

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRUTOS SECOS Y DESHIDRATADOS EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ.

Caterine Carrillo Espejo
Jessica Paola Molina Díaz
Javier Francisco Ruiz García

Trabajo de grado para optar el título de:
Profesional en Negocios Internacionales



Asesor
Giovanny Hernández Núñez

Corporación Unificada Nacional
Escuela de Ciencias Administrativas
Programa Negocios Internacionales
Bogotá
2018

En la actualidad vemos una gran oportunidad para surgir, creando empresa, teniendo alineamientos que nos permitan generar un ingreso independiente y que a la vez nos brinde la oportunidad de crecer y desarrollar proyectos que no solo sean rentables si no que ayuden al país generando empleo y contribuyendo de manera positiva al desarrollo económico de la sociedad en la que nos encontramos actualmente.

Teniendo en cuenta lo anterior vemos la necesidad de crear una idea innovadora, que genere un impacto en el actual mercado de los frutos exóticos, que son nuestro objetivo.

Tabla de Contenidos

iii

Capítulo 1 Planeación estratégica	1
Descripción	1
Objetivos Generales	1
Objetivos específicos	1
Valores Corporativos	2
Perfilacion de clientes	3
Capítulo 2 Estudio Administrativo	7
Organigrama	7
Cargograma.....	8
Identidad Estratégica (Misión).....	9
Futuro (Visión).....	10
Capítulo 3 Estudio Legal	12
Disposiciones Legales.....	12
P.O.T.....	14
Capítulo 4 Estudio Técnico Operativo.....	16
Presentación y empaque del producto.....	16
Ciclo de vida	16
Ficha Técnica del producto	17
Logo	18
Etiqueta	19
Costos de producción.....	20
Capítulo 5 Estudio Financiero	24
Estados Financieros	24
Balance General	24
Estados de resultados	26
Capítulo 6 Plan de Marketing	27
Estrategias de marketing.....	27
Promoción	27
Publicidad	27
Precio publicidad	27
Capítulo 4 Conclusiones.....	28
Lista de referencias	29

Capítulo 1

Planeación estratégica

Descripción

Teniendo en cuenta que en nuestro país tenemos una gran cantidad de frutos que podemos llamar exclusivos, encontramos la necesidad de darlos a conocer a nivel nacional ya que hay productos que solo se encuentran en regiones específicas del país por factores climáticos, con miras a otros países donde estos frutos son muy apetecidos. Basándonos en esto buscamos una manera de poder comercializarlos de manera fácil y cumplir con todas las normas que exige el ente regulador como lo es el INVIMA.

Observamos que este tipo de producto muy poco conocido en el mercado, lo que hace que la competencia sea poca, esto nos ubica como una empresa que exalta los sabores de Colombia.

Objetivos Generales

- Producir y comercializar un producto innovador que dé a conocer los diferentes sabores exóticos de nuestro país incorporando un nuevo estilo en el mercado.
- Brindar un producto que se acomode a las preferencias de cada una de las tiendas distribuidoras con el fin de satisfacer sus necesidades a cabalidad.
- Cumplir con altos estándares calidad e innovación, influyentes en las nuevas tendencias del mercado.

Objetivos específicos

- Producir variedades del producto con tamaños, diseños y sabores diferentes.
- Satisfacer las necesidades de nuestro segmento de empresas aliadas.
- Diseñar variedad de producto que se acople a las preferencias de las empresas aliadas.

Valores Corporativos

Excelencia Empresarial: cada proceso por la cual pasa nuestro producto trae consigo la calidad y la excelencia de nuestros colaboradores, ya que están capacitados para realizar cada una de las funciones, realizando y garantizando un buen trabajo desde el principio, con la convicción de entregar el mejor producto.

Servicio a clientes: Entregamos a cada uno de nuestros clientes el mejor servicio con el mejor producto, esto nos ayudara a crear lazos fuertes y duraderos en el tiempo, con el fin de fidelizar y conocerlos en profundidad.

Trasparencia: cada producto es elaborado con los más altos estándares de calidad. Nuestro servicio se integra de una manera perfecta con las satisfacciones del cliente, la toma de decisiones son concisas y coherentes en la comunicación de los mismos.

Responsabilidad: comprometidos con cada uno de los servicios ofrecidos, nuestro producto, clientes y cada uno de uno de los valores mencionados nuestra mayor responsabilidad es el trabajo conjunto e integral, siempre al pro de mejorar las labores para llegar a cada uno de nuestros objetivos.

