

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DE HELICONIAS PARA LA
REGIÓN RISARALDA**

MANUEL ALEJANDRO RAMIREZ CRUZ

FRANCISCO JAVIER MESA MONTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

PEREIRA

2014

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DE HELICONIAS PARA LA
REGIÓN RISARALDA**

**MANUEL ALEJANDRO RAMIREZ CRUZ
FRANCISCO JAVIER MESA MONTES**

**Profesor:
Ingeniero Tito Duarte**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
PEREIRA**

2014

CONTENIDO

RESUMEN	7
ABSTRACT	8
INTRODUCCIÓN	9
1. MARCO GENERAL Y METODOLÓGICO	10
1.1 Identificación	10
1.2 Objetivos	10
1.2.1 Objetivo General	10
1.2.2 Objetivos Específicos	10
1.3 Justificación.....	11
1.4 Antecedentes	11
1.5 Limitaciones	12
1.6 Marco De Referencia	13
1.6.1 Formulación del Problema.....	13
1.6.2 Planteamiento Del Problema.....	14
1.7 Marco Metodológico	15
1.7.1 Tipo De Investigación	15
1.7.2 Método	16
1.7.3 Fuentes De Investigación	16
1.7.4 Técnicas En La Recolección De La Información	16
1.7.5 Procesamiento De Datos.....	17
1.8 Generalidades De Área	17
1.9 Marco Legal Y Jurídico.....	17
2. ESTUDIOS DE MERCADOS Y COMERCIALIZACIÓN.....	18
2.1 Identificación Del Producto.....	18
2.1.1 Descripción.....	18
2.1.2 Tipología Del Producto	19
2.2 Objetivos	23
2.3 Estudio De Área De Influencia	24
2.3.1 Área De Influencia - Proveedores	24
2.3.2 Área De Influencia – Oferta	25
2.3.3 Área De Influencia - Demanda	26
2.4 Metodología Del Estudio De Mercado	28
2.4.1 Recolección De La Información.....	28
2.4.2 Análisis Y Procesamiento De La Información.....	31

2.4.3 Preferencias De Los Estadunidenses Al Momento De Compra De Heliconias.....	35
2.4.4 Conclusiones sobre la percepción de la oferta y la demanda de heliconias en el mercado.....	38
2.5 Disponibilidad De Las Heliconias	39
2.6 Estudio De La Demanda	40
2.6.1 Unidades Importadas Por Estados Unidos.....	41
2.6.2 Total De Importaciones De Las 3 Variedades De Heliconias	41
2.6.3 Proyección De La Demanda De Las 3 Variedades De Heliconias En Estados Unidos	42
2.7 Estudio De La Oferta.....	44
2.7.1 Oferta De Las 3 Variedades De Heliconias En El Mercado Estadounidense.....	44
2.7.2 Calculo De La Oferta Mediante Encuestas Realizadas A Productores.....	45
2.7.2.1 Proyecciones De La Oferta	45
2.8 Determinación De La Demanda Potencial.....	47
2.8.1 Metas De La Empresa.....	48
2.9 Estudio De La Comercialización Internacional	48
2.9.1 Diseño Estrategia De La Comercialización Internacional.....	50
2.10 Fijación De Precio	54
2.11 Programa De Ventas.....	55
2.12 Participación Del Mercado.....	56
3. ESTUDIO DE TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN	58
3.1 Estudio De Tamaño.....	58
3.1.1 Objetivos Del Estudio Del Tamaño.....	58
3.1.2 Pasos Para Encontrar El Tamaño	59
3.1.2.1 Identificación De Las Alternativas	59
3.1.2.2 Identificación Y Descripción De Los Factores Condicionales.....	59
3.1.2.3 Método A Utilizar Para Encontrar El Tamaño Óptimo	60
3.1.2.4 Selecciones Del Tamaño Óptimo	61
3.2 Estudio De Localización	61
3.2.1 Objetivo Del Estudio De La Localización.....	61
3.2.2 Orientación De La Localización.....	61
3.2.3 Niveles De La Localización	62
3.2.3.1 Niveles De Macro Localización	62
3.2.3.2 Nivel De Micro Localización	63
3.2.3.4 Identificación De Las Fuerzas De Localización	64

3.2.3.5 Método De Ponderación De Factores.	65
3.2.3.6 Elementos De La Localización Óptima.....	65
4. ESTUDIO DE INGENIERÍA	66
4.1 Estudio Del Servicio	66
4.1.1 Análisis Del Servicio.....	66
4.2 Diseño Y Descripción Del Proceso De Prestación Del Servicio.	67
4.3 Estudio De La Materia Prima.....	68
4.4 Estudio De Maquinaria Y Equipos.....	69
4.5 Estudio De La Mano De Obra	70
4.5.1 Tipo De Operarios	70
4.5.2 Especificación Para El Proceso De Contratación.....	70
4.6 Estudio De La Bodega.....	73
4.7 Selección De La Bodega.....	74
4.7.1 Estudio De La Planta Física.	75
4.8 Cronograma De Inversión	77
5. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO.....	78
5.1 Tipo De Empresa	78
5.1.1 Misión.....	78
5.1.2 Visión.....	78
5.1.3 Principios.....	78
5.1.4 Valores	78
5.2 Estructura Organizacional	79
5.3 Aspectos Legales	80
5.3.1 Justificación De La Política.....	82
5.3.2 Importancia Y Dificultades.....	83
5.3.2.1 Importancia De La Comercializadora Internacional.....	83
5.3.2.2 Dificultades.....	84
5.4 Régimen Sancionatorio	84
5.6 Matriz Dofa	86
5.7 Costo Administrativo	87
5.8 Manuales.....	90
5.8.1 Manual De Procesos Y Procedimientos	90
5.8.2 Manual De Funciones.....	104
6. ESTUDIO DE INVERSION Y FINANCIAMIENTO	119
6.1 Estudio De Inversiones.....	119
6.1.1 Clases de Inversiones	120

6.1.2 Descripción del tipo de inversiones	121
6.2 Financiamiento	123
6.2.1 Fuentes de Recursos	123
6.3 Presupuesto De La Inversión	124
6.4 Programa De Inversiones.....	125
7. PRESUPUESTOS DE INGRESOS Y COSTOS	127
7.1 Presupuesto De Ingresos Y Costos	127
7.1.1 Depreciación de Activos Fijos	127
7.1.2 Método de Depreciación en línea recta	128
7.2 Presupuesto De Ingresos Y Costos	129
7.3 flujo Neto De Operación	130
8. EVALUACION.....	131
8.1 Evaluación Financiera	131
8.1.1 Metodología de la evaluación financiera	132
8.1.2 Criterios de Evaluación.....	133
8.2 Evaluación Económica – Social	140
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	141
9.1 Conclusiones.....	141
9.2. Recomendaciones.....	141
ANEXOS.....	142
BIBLIOGRAFIA.....	146

RESUMEN

En este proyecto se encuentra elaborado un Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Comercializadora Internacional De Heliconias Para La Región Risaralda, sustentado en un estudio de mercado hecho a profundidad sobre el estado del mercado de heliconias producidas en la región, aprovechando las bondades que la región ofrece en cuanto a clima, suelos entre otros recursos naturales que permiten obtener heliconias las cuales cumplan con los altos estándares de calidad y poder ser comercializadas en el mercado estadounidense, convirtiendo a Risaralda Heliconias en una empresa tanto financiera como económicamente sostenible que brinde garantías y mejores oportunidades a los productores de Heliconias.

ABSTRACT

This project elaborates the development of a “Feasibility Study for Creating an International Trading Company of Heliconias for the Risaralda Region.” This was based on a in depth study centered on the market state of heliconas produced in the region, taking advantage of the region’s benefits in terms of; climate, soil, and other natural resources that enable the achievement of high quality heliconias, which fulfill the standards needed to be sold on the american market. As a result, making the Risalda’s Heliconia an economically sustainable financial company that guarantees stability and opportunities for the heliconia producers.

INTRODUCCIÓN

El proyecto presenta la factibilidad de crear una comercializadora de Heliconias en la ciudad de Pereira, en donde se van a comercializar tres diferentes especies de Heliconias las cuales satisfacen las altas exigencias de los clientes en el mercado estadounidense.

Actualmente la región a pesar de ser productora de Heliconias no cuenta con una empresa comercializadora internacional establecida formalmente, lo que lleva a que estas sean solo comercializadas dentro del país o la región perdiendo oportunidades de expansión.

El trabajo incluye la elaboración de estudios en los diferentes factores que influyen en la implementación y posterior desarrollo del proyecto Risaralda Heliconias, investigando tanto el mercado de los Estados Unidos y su comportamiento, como las condiciones técnicas, administrativas, financieras y de ingeniería necesarias para llevar a cabo el proyecto de la manera idónea conforme a las demandas y exigencias que presenta este mercado.

Finalmente se evalúa el comportamiento económico y financiero que tendrá la comercialización de Heliconias en su periodo pre operativo y durante los primeros cinco años de funcionamiento, alcanzando así para efectos de análisis, un periodo de liquidación. Para tal evaluación se desarrollan los flujos de caja y análisis de sensibilidad considerados dentro de todo proyecto que evalúe la creación de una nueva unidad de negocio.

1. MARCO GENERAL Y METODOLÓGICO

1.1 Identificación

“Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Comercializadora Internacional De Heliconias Para La Región Risaralda”.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Comercializar en el mercado estadounidense heliconias en cajas x 12 unidades.

1.2.2 Objetivos Específicos

- ✓ Identificar las falencias del sector floricultor en Risaralda para encontrar las mejores oportunidades y poder ser más competitivos en mercados internacionales.
- ✓ Generar ingresos por medio de la comercialización de heliconias de alta calidad en el mercado estadounidense.
- ✓ Vincular a la mayor cantidad de productores de Heliconias en el proceso de comercialización y adoptar así un proyecto de responsabilidad social, que fomente crecimiento en la región y disminuya en cierta medida los índices de una problemática social como lo es el desempleo.

1.3 Justificación

Como se ha venido conociendo, la población mundial viene en crecimiento y con esto la demanda de nuevos mercados de diferentes sectores, ahora aprovechando las bondades que ofrece la región, el proyecto se centra en el sector floricultor en Risaralda, ya que la región permite tener fácil acceso a los recursos naturales pudiendo fácilmente hacer frente y competir con calidad con otros productores como Holanda el cual es el principal exportador de heliconias en el mercado estadounidense que a pesar de no poseer un clima o una tierra fértil que les favorezca para la producción de heliconias como si la posee la región de Risaralda, se encuentran como los principales productores de flores del mundo quitándole cada vez más participación a Colombia.

Son estos y muchos aspectos más, los que convierten al sector como una actividad económica bastante promisorio sin embargo para que esto suceda se debe responder en forma amplia día tras día a las exigencias que se van presentando en aspectos como calidad, rentabilidad y productividad en todos los factores que integran el sector floricultor.

Esto con el fin de aprovechar al máximo toda la geografía y tratados firmados con los Estados Unidos que permite tener una gran ventaja con respecto a otros países.

1.4 Antecedentes

El origen de la industria de flores en Colombia “se remonta a la primera mitad de la década de los 60, cuando un señor de nombre Edgar Wells, aficionado al cultivo de las flores emprendió su viaje hacia los Estados Unidos con el fin de aprender las últimas técnicas del cultivo. Al regresar a Colombia formó una pequeña empresa para abastecer parte del mercado local. Pero entre sus objetivos estaba exportar a los Estados Unidos.

Después de varios intentos de adaptar las técnicas aprendidas, Wells logró convencer a mayoristas norteamericanos de comprar un embarque de flores y así, el 18 de octubre de 1965, salió un avión con su primer cargamento”¹.

Durante este mismo año, se realizaron dos estudios en donde se exponían las excelentes condiciones meteorológicas y climatológicas de algunas zonas de Colombia y de algunos otros países, para el cultivo y producción de flores; uno realizado por David Cheever, un estudiante de la Universidad de California, y el otro por algunos investigadores de la Universidad de Chicago.

¹ Periódico el Tiempo. Floricultura Colombiana: Economías De Aglomeración. Extraído el 14 Noviembre 2013 [VERSIÓN ELECTRONICA] <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-771171>

Se encontraron en las regiones montañosas condiciones adecuadas que permitieron la implementación de los cultivos, sin inconvenientes. Entre esas ventajas estaban los costos reducidos de producción (ofrece la posibilidad de contratar mano de obra barata) y el clima, que facilitaron la adecuación de la infraestructura para la consecución de cultivos de calidad que permitieran competir en los principales mercados internacionales.

Colombia cuenta con una gran riqueza en climas, temperaturas, suelos, humedad y luminosidad.

Está en capacidad de producir flores de alta calidad durante todo el año, a diferencia de los productores norteamericanos que se ven limitados por la presencia de estaciones. “La primera exportación comercial, hecha en 1965, alcanzó un valor de US\$20.000. En 1969 ya existían 50 firmas exportadoras y en 1974 subió a 63 empresas. En 1975, Colombia exportó flores a los mercados internacionales por un valor de US\$20 millones. En 1985 esta cifra se colocó en los US\$140 millones, en 1995 logró los US\$475.7 millones y en 1999 sumó US\$550.4 millones”².

La industria de flores colombianas se caracteriza por su constante lucha por la conquista y permanencia en los mercados mundiales lo cual la ha llevado a librar duras batallas contra barreras para-arancelarias, el dumping, fitosanitarias y otras de variada índole.

En 1998, la industria colombiana de flores estaba compuesta por unas 450 empresas.

El sector floricultor de la pequeña y mediana empresa en el país cuenta con el respaldo del ministerio de comercio, industria y turismo quien se ha preocupado por crear un nuevo modelo de comercialización, esta iniciativa está encaminada a fortalecer las exportaciones de los floricultores en la región antioqueña a través de una comercializadora internacional además de ofrecer todo el apoyo el ministerio a través del Fomipyme en lo relacionado a la estructura del proyecto, Proexport en lo referente a la promoción y Bancoldex en lo referente a la financiación, con esto se demuestra el interés del gobierno por respaldar la actividad empresarial de sectores como el floricultor no solo de esta región sino en general de cualquier lugar del país.

1.5 Limitaciones

- ♣ La capacitación del personal sobre el mercado de Heliconias requiere de costosas inversiones en tecnología y publicidad, que limitara las inversiones de la empresa en su inicio.

² Periódico el Tiempo. Floricultura Colombiana: Economías De Aglomeración. Extraído el 14 Noviembre 2013 [VERSIÓN ELECTRONICA] <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-771171>

- ♣ Pequeño Portafolio de productos en comparación con otras compañías del sector con más trayectoria y experiencia.
- ♣ Depender de varios proveedores, generando problemas logísticos.

1.6 Marco De Referencia

1.6.1 Formulación del Problema

Situación Diagnostica

Es indudable que desde que apareció la globalización se ha agravado la competencia entre productores y vendedores, porque algunos países cuentan con mayor capacidad productiva tecnológica e intelectual que les permiten abaratar sus costos respecto a otros países. Problemática la cual han tenido que afrontar los productores de flores de Risaralda, esto se debe a la carencia de conocimiento de la rentabilidad y demanda de estos productos en mercados mundiales ya que la floricultura es la segunda actividad agrícola del país después del café.

“Las exportaciones de flores en Colombia contribuyen al PIB agropecuario con el 4%”³. De las fortalezas que posee esta región se encuentran una topografía diversa y rica en recursos naturales, un clima que es perfecto para el cultivo de las flores además Colombia cuenta con un tratado de libre comercio con Estados Unidos (TLC) el cual brinda muchas garantías a los exportadores y como si fuera poco también posee un Programa de liberación arancelaria, con el cual las flores colombianas ingresan a ese mercado sin gravámenes en la importación.

Como consecuencia de todos estos factores, se forma la problemática que enmarca hoy a la región de Risaralda. Sin embargo las posibles ayudas de los gobiernos regionales para fomentar e impulsar los productores no han sido veraces, de lograr un fortalecimiento direccionado a los productores, esto generará como consecuencia la reactivación de la economía regional que se podrá ver evidenciado en un aumento significativo de exportaciones y el flujo de divisas entrantes por la comercialización en este sector, lo que ocasionaría un aumento significativo en el PIB Regional.

La exportación de flores es una de las actividades principales por la cuales se capta dinero de diferentes mercados objetivos. Por otra parte en los últimos años esta práctica ha tenido un aumento significativo “entre los años 2010 y 2011 en un 2,3% en el mercado de los Estados Unidos el cual es el mercado objetivo más importante, teniendo cifras de importación alrededor de US \$1.1

³ SENA SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE. CARACTERIZACIÓN OCUPACIONAL DEL SECTOR DE LA FLORICULTURA. En: ENTORNO ECONÓMICO. [en línea]. noviembre (2006); p.6. disponible en <<http://observatorio.sena.edu.co/mesas/01/FLORICULTURA.pdf>>

millones de flores frescas y follaje, con una participación del mercado del 60,7% del total de importaciones equivalente a US \$ 700 millones mientras que Ecuador ocupa el segundo puesto con una participación del 16,2 % en mercado Estadunidense⁴.

Pero todo no son buenas noticias, la concentración en el mercado de Estados Unidos ha debilitado las relaciones con otros clientes potenciales en Europa, lugar donde Colombia ha sido desplazados por otros productores como Holanda, el cual es el primer exportador de flores del mundo, y amenazados por unos nuevos productores como es el caso de China el cual posee todas las fortalezas competitivas y productivas para afectar los mercados de América Latina.

Cabe concluir que con la creación de la CI se pretende agrupar y fortalecer el sector floricultor con la inclusión de nuevos productores (micro, pequeños y grandes) permitirá alcanzar nuevos mercados, es decir aumentar el flujo de divisas entrantes ocasionando ser más competitivos frente a los demás productores como China, Holanda y Ecuador entre otros, finalmente esto generará una mayor tasa de ocupación en la región, situación que no ha sido muy favorable en los últimos años para este sector.

1.6.2 Planteamiento Del Problema

La información encontrada con relación al sector floricultor en Risaralda permite descubrir uno de los problemas que está enfrentando la región. En los últimos años se han incrementado más el número de productores dedicados a este sector como lo es el caso de Holanda, china, México entre otros países. Es bien sabido que Colombia es el país número uno en exportar flores a Estados Unidos con un “porcentaje de participación del 60,7% y un segundo puesto está ocupado por Ecuador con un 16,2 %”⁵, pero en los últimos años ha perdido participación en el mercado por nuevos productores como china y México. Tal situación obedece a factores como la falta de conocimiento de la rentabilidad y las fortalezas competitivas naturales que posee la región.

Todas estas circunstancias de no ser corregidas podrían ocasionar la disminución de la participación en este mercado de Estados Unidos, lo que ocasionaría una disminución de las divisas entrantes a el país por parte de la comercialización en mercados mundiales, “solo para el año del 2011 fueron de

⁴ PROEXPORT. TLC entre Colombia y. Estados Unidos. En: Flores frescas y follajes. [en línea].Fascículo 3 AGROINDUSTRIA junio (2013); p.6. disponible en <www.proexport.com.co/.../TLC%20Colombia%20-%20EE.UU%20-%20Agroindustria%20-%20Fascículo%20-3.pdf>

⁵PROEXPORT. TLC entre Colombia y. Estados Unidos. En: Flores frescas y follajes. [en línea].Fascículo 3 AGROINDUSTRIA enero (2014); p.6. disponible en <www.proexport.com.co/.../TLC%20Colombia%20-%20EE.UU%20-%20Agroindustria%20-%20Fascículo%20-3.pdf>

US \$1.1 millones de flores frescas y follaje importados por Estados Unidos”⁶, de perder participación en este mercado provocaría una disminución de la rentabilidad para los productores generando ser menos competitivos en los costos de producción, situación que provocaría ser desplazados por nuevos productores como china ya que posee gran capacidad de producción en masa y cuenta con mano de obra muy competitiva todo esto hace que abaraten sus precios en estos productos, escenario similar a la vida con la producción de café en la región. De suceder lo mismo en este sector aumentaría los índices de desempleo significativamente seguido de una desaceleración la economía regional disminuyendo el PIB y aumentando el desempleo.

Esta situación hace necesario realizar un estudio de factibilidad en la creación de una comercializadora internacional (CI) la cual permita concientizar a los productores de la rentabilidad que les podría generar vender sus productos en mercados mundiales, por ultimo cabe resaltar que con cada hectárea producida en la región se irán a producir 2,5 empleos directo lo que generaría una disminución del desempleo, permitiendo que la gente del campo no tenga que mudarse a la ciudad para poder encontrar un empleo el cual le permita un nivel de vida mejor.

1.7 Marco Metodológico

1.7.1 Tipo De Investigación

Para la realización de este trabajo, se tuvo como objetivo describir la situación actual que están viviendo los productores de flores en Risaralda, esta investigación es de tipo descriptiva, porque acude a técnicas específicas en la recolección de información, ya que se utilizaron documentos escritos e investigaciones, con relación de los productores de flores en la región de Risaralda. También se hace necesario de entrevistas y cuestionarios para conocer la opinión de las personas que están dedicadas a este sector.

Según el libro de Carlos Eduardo Méndez nos dice, “el estudio descriptivo nos ayuda a identificar, describir y comprobar la posible asociación de variables de investigación”⁷, como lo es la relación entre los precios de ventas y el consumo de las flores en diferentes mercados. El estudio descriptivo identifica características del universo de investigación, señala las formas y conductas y actitudes del universo investigado.

⁶PROEXPORT. TLC entre Colombia y. Estados Unidos. En: Flores frescas y follajes. [en línea].Fascículo 3 AGROINDUSTRIA junio (2013); p.6. disponible en <www.proexport.com.co/.../TLC%20Colombia%20-%20EE.UU%20-%20Agroindustria%20-%20Fascículo%20-3.pdf>

⁷ Méndez Álvarez, Calos Eduardo. Metodología: estudio descriptivo. Tercera edición. Bogotá: Lily Solano Arévalo, 2003. 136p

1.7.2 Método

El método de investigación a utilizar es el método inductivo, ya que esto conlleva a un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación de los floricultores en la región de Risaralda, tomando como referencia las premisas que han sido recolectadas mediante entrevistas con grupos de floricultores en la región, noticias en relación a este sector. Toda la transformación de esta información captada del entorno objetivo, nos permite llegar a unas conclusiones a partir de verdades particulares se concluyen verdades generales.

1.7.3 Fuentes De Investigación

Para las técnicas de recopilación de información, se utilizaron las fuentes de datos primarias y secundarias:

Información primarias: “la información oral o escrita que se recopilada directamente por el investigador a través de relatos o escritos transmitidos por los participantes en un suceso o acontecimiento” (Carlos Eduardo Méndez, metodología, p152), en este caso se necesitaría de realizar encuestas a los productores de heliconias en Risaralda.

Información secundarias: “información escrita que ha sido recopilada y transcrita por personas que han recibido tal información a través de otras fuentes escritas o por un participante de un suceso o acontecimiento”. Carlos Eduardo Méndez, metodología, p152), se necesitaría información referente a bases de datos del DANE, Asocolflores Pereira, Proexport Colombia, información documentada cámara de comercio de Pereira, gobernación de Risaralda entre otros.

