



TRABAJO DE GRADO

**PROYECTO DE NEGOCIO INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DE
MIX VERDE HACIA ESPAÑA**

ESTUDIANTE

YEINNER MANUEL BARRANCO CONSTANTE

ASESOR

WILLIAN EDUARDO GONGORA HIGUERA

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL

DIRECCIÓN NACIONAL UDCII

SANTA MARTA D.T.C.H

Junio, 2021



Nota de Aceptación

Firma Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado



TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS.....	7
DEDICATORIA.....	8
RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA.....	9
PALABRAS CLAVES:.....	9
ABSTRACT	10
KEY WORDS:	10
1. INTRODUCCIÓN.....	11
2. JUSTIFICACIÓN.....	12
3. ANTECEDENTES	13
4. OBJETIVOS.....	18
4.1. OBJETIVO GENERAL	18
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
5. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	20
5.1. Características del negocio o la empresa.....	20
5.1.1 Características del producto.....	20
5.1.2 Imagen Corporativa	21
5.2.1 Tipo de Sociedad	23
5.2.2 Normatividad Nacional e Internacional.....	23
5.3 Estructura orgánica y humana	23
5.3.1 Estructura Organizacional	24
5.3.2 Planeación Estratégica.....	25
5.4 Información financiera	26
6. ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA	27
6.1 Metodología del estudio	28
6.2 Análisis del mercado consumidor.....	28
6.3 Análisis del mercado productor.....	31
6.4 Análisis de los precios	35



6.5 Canal de distribución	36
6.6 Diagnóstico del mercado	37
7. PLAN DE OPERACIÓN.....	38
7.1 Ingeniería del proyecto	38
7.1.1 Materias Primas, Insumos y Materiales 2.....	38
7.1.2 Activos Fijo	39
7.1.3 Proceso de producción.....	39
7.2 Localización.....	40
7.2.1 Macrolocalización y Microlocalización	41
7.2.2 Distribución de planta.....	42
7.3 Tamaño del proyecto	43
7.4 Logística	43
8. PLAN FINANCIERO	46
8.1 Balance Preoperativo.....	46
8.1.1 Inversiones (Activos fijos, Intangibles y Capital de Trabajo).....	46
8.1.2 Fuentes de financiación	50
8.2 Presupuesto de Costos, Gastos e Ingresos	52
8.2.1 Costos y Gastos	52
8.2.2 Determinación de los costos unitarios de exportación	52
8.2.3 Ingresos.....	53
8.2.4 Punto de Equilibrio.....	55
8.3 Flujo de Fondos y Estado de Resultados	56
8.4 Evaluación Financiera	59
8.4.1 Análisis de sensibilidad	60
9. CONCLUSIONES Y LOGROS.....	62
BIBLIOGRAFÍA CITADA.....	64
ANEXOS	68



TABLA DE FIGURAS

Figura 1 Imagen del Mix Verde	20
Figura 2 Imagen y Slogan de Frutmixes.....	22
Figura 3 Consumidores de zumos y no consumidores de zumos (%), según grupos de edad en la población española 2016.....	29
Figura 4 Consumo de Jugos y Smoothies en Millones de Litros (España: 2015-2025).....	31
Figura 5 Principales empresas exportadoras: Jugo de frutas (Colombia, 2018)	32
Figura 6 Precio litro Mix de Jugos y Smoothies desde 2015 hasta 2025	35
Figura 7 Ubicación Planta Producción	41
Figura 8 Plano de la Planta interno y externo.....	42

TABLA DE TABLAS

Tabla 1 Estructura Humana de Frutmixes	24
Tabla 2 Marcas líderes de zumos y batidos de frutas / verduras por número de usuarios: España (2014-2019).....	34
Tabla 3 Distribuidores minorista en España.....	36
Tabla 4 Cursograma de Procesos	40
Tabla 5 Logística Unidades de Mix Verde por caja	44
Tabla 6 Logística cajas base pallet	44
Tabla 7 Logística General	45
Tabla 8, Costos de prestación de servicio.....	52
Tabla 9. Costo unitario de exportación.....	53
Tabla 10 Fuentes De Financiación	51
Tabla 11 Costos Medio.....	52
Tabla 12 Costo unitario de exportación.....	53
Tabla 13 Ingresos	54
Tabla 14 Punto de Equilibrio.....	55
Tabla 15 Flujo de fondos.....	57



Tabla 16 Estado de Resultados.....	58
Tabla 17 Evaluación Financiera	59
Tabla 18 Análisis de sensibilidad	62

TABLA DE ANEXOS

Anexo 1: Inversión Materias Primas y Materiales	68
Anexo 2: Inversión inicial de activos fijos	69



AGRADECIMIENTOS

Al mejor Director de Trabajo de Grado, Willian Eduardo Góngora Higuera, por su apoyo incondicional en mi proceso de formación.



DEDICATORIA

A mis papás, Amparo y Manuel, por todo su apoyo en mi crecimiento personal y profesional.



RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA

El jugo verde se ha convertido en uno de los alimentos básicos a la hora del desayuno, y no es difícil ver porque es rico en nutrientes y vitaminas, al tiempo que puede aportar múltiples beneficios a la salud y es fácil de preparar.

Partiendo que la finalidad de este estudio se orienta en determinar la factibilidad de adelantar un proceso de exportación de jugo natural (Mix verde) desde Santa Marta (Colombia) hacia España, tomando como referencia las tendencias de consumo global de productos saludables, se comenta que este documento ha analizado aspectos relacionados con el mercado y la competencia, un plan de operación acorde con el proceso requerido y un plan financiero, que en conjunto, desarrollan las bases de cumplir con ese objetivo; concluyendo que se ha identificado la viabilidad potencial de llevar a cabo la exportación de este producto al mercado ibérico.

PALABRAS CLAVES:

Exportación, Jugos, Mix Verde, Mercado, Factibilidad.



ABSTRACT

Green juice has become a breakfast staple, and it's not hard to see because it's rich in nutrients and vitamins, while it can provide multiple health benefits, and it's easy to prepare.

Assuming that the purpose of this study is aimed at determining the feasibility of carrying out an export process of natural juice (Green Mix) from Santa Marta (Colombia) to Spain, taking as a reference the trends in global consumption of healthy products, it is commented that this document has analyzed aspects related to the market and competition, an operation plan in accordance with the required process and a financial plan, which together develop the bases for meeting this objective; concluding that the potential viability of carrying out the export of this product to the Iberian market has been identified.

KEY WORDS:

Export, Juices, Green Mix, Market, Feasibility.



1. INTRODUCCIÓN

El jugo es la tercera categoría más grande de refrescos en términos de volumen de ventas global, después del agua embotellada y los carbonatos, la demanda se ve impulsada por la tendencia a estilos de vida más saludables y la preferencia por los productos naturales (Euromonitor,2018).

A partir de esto, el presente trabajo trata los aspectos más importantes en el consumo de jugos naturales en el mercado español, todo ello para conocer en detalle cómo se mueve esta industria alimenticia, las oportunidades que tiene y su crecimiento; con la finalidad de conocer la viabilidad de llevar a cabo la exportación de un jugo denominado “Mix Verde” a los mercados en España desde el departamento del Magdalena en Colombia.

Para ello se realiza en este estudio un análisis del mercado y de la competencia, permitiendo conocer la manera como está estructurado este mercado en materia de competencia actual, precios históricos y forma de distribución; identificando la participación que el Mix Verde podría tener en este mercado.

Para darle cumplimiento a esa participación, es necesario conocer los requerimientos en el proceso de elaborar Mix Verde, es por ello que a través de un plan de operación se haya las cantidades de materias primas, insumos y activos físicos para dicho proceso.

Finalmente, se proyectan los costos y beneficios que trae consigo poner en marcha la iniciativa, a través de un plan financiero donde se establecen presupuestos y se conocen costos y gastos a cubrir en el proceso, junto a los ingresos que trae consigo dicho proyecto.



2. JUSTIFICACIÓN

Pariendo desde la importancia y la necesidad de las industrias de diversificar sus ingresos nacionales y desde luego la expansión comercial a otros mercados, desde Frutmixes se plantea un estudio buscando un mercado internacional que potencie el desarrollo de la empresa a través de la penetración a mercados externos donde los productos naturales, exóticos propios del país y que tienen alta demanda.

Teniendo en cuenta las oportunidades que este mercado ofrece, se parte de la necesidad de buscar o crear una iniciativa que fomente al desarrollo en el aprovechamiento de los mercados internacionales de este sector.

Se destacan los beneficios más importantes que pueden surgir de la iniciativa: ganar posicionamiento en los mercados internacionales, trayendo consigo una economía para el país diversificada por las divisas intercambiadas, es decir, diversificar los ingresos nacionales, esto consigo trae aumentar la capacidad productiva con nuevas ventas, en ese sentido, requerimiento de capital humano que aportaría al desempleo de la zona y nacional.

Ahora bien no hay que dejar de lado que Colombia por ser un país biodiverso tiene ventajas, esto por la gran variedad de especies agrícolas con las que cuenta en sus suelos, haciendo de ello un factor que potencia una iniciativa basada en dicha diversidad, es por ello que a través de FRUTMIX se crea Mix Verde, un producto a base de frutas y vegetales.



3. ANTECEDENTES

Los alimentos y aguas naturales, orgánicos, sin aditivos, transgénicos o grasas saturadas están marcando la pauta a nivel mundial, especialmente en las economías emergentes. Es así, que en la actualidad la categoría de “Salud y bienestar” representa el 20% de la venta de alimentos empacados a nivel global, y se mantiene un buen potencial de crecimiento (Cruz, 2019; p/párrafo 1).

A través de los años y como lo ha evidenciado Cruz, el concepto de lo que es “saludable” ha ido cambiando, desde emplear términos como reducido en grasas, azúcar y sal, pasando a hablar de alimentos orgánicos y naturales (Cruz,2019).

En este sentido Cruz, tomando como referencia un estudio realizado en más de 100 países por Euromonitor en 2017, en el que se pretendió identificar las preferencias al momento de compra a partir de la información nutricional de la etiqueta de los alimentos; encontró que el 50% de las personas se preocupa de que este sea 100% natural, y entre el 40% y 50% busca que no tenga edulcorantes artificiales, azúcar añadida, grasas trans o aceites hidrogenados, transgénicos (GMO) e ingredientes artificiales (2019; p/párrafo 4).

Desde este punto de vista, la reducción de la ingesta calórica parece ser un objetivo fijado por muchas empresas en función del deseo de salud de la población mundial. La salud y la belleza son los incentivos más evidentes que utilizan los productores de alimentos para proporcionar bienes públicos que siguen esta ruta, de ahí que se haya emprendido una búsqueda de una mejor alimentación, en parte, gracias a la ingesta de jugos y néctares. La tecnología y las investigaciones arrojan resultados inspiradores para la



creación de jugos con ingredientes cada vez más naturales y prácticos para la industria (Alimentos, 2015).

En sintonía con este patrón, en Colombia la tendencia por adoptar una vida saludable, en la cual la alimentación es clave, ha llevado a que hoy más gente consume jugos naturales. Según un estudio de consumo realizado por la Escuela de Nutrición de la Universidad de Tufts, el crecimiento de este segmento durante el 2016 fue de 10% en todo el país, una cifra que está muy por encima de las demás categorías de alimentos (Duque, 2015; párrafo 8).

