos requisitos que se piden para una exportación, en nuestro caso, bebidas. Por ser alimentos requieren un trámite distinto a otros productos. Este tipo de exportaciones requiere certificados sanitarios, fitosanitarios y disposiciones legales. Además, de lo importante de tener acuerdos comerciales con los países a donde se va a exportar, ya que permite tener beneficios como la disminución del arancel.

Esta investigación nos permitió saber qué aspectos se deben tener en cuenta para escoger proveedores, países a los cuales vamos a llegar, público objetivo, metas o corto mediano y largo plazo y modelos financieros para utilizar.

Después de una exhaustiva investigación que se llevó a cabo durante el semestre, nos permite concluir que nuestro plan de negocios puede ser viable y rentable en caso de que la empresa sea creada.

## BIBLIOGRAFÍA

- Actualicese. (12 de 07 de 2019). *www.actualicese.com*. Obtenido de <https://actualicese.com/si-esta-iniciando-una-empresa-como-debe-manejar-contable-y-fiscalmente-los-gastos-preoperativos/#:~:text=empresarial%E2%80%9Dtweet%20This-,Los%20gastos%20preoperativos%20son%20aquellos%20desembolsos%20realizados%20por%20una%20entid>
- Alianza del Pacífico. (17 de 08 de 2020). Obtenido de [https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/2015/06/abc\\_AP.pdf](https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/2015/06/abc_AP.pdf)
- Alianza del Pacífico. (26 de 09 de 2020). Obtenido de <https://alianzapacifico.net/que-es-la-alianza/>
- Alianza del Pacífico. (26 de 09 de 2020). Obtenido de [https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/ABC\\_AP.pdf](https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/ABC_AP.pdf)
- Alianza del Pacífico. (26 de 09 de 2020). Obtenido de <https://alianzapacifico.net/que-es-la-alianza/>
- Ansalatina. (05 de 09 de 2020). Obtenido de [http://www.ansalatina.com/americalatina/noticia/chile/2018/03/14/el-74-de-la-poblacion-es-de-estrato-medio-bajo\\_2e095408-96f0-4291-a2cb-814555bd6d5a.html](http://www.ansalatina.com/americalatina/noticia/chile/2018/03/14/el-74-de-la-poblacion-es-de-estrato-medio-bajo_2e095408-96f0-4291-a2cb-814555bd6d5a.html)
- Banco Mundial. (17 de 08 de 2020). Obtenido de Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=CL-CO>
- Banco Mundial. (17 de 08 de 2020). Obtenido de Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG?locations=CL-CO>
- Banco Mundial. (17 de 08 de 2020). Obtenido de Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/FR.INR.LEND?locations=CL-CO>

- Banco Mundial. (17 de 08 de 2020). *Banco Mundial*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.65UP.TO.ZS?locations=CO&view=chart>
- Bolsa de Valores de Colombia. (13 de 11 de 2020). Obtenido de [https://www.bvc.com.co/pps/tibco/portalbvc/Home/Mercados/descripciongeneral/Derivados/Reglas\\_de\\_Negociacion\\_Futuros\\_COLCAP](https://www.bvc.com.co/pps/tibco/portalbvc/Home/Mercados/descripciongeneral/Derivados/Reglas_de_Negociacion_Futuros_COLCAP)
- Cámara de Comercio de Bogotá. (15 de 08 de 2020). Obtenido de [https://linea.ccb.org.co/ccbConsultasRUE/Consultas/RUE/consulta\\_empresa.aspx](https://linea.ccb.org.co/ccbConsultasRUE/Consultas/RUE/consulta_empresa.aspx)
- CCM. (14 de 08 de 2020). *Crea tu empresa*. Obtenido de Cámara de Comercio de Medellín: <https://www.camaramedellin.com.co/crear-empresa/crea-tu-empresa>
- Cencosud. (05 de 09 de 2020). Obtenido de <https://proveedores.tiendasjumbo.co/gateway/noticias/mostrar-noticia.do?method=noticia&id=83>
- Congreso de Colombia. (29 de 12 de 2016). Obtenido de <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201819%20DEL%2029%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202016.pdf>
- Conociendo Chile. (05 de 09 de 2020). Obtenido de [http://conociendochile.com/c-region-metropolitana-de-santiago/santiago-de-chile/#Poblacion\\_o\\_habitantes\\_de\\_Santiago\\_de\\_Chile](http://conociendochile.com/c-region-metropolitana-de-santiago/santiago-de-chile/#Poblacion_o_habitantes_de_Santiago_de_Chile)
- DANE. (15 de 08 de 2020). Obtenido de DANE: [https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU\\_Rev4ac.pdf](https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU_Rev4ac.pdf)
- Datos Macro. (13 de 11 de 2020). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/primariesgo/colombia>
- DIAN. (26 de 09 de 2020). Obtenido de <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefTarifasAcuerdoPopUp.faces?nomenclatura=40863&codNomenclatura=2009900000&componente=6&regimen=1&fechaConsulta=20200928&modoPresentacionSeleccionBO=dialogo>