1.7.4 Técnicas En La Recolección De La Información

El método para la recolección de información a utilizar es la encuesta ya que se cuenta con una cantidad significativa de 180 productores los cuales están dispersos por todo el departamento de Risaralda.

1.7.5 Procesamiento De Datos

Para el procesamiento de los datos, se hará de la siguiente forma:

1. Se procesara la información primaria mediante gráficos de pastel y diagramas el cual permita ver los porcentajes y con ellos se podrán generar conclusiones para la información primaria.
2. se procede a organizar toda la información secundaria encontrada en cuanto al sector floricultor en Risaralda, para realizar conclusiones de esta información las cuales nos den un panorama más claro de la situación actual de este sector.
3. Para el último paso se procede a hacer un cruce de las variables de la información primaria con la secundaria para obtener unas conclusiones generales las cuales me permitan tener una visión de lo que los productores piensan, y lo que el entorno me muestra.

1.8 Generalidades De Área

Pereira, capital del departamento de Risaralda, está ubicada en el Eje Cafetero, en el centro de la región occidental del territorio colombiano, en un pequeño valle formado por la terminación de un contra fuerte que se desprende de la cordillera central. Su estratégica localización central dentro de la región cafetera, lo ubica en el panorama económico nacional e internacional, estando unido vialmente con los tres centros urbanos más importantes del territorio nacional y con los medios tanto marítimos como aéreos de comunicación internacionales.

En los últimos años, la ciudad ha logrado una identidad urbana y un crecimiento significativo en su nivel cultural; la integración social y el nivel de educación más alto y generalizado le están permitiendo a la ciudad un crecimiento sostenido, no sólo económico, sino también cultural. Pereira conforma junto con los municipios de La Virginia y Dosquebradas el Área Metropolitana del departamento de Risaralda.

1.9 Marco Legal Y Jurídico

Artículo 38-30. Requisitos para obtener la autorización de las Sociedades de Comercialización Internacional. Las personas jurídicas domiciliadas o representadas legalmente en Colombia, que pretendan ser autorizadas como Sociedades de Comercialización Internacional, deberán cumplir y presentar ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales además de lo señalado en el Artículo 76 del Decreto 2685 de 1999 y en la Resolución 00009.

2. ESTUDIOS DE MERCADOS Y COMERCIALIZACIÓN

2.1 Identificación Del Producto

Heliconias de las variedades Musa Coccinia, Heliconia Wagneriana Roja Y Ginger Shampoo O Maracas **en caja de 12 unidades.**

2.1.1 Descripción

Las Heliconias son originarias de América en países tropicales como Colombia, Ecuador, Venezuela, Panamá, Nicaragua, Costa Rica, etc.; están agrupadas en una categoría de flores llamadas botánicamente “Orden Zingiberales”. Se caracterizan por ser flores perennes con un sistema de reproducción vegetativo por rizomas (Tallos Subterráneos). Las Raíces son adventicias y fasciculadas. Tiene un Tronco simple, sin ramificaciones y no desarrolla madera. La **Inflorescencia** es lo que se llama **flor**, surge de la parte superior del seudotallo o puede salir de un vástago (inflorescencia basal como la Maraca). Generalmente es una Bráctea modificada o espata de colores vistosos.

Las especies de flores de Heliconia seleccionadas para el desarrollo del proyecto son las flores Heliconias en sus variedades **Musa Coccinia, Heliconia Wagneriana Roja Y Ginger Shampoo O Maracas.**

Los beneficios y bondades que el producto traerá a los clientes están ligados directamente hacia la solución de necesidades afectivas, elegancia, buen gusto, diseño y demás características que poseen este tipo de bienes suntuosos.



Características:

Los principales atributos de la variedad, son las características físicas propias de las flores como los son su tamaño, sus colores, su durabilidad. Estas flores se caracterizan por su forma exótica, diversa y con alta variación en color lo que las hacen poseer un alto valor para arreglos exóticos y relativamente grandes.

2.1.2 Tipología Del Producto

A continuación se presenta la tipología de las heliconias.

Gráfico N° 1: Clasificación Científica

Clasificación científica	
Reino:	<i>Plantae</i>
División:	<i>Magnoliophyta</i>
Clase:	<i>Liliopsida</i>
Subclase:	<i>Commelinidae</i>
Orden:	<i>Zingiberales</i>
Familia:	<i>Heliconiaceae</i>
Género:	<i>Heliconia</i>

Fuente: Wikipedia

Se cuenta con una clasificación variada en la que se venderán 3 especies de heliconias, Ginger Shampoo o Maracas, Musa Coccinia y Heliconia Wagneriana Roja, que son las que poseen la mayor aceptación en el mercado de Estados Unidos.

La calidad de las flores está dada por la variedad, el manejo del cultivo y condiciones climáticas favorables. Entre las heliconias con mayor productividad se encuentra la variedad wagneriana y las musas, con por lo menos 100 flores producidas al año, mientras que las variedades Nappy, Caribe y Aurea producen aproximadamente 50 flores al año.

A continuación se describe cada una de las especies de flores de Heliconias las cuales se esperan comercializar en Estados Unidos:

ESPECIE 1

GINGER SHAMPOO - MARACAS

Planta	
Nombre	<i>Zingiber spectabile</i>
Habito	Zingiberoide
Altura	2 - 5 mts
Inflorescencia	
Habito	Erecta
Orientación	
Brácteas	Amarillo, naranja, rojo.
Información comercial	
Sombra	15% - 30%
Distancia entre plantas	1.5 mts x 3 mts
Inflorescencias por planta / año	115
Numero de meses entre la siembra y la floración	10
Porcentaje de prendimiento (rizomas)	90%
Peso promedio / rizoma	200 grs
Peso promedio / inflorescencia	350 grs
Días de vida después del corte	12
Numero de brácteas de una inflorescencia comercial	
Precio por rizoma	US \$ 4.95 / Rizoma Comprar !
Habito de crecimiento del tallo	Compacto
Usos potenciales	Flor cortada , protección de fuentes de agua, paisajismo, escencias.
Observaciones	Ginger Shampoo o Maraca son los nombres comerciales de esta maravillosa planta.



Fuente: <http://www.elarishtropicalexotics.com/>

ESPECIE 2

MUSA COCCINIA

Planta	
Nombre	<i>Musa coccinea</i>
Habito	Musoide
Altura	2 - 5 mts
Inflorescencia	
Habito	Erecta
Orientación	
Brácteas	Rojas y verdes
Información comercial	
Sombra	0% - 25%
Distancia entre plantas	1.5 mts x 3 mts
Inflorescencias por planta / año	45
Numero de meses entre la siembra y la floración	10
Porcentaje de prendimiento (rizomas)	90%
Peso promedio / rizoma	250 grs
Peso promedio / inflorescencia	800 grs
Días de vida después del corte	25
Numero de brácteas de una inflorescencia comercial	
Precio por rizoma	US \$ 5.95 / Rizoma Comprar !
Habito de crecimiento del tallo	Compacto
Usos potenciales	Flor cortada , protección de fuentes de agua, paisajismo, planta ornamental.
Observaciones	



Fuente: <http://www.elarishropicalsexotics.com/>

ESPECIE 3

HELICONIA WAGNERIANA ROJA

Planta	
Nombre	<i>Heliconia wagneriana Roja</i>
Habito	Musoides
Altura	3 - 4.5 mts
Inflorescencia	
Habito	Erecta
Orientación	Distica
Brácteas	5 - 10 roja, verde
Información comercial	
Sombra	0% - 10%
Distancia entre plantas	3 mts x 2 mts
Inflorescencias por planta / año	40
Numero de meses entre la siembra y la floración	10
Porcentaje de prendimiento (rizomas)	90%
Peso promedio / rizoma	450 grs
Peso promedio / inflorescencia	800 grs
Días de vida después del corte	15
Numero de brácteas de una inflorescencia comercial	3 - 5 bracteas
Precio por rizoma	US \$ 6.95/ Rizoma Comprar !
Habito de crecimiento del tallo	Compacto
Usos potenciales	Cut flower, protection of streams, Landscaping.
Observaciones	



Fuente: <http://www.elarishropicalsexotics.com/>

Las heliconias anteriormente descritas constituyen el objeto de incursión en el mercado de los Estados Unidos, ya que según estudios previos, estas son las que tienen más demanda, cabe resaltar que como se nota en cada una de las descripciones, el precio varía según la especie, pero para efectos académicos se cree conveniente que el precio y el peso sea un promedio de las tres especies, con lo que el precio por caja de 12 unidades es de 24,60 dólares/caja (\$ 45.510 pesos) con un peso de 7200 gr.

2.2 Objetivos

- Identificar el tipo de flor de heliconia a exportar en el área de influencia.
- Cuantificar la demanda y la oferta.
- Determinar la demanda potencial.
- Establecer las estrategias de comercialización de flores de Heliconias en el mercado de los Estados Unidos.

2.3 Estudio De Área De Influencia

2.3.1 Área De Influencia - Proveedores

El área de influencia está constituida por los “departamentos con mayor producción de Heliconias en Colombia son: Antioquia, Valle del Cauca, Quindío, Risaralda y Cundinamarca”⁸ (Gráfico N° 2). Pero para efectos prácticos, el estudio se centrará solo en la región de Risaralda ya que es una de las zonas donde se cuenta con mejor clima y mejores suelos para incursionar en este sector agrícola, pero que desafortunadamente no cuenta con la adecuada organización para agrupar este sector, es por ellos que se realiza el estudio en esta región principalmente y se propondrá la creación de una comercializadora internacional que pueda fortalecer el sector, aprovechando las bondades que se ofrecen para este cultivo y los requerimientos que existen en el mercado internacional.

Gráfico N° 2 Departamentos productores de Heliconia



Fuente: Instituto Humboldt

⁸ Análisis de Desarrollo empresarial para la producción de heliconias y follajes tropicales en las veredas. Extraído el 14 marzo 2014 [VERSIÓN ELECTRONICA] <http://www.biotrade.org/ResourceNewsAssess>

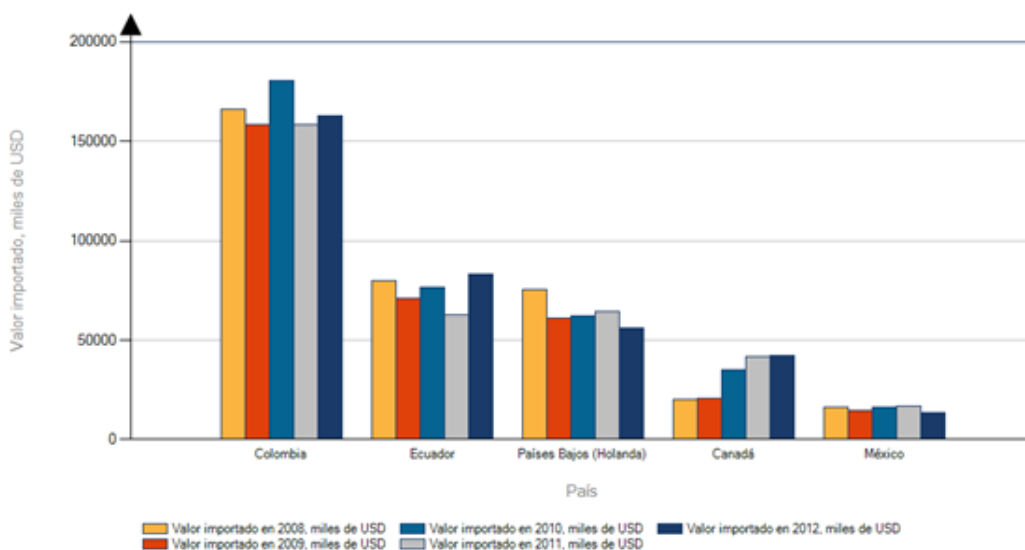
2.3.2 Área De Influencia – Oferta

Desde años atrás, las firmas líderes de dicha actividad han sido la Comercializadora Internacional Sunshine Bouquet, Flores Ipanema Ltda y The Elite Flower S.A.S. Juntas, acaparan 40% del mercado⁹.



La gráfica muestra el volumen de Exportaciones realizadas hacia Estados Unidos en los años comprendidos del 2008 al 2012; la cual muestra la participación de diferentes países en el sector floricultor, siendo Colombia el país que más exportaciones hace a dicho país seguido por Ecuador y Holanda. Además de dominar las exportaciones a este país, se cuenta con un alto nivel de competencia por parte de los demás países, los cuales podrían arrebatar este mercado o verse afectado por distintos aspectos que perjudicarían la comercialización y dificultarían la penetración de este.

Gráfico N° 3 Exportaciones realizadas hacia Estados Unidos



Fuente: DANE

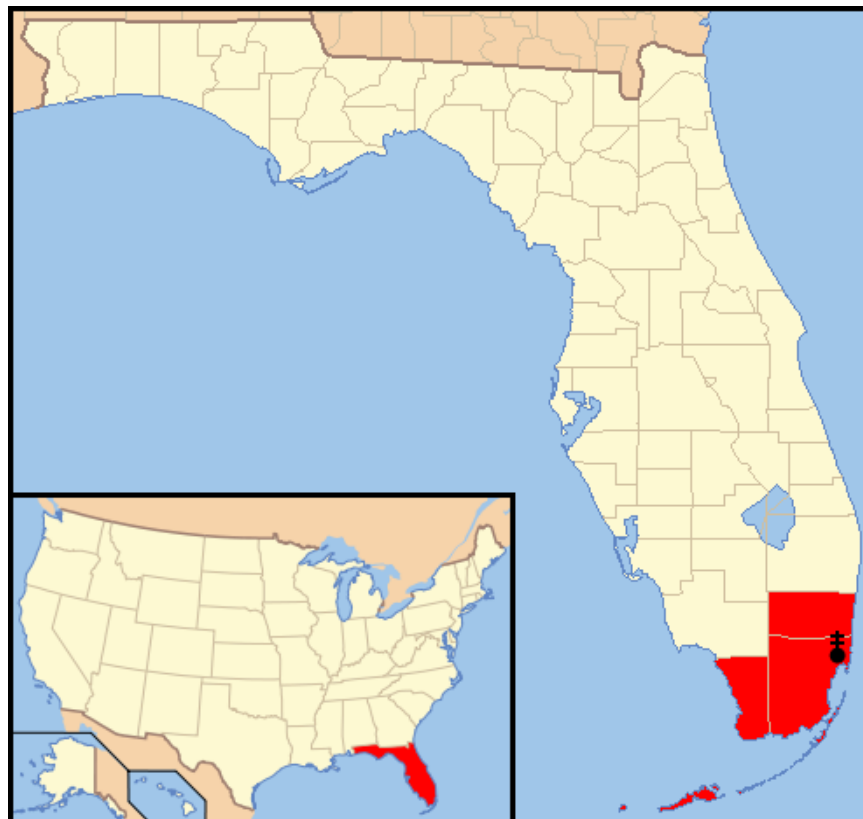
⁹ Principales empresas exportadoras de flores. Extraído marzo 16 [VERSIÓN ELECTRONICA] http://www.larepublica.co/empresas/ipanema-y-comercializadora-sunshine-son-l%C3%ADderes-en-venta-de-flores-para-san-valent%C3%ADn_112241

2.3.3 Área De Influencia - Demanda

Los principales consumidores de estas especies tropicales se encuentran en Estados Unidos forman parte de amplios sectores como centros comerciales, hoteles, arreglos de vitrina, arreglos vistosos para reuniones y eventos. Por lo general las personas que entran a una floristería y deciden comprar una heliconia lo hacen por su vistosidad y colorido y se sienten cautivados por estos atributos. Según un estudio realizado por Proexport se pudo observar que de las 20 floristerías que manejan el mercado de flores tropicales, el 60% de ella se distribuye entre la zona de la playa y Coral y Gables y el 40 % entre el South West, Hialeah y la Zona norte cerca de Aventura, Miami Gardens.

En el Banco de Datos de Comercio Exterior (Bacex) del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se evidencia como Estados Unidos sigue siendo el comprador mayoritario con una participación de 78,2%.

Gráfico N° 4 Principales consumidores de Heliconias



Fuente: Proexport



Fuente: Proexport

En un estudio realizado por Proexport dio como resultado que el 60% de los entrevistados se provee de flores para la venta traídas de países como Colombia, Ecuador, Holanda, Canadá, México, entre otros para floristerías ubicadas en las zonas turísticas y playera de Miami en South Beach y Miami Beach, en este porcentaje se encontraron floristerías que venden arreglos florales a grandes superficies como el Hotel Lowes, Delano, Royal Palm, entre otros.

2.4 Metodología Del Estudio De Mercado

La metodología utilizada en el estudio de mercados se divide en 2 etapas:

2.4.1 Recolección De La Información

La información requerida fue recolectada utilizando fuentes primarias y secundarias; a través de encuestas, entrevistas, observación directa, Internet, revistas y revisión bibliográfica.

Para la recolección de la información primaria se realizó una encuesta para los productores de heliconias en la región de Risaralda, principalmente en, Dosquebradas, Pereira, Marsella y parte de la Virginia, ya que estas zonas son las que presentan mayor productividad en la Región.

Para la determinar el número de encuestas fue necesario extraer una muestra, la cual se obtuvo con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2 (N - 1) + Z^2 \sigma^2}$$

Donde

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño total de la Población (180 Productores)

σ = Desviación estándar de la población el cual se va utilizar es de 0,5

Z= Nivel de confianza con el cual se va a realizar la encuesta 80%(1,28)

e= Limite aceptable de error muestral para este caso va a ser de 10% (0,1)

$$n = \frac{1,28^2 0,5^2 (180)}{0,1^2 (180 - 1) + 1,28^2 0,5^2} = 33 \text{ Personas a encuestar}$$

A continuación se presenta el modelo de encuesta utilizado para obtener información primaria y la lista de las 33 fincas productoras de Heliconias en el departamento de Risaralda:

ENCUESTA PARA LOS PRODUCTORES DE HELICONIAS EN LA REGIÓN DE RISARALDA	
1)	¿De las siguientes variedades de Heliconias cultiva alguna de estas?
A)	Heliconia Ginger Shampoo
B)	Heliconia Musa Coccinia
C)	Heliconia Wagneriana
D)	Todas las anteriores
E)	Ninguna de las anteriores
2)	¿Cuántas Hectáreas las tiene dedicado para el cultivo?
A)	Menos de 1 hectárea
B)	De 2 a 3 hectáreas
C)	De 4 a 5 hectáreas
D)	Más de 6 hectáreas
3)	Su producción anual de Heliconias está entre:
A)	5000 y 10000 unidades
B)	10001 y 15000 unidades
C)	15001 y 20000 unidades
D)	Más de 20001 unidades
4)	Luego de ser cultivadas las Heliconias, ¿Cuál es su siguiente destino?
A)	Consumo Personal – Hogar, familiares, amigos
B)	Comercio local – Departamento de Risaralda
C)	Comercio Nacional – Colombia
D)	Comercio Internacional – Resto del mundo
5)	¿Estaría interesado en proveer de su producto a una comercializadora internacional?
A)	Si
B)	No
6)	¿Qué porcentaje de su producción estaría dispuesto a proveerle a la comercializadora internacional?
A)	menos de 20%
B)	21% a 40%
C)	41% al 80%
D)	81% al 100%
7)	¿Estaría de acuerdo de usar la modalidad de compra de cosecha a futuro?
A)	Si
B)	No

FINCAS PRODUCTORAS DE HELICONIAS EN EL DEPARTAMENTO DEL RISARALDA

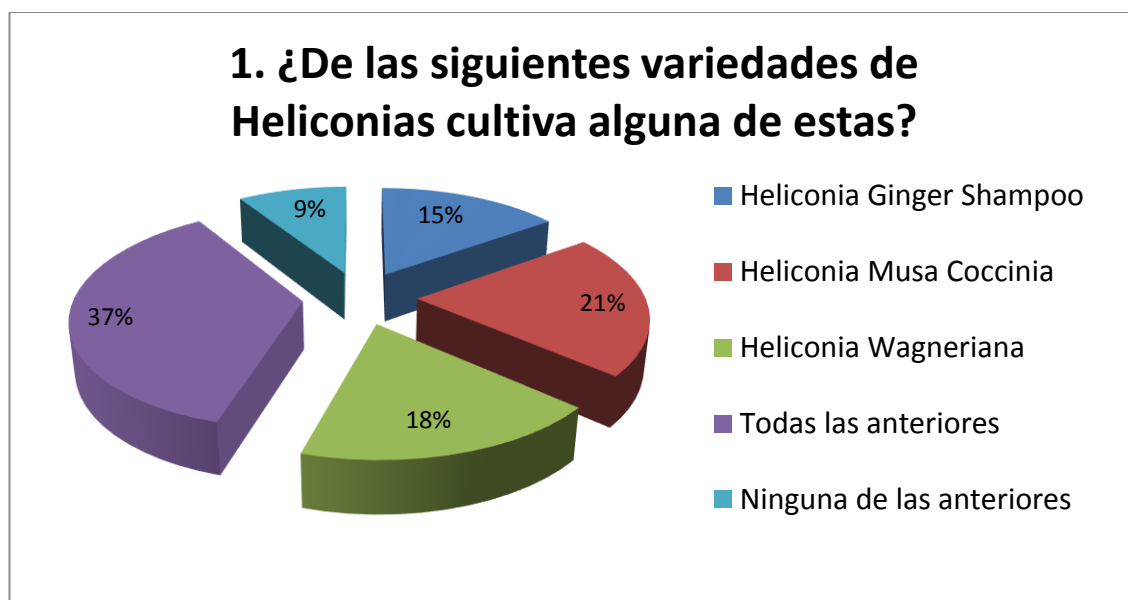
ID	Propietario	Nombre
1	Javier Ignacio Molina Cano	La Mancha y Cariaquito
2	Lillian Eugenia Gómez Álvarez	San Francisco III
3	Sixto Naranjo Marín	Los Claros
4	Gerardo Emilio Duque Gutiérrez	Mi Tierra Firme
5	Jhony Alberto Sáenz Hurtado	Las Tres Marías
6	Germán Antonio Lotero Upegui	Los Morales
7	Oscar Darío Murillo González	Santa Lucía
8	Augusto Osorno Gil	Los Pozos
9	César Oswaldo Palacio Martínez	Mosquito
10	Gloria Amparo Alzate Agudelo	San Andrés
11	Héctor Iván González Castaño	Los Cascabeles las Dalias
12	Beatriz Elena Osorio Laverde	La Esperanza
13	Herman Correa Ramírez	La Cascada
14	Carlos Mario Montoya Serna	La Unión
15	Carlos Augusto Giraldo	Fernanda
16	Arturo Tabares Mora	Casa Blanca
17	William de J Ramírez	Mi Esperanza
18	Jaime Lopez Tobón	Valle Frio
19	Gloria Elena Sanclemente Zea	El Girasol
20	Carlos Alberto Villegas Lopera	Bajo Seco
21	Jorge Uribe Botero	Ambar Chemical
22	Maria Isabel López Gaviria	El Buen Samaritano
23	Alfredo Tobón Tobón	La Filtrina
24	Héctor Damián Mosquera Benítez	La Zaina
25	Álvaro Iván Berdugo López	La Vacada
26	Carlos Alberto Zárate Yépez	Campo Lindo
27	Hernán Darío Hurtado Pérez	La Esperanza II
28	Jorge León Ruiz Ruiz	La Lima
29	John Jairo Duque García	El Lamedero
30	Armid Benjamín Muñoz Ramírez	Bellavista
31	Elkin Octavio Díaz Pérez	La Rica
32	Julio Cesar Rodas Monsalve	Campoalegre
33	Gabriel Jaime Jiménez Gómez	Villa Ligia

Esta encuesta sirvió para obtener datos relacionados con la oferta de Heliconias en el departamento de Risaralda.

