



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE HARINA
DE PLÁTANO PARA LA EMPRESA PLANTA AGROINDUSTRIAL LA
GAITANA**

JERRY ARAGÓN

PAUL GONGORA

DIRECTOR

**UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL
DIRECCIÓN NACIONAL UDCII**

BOGOTÁ D.C.

Fecha de entreg



CONTENIDO

Planteamiento del problema	4
4.1 Objetivo general	9
4.2 Objetivos específicos	9
6.1 Fuentes de Información Primaria	11
6.3 Técnicas e Instrumentos para Recolectar la Información.....	12
6.4 Técnicas e Instrumentos para Analiza la Información	12
6.5 Fuentes de Información Secundarias.....	12
6.6 Definición y Justificación del Tipo de Estudio	13
7.1 Análisis de los antecedentes	14
7.1.1 Producto	14
7.1.2 Características del consumidor.....	15
7.1.3 Análisis de la demanda.....	17
7.1.4 Análisis de la oferta	18
7.1.5 Análisis de Precios	20
7.1.6 Sistemas de Comercialización.....	23
7.2.1 Proyección de la Demanda	24
7.2.2 Proyección de la Oferta	26
7.2.3 Proyección de la Oferta del Producto (Exportación- Importación)	26
7.2.4 Proyección de Precios	27
7.2.5 Sistema de Comercialización a Utilizar	28
<u>8. ESTUDIO TÉCNICO</u>	<u>30</u>
8.1 Tamaño del Mercado, Localización y Financiamiento	30
8.2. Localización:	30
8.2.1 Macrolocalización:	30
8.2.2 Microlocalización:	31
8.3. Ingeniería del proyecto (Logística):	36
8.3.1 Proceso de Importación	36
8.3.2 Proceso de Exportación	36
8.3.4 Proceso de Producción	37
Gráfico 9: Proceso de producción	37
Zona Azul: Producción.....	38
8.4. Cálculo de inversiones:	38
<u>9. ESTUDIOS ADMINISTRATIVOS.....</u>	<u>39</u>
9.1 Impacto empresarial generado con el proyecto:.....	39

Bajo este contexto, la propuesta parte de la actividad productividad de la empresa para la creación de estrategias y modificaciones de orden, comercial y administrativo en el que se



pueda generar la exportación del producto bajo una marca certificado por los lineamientos de Invima y gestión de la calidad por la ISO: 9001.....	39
9.2 Estructura Organizacional	40
9.3 Planeación Estratégica.....	40
9.3.1 Estrategias de Crecimiento a partir de la Matriz DOFA:	41
<u>10. ESTUDIO LEGAL</u>	<u>41</u>
10.1 Tipo de empresa a crear o reestructurar.....	42
10.2 Requisitos legales de constitución o reestructuración	42
10.3. Normatividad aplicable en para el producto tanto en el país de origen como en el de destino general	42
11.1 Inversiones.....	45
11.2 Presupuestos de ingresos, costos, gastos	48
11.3. Determinación de los costos unitarios de exportación	53
11.4. Estado de resultados del proyecto	54
11.5. Flujo de caja del proyecto.....	56
La anterior tabla de flujo corresponde a los valores obtenidos y plasmados dentro de la matriz Excel, en necesidad de la presentación de los ingresos y la relación con los gastos, conjunto las proyecciones de la empresa. (Ver Excel	58
11.7. Análisis del punto de equilibrio.....	59
<u>12. EVALUACIÓN FINANCIERA</u>	<u>60</u>
12.1. Valor Presente neto – VPN.....	60
12.2. Tasa Interna de retorno -TIR	60
12.3. Periodo de recuperación de la inversión – PRI.....	60
12.4. La razón ingreso a la inversión.....	61
12.5. Relación Costo – Beneficio	61
12.6. Análisis de sensibilidad	61
12.7. Análisis de Riesgo	62
<u>13 IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL</u>	<u>63</u>
<u>14. CONCLUSIONES Y LOGROS</u>	<u>65</u>
<u>15. BIBLIOGRAFÍA CITADA</u>	<u>66</u>



INTRODUCCIÓN

Debido al constante incremento de importaciones, Colombia se ve obligado a promover un importante cambio en materia de política comercial, lo que impulsa a la economía a crecer en términos de competitividad y promoción de nuevos productos capaces de innovar dentro del mercado internacional, siendo así, una oportunidad para el sector agrario de incluir dentro del comercio mundial productos propios de las regiones que generan expectativa al consumidor, una muestra de ello, es la exportación de café y aguacate, productos que sirven actualmente como moneda de intercambio con grandes naciones como China y Norte América, sin olvidar el comercio Europeo el cual, año tras año demanda frutas y verduras.

De este modo, surge la necesidad de encontrar nuevos mercados mediante la firma de Tratados de Libre Comercio, Acuerdos y alianzas, catapultando proyectos de talento local que, desde la tecnificación de procesos, aplicación de tecnología entre otros, han dado paso a nuevos productos de alto consumo, como la quinua y la soja.

Con esta perspectiva, la Planta Agroindustrial la Gaitana, tiene como objetivo producir un suplemento y complemento de harinas a base de plátano. Por medio de este estudio de factibilidad, se experimentará un plan de exportación para dar a conocer esta harina al mercado internacional. Por ende, se realizará una investigación de mercados para la comercialización de este producto.

Planteamiento del problema

El entorno de globalización mundial en el que actualmente se desenvuelve la economía ha permitido que el concepto de Competitividad tenga una amplia difusión en el ámbito empresarial y académico. Este término tiene sus cimientos en los economistas clásicos cuando comenzaron a hablar sobre la competitividad internacional donde se destacaron los lineamientos teóricos de la ventaja absoluta de Smith, donde afirma que un país debe dedicarse a exportar un bien o servicio donde su producción sea más eficiente en comparación con otros países. (Suñol, 2006, pág. 101). De igual forma se destacó los lineamientos de David Ricardo con el tema de la ventaja comparativa, la cual consiste en que los países deben especializarse en las actividades donde más ventajas tienen en comparación de otros estados. (Suñol, 2006, pág. 105).

Lo anterior, bajo la iniciativa de expansión comercial actualmente liderada en Colombia, donde el Valle del Cauca ha crecido un 6,3% este último año siendo el principal exportador de productos agroindustriales de Colombia, presenta una oportunidad para el ingreso de nuevos productos locales en el comercio extranjero donde los productos alimenticios representaron unos USD 6 millones según un informe la cámara de comercio de Cali. Productos revestidos por el característico del agro nacional y la tecnificación de los procesos, sustentado por la calidad y la alta demanda. Un caso visible, recae en la



exportación de aguacate a Estados Unidos y China, convirtiéndose en un producto de alto consumo que ha beneficiado las relaciones comerciales y cimienta las negociaciones a nuevos productos.

De esta manera, y reconociendo que actualmente no se exportan las harinas hechas a base de plátano, chachafruto y bore, existe un mercado potencial para la inserción de un producto fácil de producir con valores competitivos a la harina tradicional, por lo que, la presente investigación parte del estudio técnico, administrativo, comercial y económico de factibilidad de una empresa comercializadora de harina a base de plátano ubicado en una región competitiva en el agro, lo que garantiza la producción continua del producto, logrando satisfacer la demanda, puesto que el target al que está enfocado la propuesta se centra en el mercado internacional.

Con esta perspectiva, el proyecto de investigación se centra en el aprovechamiento de la Planta Agroindustrial la Gaitana, ubicada en el Municipio de Inzá-Cauca partiendo de la reestructuración del modelo comercial, estratégico, financiero y administrativo que le permita competir dentro del mercado internacional superando falencias de tipo logísticos producto de las limitantes de infraestructura, por lo que, se busca superar desde el plan de negocio y la factibilidad la presencia de un producto a base de plátano.

En este caso se destaca los preceptos teóricos de Michael Porter quien busca ir más allá de las teorías clásicas del comercio exterior que eran usadas para explicar el concepto de competitividad, pues según él, en estos modelos no se comprenden aspectos fundamentales como la localización de la producción y por extensión el éxito de las economías. (Porter, 1990).

Dentro del contexto investigativo, la Planta Agroindustrial la Gaitana, tiene como objetivo elaborar un producto de valor agregado, en este caso, harina hechas a base de plátano. La planta está situada en el suroccidente de Colombia ubicada en el departamento del Cauca, municipio de Inzá. En el departamento del Cauca, sus tierras permiten cultivar sin ninguna dificultad, pues está ubicada en la cordillera central por lo que cuenta con variedad de climas permitiéndole la siembra del plátano (IDEAM, s.f)

Pregunta de investigación

- ¿Qué elementos comprende el estudio de factibilidad de una empresa productora y comercializada de Harina a base de Plátano para su comercialización a nivel Internacional?

Sistematización

- ¿Qué procesos de marketing se deben llevar a cabo para la promoción e internacionalización de la harina hecha a base de plátano en el exterior?



- ¿Qué tan complejo resultara ser este plan de exportación de la harina hecha a base de plátano, teniendo en cuenta que no se cuenta con suficiente información de la misma?

2. JUSTIFICACIÓN

Para tener éxito en los mercados internacionales, los exportadores deben asociarse de manera productiva, con el fin de satisfacer las demandas y los cambios de los distintos consumidores, conociendo las condiciones competitivas imperantes en el mercado; cuanto mayor es la capacidad de competencia de una región en mercados extranjeros, mayor es la capacidad de tal economía de crecer sin obstáculos.

Por lo que, los patrones comerciales han representado una gran oportunidad para los países en desarrollo, y en particular para materializar exportaciones de manufacturas no basadas en recursos naturales. En las últimas décadas, las variables de comercio exterior de un país han cobrado fuerza en el análisis de la competitividad como elemento necesario para un exitoso proceso de globalización. El comercio internacional en los últimos años se ha focalizado en las exportaciones de manufacturas, y de manera especial en aquellas con mediano y alto contenido tecnológico. La política nacional no puede modificar la dinámica del proceso de globalización.

Por esta razón, esta investigación planteará una metodología para exportar harina de plátano como un producto que representa un mercado potencial en el extranjero con la calidad de insumos de primera calidad.

En consecuencia, la investigación tiene como objetivo desarrollar un texto donde se expongan los pensamientos y saberes adquiridos a lo largo de la carrera académica, gozando de un pensamiento crítico- creativo que alimenta la justificación del presente trabajo. De esta manera, la harina de plátano se exporta a nivel mundial, con la partida arancelaria 11.06.30 descrita en la base de datos del mapa comercial, logre posicionarse dentro del mercado internacional de las harinas, siendo una alternativa con un mayor beneficio alimenticio, producido de forma artesanal bajo herramientas de tecnificación capaces de incrementar el sistema operacional de la empresa en satisfacción de la demanda. Puesto que, la harina de plátano ya ha sido exportada y comercializada a nivel nacional e internacional según un informe de PROCOLOMBIA (PROCOLOMBIA, s.f). De este modo, durante el transcurso de este Estudio, se planteará una metodología para la exportación de la harina hecha a base de plátano.



3. ESTADO DEL ARTE

La alimentación es sin duda una actividad cuyo principio se basa en la satisfacción de una necesidad natural, por lo que, debe contar con los componentes necesarios en función del bienestar de la salud de quienes lo consumen, así mismo, la capacidad de satisfacer la demanda por cuenta de los consumidores.

Por lo que, a través de los años y bajo la premisa del cambio climático entre otros pensamientos que invitan a la construcción de una sociedad autorregulada y sostenible, los hábitos alimenticios han sido uno de los focos de transformación, puesto que, la producción de alimentos está ligado a los modelos de consumo exigidos por la sociedad demandante; con esta perspectiva, la apertura de una cultura del consumo balanceado de productos surge como una posibilidad para la elaboración de productos capaces de satisfacer la demanda desde el consumo consciente de los alimentos, reduciendo la huella ecológica.

La creciente demanda por probar nuevos alimentos, así como por la numerosa población latinoamericana ha hecho una diversificación de los productos sobre todo en las materias primas, siendo las frutas una base esencial de comercialización. Por ello, el plátano pertenece a la familia de estos productos que cada vez generan un impacto dentro del mercado, siendo su tratamiento y conversión en harina un potencial de distribución capaz de suplir la demanda de harinas, siendo una competencia para el trigo tradicional, lo anterior, bajo el beneficio de tratarse de un fruto común capaz de cultivarse en suelo subtropicales.

Con esta perspectiva el estudio de Alex Esteban Viracocha Titulado *Plan de Negocios para la Exportación de Harina de Plátano de la Empresa Corpicsupal al Mercado Canadiense*, presenta un proyecto de implementación de un proceso de exportación a una empresa que comercializa harina de plátano en vista de la problemática de los pequeños productores en función de la comercialización y exportación del producto, por lo que, se parte de la empresa encargada de la compra de la harina conjunto el intermediario entre el mercado canadiense en la búsqueda de una relación de negocio estable. (Viracocha, 2012, pág. 5)

Bajo este espectro, la investigación con el tema “Modelo de negocio para la exportación de harina de banano desde la zona 5 y 8 de la empresa Sarcofruit hacia el Mercado Alemán. Este proyecto tiene como objetivo contribuir a la diversificación del giro de negocio de la empresa Importadora de frutas Sarango S.A. Sarcofruit con los procesos y requisitos para la exportación de harina de banano hacia mercado europeo en negociación DDP (DeliveredDutyPaid - Entregado Derechos Pagados, lugar de destino convenido). La harina



de banano, al ser un producto novedoso en aquella región ofrece ventajas competitivas en los principales sectores de la economía. (Ramírez, 2017, pág. 12)



4. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS

4.1 Objetivo general

- Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de la Harina hecha a base de Plátano originaria del Municipio de Inza, departamento del Cauca a mercados internacionales.

4.2 Objetivos específicos

- Analizar la producción de harina a base de plátano en el departamento del Cauca
- Realizar un estudio de los posibles mercados a exportar el producto
- Realizar un estudio técnico, administrativo y legal para la conformación de la comercializadora
- Realizar un estudio financiero y evaluación económica



5. MARCO TEÓRICO

Este plan de exportación utilizará como marco teórico la teoría de la ventaja absoluta planteada por Smith (1994). Esta teoría tiene como objetivo establecer una metodología para la eficiencia y riqueza de un país. La teoría propone que un país se especializará, producirá y exportará un bien en el cual sea más eficiente e importará un bien en el cual sea ineficiente

Este postulado sirve como apoyo para el desarrollo de la presente propuesta de investigación de dos maneras. En el caso propuesto por el presente trabajo, existe la necesidad de especializar la producción y exportación de harinas hechas a base de plátano. Esta especialización será posible desde el punto de vista técnico y generará un valor agregado en el sector de exportaciones de Colombia.