Trabajo en equipo: cada finalización del producto es una manifestación de la gran labor realizada en la cadena de producción, la unión, la fuerza y liderazgo son algunos de

los aspectos orientados en la empresa, teniendo como resultado un gran valor personal y corporativo.

Políticas.

Nuestras políticas van ligadas con cada uno de los aspectos gubernamentales, adicional a esto los lineamientos implantados están fijados a la estrategia de la empresa, para así garantizar la correcta transparencia en cada uno de los procesos.

Generar en cada miembro de nuestra empresa una relación de familia que nos permita trabajar en equipo.

Cada integrante de nuestra empresa utilizara un distintivo de nuestro producto generando identidad y pertenencia del mismo.

A cada integrante de nuestra empresa se le generara un pensamiento de trabajar para crecer como empresa juntos de manera responsable y honesta.

La marca de la empresa solo debe ser usada de manera institucional y con permiso de los directivos de la misma, para así evitar el mal uso de la misma y problema publicitarios.

Perfilacion de clientes

Nuestra población está dirigida inicialmente a consumidores nacionales por medio de empresas aliadas dedicadas a la comercialización de productos saludables a nivel Bogotá y posteriormente llegar a todo el territorio nacional.

PENTAGONO PERFILACION

NECESIDAD CLIENTE

1. Se considera que la alimentación con frutas es fundamental para todas las edades por tanto será un producto de alto impacto.
2. Se considera que los clientes busquen un producto de fácil rotación y que busquen generar bienestar a la salud.
3. Se considera que los clientes adquirirán un producto que proporcione una ganancia y sea de fácil acceso.
4. Se considera que los clientes esperan un producto que pueda conseguir de primera mano y su valor nutricional sea el recomendado, adicionalmente que posea sabor agradable.

EXPECTATIVA:

El cliente encontrara las siguientes características del producto que darán plus:

1. Empaque biodegradable.
2. Producto Herméticamente sellado.
3. Transparencia para visualizar el producto.
4. Abre y cierra fácil.
5. De bajo costo

SOLUCIONES ACTUALES

1. TROPIC KIT

Empresa colombiana Distribuidora, exportadora e importadora, fundada en 2005, dedicada a promover, distribuir y vender, en alianza con proveedores asociados, productos tradicionales y productos étnicos, relacionados principalmente con la industria agro. Entre sus principales productos se encuentran los frutos secos y su calidad es bastante reconocida, ya que se encuentra entre las principales empresas recomendadas por PROCOLOMBIA.

Cuenta con distintas oficinas que le sirven como diferentes canales de distribución, estas ubicadas en:

- Florida, Estados Unidos
- Torreón, México
- Honduras
- Chile

Teniendo en cuenta que su planta principal se encuentra ubicada en Cali, Valle y de ahí son distribuidas las mercancías.

2. CARIBBEAN EXOTICS

Es una empresa con sede en Colombia, La firma fue fundada en 1986, en respuesta a una campaña desarrollada por la Delegación del Gobierno para la Promoción de Exportaciones, cuyo objetivo es la exportación de frutas frescas exóticas tropicales. Desde entonces, ha estado exportando frutas a muchos países en el mundo.

Desde hace poco están incursionando en la exportación de frutos secos, aprovechando su larga historia y su calidad también recomendada por PROCOLOMBIA.

Para garantizar la calidad más confiable, la empresa mantiene un estrecho contacto con sus granjas y adicional cumple con estándares internacionales de calidad.

Su planta principal se encuentra en Rio negro Antioquia y su canal de distribución es directo con el cliente.

3. TOMACOL

Empresa creada en 2012 por estudiantes que realizaban su tesis de grado, sus alimentos son desarrollados bajo las premisas que deben ser saludables y deliciosos, deben facilitar y hacer más práctica la forma de cocinar y deben ser naturales.

Actualmente poseen 32 puntos de distribución a nivel nacional y desde 2011 incursiona en la exportación de frutos secos, por medio de las ruedas de negocios de PROCOLOMBIA.

FRUSTRACIONES DE NUESTROS POSIBLES CLIENTES CON LA COMPETENCIA

Para la empresa TROPIC KIT, nosotros creemos que no satisface las necesidades de sus clientes ya que el empaque no es llamativo y esto genera una pérdida de nuevos clientes.