De hecho, Colombia para el año 2015 era el segundo país que más produce y consume jugos naturales, el consumo es de unos 320 ml día, después Islandia y Finlandia, donde los adultos consumen unos 260 ml día. Los niveles más bajos de consumo de los jugos de fruta se registraron en China, Portugal y Japón, esto según el estudio de la Escuela de Nutrición de la Universidad de Tufts (Duque, 2015).

Siguiendo este parámetro de consumo, se ha evidenciado que el mercado mundial de alimentos y bebidas en la categoría “Salud y bienestar” para el año 2018 alcanza los US\$718 billones, liderado por la zona Asia Pacífico, América del Norte y Europa occidental (incluida España), desempeñando un importante rol dentro de esta tendencia (Cruz, 2019; p/párrafo 11).

Paralelo a esto en 2017, Estados Unidos y China representaron las mayores transacciones, con US\$100 billones y US\$55 billones, respectivamente. Según proyecciones de Euromonitor, para el periodo 2017-2022 las bebidas de salud y bienestar apuntan a que en países como Rumania subirán sus ventas en 8.4%, Corea del Sur en 7.7%,



India en 6.2%, y Suecia y el Reino Unido en 6.1%. De los países sudamericanos, Chile promediara el 6.8%, Perú el 5.6% y Brasil el 5%. En este contexto, los alimentos y bebidas “orgánicas” y “libres de...” (Aditivos u otras sustancias) liderarán el crecimiento internacional, con 8% de alza en promedio hasta el año 2022, seguidos por las categorías “naturalmente saludable” (5.5%) y “funcional/fortificado” (4.5%) (Cruz, 2019 p/párrafo 15).

Dicho esto, mercados como los de la Unión Europea, donde en conjunto el consumo de estas bebidas alcanzó los 9.067 millones de litros en 2018 [según el informe anual elaborado por la European Fruit Juice Association (AIJN)], reflejan que países como España se erigen como mercados atractivos, teniendo en cuenta que el país ibérico es el quinto de Europa que consume más jugos naturales con un total de 799 millones de litros, lo que indica que cada persona consume en España un promedio de 17,1 litros de zumo y néctar al año (Retail, 2019 p/párrafo 1).

Es así, que posando la atención en el país ibérico y según estadísticas de Trade Map, el comercio entre Colombia y España en 2019 para la partida arancelaria 200990 correspondiente a la “Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas, Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante” (DIAN, MUISCA, 2021); fue de 1 tonelada en importaciones por parte de España (TradeMap, 2019), mostrando un mercado potencial para incursionar con un producto natural a base de frutas y vegetales disponibles en el territorio nacional.



Dicho esto, no se debe perder de vista que el este mercado de frutas y vegetales en Colombia tiene ganancias de las estadísticas anteriores, y es que debido a la gran diversidad con las que cuenta el país en sus zonas, permiten que haya producción durante todo el año de aquellas materias primas que se requieren para la preparación de este producto. Es así, que la producción colombiana de frutas frescas creció 20,6% en los últimos 5 años, alcanzando 7,3 millones de toneladas en 2019 (Investincolombia, 2020).

En esta línea y según la FAO, Colombia está llamada a ser una de las despensas agrícolas del mundo (CNA, 2014), teniendo en cuenta las perspectivas de crecimiento mundial en los próximos años. Alrededor de la mitad de la tierra que podría ingresar a la producción agrícola mundial está localizada en 7 países tropicales, entre ellos Colombia que cuenta con más de 2,4 millones de hectáreas con aptitud alta y media para el cultivo de aguacate, 12,5 millones para la piña, 12,3 millones para el apio entre otras (CNA, 2014).

De lo anterior, el departamento del Magdalena, según la Unidad de Planificación Rural Agropecuaria-UPRA, tiene 1.723.384 ha (74,5%) disponibles para actividades agropecuarias, donde la mayor vocación se presenta para el uso agrícola (50,8%). Para el año 2013, teniendo en cuenta el área cosechada, el Departamento del Magdalena contaba en mayor proporción con cultivos frutales (Alcaldía de Santa Marta, 2020). Según el CNA 2014, el Magdalena cuenta con 51.792 Hectáreas de área cosechada en cultivos agroindustriales y 19.660 Hectáreas de frutales que se concentran principalmente en la subregión norte (Gobernación del Magdalena, 2019).

Tomando como referencia la descripción previa, es válido intuir que sería posible identificar una oportunidad de negocios para compañías que se dediquen a la fabricación de



alimentos saludables, de ahí que sea válido cuestionarse si ¿será viable realizar la producción y exportación de jugo natural (mix verde) desde Santa Marta-Colombia hacia España aprovechando las tendencias de consumo de jugos y néctares identificadas previamente?



4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Formular un estudio de factibilidad que permita determinar la viabilidad de adelantar un proceso de exportación de jugo natural (mix verde) desde Santa Marta-Colombia hacia España, tomando como referencia las tendencias de consumo global de productos saludables.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar un análisis que permita determinar la oferta, la demanda y el canal de distribución adecuado para el mercado del jugo denominado “Mix Verde”.
 - ✓ Determinar la demanda potencial del mix verde en el mercado español de los jugos naturales.
 - ✓ Identificar competidores en el mercado nacional, internacional y local en destino.
 - ✓ Establecer un canal de distribución que permita llevar el mix verde bajo las mejores condiciones a destino.
- Diseñar un plan operativo que garantice la optimización para procesos de producción, equipos, sistema, control y logística en la elaboración del bien.
 - ✓ Establecer el tamaño del proyecto, tomando como referencia la demanda potencial del Mix verde.



- ✓ Definir necesidades en materia de materias primas, insumos, materiales, activos fijos con base a esa demanda a suplir en el mercado de destino.
- ✓ Proyectar a 5 años la producción requerida para la puesta en marcha del proyecto en referencia al porcentaje de mercado que se pretende suplir.
- Diseñar un plan financiero para la empresa, medible a través del cálculo de indicadores financieros para poder determinar su viabilidad.
 - ✓ Determinar presupuesto de ventas a través del cálculo de los costos, más una rentabilidad acorde a las necesidades del proyecto.
 - ✓ Realizar un cálculo para determinar los costos y gastos de inversiones que implica poner en marcha el proyecto.
 - ✓ Aplicar una evaluación financiera que ayudará a determinar la viabilidad de realizar la exportación desde Colombia hacia España del Mix Verde.

5. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Para este capítulo se desarrollan aspectos que dan a conocer de manera estructurada qué es FRUTMIXES, a qué se dedica, sus productos, imagen corporativa, información comercial y legal que en conjunto describen la esencia de la organización.

5.1. Características del negocio o la empresa

En este sub capítulo se desarrollan las características del producto que FRUTMIXES pretende producir, así como también se muestra la imagen corporativa de la misma.

5.1.1 Características del producto

Mix Verde es zumo de frutas y verduras congelado que contiene en cada presentación 125gr con 5 ingredientes: Piña 55gr, Pepino 30gr, Hierbabuena5gr, Jengibre 5gr y apio 30gr.

Su preparación es muy sencilla, se ponen los ingredientes en la licuadora 1,5 minutos con agua, té verde o zumo de naranja (150 ml), puede licuarse semi congelado para obtener un smoothie, si se prefiere sin hielo hay que descongelarlo totalmente antes de licuar.

Figura 1 Imagen del Mix Verde



Mix
Verde



Elaboración propia, 2021

5.1.2 Imagen Corporativa

FRUTMIXES Empresa colombiana que apunta dedicarse a la extracción, procesamiento y comercialización de zumos de frutas y vegetales proveniente de cultivadores colombianos

responsables en sus prácticas agrícolas, que se motiva por traer mejores condiciones comerciales para los agrícolas del Magdalena.

Imagen y Slogan

En la figura N°2 se aprecia la imagen y el slogan de la empresa, los motivos que hacen la selección de la misma están basados en el tipo de bien que se está manejando, este debe hacer alusión a bienestar. Mix Verde es un producto saludable que proporciona ciertos beneficios a la salud y a través del slogan se hace la invitación a estar en esa condición de bienestar consigo mismo.

Figura 2 Imagen y Slogan de Frutmixes



FRUTMIXES
Cúdate, Quiérete, Brilla.

Elaboración propia, 2021

5.2 Información comercial y legal

En este apartado del capítulo se describen normatividades o leyes en el proceso de producción, de comercialización internacional al mercado español, para la correcta distribución de Mix Verde en dichos mercados.



5.2.1 Tipo de Sociedad

Sociedad por acciones simplificadas (SAS), de capital unipersonal, de naturaleza comercial.

5.2.2 Normatividad Nacional e Internacional

En Colombia la norma rige que para que este producto pueda salir del país debe cumplir con unos documentos soportes: Certificado inspección sanitaria exportaciones alimentos y materias primas - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos -, Certificado de venta libre - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - y Certificado fitosanitario - Instituto Colombiano Agropecuario -, lo anterior en el arancel de aduanas colombiano (DIAN, 2021).

Para el caso de España su arancel de aduanas establece las siguientes normas: Solo se permite la declaración con este código de mercancía (200990) si se respeta el valor de referencia (peso neto/unidad suplementaria o valor/peso neto o valor/unidad suplementaria. Si las mercancías mencionan en sus etiquetas, anuncios o documentos adjuntos que son producidas ecológicamente, el declarante debe presentar un certificado de control C644 de conformidad con el artículo 33, párrafo 1, inciso d) del Reglamento (CE) No. 834/2007. Productos equivalentes. Si las mercancías no son productos equivalentes, deberá indicarse el código Y929 (TARIC, 2021)

5.3 Estructura orgánica y humana

Para este apartado se describen de forma detallada las áreas humanas que tiene Frutmixes, así como esa planeación estratégica con su misión y visión de la organización



5.3.1 Estructura Organizacional

En tabla N 1 se encuentra en detalle cómo está estructurada humanamente Frutmixes, así como también los distintos cargos y sus respectivas responsabilidades y retribución por la labor.