Por otra parte, dicha especialización generará la necesidad de importar maquinaria requerida en el proceso de producción de harinas hechas a base de plátano. Para esto, se deberá acudir a los países que se especialicen en maquinaria para productos con valor agregado. De esta forma, el presente trabajo se apoyará en lo propuesto por la teoría de Smith al especializarse en producción de harinas de plátano y dejando la importación de maquinaria para dicha producción en segundo lugar, dado que no hay eficiencias en este renglón de la producción.

6. METODOLOGÍA

6.1 Fuentes de Información Primaria

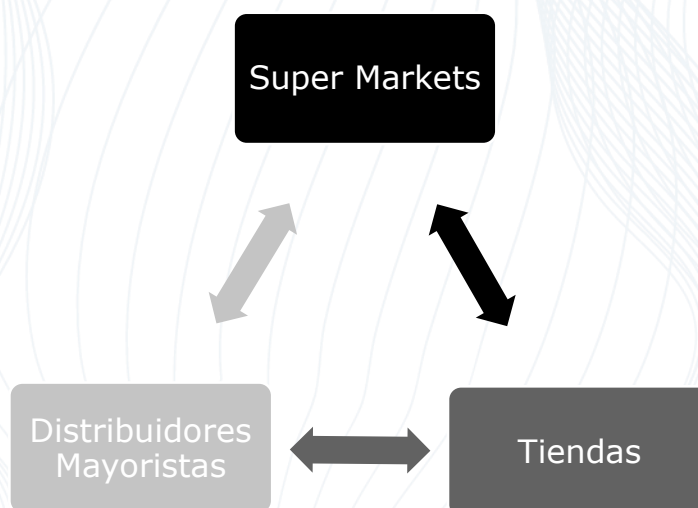
Las fuentes de información son aquellas que suministran datos útiles a una investigación. Las fuentes de información se dividen en dos formas, fuentes primarias y fuentes secundarias. La primera se encarga de facilitar información verídica por medio de libros, revistas científicas, entre otras, y las secundarias son aquellas que se han modificado y hacen parte de enciclopedias, antologías, entre otras.

Por lo anterior, las fuentes primarias utilizadas para la proyección del modelo de factibilidad está sujeta a los estudios preliminares aplicados dentro de la Planta Agroindustrial la Gaitana, ubicada en el Municipio de Inzá-Cauca, contando recursos como: Informes, Hojas de Cálculo, Modelo de Gestión, Misión y Visión, entre otros elementos cuya repercusión dentro de la producción del plan técnico, administrativo, económico y financiero garantice la viabilidad del plan comercial del posicionamiento de Harina a base de Plátano.

6.2 Población de Muestra:

La población de consumo a la que está dirigido el producto de Harina a Base de Plátano cuenta con el siguiente perfil:

Gráfico 1:





Al tener un enfoque internacional el principal público de compra son las grandes plataformas de venta comercial como Super Markets y Distribuidores Mayoristas, sin embargo, dentro del plan comercial se busca enfocar dentro del nicho de mercado compradores de menor cuantía como Tiendas Locales, lo que sirve como respaldo económico durante la negociación y expansión comercial con las grandes plataformas de compra, lo que genera una red de consumo en crecimiento basados en la calidad del producto y difusión de la marca.

6.3 Técnicas e Instrumentos para Recolectar la Información

Análisis PEST / Matriz DOFA. Está direccionado hacia el análisis de riesgos y resultará útil en la relación de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que se identifican en los procesos, producto e implementación; también tiene que ver con los organismos de apoyo involucrados, planes de acción para disminución de riesgos externos o internos.

Balance Score Cards / TPM (Total Manager Production). Sistemas para el diseño de la estructura organizacional, que servirán para desglosar ítems como el tipo de organigrama y flujo administrativo, manual de funciones con cargo, tipo de contratación, compensación económica, perfil ocupacional, formación académica requerida, diseño del menú de indicadores de gestión, entre otros.

6.4 Técnicas e Instrumentos para Analiza la Información

Dadas las características y objetivos del presente proyecto, éste se enmarca dentro de una investigación de carácter mixto, puesto que, durante el desarrollo del mismo, de acuerdo a las variables y elementos incorporados, se llevarán a cabo procesos de cuantificación derivados de herramientas estadísticas, estimaciones numéricas y presupuestales basadas en encuestas, entre otros. Por otro lado, existen una serie de elementos cuantitativos propios de actividades como la descripción de determinados procesos y procedimientos de fabricación, análisis no numéricos, diseño de organigramas, conjunto la evaluación del mercado desde la intención de compra y registro del mercado actual.

6.5 Fuentes de Información Secundarias

En complemento las fuentes de información secundarias están constituidas a partir de las fuentes de información que sirven como respaldo de los hallazgos y los procesos de producción de nuevos conocimientos, enfocados en la factibilidad de la empresa comercializadora de Harina a base de Plátano; por ello, el objetivo de este plan de



exportación es dar a conocer al mercado internacional las harinas hechas a base de chachafruto, plátano y bore. Para esto se obtendrá información verídica a través de entidades gubernamentales y no gubernamentales como lo son, TRADEMAP, PROEXPORT, PROCOLOMBIA, MINCIT y la DIAN. Estas entidades permitirán ver estadísticas y movimientos de mercancía que se realizan por todo el mundo, ya que fortalecerá este plan de exportación.

6.6 Definición y Justificación del Tipo de Estudio

El método de investigación del presente trabajo será cuantitativo con un diseño de estadística descriptiva. En definición, “la estadística descriptiva es la rama de la estadística que formula recomendaciones de cómo resumir, de forma clara y sencilla, los datos de una investigación en cuadros, tablas, figuras o gráficos” (Macías et al., 2016, p. 2). Este diseño de estadística descriptiva es el apropiado para describir, interpretar y organizar los datos suministrados por las entidades gubernamentales y no gubernamentales en torno a comercialización y demás aspectos cuantificables sobre el tema de harinas en Colombia.

Por tanto, las fases de la investigación son aquellas que permiten llevar cabo un orden secuencial o cronológico de la investigación. Reflejan claridad y especifican la información suministrada. Por ende, este plan de exportación se desarrollará de la siguiente manera.

Esta investigación se ejecutará bajo un enfoque cuantitativo (Sampieri, 2014). En definición, “el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Sampieri, 2014, p. 4). Este método es apropiado en esta investigación dado su uso de cifras numéricas.

Estas cifras permitirán la captura y análisis de datos numéricos sobre producción y exportación de harinas en Colombia, porcentajes de comercialización, impacto económico derivado de esta actividad y otras variables cuantificables necesarias para resolver el problema de investigación. Igualmente, el método cuantitativo permitirá el análisis mediante estadística descriptiva a fin de entender comportamientos de las exportaciones de harinas esencial en esta investigación

Bajo estas características, este estudio se apoyará en diversas entidades que aportan estadísticas actuales del comercio internacional. Algunas de estas entidades son TRADEMAP, PROCOLOMBIA, PROEXPORT, entre otras.



7. RESULTADOS Y ANÁLISIS

7.1 Análisis de los antecedentes

7.1.1 Producto

El plátano verde pertenece a la misma familia del plátano común y su origen se remite a las regiones asiáticas. Pero su cultivo puede estar mayormente ubicado en todas aquellas regiones tropicales.

En la producción de estos productos se utilizan tanto el plátano, como la papa, y otros productos como la yuca, mostrando que estos productos hacen parte del mismo mercado relevante. Ahora, frente a la producción de harinas, la de plátano es muy apreciada por sus propiedades nutricionales, carbohidratos, proteínas, vitaminas, minerales y fibra, considerándola, similar a la fibra dietética. Este producto se ha convertido en cierta medida en sustituto de la harina de trigo, ya que carece del gluten que contiene esta, además de que absorbe más agua y gelifica con mayor rapidez. (Jiménez, 2012, pág. 4)

Ficha técnica de la harina de plátano

Calidad:

- Debe cumplir con la NTC 2799.
- Las especificaciones y requisitos generales y/o específicos contenidos en la presente ficha técnica, así como las especificaciones de empaque y tamaño de ración establecidos en este documento prevalecen sobre cualquier especificación contenida en las Normas Técnicas Colombianas referenciadas en la misma.

Generalidades:

- Producto obtenido mediante el procesamiento térmico del plátano deshidratado, partido con inyección de vapor, molienda de la harina de plátano.
- En la harina de plátano no se permite la adición de edulcorantes, saborizantes, colorantes, decolorantes ni ningún aditivo.
- La harina de plátano debe estar libre de partículas de polvo o cualquier otro material extraño, contaminante.
- Los residuos de plaguicidas no de deben exceder los límites máximos establecidos en la Resolución 2906 de 2007, el Ministerio de la Protección Social.
- Ausencia de sustancias tóxicas, adulterantes y conservantes. Libre de impurezas, ausencia de insectos vivos y muertos, pelos y excretas de roedor, de acuerdo con BPM y Certificado de Calidad del proveedor.

Requisitos generales:

- La harina de plátano debe mantenerse empacada en condiciones de humedad y limpieza que garanticen su conservación.



- Ausencia de sustancias tóxicas, adulterantes y conservantes. Libre de impurezas, ausencia de insectos vivos y muertos, pelos y excretas de roedor, de acuerdo con BPM y Certificado de Calidad del proveedor.

La harina de plátano por sus características nutritivas es apta para todas las personas, en especial para los niños de primera infancia. La harina de plátano verde es un producto elaborado que da muchas posibilidades culinarias, aportando el rico sabor de la fruta, la cual contiene Potasio, hierro, calcio, fósforo y es un alimento saludable. Lo que, la convierte en un producto con una posible alta demanda, dado que, esta harina es muy apreciada por sus propiedades nutricionales, carbohidratos y proteínas, y es rica en vitaminas, minerales y fibra, además del denominado almidón resistente, llamado así porque es resistente a las enzimas digestivas del hombre, no es absorbido por el intestino delgado, considerando su actividad como la de la fibra dietética.

Además, se evidencia que el plátano, como materia prima posee diferentes usos industriales, entre ellos la elaboración de snacks dulces o salados denominados patacones, además de la producción de harina de plátano. Para la manufactura de estos productos se utilizan, además del plátano, otros similares como la papa y la yuca, enmarcándose los tres dentro del mismo grupo de relevancia. Puesto que, la producción de plátano se concentra en la Región Andina con el 71% de la producción total, y en la Región de la Orinoquia. Se destacan los departamentos de Quindío, Meta, Antioquia, Tolima, Córdoba, Arauca y Valle (Agencia Logística Fuerzas Militares, 2014, pág. 2).

7.1.2 Características del consumidor

Actualmente, Colombia, cuenta con los siguientes acuerdos viables para este plan de exportación. En primer lugar, se encuentra el TLC con EUA, en segundo lugar, el acuerdo entre Colombia y el triángulo del norte, en cuarto lugar, alianza del pacífico y en quinto y último lugar, el acuerdo entre Colombia y Unión Europea.

Por otra parte, los segmentos más importantes de la demanda lo constituyen el consumo interno con un 10% y las exportaciones con un 90%. Es importante destacar que los volúmenes de exportaciones son principalmente hacia la Unión Europea, combinando banano orgánico y convencional. El resto es exportado a los Estados Unidos de Norteamérica. (Perdomo, 2011)

Con esta perspectiva, el crecimiento de la industria productora de harina de plátano, presenta un potencial competitivo capaz de generar una apertura importante en el sector de la exportación, demarcado por la rentabilidad que este genera y la variación de costos de producción en contraste con la harina de trigo, lo que facilita, al mercado local ampliar sus compradores, donde el mercado internacional es el principal foco de inversión. Por tanto, la FAO y la OMS, entre sus recomendaciones para la salud y la prevención de enfermedades



no transmisibles, sugiere la aplicación de una dieta que contenga un mínimo de 500 gramos entre frutas y verduras al día.

Bajo este contexto, cerca de un 4% de la producción nacional de plátano se destina al mercado de exportación, el restante se destina para el consumo interno en fresco y una muy pequeña proporción, menos del 1%, se destina como materia prima para la agroindustria nacional. (Héctor Martínez Covalada, 2005, pág. 3)

Tabla 1: Tendencias de Ingredientes y Alimentación

Ítems	Porcentaje de encuestados por Nielsen (2016)				
	Norte América	América Latina	Europa	Asia-Pacífico	África
Alergia o intolerancia alimentaria	31%	34%	22%	42%	50%
Dieta Especial					
Baja en grasa	19%	39%	20%	37%	36%
Baja en sodio	21%	24%	8%	22%	13%
Baja en Carbohidratos	15%	20%	11%	23%	17%
Vegetariana	6%	8%	5%	19%	16%
Sin trigo o sin gluten	8%	10%	4%	10%	8%
Ingredientes evitados					
Conservantes artificiales	53%	54%	61%	67%	62%
Aromatizantes artificiales	55%	54%	60%	66%	62%
Colorante artificiales		56%	60%	65%	62%
OMG (Organismos genéticamente modificados)			59%		
Búsqueda de la sencillez					
Alimentos elaborados de forma casera son más sanos	76%	81%	77%	78%	77%
Mejor impresión hacia las empresas transparentes con su trazabilidad en la cadena	71%	74%	68%	76%	73%
Necesidades dietéticas no están completamente cubiertas	41%	63%	51%	56%	63%

Fuente: Marcela Carvajal, Paula Zuluaga, Olga Lucia Ocampo, Daniela Duque, Las Exportaciones de Plátano como una Estrategia de desarrollo rural en Colombia (2019)

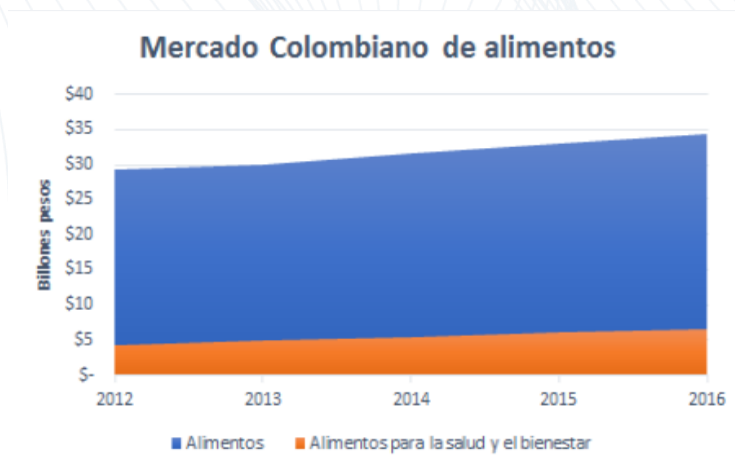
Adicionalmente, según la plataforma virtual de TRADEMAP, los países adheridos a estos acuerdos son los principales importadores de harinas. De tal manera que, podría ser el segmento de exportación de este producto. Teniendo en cuenta las estadísticas de exportaciones que TRADEMAP brinda.