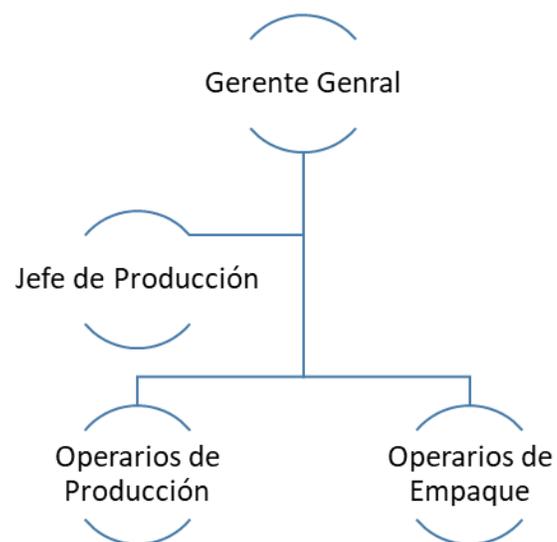
Para la empresa CARIBBEAN EXOTICS, nosotros creemos que el producto no cumple realmente con lo esperado por el cliente, ya su costo es muy alto versus la cantidad dada, esto se da ya que por tener una marca reconocida en frutos eleven sus precios.

Para la empresa TOMACOL, nosotros creemos que los frutos deshidratados manejados por dicha compañía se diversifican demasiado, dejando de lado la importancia del sector de las frutas secas exóticas.

Capítulo 2

Estudio Administrativo

Organigrama



Cargograma

CARGO	PERFIL	FUNCIONES/ RESPONSABILIDADES	SALARIO
GERENTE GENERAL (Contrato Obra Labor) -	<p>Profesional en Administración de empresas o Negocios internacionales, con especialización en Gerencia de Logística, Con dominio de Mínimo un 80% de Ingles y con experiencia en el puesto mínimo dos años.</p> <p>Persona con Dinamismo Liderazgo Carácter con Visión Estratégica y capacidad de identificar y evaluar las oportunidades del negocio.</p>	<p>Generar mayor volumen de ingresos, manteniendo la calidad y el servicio.</p> <p>Dirigir, Supervisar y Controlar la operación del establecimiento.</p> <p>Mantener en óptimas condiciones las instalaciones, mobiliario y equipo existente.</p> <p>Dirigir, Supervisar, Controlar y Capacitar al personal a su cargo.</p>	\$ 2.000.000
JEFE DE PRODUCCION (Contrato Obra Labor) -	<p>Profesional egresado como Ingeniero Industrial o de Alimentos con experiencia de mínimo 3 años en plantas de consumo masivo o de alimentos preferiblemente. Con alto sentido de compromiso, ética, trabajo en equipo, colaborador, responsable, buena comunicación y orientado al logro de metas, con capacidad de planificación, organización y supervisión de personal y buen manejo de información confidencial.</p>	<p>Supervisa toda la transformación de la materia prima y material de empaque en producto terminado Supervisar la calidad de la Fruta para la elaboración del producto.</p> <p>Vela por el correcto funcionamiento de maquinarias y equipos.</p> <p>Es responsable de las existencias de materia prima, material de empaque y productos</p> <p>Entrena y supervisa a cada trabajador encargado de algún</p>	\$ 1.500.000

		proceso productivo durante el ejercicio de sus funciones	
OPERARIO DE PRODUCCION (Contrato Obra Labor) -	<p>Bachiller con experiencia mínima de un año en el cargo y con conocimiento en la maquinaria utilizada para la deshidratación de frutos, con experiencia en manipulación de alimentos.</p> <p>Con alto sentido de compromiso, ética, trabajo en equipo, colaborador, responsable, buena comunicación y orientado al logro de metas</p>	<p>Elaborar productos con eficiencia y eficacia, según las especificaciones técnicas de los mismos.</p> <p>Evitar y reducir los desperdicios de material en la producción de piezas.</p> <p>Evitar accidentes.</p>	\$781.242
OPERARIO DE EMPAQUE (Contrato Obra Labor) -	<p>Bachiller con experiencia mínima de un año en el cargo y con conocimiento en la maquinaria utilizada para la deshidratación de frutos, con experiencia en manipulación de alimentos.</p> <p>Con alto sentido de compromiso, ética, trabajo en equipo, colaborador, responsable, buena comunicación y orientado al logro de metas</p>	<p>Elaborar productos con eficiencia y eficacia, según las especificaciones técnicas de los mismos.</p> <p>Evitar y reducir los desperdicios de material en la producción de piezas.</p> <p>Evitar accidentes.</p>	\$781.242

Identidad Estratégica (Misión).