Tabla 1 Estructura Humana de Frutmixes

Comercial	
Nombre del Cargo	Jefe Comercial
Número de Plazas por cargo	1
Requisitos del Cargo	Profesional Negocios, Comercio, Marketing Internacional con experiencia relacionada de 1 año
Funciones del Cargo	Marcar los objetivos concretos de comercio, Resolver problemas comerciales y/o de marketing, Tomar decisiones cuando resulte necesario y oportuno, Concretar los diferentes canales comerciales, la estructura, tamaño y rutas, Elaborar las previsiones de ventas, Establecer la política de precios, Diseñar las estrategias, Gestionar la cartera de clientes
Cargos a quien le reporta	Junta directiva
Cargos de quien recibe reporte	Operaciones - Financiero
Remuneración a recibir	\$ 2.000.000
Finanzas	
Nombre del Cargo	Jefe Finanzas
Número de Plazas por cargo	1
Requisitos del Cargo	Profesional Finanzas, contaduría, administración de empresas con experiencia relacional de 1 año
Funciones del Cargo	Pronosticar el desempeño mensual, trimestral y anual, aprobar o rechazar presupuestos, administrar riesgos, Evaluar y tomar decisiones de inversión, asignar recursos y administrar el flujo de caja, Realizar análisis de costo-beneficio para asegurar que todas las actividades contables y controles internos y externos cumplan con las regulaciones financieras y recomendar soluciones de reducción de costos.
Cargos a quien le reporta	Junta directiva
Cargos de quien recibe reporte	Comercial - Operación
Remuneración a recibir	\$ 2.000.000



Producción	
Nombre del Cargo	Jefe Producción
Número de Plazas por cargo	1
Requisitos del Cargo	Profesional Ing. Industrial o Logística con experiencia relacional de 1 año
Funciones del Cargo	Gestionar la logística interna, Desarrollar estrategias para la optimización de los procesos, Velar por la viabilidad de los procesos, Analizar los procesos
Cargos a quien le reporta	Junta directiva
Cargos de quien recibe reporte	Finanzas - Marketing
Remuneración a recibir	\$ 2.000.000
Nombre del Cargo	Operario Producción
Número de Plazas por cargo	3
Requisitos del Cargo	Técnico o Tecnólogo alimentos sin experiencia
Funciones del Cargo	Selección de la fruta y verdura para lavado, pelado y trozado, extracción del zumo en frío, llenado de tanques de almacenamiento, envasado automático en máquina, llevar a congelación producto, almacenamiento por lotes
Cargos a quien le reporta	Jefe Producción
Cargos de quien recibe reporte	----
Remuneración a recibir	\$ 908.526

Tomado de (Elaboración propia, 2021)

5.3.2 Planeación Estratégica

Misión: Mejorar las condiciones socio-económicas de los productores agrícolas facilitando la vinculación comercial de sus cosechas a los mercados, creando así productos 100% colombianos con amor e innovación, generando una oportunidad de negocio que contribuya al desarrollo económico privado de inversionistas.

Visión: Ser al año 2025 una empresa líder en el mercado nacional de batidos naturales, consolidados en los mercados internacionales y llevando la oferta de valor de Frutmixes,



con proyección a corto plazo de penetrar España y generar un posicionamiento de marca que genere un abarcamiento del 1% en el mercado local.

5.4 Información financiera

Para poner en marcha el proyecto se debe hacer una inversión de \$ 215.769.715; para financiar ese valor se tomarán recursos de terceros, en este caso con una entidad financiera en un 50% de ese valor total que corresponde a \$ 107.884.858 y el restante con recursos propios, es decir 50% que en pesos son \$ 107.884.858 completando así la inversión total de la iniciativa.

La tasa interna de retorno que tiene el proyecto es de 129,70% muy por encima de la tasa de interés de oportunidad que es del 18,30%.

Para proyectar los años próximos al año cero del proyecto se utiliza el IPC del año 2020 que fue de 1,6% (BANREP,2021) así mismo para los cálculos que implican cambios de divisas se utiliza una TRM fija de \$ 3.650,23 que correspondiente a la fecha 09-04.21 (Banco de la Republica,2021).

5.5 Proceso de Innovación

Un estudio global de Nielsen sobre salud y bienestar, demuestra que cada vez los consumidores prefieren más lo natural (La República, 2015). Esta es una tendencia importante en alimentos funcionales o ingredientes naturales, y la sostenibilidad también es un aspecto cada vez más importante a la hora de elegir nutrientes. Los alimentos de origen natural son los favoritos de los consumidores de hoy.



MIX VERDE tiene ingredientes que ayudan a la limpieza del organismo, las frutas y hortalizas son componentes que contribuyen a acelerar el metabolismo y combatir el estreñimiento, así mismo por su alto contenido de fibra sacian rápidamente, disminuye los niveles de colesterol y glucosa y regulan los procesos de limpieza del cuerpo, aumentan la energía, ayudan a eliminar toxinas y depurar, estimulan y regulan el metabolismo (Bog, 2021).

Así mismo, las materias primas utilizadas para la elaboración de Mix Verde son cuidadosamente seleccionadas por pequeños agricultores de la zona que le imponen a sus cosechas procesos 100% naturales que hacen de dichas materias primas orgánicas en gran medida.

6. ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA



6.1 Metodología del estudio

La metodología de investigación utilizada es de tipo cualitativa, en la que se han recolectado los datos a través de la técnica de revisión documental, basada en el estudio de documentos, libros, actas, memorias, manuscritos, periódicos, revistas etc, lo cual contribuye al análisis para la resolución de la pregunta de investigación.

Se trabajaron fuentes primarias y secundarias en el desarrollo de la investigación a fin de conocer la demanda, los competidores, precios y distribución en el caso del análisis de mercado, que partiendo del mismo análisis se desarrollan las secciones de plan operativo y financiero utilizando el mismo tipo de fuentes a fin de darle cumplimiento a ese objetivo general planteado.

6.2 Análisis del mercado consumidor

En primer lugar y considerando la demanda del proyecto, se caracteriza al consumidor del producto en un rango de edad entre los 15 a 75 años y con tendencias a condicionar su consumo a tendencias alimenticias saludables. Dicho esto y para cuantificar al consumidor se tomó un estudio de ANIBES ((FEN), 2017) que aunó por primera vez en España en una misma investigación la evaluación de datos antropométricos, ingesta de macronutrientes y micronutrientes, así como el nivel de actividad física, datos socioeconómicos y estilos de vida de la población española para determinar el consumo de zumos y néctares tomando una muestra representativa de la población de 2.285 personas.

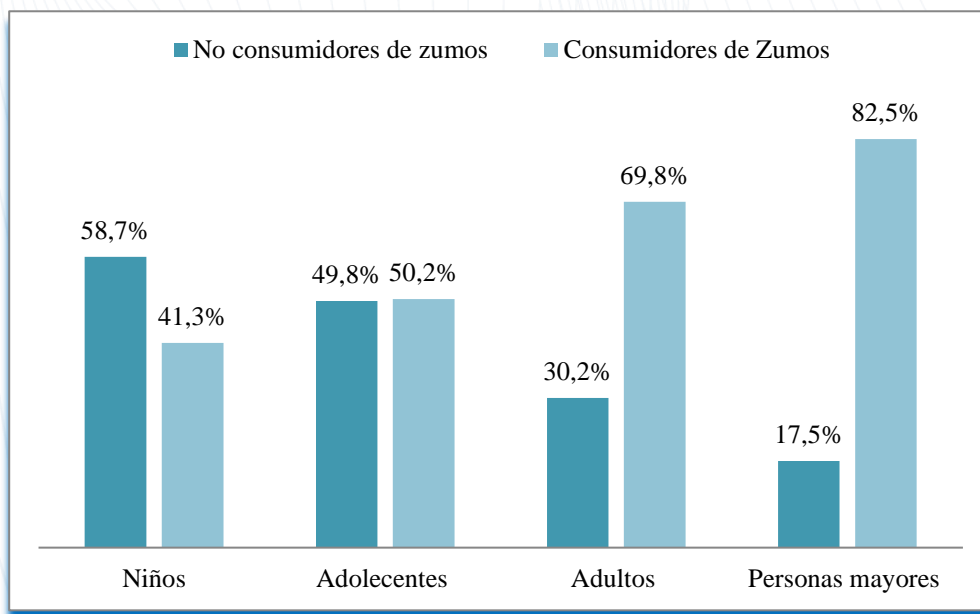
Dentro de los principales resultados, se encontró que el 31,2% de la población estudiada consume algún tipo de zumo, encontrándose una clara tendencia respecto a los



consumidores por grupos de edad: los niños y adolescentes consumen más zumos que las personas adultas y personas mayores, es decir, a mayor edad del encuestado menor número de consumidores de estas bebidas ((FEN), 2017) .

Se ha conocido que la ingesta media de zumos es de 130,3 gramos/persona/día, mostrando que los hombres consumen 145,8 gramos/persona/día y las mujeres 114,8 gramos/persona/día (FEN, 2017). En este sentido y como se puede apreciar en el Figura No. 3, se puede ver la relación porcentual de consumidores y no consumidores de zumos en España por segmento de Niños, Adolescentes, Adultos y Personas mayores.

Figura 3 Consumidores de zumos y no consumidores de zumos (%), según grupos de edad en la población española 2016.



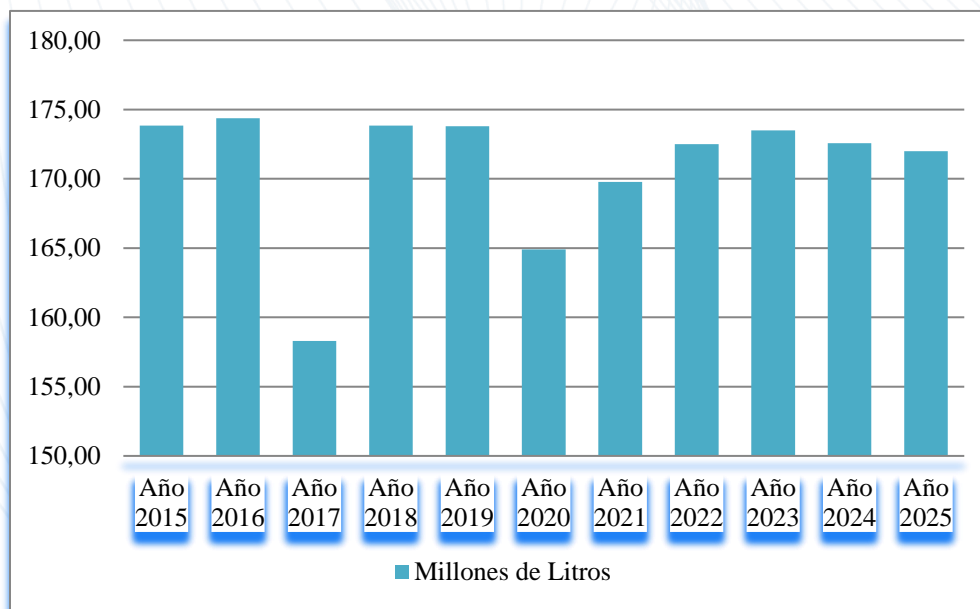
Tomado de: (FEN, 2017).

Otro elemento que se identifica dentro del mercado de los zumos de frutas es que su demanda está impulsada por la creciente propensión de los consumidores por los zumos refrigerados, hoy son más los consumidores que se centran en segmentos emergentes como batidos y ofertas a base de verduras, los Smoothies siguen siendo un subsegmento diminuto, pero el interés del consumidor está creciendo, impulsado por las tendencias de salud y bienestar (AIJN, 2019). En el segmento de Mix de Jugos y Smoothies se espera que el volumen ascienda a 172 ML (millones de litros) para 2025 en España (Statista, Jugos España , 2020)

Junto a este análisis y como se puede apreciar en la Figura No. 4, se espera que el segmento de jugos muestre un crecimiento de volumen del 2.3% en 2022, lo que representa oportunidades para invertir en este mercado y a su vez aporta a la viabilidad de este estudio para la exportación de Mix Verde desde Colombia hacia España, con un consumo medio

anual en los próximos 5 años de 170,87 millones de litros en España bajo esta categoría de jugos.