De acuerdo con el análisis de las estadísticas disponibles de la Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) para el rango de años del estudio 2013-2017 (2017), la producción mundial de plátano se reportó con 35 millones de toneladas en el período 2012 a 2016, mostrándose un incremento de 1.7 toneladas para el 2016. Sin embargo, solo el 15 % de esta cantidad está destinada al comercio internacional, debido a la alta demanda del mercado interno de sus productores. (Marcela Carvajal García, 2019)

Entonces, de acuerdo a las características del producto, puede definirse el tipo de consumidor. Considerando el precio de la harina de plátano y que lo que se busca a nivel de consumo es reemplazar paulatinamente la ingesta de harina de trigo, alta en gluten, por la harina de plátano, que resulta más beneficiosa para la salud, el consumidor se ubica en un

amplio margen de la sociedad, de modo que socio económicamente hablando, el producto está al alcance desde el estrato 1 hacia adelante. Toda persona que quiera mejorar su calidad de vida desde la ingesta de alimentos puede acceder al mismo.

Gráfico 2: Mercado colombiano de alimentos entre 2012 y 2016.



Fuente: Euromonitor International (2017).

Tabla 2: Producción y Rendimiento

Nacional	2015	2016	2017	2018
Variable				
Área	419608	431996	443547	440294
Producción	3.461.951	3.908.986	4.235.478	4.316.726
Rendimiento	10.8	10.9	10.4	107

Fuente: DANE/Agronet FEDEPLAN 2018

7.1.3 Análisis de la demanda

En 2019 Estados Unidos fue el mayor importador de las harinas de plátano contempladas en la partida arancelaria 11.06.30 (TRADEMAP, 2019). Este país norteamericano representa el 80% de las importaciones de harina de plátano a nivel internacional. Es un nicho de mercado sustancial ya que por ser un país con 328.2 millones de habitantes requieren de un alimento que cumpla con todos los beneficios saludables para los seres humanos.

Por otra parte, la harina de plátano fue el producto con menor importación y presentó una disminución de 4 % en volumen. En el 2017, el país con la mayor importación fue Francia con un 13.8 %, seguido de República de Corea con 11.2 %. Colombia ocupó la posición 74 con una participación de 0.1 % en las importaciones mundiales. (Marcela Carvajal García, 2019, pág. 15)

Así mismo, las harinas de plátano cada vez toman más fuerza por sus beneficios saludables, el consumidor final tiene ya a entender la preocupación por la salud, es decir a tener una alimentación saludable y balanceada. Adicionalmente, Colombia pasó de exportar cerca de US\$39,820 millones en 2010 a casi US\$56.954 millones en 2011, un 43,03% superiores a años anteriores. Por lo que, Estados Unidos sigue siendo el principal mercado de destino de los productos agropecuarios de Colombia, concentrando el 37% (USD 2.803,9 millones FOB) del valor de las ventas sectoriales en el 2011. (Luz Myriam Trujillo García, 2013, pág. 55)

Imagen 1: Importaciones Mundiales de Plátano en Fresco y Procesado según Países Importadores 2017

Importaciones mundiales de plátano en fresco y procesado según países importadores			
Producto	Países importadores	Importaciones 2017	
		Valor (Miles de USD)	Volumen (t)
Plátano Fresco y seco	Estados Unidos	227.963	381.682
	Arabia Saudita	122.849	193.603
	Países Bajos	75.476	73.568
	Rumania	53.803	70.586
	Reino Unido	42.697	73.671
Chips de plátano	Estados Unidos	1.470.108	592.186
	Japón	408.862	96.967
	Países Bajos	284.879	208.008
	China	260.275	58.603
	Francia	240.947	107.244
Plátano congelado	Estados Unidos	437.447	226.891
	Alemania	287.584	192.926
	Francia	175.071	86.548
	Países Bajos	135.391	84.960
	China	129.981	36.037
Harina de plátano	Francia	45.376	6.932
	República de Corea	36.834	2.831
	Alemania	30.118	5.860
	Estados Unidos	16.333	4.160
	Canadá	13.405	1.860

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Trademap (2018)

Fuente: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4795/479563309005/html/index.html>

La anterior, imagen se expresan los valores de importación por cuenta de los países de mayor demanda, entre el consumo mayoritario destaca el plátano fresco, no obstante, una participación sustancial se encuentra en la harina de plátano.

7.1.4 Análisis de la oferta

De esta manera, Colombia por muchos años se ha considerado como el país líder en la producción de plátano y sus derivados. Según informes del ministerio de agricultura y desarrollo rural para el año 2017 el departamento más productor de plátano fue Antioquia. Las tierras en Colombia el 50% del área geográfica pertenecen a cultivos de plátano. (Ministerio de Agricultura, 2018)



Adicionalmente, los departamentos de Valle del Cauca y Cauca representan el 15% de la producción de plátano. Este alimento frutal es el más sembrado en estos departamentos, hacen parte de la canasta familiar de todos los habitantes de los colombianos. El 91% de la producción nacional de este cultivo es destinado para la exportación. El principal país que importa el plátano es el mercado norteamericano. Para el año 2017 la producción total de plátano fue de 4.235.241 millones de toneladas de plátano. Cauca represento el 5.5% de la totalidad de esta producción (Colombia, 2018, pág. 6)

El principal competidor de la producción industrial de Ghana y Camerún es Centroamérica, con países como el Salvador, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua y República Dominicana con una creciente producción de plátano. En líneas generales, el Caribe produce un total de 3.0 millones de toneladas métricas al año, lo que a nivel mundial representa el 31% de la producción total.

Tabla 3: Producción de Plátano en Centroamérica y el Caribe

Producción de plátano en Centroamérica y el Caribe			
País	Área (Ha)	Rendimientos (Ton/Ha)	Producción (Ton)
Costa Rica	8,500	11.76	100,000
Guatemala	6,500	7.69	50,000
Honduras	13,200	16.48	217,591
Nicaragua	3,800	10	38,000
Panamá	10,000	11.51	115,075
Cuba	40,000	5.4	216,000
Dominique	2,250	9.92	22,309
Guadalupe	550	10.87	5,981
Granada	75	9.73	730
Haití	45,000	6.44	290,000
Jamaica	2,031	16.66	33,831
Martinico	700	17.14	12,000
Puerto Rico	5,400	14.1	76,140
Rep. Dominicana	35,500	9.62	341,411
Trinidad y Tobago	1,100	3.5	3,850
Total	174,606	8.72	1,522,918

Fuente: <http://apps.fao.org>

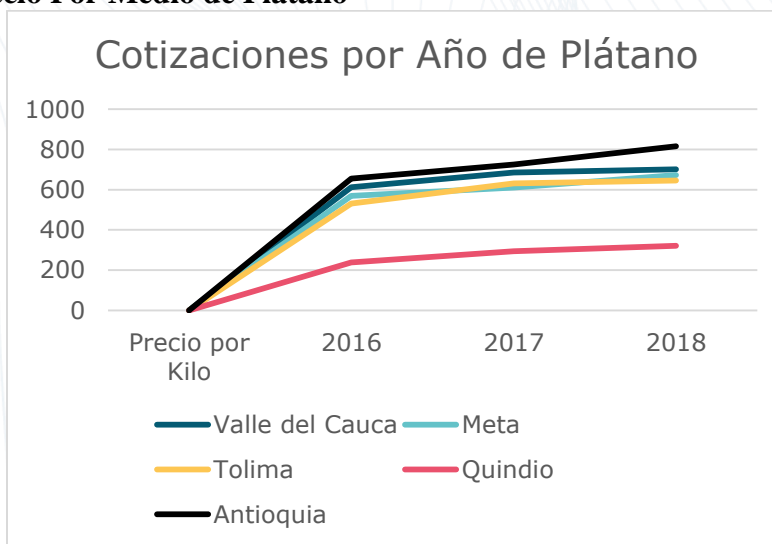
Nuevamente en el contexto suramericano, los principales competidores a nivel regional son Brasil y Ecuador, donde la contribución económica del Ecuador, la industria bananera durante el periodo 2013 se intensificó mediante propuestas de inversiones en equipos, maquinaria y servicios destinados a la producción de banano, de igual manera ocurrió con el apoyo al proceso actual de exportación. Beneficiando a un 6% del total de la población ecuatoriana de nueve provincias. Con respecto al año 2017, la exportación de banano incremento con un total de 326'400.307 cajas de 18,14 kg proyectándose que la productividad por hectárea al año corresponde a un total de 2000 cajas, cantidades que resultan un poco significativas al resto de países productores de banano, en Ecuador superan las expectativas reflejadas en el año 2016 que únicamente se exporto un total de 7'300.000 cajas de banano (Medranda Barahona Jennifer Malu, 2019), comercio principalmente enfocado en el exterior, con compradores de alta participación como, Rusia, Norte América y la Unión Europea.

7.1.5 Análisis de Precios

En los mercados internacionales se comercia el plátano verde, por lo cual el análisis siguiente se refiere a este producto en el mercado de Estados Unidos, uno de los principales consumidores a nivel mundial, y a su vez, el principal destino de las exportaciones

colombianas, en especial para abastecer a las comunidades latinas residentes en este país. (Héctor Martínez Covaleta, 2005)

Gráfico 2: Precio Por Medio de Plátano



Fuente: SIPSA

Gráfico 3: Precio Promedio de Compra por Kg en el Exterior

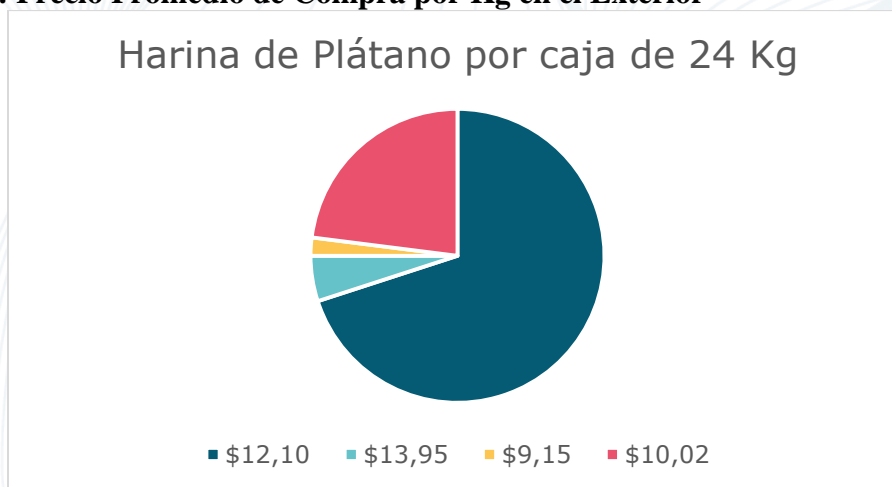


Tabla 4: Precio y Cantidades de Principales Países Importadores de Plátano

Posición	Región	Cantidad (tonnes)	Valor (1000US\$)	Valor unitario (US\$/ton)
1	Estados Unidos	255.005	92.216	362
2	Colombia	82.981	6.444	78
3	El Salvador	65.501	7.004	107
4	Reino Unido	49.310	44.849	910
5	Países Bajos	37.745	41.831	1.108
6	España	27.516	17.266	627
7	Bélgica	19.883	14.640	736
8	Macedonia	14.756	7.476	507
9	Francia	12.027	10.704	890
10	Honduras	8.857	2.393	270
11	Irlanda	5.962	11.456	1.922
12	Lituania	4.890	5.243	1.072
13	Italia	3.667	3.838	1.047
14	Eslovaquia	2.815	2.766	983
15	Rumania	1.881	1.867	993
16	Finlandia	1.823	2.426	1.331
17	Bahamas	1.782	1.788	1.003
18	Bulgaria	1.447	1.137	786
19	Checa, Rep	1.263	1.232	975
20	Dinamarca	1.064	1.326	1.246

Fuente:

<https://sioc.minagricultura.gov.co/Platano/Normatividad/D.C.%202010%20Diciembre%20-%20Acuerdo%20de%20competitividad.pdf>

Con esta perspectiva, el mercado europeo se consolida como el primer consumidor de plátano en el mundo, con 5.7 millones de toneladas, destacándose como principales consumidores Reino Unido y Suecia, con más de 14 kg per cápita. Del mismo modo, Estados Unidos es el segundo mercado con este comportamiento, con un consumo neto de 4 millones de toneladas en el 2014 y un consumo per cápita de 12.5 kg, que se ha mantenido estable en el tiempo, de acuerdo con United Nations Conference on Trade and Development. (UNCTAD, 2016, pág. 19)



7.1.6 Sistemas de Comercialización

Con el sistema de comercialización se determina la vinculación de aspectos productivos referentes a la entrega de la propiedad de los productos, siendo el eje en los sistemas agroindustriales, para la medición del consumidor, el impacto de los productos de manera indirecta y directa, por lo que, sirve como mecanismo de evaluación de la transferencia entre el proceso de producción y consumo.