Somos una empresa innovadora, creativa, ingeniosa y proactiva que busca posicionarse en el mercado como una marca exclusiva que busca un nuevo impacto dentro del mercado nacional, produciendo frutos cítricos deshidratados de alta calidad.

Futuro (Visión).

Ser reconocidos a nivel departamental, incorporando nuestro producto de manera contundente, para en el 2020 ser catalogados como una empresa de innovación con altos niveles de calidad, e ingresando al mercado local.

DOFA.

<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inexperiencia en el área de producción. • Estadística de consumo del producto. • Desconocimiento del costo de producción y fabricación. • Desconocimiento de los costos de exportación 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convenios con entidad de apoyo a pymes. • Conocimiento e investigación de varias licitaciones de posibles proveedores. • Equilibrio en oferta y demanda • Producto muy solicitado a nivel exterior
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producto innovador con valor agregado. • Producto de necesidad primaria. • Tecnología (internet) que permite facilidad de comunicación con el consumidor generando recordación de marca. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia de productos con características similares. • Preferencia de los clientes por las marcas reconocidas. • Capacidad de endeudamiento.

ESTRATEGIAS DOFA:

Estrategias DO

- Capacitación en el uso de maquinaria para la elaboración del producto, la cual buscaremos con entidades como la cámara de comercio para adquirir mayores beneficios y conocimientos en maquinaria y empresa.

- Realizar estudio de mercado que nos brinde una perspectiva más amplia de nuestro nicho de mercado.
- Alianzas comerciales, con entidades que distribuyan productos similares para darnos a conocer.
- Capacitaciones Y alianzas con entidades que exporten y con el estado para saber cuáles son los pro y contra de la exportación de este producto.

Estrategias FA

- Mejorar la publicidad y el reconocimiento de la marca para poder competir con nuestro producto
- Utilizar medios como el internet y las redes sociales para dar a conocer la empresa como una empresa joven e innovadora en el mercado
- Implementar salidas de campo a universidades y población adpta dándoles a conocer el producto
- Para internacionalizar el producto hacer alianzas con empresas como Vive Colombia para llevar muestras gratis a los extranjeros
- Participar de ferias para que empresas extranjeras conozcan el producto y se interesen por él.

Capítulo 3

Estudio Legal

Disposiciones Legales

Cámara De Comercio:

Formulario del Registro Único Tributario (RUT)

Formularios disponibles en las sedes de la CCB

Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES).

Carátula única empresarial y anexos según corresponda (Persona Natural, Persona Jurídica, Establecimiento de comercio o Proponente).

Formulario registro con otras entidades.

Minuta de constitución:

Por documento privado, si la empresa a constituir posee activos totales por valor inferior a quinientos (500) Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes o una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores y no se aportan bienes inmuebles. Ver Ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento.

Escritura pública:

En cualquier notaría, sin importar el valor de los activos o el número de trabajadores, según lo establecido en el artículo 110 del Código de Comercio. Cuando se aporten bienes inmuebles, el documento de constitución deberá ser por escritura pública, el impuesto de registro deberá ser cancelado en oficina de instrumentos públicos y

presentar copia del recibo o certificado de libertad que acredite la inscripción previa de la escritura pública en esa oficina, al momento de presentar los documentos.

Consulta de marca.

Tipo de sociedad: las principales formas jurídicas previstas en nuestra legislación para el ejercicio de cualquier actividad económica, así como las características más relevantes de cada una de ellas.

DIAN:

El Registro Único Tributario (RUT), administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar ha:

El Número de Identificación Tributaria (NIT) constituye el código de identificación de los inscritos en el RUT. Este número lo asigna la DIAN a las personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras o a los demás sujetos con obligaciones administradas por dicha entidad.

ENTORNO POLITICO

De acuerdo con la Cámara de Comercio de Bogotá, a partir del año 2000, las nuevas empresas o pueden beneficiarse de la reducción en el pago de los aportes parafiscales durante los tres primeros años de operación.

Adicional El Ministerio de Trabajo por su parte, recuerda otros incentivos planteados recientemente:

*Las pequeñas empresas nuevas y aquellas que venían operando sin matrícula mercantil no pagarán el impuesto a la renta en sus dos primeros años a partir del inicio de su actividad económica principal.