Figura 4 Consumo de Jugos y Smoothies en Millones de Litros (España: 2015-2025)



Tomado de: Statista, 2020

6.3 Análisis del mercado productor

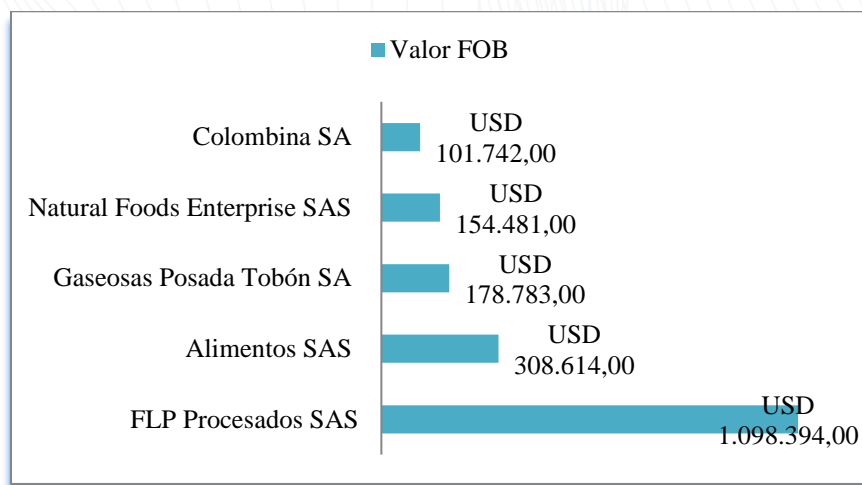
Ahora bien, analizando los factores de oferta del mercado en cuestión, se aprecia que los jugos de frutas son una opción que está ganando fuerza en el mercado colombiano, pues marcas como Bawana y Cosechas ofrecen a sus clientes bebidas a bases de frutas naturales. Actualmente los zumos, néctares y jugos de frutas colombianos son muy apetecidos por varios mercados del mundo, como el europeo, donde disfrutan de estos productos a base de frutas que cautivan el paladar de quienes los consumen. (Treid, 2019)



Desde Treid.co, plataforma de comercio exterior, fue realizado un estudio de las exportaciones de jugos de frutas en 2018, mostrando que el valor de los envíos al exterior desde Colombia fue de \$2'147.035 dólares FOB, con envíos a 24 países diferentes y el top 5 estuvo conformado por Estados Unidos, Puerto Rico, Alemania, Brasil y Australia. Así mismo, estas ventas internacionales se llevaron a cabo por 32 empresas y el top 5 lo conformaron FLP Procesados SAS, Alimentos SAS, Gaseosas Posada Tobón SA, Natural Foods Enterprise SAS y Colombina SA (Treid, 2019) en figura 5 se detalla lo anteriormente mencionado.

Posando la atención en el panorama internacional, el jugo es la tercera categoría más grande de refrescos en términos de volumen de ventas global, después del agua embotellada y los carbonatados. América Latina representa el 12% del volumen mundial de jugos y se prevé que la región registre una de las tasas de crecimiento de volumen más altas durante 2017-2022. La demanda se ve impulsada por la tendencia hacia estilos de vida más saludables y la preferencia por los productos naturales (Cruz, 2019).

Figura 5 Principales empresas exportadoras: Jugo de frutas (Colombia, 2018)



Tomado de: Treid, 2019

Los competidores identificados en este mercado incluyen: AJE, Birdseye Dairy Inc, Compañía de sopa Campbell, Del Monte Foods Inc, Grupo Doehler (EUROMONITOR, 2018). Para el caso del mercado local en España, según encuesta de la consultora (Statista, 2020) que tomó un período de tiempo desde 2014 hasta 2019¹, las marcas líderes de zumos y batidos de frutas/verduras en España por consumidor son: Don Simón, Triana, Juver; en tabla N°2 se aprecia a detalle lo mencionado.

Según la tabla N° 2 se evidencia que el mercado de los zumos y batidos de frutas/verduras en España está liderado por las marcas Don Simón con una participación porcentual del 21%, Triana con el 15%, Juver con el 13%, entre otras; lo que permite entender que es un mercado de competencia, es decir que está abierto para marcas nuevas que quieran incursionar en él.

¹ El número de encuestados que conformó las muestras de cada año fueron: n (2014) = 10.334; n (2015) = 10.275; n (2016) = 10.372; n (2017) = 10.319; n (2018) = 10.488; n (2019) = 10.142

Tabla 2 Marcas líderes de zumos y batidos de frutas / verduras por número de usuarios: España (2014-2019)

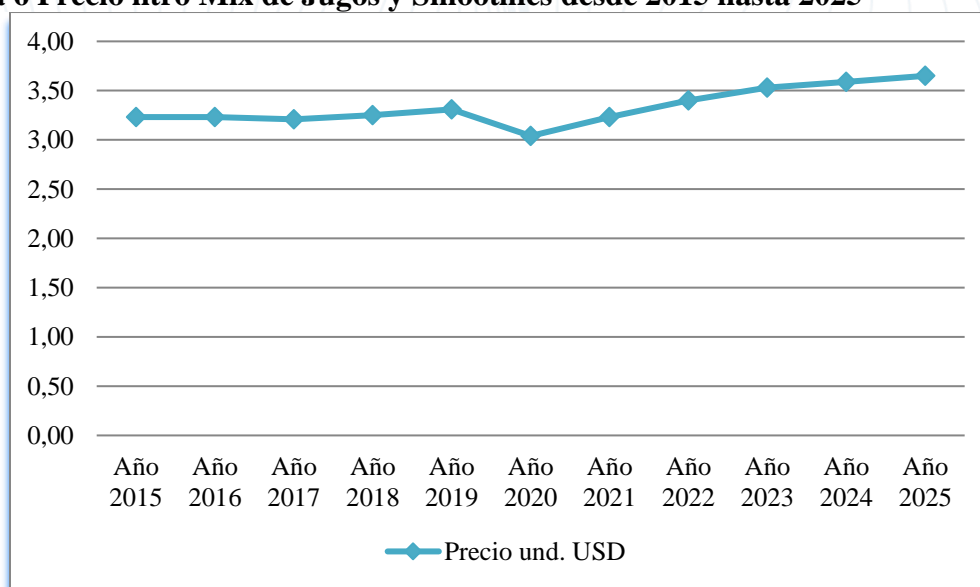
Marcas	Usuarios cada año						Promedio	Porcentaje
	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019		
Don Simón	8027	8221	7708	7732	6222	6296	7368	21%
Triana	6034	6014	5388	5436	4696	4751	5387	15%
Juver	5374	5313	4498	4541	4044	4109	4647	13%
Granini	4498	4495	4174	4175	4226	4298	4311	12%
Orange Triana	0	3912	3668	3637	3124	3173	2919	8%
Biofrutas	4051	4071	3604	3525	3399	3409	3677	10%
Zumosol	2903	2881	2846	2858	2772	2811	2845	8%
Pascual	2694	2613	2078	2074	1817	1824	2183	6%
Sunny D	2496	2483	1949	1957	1634	1660	2030	6%

Tomado de: (Statista, 2020)

6.4 Análisis de los precios

Posando la atención ahora en el comportamiento de los precios de este mercado según la consultora Statista, el precio para en el año 2020 para la categoría Mix de Jugos y Smoothies, donde clasifica el Mix verde, ha sido de USD 3,04 dólares por litro con tendencia al alza en 2021 a 3,23 dólares por litro en España. (Staista, 2021)

Figura 6 Precio litro Mix de Jugos y Smoothies desde 2015 hasta 2025



Tomado de:(Statista, 2021)

Según la Figura N° 6, se espera que el precio promedio por litro en el segmento de Mix de Jugos y Smoothies ascienda a US \$ 3,65 el Litro en 2025, lo que representa una oportunidad en crecimiento de precios para el proyecto.

6.5 Canal de distribución

Siguiendo con esta línea, se ha establecido que la distribución dentro de este mercado en España todavía se caracteriza por un gran número de minoristas y tiendas tradicionales, con la presencia de hipermercados/supermercados, tiendas de conveniencia, grandes tiendas de descuento y tiendas especializadas que conviven con las tradicionales tiendas de abarrotes y mercados al aire libre (Trade, 2019). En tabla N°3 se ve la distribución minorista de comestibles está dominada por:

Tabla 3 Distribuidores minorista en España

Distribuidores España	
Mercadona (supermercados)	SA \$ 26.499 millones de ventas en 2019
Carrefour (hipermercados, supermercados, tiendas de descuento)	\$ 9,988 millones de ventas en 2019.
Grupo Eroski (hipermercados y supermercados)	\$ 5.333 millones de ventas en 2019

Tomado de: (Trade, 2019)

En la distribución de las ventas de zumos de frutas en España en 2019, por canal de venta, los supermercados representaron más del 80 por ciento de las ventas de jugo. Los hipermercados y el comercio electrónico ocuparon el segundo y tercer lugar respectivamente (Statista, 2020).

Dicho esto, el canal de distribución para los jugos de Mix verde será un canal de tipo indirecto-largo (Fabricante - Mayorista - Detallista – Consumidor), pues se cree es el más adecuado para distribuir productos perecederos ya que proporcionan una amplia red de



distribución, incorporando intermediarios o agentes que aporten en la distribución dentro del territorio español

6.6 Diagnóstico del mercado

Como conclusión de este análisis se puede evidenciar que, en lo relacionado con la demanda que actualmente existe en este mercado en España, los jugos naturales son un subsegmento diminuto pero que crece día a día gracias al interés del consumidor, impulsado por las tendencias de salud y bienestar.

Al mismo tiempo, existe una oferta que está abierta, en un mercado que es de tipo perfecto, pues hay varios vendedores de productos casi idénticos, es decir, existen sustitutos disponibles para los consumidores y dados los precios similares entre marcas, pareciera que éstos se ajustan gracias a las fuerzas del mercado.

En este sentido, los precios de este segmento prevén un crecimiento considerable a través de los años, lo que se traduce como una buena oportunidad para invertir en este mercado; sumado a una distribución fuertemente marcada por los intermediarios minoristas en España, siendo los supermercados los que tienen dominio de estos productos. A raíz de lo anterior se establece para el desarrollo del proyecto un canal de tipo indirecto largo para la distribución del Mix Verde.

Finalmente y considerando estas situaciones, se esperaría que la participación que MIX VERDE tendría en ese mercado español sería del 1% para el año 2021, lo que representa un aporte de alrededor de 170.000 litros proyectados para el mercado español en 2021, que en cantidades del Mix Verde serían 1.360.000 unidades de 125gr.



7. PLAN DE OPERACIÓN

Para este capítulo se abordaron aspectos relacionados con poner en marcha la operación para cubrir ese segmento de mercado que anteriormente se estableció, se desarrolló puntualmente ítems relacionados con la ingeniería necesaria para la marcha de la iniciativa, las materias primas, insumos y materiales en dicho proceso de producir mix verde, así como los activos fijos necesarios y en últimas se determina el proceso de producción a través de un cursograma, teniendo como resultado:

7.1 Ingeniería del proyecto

En este apartado se aborda lo relacionado para producir Mix Verde, materias primas, materiales, activos fijos y el Proceso de producción a través de un cursograma de procesos.

7.1.1 Materias Primas, Insumos y Materiales 2

Para elaborar una unidad del Mix Verde serán necesario en materias primas la suma de 125gr de 5 ingredientes: Piña 55gr, Pepino 30gr, Hierbabuena 5gr, Jengibre 5gr y apio 30gr.