Aspectos	Actividad	Tiempo	Objetivo
Entorno de Mercado	Medición del Segmento y Estudio de Mercado. Medición de la demanda del Producto Mediante la Oferta y Demanda Per cápita.	Anualmente	Identificar el Segmento del Mercado Analizar la competitividad del producto
Objetivos y Estrategias de las Empresas Competidoras	Desarrollo de Plan Estratégico Anual. Competitividad y Exportación del Producto.	Semestral	Elaborar un Modelo de Gestión de Calidad. Incremento de estrategias de Mercadeo y Relaciones Internacionales.
Decisiones Estratégicas	Implemento de un Plan de Crecimiento a Mediano y Largo Plazo	Anualmente	Medir el Rendimiento de la empresa, respecto sus objetivos
Decisiones Operativas	Incremento de los Productos Ofrecidos Expansión Internacional a Medianas y Grandes Plataformas Comerciales Mercadeo Bilingüe, competitividad y	Semestral	Desarrollar un Plan de Mercado enmarcado con las necesidades operaciones de la empresa Proponer un modelo de expansión comercial

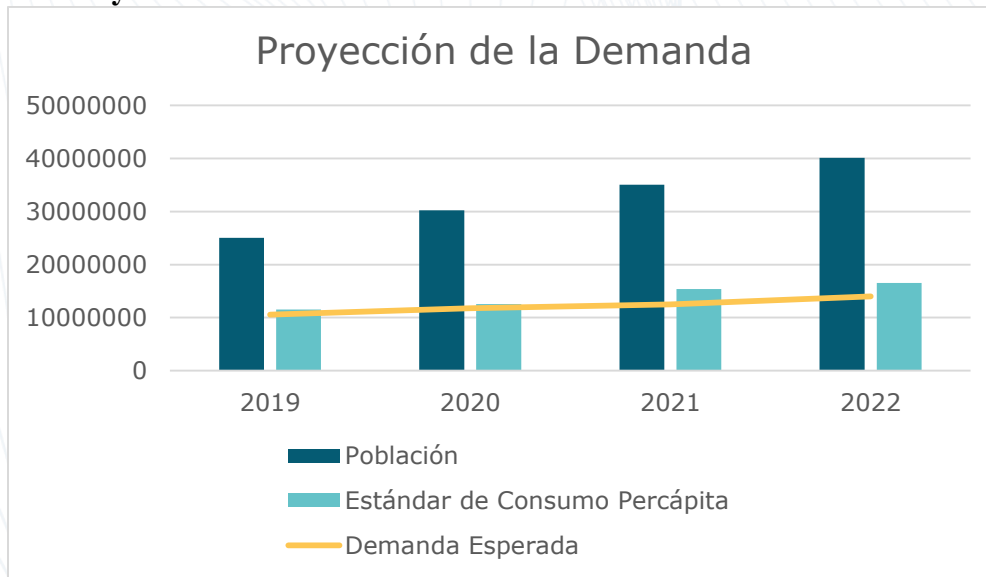
	Marketing Digital Distribuidores del Producto		Identificar Medianas y Grandes Plataformas Comerciales para la distribución del Producto Propiciar Ventas Directas e Indirectas
Modelo Explicativo del Comportamiento del Consumidor	Inversión de Marketing Digital Apertura de nuevos Mercados y nuevos Productos	Semestral	Medir mediante un Plan Gerencial el impacto de la expansión comercial del producto Definir los países de Inversión sobre el Producto Definir las Venta por Intermediarios
Modelo Explicativo de los Objetivo de la Empresa	Medición de la Competencia Local y de Centroamérica Evaluación del rendimiento y las proyecciones de la empresa	Anualmente	Identificar los valores a incrementar para el posicionamiento de la empresa Proyectar el alcance de la empresa Planeación de Canales de Distribución

7.2 Proyecciones de Mercado

7.2.1 Proyección de la Demanda

La siguiente proyección está fijada en relación a la base de la población esperada dentro de la investigación y su impacto mediante registros históricos de consumo.

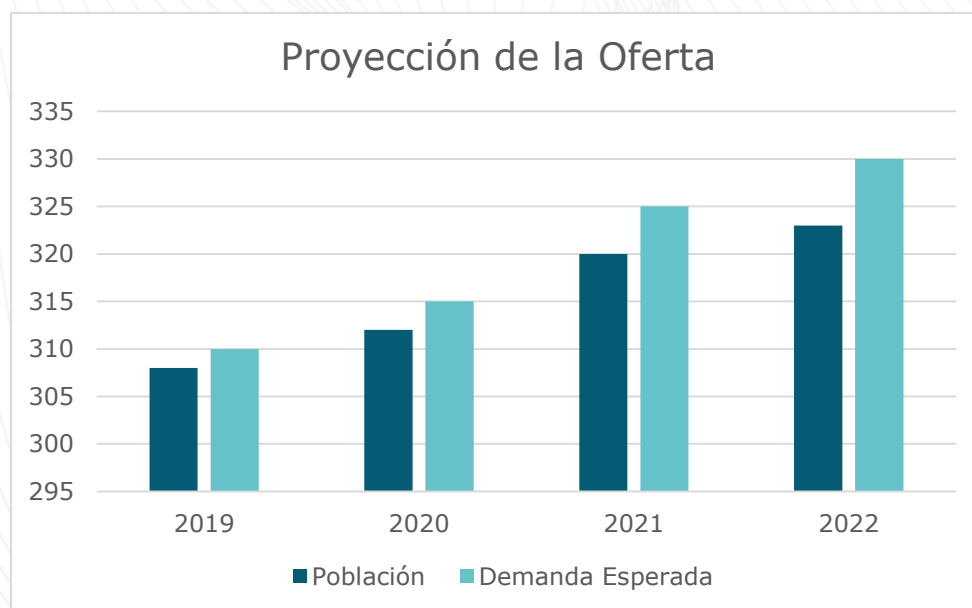
Gráfico 4: Proyección de demanda



Por lo anterior, las proyecciones de la demanda presentan una curva del 5% similar a la proyección del mercado, esto obedece principalmente a la naturaleza creciente en el exterior sobre el consumo del producto, así mismo, la oportunidad de incremento está ligado al estándar de oferta y el ingreso per cápita de estos países.

7.2.2 Proyección de la Oferta

Gráfico 5: Proyección de oferta



Con la anterior gráfica se ilustra que la intención de exportación en Colombia, que participa con 55% del mercado de Estados Unidos, y con 70% de las importaciones extracomunitarias de la UE.

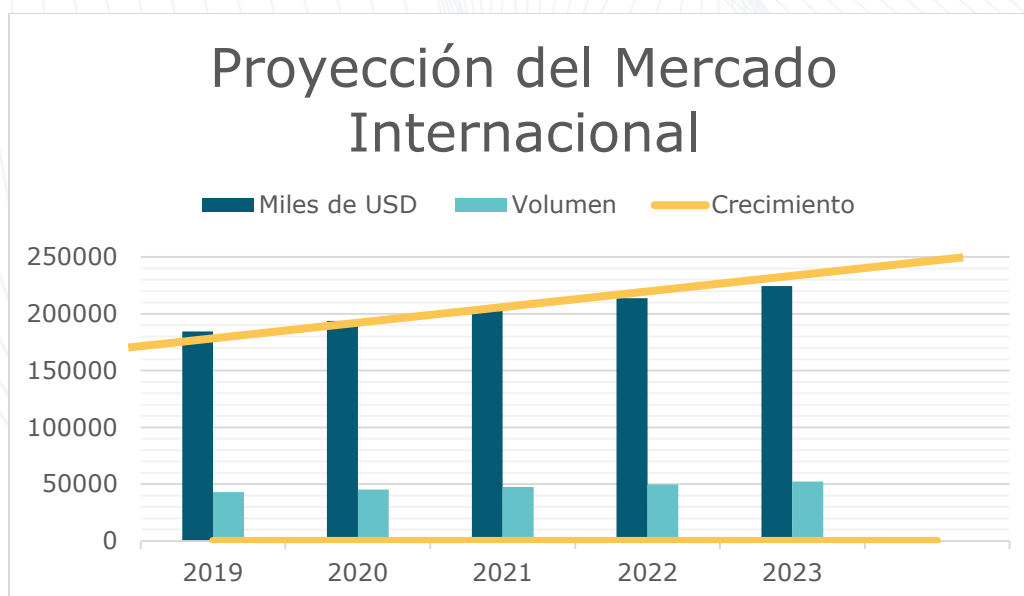
7.2.3 Proyección de la Oferta del Producto (Exportación- Importación)

Consecuente a la demanda local e internacional, el plátano presentó un crecimiento entre el periodo de 2013-2017 del 6% con una varianza del 3%, incrementando entre las exportaciones un 11.2%. Colombia ocupó entre los primeros cincuenta puesto de producción de plátano, lo que representa el 1.5% de la producción mundial. En 2017 República Dominicana y Guatemala se consolidaron como las potencias exportadoras a nivel regional.

Posición Arancelaria	Producto	País de Origen	Valor Miles de USD	Volumen (t)
110630	Harina de Plátano	España	74.091	12.337
		Estados Unidos	31.466	17.386
		Turquía	27.492	4.578
		Alemania	21.447	2.041
		Malasia	21.224	4.670

Finalmente, las exportaciones de harina de plátano durante el mismo periodo aumentaron en un 5 % en millones de dólares y presentaron una disminución en volumen del 2 %. Durante el 2017, España fue el principal exportador con una participación del 21.7 %, seguido de Estados Unidos con 9.2 %; Colombia no registró exportaciones de este producto. (Marcela Carvajal García, 2019)

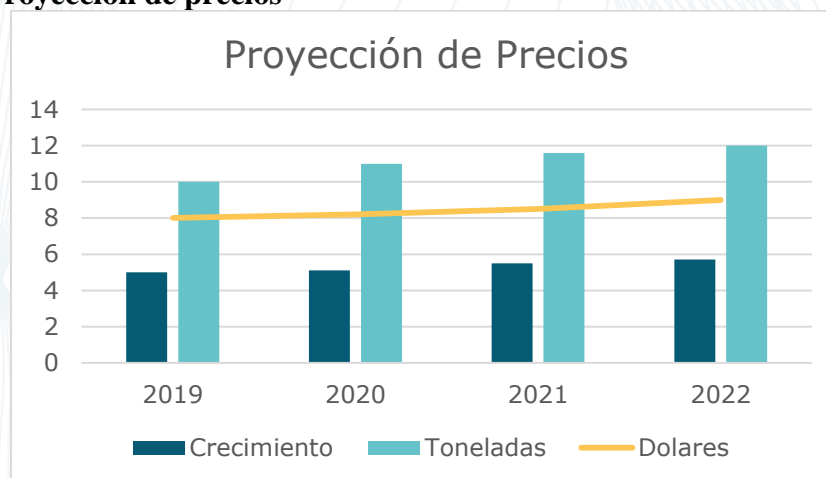
Gráfico 6: Proyección del Mercado Internacional Principales Compradores



Fuente: Elaboración Propia con Adaptación de datos de Trademap (2018)

7.2.4 Proyección de Precios

Gráfico 7: Proyección de precios





7.2.5 Sistema de Comercialización a Utilizar

Aspectos	Actividad	Tiempo	Objetivo
Entorno de Mercado	Medición del Segmento y Estudio de Mercado. Medición de la demanda del Producto Mediante la Oferta y Demanda Per cápita.	Anualmente	Identificar el Segmento del Mercado Analizar la competitividad del producto
Objetivos y Estrategias de las Empresas Competidoras	Desarrollo de Plan Estratégico Anual. Competitividad y Exportación del Producto.	Semestral	Elaborar un Modelo de Gestión de Calidad. Incremento de estrategias de Mercadeo y Relaciones Internacionales.
Decisiones Estratégicas	Implemento de un Plan de Crecimiento a Mediano y Largo Plazo	Anualmente	Medir el Rendimiento de la empresa, respecto sus objetivos
Decisiones Operativas	Incremento de los Productos Ofrecidos Expansión Internacional a Medianas y Grandes Plataformas Comerciales Mercadeo Bilingüe, competitividad y Marketing Digital Distribuidores del Producto	Semestral	Desarrollar un Plan de Mercado enmarcado con las necesidades operaciones de la empresa Proponer un modelo de expansión comercial Identificar Medianas y Grandes Plataformas Comerciales para la distribución del



			<p>Producto</p> <p>Propiciar Ventas Directas e Indirectas</p>
<p>Modelo Explicativo del Comportamiento del Consumidor</p>	<p>Inversión de Marketing Digital</p> <p>Apertura de nuevos Mercados y nuevos Productos</p>	<p>Semestral</p>	<p>Medir mediante un Plan Gerencial el impacto de la expansión comercial del producto</p> <p>Definir los países de Inversión sobre el Producto</p> <p>Definir las Venta por Intermediarios</p>
<p>Modelo Explicativo de los Objetivo de la Empresa</p>	<p>Medición de la Competencia Local y de Centroamérica</p> <p>Evaluación del rendimiento y las proyecciones de la empresa</p>	<p>Anualmente</p>	<p>Identificar los valores a incrementar para el posicionamiento de la empresa</p> <p>Proyectar el alcance de la empresa</p> <p>Planeación de Canales de Distribución</p>

8. ESTUDIO TÉCNICO

8.1 Tamaño del Mercado, Localización y Financiamiento

Facturación Total del Sector: 308 (Número de Empresas Existentes) X \$550 Kilo (Facturación Media)

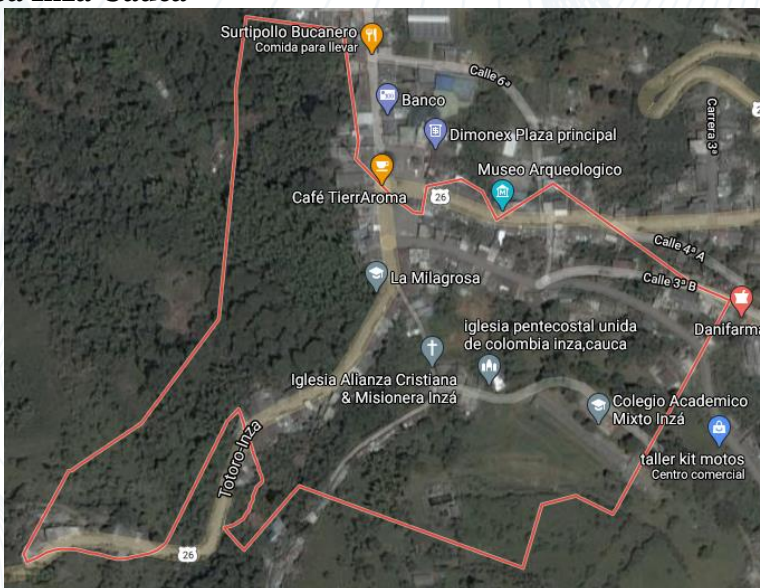
Con esto, el plátano de exportación ocupa el 0.36% del área agrícola total y el 0.4% de la producción del país, mientras que el plátano de consumo interno lo hace con el 9.8% del área y el 12.8% de la producción. El plátano (consumo interno y exportación) obtuvo un área total de cultivo 392.990 Ha. y un nivel de producción de 3.107.550 toneladas en el 2002, mientras que el banano (exportación y consumo interno) alcanzó una superficie cultivada de 54.334 has. y una producción de 1.545.565 toneladas. (Héctor Martínez Covaleda, 2005, pág. 8).