*Los beneficios directos o descuentos para las nuevas pequeñas empresas consisten en que el pago de estas tres obligaciones se puede hacer de manera progresiva, es decir, en un porcentaje de la tarifa que va creciendo con el tiempo hasta alcanzar el 100% de la tarifa normal o plena.

También como empresa contamos con La ley 1429 de 2010 en sus artículos 5 al 7 creó una serie de beneficios tributarias y comerciales a las pequeñas empresas que se constituyeran a partir de la entrada en vigencia de la referida ley, sin embargo, una vez que se logre el beneficio allí contemplado, hay que conservarlo para lo cual hay que cumplir una serie de requisitos.

P.O.T

Nuestra empresa CITREX S.A.S estará ubicada en la Diagonal 15 a No. 99a 30 Localidad 9 Fontibón, ya que este es un sector cuyo uso del suelo está permitido el cual está autorizado por la planeación distrital, además de esto nos evitara costo por arrendamiento de local, y adicional cuando empecemos a exportar se reducirán los costos de transporte de la mercancía ya que nos quedan cerca las agencias de aduanas y el aeropuerto.

De acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá, el uso del suelo urbano de Fontibón se divide en seis áreas de actividad: Dotacional (24,7%), residencial

(20,5%), urbana integral (20,9%), industrial (19%), de comercio y servicios (10,3%) y de suelo protegido (4.6%).

La localidad Fontibón representa el 3.8% del área total de la ciudad. Es la décima localidad en extensión territorial con 3.331 hectáreas, has. Posee 281 has. De suelo de expansión y no tiene suelo rural.

Variable	Fontibón
Estratificación	3,1% de los predios son de estrato 0. 12,4% de los predios son de estrato 2. 47,7% de los predios son de estrato 3. 36,8% de los predios son de estrato 4.
Uso del suelo	20,5% es suelo para uso residencial. 10,3% es suelo para usos de comercio y servicios.
Ordenamiento urbano	Ocho (8) UPZ. Tres (3) UPZ reglamentadas. Cinco (5) UPZ sin reglamentar. Cuatro (4) UPZ industriales. Dos (2) UPZ residencial cualificado. Una (1) UPZ con centralidad urbana. Una (1) UPZ dotacional.



Capítulo 4

Estudio Técnico Operativo

Presentación y empaque del producto

PRESENTACIÓN

Productos empacados al vacío

EMPAQUE

Bolsa plástica biodegradable.

En presentación de:

180 gr



IMG 2 presentación y empaque producto.

Ciclo de vida

Se considera de mucha importancia la conservación de alimentos pues esto nos permite alargar la vida útil de las frutas y poder tener acceso a mercados más distantes, otra de las importancias de conservar frutas deshidratadas es debido a que podremos contar con frutas en épocas que normalmente no se producen, logrando así mejores precios. El ciclo de vida del producto finalizado puede ser de 6 meses si se conserva en un lugar seco y sin luz.

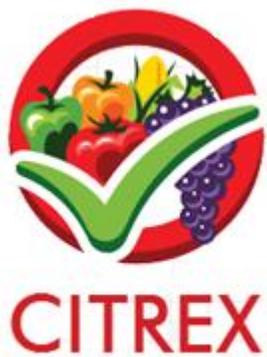
Ficha Técnica del producto

NOMBRE DEL PRODUCTO	FRUTOS CÍTRICOS DESHIDRATADOS, SIN ADHERIDOS NI CONSERVANTES	
CALIDAD	NORMAS FITOSANITARIAS PARA FRUTOS DESHIDRATADOS (INVIMA Y ICA)	
GENERALIDADES	PRODUCTO ELABORADO CON FRUTAS CÍTRICAS, DONDE SE LOGRA REDUCIR SU TAMAÑO CONSERVANDO TODAS SUS PROPIEDADES	
INGREDIENTES PRINCIPALES	MANGO, KIWI, PIÑA	
INGREDIENTES SECUNDARIOS	MANI	
LUGAR DONDE SE PRODUCE	En Antioquia se ha sembrado tradicionalmente en el Occidente del departamento, en los municipios de Rabeaba y Frontino, región que reúne las condiciones agroclimáticas necesarias para el cultivo.	
CICLO DE VIDA	El ciclo de vida del producto finalizado puede ser de 6 meses si se conserva en un lugar seco y sin luz.	
CARACTERÍSTICAS EMPAQUE	BIODEGRADABLES: estos envases de politereftalato de etileno se denominan poliésteres, son ligeros, resistentes, transparentes y brillantes. Conservan el sabor y aroma de los alimentos y son una barrera eficaz contra los gases. Son totalmente reciclables.	
CARACTERÍSTICA FÍSICAS DE LA MATERIA PRIMA Y/O INSUMO	APARIENCIA	REGULAR ENTERO
	COLOR	NATURAL
	OLOR	MANGO, KIWI, PIÑA
	SABOR	ACIDO
	TEXTURA	SECO