Para obtener la información secundaria se realizaron búsquedas en las distintas páginas de internet gubernamentales, tales como Basex, Dane y Proexport, revistas y periódicos especializados los cuales constantemente emiten información relacionada, lo que permite estar al tanto del comportamiento del mercado de Heliconias en los Estados Unidos.

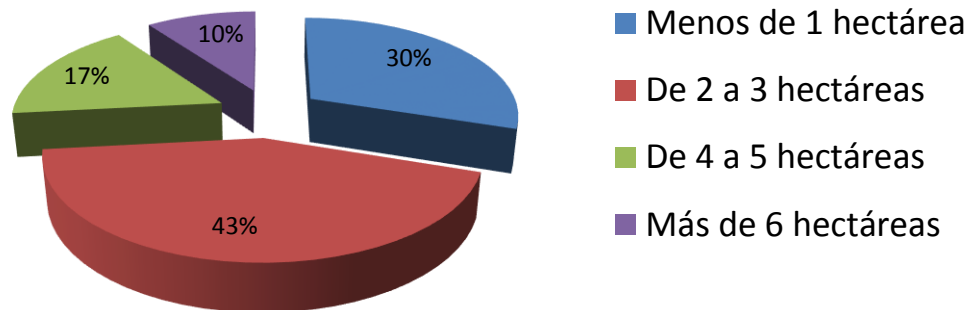
2.4.2 Análisis Y Procesamiento De La Información

A continuación se presenta el análisis y procesamiento de la información primaria y secundaria recolectada durante el estudio de mercados donde se mostraran los resultados y se plantearan conclusiones sobre lo encontrado.

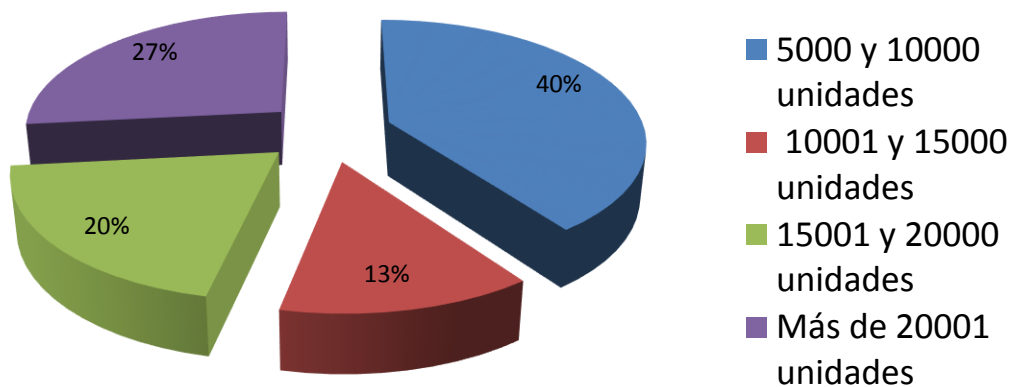


Se observa que el 81% de los encuestados cultiva todas o por lo menos una de las 3 variedades.

2. ¿Cuántas Hectáreas las tiene dedicado para el cultivo?

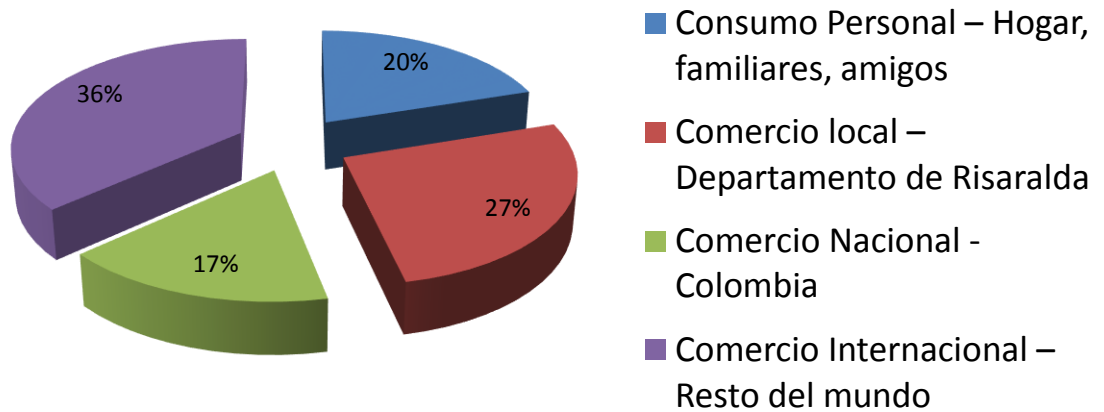


3. Su producción anual de Heliconias esta entre:



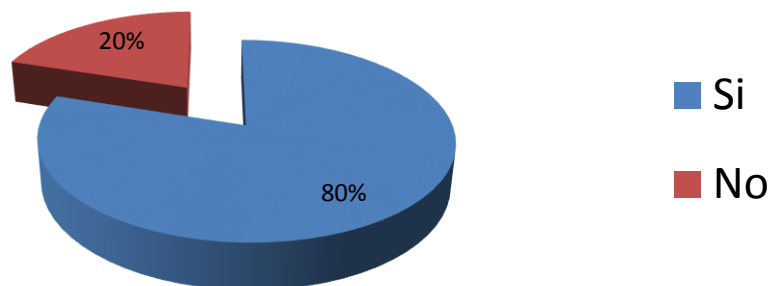
Vemos como la producción anual de Heliconias se centra entre 5.000 y 10.000 plantas por cosecha.

4. Luego de ser cultivadas las Heliconias, ¿Cuál es su siguiente destino?



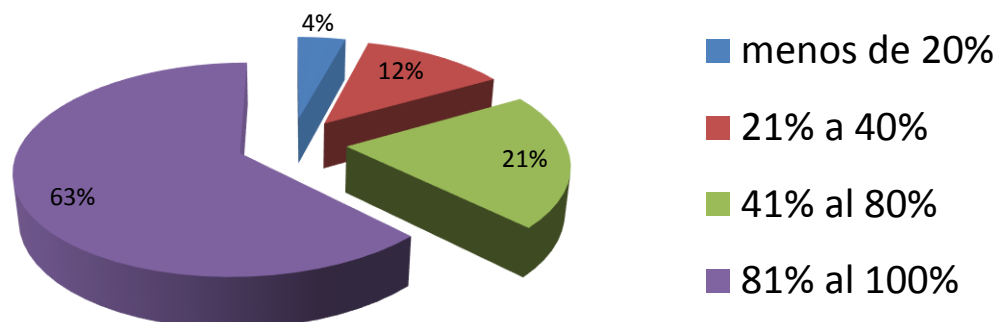
Se puede apreciar en el gráfico que por lo menos un 36% de la producción tiene como destino territorio extranjero y un 64% en el mercado local.

5. ¿Estaría interesado en proveer de su producto a una comercializadora internacional?



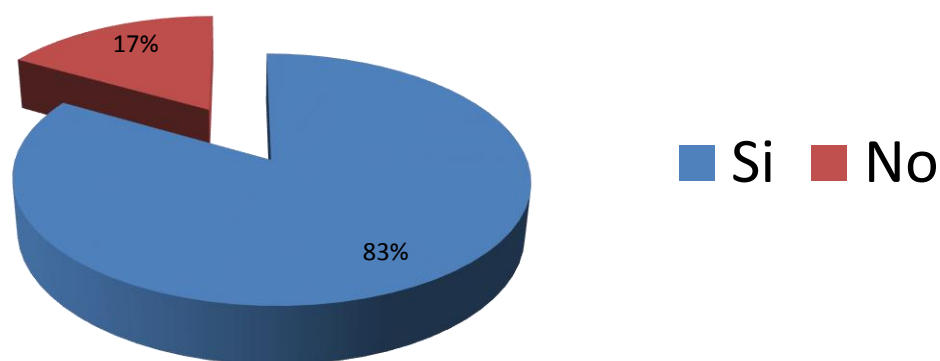
Al 80% de los encuestados les interesa proveer de sus heliconias a la comercializadora internacional, lo cual serían $(180 \text{ productores} \times 80\%) = 144$ Productores.

6. ¿Que porcentaje de su produccion estaria dispuesto a proveerle a la comercializadora internacional?



Del 80% de las personas que están interesadas en proveer de su producto a la comercializadora internacional, el 63% se interesó en vender más del 81% de su producción total anual.

7. ¿Estaria de acuerdo de usar la modalidad de compra de cosecha a futuro?



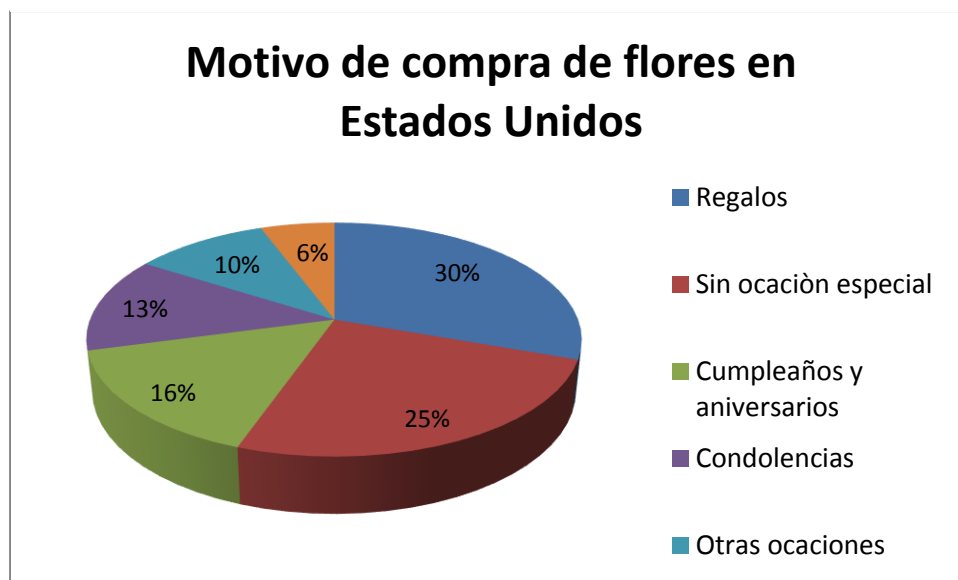
Al 83% del 80% que están interesados en ser proveedores le intereso usar la modalidad de compra de cosecha futura.

2.4.3 Preferencias De Los Estadunidenses Al Momento De Compra De Heliconias

Motivos de compra

Según datos encontrados en las distintas fuentes secundarias, se observó que los principales motivos de compra de los productos florícolas en Estados Unidos son: “regalo 30,4%, cumpleaños y aniversarios 15,4, condolencias 13,2%, otras ocasiones 10,3% y sin ocasión especial 5,7%”¹⁰.

Gráfico N° 5 Motivo de compras de flores en Estados Unidos



Fuente: Centre for the Promotion of Imports from developing countries

¹⁰Centre for the Promotion of Imports from developing countries. Extraído marzo 27 del 2014 de [VERSIÓN ELECTRÓNICA] <http://www.cbi.eu/>

Momentos de compra

“Día de los enamorados que es el 14 de Febrero; la venta de flores para esta fecha es casi 5 veces mayor a la de un mes normal durante el año”¹¹.

Época de invierno; algunas personas afirman que compran flores tropicales en la temporada de invierno ya que psicológicamente les hace pensar de que están en verano y que la flor les trae un poco de calor en esta época del año

También cabe resaltar que existen compras en eventos personales tales como matrimonios, bautizos, funerales, entre otros.

Preferencia de los clientes

“Los consumidores de heliconias prefieren un producto con tallo grande y que sea vistoso el cual llame la atención en los lugares donde se va a decorar, y en cuanto a su precio algunos afirman que es un símbolo de estatus”³.

Aceptación de los consumidores

Aunque el mercado de heliconias es nuevo en comparación con las flores, la aceptación de las heliconias ha sido muy alta ya que se está incursionando en segmentos diferentes a los de las flores, convirtiendo a Estados Unidos en su principal consumidor llevando a las heliconias a formar parte de amplios sectores como son los centros comerciales, hoteles, arreglos de vitrina, arreglos vistosos para reuniones y eventos. Por lo general las personas que entran a una floristería y deciden comprar una heliconia lo hacen por su vistosidad y colorido y se sienten cautivados por estos atributos.

Sin embargo según estudios, en Estados Unidos en este sector, se concluyó que el 90% del mercado es netamente de rosas y claveles y que las flores tropicales como se les conoce principalmente, tienen buena aceptación y observan una tendencia de crecimiento a mediano plazo.

¹¹Centre for the Promotion of Imports from developing countries. Extraído marzo 27 del 2014 de [VERSIÓN ELECTRÓNICA <http://www.cbi.eu/>]

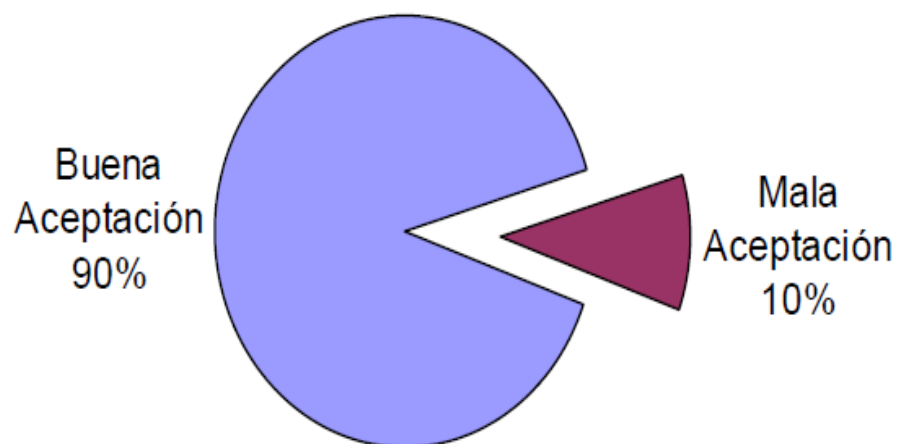
Percepción de aceptación de flores tropicales

El cultivo de flores tropicales se realiza desde hace muchos años e incluso algunas variedades que aparecen espontáneamente en las cuencas y laderas. Sin embargo, la oferta permanente de estas flores se ha venido incrementando durante los últimos años como resultado de un gran interés en los mercados internacionales por productos exóticos caracterizados por sus formas grandes y coloridas, lo que ha llevado a generar una producción estandarizada y con mejor calidad.

Las heliconias y demás flores tropicales son utilizadas principalmente para la decoración ya sea como flor suelta o en ramos de flores. Los ramos elaborados con heliconias, se utilizan como un objeto decorativo de tipo formal, utilizado en ocasiones tales como agradecimientos, bienvenidas, aniversarios de empresas, etc., mientras que los arreglos con flores tradicionales se utilizan para expresar sentimientos. No es común regalar arreglos con heliconias para nacimientos, aniversarios, quince años, bodas, etc. Esto se da debido a que está flor es de reciente introducción al mercado y se encuentra en la etapa de posicionamiento en el mercado tradicional y no se tiene en cuenta para estos propósitos, probablemente en un mediano plazo será utilizada para los mismos usos que las flores tradicionales.

De manera general se puede resumir que el mercado de heliconias y follajes está dirigido a dos segmentos de mercado, un mercado institucional y de decoradores y el segundo corresponde al de los hogares.

Gráfico N° 6 Aceptación de flores tropicales



Fuente: www.cbi.eu

2.4.4 Conclusiones sobre la percepción de la oferta y la demanda de heliconias en el mercado.

- Se identifica que no existe un grado alto de conocimiento del producto en mercado estadounidense.
- Las heliconias gustan mucho por su vistosidad, por su tamaño, pero el costo es su mayor limitante.
- Las heliconias son más duraderas que cualquier otra flor en el mercado.
- La logística de transporte interno dentro de Estados Unidos es complicada por el manejo de la temperatura ya que necesita de unas temperaturas adecuadas para que pueda mantenerse en perfectas condiciones.
- En la época de verano en Estados Unidos es difícil almacenar Heliconias ya que es un producto muy sensible a las altas temperaturas lo que reduce su vida útil.
- Se observó que por lo menos el 81% de los productores de heliconias cultivan las tres variedades elegidas para la comercialización.
- Cada productor tiene en promedio de 2 a 3 hectáreas en las cuales cultiva las heliconias.
- La producción de heliconias puede variar entre 5.000 y 10.000 unidades en promedio por hectárea.
- Una cantidad importante de heliconias ya tiene como destino un mercado internacional, pero hay un gran porcentaje que no tiene destino alguno o solo quedan para consumo del hogar.
- Para los productores, la idea de vender sus heliconias a la comercializadora internacional fue de gran aceptación.
- Más del 50% de las personas encuestadas, estaría dispuesta a vender más del 60% de su producción.
- No se descarta la idea de implementar el método de compra de cosecha futura ya que esto puede motivar a los proveedores para que siembren una mayor cantidad de flores en una mayor cantidad de hectáreas.

2.5 Disponibilidad De Las Heliconias

Debido a las condiciones climatológicas y a la condición de sus suelos, los departamentos con mayor producción de Heliconias en Colombia son: Antioquia, Valle del Cauca, Quindío, Risaralda y Cundinamarca.

Los cultivos de flores tropicales en Risaralda han presentado en los últimos cuatro años un importante crecimiento al pasar de 35 hectáreas sembradas a 348 hectáreas a la fecha, situación que pone de manifiesto el dinamismo e importancia que está tomando dicho sector en la economía regional.

El promedio de periodo agrícola es de ocho meses, promedio para el desarrollo de las especies es de 8 a 12 meses para las flores. Para la primera cosecha es durante los 7 y los 10 primeros meses después de la siembra aunque algunos expertos afirman que la flor con mayor calidad es 12 meses.

“La capacidad máxima de producción de flores por hectárea es 20.000 unidades, descontando las posibles pérdidas que se dan por la presencia de agentes patógenos no controlables”¹².

Según los datos obtenidos con información primaria y secundaria hay alrededor de 200 floricultores interesados en proveer de su producto a la comercializadora internacional de los cuales por lo menos el 63% de estos está dispuesto a vender a la comercializadora más del 80% de su producción, lo que equivale a aproximadamente a 350.000 flores por cosecha con una variación de más o menos 50.000.

Cabe resaltar que la idea de comprar cosechas a futuro fue de gran aceptación, por lo que puede llegar a ser un gran atractivo para los productores indecisos.

Entre las principales fincas que van a proveer de sus heliconias se encuentran:

- Mi Tierra Firme, Villa Ligia, La Rica, Campo alegre, La Zaina, Bajo seco, El Girasol y La Cascada

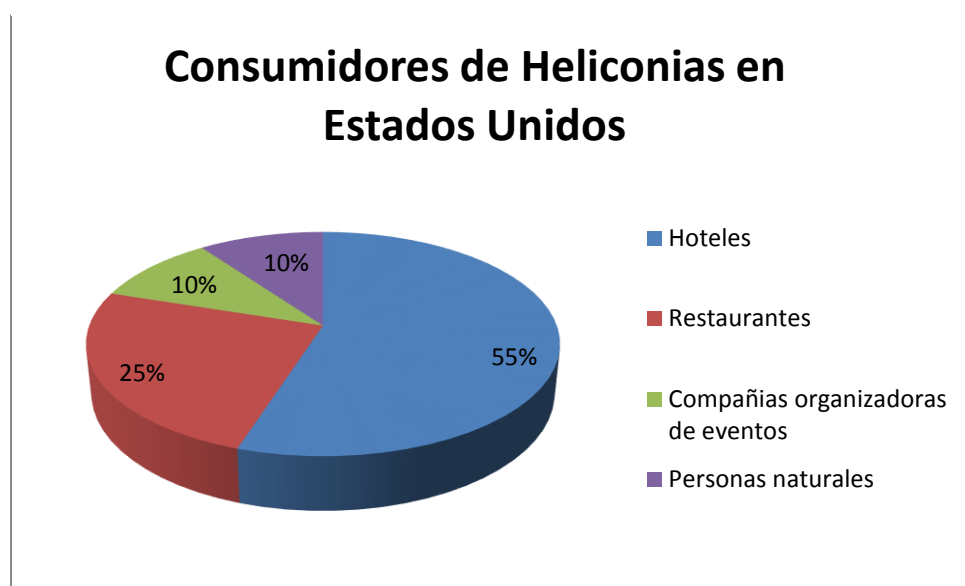
¹²COLFLORAS, Minicadena productiva de flores y follajes tropicales del Centro Occidente Colombiana. Extraído marzo 27 del 2014 de [VERSIÓN ELECTRÓNICA] <http://www.redalyc.org/pdf/849/84934056.pdf>

2.6 Estudio De La Demanda

Principales consumidores de Heliconias en Estados Unidos

Las flores exóticas en Estados Unidos son vistas como elegantes y algunas personas consideran que su vistosidad y forma de las heliconias causa una mejor impresión a los visitantes, los principales consumidores de estas flores se encuentran en las siguientes categorías como lo muestra la gráfica a continuación.

Gráfico N° 7: Consumidores de Heliconias en Estados Unidos



Fuente: Flor Vertical Y Prochile1

En una encuesta realizada para los hoteles que se encuentran en la región costera de Estados Unidos, se observó que en el 80% se encontraron arreglos con flores tropicales, por lo que aseguran algunos turistas que son flores llamativas, en los hoteles son usados para la decoración de lobby, pasillos importantes y adornos de bufetes.

La duración de las heliconias es de 15 días o más, lo que implica que los hoteles deban realizar cada semana o semana y media nuevos arreglos florales para reemplazar los anteriores.

Los hoteles de 4 y 5 estrellas invierten entre \$5.000 US y \$7.000 US quincenalmente para garantizar la decoración con flores vistosas y duraderas para garantizar la impresión a sus clientes.

2.6.1 Unidades Importadas Por Estados Unidos

A continuación se presenta el total en toneladas importadas de flores y capullos cortados para ramos o adornos por Estados Unidos provenientes principalmente de Colombia.

Tabla 1: Heliconias importadas por Estados Unidos

Año	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012
Unidad	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas
Cantidad	68.679	71.351	75.475	73.197	78.286

Fuente: página, marketanalysis@intracen.org

2.6.2 Total De Importaciones De Las 3 Variedades De Heliconias

Según Proexport, el total de importaciones de estas tres variedades (**Musa Coccinia, Heliconia Wagneriana Roja Y Ginger Shampoo O Maracas**) fue de 31,7% de unidades de Flores y capullos, cortados para ramos o adornos.