- DIAN. (26 de 09 de 2020). *DIAN*. Obtenido de <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefDocumentosPopUp.faces?nomenclatura=40863&codNomenclatura=2009900000&componente=10&regimen=2&fechaConsulta=20200925&modoPresentacionSeleccionBO=dialogo>
- DIAN. (26 de 09 de 2020). *DIAN*. Obtenido de <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefDocumentosPopUp.faces?nomenclatura=40863&codNomenclatura=2009900000&componente=10&regimen=1&fechaConsulta=20200925&modoPresentacionSeleccionBO=dialogo>
- DIAN. (2020). *www.dian.gov.co*. Obtenido de <https://www.dian.gov.co/impuestos/sociedades/Cree/QueDebeSaber/Abc/Paginas/default.aspx>
- Diario el Dia. (17 de 08 de 2020). Obtenido de <http://www.diarioeldia.cl/economia/desempleo-en-chile-cierra-2019-en-7-pesar-protestas>
- Emol. (05 de 09 de 2020). Obtenido de <https://www.emol.com/noticias/Economia/2016/04/02/796036/Como-se-clasifican-los-grupos-socioeconomicos-en-Chile.html>
- Expatistan. (17 de 08 de 2020). Obtenido de Expatistan: <https://www.expatistan.com/es/costo-de-vida/pais/ranking>
- Gerencie.com. (20 de 10 de 2020). Obtenido de <https://www.gerencie.com/porcentajes-prestaciones-sociales.html>
- Gerencie.com. (20 de 10 de 2020). Obtenido de <https://www.gerencie.com/aportes-a-seguridad-social.html>
- Grupo Exito. (05 de 09 de 2020). Obtenido de <https://www.grupoexito.com.co/es/manual-de-proveedores-grupo-exito.pdf>
- Hofstede. (17 de 08 de 2020). Obtenido de <https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/>

Innovacion.cl. (17 de 08 de 2020). *Innovacion.cl*. Obtenido de <http://www.innovacion.cl/caso/chile-innovador/>

Instituto Nacional de Estadísticas Chile. (05 de 09 de 2020). Obtenido de <https://www.ine.cl/estadisticas/sociales/demografia-y-vitales/demografia-y-migracion>

La República. (16 de 01 de 2019). Obtenido de <https://www.larepublica.co/analisis/sergio-clavijo-500041/panorama-del-sector-de-alimentos-y-bebidas-2018-2019-2816375>

La Tercera. (05 de 09 de 2020). Obtenido de <https://www.latercera.com/la-tercera-pm/noticia/menos-supermercados-santiago-numero-cae-menor-nivel-cinco-anos/590610/>

LarrainVial. (2019). <https://chile.larrainvial.com/>. Obtenido de [https://media.larrainvial.com/noticias/watts/Presentaci%C3%B3n\\_Road\\_Show\\_Watts.pdf](https://media.larrainvial.com/noticias/watts/Presentaci%C3%B3n_Road_Show_Watts.pdf)

Leegales. (15 de 08 de 2020). Obtenido de <https://dianhoy.com/tipos-de-sociedades-o-empresas-en-colombia/>

Marcaria. (15 de 08 de 2020). Obtenido de <https://trademark-search.marcaria.com/es/resultado?trademark=emerald%20juice&country=CO&status=1&mode=1>

Ministerio de Agricultura. (21 de 08 de 2020). Obtenido de [https://www.minagricultura.gov.co/planeacion-control-gestion/Gestin/INFORMES\\_RENDICION\\_DE\\_CUENTAS/INFORME%20DE%20RENDICION%20DE%20CUENTAS%202018%20-%202019.pdf#search=rentabilidad%202019](https://www.minagricultura.gov.co/planeacion-control-gestion/Gestin/INFORMES_RENDICION_DE_CUENTAS/INFORME%20DE%20RENDICION%20DE%20CUENTAS%202018%20-%202019.pdf#search=rentabilidad%202019)