Adicionalmente, los usos industriales del plátano muestran que de este producto se elaboran snacks, con destino a la fabricación de almidones, harinas, hojuelas y cereales. (Jiménez, 2012, pág. 3)

8.2. Localización:

8.2.1 Macrolocalización:

Imagen 1: Mapa Inza Cauca



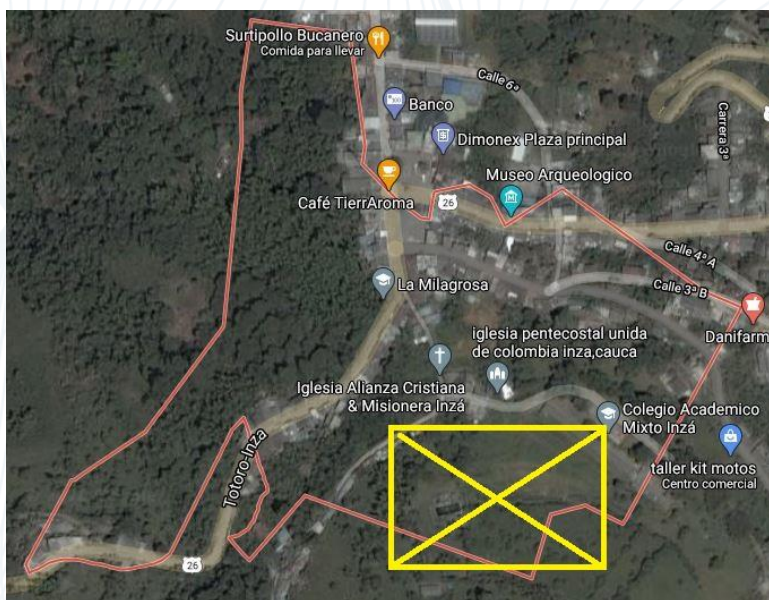
El municipio de Inza está ubicado en el departamento del Cauca-Colombia, y su cabecera está localizada a los 02° 33' 24" de latitud norte y 76° 04' 00" de longitud oeste. Altura

sobre el nivel del mar: 1.800 m. Temperatura media: 19°C. Precipitación media anual: 1.526 mm. Dista de Popayán 91 km. El área municipal es de 685 km² y limita por el Norte y el Este con Páez, por el Sur con el departamento del Huila y por el Oeste con Totoró y Silvia. Hacen parte del municipio las inspecciones de policía de Calderas, Guanacas, Los Alpes o Riosucio, Pedregal, Puerto Valencia, San Andrés, San José (La Laguna), San Miguel, Santa Rosa, Santa Teresa, Segovia, Topa, Tumbichucué y Turminá. (Colombiaturismo, 2013, pág. 1)

8.2.2 Microlocalización:

La Gaitana se encuentra ubicado en el Municipio de Inzá Cauca, donde con el Proceso Administrativo de Clarificación de la Propiedad, se pretende clarificar 33.000,3 hectáreas, de las cuales 22.378 hectáreas posiblemente hacen parte del área contemplada en la Escritura 256 del 03 de abril de 1894, según reporte del CRIC - OIM y las restantes 10.622.3 corresponden a nuevas pretensiones del Reguardo Indígena de La Gaitana, áreas ubicadas en los Municipios de Inzá (Cauca) y Totoró. (Alcaldía de Inza, 2018, pág. 15)

Imagen 2: Mapa de Ubicación del la Planta Agroindustrial La Gaitana de Inza Cauca



Fuente: <https://www.google.com/maps/place/Inza,+Cauca/@2.5491304,-76.0675082,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3ac7e87fbc93c1:0x469822e6e95c0fe!8m2!3d2.549538!4d-76.0652453>

La propuesta tiene por objeto la exportación del producto con los siguientes países de consumo del producto de harina de plátano:

Imagen 3: Mapa Alemania



Fuente:

<https://www.google.com/maps/place/Alemania/@50.8308486,1.4821648,5z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x479a721ec2b1be6b:0x75e85d6b8e91e55b!8m2!3d51.165691!4d10.45152>

6

Mercado Alemán:

Se ha registrado un cambio en el hábito alimenticio de los alemanes con una creciente balanza hacia productos saludables, entre los cuales destaca las verduras y las frutas como elementos de consumo importantes. De esta manera, la oferta de harina de plátano surge como una alternativa a la demanda de alimentos que hoy en día invierten entre 16 y 20 minutos preparando la comida, por ello, existe la preferencia en productos de fácil producción.

Los consumidores alemanes conceden gran importancia a la frescura y a la inocuidad en las frutas y verduras frescas, lo que ha dado lugar a un creciente interés por productos orgánicos. En las secciones de frutas y verduras de los supermercados, los clientes valoran la presencia de un amplio surtido de artículos, una buena presentación y un equilibrio entre los productos exóticos y los regionales. Adicionalmente, existe un incremento de más de 3.2 millones de dólares en compra de plátanos frescos y secos. (Agronet, 2001)

Alemania es uno de los países, donde el consumo de harina de trigo es de casi el 80% de su población la adquieren por medio de la compra de pan y pastas, es por ello, que se determina que es el país adecuado para comercializar la harina de banano, como opción de la harina trigo y a su vez pueda convertirse en materia prima de todos los platillos elaborados por los alemanes. Por otro lado, esto beneficiará a los productores de harina de



banano, los mismos que tendrán la posibilidad de comercializarlo internacionalmente y no desperdiciar el excedente causando pérdidas monetarias para ellos. (Betty Adelaida Echevarría, 2017)

Nombre	Población
Berlín	4.386.551
Hamburgo	2.996.750
Múnich	2.904.480
Fráncfort	2.525.458
Stuttgart	1.960.286
Colonia	1.914.512
Düsseldorf	1.427.941
Mannheim	1.235.571
Hanóver	1.220.106
Nüremberg	1.168.145

Fuente: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/alemania/llegar-al-consumidor>

Perfil del Consumidor	La población alemana entre los 25 y 69 años representa el 61% de la población general, público de estudio al que está enfocado la propuesta. Así mismo, entre los gastos de consumo la alimentación y bebidas no alcohólicas representa el 11,3% mercado potencial en la presencia de productos saludables y exóticos como el plátano.
Ficha Técnica del Consumidor	
Ciudades de Consumo	Berlín, Nuremberg, Múnich, Hamburgo.
Sexo	Mujeres
Edades	25-69
Productos de Consumo	Banano, Manzana, Piña

Gráfico 5 Exportadores Valor Unitario



Fuente: Trademap 2019

Por lo anterior, en la siguiente gráfica 5 se expresa la cantidad de países exportadores a Alemania donde se destaca los principales 10 países importadores. Tabla en la que se resalta los principales países en el que no se encuentra Colombia, no obstante, existe un potencial de incremento al hacer parte del 12 país de importación de harina de plátano al país europeo. Por otra parte, se encuentra entre los principales exportadores Estados Unidos, España, Italia y Austria con un promedio entre 1860 toneladas y 175 toneladas.

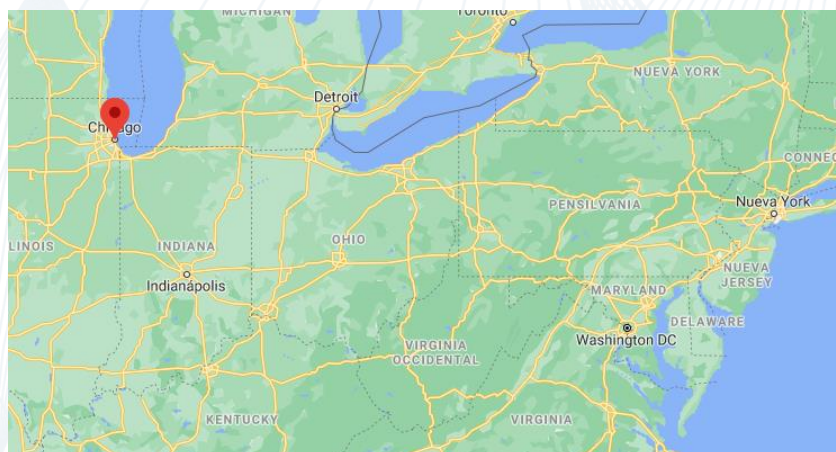
Gráfico 6 Exportadores



Fuente: Trademap 2019

Adicionalmente, en la anterior gráfica 6 se expresa que, entre los países exportadores del producto, donde Colombia reporta como el número 35 en exportación, por lo que, el foco de venta al país alemán representa una oportunidad de crecimiento del producto, en un mercado competitivo que puede ser superado por la calidad del producto nacional. Alcanzando, un valor de exportación USD \$6529.

Imagen 4: Mapa Oeste de Norte América Principales Ciudades Compradoras de Harina de Plátano



Fuente: <https://www.google.com/maps/place/Chicago,+Illinois,+EE.+UU./@39.9016069,-86.0551927,5.92z/data=!4m5!3m4!1s0x880e2c3cd0f4cbcd:0xaf0a6ad09c0c000!8m2!3d41.8781136!4d-87.6297982>

8.3. Ingeniería del proyecto (Logística):

8.3.1 Proceso de Importación

Dentro de los procesos de importación, la empresa no cuenta con proyecciones de compra de forma inmediata, puesto que, la materia prima es cultivada, cosechada y procesada en la región, siendo este el principal insumo para la fabricación de harina, así mismo, se cuenta con el recurso industrial para la fabricación del mismo.

8.3.2 Proceso de Exportación

El producto de venta está enfocado en la exportación de la harina, por ello, entre los elementos logísticos de mayor impacto, recae en el almacenaje del producto, transporte y trámite de aduanas. La entrega del material se hará vía terrestre desde su salida de la planta hasta el puerto de Buenaventura, reconociendo que existe una distancia aproximada de 190 Km entre la planta y el puerto con un periodo de 3 y 5 días vía marítima. No obstante, producto de las características de la harina permite una duración de más de 45 días, lo que representa solo el 0.5% de la vida útil del producto.

Con lo siguiente, los gastos de transporte se apegan a la rentabilidad buscada dentro de la empresa, lo que facilita los costos directos e indirectos de la exportación del producto. Así mismo, el transporte del producto se tiene fijado mediante contenedores de carga seca abastecidos desde la planta hasta la llegada al puerto y su redistribución a los intermediarios de origen.

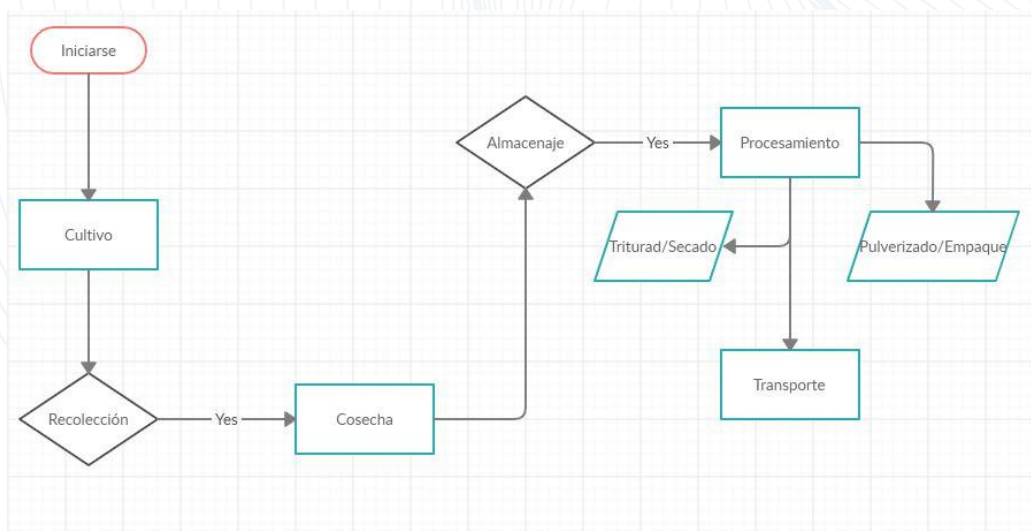
Gráfico 8: Logística de Despacho por Exportación



Fuente:
<http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=A2EAD105-7AEB-41E0-9907-9BF7A110A556.PDF>

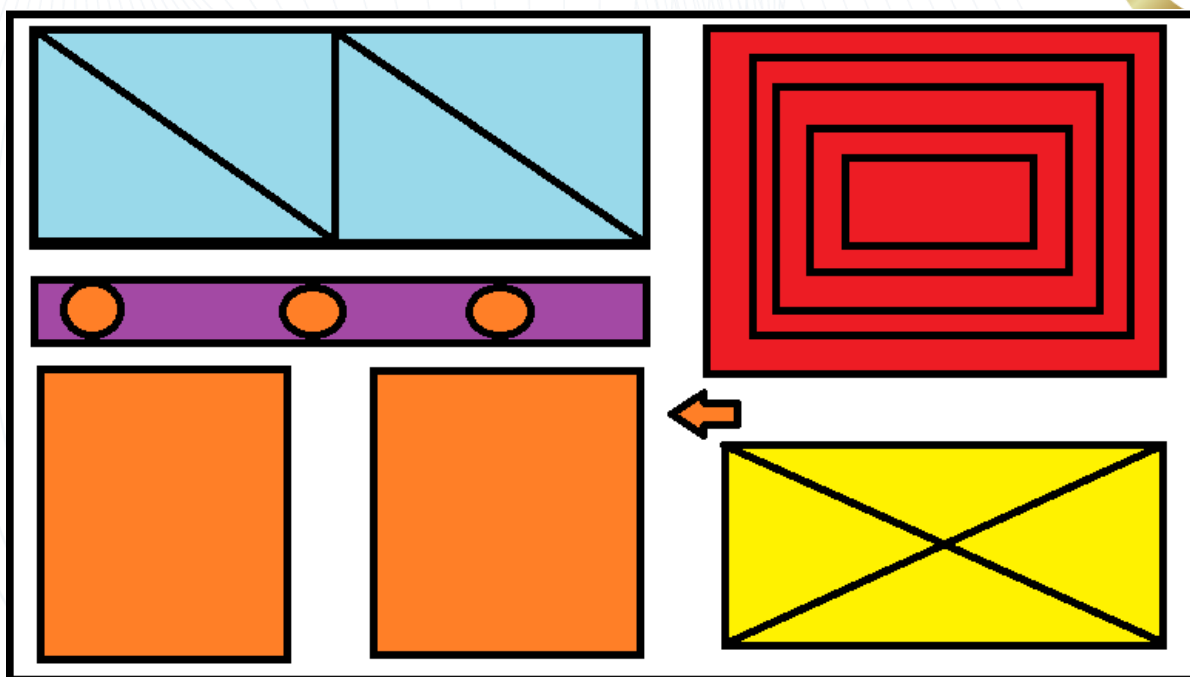
8.3.4 Proceso de Producción

Gráfico 9: Proceso de producción



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 10: Distribución de la Planta