Tabla 2: Importaciones de las tres variedades por Estados Unidos

Año	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012
Unidad	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas
Cantidad	6.901	7.170	7.584	7.355	7.867

Fuente: Proexport

Si se llevan estas toneladas a cajas, donde cada caja pesa aproximadamente 7,2 Kg, se obtiene las siguientes cifras:

Tabla 3: Importaciones de las tres variedades en caja de 12 unidades

Año	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012
Unidad	Cajas	Cajas	Cajas	Cajas	Cajas
Cantidad	3.023.784	3.141.426	3.322.997	3.222.701	3.446.759

Fuente: Los Autores

En el cuadro anterior se puede ver las cantidades que exporta Colombia llevadas a cajas de 12 unidades con un peso promedio de 7,2 Kg.

2.6.3 Proyección De La Demanda De Las 3 Variedades De Heliconias En Estados Unidos

Al analizar el comportamiento histórico de los últimos cinco años se observó que la serie presentaba un crecimiento aritmético, la cual permitió derivar la base del crecimiento aritmético con las cuales se realizaron las proyecciones para los siguientes años.

La fórmula para calcular el crecimiento fue:

$$Ra = \text{Crecimiento anual} = \frac{\text{Total } \Delta\%}{n - 1}$$

$$Y_P = Y_B (1 + Ra * n)$$

Dónde:

$\Delta\%$ = Variación de los años anteriores

n = Numero de periodos

Y_P = Año proyectado

Y_B = Año base

Tabla 4: Variación de la demanda

Año	Total (Cajas)	Δ%
2.008	3.023.784	
2.009	3.141.426	3,89%
2.010	3.322.997	5,78%
2.011	3.222.701	-3,02%
2.012	3.446.759	6,95%
2.013	3.563.948	3,40%
2.014	3.685.123	3,40%
Total		20,40%

Fuente: Los Autores



PROYECCION DE LA DEMANDA

$$\text{Año 2015} = 3.446.759(1 + 0,034 * 3) = 3.798.328$$

$$\text{Año 2016} = 3.446.759(1 + 0,034 * 4) = 3.915.518$$

$$\text{Año 2017} = 3.446.759(1 + 0,034 * 5) = 4.032.708$$

$$\text{Año 2018} = 3.446.759(1 + 0,034 * 6) = 4.149.897$$

$$\text{Año 2019} = 3.446.759(1 + 0,034 * 7) = 4.267.087$$

2.7 Estudio De La Oferta

2.7.1 Oferta De Las 3 Variedades De Heliconias En El Mercado Estadounidense

A continuación se presenta la cantidad de cajas de heliconias enviadas al mercado estadounidense por parte de comercializadoras colombianas como Sunshine Bouquet, Flores Ipanema Ltda y The Elite Flower S.A.S entre otras.

Tabla 5 Oferta de las 3 variedades de heliconias en el mercado estadounidense

Año	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012
Unidad	Cajas	Cajas	Cajas	Cajas	Cajas
Cantidad	1.598.734	1.646.696	1.663.163	1.746.321	1.816.174

Fuente, página, marketanalysis@intracen.org



En esta grafica se puede observar un **incremento** de las exportaciones por parte de Colombia gracias a los tratados vigentes y las políticas arancelarias internas, por lo que se puede concluir que el mercado cada vez se vuelve más atractivo, es por eso que con este proyecto se quiere llegar a ese mercado y más específicamente a aquellos lugares donde falta por incursionar.

2.7.2 Cálculo De La Oferta Mediante Encuestas Realizadas A Productores

Con relación a la encuesta realizada a los productores, se obtuvo que el número de hectáreas cultivadas y producidas en la región es de 4.384.800 heliconias con un intervalo de confianza del 80%, lo que da un promedio de cajas de 365.400 Caja de Heliconias por 12 unidades al año.

2.7.2.1 Proyecciones De La Oferta

Para estimar cuanto crecerá la producción de Heliconias, en los próximos 5 años según datos de la Dirección Nacional de Planeación DPN el PIB del sector floricultor en su subsector "Heliconias" crecerá alrededor de 4,7%¹³ lo que hace suponer que esto generará un gran impacto en la producción del país, volviéndolo cada vez más competitivo y así sacar el máximo provecho de todas y cada una de las oportunidades de expansión que a diario se presentan.

Δ% de Crecimiento correspondiente al 4,7% anual según datos de la Dirección Nacional de Planeación.

La fórmula para calcular el crecimiento fue:

$$Ra = \text{Crecimiento anual} = \frac{\text{Total } \Delta\%}{n - 1}$$

$$Y_p = Y_B (1 + Ra * n)$$

¹³ Dirección Nacional de Planeación – DPN. Extraído Marzo 27 del 2014 de [VERSIÓN ELECTRÓNICA] <https://www.dnp.gov.co/>

Dónde:

$\Delta\%$ = Variación de los años anteriores

n = Numero de periodos

Y_P = Año proyectado

Y_B = Año base

$$\text{Año 2015} = 1.816.174(1 + 0,047 * 3) = 2.072.254$$

$$\text{Año 2016} = 1.816.174(1 + 0,047 * 4) = 2.157.614$$

$$\text{Año 2017} = 1.816.174(1 + 0,047 * 5) = 2.242.974$$

$$\text{Año 2018} = 1.816.174(1 + 0,047 * 6) = 2.328.335$$

$$\text{Año 2019} = 1.816.174(1 + 0,047 * 7) = 2.413.695$$

2.8 Determinación De La Demanda Potencial

Con los datos obtenidos se presenta a continuación los cálculos para la demanda potencial en el mercado de Los Estados Unidos, teniendo en cuenta que este país es uno de los cuales se realiza la mayor exportación, con el que se tienen buenas relaciones comerciales y aprovechando que el mercado Norteamericano permite una entrada con libre arancel para este producto desde el 15 de mayo del 2012 (decreto 730 del 13 de abril -2012 ministerio de comercio industria y turismo) se puede analizar cuanta demanda hay insatisfecha y con cuanto se puede entrar a participar en el mercado de Estados Unidos.

Tabla 6: Demanda potencial

AÑO	2015	2016	2017	2018	2019
Demanda Proyectada	3.798.328	3.915.518	4.032.708	4.149.898	4.267.088
Oferta Proyectada	2.072.255	2.157.615	2.242.975	2.328.335	2.413.695
Demanda Insatisfecha	1.726.074	1.757.904	1.789.733	1.821.563	1.853.392

Fuente: Los Autores

Con los datos obtenidos sobre la demanda potencial se observa cómo hay un gran porcentaje de demanda insatisfecha que se aproxima al 50%, ofreciendo una gran oportunidad de incursionar en el mercado americano, aprovechando las bondades que trae consigo el producto producido en Colombia para así realizar su posterior exportación.

2.8.1 Metas De La Empresa

Las metas propuestas para el primer año de la empresa es atender en 0,7% la demanda insatisfecha y llegar así al quinto año a un 0,72%, lo cual implica implementar distintas estrategias diseñadas en el proyecto y buscando constantemente la innovación para así atraer nuevos productores, ampliar el portafolio de productos e incursionar en nuevos mercados no solo en Estados Unidos y su estado de la Florida, sino también en distintas partes del mundo, dando a conocer los beneficios y bondades que el producto ofrece y que a su vez están ligados directamente hacia la solución de necesidades afectivas, elegancia, buen gusto, diseño y demás características que poseen este tipo de heliconias.

Tabla 7: Metas propuestas por la empresa

AÑO	2015	2016	2017	2018	2019
Demanda Insatisfecha	1.726.074	1.757.904	1.789.733	1.821.563	1.853.392
% Meta de la empresa	0,70%	0,70%	0,71%	0,71%	0,72%
Oferta del Proyecto	12.083	12.305	12.618	12.933	13.252

Fuente: Los Autores

2.9 Estudio De La Comercialización Internacional

La comercializadora internacional se encargara de comprar a los productores las 3 especies de heliconias a exportar: Ginger Shampoo, Musa Coccinia y Wagneriana Roja, y llevarlas al mercado objetivo en Estados Unidos.

La documentación necesaria será explicada a continuación¹⁴.

¹⁴Trámites aduaneros para la exportación de Heliconias. Extraído mayo 23 del 2014 de [VERSIÓN ELECTRÓNICA] <http://www.productosdecolombia.com/main/guia>

Trámites para exportar heliconias.

Decreto 2685 de 1999, La Sociedad de Intermediación Aduanera (SIA) cuyo objeto social principal es el ejercicio de la intermediación aduanera, es la única que puede llenar las formalidades aduaneras cuando la exportación supera los US\$ 2.000, si la cifra es menor el exportador podrá realizar directamente los trámites aduaneros o utilizar servicios expresos de transporte.

Para una exportación y obtener el DEX (Declaración de Exportación) se deberán adjuntar los siguientes documentos:

Registro nacional de Exportadores

Permitía mantener información actualizada sobre las empresas exportadoras, competitividad de los productos colombianos en el exterior y comportamiento de los mercados entre otros.

Se realiza ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN, informes en la línea gratuita nacional: 01 8000 - 129080.

Certificado de Origen

Este documento sirve al Ministerio de consulta y soporte para la investigación de prácticas desleales de comercio, tales como dumping o subvenciones, en la evaluación de las solicitudes de importación de licencia previa, en las negociaciones internacionales de comercio exterior, en los procesos de licitaciones del sector oficial y en la conceptualización de producción nacional para aquellos bienes que se benefician de las exenciones.

Visto Bueno

La exportación de ciertos productos exige que el exportador se encuentre inscrito en la entidad encargada de su control y/o del otorgamiento del visto bueno, deberá entonces el exportador tramitar ante la autoridad correspondiente y obtener con anterioridad a la exportación los vistos buenos o requisitos especiales que de conformidad con las normas vigentes (circular 077 Mincomex) requiera su producto para ser exportado. (Anexo 1)

Trámites aduaneros

- Factura Comercial
 - Lista de Empaque (si se requiere)
-

- Registros fitosanitarios o Vistos Buenos
- Documento (Guía) de Transporte

Reintegro de divisas

La exportación genera la obligación de reintegrar las divisas percibidas, es porque los exportadores de acuerdo con lo establecido en el régimen cambiario deberán efectuar la venta de las divisas a través de los intermediarios financieros autorizados por el Banco de la República, a saber: bancos comerciales y entidades financieras. Para ello el exportador deberá previamente diligenciar la declaración de cambio correspondiente y realizar la venta de las divisas a su intermediario cambiario. (Anexo 2)

Empaque

El 60% de las flores tropicales son exportadas en empaques corrugados con dimensiones de 41x10x5 pulgadas, el 30% de los consumidores importan las heliconias en cajas de 41x20x5 y el 10% restante lo hacen en cajas corrugadas de 41x40x5, siendo esto un gran tamaño. El importador prefiere el empaque de 41x10x5 pulgadas por ser el característico para la venta (PROEXPORT, 2002).

2.9.1 Diseño Estrategia De La Comercialización Internacional

Base De Datos De Clientes Potenciales

En principio, se quiere establecer una base de clientes conformados por mayoristas concentrados en países como Estados Unidos los distribuidores y mayoristas son los agentes encargados de adquirir importantes volúmenes de flor y suministrarlo en menores unidades al mercado detallista.

Segmentar el Mercado

Al segmentar el mercado se puede llegar al punto de contacto con el consumidor final atendiendo las necesidades de cada tipo de cliente. Dependiendo de sus características se puede clasificar en:

Puntos de venta al detal: Se vende la flor al detal y el arreglo o la decoración lo realiza el que compra la flor.

Floristerías: Se realizan arreglos decorativos para toda ocasión.

La participación de algunas floristerías en Estados Unidos según un estudio de heliconias realizado por Proexport muestra el porcentaje de ventas que realizan en dólares. Las floricultoras se clasifican generalmente en:

- **Pequeñas**, con un 70% de participación en el mercado total, vendiendo aproximadamente 400 y 500 mil dólares al año.
- **Medianas**, que tiene un 20% de participación, con ventas entre 500 y un millón de dólares al año.
- **Grandes**, que actúan como mayoristas, son un 10% del mercado y vende alrededor un millón de dólares o más al año.

Campañas Publicitarias



Se invertirá en campañas publicitarias donde se dé a conocer la imagen de la empresa, para que los clientes se familiaricen con la misma, ya que se ha encontrado que las personas no poseen la suficiente información sobre los diferentes tipos de flores existentes en el mercado, por esta razón la importancia de dar a conocer más el producto en mercados internacionales a través de Proexport y con campañas publicitarias como lo son:



Folletos: va a ser necesario imprimir una cantidad de 9.996 folletos al año por un **Valor de \$1'109.556** Pesos los cuales cubre la impresión de los folletos y el diseño del mismo.

Dimensión: 8.5" X 11"

Empresa: Miamiprinting

Contacto: (305) 647-2724



Radio: el valor en la estación de radio Power96 tiene un valor por semana de lunes a viernes en la mañana tarde y noche, sábados y domingos en la tarde y noche. Por una semana de publicidad es de \$ 2'775.000 Pesos, se pagará 12 semanas en un año por un **Valor de \$ 33'300.000 Pesos.**

Crear el mensaje de radio: tiene un **Valor de \$ 555.000 Pesos.**

Empresa: Power96

Contacto: (305) 654-1700

El costo de publicidad fue de acuerdo a la Asociación Americana de Agencias de Publicidad (the American Association of Advertising Agencies).

Promoción

- Desarrollar un catálogo con las características de las heliconias, las cuales se van a comercializar en Estados Unidos.
- Realizar campañas publicitarias a través de diferentes medios de comunicación (radio, folletos, entre otros).
- hacer socialización del producto en el extranjero que demuestren la calidad y variedad de las flores colombianas, por medio de reuniones con hoteles, tiendas de flores, entre otros.
- Fortalecer las relaciones comerciales con la embajada de Estados Unidos, a través de actividades relacionadas con la cultura y el comercio.
- Estar continuamente en eventos y ferias de la ciudad de Miami en los que se pueda dar a conocer fácil y directamente las heliconias, sus propiedades y características físicas.
- Garantizar siempre la calidad del producto para crear un "Goodwill" (buen nombre) con el cual se pueda ir teniendo mayor aceptación y crecimiento en el mercado estadounidense.

Empaque Personalizado:

El 60% de las flores tropicales son exportadas en empaques corrugados con dimensiones de 41x10x5 pulgadas, el 30% de los consumidores importan las heliconias en cajas de 41x20x5 y el 10% restante lo hacen en cajas corrugadas de 41x40x5, siendo esto un gran tamaño. El importador prefiere el empaque de 41x10x5 pulgadas por ser el característico para la venta (PROEXPORT, 2002).

La flor tropical colombiana se exporta en cajas de 12 heliconias, con dimensiones de 44x20x5 pulgadas. Estas cajas, en la parte superior presentan: foto de una heliconia, el nombre del productor y el lugar de procedencia. En el lateral izquierdo tienen la indicación de la fecha para posicionar las cajas y un aviso de no refrigerar y, en la parte interior, la caja lleva un plástico forrando las flores y papel periódico picado humedecido. Las flores no se empacan amarradas, la flor va protegida en el papel, pero no totalmente envuelta. En la parte posterior, se encuentran anuncios como por ejemplo: caja N° 21, variedad heliconia mixta, cantidad 12 y un aviso que dice FRÁGIL,

A continuación se presenta el tipo caja donde se comercializaran las heliconias:

Gráfico N° 8 Caja para Heliconias por 12 unidades



Fuente: Proexport

Canales Búsqueda Y Fidelización Del Cliente

- Durante la primera semana de cada mes se realizarán llamadas a las diferentes floristerías, centros de acopio, organizadores de eventos y supermercados, que se tengan como posibles clientes, para darles a conocer la propuesta de negocio que la empresa tiene para ellos.
- Semanalmente se enviarán correos electrónicos a los posibles clientes, con el fin de darles a conocer la existencia de la empresa y los productos que está dispuesta a venderle, esto se realizará a través de la implementación de una plataforma CRM (Customer Relationship Management); la cual no tendrá ningún costo.

Servicio al Cliente

- Brindar asesoría a los clientes a la hora de comprar el producto; es decir, que se tendrá una persona encargada de la atención al cliente, quien a su vez realizara las llamadas telefónicas mencionadas con anterioridad.
- Informar a los clientes de las promociones a través de mensajes enviados automáticamente por la plataforma CRM.
- Emplear una plataforma en internet donde los clientes encuentren todo acerca del producto y consejos prácticos de decoración.

2.10 Fijación De Precio

Para este punto es importante anotar que para la determinación del precio se tomó un estándar determinado de los precios promedios ofrecidos por los proveedores de las tres variedades de heliconias, Ginger Shampoo, Musa Coccinia y Wagneriana Roja.

Es importante resaltarlo porque el precio en una situación real puede variar de acuerdo a la variedad de la flor, color o temporada del año en la cual se realiza una compra.

Se estima que las heliconias medianas se compran a 800 pesos por tallo (43 centavos de dólar) y variedades grandes hasta 1079 pesos por tallo (58 centavos de dólar), con esta información se puede aplicar la fórmula descrita a continuación:

$$Pv = Cc + Gp \pm \Delta\%$$

P_v = Precio de venta

C_c = Costo de compra

G_p = Gastos de preparación: Empaque, selección, mano de obra, fletes, aranceles, seguros, almacenamiento y servicios públicos.

$\Delta\%$ = Porcentaje de utilidad

Reemplazando se tiene:

C_c = El precio de compra al productor está basado en datos recolectados de los diálogos tenidos con productores, los cuales afirman un precio similar para ventas locales y en la región del departamento de Risaralda.

G_p = Empaque caja de 12 Unidades, selección, mano de obra, fletes nacional, flete internacional, aranceles, seguros, almacenamiento y servicios públicos.

G_p = 500 Pesos + 2.200 Pesos + 1.679 Pesos + 2.200 Pesos + 1.0300 Pesos + 0 Pesos + 40 Pesos + 3.648 Pesos + 2.894 Pesos = \$ 23.460 Pesos

$\Delta\%$ =El porcentaje de utilidad que se espera tener es de \$ 9.100 Pesos por paquete de 12 unidades vendidas.

Precio de venta en cajas x 12 unidades:

$$P_v = \$12.950 \text{ Pesos} + \$23.460 \text{ Pesos} + \$9.100 \text{ Pesos} = \$ 45.510 \text{ Pesos}$$

Tabla 8: Precio de compra y venta

Año	Venta	P. Compra (Pesos)	P. Ventas (Pesos)
	(Cajas x 12)		
2015	12.083	\$ 12.950,00	\$ 45.510,00
2016	12.305	\$ 12.950,00	\$ 45.510,00
2017	12.618	\$ 12.950,00	\$ 45.510,00
2018	12.933	\$ 12.950,00	\$ 45.510,00
2019	13.252	\$ 12.950,00	\$ 45.510,00

Fuente: Los Autores

“A partir de la entrada en vigencia del TLC con Estados Unidos estos productos pagarán un arancel del 0%”¹⁵.

2.11 Programa De Ventas

El programa de ventas inicia con la proyección de alcanzar la meta de atender a floristerías del área de influencia de la demanda con una cantidad de 12.083 cajas de Heliconias durante el horizonte de planeación del proyecto, alcanzando así un logro de penetración equivalente al 0,70% según la demanda potencial en el subsector y en el cual la competencia en este momento es reconocida y tiene gran posición en el mercado.

De acuerdo a la demanda potencial existente y a la participación de mercado, el proyecto se concentra en buscar el incremento de las ventas a partir de fechas especiales (Día de las madres, grados, matrimonios, y cualquier otra ocasión especial) no tenidas en cuenta en el momento de realizar las proyecciones que podrían incrementar el valor de la demanda potencial y así mismo, el nivel de demanda estimado para el periodo de introducción y crecimiento.

Metas a mediano plazo, apuntan al crecimiento de participación en el mercado con proporciones cercanas al 0,72% de la demanda potencial.

¹⁵ Política Arancelaria para Heliconias. Extraído, mayo 26 del 2014 de [VERSIÓN ELECTRÓNICA] <http://tlc-eeuu.proexport.com.co>.

Tabla 9: Pronóstico De Venta

Año	Unidades	Ventas (Pesos)
2015	12.083	\$ 549.875.394
2016	12.305	\$ 560.015.477
2017	12.618	\$ 574.227.779
2018	12.933	\$ 588.585.258
2019	13.252	\$ 603.087.270

Fuente: Propia

2.12 Participación Del Mercado

Para determinar la participación de la empresa en el mercado fue necesario de la oferta proyectada y del programa de ventas como se ilustra en la tabla siguiente:

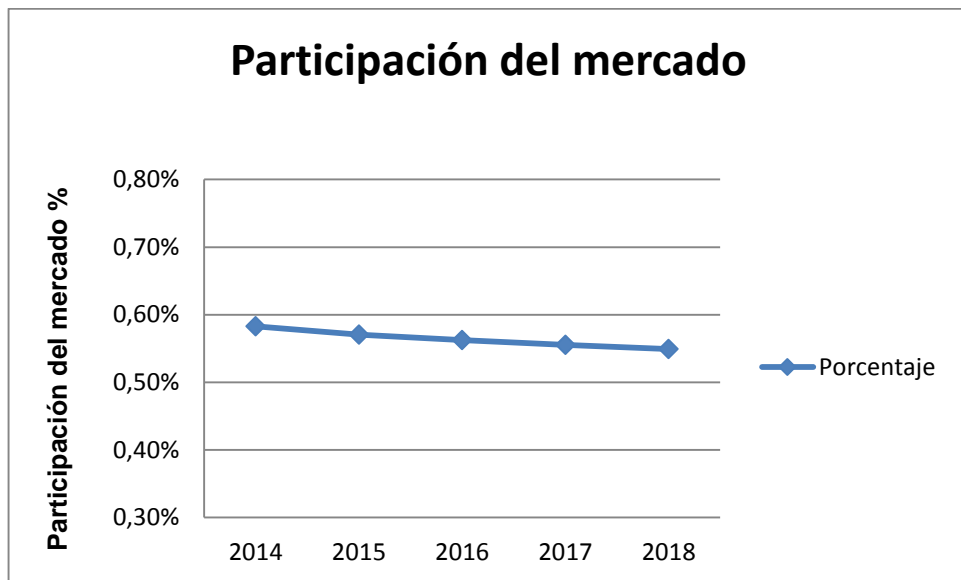
Tabla 10: Participación Del mercado

	2014	2015	2016	2017	2018
Oferta proyectada	2.072.255	2.157.615	2.242.975	2.328.335	2.413.695
Programa de Ventas	12.083	12.305	12.618	12.933	13.252
Participación en el mercado	0,58%	0,57%	0,56%	0,56%	0,55%

Fuente: Los Autores

Según en la tabla anterior se puede analizar que en el primer año de participación en el mercado es de 0,58%, lo cual se observa una tendencia decreciente a medida que van pasando los años en la elaboración del proyecto, esta tendencia se puede evidenciar más claramente en la siguiente gráfica.

Gráfico N° 9 Participación Del mercado



En la grafica anterior se muestra una tendencia decreciente, la cual se atribuye a que el porcentaje de participación de la empresa en el mercado, está creciendo en un porcentaje mucho menor con respecto a la oferta proyectada. Ello debido a que la compañía no cuenta con la experiencia necesaria como otras empresas de este tipo, que ya han trascendido a través de los años para tener la capacidad de manejar mejor las diferentes circunstancias desafiantes para su completo desarrollo.