Contenido calórico (kcal)		646.0	
Proteínas (g)		13.0	
Carbohidratos (g)		9.6	
Fibra (g)		7.5	
Contenido graso total (g)		62.0	
Ácidos grasos	saturados (g)	4.6	
	insaturados	monoinsaturados (g)	48.7
		poliinsaturados (g)	5.8
Colesterol (mg)		0	
Vitamina E (mg)*		15.19	
Fitoesteroles (mg)*		96.0	
Minerales	Cobre Manganeso Calcio Potasio Fósforo		
Vitaminas	Vitamina E Vitamina B6 Ácido fólico		

Img1 etiquetado donde se verifica el contenido del alimento

Logo



Etiqueta

CITREX		
FRUTO SECO/ KIWI ID; 1030567254	N.W	180 gr
	B.W	180 gr
CODIGO 	 CITREX	
	HECHO EN COLOMBIA  7 8 8 4 9 2 8 0 8 2 7 4	
ALM 04  0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 1 2 3		
1.90X1.00 CITREX COLOMBIA		

Costos de producción

Maquinaria y equipos			
Concepto	Vr Unidad	Unidades	Total
Horno deshidratador	1.499.900	4	5.999.600
Juego de cuchillos	79.900	2	159.800
Mesón acero inoxidable	800.000	3	2.400.000
TOTAL			8.559.400
Equipos Computo y comunicó			
Concepto	Vr Unidad	Unidades	Total
Computador	1.499.000	2	2.998.000
Teléfono	89.900	2	179.800
Impresora	549.000	1	549.000
TOTAL			3.726.800
Muebles y Enseres			
Concepto	Vr Unidad	Unidades	Total
Mano de obra arreglo Bodega	1.950.000	1	1.950.000
Pintura epoxica para 125 m2	109.800	6	658.800
Pintura paredes para 125 m2	201.600	2	403.200
Silla oficina	99.900	2	199.800
Escritorio oficina	170.000	2	340.000
Archivador metálico	230.000	2	460.000
Cosedora	13.990	2	27.980
Perforadora	70.003	2	140.006

Saca ganchos	1.800	2	3.600
Bisturí	2.990	3	8.970
TOTAL			4.192.356

Servicios Públicos			
Concepto	Vr mes	Meses	Vr Anual
Luz	400.000	12	4.800.000
Agua	250.000	12	3.000.000
Telefonía	89.900	12	1.078.800
TOTAL			8.878.800

Papelería			
Concepto	Vr Unidad	Unidades	Total
Resma papel carta blanca	8.700	5	43.500
Carpeta AZ carta	2.990	5	14.950
Ganchos cosedora	2.300	10	23.000
Caja Esferos x12	6.600	1	6.600
Botellón de agua	9.500	2	19.000
Libretas	7.450	2	14.900
Bisturí	2.990	0,5	1.495
Cinta adhesiva	12.900	4	51.600
TOTAL			175.045
Publicidad			
Concepto	Vr Unidad	Unidades	Total
Impresión en bolsa	125	8.333	1.041.625
Impresión en caja	300	208	62.400
TOTAL			1.104.025

INVERSIÓN FIJA	
Maquinaria y Equipos	8.559.400
Equipos Computo y comunic	3.726.800
Muebles y Enseres	4.192.356

Total	16.478.556
--------------	-------------------

INVERSIÓN DIFERIDA		
	Vr mes	VR Anual
Licencia creación de empresa	13.583	163.000
Licencia Invima	129.469	1.553.632
Capacitación Manipulación Alimentos	4.000	48.000
Seguros (A un año)	41.667	500.000
Total	188.719	2.264.632

Mat Prima	Vr Kilo	Vr Mes (1TON)
Kiwi	5.700	5.700.000
Piña Perolera	6.450	6.450.000
Mango Chancleto	5.300	5.300.000
Total		17.450.000