Ministerio de Agricultura. (17 de 08 de 2020). Obtenido de <https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/El-sector-agropecuario-creci%C3%B3-6,8-e-impuls%C3%B3-la-econom%C3%ADa-colombiana-en-el-primer-trimestre-de-2020-.aspx>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (15 de 08 de 2020). *MinCIT*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/800d4b4c-9748-4fdf-88e2-a013acc7e85f/Antioquia.aspx#:~:text=Las%20exportaciones%20de%20Antioquia%20representaron,departamento%20registr%C3%B3%20una%20mayor%20participaci%C3%B3n.&text=A%C3%B1o%20completo%20A%C3%B1o%2>

Ministerio del Deporte, Chile. (05 de 09 de 2020). Obtenido de <http://www.mindep.cl/encuesta-revela-habitos-de-actividad-fisica-de-los-chilenos/>

Periodico El tiempo. (17 de 08 de 2020). Obtenido de <https://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/las-causas-de-las-protestas-en-chile-427450>

Polanco Puerta, M. F. (s.f.). Obtenido de <http://roa.ult.edu.cu/bitstream/123456789/3535/1/maquinaria%20y%20mecanizacion%20agricola.pdf>

Population City. (05 de 09 de 2020). Obtenido de <http://poblacion.population.city/chile/santiago/>

Portafolio. (17 de 08 de 2020). Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/economia/tasa-de-desempleo-en-colombia-2019-supero-10-desempleo-537638>

PQS. (13 de 11 de 2020). *www.pqs.pe*. Obtenido de <https://www.pqs.pe/tu-negocio/diferencias-entre-costos-fijos-variables#:~:text=Los%20costos%20fijos%20son%20aquellos,base%20al%20nivel%20de%20producci%C3%B3n.&text=Si%20el%20mantenimiento%20se%20hace,se%20trata%20de%20costos%20variables.>

Procolombia. (21 de 08 de 2020). Obtenido de <https://b2bmarketplace.procolombia.co/es/productos?title=pulpa%20de%20fruta>

ProColombia. (26 de 09 de 2020). Obtenido de <https://www.colombiatrade.com.co/informacion-de-mercados/acuerdos->

comerciales/acuerdo-colombia-chile#:~:text=El%20Acuerdo%20de%20Libre%20Comercio,8%20de%20mayo%20de%202009.&text=Por%20medio%20de%20los%20cuales,procedentes%20y%20originarias%20de%20Chile.

RUES. (15 de 08 de 2020). Obtenido de <https://www.rues.org.co/RM>

Saber es Practico. (17 de 08 de 2020). Obtenido de <https://www.saberespractico.com/religiones/religiones-paises-mundo/>

Saber es Practico. (17 de 08 de 2020). *Saber es Practico*. Obtenido de <https://www.saberespractico.com/demografia/paises-por-poblacion-2017/>

Sistema Nacional de Competitividad e Innovaciòn. (17 de 08 de 2020). Obtenido de <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/sneci/indicadores-internacionales/indice-global-innovacion>

Superintendencia de Sociedades . (2018). Obtenido de [https://www.supersociedades.gov.co/delegatura\\_aec/estudios\\_financieros/Documents/Sector%20Real%20Economia/Informe\\_las\\_1000\\_mas\\_grandes\\_sector\\_real\\_2018.pdf](https://www.supersociedades.gov.co/delegatura_aec/estudios_financieros/Documents/Sector%20Real%20Economia/Informe_las_1000_mas_grandes_sector_real_2018.pdf)

This is Chile. (17 de 08 de 2020). *This is Chile*. Obtenido de <https://www.thisischile.cl/economia/ciencia-y-tecnologia/>

Tipos. (15 de 08 de 2020). Obtenido de <https://www.tipos.co/tipos-de-sociedad-anonima/>

Todo en Artes. (02 de 10 de 2020). Obtenido de <https://todoenartes.co/13-oficina>

Transferchilea. (29 de 08 de 2020). Obtenido de <https://www.tourvalparaiso.com/las-ventajas-de-vivir-santiago-de-chile/>

Tu Economía Fácil. (01 de 12 de 2019). *www.tueconomiafacil.com*. Obtenido de <https://tueconomiafacil.com/inversion-en-capital-de-trabajo/#:~:text=El%20capital%20de%20trabajo%20se,que%20sean%20a%20corto%20plazo.>

Walmart Chile. (05 de 09 de 2020). Obtenido de <https://www.walmartchile.cl/public/pdf/Terminos+y+Condiciones+Generales+de+Aprovisionamiento+de+Mercaderias+-+TCGA.pdf>

Woodward Spanish. (17 de 08 de 2020). Obtenido de <https://www.spanish.cl/Vocabulary/Notes/Nacionalidades.htm>