3. ESTUDIO DE TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Para la realización del estudio del tamaño y la localización de la comercializadora internacional de heliconias, se analizaron aspectos que van acorde a los objetivos establecidos en el proyecto, los cuales ayudaron a tomar decisiones en relación a la naturaleza del mismo y de esta forma la selección de la capacidad instalada y ubicación geográfica que tendrá la empresa.

3.1 Estudio De Tamaño

El tamaño se define como la cantidad de cajas x 12 unidades de heliconias que se van a exportar al mercado estadounidense por periodo de tiempo (año).

Para la exportación de Heliconias es muy importante determinar la capacidad instalada de exportación en unidades para satisfacer los requerimientos del mercado, las expectativas de la sociedad y las políticas de la empresa.

El factor altamente condicionante en la compra de Heliconias a los productores es la negociación previa que se realice con cada proveedor en cuanto a las cantidades disponibles para adquirir y la demanda de los clientes en el mercado de Estados Unidos, la cual es mayor en fechas especiales, donde se deben hacer ajustes previamente establecidos para satisfacer esta demanda.

3.1.1 Objetivos Del Estudio Del Tamaño

Se tiene como objetivo definir el tamaño óptimo, teniendo en cuenta aquella capacidad de exportación y distribución de heliconias que represente los mayores beneficios tanto financieros como económicos y sociales de los involucrados.

3.1.2 Pasos Para Encontrar El Tamaño

Para encontrar el tamaño se tienen en cuenta los siguientes pasos:

3.1.2.1 Identificación De Las Alternativas

ALTERNATIVA A: Comercializar 14.000 Cajas de heliconias por 12 Unidades / Cada año.

ALTERNATIVA B: Comercializar 28.000 Cajas de heliconias por 12 Unidades / Cada año.

ALTERNATIVA C: Comercializar 39.000 Cajas de heliconias por 12 Unidades / Cada año.

3.1.2.2 Identificación Y Descripción De Los Factores Condicionales

Entendiendo como factor condicionante las variables que afectan en algún grado la realización de las opciones propuestas, los factores que inciden son:

- Disponibilidad de Heliconias (Materia Prima)
- Disponibilidad de Recursos
- Ubicación Geográfica de la empresa
- Costos de compra.

DISPONIBILIDAD DE HELICONIAS: Es uno de los factores más importantes, pues, es el que condiciona la selección del tamaño, ya que dentro de sus variables esta:

a. La disponibilidad de la materia prima, ítem que da el nivel de productividad de la empresa, de acuerdo a las necesidades del mercado y la disponibilidad del producto en el mismo.

b. Competencia, ítem que permite establecer las condiciones en las que se encuentra el sector y las inversiones necesarias.

Según datos recolectados en la encuesta a los proveedores en el capítulo anterior se concluyó que la disponibilidad de heliconias para la comercializadora seria de 365.000 unidades al año aproximadamente.

DISPONIBILIDAD DE RECURSOS: Actualmente la comercializadora cuenta con unos recursos pre aprobados en distintas entidades bancarias y gubernamentales por un valor cercano a los \$ 84.000.000 Pesos, además de este dinero los socios aportaran \$ 84.000.000 Pesos.

UBICACIÓN GEOGRAFICA DE LA EMPRESA: Es necesario que la empresa cuente con un centro de revisión y empaque adecuados de acuerdo a la norma, con una excelente área de empaque donde se manipule de la manera más adecuada el producto, ya que se manipularan productos de extrema delicadeza y deterioro muy notable. Para esto es necesario un espacio ventilado, con buena iluminación y una temperatura ambiente entre los 13°C y 20°C.

También es importante determinar las vías de acceso y la cercanía con los proveedores y las terminales aéreas desde donde se despachara el producto a Estados Unidos.

COSTOS DE COMPRA: Este factor es condicionante con una relación directa a los volúmenes de compra, en grandes volúmenes los costos disminuyen y viceversa. Como se determinó anteriormente el precio de compra es de \$12.950 Pesos.

3.1.2.3 Método A Utilizar Para Encontrar El Tamaño Óptimo

El método de ponderación de factores consiste en dar un peso a cada uno de los factores condicionantes y de igual forma dar una puntuación de 1 a 200, siendo 200 el mayor puntaje. Luego se valoraran las opciones con los factores condicionantes repartiendo los puntos al ítem en cada una. Al final se escoge la opción con mayor puntaje siendo este el tamaño óptimo escogido.

Tabla 11 Método De Ponderación De Factores

Peso %	Puntos	Factores Condicionantes	Valoración De Opciones		
			A	B	C
30	60	Mercado	50	30	50
25	50	Disponibilidad de recursos	60	10	30
20	40	Ubicación Geográfica	30	30	40
25	50	Costos de Compra	40	25	50
100			180	95	170

Fuente: Los Autores

3.1.2.4 Selecciones Del Tamaño Óptimo

El resultado obtenido por el método de ponderación de factores para el tamaño óptimo requerido por el proyecto es la **opción A**, con una capacidad 14.000 Cajas por 12 Unidades / Cada año.

3.2 Estudio De Localización

El estudio de localización consiste en determinar cuál es el lugar geográfico más adecuado para ubicar la empresa optimizando la logística y minimizando los costos de transporte en los cuales se va a incurrir al momento de transportar la mercancía hacia el lugar de embarque.

Para encontrar la localización óptima se procede a:

- Identificar algunas alternativas
- Identificar fuerzas locacionales

3.2.1 Objetivo Del Estudio De La Localización

El estudio de la localización tiene como objetivo encontrar el mejor sitio para instalar la comercializadora, permitiendo que los productos lleguen frescos desde los proveedores y hasta su lugar de destino, dándoles un mayor tiempo de vida en el mercado. Se hace necesario recurrir a la programación lineal para obtener rutas las cuales sean las adecuadas para la reducción de los costos y tiempo en el transporte.

3.2.2 Orientación De La Localización

La orientación de la localización está pensada en encontrar el lugar óptimo para el transporte tanto desde el lugar de compra a los proveedores hasta el lugar de embarque para su posterior exportación, con el fin de minimizar los costos y mejorar las condiciones de transporte de las heliconias, hecho que ocasionaría un mayor porcentaje de rentabilidad y evitaría un deterioro de la materia prima o producto terminado.

3.2.3 Niveles De La Localización

3.2.3.1 Niveles De Macro Localización

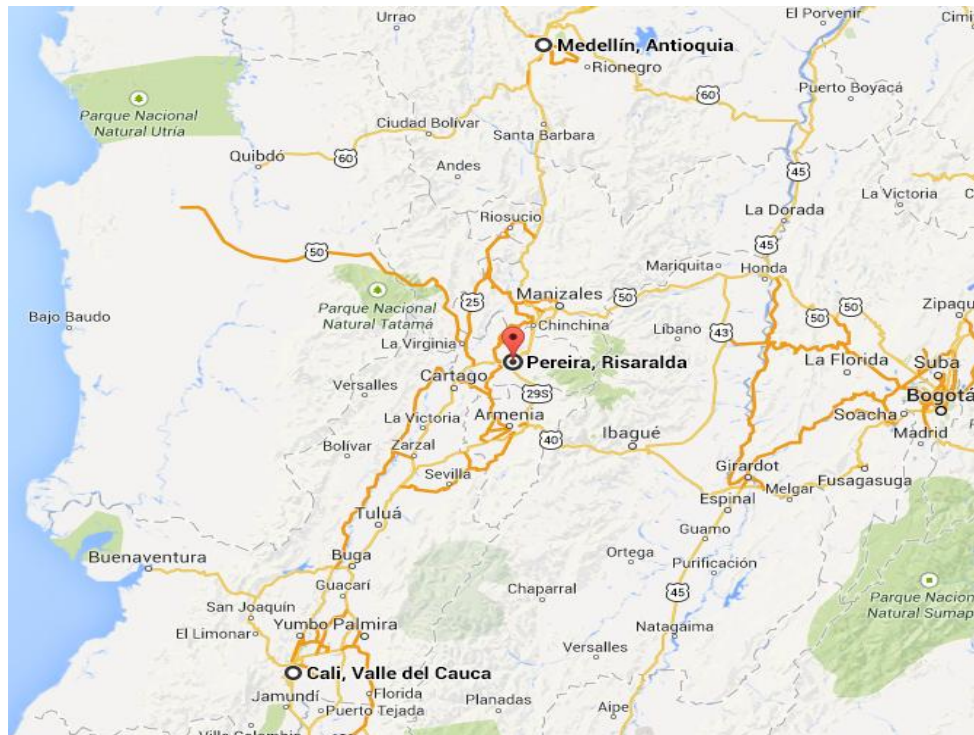
Para la macro localización de la comercializadora internacional se tomó como punto de referencia las ciudades de **Pereira, Cartago y Armenia**, ya que cuentan con vías de acceso para los diferentes municipios y veredas, permitiendo que al momento de embarcar la mercancía hacia los aeropuertos, no se incurra en demoras ocasionadas por paros o derrumbes en carreteras, ya que estas vías no presentan mayores índices de congestión vehicular y además cuentan con seguridad vial con relación a otras zonas del país.

Factores que influyen.

- Ilimitado abastecimiento del producto en la zona.
- Consecuencias directas que tiene sobre los costos de comercialización y transporte.
- Fácil ubicación de maquinaria y del centro logístico para entablar relación con los productores y compradores.

De acuerdo a las alternativas presentadas anteriormente se eligió la ciudad de **Pereira** como sede de la comercializadora ya que cuenta con toda la estructura logística conformada por vías en excelente estado y de fácil acceso, además cuenta con empresas especializadas en transporte terrestre refrigerado, lo que permitirá transportar el producto en óptimas condiciones hacia los aeropuertos de las ciudades de **Cali** o **Medellín** que ofrecen vuelos directos a Miami.

Gráfico N° 10 Nivel de macro localización



Fuente: Google Maps

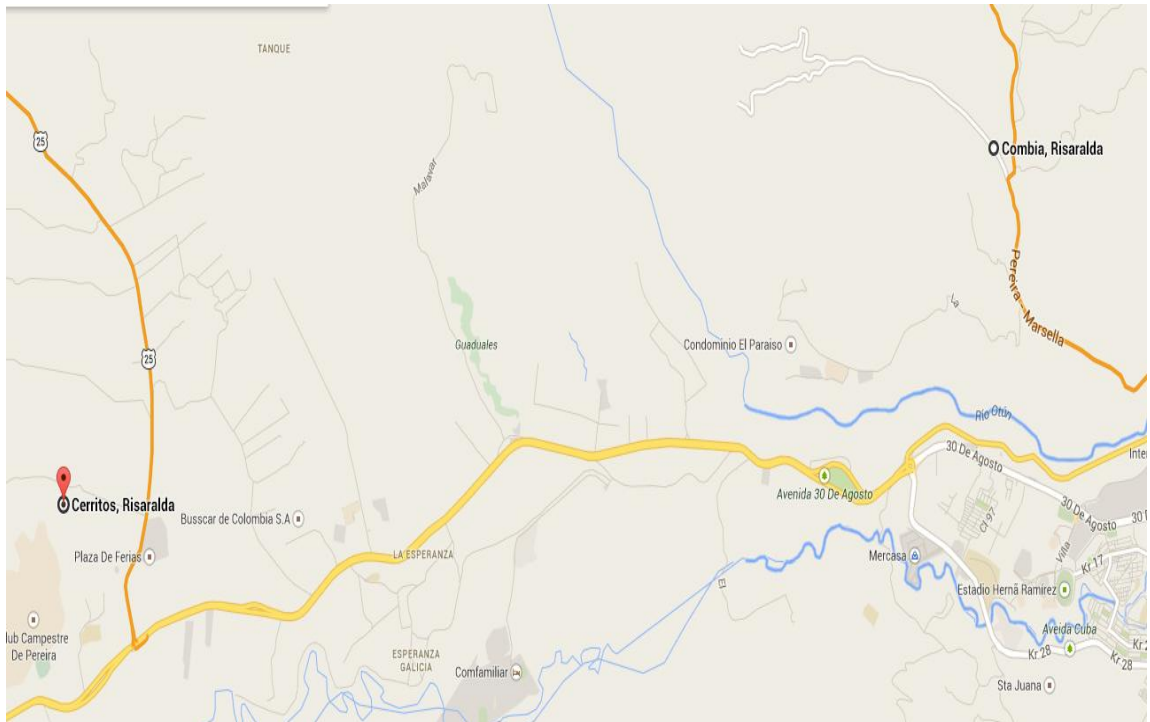
3.2.3.2 Nivel De Micro Localización

Para seleccionar el nivel de micro localización en la ciudad de Pereira se hizo necesario de encontrar un lugar para la comercializadora lo suficiente mente amplia lo cual permitiera a los operarios realizar las labores de selección de las flores con calidad de exportación, empaque de las flores en sus cajas para evitar daños en el embarque hacia su lugar de origen, tomando en cuenta estos factores una de las posibles alternativas para la localización de este proyecto serán:

Alternativa A: Es en la vía que comunica al municipio de Marsella con la ciudad de Pereira en la intersección con la avenida del pollo, está ubicada en buena zona ya que se localiza cerca de la ciudad de Pereira y se encuentra una bodega lo suficiente mente amplia para poder ubicar la comercializadora internacional.

Alternativa B: Cerritos, vía al municipio de Cartago, Valle, ya que permite un buen punto para el transporte de carga pesada y por ser autopista permitirá reducción en los tiempos de transporte además de la cercanía entre los 2 aeropuertos, es un punto en común para los municipios aledaños.

Gráfico N° 11 Nivel De Micro Localización



Fuente: Google Maps

3.2.3.4 Identificación De Las Fuerzas De Localización

- Infraestructura:
- Servicios Públicos: cobertura de los servicios públicos fundamentales para la operatividad.
- Fácil acceso: accesibilidad al proyecto de la materia prima
- Costos de arrendamiento: Costos derivados a la implementación de la comercializadora internacional
- Condiciones climáticas: condiciones naturales que vayan de acuerdo con el objetivo del proyecto, para evitar daño en las vías de transporte.
- Estado de las vías en buen estado.

3.2.3.5 Método De Ponderación De Factores.

Este método se realiza haciendo una valoración a los factores condicionantes por lo que el factor con mayor porcentaje es considerado el factor condicionante más importante. Posteriormente se califican los factores en cada alternativa, siendo el de calificación más alta aquella alternativa que represente mejor opción. La calificación más alta es tres debido a que ese es el número de alternativas de análisis.

Factor	Valoración %	Vía Marsella-Pereira		Vía Pereira-Cerritos	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Infraestructura	5%	3	0,15	4	0,2
Servicios Públicos	10%	2	0,2	2	0,2
Fácil acceso	23%	2	0,46	5	1,15
Costos de arrendamiento	12%	3	0,36	3	0,36
Condiciones climáticas	15%	3	0,45	1	0,15
Buen estado de las vías	35%	3	1,05	5	1,75
TOTAL	100%		2,67		3,81

Fuente: Los Autores

La calificación se hizo dándole valor de 1 a 5 a las alternativas seleccionadas, tomando 5 como la máxima prioridad y como 1 con menor prioridad.

3.2.3.6 Elementos De La Localización Óptima.

Se seleccionó la alternativa **Vía Pereira-Cerritos**, puesto que cuenta con una ubicación estratégica, estando en medio de dos aeropuertos y por sus vías en buen estado, además de esto, su aspecto económico y de fácil acceso para los proveedores hacen que este lugar sea óptimo para la ubicación de las instalaciones de la comercializadora internacional.

4. ESTUDIO DE INGENIERÍA

4.1 Estudio Del Servicio

El servicio constituye la comercialización de heliconias producidas de las variedades Musa Coccinia, Heliconia Wagneriana Roja y Ginger Shampoo o Maracas.

4.1.1 Análisis Del Servicio

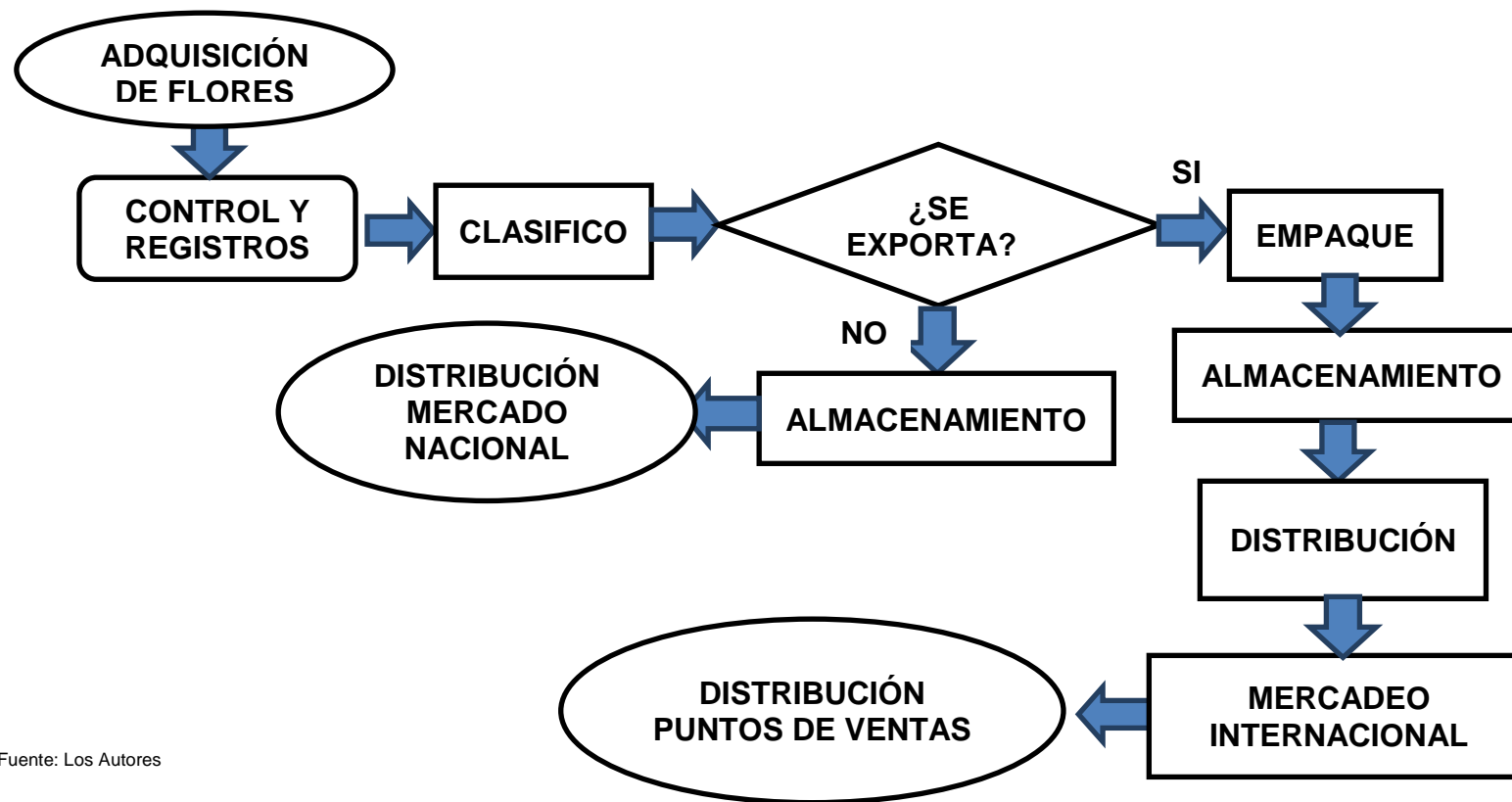
El servicio comprende la compra, distribución y comercialización de heliconias a Estados Unidos y como tal tiene características especiales.

- **Compra:** Selección de proveedores, negociación de materia prima, solicitud de pedidos, recibo del pedido, evaluación del pedido, y almacenamiento.
- **Distribución:** Selección de las flores a exportar, clasificación de las flores, empaque, transporte y tramites de exportación.
- **Comercialización:** Transporte de las heliconias a las floristerías, almacenes, centros comerciales y hoteles en la ciudad de Miami.

4.2 Diseño Y Descripción Del Proceso De Prestación Del Servicio.

A continuación se presenta en forma resumida el flujograma de procesos.

FLUJOGRAMA DE PROCESOS



Fuente: Los Autores

En el anterior diagrama se observa:

- 1) Adquisición y recepción de las flores objeto de prestación de servicio, provenientes desde los proveedores en vehículos termo refrigerados.
- 2) Control y registro de las heliconias que envían los proveedores, se compara la cantidad que llegan físicamente con los registros en el sistema.
- 3) Clasificación de todas las heliconias que cumplan con las especificaciones necesarias para la exportación, de lo contrario salen del proceso para ser almacenadas y enviadas al mercado nacional.
- 4) Empaque estandarizado de las Heliconias que cumplan con los requisitos exigidos por los compradores.
- 5) Almacenamiento de las heliconias empacadas cuarto frío con temperatura no mayor a 3° C.
- 6) Distribución de las heliconias en vehículos termo refrigerados hasta el aeropuerto de Cali.
- 7) Elaboración y gestión de todos los trámites aduaneros referente a la exportación de heliconias hacia el aeropuerto de Miami.
- 8) Distribución en los puntos de venta en Miami, la cual será realizada a través de la empresa SPACE DISTRIBUCION Y ALMACENAJE, que estará encargada de la logística de envío y almacenamiento.

4.3 Estudio De La Materia Prima

Dentro de las políticas de calidad aplicadas a las heliconias, se establece el uso de flores con los mejores estándares ofrecidos en el mercado; por lo cual se exige a los proveedores una materia prima en óptimas condiciones, con garantía de cumplimiento en entrega y resultados, además de ciclos de pedido y re orden claramente definido.

Características exigidas por Risaralda Heliconias en cuanto a la materia prima son:

- La más alta calidad, garantizada con el conocimiento de la trazabilidad de la materia prima ofrecida por el proveedor.
- Cumplimiento en entregas en cuanto tiempo y cantidad requerida.
- Garantía que el producto se entregue en excelentes condiciones.
- Las Heliconias como materia prima se deben conseguirse de acuerdo a los estándares de calidad que requiere un cliente.

De acuerdo a la información obtenida en bases de datos y proyectando la información histórica encontrada en relación a las exportaciones de heliconias

hacia Estados Unidos y complementado esta información con la información primaria encontrada, permitió tener un panorama claro de cual podría llegar a ser la participación para este nicho de mercado. Las cantidades obtenidas a las cuales el proyecto puede llegar son de **13.252 Cajas de heliconias X 12 unidades** que sería la capacidad instalada con la cual podría contar la CI en su Quinto año de operación.

4.4 Estudio De Maquinaria Y Equipos

Los equipos utilizados en la operación de la comercializadora son pocos, ya que al tratarse del manejo de flores, muchas de las prácticas son necesariamente manuales, para ello se requieren herramientas de lavado, secado, corte, conservación, sellado y empaque. También serán necesarios equipos para el proceso administrativos.