En materiales para la misma unidad de Mix Verde se utiliza una unidad de Película de plástico para su empaque, esto de forma general según el tamaño del proyecto para poder producir esas 1.360.000 unidades de 125gr cada una, información a detalle en el anexo 1.



Desde el punto de vista evaluativo es factible en las cantidades necesarias para abordar dicha demanda año a año en la consecución de las materias primas y materiales a utilizar, afirmación que se valida en el resultado de los cálculos realizados en el anexo anteriormente mencionado.

7.1.2 Activos Fijo

Para darle cumplimiento a lo establecido en el tamaño del proyecto es necesario invertir en unos activos fijos para consecución optimizada por una unidad de Mix Verde, información a detalle de los mismos en el anexo 2, que en últimas dicta la viabilidad de dichos materiales en las cantidades invertidas por cada uno, lo anterior basado precisamente en esa demanda que se pretende atender acorde a la producción dándole el cumplimiento a dicho requerimiento, el proceso a detalle en el anexo mencionado en este párrafo.

7.1.3 Proceso de producción

En la tabla N° 4 se evidencia el curso que lleva el poder producir en un día las cantidades de Mix Verde que debe atender el proyecto para cumplir con el porcentaje de mercado que se pretende cubrir.

Por día se estima una producción de 5.666 unidades de Mix Verde por 125gr en una jornada de 8 horas, esto no en producción a tope de maquinaria, es más bien conforme los requerimientos del mercado, para ello el número de horas, distancias y personal humano para el cumplimiento de dichos requerimientos:

Tabla 4 Cursograma de Procesos

PROCESO DE PRODUCCIÓN									
Pasos	●	■	→	◐	▲	Tiempo Min	Distancia Mtrs	Personal	Descripción cargo
Recepción de la fruta y verdura en planta de producción			x			30	50	1	Jefe producción
Selección de la fruta y verdura para lavado, pelado y trozado		x				30	5	1	Operarios producción 1 y 2
Extracción del zumo en frío	x					60	5	2	Operarios producción 1 y 2
Llenado de tanques de almacenamiento	x					60	2	1	Operarios producción 3
Envasado automático en máquina	x					60	1	1	Operarios producción 3
Congelamiento				x		120	10	1	Operarios producción 3
Almacenamiento de Mix Verde por paquetes					x	120	3	3	Operarios producción 1,3 y 3
Total	3	1	1	1	1	480	76	4	

Elaboración propia, 2021

7.2 Localización

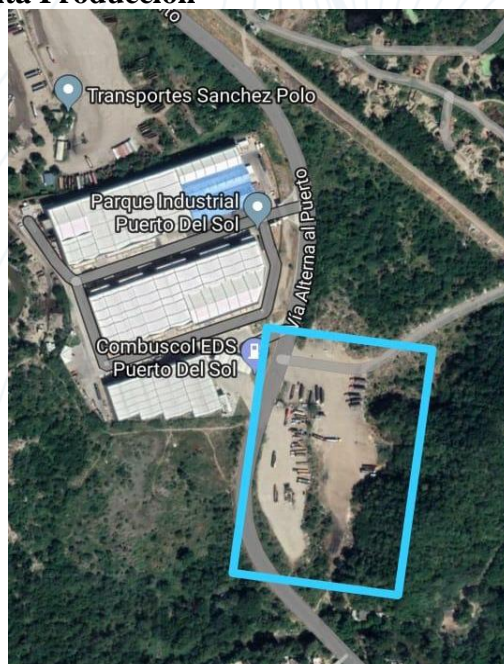
En este apartado se hallará la mejor ubicación para el proyecto acorde a sus necesidades, con base a una macrolocalización para partir al detalle en la microlocalización.

7.2.1 Macrolocalización y Microlocalización

La macro ubicación tiene como objetivo analizar las diferentes variables que determinan la ubicación final del proyecto, buscando mayor utilidad o minimizando costos en cualquier caso, es por ello que se decidió ubicar el proyecto estratégicamente en la ciudad de Santa Marta, capital del departamento del Magdalena (Colombia).

En este sentido, se decidió ubicar el proyecto en un sector industrial de la ciudad que es de bastante importancia para el modelo de negocio. La ubicación exacta es en la vía alterna al puerto en una zona conocida como punto 5, imagen a detalle en Figura N° 7, esa área es privilegiada debido a sus diversos accesos y su conexión directa con el puerto.

Figura 7 Ubicación Planta Producción

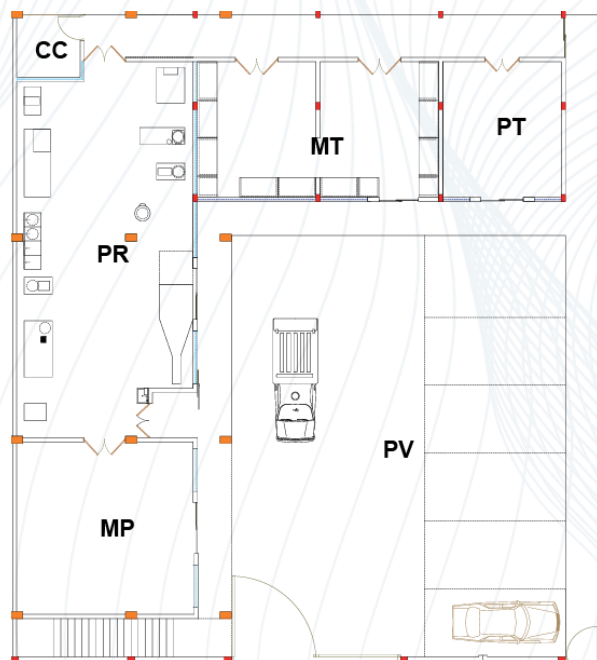


Tomado de: (Google Maps, 2021)

7.2.2 Distribución de planta

La infraestructura está basada en una planta en la ciudad de Santa Marta, con equipos especializados para procesos de alimentos (PR) recepción y almacenamiento de materias primas (MP), así como también un espacio para los materiales (MT), procedimientos de calidad y cámara de congelación rápida (CC), cuartos fríos de almacenamiento (PT) y espacio para el transporte idóneo que permita mantener el suministro constante de productos (PV), en figura N° 8 a detalle se muestra cómo está distribuida la planta.

Figura 8 Plano de la Planta interno y externo.



Tomado de: (Google Imágenes, 2021)



7.3 Tamaño del proyecto

La demanda potencial del proyecto de forma anual son: 1.360.000 unidades de 125 gr correspondientes al 1% del mercado a cubrir en España, la capacidad de producción por activos fijos es de 4.000 unidades por 125gr hora. Partiendo de lo anterior se propone el tamaño del proyecto de la siguiente forma: 1.360.000 unidades de 125 gr por año, 113.333 unidades de 125 gr por mes de 20 días, 5.666 unidades de 125 gr por día laboral de 8 horas y 708 unidades de 125gr por hora

7.4 Logística

Con base al canal de distribución seleccionado, un canal de tipo indirecto-largo (Fabricante - Mayorista - Detallista – Consumidor) el termino más indicado es el FOB, pues este debido a las condiciones en responsabilidades para el vendedor hace que sea más viable la iniciativa desde este escenario, Frutmixes se hace responsables de entregar mercancías (Mix Verde) FOB Santa Marta.

Partiendo de que son 1.360.000 unidades de 125gr anuales de Mix Verde se establece lo siguiente: Las medidas del empaque que Mix Verde utiliza son de , ancho 6cm, largo 22cm y alto 1cm; y las medidas de la caja donde se unitariza Mix Verde son de ancho 40cm, largo 60cm y alto 50cm



Tabla 5 Logística Unidades de Mix Verde por caja

Cantidad de Mix Verde por una caja:	Cant. Und
Ancho:	7
Largo:	3
Alto:	50
Total:	136,4

Tomado de (Elaboración propia, 2021).

Es decir que según tabla N°5 por caja en promedio van 136 unidades de 125gr del Mix Verde, para darle cumplimiento a las unidades mensuales por exportación ya establecidas en el tamaño del proyecto, 113.333 unidades de 125 gr se plantean lo siguiente: Medidas del pallet donde se va a unitarizar la carga ancho 100 cm, largo 120 cm y alto 15 cm, un pallet de tipo estándar. Medidas del contenedor 40 pies High Cube 12.19 m de largo * 2.44 m de ancho * 2,895 m de alto.

Tabla 6 Logística cajas base pallet

Cajas en la plancha del pallet:	Cant. Und
Ap:	12.000
Ac:	2.400
Total:	5

Tomado de (Elaboración propia, 2021).

En tabla N° 6 para la base del pallet van 5 cajas, ahora teniendo en cuenta la altura del contenedor ya referenciado anteriormente por altura van 4 cajas, es decir que por pallets van 20 cajas y cada caja contiene 136 unidades de 125gr de Mix Verde para un total por pallet de 2.727 unidades, para cumplir con esas 113.333 unidades por exportación hay que embalar 831 cajas que van de la siguiente manera:

Tabla 7 Logística General

Unidades a Exportar x mes	113.333,0
Total de cajas plancha:	5
Total de cajas alto:	4
Total de cajas por pallet:	20
Pallet por contenedor	21
Total Cajas x Contenedor	420
Unidades de Mix verde x Contedor 1	57.272,7
Unidades de Mix verde x Contedor 2	56.060,3

Tomado de (Elaboración propia, 2021).

Como conclusión de este estudio se puede evidenciar que en el análisis de lo relacionado con la materias primas a utilizar en el proceso de producción, se determinó el número en cantidades y precios, los materiales y los activos que se tendrán que invertir para cubrir ese porcentaje del 1% ya previamente establecido año a año proyectados.

Adicional a lo anterior también se estableció una ruta de procesos que detalla lo que conlleva realizar el Mix verde, pudiendo establecer el número de persona o capital humano en dicho proceso. Así mismo, se logra establecer la macro y micro localización del proyecto acorde a las necesidades del mismo, siendo esta la ciudad de Santa Marta en una zona de bastante importancia para el modelo de negocio, el sector industrial de la ciudad, la ubicación exacta vía alterna al puerto en una zona conocida como punto 5.



8. PLAN FINANCIERO

Para este capítulo se abordaron aspectos relacionados con un balance preoperativo que ayude a determinar necesidades en inversiones y con base a ellos determinar un presupuesto de costos, gastos e ingresos del proyecto, se establece un flujo de fondos y estado de resultados para la correcta interpretación de la evaluación financiera

8.1 Balance Preoperativo

Se determina el monto en inversiones para los activos fijos, intangibles y capital de trabajo que conlleva la realización del proyecto, así como también se establece qué tipo de fuentes para financiar esas inversiones se utiliza.

8.1.1 Inversiones (Activos fijos, Intangibles y Capital de Trabajo)

Para el desarrollo de este plan de negocio se establece un tope de inversión de \$215.769.715 para cubrir la inversión de activos fijos (\$71.332.128), intangibles (\$14.760.106) y capital de trabajo (\$ 129.677.482), tal y como se presenta en las tablas 7, 8 y 9.