CALCULO COSTOS DE OPERACIÓN		
Concepto	Vr mes	VR Anual
Mantenimiento Equipos	45.000	540.000
Mantenimiento Instalaciones	60.000	720.000
Servicios Públicos	739.900	8.878.800
Arriendos	4.500.000	54.000.000
Dotación	120.000	1.440.000
Total	5.464.900	65.578.800

NÓMINA			
FUN	Salario	Aux Traspors	Dotación
Gerente Gral	2.000.000	0	0
Jefe produc	1.500.000	88.211	160.000
Operario prod	781.242	88.211	160.000
Operario emp	781.242	88.211	160.000
Total	5.062.484	264.633	480.000

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS		
Concepto	Vr Mes	Vr Anual
Honorarios Contador	50.000	600.000

Gastos papelería y otros	175.045	2.100.540
Publicidad	1.104.025	13.248.300
Diversos	7.207.200	86.486.400
Total	8.536.270	102.435.240

Diversos			
Concepto	Vr Unidad	Unidades	Total
Bolsa empaque producto 180gs	800	8.333	6.666.400
Caja empaque 25*25*10	2.600	208	540.800
TOTAL			7.207.200

Ingredientes Pqte 180gr	Grs
Kiwi	60 gs
Piña Perolera	60 gs
Mango Chancleto	60 gs

NUMERO UNIDADES MENSUAL			
Ingredientes	Kilos útiles	Gramos	pqt 180grs
Kiwi	700	700.000	3.889
Piña Perolera	300	300.000	1.667
Mango Chancleto	500	500.000	2.778
TOTAL PAQUETES MENSUALES			8.333

Producción 1 unidad			
Concepto	Valor Mes	Pqts Mes	Costo x Unidad
Inversión diferida	188.719	8.333	23
Materia Prima	17.450.000	8.333	2.094
Costos de Operación	5.464.900	8.333	656

Equipos Computo y comunic	3.726.800	3.726.800	3.726.800	3.726.800	3.726.800	3.726.800
Muebles y Enseres	4.192.356	4.192.356	4.192.356	4.192.356	4.192.356	4.192.356
Vehículos		0	0	0	0	0
Total Activo Fijo Depreciable (Bruto)	16.478.556	16.478.556	16.478.556	16.478.556	16.478.556	16.478.556
(-) Depreciación Acumulada		2.876.476	5.752.951	8.629.427	11.505.902	14.382.378
Total Activo Fijo Depreciable (Neto)	16.478.556	13.602.080	10.725.605	7.849.129	4.972.654	2.096.178
Activos Diferidos	143.053	113.642	84.232	54.821	25.411	-4.000
TOTAL ACTIVOS	59.954.333	64.991.142	88.456.656	93.198.485	91.396.826	84.295.894
PASIVO Y PATRIMONIO						
Pasivos Corrientes						
Proveedores		33.504.000	34.676.640	35.890.322	37.146.484	38.446.611
Otros Pasivos Corrientes						
Porción Corriente Pasiva a Largo plazo						
Pasivos Financieros a Corto Plazo						
Impuesto de Renta y Cree por Pagar		0	0	9.767.926	17.934.134	24.453.488
Total pasivos Corrientes	0	33.504.000	34.676.640	45.658.248	55.080.618	62.900.099
Pasivos No Corrientes						
Pasivos Financieros						
Cuentas por pagar		51.850.508	53.406.024	55.008.204	56.658.450	58.358.204
Total pasivos No Corrientes		51.850.508	53.406.024	55.008.204	56.658.450	58.358.204
TOTAL PASIVOS	0	85.354.508	88.082.664	100.666.452	111.739.068	121.258.303
PATRIMONIO						
Capital	59.954.333	59.954.333	59.954.333	59.954.333	59.954.333	59.954.333
Utilidades Retenidas		0	1.433.918	35.207.514	58.650.535	72.997.842
Utilidades del Ejercicio		1.792.398	42.216.994	29.303.777	17.934.134	8.151.163
TOTAL PATRIMONIO		-	373.992	-7.467.967	-20.342.242	-36.962.409
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		64.991.142	88.456.656	93.198.485	91.396.826	84.295.894