Los equipos¹⁶ para el manejo y procesamiento de las heliconias son:

- Tijeras de podar y corte
- Podadora de dos manos
- Tijeras eléctricas ECO-PRUNERS para limpieza de bazales
- Basculas digitales para medición de gramos (Precisión 0.1 grs.)
- Calibradores mecánicos y digitales
- Guantes de protección
- Soluciones hidratantes, desinfectantes
- Registradores (loggers) de temperatura y humedad
- Cortadoras de tallos – guillotinas
- Capuchones plásticos
- Bandas de caucho
- Hilo caucho
- Dispensadores de etiquetas automáticos
- Zunchadoras automáticas
- Grapadoras
- Mesa metálica
- Carreta transportadora
- Cuarto frio de 6m X 5.20 X 3.10
- Manguera expandible X hose 30 mts

¹⁶Equipos necesarios para el procesamiento de las heliconias. Extraído el 24 Agosto 2014 [VERSIÓN ELECTRÓNICA], www.FlowerFarmDepot.com.

Los muebles y enseres para el proceso administrativo son:

- 4 Computadores
- 2 Programas contables
- 2 Fax
- 5 Teléfonos
- 4 Archivadores
- 4 Escritorios
- 4 Sillas Ergonómicas

La tabla con los costos de cada uno de los activos fijos mencionados anteriormente se encuentran como Anexo III.

4.5 Estudio De La Mano De Obra

Son todas aquellas personas involucradas directamente con la exportación.

Dentro del proceso productivo de la C.I. intervienen una serie de procesos para la revisión y empaque del producto que será comercializado, para la revisión y comercialización es el siguiente:

- Operarios: 3
- Jefe de Operaciones: 1

4.5.1 Tipo De Operarios

CARGO	Salario	Año
JEFE DE OPERACIONES	600.000	7.200.000
3 OPERARIOS	924.000	11.088.000

4.5.2 Especificación Para El Proceso De Contratación

El proceso de contratación de la empresa se realizará a los operarios y a la secretaria, los cuales pueden renovarse o terminar definitivamente.

El jefe de operaciones es el encargado de orientar y controlar todo el proceso dentro de la planta desde que llegan las Heliconias hasta que son empacadas para su exportación. Esta persona se contará con un salario de \$ 600.000 Pesos.

Los operarios y el jefe de operaciones trabajaran medio tiempo, un total aproximado de 144 horas al mes. Por otra parte, la secretaria que es la persona encargada del manejo de la documentación de entrada y salida de heliconias con un salario de 700.000 pesos.

4.5.3 Costos De Transporte Y Exportación

Costos De Transporte Nacional

El transporte desde los proveedores hasta la comercializadora internacional y desde la comercializadora internacional hacia el aeropuerto de Cali será por medio de la empresa Rentafrio SAS, una organización con más de 15 años de experiencia dedicada a prestar



servicios de almacenamiento y transporte en frío de productos perecederos, que cuenta con vehículos especializados Chevrolet NPR con TermoKing lo que permite tener una temperatura controlada y el producto pueda llegar sin alteraciones a las instalaciones de la empresa para posteriormente ser llevado hasta las bodegas acondicionadas en el aeropuerto Internacional Alfonso Bonilla Aragón. Estos vehículos permiten transportar máximo 4000 Kg por viaje y tienen una disponibilidad de 24 horas al día según lo requiera la comercializadora.

Valor por trayecto de Proveedores-instalaciones de la empresa 1 caja de 12 unidades tiene un valor promedio de \$ 300 Pesos.

Valor por trayecto seleccionado Pereira-Aeropuerto de Cali para 1 caja de 12 unidades tiene un valor promedio de \$ 400Pesos.

Costo Del Transporte Internacional



Cuando el total del producto a exportar se encuentre legalizado con todos los trámites aduaneros y arancelarios elaborados y aprobados, la empresa AviancaCargo es la responsable de conservar el producto en el aeropuerto

para posteriormente transportarlo vía aérea hasta la ciudad de Miami en el estado de Florida EE.UU. AviancaCargo actualmente opera como filial de Avianca, bajo la marca comercial Avianca Cargo, cuenta con aviones A330-200F dedicados exclusivamente para todo tipo carga y posee un acuerdo de código compartido en todas las rutas dónde opera Avianca, principalmente en Colombia y vuelos a Estados Unidos para el uso de las bodegas de sus aviones de pasajeros. La frecuencia de los vuelos directos Cali – Miami es de uno diario con horario de salida 11:19 y llegada a las 15:54¹⁷.

Valor por trayecto seleccionado Cali-Miami para 1 caja de 12 unidades: \$10.300 Pesos.

Costos de los Trámites Aduaneros

Los trámites aduaneros necesarios al momento de realizar embarque en el aeropuerto son los siguientes:

- Trámites aduaneros: Factura Comercial, Lista de Empaque, Registros Sanitarios o Vistos Buenos, Documento (Guía) de Transporte. Valor de la documentación necesaria: \$ 400.000 Pesos.
- Reintegro de divisas: intermediarios financieros autorizados por el Banco de la República tiene un valor de \$80.000 pesos.
- Aranceles: A partir de la entrada en vigencia del TLC con Estados Unidos estos productos pagarán un arancel del 0%.

Almacenamiento y distribución en Miami

Luego de que la mercancía entra a Miami en Estados Unidos, es entregada a SPACE DISTRIBUCION Y ALMACENAJE, SA de CV, una empresa mexicana, conformada por personal altamente profesional, con amplia experiencia en transporte, logística, manejo, almacenaje, resguardo, control de inventarios y distribución de manufacturas y mercancía general. Esta empresa es la encargada del almacenaje, control de inventarios, distribución y otros servicios personalizados que el cliente requiera. De allí en adelante empieza el proceso



¹⁷ Horarios de vuelos disponibles y valor por trayecto seleccionado, Extraído el 26 de Agosto 2014, [VERSIÓN ELECTRÓNICA] <http://www.aviancacargo.com/esp/cus/freight-quote.aspx>

de envío a cada uno de los clientes finalizando con la entrega y confirmación de la venta.

Valor del servicio por 1 caja de 12 Unidades: \$ 1.500 Pesos.

4.6 Estudio De La Bodega

La bodega a alquilar debe contar con las siguientes condiciones:

- Las instalaciones deben estar limpias y ordenadas, para evitar la transmisión de plagas hacia Estados Unidos por medio del producto.
- La instalación de la comercializadora internacional deben contar con áreas específicas y separadas(o permiso del propietario para realizar modificaciones en la Bodega) para las diferentes actividades que se realizan en ellas, a saber: Desembarque, control y registro, selección, empaque, Almacenes y zona de carga.
- La bodega debe de contar con buena iluminación, temperatura, ventilación, que no deben afectar directa o indirectamente la calidad de las heliconias.

4.7 Selección De La Bodega

La bodega que se adecúa a las necesidades de la Comercializadora Internacional es la siguiente:



Área Total: 350 m²

Características de la bodega:

Se encuentra ubicada en la vía que comunica la ciudad de Pereira con el municipio de Cartago, la bodega cuenta con buena circulación de aire e iluminación.

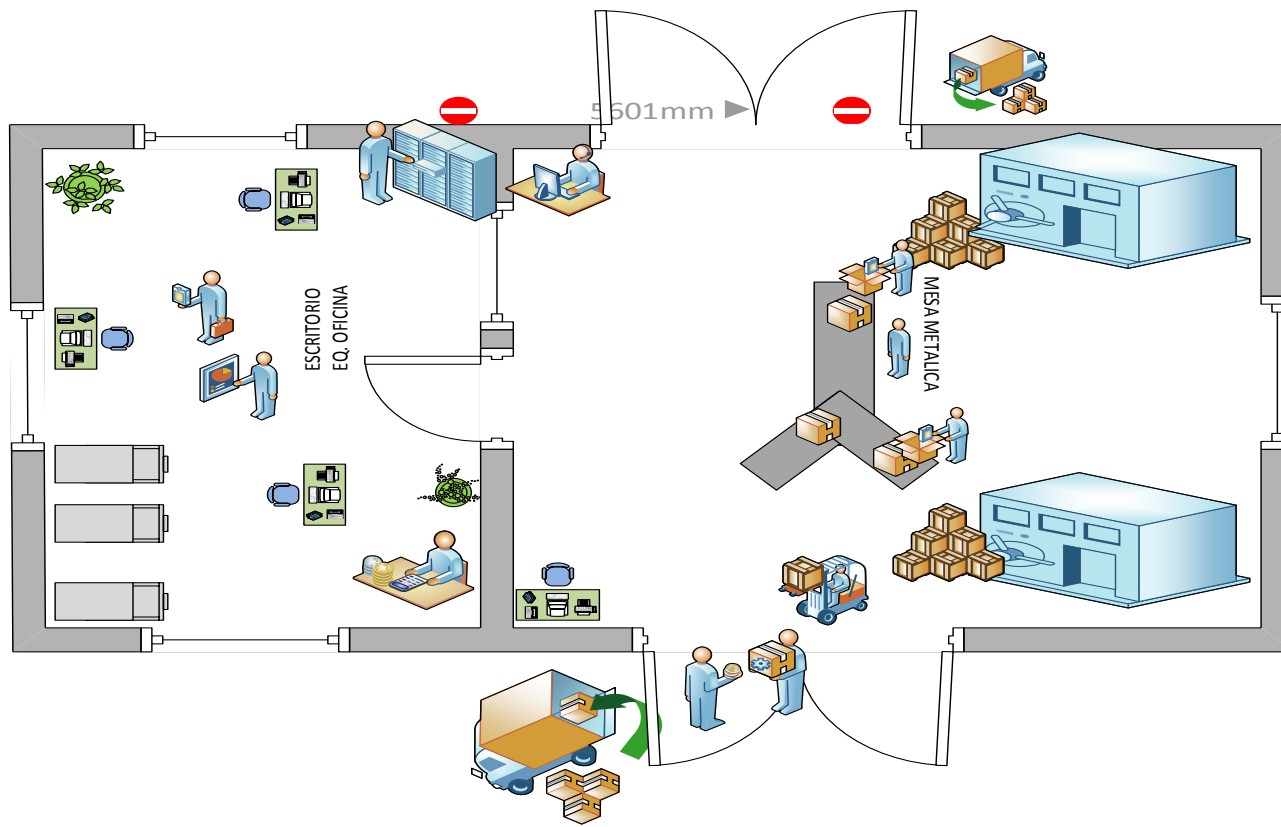
Correo: pdaza@centraldeinversiones.com.co

Código Fincaraiz: 794641

Valor de arrendamiento por mes: \$3.000.000 Pesos.

4.7.1 Estudio De La Planta Física.

A continuación se muestra el plano con la distribución de la planta.



Fuente: Los Autores

El anterior diseño de planta se realizó pensando en evitar la pérdida de tiempo al momento de la realización de las tareas por parte de los empleados, se puede observar:

- 1) Zona de desembarque: llegan las heliconias en los vehículos termo refrigerado donde es recibida por el jefe de operaciones que realiza el control y registro necesario para la entrada de las heliconias, esta información se entrega a la secretaria para que ingrese en la base de datos.
- 2) Un empleado desembarca las heliconias, para llevarlas a la zona de clasificación donde el jefe de operaciones las inspecciona y son pasadas a un operario que es encargado de limpiar y cortar las heliconias de acuerdo a las especificaciones de los clientes.
- 3) Después de estar las heliconias limpias y cortadas se procede a hacer el embalaje y etiquetar cada caja para su respectivo almacenamiento.
- 4) El tercer operario es el encargado de almacenar las heliconias para exportar en el cuarto frío correspondiente.
- 5) Las heliconias que no cumplieron con los estándares de calidad para exportar son llevadas por el tercer operario al cuarto frío correspondiente.
- 6) Una vez completado la revisión y empaque de todas las heliconias, es llevado por los operarios a los vehículos termo refrigerados.
- 7) La distribución de planta de las oficinas se hizo de tal modo que permita una mejor comunicación entre los administrativos de la empresa.

4.8 Cronograma De Inversión

N°	ACTIVIDADES	MESES											
		Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May
1	Estudio de factibilidad	X	X	X	X	X							
2	Tramites y licencias								X				
3	Registro de la empresa									X			
4	Adecuación									X	X	X	
5	Maquinaria y equipos												X
6	Efectivo												X

5. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO

5.1 Tipo De Empresa

El tipo de empresa a constituir es una comercializadora internacional "CI".

5.1.1 Misión

Distribuir heliconias con altos estándares de calidad y lograr ser el producto preferido por los clientes en Estados Unidos.

5.1.2 Visión

Risaralda Heliconias se pretende convertir en la principal comercializadora de heliconias del país, dando a conocer la calidad de las flores de la región.

5.1.3 Principios

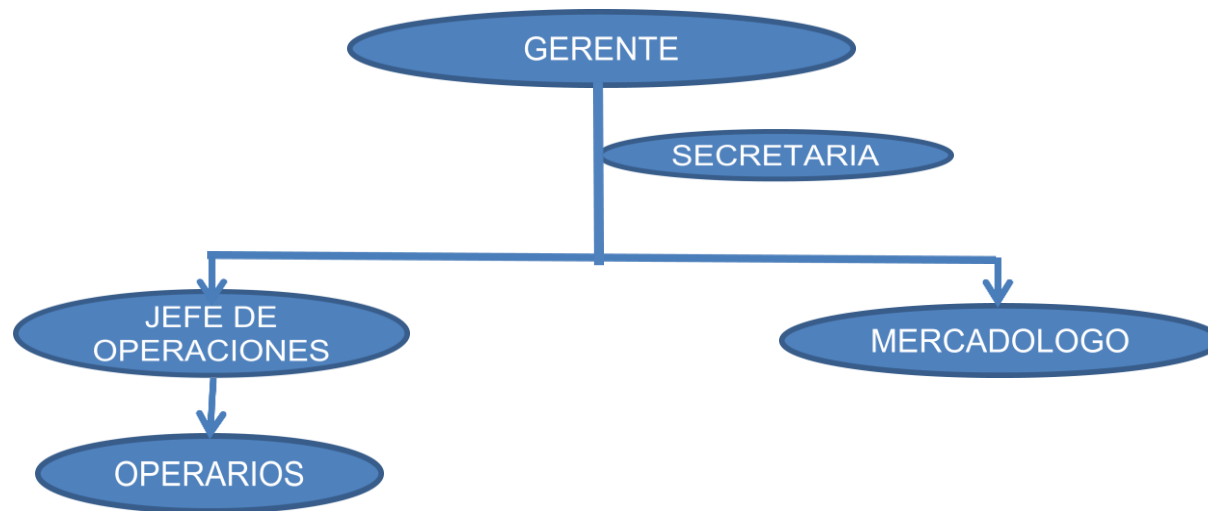
- Excelente Servicio al Cliente.
- Trabajo en Equipo.
- Cuidado del Medio Ambiente.
- Calidad de Vida para los empleados y clientes.
- Profesionalismo.
- Honestidad.

5.1.4 Valores

- Rentabilidad: Generar utilidad a los proveedores e inversionistas.
- Calidad: Brindar siempre el mejor servicio a los clientes.
- Cumplimiento: Entregar la cantidad acordada en el tiempo acordado.
- Trabajos en equipo: Crear sinergia entre los colaboradores de la comercializadora internacional.

5.2 Estructura Organizacional

A continuación se muestra la estructura organizacional de la empresa Risaralda Heliconias.



Fuente: Los Autores

5.3 Aspectos Legales

En este momento el proyecto se rige por la siguiente Resolución 00009¹⁸

Artículo 38-30. Requisitos para obtener la autorización de las Sociedades de

Comercialización Internacional. Las personas jurídicas domiciliadas o representadas legalmente en Colombia, que pretendan ser autorizadas como Sociedades de Comercialización Internacional, deberán cumplir y presentar ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales además de lo señalado en el Artículo 76 del Decreto 2685 de 1999, los siguientes requisitos:

1. Consignar en el Certificado de Existencia y Representación Legal de la Cámara de Comercio, el objeto social principal de que trata el Artículo 40-1 del Decreto 2685 de 1999, además de indicar los sectores económicos respecto de los cuales va a desarrollar su actividad como Sociedad de Comercialización Internacional., sin perjuicio de la actualización en el Registro Único Tributario.
2. Acreditar que al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior a la solicitud, que poseen un patrimonio líquido cuyo valor sea igual o superior a cuatro mil quinientas unidades de valor tributario (4.500 UVT). Este valor se acreditará mediante certificación suscrita por Contador Público o Revisor Fiscal según el caso.

Lo anterior, sin perjuicio de la facultad de revisión que tiene la Administración tributaria de verificar esta información con la registrada en las declaraciones tributarias.

Continuación de la Resolución “Por la cual se adiciona la Resolución 4240 de 2000 y se dictan tras disposiciones.”

3. Estados Financieros Básicos de la persona jurídica solicitante de los dos (2) años anteriores a la radicación de la solicitud, con corte 31 de diciembre y sus notas explicativas debidamente certificados por el Representante Legal y Contador, dictaminados por el Revisor Fiscal, de ser el caso, adjuntando los soportes contables de los activos corrientes y de los activos de mayor valor, certificaciones bancarias de los saldos en cuentas y de los activos líquidos financieros (CDT, bonos, acciones, fiducias, y demás títulos relacionados). Las sociedades creadas en el mismo año de la solicitud, deberán presentar el

¹⁸Requisitos para la constitución de una comercializadora internacional RESOLUCIÓN 00009, Extraída el 26 Agosto del 2014 [VERSIÓN ELECTRÓNICA]
<http://www.dian.gov.co/descargas/normatividad/2013/Resoluciones>

Balance Inicial, adjuntando los soportes contables de los activos que respaldan el patrimonio neto contable.

4. El estudio de mercado que incorpore el plan exportador de la sociedad, el cual deberá contener como mínimo la siguiente información:
 - a. Antecedentes: Presentación de la empresa, relación de las actividades desarrolladas desde su constitución hasta la fecha de la solicitud de autorización como Sociedad de Comercialización Internacional, sucursales, infraestructura (relación de oficinas, plantas, cultivos, señalando la dirección y el tipo de titularidad de cada uno).
 - b. Plan Estratégico: Misión, visión, objetivos y matriz DOFA.
 - c. Productos a exportar: Descripción de los productos, subpartidas arancelarias, trayectoria en el manejo de los mismos (knowhow), capacidad de producción de los bienes a exportar (si es productora), capacidad logística para la comercialización de los bienes, estrategias y canales para su comercialización.
 - d. Mercados objeto de exportación: Relación de los países a los que se efectuarán las exportaciones, indicando para cada uno de ellos: Justificación de la oportunidad del negocio, nombre de los clientes, ubicación de los clientes (teléfono, ciudad y país), análisis del nicho de mercado. La sociedad solicitante deberá anexar comunicación escrita del comprador en el exterior en la que se evidencie que tiene la intención de adquirir los productos objeto de exportación e informar el tipo de filiación societaria con el comprador en el exterior, en caso de que exista.
 - e. Proyección de las exportaciones: Relacionar por el término de tres (3) años indicando para cada uno de ellos la proyección de exportaciones en valor FOB USD, cantidad y tipo de producto a exportar.
 - f. Proveedores: Relación de los proveedores en Colombia que suministran los productos y/o insumos relacionados con las actividades de exportación, indicando para cada proveedor el tipo de productos y/o servicios; especificando si se trata de materia prima, insumos, producto terminado o servicio, acompañada de una certificación comercial original de cada uno de ellos donde se indique: Nombres y apellidos completos o razón social del proveedor, NIT, profesión, oficio o actividad económica, dirección, teléfono, tiempo que llevan de relación comercial, infraestructura y capacidad de producción de los bienes a proveer. En caso de importar insumos requeridos para la producción de los bienes objeto de exportación, deberá relacionarse los nombres de los proveedores en el exterior, indicando para cada uno de ellos la ubicación (ciudad, país y teléfono) e informar el tipo de filiación con el comprador en el exterior en caso de que exista.
 - g. Informe de factibilidad financiera y económica de las actividades a desarrollar por la sociedad solicitante, flujo de caja, estado de fuentes y usos proyectados a tres (3) años.
5. Certificación expedida por el Representante Legal de la Sociedad en la que se compromete a constituir y entregar garantía global de compañía de seguros vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia, en los términos y montos establecidos en el artículo 38-32 de la presente Resolución.

Artículo 76 del Decreto 2685 de 1999¹⁹

Artículo 76. Requisitos generales para obtener inscripción, autorización o habilitación y para su renovación.

Los usuarios o auxiliares de la función aduanera que se encuentren sujetos a inscripción, autorización o habilitación para realizar actividades bajo control aduanero, además de los requisitos especiales señalados en este Decreto, deberán cumplir con los siguientes:

a) Presentación de una solicitud suscrita por la persona natural o por el representante legal de la persona jurídica que pretenda la inscripción, autorización o habilitación; b) Estar domiciliados o representados legalmente en el país; c) Certificado de existencia y representación legal, de la respectiva persona jurídica expedido por la Cámara de Comercio o copia de la norma que acredite la creación de la entidad de derecho público, d) Estados financieros, cuando a ellos hubiere lugar, certificados por revisor fiscal o contador público; e) Comprometerse a constituir y entregar la garantía bancaria o de compañía de seguros en los términos y montos señalados en el presente Decreto o en las normas reglamentarias, cuando así se exija, una vez obtenida la autorización, inscripción o habilitación; f) <Literal modificado por el artículo 12 del Decreto 1232 de 2001. El nuevo texto es el siguiente:> Manifestación bajo la gravedad del juramento de la persona natural o representante legal de la persona jurídica, en el sentido de que ni ella, ni sus representantes o socios, han sido sancionados con cancelación de la autorización para el desarrollo de la actividad de que se trate y en general por violación dolosa a las normas penales, durante los cinco (5) años anteriores a la presentación de la solicitud.

g) Presentar las hojas de vida de la totalidad de los socios, personal directivo y de los empleados que actuarán en calidad de representantes o auxiliares ante las autoridades aduaneras, si fuere del caso y, h) No tener deudas exigibles con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, salvo aquellas sobre las cuales existan acuerdos de pago vigentes.

Los requisitos previstos en los literales f) y g) del presente artículo, no se exigirán para los accionistas, cuando la persona jurídica se encuentre constituida como una sociedad anónima.

5.3.1 Justificación De La Política

Artículo 40-1²⁰. Sociedades de Comercialización internacional. Son aquellas personas jurídicas que tienen por objeto social principal la comercialización y

¹⁹Requisitos generales para obtener inscripción, artículo 76 del decreto 2685. Extraído el 26 Agosto del 2014 [VERSIÓN ELECTRÓNICA]
http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/normatividad/Dec2685_1999.pdf

venta de productos colombianos al exterior, adquiridos en el mercado interno o fabricados por productores socios de las mismas.

En todo caso las demás actividades que desarrolle la empresa deberán estar siempre relacionadas con la ejecución del objeto social principal y la sostenibilidad económica y financiera de la empresa.

Estas sociedades, podrán contemplar entre sus actividades la importación de bienes o insumos para abastecer el mercado interno o para la fabricación de productos exportables y deberán utilizar en su razón social la expresión "Sociedad de Comercialización Internacional" o la sigla "C.I.", una vez hayan sido autorizadas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales y hayan obtenido la correspondiente aprobación y certificación de la garantía ante la mencionada entidad.

5.3.2 Importancia Y Dificultades

5.3.2.1 Importancia De La Comercializadora Internacional

La importancia que tienen en este momento las Comercializadoras Internacionales se debe a la gestión que estas realizan en el campo de las exportaciones, puesto que brindan la oportunidad de agrupar a varios proveedores de un mismo sector y sirven de canal para investigar mercados, buscar nuevas oportunidades de negocios, asesorar en adecuación de productos y exportar como mayoristas en mercados o "nichos" exigentes y puntuales, impulsando de esta manera la cuota de producción nacional para exportación.