Tabla 7 Inversión inicial de activos fijos

TIPO	NOMBRE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	PARÁMETRO DE DEPRECIACIÓN	V/R DEPRECIACIÓN ANUAL
DEPRECIABLES						
MAQUINARIA Y EQUIPO	Exprimidor industrial de prensa en frío	2	\$ 9.166.512,34	\$ 18.333.025	10	\$ 1.833.302
	Máquina automática de envasado	1	\$ 14.926.800,00	\$ 14.926.800	10	\$ 1.492.680
	Tanque de almacenamiento	3	\$ 4.264.800,00	\$ 12.794.400	10	\$ 1.279.440
	Mesa industrial acero	3	\$ 770.000,00	\$ 2.310.000	10	\$ 231.000
	Congeladores de explosión industriales	1	\$ 7.258.902,84	\$ 7.258.903	10	\$ 725.890
INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO				\$ 55.623.128		\$ 5.562.313
MUEBLES Y ENSERES	Muebles oficina	5	\$ 1.000.000	\$ 5.000.000	10	\$ 500.000
INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES				\$ 5.000.000		\$ 500.000
EQUIPO DE COMPUTO	Impresora Multifuncional	1	\$ 1.709.000	\$ 1.709.000	5	\$ 341.800
	Computadores	3	\$ 3.000.000	\$ 9.000.000	5	\$ 1.800.000
INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTO				\$ 10.709.000		\$ 2.141.800
TOTAL ACTIVOS DEPRECIABLES				\$ 71.332.128		\$ 8.204.113
TOTAL ACTIVOS FIJOS				\$ 71.332.128		\$ 8.204.113

Tomado de (Elaboración propia, 2021)



Tabla 8 Inversión Inicial De Activos Intangibles

ADECUACIONES	ADECUACIÓN PLANTA PRODUCCIÓN	1	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
TOTAL ADECUACIONES				\$ 10.000.000

VIGILADA MINEUCACIÓN

PAPELERÍA	RECMA	5	\$ 5.000	\$ 25.000
	TIJERAS	5	\$ 2.000	\$ 10.000
	CAJA DE ESFEROS 12 UND	2	\$ 5.000	\$ 10.000
	CAJA DE BORRADORES 10 UND	1	\$ 5.000	\$ 5.000
	PERFORADORA	3	\$ 3.000	\$ 9.000
	GRAPADORA	3	\$ 5.000	\$ 15.000
	CORRECTOR LIQUIDO	5	\$ 1.200	\$ 6.000
	CAJA DE LÁPIZ 12	2	\$ 5.000	\$ 10.000
	RESALTADOR	10	\$ 1.000	\$ 10.000
	CARPETA PLASTIFICADA x 10 UND	2	\$ 3.000	\$ 6.000
	CAJA GANCHOS COCEDORA	1	\$ 2.000	\$ 2.000
	CAJA DE CLIP	2	\$ 1.500	\$ 3.000
	SACAGANCHOS	1	\$ 1.500	\$ 1.500
	LEGAJADOR CON GANCHO	12	\$ 400	\$ 4.800
	ROLLO DE CINTA TRANSPARENTE	1	\$ 700	\$ 700
CALCULADORA	1	\$ 4.500	\$ 4.500	
TOTAL GASTOS PAPELERÍA				\$ 122.500

SEGURO MAPFRE PYME	(TIPO DE SEGURO A CONTRATAR)	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
TOTAL SEGURO MAPFRE PYME				\$ 2.000.000

CAFETERÍA	Café Instantáneo Clásico Colcafé x 500g	3	\$ 26.990	\$ 80.970
	Azúcar Incauca Extrafina 200 sobres	2	\$ 5.190	\$ 10.380
	Vasos de Cartón de 9 onzas x 50 und	2	\$ 8.500	\$ 17.000
TOTAL GASTOS CAFETERÍA				\$ 108.350

ELEMENTOS DE ASEO	ESCOBA	2	\$ 5.000	\$ 10.000
	TRAPERO	2	\$ 5.000	\$ 10.000
	BALDE ASEO	2	\$ 6.000	\$ 12.000
	RECOGEDOR PALA	1	\$ 4.000	\$ 4.000
	DETERGENTE PISO	2	\$ 5.050	\$ 10.100
	CEPILLO PARA BAÑO	1	\$ 5.000	\$ 5.000
	BOLSA INDUSTRIAL (80 x120 PAQ. X 15)	1	\$ 3.600	\$ 3.600
	JABÓN LÍQUIDO X 4000 ml	1	\$ 16.371	\$ 16.371
	GEL ANTIBACTERIAL x 1000ml	3	\$ 17.900	\$ 53.700
	PAPEL HIGIÉNICO x 9n rollos	2	\$ 14.990	\$ 29.980
	AMBIENTADOR	3	\$ 7.492	\$ 22.476
	PAQUETES DE 20 ESPONJILLAS	1	\$ 2.000	\$ 2.000
	COLOR X 1000ML	5	\$ 3.000	\$ 15.000
TOTAL GASTOS EN ELEMENTOS DE ASEO				\$ 194.227

TOTAL INTANGIBLES (SIN GMF)	\$ 12.425.077
------------------------------------	----------------------

GMF	4 x 1000 Intangibles			\$ 49.700
	4 x 1000 Activos Fijos			\$ 285.329
	TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			\$ 12.760.106

ESTUDIO	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
----------------	---	--------------	--------------

TOTAL INTANGIBLES MÁS ESTUDIO	\$ 14.760.106
--------------------------------------	----------------------

AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES	\$ 2.952.021
------------------------------------	---------------------

Tomado de (Elaboración propia, 2021)



Tabla 9 Inversión En Capital De Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		3 MES		
AÑO	COSTOS PRODUCCIÓN	INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO	INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO ADICIONAL	
1	\$ 467.969.688	\$ 116.992.422	\$ 116.992.422	
2	\$ 475.414.447	\$ 118.853.612	\$ 1.861.190	
3	\$ 482.979.067	\$ 120.744.767	\$ 1.891.155	
4	\$ 490.665.476	\$ 122.666.369	\$ 1.921.602	
5	\$ 518.709.927	\$ 129.677.482	\$ 7.011.113	
RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO			\$ 129.677.482	

Tomado de (Elaboración propia, 2021)

Partiendo de ahí se tiene que una vez conocida la inversión requerida para poner en marcha la iniciativa se determinan los medios utilizados para el financiamiento y de esta forma cortar cualquier limitante económica que pueda haber en el proceso de invertir y transformarlo a través de una correcta forma de financiación.

8.1.2 Fuentes de financiación

A partir de lo descrito en la anterior sección, se ha establecido que para cubrir esta inversión se ha definido un plan de financiamiento que implica el 50% de recursos propios (\$ 107.884.858) y otros 50% de préstamo (\$ 107.884.858), entidad financiera con



Bancolombia a una tasa de interés anual del 21,56% a un plazo de 5 años, lo anterior se aprecia en la tabla 10.

Tabla 10 Fuentes De Financiación

FUENTES DE FINANCIACIÓN PARA CUBRIR LA INVERSIÓN INICIAL EN ACTIVOS FIJOS-Intangibles-Cap Trabajo	
RECURSOS DE TERCEROS (50%)	\$ 107.884.858
RECURSOS PROPIOS (50%)	\$ 107.884.858
TOTAL	\$ 215.769.715

INFORMACIÓN	
Monto del crédito	\$ 107.884.858
Banco	Bancolombia
Tasa de interes (i)	21,56%
Plazo de pago	5 años

AMORTIZACIÓN				
PERIODO	SALDO	ABONO A CAPITAL	INTERÉS	CUOTA
0	\$ 107.884.858			
1	\$ 93.824.724	\$ 14.060.133	\$ 23.259.975	\$ 37.320.109
2	\$ 76.733.226	\$ 17.091.498	\$ 20.228.611	\$ 37.320.109
3	\$ 55.956.801	\$ 20.776.425	\$ 16.543.683	\$ 37.320.109
4	\$ 30.700.978	\$ 25.255.823	\$ 12.064.286	\$ 37.320.109
5	\$ 0	\$ 30.700.978	\$ 6.619.131	\$ 37.320.109

Tomado de (Elaboración propia, 2021)



8.2 Presupuesto de Costos, Gastos e Ingresos

En este apartado del capítulo se relacionan los costos y gastos que se deben incurrir para la puesta en marcha del proyecto, así como los ingresos que se tendrán para cubrir los mismos.

8.2.1 Costos y Gastos

Para el desarrollo de este plan de negocio se establece un tope presupuestario en el año uno de la iniciativa de \$657.398.794 dentro de ese presupuesto se discrimina entre Costos donde solo se tiene los de producción por \$459.997.376; para el caso de los Gastos se tiene los de producción por \$ 7.972.313, ventas \$ 23.175.818, administrativos \$ 148.306.551 y financieros \$ 25.919.050 lo anterior se aprecia de forma detallada en el anexo 6, la idea es poder cubrir todos esos costos y gastos a través de los ingresos operacionales a manera que estos potencien la iniciativa haciendo factible para inversión. De la anterior descripción se establece un costo medio representado en la tabla N°11.

Tabla 11 Costos Medio

Costo Medio	2022	2023	2024	2025	2026
	483	489	494	498	517

Tomado de (Elaboración propia, 2021).

8.2.2 Determinación de los costos unitarios de exportación

Para el desarrollo de este plan de negocio se toma el costo medio en el cálculo de exportar mix verde por unidad, adicional a ellos también se calculan los costos unitarios por DFI: Transporte interno tomando como referencia el costo total de transportar una unidad High



Cube de 40 pies dividido entre el número total de unidades de Mix Verde en dicha unidad; Seguro Interno se toma un porcentaje del 1% sobre el valor total de las mercancías para su cálculo; Comisión agencia aduana tomando como referencia el costo total de una operación entre las cantidades unitarias que lleva dicha operación; Gastos portuarios en Origen sumatoria total de los gastos entre el número total de unidades de mix verdw.

Para el desarrollo de exportar Mix Verde tomando como base ese costo medio y la suma de los ítems anteriormente descritos, teniendo como resultado para el año 2022 un costo unitario para exportación en valor FOB de 497,80, lo anterior a detalle en tabla N°12.

Tabla 12 Costo unitario de exportación.

DFI	2022	2023	2024	2025	2026
EXWORK	483,38	489,76	494,56	498,84	517,51
Transporte interno	1,76	1,79	1,82	1,85	1,88
Seguro Interno	4,83	4,91	4,99	5,07	5,15
Valor FCA	489,98	496,46	501,37	505,76	524,54
Comision agencia aduana	4,41	4,48	4,55	4,63	4,70
Valor FAS	494,39	500,94	505,93	510,39	529,24
Gastos portuarios en Origen	3,40	3,46	3,51	3,57	3,63
Valor FOB	497,80	504,40	509,44	513,96	532,87

Tomado de (Elaboración propia, 2021).

8.2.3 Ingresos

Se tiene que para el desarrollo del negocio deben existir ingresos que ayuden a sostener esos costos y gastos que implica exportar Mix Verde hacia España, en proyección que tendrá el proyecto en sus años de operación, de manera detallada se tiene un costo medio por unidad de mix verde de \$498 en el periodo 1 de la iniciativa, con un margen de rentabilidad del 20%, se tiene que para el periodo 2022 los ingresos estimados son de

\$808.482.493 que comparados con los costos y gastos para el mismo periodo representan una oportunidad positiva de inversión ya que estos ingresos son superiores, lo anterior se aprecia de forma detallada en la tabla 13. De ahí que se afirme que estos ingresos son un factor de potencia en el desarrollo de la viabilidad de este estudio.