Estados de resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
CITREX S.A.S						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS BRUTAS	518.505.084	534.060.237	550.082.044	566.584.505	583.582.040	2.752.813.909
Menos:						
Costo de Venta	306.139.018	316.714.747	327.658.257	338.982.346	350.700.261	1.640.194.630
Compras Mp / Inventarios	209.400.000	216.729.000	224.314.515	232.165.523	240.291.316	1.122.900.354
Nomina Operativa	29.448.338	30.399.809	31.382.212	32.396.555	33.443.883	157.070.798
Costos indirectos de fabricación	65.578.800	67.874.058	70.249.650	72.708.388	75.253.181	351.664.077
Depreciación Operativa	1.711.880	1.711.880	1.711.880	1.711.880	1.711.880	8.559.400
Utilidad Bruta en Ventas	212.366.066	217.345.489	222.423.787	227.602.159	232.881.779	1.112.619.279
Menos:						
Gastos de Administración	164.969.866	173.252.339	181.712.787	190.357.505	199.192.576	895.102.695
Amortización de Diferidos	43.403.802	29.411	29.411	29.411	29.411	43.521.444
Utilidad Operacional	3.992.398	44.063.739	40.681.589	37.215.243	33.659.793	159.612.763
Menos: Gastos Financieros	2.200.000	1.846.745	1.609.887	1.346.975	1.055.142	8.058.750
Útil Antes de Impuestos	1.792.398	42.216.994	39.071.702	35.868.268	32.604.651	151.554.013
Menos Provisión de Impuestos	0	0	9.767.926	17.934.134	24.453.488	52.155.548
Utilidad Neta	1.792.398	42.216.994	29.303.777	17.934.134	8.151.163	99.398.465

Capítulo 6

Plan de Marketing

Estrategias de marketing

Mediante visitas a pequeñas y medianas empresas (pymes) podremos dar a conocer nuestro producto y lograr así una distribución efectiva, para así lograr conseguir un nombre como empresa y darle conocimiento a nuestra marca para poder empezar a entrar en el mercado nacional; en la visita se llevara un brochure que se apropie de nuestra compañía ofreciendo nuestras diferentes presentaciones y características del producto.

Promoción

Empezaremos por ir a las pymes dedicadas a la comercialización de productos saludables a nivel Bogotá mediante el voz a voz propague nuestro producto para despertar la curiosidad de cada posible nuevo cliente, adicionalmente a largo plazo propondremos la marca ante empresas multinacionales que se interesen.

Publicidad

A través de campañas publicitarias en redes que generen curiosidad a nuestros posibles consumidores; también elaboraremos volantes con información de citrex.

Manejaremos un portafolio de nuestro producto para mostrar directamente a los clientes en el brochur con degustaciones directamente a las pymes.

Precio publicidad

Creación del brochur tiene un valor de \$30.000, transporte \$8000 por movimiento

Capítulo 4

Conclusiones.

Dentro de toda nuestra investigación podemos concluir que con nuestra idea creativa estamos atacando a una gran necesidad de cambio e innovación que está impresa en el nuevo mercado en donde daremos a conocer nuestra marca como una marca nacional con miras en el extranjero donde todos nuestros clientes se degusten probando los exquisitos sabores de nuestro país

Es una gran experiencia ver como de una manera, realmente sencilla se puede hacer la transformación de un producto que puede generar un impacto y una gran acogida por un nicho de mercado tan grande como el que manejaríamos

Lista de referencias

- Manuel de secado. (2018). Retrieved from <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Montevideo/pdf/ED-Guiasecaderosolar.pdf>
- Snacks nutritivos con fruta deshidratada. (2018). Retrieved from https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40251/1/S1600668_es.pdf
- 8 pasos para obtener su registro sanitario de Alimentos - Invima - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos. (2018). Retrieved from <https://www.invima.gov.co/8-pasos-para-obtener-su-registro-sanitario-de-alimentos>
- Bogotá, C. (2018). Plan de Ordenamiento Territorial. Retrieved from <https://www.ccb.org.co/Transformar-Bogota/Gestion-Urbana/Ordenamiento-territorial/Plan-de-Ordenamiento-Territorial>
- Cómo constituir una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS). (2018). Retrieved from <https://puc.com.co/p/como-constituir-una-sas>
- Tienda - Tomacol Mas Natural Mas Placer. (2018). Retrieved from <https://tomacolcolombia.com/productos-categorias/>
- User, S. (2018). The Company. Retrieved from <http://www.tropickit.com/about-us/the-company>
- .: Caribbean Exotics -- Fruits 1986 -- :. (2018). Retrieved from http://caribbeanexotics.com.co/our_company