Las Comercializadoras Internacionales (C.I.) se convierten en un organismo efectivo por el cual los pequeños industriales convergen para entrar a los mercados mundiales y ser competitivos. El "egoísmo empresarial" ha sido desde hace muchos años el factor que frena el crecimiento de la economía nacional y debido a este fenómeno se puede atribuir la falta de difusión y aprovechamiento de las comercializadoras internacionales.

²⁰Sociedad comercializadora internación, Extraída el 26 Agosto del 2014 [LIBRO],DECRETO 380 DE 2012 Artículo 2, Título 11 del Decreto 2685 de 1999.

5.3.2.2 Dificultades

Las dificultades que presenta la comercializadora internacional son las siguientes:

- Cumplir con la reglamentación adecuada dictaminada en la Resolución 00009 Artículo 38-33. Renovación de garantías.
- Llevar el control adecuado de los trámites aduaneros y registros fitosanitarios para salida de la mercancía.
- controlar los tiempos de revisión y de almacenamiento refrigerado para evitar el daño de los productos.
- Manejar buenos canales de distribución, para coordinar la entrega de los productos en el mercado objetivo.

5.4 Régimen Sancionatorio

- Existencia de acto administrativo o providencia ejecutoria, que imponga a la sociedad inscrita o a su representante legal, sanción por infracciones taca de comercio exterior, durante los cinco últimos años.
- Incumplimiento de las obligaciones de exportación previstas en el art. 3 del decreto 093 de 2003.
- Inexactitud e inconsistencias en la información suministrada para obtener la inscripción en el registro de sociedades de CI.
- Inexactitud o inconsistencias entre los datos consignados en las relaciones mencionadas en los artículos 4 y 5 del decreto 093 de 2003 y los certificados al proveedor que las soporten.
- No desarrollar durante dos (2) años consecutivos, el objeto social principal de la sociedad.
- No presentar durante dos años consecutivos, dentro de los tres meses siguientes del año calendario siguiente y en la forma que se establece, el informa anual de compras y exportaciones.
- Abstenerse de expedir los certificados al proveedor en las operaciones de compra que requieran dicho documento.

5.5 Responsabilidades Y Obligaciones

- **Expedir** el certificado al proveedor **CP** en la forma establecida por la DIAN.
- **Exportar dentro del término legal**, las mercancías sobre las cuales se expidan certificados al proveedor. (6 meses o 1 año)
- Presentar los informes de **compras y exportaciones** dentro del término y la forma que establezca la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (Anual), dentro de los tres (3) primeros meses del año calendario siguiente.
- Presentar a la DIAN la relación de los **certificados al proveedor** dentro del término y la forma que establezca la Dirección de Impuestos Nacionales.(Cuatrimestral)
- Responder por la veracidad y exactitud de los **datos consignados** en los Certificados al Proveedor.
- Utilizar el **código de registro asignado** a la sociedad para adelantar los trámites y refrendar documentos ante la DIAN.
- Asistir a la práctica de las diligencias previamente ordenadas y comunicadas por la DIAN, permitir, facilitar y **colaborar con la práctica de las mismas** y Contar con los **equipos de cómputo y de comunicaciones** que le permitan su conexión con el sistema informático aduanero; así como facilitar la instalación o disposición de los equipos que requiera la DIAN.

5.6 Matriz Dofa

Análisis Interno	Análisis Externo
<p><u>Fortalezas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ♣ Excelente atención al cliente, donde no solo se garantice la venta sino la fidelización del cliente. ♣ Las heliconias provienen de cultivos sanos que garantizan flores de excelente calidad. ♣ Descuentos de lanzamiento al mercado para llamar la atención del cliente. <p style="text-align: center;">Estrategia</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dirigir grandes esfuerzos sobre la satisfacción plena del cliente, lo cual es lo más importante para lograr fidelizarlo. 	<p><u>Oportunidades:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ♣ La empresa cuenta con personal altamente calificado y con gran experiencia en el tema de las heliconias. ♣ Risaralda Heliconias tiene como prioridad garantizarle al cliente la entrega a tiempo del producto. ♣ La empresa trabaja con proveedores que ofrecen materia prima de alta calidad. <p style="text-align: center;">Estrategia</p> <p>Capacitación constante al personal y acompañamiento a las distintas situaciones que se presenten.</p>
<p><u>Debilidades:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ♣ La empresa no cuenta con los elementos tecnológicamente más avanzados para la revisión del producto. ♣ La empresa no cuenta con la infraestructura necesaria para trabajar en mayores proporciones. ♣ Limitado Capital de trabajo. <p style="text-align: center;">Estrategia</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Adquirir nuevos inversionistas para mejorar tanto la tecnología como la infraestructura con el fin de aumentar la efectividad de los procesos. 	<p><u>Amenazas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ♣ La pérdida del poder adquisitivo afecta la compra del producto. ♣ Falta de un sistema de financiación. ♣ Empresas ya posicionadas en el mercado que comercializan productos similares a un precio más bajo. <p style="text-align: center;">Estrategia</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser innovadores y tener planes constantes de contingencia para evitar efectos que puedan perjudicar el posicionamiento de la empresa.

Fuente: Los Autores

5.7 Costo Administrativo

Los costos son los requisitos legales para que la Comercializadora Internacional "Risaralda Heliconias" pueda funcionar.

INVERSIONES DIFERIDAS		
N°	Descripción	Costos
1	Certificado de Existencia y Representación Legal	\$ 380.000
144	Nombres y apellidos completos o razón social del proveedor, NIT, profesión, oficio o actividad económica, dirección, teléfono, tiempo que llevan de relación comercial, infraestructura y capacidad de producción de los bienes a proveer.	\$ 576.000
1	Soportes contables de los activos que respaldan el patrimonio neto contable.	\$ 120.000
1	Estudio de mercado que incorpore el plan exportador de la sociedad	\$ 2.300.000
<u>TOTAL</u>		<u>\$ 3.376.000</u>

Fuente: Los Autores

Restricciones legales:

Estas describen los pagos correspondientes que se deben hacer a todos los empleados de la Comercializadora Internacional "Risaralda Heliconias" los cuales son exigidos por el estado colombiano para las empresas.

CARGO	Salario	Subsidio de transporte	Total devengado
SECRETARIA	700.000	72.000	772.000
MERCADOLOGO	1.200.000	72.000	1.272.000
JEFE DE OPERACIONES	600.000	72.000	672.000
3 OPERARIOS	924.000	216.000	1.140.000
GERENTE	1.600.000		1.600.000
TOTAL	5.024.000	432.000	5.456.000

Fuente: Los Autores

Deducciones

En cumplimiento con la ley debe afiliar a sus trabajadores a la Entidad Promotora de Salud y al Fondo de Pensiones sea privado u oficial que cada empleado escoja de acuerdo a lo estipula la ley 100 de 1993 de Seguridad Social.

Así mismo con las cargas prestacionales al igual que los trabajadores en el deber de aceptar las deducciones presentadas por salud y pensión como lo estipula la ley 100.

Cargo	Salud (4%)	Aporte Pensión (4%)	Total (\$)
SECRETARIA	28.000	28.000	56.000
MERCADOLOGO	48.000	48.000	96.000
JEFE DE OPERACIONES	24.000	24.000	48.000
3 OPERARIOS	36.960	36.960	73.920
GERENTE	64.000	64.000	128.000
TOTAL	200.960	200.960	401.920

Fuente: Los Autores

Aportes mensuales por parte del empleador (\$)	
Cargo	Aporte pensión (12%)
SECRETARIA	84.000
MERCADOLOGO	144.000
JEFE DE OPERACIONES	72.000
3 OPERARIOS	110.880
GERENTE	192.000
TOTAL	602.880

Fuente: Los Autores

Prestaciones sociales:

- **Cesantías:** Son el 1/12 del total devengado mensual, estas son consignadas mensual o anualmente en el Fondo de Pensiones escogido con anterioridad por el trabajador.
- **Interés a las cesantías:** Es el 1% mensual del total de las cesantías, o es el 12% anual.
- **Prima de servicios:** Es el 1/12 del total devengado mensualmente, se cancela una en el mes de junio y la otra en el mes de diciembre.

- **Vacaciones:** Es el 1/24 del salario sin auxilio de transporte, se cancelan cuando se inician las vacaciones con 15 días hábiles por haber laborado un año en la empresa.

Prestaciones sociales (\$)					
Cargo	Cesantías	Interés a la Cesantía Acumulable (\$)	Prima de Servicios	Vacaciones	total
SECRETARIA	58.333	7.000	58.333	29.167	152.833
MERCADOLOGO	100.000	12.000	100.000	50.000	262.000
JEFE DE OPERACIONES	50.000	6.000	50.000	25.000	131.000
3 OPERARIOS	77.000	9.240	77.000	38.500	201.740
GERENTE	133.333	16.000	133.333	66.667	349.333
TOTAL	418.667	50.240	418.667	209.333	1.096.907

Fuente: Los Autores

Aportes Parafiscales


- 3% ICBF
- 2% SENA
- 4% CAJAS

Deducciones fiscales (\$)				
Total Salario	Sena	Caja de Compensación Familiar	ICBF	Total
SECRETARIA	14.000	28.000	21.000	63.000
MERCADOLOGO	24.000	48.000	36.000	108.000
JEFE DE OPERACIONES	12.000	24.000	18.000	54.000
3 OPERARIOS	18.480	36.960	27.720	83.160
GERENTE	32.000	64.000	48.000	144.000
TOTAL	100.480	200.960	150.720	452.160


Fuente: Los Autores

5.8 Manuales


5.8.1 Manual De Procesos Y Procedimientos

	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	CODIGO:
		VERSION:
	AREA COMERCIAL	FECHA: Septiembre del 2014
		Pág. 1 de X
1. IDENTIFICACION DEL PROCESO		
1.1 NOMBRE DEL PROCESO Compras ventas y servicio al cliente.		
1.2 RESPONSABLE Gerente, Mercadólogo, Secretaria.		
1.3 OBJETIVO Satisfacer las necesidades de comunicación y buenas relaciones, tanto a clientes en Estados Unidos como con los proveedores regionales.		
RESULTADOS ESPERADOS Lograr tener buenas relaciones con los clientes y proveedores, para así maximizar las ventas en los Estados Unidos.		
1.4 TIEMPO TOTAL EMPLEADO 8 horas al día.		
OBSERVACIONES:		

	PROCEDIMIENTO DE MERCADEO	CODIGO:			
		VERSION:			
		FECHA: Septiembre del 2014			
		Pág. 1 de X			
No.	ACTIVIDADES	FRECUENCIA			
		D	S	M	O
1.	Contestar el teléfono para dar información de pedidos pendientes de los clientes.	x			
2.	Realizar trámites aduaneros para enviar los productos a Estados Unidos.		X		
3.	Reportes de imprevistos	x			
4.	Reporte de documentos fitosanitarios	x			
5.	Diagnóstico de políticas internacionales			x	
6.	Hacer conexiones con nuevos clientes y proveedores		X		

	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	CODIGO:
		VERSION:
	AREA ADMINISTRATIVA	FECHA: Septiembre del 2014
		Pág. 1 de X
<p>1. IDENTIFICACION DEL PROCESO</p> <p>1.1 NOMBRE DEL PROCESO Gerencia del Proyecto</p> <p>1.2 RESPONSABLE Gerente</p> <p>1.3 OBJETIVO Organizar los recursos, desarrollar el plan del proyecto, dirigir las tareas y supervisar el estado del presupuesto e inversiones.</p> <p>1.4 RESULTADOS ESPERADOS Finalizar con éxito cada una de las etapas del proyecto y a tiempo, dentro del presupuesto y con la satisfacción del cliente y los proveedores.</p> <p>1.5 TIEMPO TOTAL EMPLEADO 8 horas al día.</p> <p>OBSERVACIONES:</p>		

	PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO	CODIGO:			
		VERSION:			
		FECHA: Septiembre del 2014			
		Pág. 1 de X			
No.	ACTIVIDADES	FRECUENCIA			
		D	S	M	O
1.	Fijar un presupuesto con los costos estimados de recursos, personal, proveedores y materiales.			x	
2.	Anticipar cualquier descarrilamiento de los resultados del proyecto que pudiera comprometer la terminación oportuna del mismo		x		
3.	Medir la satisfacción del cliente con encuestas de satisfacción sobre la percepción de la aplicación y los resultados del proyecto			x	

 <p>Risaralda Heliconias</p>	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	CODIGO:
		VERSION:
	AREA DE OPERACIONES	FECHA: Septiembre del 2014
		Pág. 1 de X

1. IDENTIFICACION DEL PROCESO

1.1 NOMBRE DEL PROCESO

Operación del producto

1.2 RESPONSABLE

Jefe de Operaciones

1.3 OBJETIVO

Administrar los programas de ingeniería, supervisar y cotizar cambios, identificar ahorros de costo o mejora continua en el proceso.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS

Fomentar la productividad y la seguridad de los operarios.


Dentro de la comercializadora internacional.


1.5 TIEMPO TOTAL EMPLEADO


4 horas al día.

OBSERVACIONES:


	PROCEDIMIENTO DE OPERACIONES	CODIGO:			
		VERSION:			
		FECHA: Septiembre del 2014			
		Pág. 1 de X			
No.	ACTIVIDADES	FRECUENCIA			
		D	S	M	O
1.	Supervisar las líneas de trabajo durante todo el proceso.	x			
2.	Estar a cargo del correcto funcionamiento y que se cumpla el plan de trabajo establecido.	x			
3.	Revisar el desempeño del personal así como el de la maquinaria y equipo de trabajo	x			
4.	Administración de los programas de ingeniería del proceso, supervisar y cotizar cambios, identificación de ahorros de costo o mejora continua.		x		


	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	CODIGO:
		VERSION:
	AREA NOMINA	FECHA: Septiembre del 2014
		Pág. 1 de X
1. IDENTIFICACION DEL PROCESO		
1.1 NOMBRE DEL PROCESO Pago al personal		
1.2 RESPONSABLE Gerente, Secretaria		
1.3 OBJETIVO Diseñar y procesar toda la información necesaria sobre los recursos humanos, para realizar los pagos y deducciones correspondientes al personal.		
1.4 RESULTADOS ESPERADOS Asegurar que las remuneraciones les sean pagadas oportunamente, en tiempo y forma con base en la Ley y contratos colectivos vigentes.		
1.5 TIEMPO TOTAL EMPLEADO 2 horas al día.		
OBSERVACIONES:		

	PROCEDIMIENTO DE PAGO DE NOMINA	CODIGO:			
		VERSION:			
		FECHA: Septiembre del 2014			
		Pág. 1 de X			
No.	ACTIVIDADES	FRECUENCIA			
		D	S	M	O
1.	Realizar nivelación salarial.				X
2.	Realizar pagos a trabajadores.			X	
3.	Realizar pagos de incapacidades.				X
4.	Procurar en todo momento la agilización de los trámites correspondientes para brindar un servicio de calidad.				X


	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	CODIGO:
		VERSION:
	AREA CONTROL DE LA CALIDAD	FECHA: Septiembre del 2014
		Pág. 1 de X
1. IDENTIFICACION DEL PROCESO		
1.1 NOMBRE DEL PROCESO Control de la calidad de las heliconias		
1.2 RESPONSABLE Jefe de Operaciones		
1.3 OBJETIVO Realizar una adecuada inspección de las heliconias que entran a la comercializadora internacional.		
RESULTADOS ESPERADOS Dar a conocer por los productos de buena calidad, certificar de qué se exporta con los más estrictos estándares de calidad.		
1.4 TIEMPO TOTAL EMPLEADO 4 horas al día.		
OBSERVACIONES:		

 <p>Risaralda Heliconias</p>	PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE LA CALIDAD	CODIGO:			
		VERSION:			
		FECHA: Septiembre del 2014			
		Pág. 1 de X			
No.	ACTIVIDADES	FRECUENCIA			
		D	S	M	O
1.	Realizar inspección de las heliconias entrantes				X
2.	Realizar medición de las heliconias que cumplan con los estándares de calidad			X	
3.	Enviar registros de número de defectuosas.				X

	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	CODIGO:
		VERSION:
	AREA CONTABLE Y FINANCIERA	FECHA: Septiembre del 2014
		Pág. 1 de X
<p>1. IDENTIFICACION DEL PROCESO</p> <p>1.1 NOMBRE DEL PROCESO Realizar el debido diagnostico contable de la empresa.</p> <p>1.2 RESPONSABLE Gerente</p> <p>1.3 OBJETIVO Instrumentar y operar las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la exactitud y seguridad en la captación y registro de las operaciones financieras, presupuestales y de consecución de metas.</p> <p>RESULTADOS ESPERADOS Suministrar información que coadyuve a la toma de decisiones, a promover la eficiencia y eficacia del control de gestión, a la evaluación de las actividades y facilite la fiscalización de sus operaciones</p> <p>1.4 TIEMPO TOTAL EMPLEADO 2 horas al día.</p> <p>OBSERVACIONES:</p>		


	PROCEDIMIENTO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS	CODIGO:
		VERSION:
		FECHA: Septiembre del 2014
		Pág. 1 de X

No.	ACTIVIDADES	FRECUENCIA			
		D	S	M	O
1.	Fiscalizar el manejo de los activos, pasivos, ingresos, costos, gastos, avance en la ejecución de programas.			x	
2.	Análisis de indicadores financieros.			x	
3.	Análisis de costo de transporte y aranceles.		x		
4.	Elaborar, analizar y consolidar los Estados Financieros.			x	
5.	Depurar permanentemente los registros contables y presupuestales.	x			
6.	Realizar reportes contables para presentar ante la DIAN.			x	

	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	CODIGO:
		VERSION:
	AREA SECRETARIA	FECHA: Septiembre del 2013
		Pág. 1 de X
1. IDENTIFICACION DEL PROCESO		
1.1 NOMBRE DEL PROCESO Administración de la información		
1.2 RESPONSABLE Secretaria		
1.3 OBJETIVO Ejecutar las labores secretariales de la dependencia asignada.		
RESULTADOS ESPERADOS Preparar, tramitar, y controlar la documentación generada en la gerencia general.		
1.4 TIEMPO TOTAL EMPLEADO 8 horas al día.		
OBSERVACIONES:		

	PROCEDIMIENTO DE LA SECRETARIA	CODIGO:			
		VERSION:			
		FECHA: Septiembre del 2013			
		Pág. 1 de X			
No.	ACTIVIDADES	FRECUENCIA			
		D	S	M	O
1.	Confección de cartas, escritos, informes, contratos, acuerdos, actas, informes, facturas, y documentos en general.	x			
2.	Llevar el control de la agenda del gerente de área.	x			
3.	Atender a proveedores y entregar las órdenes de compra.	x			
4.	Evacuar las consultas que estén a su alcance.	x			

5.8.2 Manual De Funciones.

	MANUAL DE FUNCIONES	CODIGO:
		VERSION:
	AREA GERENCIAL	FECHA: Agosto del 2013
Pág. 1 de X		
1. IDENTIFICACION DEL CARGO		
<p> 1.1 DENOMINACION DEL CARGO: Gerente General 1.2 CARGO AL CUAL REPORTA: Ninguno 1.3 CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN: Mercadólogo, Jefe de Operaciones, Secretaria 1.4 NUMERO DE CARGOS CON LA MISMA DENOMINACION DENTRO DEL AREA: Ninguno </p>		
2. DESCRIPCION DEL CARGO		
<p> 2.1 OBJETIVO Planear, organizar, dirigir y controlar todas las actividades de la comercializadora internacional, y realizar el seguimiento que se requiera sobre las diferentes áreas. </p> <p> 2.2 FUNCIONES DEL CARGO </p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparar y presentar el presupuesto anual de la comercializadora internacional y los programas de inversiones necesarias para cumplir con los objetivos a mediano plazo. • Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de las diferentes áreas. • Planear y desarrollar metas a corto, mediano y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los socios. • Coordinar junto con el administrador para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente. 		

- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, socios y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

3. REQUISITOS DEL CARGO

3.1 CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIA

EDUCACION	Ingeniero Industrial o carreras afines.
EXPERIENCIA	Mínimo dos años como gerente.

3.2 COMPETENCIAS

HABILIDAD	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Fluidez verbal	X		
Fluidez escrita	x		
Capacidad analítica	X		
Toma de decisiones	X		
Liderazgo y manejo de personal	x		
Capacidad numérica	x		


RASGOS DE PERSONALIDAD	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Compromiso y motivación hacia los resultados	X		
Organización	X		

Adaptación a cambios del entorno y la organización	X		
Trabajo en equipo	X		
Actitud de servicio al cliente	X		
Excelentes relaciones interpersonales	X		

ESFUERZO	NIVEL REQUERIDO
MENTAL	Alto en toma de decisiones y relaciones interpersonales
VISUAL	Medio por la naturaleza de su cargo
FÍSICO	Medio por la naturaleza de su cargo

4. CONDICIONES DE TRABAJO

ILUMINACIÓN	Adecuado
RUIDO	Bajo
ESPACIO	Adecuado
TEMPERATURA	Baja
RIESGOS	Estrés laboral de acuerdo a la labor que desempeña

	MANUAL DE FUNCIONES	CODIGO:
		VERSION:
	AREA ADMINISTRATIVA	FECHA: Septiembre del 2013
		Pág. 1 de X
1. IDENTIFICACION DEL CARGO		
<p>1.1 DENOMINACION DEL CARGO: Mercadólogo 1.2 CARGO AL CUAL REPORTA: Gerente General 1.3 CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN: Secretaria 1.4 NUMERO DE CARGOS CON LA MISMA DENOMINACION DENTRO DEL AREA: Ninguno</p>		
2. DESCRIPCION DEL CARGO		
<p>2.1 OBJETIVO</p> <p>Controlar las actividades de administración de la comercializadora internacional, interpretando las herramientas contables junto con el Gerente General, como también manejando todo el recurso humano disponible con el que cuenta la comercializadora.</p>		
<p>2.2 FUNCIONES DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisa y verifica los movimientos y registros contables, estados de cuentas, conciliaciones bancarias, cierres de cuentas y balances de comprobación. • Lleva registro y control administrativo del presupuesto asignado a la unidad. • Elabora y analiza cuadros relacionados con el movimiento y gastos administrativos. • Lleva el control de las cuentas por cobrar y pagar. • Elabora y mantiene actualizada la ejecución presupuestaria de la comercializadora. • Emite y firma cheques, conjuntamente con el Gerente. • Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier 		

anomalía.

- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.
- Controla todas las actividades del personal.

3. REQUISITOS DEL CARGO

3.1 CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIA

EDUCACION	Técnico Superior o licenciado en Administración Comercial o el equivalente.
EXPERIENCIA	Tres años de en el área de administración de bienes y recursos.