Tabla 13 Ingresos

Márgen de Utilidad	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%
PRECIO					
	2022	2023	2024	2025	2026
COSTO MEDIO	498	504	509	514	533
UTILIDAD	97	98	99	100	104
PRECIO	594	602	608	614	636
vig					
INGRESOS	2022	2023	2024	2025	2026
OPERACIONALES	808.482.493	819.200.669	827.358.650	834.676.235	865.467.193
NO OPERACIONALES	-	-	-	-	-
TOTOTAL INGRESOS	808.482.493	819.200.669	827.358.650	834.676.235	865.467.193

Tomado de (Elaboración propia, 2021)

8.2.4 Punto de Equilibrio

Para el desarrollo del negocio deben existir unas cantidades mínimas que el proyecto debe vender para su correcta función, es decir, poder determinar el número en cantidades que se deben producir y vender año a año del proyecto para que este recupere lo que invierte en el mismo.

Se obtuvo que para el periodo 1 las cantidades del Mix Verde son de 838.300 unidades de 125gr de Mix Verde que con referencia a lo que se pretende producir para ese año 1.360.000,00 unidades de Mix verde por 125gr, está por debajo de ello, lo que representa una potencia que determina la viabilidad en lo estudiado. lo anterior se aprecia de forma detallada en la tabla 14.

Tabla 14 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO							
AÑO	COSTO FIJO TOTAL	PRECIO	COSTO VARIABLE UNITARIO	INGRESOS	COSTO VARIABLE TOTAL	COSTO TOTAL	Q*
2022	\$ 242.770.844	\$ 594	\$ 305	\$ 808.482.493	\$ 414.627.951	\$ 657.398.794	838.300
2023	\$ 244.760.444	\$ 602	\$ 310	\$ 819.200.669	\$ 421.307.144	\$ 666.067.588	836.591
2024	\$ 244.510.866	\$ 608	\$ 315	\$ 827.358.650	\$ 428.087.785	\$ 672.598.652	832.855
2025	\$ 243.522.127	\$ 614	\$ 320	\$ 834.676.235	\$ 434.902.955	\$ 678.425.082	828.445
2026	\$ 241.589.505	\$ 636	\$ 340	\$ 865.467.193	\$ 462.218.781	\$ 703.808.285	814.787

Tomado de (Elaboración propia, 2021)



8.3 Flujo de Fondos y Estado de Resultados

Para el desarrollo del negocio es necesario determinar a través del Flujo de Fondos y Estado de resultados el efectivo generado o faltante en cada año del proyecto, que es la diferencia entre los ingresos y egresos de fondos.

Con el análisis de todos los puntos tenidos en cuenta para este estudio financiero se logra tener una utilidad después de impuesto para el periodo 1 de \$ 89.139.382 esto en el caso del Flujo de Fondos, en el Estado de Resultado se tiene que la utilidad del ejercicio arroja \$89.139.382 es decir una paridad en beneficios de ambos cálculos, lo que aporta y ratifica la factibilidad de poner en marcha la iniciativa de exportar mix verde desde Colombia hacia España. Lo anterior de forma detallada en las tablas 15 y 16.

Tabla 15 Flujo de fondos

FLUJO DE FONDOS						
	PERIODO 0	2022	2023	2024	2025	2026
INGRESOS OPERACIONALES		\$ 808.482.493	\$ 819.200.669	\$ 827.358.650	\$ 834.676.235	\$ 865.467.193
- COSTOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIO		\$ 462.407.376	\$ 469.852.134	\$ 477.416.754	\$ 485.103.164	\$ 513.147.614
- COSTOS DE VENTAS		\$ 23.175.818	\$ 23.548.949	\$ 23.928.087	\$ 24.313.329	\$ 24.704.773
- COSTOS FINANCIEROS		\$ 25.919.050	\$ 23.078.974	\$ 19.437.534	\$ 14.927.684	\$ 9.608.228
- GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 134.740.417	\$ 138.431.397	\$ 140.660.143	\$ 142.924.771	\$ 145.191.536
- DEPRECIACIÓN MAQUINARIA		\$ 5.562.313	\$ 5.562.313	\$ 5.562.313	\$ 5.562.313	\$ 5.562.313
- DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES		\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
- DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE CÓMPUTO		\$ 2.141.800	\$ 2.141.800	\$ 2.141.800	\$ 2.141.800	\$ 2.141.800
- AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES		\$ 2.952.021	\$ 2.952.021	\$ 2.952.021	\$ 2.952.021	\$ 2.952.021
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 151.083.699	\$ 153.133.081	\$ 154.759.998	\$ 156.251.153	\$ 161.658.908
- IMPO RENTA		\$ 49.857.621	\$ 50.533.917	\$ 51.070.799	\$ 51.562.880	\$ 53.347.440
- CREE		\$ 12.086.696	\$ 12.250.646	\$ 12.380.800	\$ 12.500.092	\$ 12.932.713
= UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTO		\$ 89.139.382	\$ 90.348.518	\$ 91.308.399	\$ 92.188.180	\$ 95.378.756
+ DEPRECIACIONES		\$ 11.156.134	\$ 11.156.134	\$ 11.156.134	\$ 11.156.134	\$ 11.156.134
+ AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES		\$ 2.952.021	\$ 2.952.021	\$ 2.952.021	\$ 2.952.021	\$ 2.952.021
- INVERSIÓN MAQUINARIA	\$ 55.623.128					
- INVERSIÓN MUEBLES Y ENSERES	\$ 5.000.000					
- INVERSIÓN EQUIPOS DE CÓMPUTO	\$ 10.709.000					
- INVERSIÓN ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 14.760.106					
- INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	\$ 116.992.422	\$ 1.861.190	\$ 1.891.155	\$ 1.921.602	\$ 7.011.113	
+ RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO						\$ 129.677.482
+ CRÉDITO	\$ 107.884.858					
- AMORTIZACIÓN DE DEUDA		\$ 14.060.133	\$ 17.091.498	\$ 20.776.425	\$ 25.255.823	\$ 30.700.978
+ VALOR DE DESECHO						\$ 37.450.897
= BENEFICIOS NETOS	-\$ 95.199.798	\$ 87.326.214	\$ 85.474.020	\$ 82.718.526	\$ 74.029.400	\$ 245.914.312

Tabla 16 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS						
	PERIODO 0	2022	2023	2024	2025	2026
VENTAS		\$ 808.482.493	\$ 819.200.669	\$ 827.358.650	\$ 834.676.235	\$ 865.467.193
= INGRESOS OPERACIONALES		\$ 808.482.493	\$ 819.200.669	\$ 827.358.650	\$ 834.676.235	\$ 865.467.193
- COSTOS TOTALES		\$ 459.997.376	\$ 467.403.333	\$ 474.928.527	\$ 482.574.876	\$ 510.578.622
= UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL		\$ 348.485.117	\$ 351.797.336	\$ 352.430.123	\$ 352.101.358	\$ 354.888.572
- GASTOS OPERACIONALES VENTAS		\$ 23.175.818	\$ 23.548.949	\$ 23.928.087	\$ 24.313.329	\$ 24.704.773
- GASTOS OPERACIONALES ADMINISTRATIVOS		\$ 148.306.551	\$ 152.036.332	\$ 154.304.503	\$ 156.609.192	\$ 158.916.662
= UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 177.002.749	\$ 176.212.055	\$ 174.197.533	\$ 171.178.837	\$ 171.267.136
+ INGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- GASTOS NO OPERACIONALES		\$ 25.919.050	\$ 23.078.974	\$ 19.437.534	\$ 14.927.684	\$ 9.608.228
= UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO		\$ 151.083.699	\$ 153.133.081	\$ 154.759.998	\$ 156.251.153	\$ 161.658.908
- IMPO RENTA		\$ 49.857.621	\$ 50.533.917	\$ 51.070.799	\$ 51.562.880	\$ 53.347.440
'- CREE		\$ 12.086.696	\$ 12.250.646	\$ 12.380.800	\$ 12.500.092	\$ 12.932.713
= UTILIDAD LÍQUIDA		\$ 89.139.382	\$ 90.348.518	\$ 91.308.399	\$ 92.188.180	\$ 95.378.756
- RESERVAS		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 89.139.382	\$ 90.348.518	\$ 91.308.399	\$ 92.188.180	\$ 95.378.756

Tomado de (Elaboración propia, 2021)

8.4 Evaluación Financiera

Para el desarrollo del negocio el Valor Presente Neto o VPN debe ser mayor a 0, los cálculos realizados se discrimina un resultado de \$ 233.589.011 que representa mayor ganancia en millones más de lo que esperaba.

La Tasa Interna de Retorno o TIR se discrimina un porcentaje de 92,03% siendo esta una tasa de ganancia por encima de la esperada y en la Relación Costo Beneficio o RBC se tiene que por cada peso invertido se está obteniendo una ganancia de 0,1172 pesos, teniendo que el periodo donde se recupera la inversión inicial del proyecto es el segundo; lo que lleva a darle la viabilidad financieramente hablando a la iniciativa.

lo anterior se aprecia de forma detallada en la tabla 17, y lleva a darle la viabilidad financieramente hablando a la iniciativa.

Tabla 17 Evaluación Financiera

1	VALOR PRESENTE NETO (VPN)	\$ 233.589.011
	TIO	18,30%
	VPN PREVIO (SIN PERIODO CERO)	\$ 328.788.808,85

2	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	92,03%
----------	--------------------------------------	---------------

3	RELACIÓN BENEFICIO COSTO (RBC)	1,1172
	TIO	18,30%
	VPN INGRESOS	\$ 2.568.206.396
	VPN INGRESOS PREVIO (SIN PERIODO CERO)	\$ 2.568.206.396
	VPN EGRESOS	\$ 2.298.796.682



VPN EGRESOS PREVIO (SIN PERIODO CERO)	\$ 2.095.712.027
---------------------------------------	------------------

4	PERIODO DE RECUPERACION DE LA INV. (PRI)	PERIODO 2	
	VARIABLES	VALOR	DIFERENCIA
	INVERSIÓN INICIAL	\$ 203.084.655	
	BENEFICIO NETO 1	\$ 87.326.214	\$ (115.758.441)
	BENEFICIO NETO 2	\$ 85.474.020	\$ (30.284.422)
	BENEFICIO NETO 3	\$ 82.718.526	\$ 52.434.105
	BENEFICIO NETO 4	\$ 74.029.400	\$ 126.463.505
	BENEFICIO NETO 5	\$ 245.914.312	

Tomado de (Elaboración propia, 2021)

8.4.1 Análisis de sensibilidad

Basado en que todo proyecto tiende a ser sensible en algún aspecto que incida sobre su rentabilidad, en el caso de este, al ser un proyecto con ingresos completamente en divisas, está en una constante incertidumbre respecto de las fluctuaciones del tipo de cambio.

Considerando este aspecto se aclara que este proyecto ha manejado una TRM hipotética de \$1.800 por dólar en el calculo de los diferentes presupuestos.