- Zona Azul: Producción
- Zona Naranja: Distribución de la Materia Prima
- Zona Roja: Llegada de Materia Prima (Recepción)
- Zona Amarilla: Almacenaje
- Zona Violeta: Banda Transportadora

8.4. Cálculo de inversiones:

Item	Cantidad	Valor	Periodo	Total
Capital de Humano (Trabajadores)	12	\$8.50.000	Mensual	\$10.200.000
Inversión Materia Prima. Toneladas	2.5 toneladas	\$150.000.000	Mensual	\$150.000.000
Gastos Servicios y Operación Productiva	1	\$1.500.000	Mensual	\$4.000.000
Nomina (Administrador, Gerente)	2	\$4.015000.000	Mensual	\$7.000.000
				\$171.200.000



9. ESTUDIOS ADMINISTRATIVOS

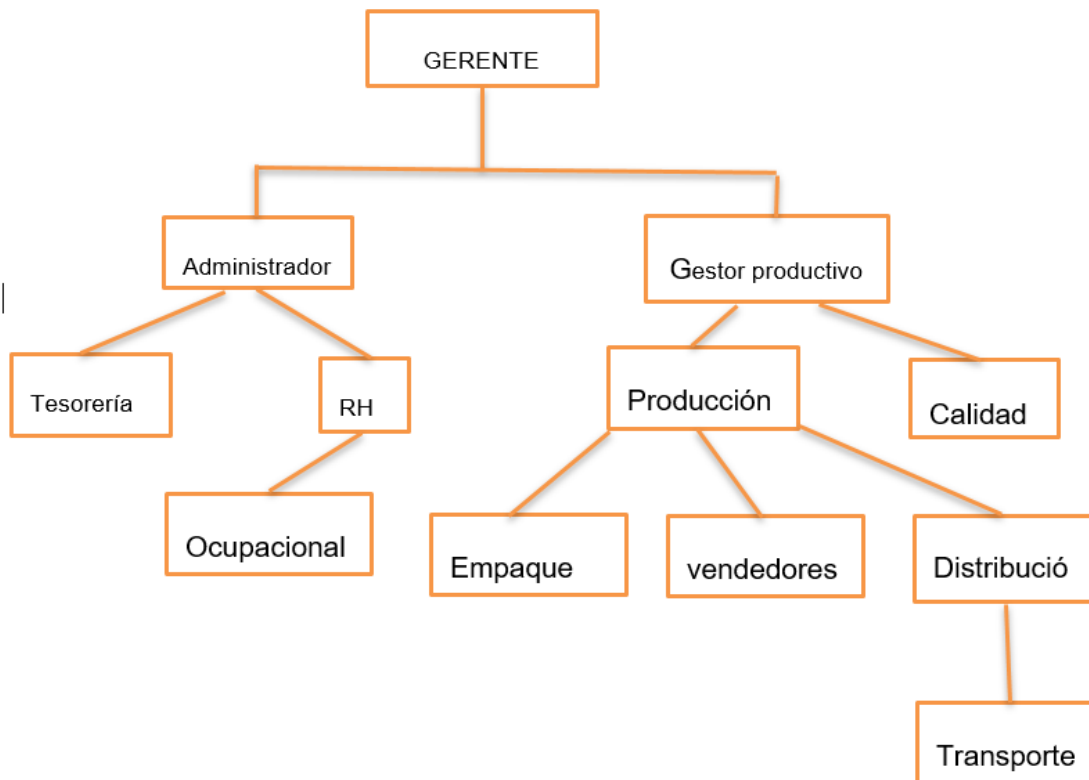
9.1 Impacto empresarial generado con el proyecto:

La propuesta parte de la reestructuración de la planta agroindustrial la Gaitana ubicado en el municipio de Inza Cauca, fortaleciendo la actividad local de procesamiento de Harina de Plátano, producto de fácil procesamiento y cosecha dadas las condiciones de la región. Por ello, el proyecto tiene por objeto la exportación del producto ampliando la oferta de compra en satisfacción de la demanda internacional de alimentos nutritivos alternativos a la harina de trigo, entregando al consumidor un mayor valor nutricional, calidad y precio.

Con esto, se busca incrementar el consumo de la Harina de Plátano de alta calidad dentro del mercado internacional; fortaleciendo, la producción en masa del producto cuyo costo beneficio se verá reflejado en el incremento de infraestructura y contenido producido anualmente por la planta agroindustrial del la Gaitana ubicado en el municipio de Inza Cauca, siendo líderes en el procesamiento de harina de plátano en la región y uno de los principales competidores de este mercado, diferenciado por la calidad del producto. Lo anterior, apoyados mediante estrategias de producción y difusión que fortalezcan el talento local para la aparición de nuevos productos a base de elementos tradicionales de la región, marcando una diferencia a nivel regional de una central productiva competitiva en un mercado potencial. Así mismo, visibilizar la marca a nivel internacional como una muestra del crecimiento económico generado desde la comunidad indígena la Gaitana en el municipio de Inza Cauca.

Bajo este contexto, la propuesta parte de la actividad productividad de la empresa para la creación de estrategias y modificaciones de orden, comercial y administrativo en el que se pueda generar la exportación del producto bajo una marca certificado por los lineamientos de Invima y gestión de la calidad por la ISO: 9001.

9.2 Estructura Organizacional

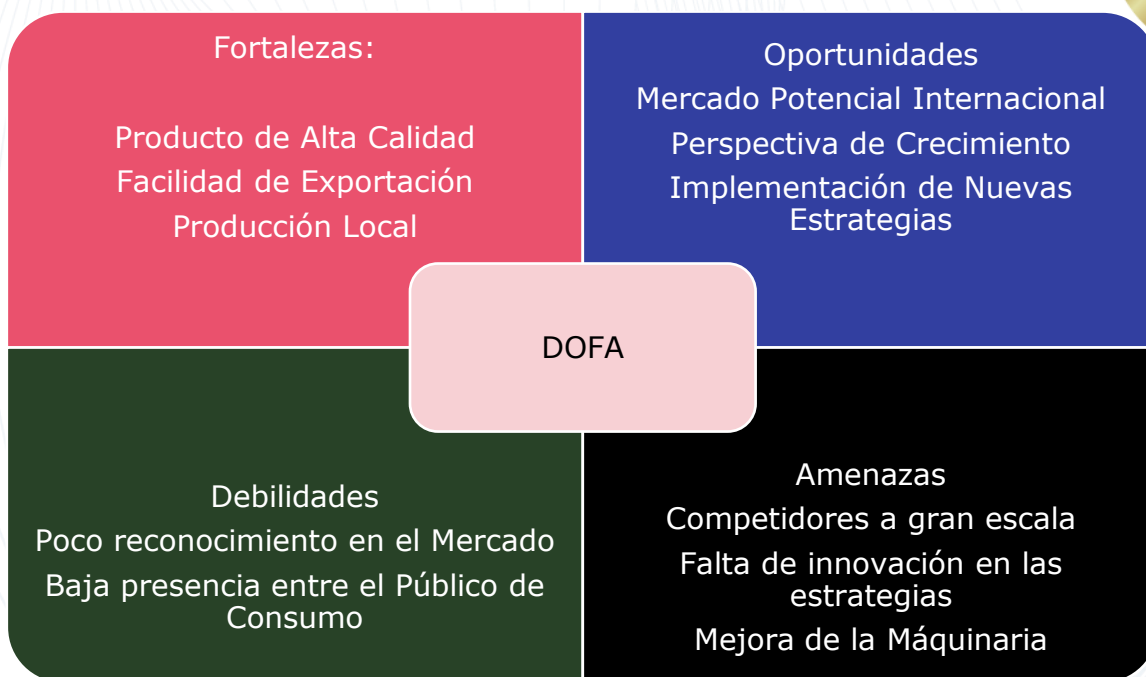


9.3 Planeación Estratégica

Misión: La planta agroindustrial la Gaitana tiene como principal objeto misional, ser un punto de crecimiento económico de la población a partir del trabajo colectivo y la competitividad en el campo del agro, por ello, propende la construcción de una empresa capacitada capaz de producir productos de calidad para el consumo a nivel local e internacional

Visión: La planta agroindustrial la Gaitana para el 2020 tiene que consolidarse como una potencia comercial de productos alimenticios de alta calidad para el consumo local e internacional, bajo el abanderado de la harina de plátano.

Gráfico 11: Matriz DOFA



9.3.1 Estrategias de Crecimiento a partir de la Matriz DOFA:

En respuesta a los puntos de mejora dentro de la matriz DOFA a continuación se enumeran las estrategias a ejecutar:

Debilidades:

- Elaboración de campañas publicitarias a nivel internacional mediante el Marketing Digital
- Creación de enlaces estratégicos mediante apoyo local gubernamental desde las ofertas del TLC
- Asentamiento de Planta de Acopio en los principales países compradores
- Presencia en países de potencial consumo del producto

Amenazas

- Inversión tecnológica en maquinaria
- Planeación estratégica con objetivo anual y semestralmente
- Incremento de la oferta de productos y servicios

10. ESTUDIO LEGAL



10.1 Tipo de empresa a crear o reestructurar

Sociedad Anónima (SA)

10.2 Requisitos legales de constitución o reestructuración

El acuerdo de reestructuración es la convención que, en los términos de la ley 550 de 1999, se celebre a favor de una o varias empresas con el objeto de corregir deficiencias que presenten en su capacidad de operación y para atender obligaciones pecuniarias, de manera que tales empresas puedan recuperarse dentro del plazo y en las condiciones que se hayan previsto en el mismo. (Superintendencia de Sociedades, 2015, pág. 1)

Los acuerdos de reestructuración podrán ser promovidos a solicitud escrita de los representantes legales del respectivo empresario o empresarios, o de uno o varios acreedores; o promovidos de oficio por la Superintendencia de Sociedades, tratándose de empresarios o empresas sujetos, a su vigilancia o control, de conformidad con las causales previstas en las normas vigentes. (Superintendencia de Sociedades, 2015, pág. 1)

El incumplimiento en el pago por más de noventa (90) días de dos (2) o más obligaciones mercantiles contraídas en desarrollo de la empresa, o la existencia de por lo menos dos (2) demandas ejecutivas para el pago de obligaciones mercantiles. En cualquier caso, el valor acumulado de las obligaciones en cuestión deberá representar no menos del cinco por ciento (5%) del pasivo corriente de la empresa.

A la solicitud de promoción por parte del empresario debe adjuntarse:

- Constancia de autorización del órgano competente de la persona jurídica, cuando ella se requiera la documentación exigida en el artículo 20 de la ley 550 de 1999
- Constancia de haber renovado la matrícula mercantil del empresario, cuando exista la obligación legal de estar matriculado
- Propuesta de bases para la negociación del acuerdo, sustentada en las proyecciones y flujos de caja que sean del caso. (Superintendencia de Sociedades, 2015, pág. 1)

10.3. Normatividad aplicable en para el producto tanto en el país de origen como en el de destino general

Ley 6 de 1971: Las modificaciones que el Arancel de Aduanas decreto el gobierno con fundamento en el artículo 65 del Acto Legislativo número 1 de 1968, actualización de la nomenclatura, así como sus correspondientes reglas de interpretación notas legales y notas explicativas, para lo cual podrá adoptar las modificaciones que establezca el Consejo de Cooperación Aduanera de Bruselas.

Ley 67 de 1979: Con el fin de fomentar las exportaciones de conformidad con los términos de la presente Ley y en desarrollo del ordinal 22 de artículo 120 de la Constitución



Nacional, el Gobierno podrá otorgar incentivos especiales a las sociedades nacionales o mixtas que tengan por objeto la comercialización de productos colombianos en el exterior.

Ley 48 de 1983: Por el que se promueve la exportación de bienes y servicios, su diversificación y estimular la industria y los sectores productivos nacionales. Facilitar el desarrollo y la aplicación de los tratados internacionales vigentes. Adecuar en forma permanente la legislación nacional a los cambios del comercio internacional.

Ley 07 de 1991: Por el cual se dictan normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular el comercio exterior del País, se crea el Ministerio de Comercio Exterior, se determina la composición y funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior, se crean el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica, se confieren unas autorizaciones y se dictan otras disposiciones.

Ley 170 de 1994: Se aprueba el Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial de Comercio suscrito en Marruecos.

Decreto Número 3636 de 2004: Las disposiciones contenidas en el presente decreto tienen por objeto regular el régimen de registro sanitario, fabricación, envase, rotulado o etiquetado, control de calidad, comercialización, publicidad, uso, buenas prácticas de manufactura, así como el régimen de vigilancia y control sanitario de los productos de uso específico nacionales o importados que se comercialicen en el territorio nacional, con el fin de proteger la salud y seguridad humana y prevenir las prácticas que puedan inducir a error a los consumidores.

CARICOM: Surge con la necesidad de acelerar el proceso de integración de América Latina y el Caribe y de la significación dada por las partes a los diversos procesos de integración subregional, como medios para lograr una mayor competitividad internacional de la región y facilitar su desarrollo.

Decreto Número 219 de 1998: por el cual se reglamentan parcialmente los regímenes sanitarios de control de calidad, de vigilancia de los productos cosméticos, y se dictan otras disposiciones. El presidente de la República de Colombia, en ejercicio de las atribuciones que le confiere el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política y en desarrollo de la Ley 9ª de 1979.

Norma Técnica NTS-USNA Sectorial Colombiana 007: Esta norma tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que se deben cumplir en los establecimientos de la industria gastronómica, para garantizar la inocuidad de los alimentos, durante la recepción de materia prima, preparación, almacenamiento, comercialización y servicio, con el fin de proteger la salud del consumidor.



Decreto 2078 de 2012: Por el cual se establece la estructura del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima), y se determinan las funciones de sus dependencias. El presidente de la república de Colombia en ejercicio de las facultades constitucionales y legales, en particular las que le confieren el artículo 189, numeral 16 de la Constitución Política y el artículo 54 de la Ley 489 de 1998, y que conforme al artículo 76 de la Ley 489 de 1998 le corresponde al Consejo Directivo del Invima proponer al Gobierno Nacional las modificaciones a la estructura del Instituto

11. ESTUDIO FINANCIERO

11.1 Inversiones

Producto	Unidades	Cantidad	valor unitario	valor total
Transpaleta Manual de Carga	unidad	2	\$ 3.400.000	\$ 6.800.000
Cuchillo de Desgaje	unidad	5	\$ 100.000	\$ 500.000
Bascula Industrial de Piso	unidad	1	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000
Tanque de Acero Inoxidable	unidad	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Canastillas Acero Inoxidable	unidad	3	\$ 1.200.000	\$ 3.600.000
Tanque de Acero Inoxidable para Calentar Agua	unidad	2	\$ 400.000	\$ 800.000
Mesa de Acero Inoxidable	unidad	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Máquina Rebanadora de Cachaco	unidad	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
Tanque de Acero Inoxidable para Inmersión Antioxidante	unidad	2	\$ 750.000	\$ 1.500.000
Horno Deshidratador	unidad	2	\$ 6.000.000	\$ 12.000.000
Escabildadero	unidad	2	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000
Bandejas	unidad	5	\$ 3.600.000	\$ 18.000.000
Molina	unidad	1	\$ 3.200.000	\$ 3.200.000
Tamizadora Vibratoria Industrial	unidad	1	\$ 11.500.000	\$ 11.500.000
Máquina Empacadora de Harina	unidad	1	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000

TOTAL

\$ 79.700.000

De la anterior tabla de inversiones, se destaca las herramientas necesarias para el procesamiento y producción de la planta de harina, cuya perspectiva de producción se encuentra en las 2.5 toneladas mensuales, lo que refiere en compra de materia prima (veinte cinco mil kilogramos).



Gasto Fijo Mensual y Anual

Descripción	Cantidad (Meses)	Valor Unitario	Gasto Fijo Anual	Valor Total
Arriendo	1	\$ 5.000.000	12	\$ 60.000.000
Servicios públicos	1	\$ 1.500.000	12	\$ 18.000.000
Operario	1	\$ 850.000	12	\$ 10.200.000
Operario 2	1	\$ 850.000	12	\$ 10.200.000
Operario 3	1	\$ 850.000	12	\$ 10.200.000
Operario 4	1	\$ 850.000	12	\$ 10.200.000
Operario 5	1	\$ 850.000	12	\$ 10.200.000
Transportador	1	\$ 850.000	12	\$ 10.200.000
Compras Materia Prima	1	\$ 150.000.000	12	\$ 1.800.000.000
Gastos Cuatrimestral Papelería	1	\$ 500.000	3	\$ 1.500.000
Elemento de Aseo	1	\$ 1.200.000	12	\$ 14.400.000
Publicidad y Promoción Anual	1	\$ 1.200.000	12	\$ 14.400.000
TOTAL		\$ 164.500.000		\$ 1.969.500.000

Así mismo, en la tabla de gastos fijos se referencia todos los gastos obligatorios que debe asumir la empresa para la producción de la harina de plátano, donde, se destaca la participación de operarios, infraestructura, transporte, papelería, publicidad y elementos de aseo; en el caso de los insumos se contempla la compra de 25000 kilogramos de plátano que actualmente en el mercado oscila entre los siete mil pesos y los doce mil pesos. Por lo que, se espera procesar esta cantidad materia prima para la obtención de 2.5 toneladas con una variación de pérdida de producto por deshidratación o mal manejo del producto del 5%, esta medida es tomada como variable, considerando la facilidad de la producción y la consistencia del producto.



Aporte de Inversionistas

Aporte Económico Inversores/ Prestamos	Periodicidad	Valor Unitario	Total
Inversor	Anual	500.000.000	\$ 250.000.000
Inversor	Anual	250.000.000	\$ 500.000.000
Inversor	Anual	550.000.000	\$ 250.000.000
Préstamo	Anual	850.000.000	\$ 1.000.000.000
			\$ 2.000.000.000

Como principio de crecimiento y aplicación del proyecto, se propone la participación de inversiones y capital privado desde un préstamo bancario para la cobertura de los valores necesarios para el procesamiento, producción y venta de la harina de plátano, por ello, se tasa un valor promedio entre los inversores que sumen el 50% del valor total para el inicio de actividades en la planta, con una capacidad de retorno en un periodo de dos años que busca recuperar la participación de los inversores y el préstamo solicitado.

		0										
compra elementos aseo	\$ 1.200.00	\$ 1.200.00	\$ 1.200.00	\$ 1.200.00	\$ 1.200.00	\$ 1.200.00	\$ 1.200.00	\$ 1.200.00	\$ 1.200.00	\$ 1.200.00	\$ 1.200.00	\$ 1.200.00
gastos administrativos												
Subtotal Costos Financieros	\$ 1.700.00	\$ 1.700.00	\$ 1.700.00	\$ 1.700.00	\$ 1.700.00	\$ 1.700.00	\$ 1.700.00	\$ 1.700.00	\$ 1.700.00	\$ 1.700.00	\$ 1.700.00	\$ 1.700.00
TOTAL EGRESOS	\$ 185.950.000	\$ 185.950.000	\$ 185.950.000	\$ 185.950.000	\$ 185.950.000	\$ 185.950.000	\$ 185.950.000	\$ 185.950.000	\$ 185.950.000	\$ 185.950.000	\$ 185.950.000	\$ 185.950.000

VIGILADA MINEDUCACIÓN

Compra por Bulto de Plátano		
Cantidad Bulto	Valor	Total
25000	\$ 6.000,00	\$ 150.000.000,00

La anterior tabla de gastos, concentra todos los gastos previstos para la planta procesadora de harina de plátano, y detalla los gastos que se generarán en un periodo de doce meses, donde, no se presentan cambios sustanciales entre cada mes, esto con el fin de obtener una proyección uniforme que no sobre pase la inversión inicial, así mismo, sostener una coherencia entre los ingresos esperados en el proyecto que no varía mes a mes, solo se presentan cambios anualmente correspondiente a la inflación del 7% que corresponde a la media en Colombia.

Total	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
--------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Sandalia Plana Suela de Caucho	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Sandalia Plana Suela de Neolite	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Producto 3	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Producto 4	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Producto 5	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total	\$ 375.000.000	\$ 375.000.000	\$ 375.000.000	\$ 375.000.000	\$ 375.000.000	\$ 375.000.000	\$ 375.000.000	\$ 375.000.000	\$ 375.000.000	\$ 375.000.000	\$ 375.000.000	\$ 375.000.000

En complemento, la tabla de ingresos corresponde a las ventas esperadas por la empresa mes a mes, con un producto a la venta por Kilogramo a \$15.000 pesos colombianos, transferible a la moneda del país comprador.

Valor de Venta del Producto		
Cantidad (Toneladas)	Valor	Total
2.5	\$15.000	\$ 375.000.000,00

11.3. Determinación de los costos unitarios de exportación

Precio Nacional	2015	2016	2017	2018*
Banano exportación(\$/ton)	925.000	1.050.000	1.205.500	1.110.666
Banano criollo (\$/ton)	1.316.500	1.833.000	1.822.000	1.880.000
Consumidor (\$/kilo)	1.375	1.450	1.500	1.512

Fuente: <https://sioc.minagricultura.gov.co/Platano/Documentos/2018-09-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

11.4. Estado de resultados del proyecto

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo						
VIGILADA MINEDUCACIÓN Efectivo	\$ 2.999.999	\$ 42.000.934	\$ 96.058.482	\$ 148.595.576	\$ 210.117.266	\$ 280.885.382
Cuentas x Cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Provisión Cuentas x Cobrar		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Insumos	\$ 4.080.315	\$ 4.080.315	\$ 5.886.207	\$ 6.419.264	\$ 6.998.408	\$ 7.605.159
Inventarios de Producto en Proceso	\$ 283.642	\$ 283.642	\$ 401.313	\$ 426.024	\$ 448.376	\$ 474.706
Inventarios Producto Terminado	\$ 282.856	\$ 282.856	\$ 400.985	\$ 425.954	\$ 448.314	\$ 474.633
Anticipos y Otras C x C		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total Activo Corriente:	\$ 7.646.813	\$ 46.647.748	102.746.987	155.866.818	218.012.364	289.439.881
Terrenos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Construcciones y Edificios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Adecuaciones y mejoras	\$ 5.000.000	\$ 4.750.000	\$ 4.500.000	\$ 4.250.000	\$ 4.000.000	\$ 3.750.000
Maquinaria y Equipo de Operación	\$ 95.621.800	\$ 86.059.620	\$ 76.497.440	\$ 66.935.260	\$ 57.373.080	\$ 47.810.900
Muebles y Enseres	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Equipo de Transporte	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

Equipo de Oficina	\$ 3.700.000	\$ 2.466.667	\$ 1.233.333	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Cultivos Permanentes	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total Activos Fijos:	\$ 104.321.800	\$ 93.276.287	\$ 82.230.773	\$ 71.185.260	\$ 61.373.080	\$ 51.560.900
Total Activos Diferidos:	\$ 38.858.194	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total Otros Activos Fijos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
ACTIVO	\$ 150.826.807	\$ 139.924.034	\$ 184.977.760	\$ 227.052.078	\$ 279.385.444	\$ 341.000.781
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuestos X Pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 14.867.730	\$ 18.790.875	\$ 23.471.000	\$ 28.078.491
Acreedores Varios		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Obligaciones Financieras	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Otros pasivos a LP		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Obligacion Fondo Emprender (Contingente)						
PASIVO	\$ 0	\$ 0	\$ 14.867.730	\$ 18.790.875	\$ 23.471.000	\$ 28.078.491
Patrimonio						
Capital Social	\$ 28.528.498	\$ 28.528.498	\$ 28.528.498	\$ 28.528.498	\$ 28.528.498	\$ 28.528.498
Reserva Legal Acumulada	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 3.018.600	\$ 6.833.717	\$ 11.599.041
Utilidades Retenidas	\$ 0	\$ 0	-\$ 10.902.773	\$ 16.264.624	\$ 50.600.679	\$ 93.488.597
Utilidades del Ejercicio	\$ 0	-\$ 10.902.773	\$ 30.185.997	\$ 38.151.171	\$ 47.653.242	\$ 57.007.845
Revalorizacion patrimonio	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PATRIMONIO	\$ 28.528.498	\$ 17.625.725	\$ 47.811.722	\$ 85.962.893	\$ 133.616.136	\$ 190.623.981
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 28.528.498	\$ 17.625.725	\$ 62.679.452	\$ 104.753.769	\$ 157.087.136	\$ 218.702.472
	-\$ 122.298.309	-\$ 122.298.309	##### #	-\$ 122.298.309	-\$ 122.298.309	-\$ 122.298.309

11.5. Flujo de caja del proyecto

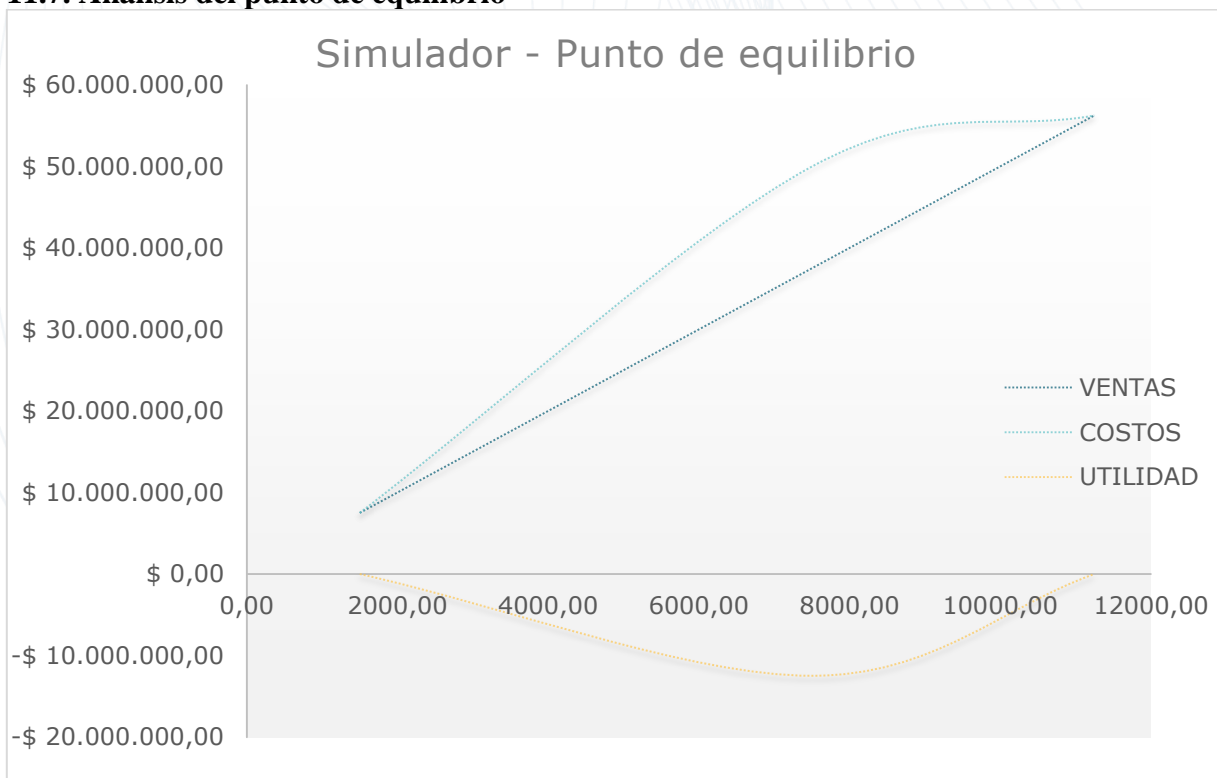
FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		-\$ 10.902.773	\$ 45.053.726	\$ 56.942.047	\$ 71.124.242	\$ 85.086.336
Depreciaciones		\$ 11.045.513	\$ 11.045.513	\$ 11.045.513	\$ 9.812.180	\$ 9.812.180
Amortización Diferidos		\$ 38.858.194	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Provisiones		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuestos		\$ 0	\$ 0	-\$ 14.867.730	-\$ 18.790.875	-\$ 23.471.000
Neto Flujo de Caja Operativo		\$ 39.000.935	\$ 56.099.239	\$ 53.119.831	\$ 62.145.547	\$ 71.427.516
Flujo de Caja Inversión						
Variacion Cuentas por Cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variacion Inv. Materias Primas e insumos	-\$ 4.080.315	\$ 0	-\$ 1.805.892	-\$ 533.057	-\$ 579.144	-\$ 606.751
Variacion Inv. Prod. En Proceso	-\$ 283.642	\$ 0	-\$ 117.671	-\$ 24.710	-\$ 22.352	-\$ 26.330
Variacion Inv. Prod. Terminados	-\$ 282.856	\$ 0	-\$ 118.129	-\$ 24.969	-\$ 22.360	-\$ 26.319
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación Cuentas por Pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación Acreedores Varios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación Otros Pasivos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación del Capital de Trabajo	-\$ 4.646.814	\$ 0	-\$ 2.041.692	-\$ 582.737	-\$ 623.856	-\$ 659.400