A partir de esto, este análisis de sensibilidad se enfocará en analizar 2 escenarios alternativos considerando un TRM de \$1.500 y una TRM de \$3.600, alcanzando los siguientes resultados:



Tabla 18 Análisis de sensibilidad

Análisis	Escenario 1 TRM	Escenario 2 TRM	Escenario 3 TRM
Sensibilidad	\$1.800	\$1.500	\$3.600
VPN	\$ 233.589.011	\$ 157.181.510	\$ 2.174.621.736
TIR	92,03%	66,78%	729,88%
RBC	1,1172	1,0609	2,5483
PRI	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 1

Tomado de (Elaboración propia, 2021)

Respecto a los resultados de la tabla 18 tenemos que bajo el escenario 3, la rentabilidad supera la esperada en comparación con lo analizado bajo el desarrollo del documento, en cuanto al escenario 2, es el menos conveniente para la iniciativa sin embargo esta sigue siendo viable desde la perspectiva financiera. Obteniendo así distintas posibilidades según comportamiento del mercado de divisas.



9. CONCLUSIONES Y LOGROS

Tras el desarrollo y la formulación de este estudio de factibilidad se han obtenido una serie de conclusiones interesantes desde el punto de vista del mercado, de operaciones y del proceso financiero.

Desde el punto de vista del mercado se ha podido identificar que existe una oferta que está abierta, en un mercado que es de tipo perfecto donde los precios de este segmento prevén un crecimiento considerable a través de los años, lo que se traduce como una buena oportunidad para invertir en este mercado.

En este sentido, se estableció para el desarrollo del proyecto un canal de tipo indirecto largo para la distribución de 1% del mercado español, que representa un aporte de alrededor de 170,000 litros de del Mix Verde.

Considerando ahora el aspecto técnico/operativo se pudo establecer las materias primas a utilizar en el proceso de producción, se determinó el número en cantidades y precios, los materiales y los activos que se tendrán que invertir para cubrir ese porcentaje del 1% ya previamente establecido,

Así mismo, se determinó una ruta de procesos que detalla lo que conlleva realizar el Mix verde, estableciendo así el capital humano en dicho proceso, así como una macro y micro localización del proyecto, siendo esta la ciudad de Santa Marta, en el sector industrial de la ciudad.

Finalmente, desde el punto de vista financiero se ha establecido las inversiones en activos fijos, intangibles y de capital de Trabajo, siendo estas una inversión de \$215.769.715, así como las fuentes de financiación para cubrir los mismos serán en un 50%



recursos propios (\$ 107.884.858) y el 50% restante a través de una entidad financiera (\$107.884.858) Un presupuesto de costos y gastos que para el periodo 1 es decir el año 2022 es de \$ 657.398.794 esto respaldado por unos ingresos operacionales con una rentabilidad del 2 0% para el periodo en mención de \$ 808.482.493 con la finalidad de tener el foco en que el proyecto sea sustentable en el tiempo.

A partir de la anterior descripción sería válido pensar entonces que es factible desarrollar este proceso de exportación dadas las condiciones resultantes del mercado, la parte técnica y financiera del proyecto, logrando así el cumplimiento del objetivo general planteado.



BIBLIOGRAFÍA CITADA

- AIJN, E. F. (2019). *Liquid Fruit Market Report*. Recuperado de <https://aijn.eu/en/publications/market-reports-1/20199>.
- Alcaldía de Santa Marta. (2020). POT Santa Marta anexo Dimensión Productiva. Recuperado de: <https://www.santamarta.gov.co/plan-de-ordenamiento-territorial>
- Alimentos, R. d. (2015). *Revista de Alimentos* .Recuperado de: <https://www.revistaalimentos.com/ediciones/edicion-9/tendencia-natural-para-jugos-y-nectares/>
- Banco de la República, . (2021). *Comportamiento del mercado del dólar durante el día* . Recuperado de: <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/comportamiento-del-mercado-del-dolar-durante-el-dia-informacion-tiempo-real>
- Banrep. (2021). Índice de precios al consumidor (IPC).Recuperado de: <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/indice-precios-consumidor-ipc>
- Bog, B. (2021). *Bazaar Bog* . Recuperadp de : <https://www.bazaarbog.com/bebidas/6134-batido-verde-fit-kit-semanal.html>
- CNA. (2014). Censo Nacional Agropecuario 2014. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/agropecuario/censo-nacional-agropecuario-2014>



- Cruz, J. V. (04 de 2019). *Red Agrícola* . Recuperado de:
<https://www.redagricola.com/pe/buenas-perspectivas-del-mercado-global-de-alimentos-y-bebidas-naturales/>
- DIAN. (2021). MUISCA. Recuperado de:
<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>
- Duque, G. (2015). Colombia, segundo país que más consume jugos naturales. *Portafolio*.
Reuperdado de: <https://www.portafolio.co/tendencias/colombia-segundo-pais-consume-jugos-naturales-66248>
- EUROMONITOR. (09 de 2018). *EUROMONITOR* . Recuperado de:
<https://www.euromonitor.com/juice-in-latin-america/report>
- FEN. (2017). *Datos actuales sobre el consumo de zumos de frutas en España y sus propiedades nutricionales*. 27.
- Gobernación del Magdalena, (15-07 de 2019). *Plan Departamental de Extensión Agropecuaria del Magdalena*. Recuperado de:
<https://www.adr.gov.co/servicios/atr/PDEA/PDEA-%20Magdalena%202020-2023.pdf>.
- Investincolombia. (2020). FRUTAS Y VERDURAS. Recuperado de:
<https://investincolombia.com.co/es/sectores/agroindustria-y-produccion-de-alimentos/frutas-y-verduras>



La República. (06 de 03 de 2015). *Orgánicos, frescos y saludables, son la nueva tendencia en alimentación*. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/consumo/organicos-frescos-y-saludables-son-la-nueva-tendencia-en-alimentacion-2228396>

Retail, F. (17 de 10 de 2019). *España, quinto país de Europa que consume más zumos*. Recuperado de: https://www.foodretail.es/trendrinks/espana-consumo-zumos-2018-asozumos_0_1374462550.html

Santander Trade . (2019). *ESPAÑA DISTRIBUIR UN PRODUCTO* . Recuperado: <https://santandertrade.com/en/portal/analyse-markets/spain/distributing-a-product>

Statista. (2020). *Cuota de mercado de la industria del zumo en España en 2019, por canal de distribución*. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/556800/cuota-de-mercado-en-la-comercializacion-de-zumo-en-espana/> .

Statista. (2020). *Jugos España*. Recuperado de: <https://www.statista.com/outlook/cmo/non-alcoholic-drinks/juices/spain?currency=eur>.

Statista. (06 de 2020). *Marcas líderes de zumos y batidos de frutas / verduras listos para beber clasificados por número de usuarios en España de 2014 a 2019*. Recuperado de: <https://www.statista.com/statistics/446417/leading-brands-of-fruit-vegetable-juice-and-smoothies-in-spain/>

TARIC. (2021). *FISCALIDAD Y UNIÓN ADUANERA*. Re cuperado de: https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/measures.jsp?Lang=es&SimDate=20210424&Area=CO&MeasType=&StartPub=&EndPub=&MeasText=&GoodsTex



t=&op=&Taric=200990&search_text=goods&textSearch=&LangDescr=es&Order
Num=&Regulation=&measStartDat=&measEndDat=

TradeMap. (2019). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las
empresas.* Recuperado de:

<https://www.trademap.org/Bilateral.aspx?nvpm=3%7c170%7c%7c724%7c%7c2009%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1>

Treid. (03 de 12 de 2019). *Exportaciones de jugos de frutas en Colombia.* Recuperao de:
<https://www.treid.co/post/exportaciones-de-jugos-de-frutas-en-colombia>

ANEXOS

Anexo 1: Inversión Materias Primas y Materiales

Tamaño del proyecto por año en Und.de 125gr					\$ 1.360.000,00	\$ 1.360.000,00	\$ 1.360.000,00	\$ 1.360.000,00	\$ 1.360.000,00
Item	Cantidad Gr	Cant. Total	Precio	Valor Total (2021)	2022	2023	2024	2025	2026
Materia Prima									
Apio	30,00	40.800,00	\$ 1.594,00	\$ 65.035.200,00	\$ 66.082.266,72	\$ 67.146.191,21	\$ 68.227.244,89	\$ 69.325.703,54	\$ 70.441.847,00
Pepino	30,00	40.800,00	\$ 1.248,00	\$ 50.918.400,00	\$ 51.738.186,24	\$ 52.571.171,04	\$ 53.417.566,89	\$ 54.277.589,72	\$ 55.151.458,00
Piña	55,00	74.800,00	\$ 1.666,00	\$ 124.616.800,00	\$ 126.623.130,48	\$ 128.661.762,88	\$ 130.733.217,26	\$ 132.838.022,06	\$ 134.976.710,00
Jengibre	5,00	6.800,00	\$ 7.000,00	\$ 47.600.000,00	\$ 48.366.360,00	\$ 49.145.058,40	\$ 49.936.293,84	\$ 50.740.268,17	\$ 51.557.186,00
Hierbabuena	5,00	6.800,00	\$ 7.440,00	\$ 50.592.000,00	\$ 51.406.531,20	\$ 52.234.176,35	\$ 53.075.146,59	\$ 53.929.656,45	\$ 54.797.923,00
Materiales	Cantidad Und	Cant. Total	Precio	Valor Total 2021	2022	2023	2024	2025	2026
Película de plástico	1	1.360.000,00	\$ 10,66	\$ 14.500.320,00	\$ 14.733.775,15	\$ 14.970.988,93	\$ 15.212.021,85	\$ 15.456.935,41	\$ 15.705.792,00

Tomado de (Elaboración propia, 2021)

Anexo 2: Inversión inicial de activos fijos

TIPO	NOMBRE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	PARÁMETRO DE DEPRECIACIÓN	V/R DEPRECIACIÓN ANUAL
DEPRECIABLES						
MAQUINARIA Y EQUIPO	Exprimidor industrial de prensa en frío	2	\$ 9.166.512,34	\$ 18.333.025	10	\$ 1.833.302
	Máquina automática de envasado	1	\$ 14.926.800,00	\$ 14.926.800	10	\$ 1.492.680
	Tanque de almacenamiento	3	\$ 4.264.800,00	\$ 12.794.400	10	\$ 1.279.440
	Mesa industrial acero	3	\$ 770.000,00	\$ 2.310.000	10	\$ 231.000
	Congeladores de explosión industriales	1	\$ 7.258.902,84	\$ 7.258.903	10	\$ 725.890
INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO				\$ 55.623.128		\$ 5.562.313
MUEBLES Y ENSERES	Muebles oficina	5	\$ 1.000.000	\$ 5.000.000	10	\$ 500.000
INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES				\$ 5.000.000		\$ 500.000
EQUIPO DE COMPUTO	Impresora Multifuncional	1	\$ 1.709.000	\$ 1.709.000	5	\$ 341.800
	Computadores	3	\$ 3.000.000	\$ 9.000.000	5	\$ 1.800.000
INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTO				\$ 10.709.000		\$ 2.141.800
TOTAL ACTIVOS DEPRECIABLES				\$ 71.332.128		\$ 8.204.113
TOTAL ACTIVOS FIJOS				\$ 71.332.128		\$ 8.204.113

Tomado de (Elaboración propia, 2021)