Inversión en Terrenos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión en Construcciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión en Adecuaciones y Mejoras	-\$ 5.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-\$ 95.621.800	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión en Muebles	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión en Equipo de Transporte	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión en Equipos de Oficina	-\$ 3.700.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión Otros Activos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión Activos	-\$ 104.321.800	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión Diferida	-\$ 38.858.194	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Neto Flujo de Caja Inversión	-\$ 147.826.807	\$ 0	-\$ 2.041.692	-\$ 582.737	-\$ 623.856	-\$ 659.400
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender						
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Intereses Pagados	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Dividendos Pagados	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Capital	\$ 28.528.498	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Otros Ingresos No Operacionales	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	\$ 28.528.498	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Neto Periodo	\$ 176.355.305	\$ 39.000.935	\$ 54.057.548	\$ 52.537.094	\$ 61.521.690	\$ 70.768.116
Saldo anterior		\$ 2.999.999	\$	\$ 96.058.482	\$	\$

			42.000.934		148.595.576	210.117.266
Saldo siguiente	\$ 2.999.999	\$ 42.000.934	\$ 96.058.482	\$ 148.595.576	\$ 210.117.266	\$ 280.885.382

La anterior tabla de flujo corresponde a los valores obtenidos y plasmados dentro de la matriz Excel, en necesidad de la presentación de los ingresos y la relación con los gastos, conjunto las proyecciones de la empresa. (Ver Excel

11.7. Análisis del punto de equilibrio





12. EVALUACIÓN FINANCIERA

12.1. Valor Presente neto – VPN

Dentro del modelo de propuesta para la exportación de Harina de Plátano del Cabildo Indígena, es necesario una inversión de más de dos mil millones de pesos esto con el objetivo de potenciar a inversión actual de maquinaria, lo que determina la semilla para la fabricación de nuevo material sobre todo en inversión principal en trámites de exportación del producto.

VPN	
2.000.000.000	Inversión
4.500.000.000	Ingreso
6.500.000.000	Total

12.2. Tasa Interna de retorno -TIR

Dicho lo anterior, en el proceso de distribución de productos de la empresa y su funcionamiento, se cuenta con una tasa interna de retorno del 11,50%, por lo que, la inversión del proyecto se suple en el primer semestre, con un rendimiento positivo.

TIR
11,50%

12.3. Periodo de recuperación de la inversión – PRI

Posterior a la inversión primaria, vemos dentro de un periodo de dos años en el que la empresa comienza a recuperar su inversión inicial, donde los dos años restantes dentro de una línea de cinco años se lograría la recuperación total del capital invertido.

Año	Flujo de Efectivo a Valor Presente	Flujos de Efectivo Acumulativos
0	4.500.000.000	
1	5.175.000.000	9.675.000.000
2	5.951.250.000	15.626.000.000

PRI: 24 Meses



12.4. La razón ingreso a la inversión

En complemento, se logra un rendimiento positivo dentro de la empresa, en el que se alcanzan valores casi del 450% de la inversión en los primeros 3 años, evidenciando una rápida recuperación de la inyección económica.

ROI	
4.500.000.000	449%
2.231.400.000.	

12.5. Relación Costo – Beneficio

Con un 2,0% en el primer año de inversión y retribución económica, el proyecto tiene a crecer este costo beneficio, lo que justifica el valor de la inversión y el potencial de la propuesta.

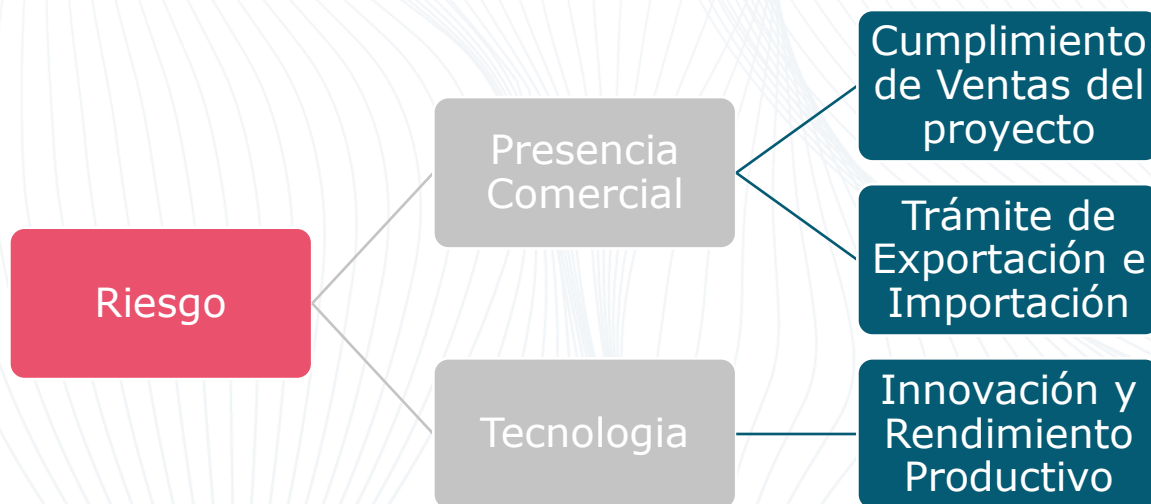
Costo-Beneficio	
4.500.000.000	2,0
2.231.400.000	

12.6. Análisis de sensibilidad

Existe una tendencia frente a los gastos fijos, sobre todo al tratarse de una zona donde los servicios públicos son económicos en relación a la producción, lo anterior, genera un beneficio a largo plazo.

Sensibilidad
10.3%

12.7. Análisis de Riesgo



Dentro de este marco de riesgo es importante señalar las consecuencias dentro del proceso de venta al exterior de la harina de plátano, por lo que, en la presencia comercial es importante detallar la importancia del cumplimiento de las ventas del proyecto en beneficio del rendimiento, garantizando la oferta y demanda del producto. Por otra parte, los trámites de exportación son a doble vía y deben ser vigilados, producto de los requisitos de importación y comercialización del país comprador, de esta forma, se debe contar con contactos expertos que faciliten la alianza y el desembarque del producto, garantizando la estabilidad del desarrollo del proceso. Por último, dentro de la arista tecnológica es importante, tecnificar la planta y alcanzar a mediano y largo plazo certificaciones como lo son la ISO 9001 en gestión de calidad, lo anterior posible desde la automatización de actividades.

13 IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL

El departamento del Cauca dentro de su historial económico, tiene registro de afectación por la crisis a finales de los noventa que vivió el país, esto generó una experiencia de desempleo alta en el Cauca, la tasa de ocupación presenta una tendencia creciente, lo cual significa que la tasa de desempleo crece debido a que los desempleados aumentan más rápido que las ofertas de empleo. (Peralta, 2010). Ahora veamos, según las aproximaciones dadas por el DANE para el año 2020 el departamento del Cauca se estima una población de 1.426.938 habitantes, 853.774 se ubican en el área urbana y 573.164 en la parte rural.

Población del Cauca por año

EDAD	2017	2018	2019
0-4	134.858	135.677	136.290
5-9	125.314	124.875	124.635
10-14	126.057	123.663	121.428
15-19	132.384	129.932	127.143
20-24	130.833	131.165	130.934
25-29	116.144	119.094	121.763
30-34	103.809	104.700	105.919
35-39	95.157	96.769	98.147
40-44	80.721	83.811	86.830
45-49	72.663	72.889	73.581
50-54	68.321	69.446	70.333
55-59	59.403	61.103	62.768
60-64	48.512	50.084	51.656
65-69	38.587	39.744	40.921
70-74	29.089	30.101	31.108
75-79	21.198	21.250	21.417
80 y MÁS	21.155	21.630	22.065

Fuente: Mosquera (2020) Entorno socio-económico del departamento del Cauca 2019

Actualmente se cuenta con una tasa de desempleo total del 9,7%, lo que lleva a generar escepticismo en la opinión pública sobre las medidas de enfrentamiento. (Mosquera, 2020) como propuesta para nivelar estas tasas de desempleos, está el incentivo de la creación de emprendimientos empresariales, permitiendo así un balance económico en el departamento. Por otro lado, cabe destacar que el departamento del Cauca se caracteriza como fuente de empleo principal, la producción agrícola, aparte de la ganadería y sus derivaciones de productos cárnicos y lácteos. Concluyendo entonces que un impacto social que tiene dentro del proyecto de la producción de harina de plátano, por un lado es la apertura de nuevas ofertas de empleo y por otro lado el mejoramiento de la zona en la cual se fabrica el producto.

Con lo que respecta a impacto ambiental, se determina que actualmente el cuidado y la preservación del medio ambiente se han acentuado volviéndose foco de atención, debido a



la generación y acumulación de residuos agrícolas, que han generado un impacto negativo en todo el ecosistema; uno de los residuos agrícolas es la hoja de plátano puesto que muchas veces no son utilizados convirtiéndolos así en desechos. Con la creación de la harina de plátano el impacto ambiental es muy beneficioso puesto que se aprovecha todo el material orgánico dentro de la agricultura, además de eso, lograr crear un producto natural y nutritivo para todo tipo de persona siendo de fácil absorción, siendo muy apropiado para enfermos o convalecientes, puesto que contiene excelentes propiedades como el potasio. (Haro-Velasteguí, 2017)



14. CONCLUSIONES Y LOGROS

Con lo que respecta al análisis de la producción de harina a base de plátano en el departamento del Cauca, se deduce que al ser el plátano un cultivo regional se encuentra la existencia de un potencial, siendo posible su implementación y crecimiento dentro del mercado.

Por otro lado, con la apertura de nuevos productos saludables, la harina de plátano, es un producto que se ajusta a esas necesidades, sobre todo ante la alta demanda de productos alternativos a la harina de trigo, por lo que la exportación representa un factor clave en la comercialización en la harina de plátano y la apertura de este producto en el exterior.

Ahora bien, sobre el estudio técnico, administrativo y financiero, de acuerdo a la normativa de reestructuración de empresas existe el potencial de mejorar los procesos enfocados en el aprovechamiento de la estructura actual del modelo de inversión sobre el producto de la harina de plátano, además como consecuencia de la localización de la planta de plátano existe un potencial de crecimiento enfocado en la producción y distribución de la harina de plátano dada por la rentabilidad de la materia prima y la demanda del producto. No obstante, es importante generar estrategias comerciales en los países de origen a los que se enviara el producto para así generar un impacto en este nuevo mercado.

En síntesis, los plátanos, que constituyen la materia prima esencial del producto se adquieren por un valor unitario de \$500, la producción es de 75 000 kilos de producto, logrando para el primer año una ganancia de \$168.000.000. Así, considerando los bajos costos de la producción, la facilidad en el proceso de producción y los relativamente pocos insumos que requiere para la elaboración del producto, la propuesta de negocio resulta viable.



15. BIBLIOGRAFÍA CITADA

DEFINICIONABC. (s. f.). Definición de Exportación. Recuperado 6 de abril de 2020, de <https://www.definicionabc.com/economia/exportacion.php>

DefinicionABC. (s. f.). Definición de Importación. Recuperado 6 de abril de 2020, de <https://www.definicionabc.com/economia/importacion.php>

Economipedia. (2017, febrero 5). Comercialización. Recuperado 8 de abril de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>

Gualcapi, M.; Salazar, V. (2018, febrero). Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil. Plan de negocios para la producción y comercialización de harina de plátano saborizada de la empresa Prodicereal S.A. al norte de la ciudad de Quito. Recuperado 3 de marzo de 2020, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/29310/1/Tesis%20Harina%20de%20PI%c3%a1tano%20Guilcapi%26Salazar.pdf>

IDEAM. (s. f.). ANÁLISIS POR DEPARTAMENTO. Recuperado 22 de abril de 2020, de http://bart.ideam.gov.co/portal/prono_fin_semana/meteorologia/info/anadep.html

Rendón-Macías ME, Villasís-Keever MÁ, Miranda-Novales MG. Estadística descriptiva. Rev Alerg Mex. 2016;63(4):397-407. Recuperado 28 de abril de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755026009.pdf>

Ortega, C. (2015). Plan de negocios para la exportación de harina de plátano hacia Hamburgo-Alemania. Recuperado 22 de abril de 2020, de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/78/1/ULEAM-COM-0009.pdf>

PROCOLOMBIA. (s. f.-a). Harina de Plátano | ALIMENTOS ANDINOS DE COLOMBIA S.A.S. | Catálogo de la Oferta Exportable de Colombia. Recuperado 7 de abril de 2020, de <https://catalogo.procolombia.co/es/alimentos/otros-productos-del-sector-de-alimentos/harina-de-platano-2172>

PROCOLOMBIA. (s. f.). PROCOLOMBIA. Recuperado 27 de abril de 2020, de <https://procolombia.co/>

Quiroa, M. (2019, agosto 6). Internacionalización. Recuperado 25 de abril de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/internacionalizacion.html>



Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación. Recuperado 1 de mayo de 2020, de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

TRADEMAP. (2019). Lista de mercados importadores para el producto exportado por Colombia en 2019. Recuperado 5 de abril de 2020, de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c170%7c%7c%7c%7c1106%7c%7c%7c4%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1

TRADEMAP. (2020). EXPORTACIONES. Recuperado 7 de abril de 2020, de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

1-Las exportaciones de plátano como una estrategia de desarrollo rural en Colombia (<http://www.scielo.org.co/pdf/cenes/v38n68/0120-3053-cenes-38-68-113.pdf>)