3.2 COMPETENCIAS


HABILIDAD	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Fluidez verbal	X		
Fluidez escrita	x		
Capacidad analítica	X		
Toma de decisiones	X		
Liderazgo y manejo de personal	x		
Dominio del ingles	x		

RASGOS DE PERSONALIDAD	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Compromiso y motivación hacia los resultados	X		
Organización	X		
Adaptación a cambios del entorno y la organización	X		
Trabajo en equipo	X		
Actitud de servicio al cliente	X		
Relaciones interpersonales	X		

ESFUERZO	NIVEL REQUERIDO
MENTAL	Alto por la cantidad de documentos que maneja
VISUAL	Medio por la naturaleza de su cargo
FÍSICO	Medio por la naturaleza de su cargo

4. CONDICIONES DE TRABAJO

ILUMINACIÓN	Adecuado
RUIDO	Bajo
ESPACIO	Adecuado
TEMPERATURA	Baja
RIESGOS	Estrés laboral de acuerdo a la labor que desempeña

	MANUAL DE FUNCIONES	CODIGO:
		VERSION:
	AREA ADMINISTRATIVA	FECHA: Noviembre de 2012
		Pág. 1 de X
1. IDENTIFICACION DEL CARGO		
1.1 DENOMINACION DEL CARGO: Secretaria 1.2 CARGO AL CUAL REPORTA: Administrador 1.3 CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN: Ninguno 1.4 NUMERO DE CARGOS CON LA MISMA DENOMINACION DENTRO DEL AREA: Ninguno		
2. DESCRIPCION DEL CARGO		
2.1 OBJETIVO Satisfacer las necesidades de comunicación de los clientes internos regionales y en Estados Unidos, operando una central telefónica pequeña, atendiendo a los proveedores y clientes en sus requerimientos de información, ejecutando y controlando la recepción y despacho de la correspondencia, para servir de apoyo a las actividades administrativas de Risaralda Heliconias.		
2.2 FUNCIONES DEL CARGO <ul style="list-style-type: none"> • Recibir a los clientes y proveedores. • Dar información general de Risaralda heliconias. • Hace el registro de entrada de las heliconias. • Realizar el formato de entrada de las heliconias. • Lleva el control de entrada ordenada de la cantidad entrada. 		

3. REQUISITOS DEL CARGO

3.1 CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIA


EDUCACION	Estudios secundarios
EXPERIENCIA	Mínimo un año en cargos similares

3.2 COMPETENCIAS

HABILIDAD	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Fluidez verbal	X		
Fluidez escrita	x		
Capacidad analítica		X	
Toma de decisiones		X	
Liderazgo y manejo de personal		X	
Dominio del ingles	x		
RASGOS DE PERSONALIDAD	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Compromiso y motivación hacia los resultados		X	
Organización	X		
Adaptación a cambios del entorno y la organización		X	
Trabajo en equipo	X		
Actitud de servicio al cliente	X		
Relaciones interpersonales	X		

ESFUERZO	NIVEL REQUERIDO
MENTAL	Medio por la naturaleza de su cargo
VISUAL	Medio por la naturaleza de su cargo
FÍSICO	Medio por la naturaleza de su cargo

4. CONDICIONES DE TRABAJO	
ILUMINACIÓN	Adecuado
RUIDO	Bajo
ESPACIO	Adecuado
TEMPERATURA	Baja
RIESGOS	Estrés laboral de acuerdo a la labor que desempeña

	MANUAL DE FUNCIONES	CODIGO:
		VERSION:
	AREA OPERATIVA	FECHA: Septiembre de 2014
Pág. 1 de X		
1. IDENTIFICACION DEL CARGO		
<p> 1.5 DENOMINACION DEL CARGO: Jefe de Operaciones 1.6 CARGO AL CUAL REPORTA: Gerente 1.7 CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN: Operarios 1.8 NUMERO DE CARGOS CON LA MISMA DENOMINACION DENTRO DEL AREA: Ninguno </p>		
2. DESCRIPCION DEL CARGO		
<p> 2.1 OBJETIVO </p> <p> Planificar, dirigir y coordinar las actividades de revisión, empaque, almacenamiento y transporte de las heliconias, diseñando planes a corto, medio y largo plazo. Gestionar los recursos disponibles, determinando los procedimientos y los niveles de calidad para garantizar un producto competitivo. </p> <p> 2.2 FUNCIONES DEL CARGO </p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar y dirigir los planes de control y empaque, política de compras y logística de las heliconias. • Planificar la operación según las especificaciones de materiales, procesos, plazos, instalación etc. 		

3. REQUISITOS DEL CARGO

3.1 CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIA

EDUCACION	Profesional en Ingeniería Industrial o Ingeniería de Procesos.
EXPERIENCIA	Mínimo un año en cargos similares.


3.2 COMPETENCIAS

HABILIDAD	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Fluidez verbal	X		
Fluidez escrita		X	
Capacidad analítica	X		
Toma de decisiones	X		
Liderazgo y manejo de personal	X		
Capacidad numérica	X		
RASGOS DE PERSONALIDAD	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Compromiso y motivación hacia los resultados	X		
Organización	X		
Adaptación a cambios del entorno y la organización		X	
Trabajo en equipo	X		
Actitud de servicio al cliente			X
Relaciones interpersonales	X		

ESFUERZO	NIVEL REQUERIDO
MENTAL	Alto por la naturaleza de su cargo
VISUAL	Medio por la naturaleza de su cargo
FÍSICO	Medio por la naturaleza de su cargo

4. CONDICIONES DE TRABAJO

ILUMINACIÓN	Adecuado
RUIDO	Alto
ESPACIO	Adecuado
TEMPERATURA	Baja
RIESGOS	Estrés laboral de acuerdo a la labor que desempeña

	MANUAL DE FUNCIONES	CODIGO:
		VERSION:
	AREA OPERATIVA	FECHA: Septiembre de 2014
		Pág. 1 de X
2. IDENTIFICACION DEL CARGO		
<p>4.1 DENOMINACION DEL CARGO: Operario 4.2 CARGO AL CUAL REPORTA: Jefe de Operaciones 4.3 CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN: Ninguna 4.4 NUMERO DE CARGOS CON LA MISMA DENOMINACION DENTRO DEL AREA: 3</p>		
5. DESCRIPCION DEL CARGO		
<p>5.1 OBJETIVO</p> <p>Manipular la materia prima y operar las distintas máquinas y herramientas necesarias para el proceso de acuerdo a las indicaciones del jefe de operaciones.</p> <p>5.2 FUNCIONES DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejar y velar la adecuada utilización de la maquinaria a su cargo • Recibir e inventariar los materiales y elementos que ingresen al almacén. • Velar por el cuidado y buen uso de las instalaciones y elementos • Mantener buenas relaciones interpersonales para con todos los miembros de la empresa. • Informar oportunamente sobre las anomalías que se presenten al jefe inmediato. 		

6. REQUISITOS DEL CARGO

3.1 CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIA

EDUCACION	Bachiller
EXPERIENCIA	Mínimo seis meses en cargos similares

3.2 COMPETENCIAS

HABILIDAD	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Fluidez verbal			X
Fluidez escrita			X
Capacidad analítica			X
Toma de decisiones			X
Liderazgo y manejo de personal			X
Capacidad numérica			X
RASGOS DE PERSONALIDAD	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Compromiso y motivación hacia los resultados		X	
Organización		X	
Adaptación a cambios del entorno y la organización		X	
Trabajo en equipo	X		
Actitud de servicio al cliente			X
Relaciones interpersonales	X		

ESFUERZO	NIVEL REQUERIDO
MENTAL	Bajo por la naturaleza de su cargo
VISUAL	Alto por la naturaleza de su cargo
FÍSICO	Alto por la naturaleza de su cargo

7. CONDICIONES DE TRABAJO

ILUMINACIÓN	Adecuado
RUIDO	Alto
ESPACIO	Adecuado
TEMPERATURA	Baja
RIESGOS	Estrés laboral de acuerdo a la labor que desempeña

6. ESTUDIO DE INVERSION Y FINANCIAMIENTO

En esta parte del proyecto se cuantifica y se hace referencia a las necesidades de recursos del proyecto para su operación y funcionamiento y también se establecen las fuentes de recursos.

6.1 Estudio De Inversiones

Las inversiones son los recursos, monetarios o materiales, necesarios para implementar el proyecto “Risaralda Heliconias”, por lo tanto cuando se habla de la inversión en un proyecto, se hace referencia a la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la realización del mismo.

Antes de emprender el tema, se incluyen algunos conceptos como:

- **Horizonte de Planeación:** Es un periodo de tiempo desde que surge la idea del proyecto durante el cual se formula, implementa y opera el proyecto comprende los periodos de:
- **Periodo Pre Operativo:** Comprende el periodo de tiempo que transcurre desde la identificación hasta cuando el proyecto esta implementado: en este tiempo se elabora el estudio de factibilidad, elaboración de registros fitosanitarios y los demás estudios correspondientes a la legalización de la empresa así como los trámites y permisos necesarios para la implementación, se ha propuesto un año.
- **Periodo operativo:** Comprende el lapso de tiempo desde la puesta en marcha hasta su posible liquidación. Durante dicho periodo la empresa comercializa las flores objeto del proyecto se ha propuesto cinco años desde el año 2 hasta el año 6.
- **Periodo liquidación:** Es un corte en el tiempo dentro del periodo de operación para evaluar el proyecto.
- **Precio en el proyecto:** Con el fin de tener una valoración que garantice los valores reales en cada uno de los componentes de inversiones y costos, se seleccionó la metodología de los precios corrientes del año 2014, año en el cual se realizaron los estudios.

6.1.1 Clases de Inversiones

Las inversiones se clasifican en:

✓ **Inversiones Fijas**

Están representadas por los activos fijos necesarios para el funcionamiento de Risaralda Heliconias.

✓ **Inversiones Diferidas**

Representa todos los gastos por concepto de estudios, tramites, permisos y licencias, gastos financieros, intereses e imprevistos que serán realizados en del periodo pre-operativo.

✓ **Capital de trabajo**

Es una previsión establecida en el periodo pre operativo, con el fin de garantizar el comienzo de la operación del proyecto, busca cubrir parte de los costos de comercialización y funcionamiento de la comercializadora internacional hasta que se generen ingresos por concepto de la venta de heliconias.

6.1.2 Descripción del tipo de inversiones

Inversiones Fijas: Para la operación del proyecto se requiere: 6 mesas metalizas de acero inoxidable, 2 cuartos fríos para el almacenamiento de las heliconias, 1 montacargas, herramientas para medir, tijeras de corte, zunchadora manual, dispensador de etiquetas automático, manguera expandible x hose 30 mts, entre los muebles y enseres será necesario de: 4 computador, 2 programa de contabilidad, fax, 5 teléfono, 4 escritorio, 4 archivador, 4 sillas ergonómicas, estos elementos son necesarios para la compra, revisión y comercialización de las heliconias.

INVERSIONES FIJAS			
Equipos De Computación y Comunicaciones	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Computador	\$ 2.500.000	4	\$ 10.000.000
Programa De Contabilidad	\$ 500.000	2	\$ 1.000.000
Fax	\$ 250.000	2	\$ 500.000
Teléfono	\$ 80.000	5	\$ 400.000
TOTAL Equipos De Computación	\$ 3.330.000		\$ 11.900.000
Muebles y Enseres			
Escritorio	\$ 350.000	4	\$ 1.400.000
Archivador	\$ 200.000	4	\$ 800.000
Silla Ergonómica	\$ 150.000	4	\$ 600.000
TOTAL Muebles y Enseres	\$ 700.000		\$ 2.800.000
Maquinaria y Equipos			
Mesa metálica	\$ 800.000	6	\$ 4.800.000
Cuarto Frio De 6m X 5.20 X 3.10	\$ 25.000.000	2	\$ 50.000.000
Herramientas para medir	\$ 150.000	1	\$ 150.000
Tijeras de corte	\$ 80.000	2	\$ 160.000
Monta carga hidráulico	\$ 1.200.000	1	\$ 1.200.000
Zunchadora Manual	\$ 330.000	2	\$ 660.000
Registradores de Temperatura y Humedad	\$ 800.000	2	\$ 1.600.000
Dispensador de Etiquetas Automático	\$ 460.000	1	\$ 460.000
Manguera Expandible X Hose 30 mts	\$ 50.000	2	\$ 100.000
Otras Herramientas	\$ 900.000	1	\$ 900.000
TOTAL Maquinaria y Equipos	\$ 29.770.000		\$ 60.030.000
<u>TOTAL DE INVERSION</u>	<u>\$ 33.800.000</u>		<u>\$ 74.730.000</u>

Fuente: Los Autores

Los porcentajes de recuperación fueron calculados de manera individual de acuerdo a la vida útil comercial que puedan tener los artículos, dado que en el comercio colombiano se puede recuperar buena parte de la inversión en la compra de estos activos.

Recuperación Activos Fijos	
Equipos De Computación y Comunicaciones	25%
Muebles y Enseres	30%
Maquinaria y Equipos	40%

Fuente: Los Autores

Inversiones diferidas: El estudio y ejecución del proyecto causa algunos gastos, como: Estudio de factibilidad, gastos de organización y legalización de la empresa, gastos de montaje, gastos de puesta en marcha y otros costos.

INVERSIONES DIFERIDAS (Valores en pesos año 2014)	
Estudio de Factibilidad	8.000.000
Gastos de organización y legalización de la Empresa	3.376.000
Gastos de Montaje	2.500.000
Gastos de puesta en marcha	4.682.233
Otros Costos:	
Servicios Generales	1.400.000
Papelería por un año	2.000.000
Imprevistos 10% de las Inversiones Diferidas	15.259.537
Intereses	10.797.113
*Gastos financieros	2.491.641
INVERSION TOTAL	50.506.525

*Los gastos financieros se tomaron como 3% de la deuda
Fuente: Los Autores

Capital de trabajo: Para garantizar la ejecución del proyecto, se requiere: Efectivo e Inventarios.

CAPITAL DE TRABAJO (Valores en pesos año 2014)	
Efectivo	20.452.000
Inventarios	13.039.051
*Cartera	9.164.590
INVERSION TOTAL	42.655.641

*la cartera se calculo de acuerdo a las políticas de ventas de la empresa que son de 30 días.

Fuente: Los Autores

6.2 Financiamiento

El financiamiento del proyecto consiste determinar las fuentes de recursos que se van a utilizar para conseguir los recursos que permiten financiar el proyecto Risaralda Heliconias; a través del financiamiento se puede establecer la estructura de capital del proyecto, lo cual implica determinar el grado de participación de cada fuente de financiación.

6.2.1 Fuentes de Recursos

Las fuentes de recursos que se van a utilizar se dividen en recursos propios y recursos de crédito, estos son el medio por el cual se obtendrá el monto de la inversión. Para conseguir los recursos se analizarán las alternativas de las fuentes propias y de crédito.

➤ Fuentes de Recursos Propios

Los inversionistas van a contribuir con el 51% del valor total del proyecto \$84.837.449 Pesos, dinero que será utilizado para pago de licencias de la comercializadora internacional y compra de maquinaria.

➤ Fuentes de recursos de crédito

Corresponden a los medios de financiación para cubrir el 49% del dinero faltante equivalente a \$ 83.054.716 pesos, lo cual se hace necesario de la ayuda del banco.

Periodo	Crédito	Amortización Cuota fija capital	Interés	Saldo
1	\$ 83.054.716	0	\$ 10.797.113	\$ 83.054.716
2	\$ 83.054.716	\$ 16.610.943	\$ 10.797.113	\$ 66.443.773
3	\$ 66.443.773	\$ 16.610.943	\$ 8.637.690	\$ 49.832.829
4	\$ 49.832.829	\$ 16.610.943	\$ 6.478.268	\$ 33.221.886
5	\$ 33.221.886	\$ 16.610.943	\$ 4.318.845	\$ 16.610.943
6	\$ 16.610.943	\$ 16.610.943	\$ 2.159.423	-

Fuente: Los Autores

6.3 Presupuesto De La Inversión

El presupuesto de inversiones representa todas las inversiones requeridas para la puesta en marcha y funcionamiento de la empresa, estas inversiones corresponden a las inversiones fijas, diferidas y el capital de Trabajo.

Este tiene como objetivo mostrar las inversiones de Risaralda heliconia, además se convierte en un apoyo para conocer el monto total de la inversión, así como del capital a crédito que requiere para la creación de la empresa.

A continuación se presenta la tabla del presupuesto total de la inversión.

	PRESUPUESTO DE INVERSION	
	INVERSIONES EN 2015	
CONCEPTO	MONTO TOTAL	
INVERSIONES FIJAS	\$	74.730.000
Equipos De Computación y Comunicaciones	\$	11.900.000
Muebles y encerres	\$	2.800.000
Maquinaria y equipos	\$	60.030.000
INVERSIONES DIFERIDAS	\$	50.506.525
Estudio de Factibilidad	\$	8.000.000
Gastos de organización y legalización de la Empresa	\$	3.376.000
Gastos de Montaje	\$	2.500.000
Gastos de puesta en marcha	\$	4.682.233
Otros Costos:		
Servicios Generales	\$	1.400.000
Papelería por un año	\$	2.000.000
Imprevistos 10% de las Inversiones Diferidas	\$	15.259.537
Intereses	\$	10.797.113
Gastos financieros	\$	2.491.641
CAPITAL DE TRABAJO	\$	42.655.641
Efectivo	\$	20.452.000
Inventarios	\$	13.039.051
Cartera	\$	9.164.590
INVERSION TOTAL	\$	167.892.165

Fuente: Los Autores

6.4 Programa De Inversiones

En este punto se distribuyen las inversiones a través del tiempo de acuerdo como se espera que se ejecute el proyecto.

N°	ACTIVIDADES	MESES								
		Oct.	Nov.	Dic.	Ene	Feb.	Mar	Abr.	May	Jun.
1	Estudio de factibilidad	X	X							
2	Organización legal			X	X					
3	Maquinaria y equipo					X	X			
4	Muebles y enseres							X		
5	Montaje								X	
6	Capital de trabajo								X	X

Fuente: Los Autores

FLUJO NETO DE INVERSIONES: Consiste en mostrar el flujo de inversión durante el periodo pre operativo del proyecto.

FLUJO NETO DE INVERSIONES (Valores en pesos año 2014)							
CONCEPTO	Periodo Pre operativo	PERIODO OPERATIVO					Periodo de liquidez
Año	1	2	3	4	5	6	7
Inversiones Fijas	-74.730.000						
Equipos De Computación y Comunicaciones	-11.900.000						2.975.000
Muebles y encerés	-2.800.000						210.000
Maquinaria y equipos	-60.030.000						24.012.000
Inversiones Diferidas	-50.506.525						
Capital de Trabajo	-42.655.641						42.655.641
Inversión Total	-167.892.165						
Recursos de crédito	83.054.716						
Amortización Crédito		-16.610.943	-16.610.943	-16.610.943	-16.610.943	-16.610.943	
Flujo de Inversión Neto	-84.837.450	-16.610.943	-16.610.943	-16.610.943	-16.610.943	-16.610.943	69.852.641

7. PRESUPUESTOS DE INGRESOS Y COSTOS

7.1 Presupuesto De Ingresos Y Costos

En este capítulo del proyecto, se determinan los ingresos provenientes de la comercialización de heliconias según las ventas proyectadas y el programa de ventas establecidas, también se determinan las erogaciones de dinero que serán necesarias a realizar en la operación y funcionamiento durante el periodo de operación.

Ingresos: De acuerdo al programa de ventas se establecen ingresos a partir del 2 año del proyecto.

Costos: Los cuales están causados en el proyecto como son los costos de compra, de transporte y costos de exportación de las heliconias.

Costos Fijos: Los costos fijos son los que cada mes independiente de la comercialización siempre va a generar el mismo costo.

Costos Variables: Son aquellos que a medida que aumenta la comercialización de heliconias aumentan igualmente.

7.1.1 Depreciación de Activos Fijos

La depreciación de activos fijos representa la pérdida de valor que estos sufren durante la vida económica del proyecto.

7.1.2 Método de Depreciación en línea recta

En este método se asume que el activo se desgasta por igual durante cada periodo contable y se calcula dividiendo el costo del activo entre el número de años de vida útil que este posea, como resultado se obtiene el monto de depreciación para cada año de vida del activo.

TABLA DEPRECIACION DE ACTIVOS (Valores en pesos año 2014)								
Activo	Valor	Vida útil año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Computador	10.000.000	5		2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Programa De Contabilidad	1.000.000	5		200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Fax	500.000	5		100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Teléfono	400.000	5		80.000	80.000	80.000	80.000	80.000
Escritorio	1.400.000	10		280.000	280.000	280.000	280.000	280.000
Archivador	800.000	10		160.000	160.000	160.000	160.000	160.000
Silla Ergonómica	600.000	10		120.000	120.000	120.000	120.000	120.000
Mesa metálica	4.800.000	20		960.000	960.000	960.000	960.000	960.000
Cuarto Frio De 6m X 5.20 X 3.10	50.000.000	20		10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Herramientas para medir	150.000	20		30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Tijeras de corte	160.000	20		32.000	32.000	32.000	32.000	32.000
Monta carga hidráulico	1.200.000	20		240.000	240.000	240.000	240.000	240.000
Zunchadora Manual	660.000	20		132.000	132.000	132.000	132.000	132.000
Registadores de Temperatura y Humedad	1.600.000	20		320.000	320.000	320.000	320.000	320.000
Dispensador de Etiquetas Automático	460.000	20		92.000	92.000	92.000	92.000	92.000
Manguera Expandible X Hose 30 mts	100.000	20		20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
Otras Herramientas	900.000	20		180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
TOTAL DE INVERSION	74.730.000			14.946.000	14.946.000	14.946.000	14.946.000	14.946.000

7.2 Presupuesto De Ingresos Y Costos

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS (Valores en pesos año 2014)							
Concepto	1	2	3	4	5	6	7
Ingresos		549.875.394	560.015.477	574.227.779	588.585.258	603.087.270	
Costos		535.905.112	514.388.019	520.372.320	526.442.008	532.596.705	
Costos Fijos		198.784.338	194.669.256	193.054.301	191.447.109	189.847.644	
Depreciación total		14.946.000	14.946.000	14.946.000	14.946.000	14.946.000	
Amortización diferidos		10.101.305	10.101.305	10.101.305	10.101.305	10.101.305	
Intereses		10.797.113	8.637.690	6.478.268	4.318.845	2.159.423	
Arrendamiento		36.000.000	36.000.000	36.000.000	36.000.000	36.000.000	
Nomina administrativa		39.504.000	39.504.000	39.504.000	39.504.000	39.504.000	
Prestaciones administrativos		2.151.947	2.151.947	2.151.947	2.151.947	2.151.947	
Tramites de comercialización		480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	
Gastos de publicidad		34.964.556	34.964.556	34.964.556	34.964.556	34.964.556	
Servicios generales		1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	
Papelería		2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	
Imprevistos		46.439.417	44.483.758	45.028.226	45.580.456	46.140.414	
Costos variables		337.120.774	319.718.763	327.318.018	334.994.899	342.749.060	
Compra de heliconias		156.468.608	136.589.141	140.055.556	143.557.380	147.094.456	
Nomina Operativa		20.280.960	20.280.960	20.280.960	20.280.960	20.280.960	
Costo de transporte y bodega		151.031.475	153.816.600	157.720.221	161.663.716	165.646.910	
Empaque		6.041.259	6.152.664	6.308.809	6.466.549	6.625.876	
Combustibles, aditivos y lubricantes		3.298.472	2.879.398	2.952.473	3.026.294	3.100.858	
UTILIDAD BRUTA		13.970.282	45.627.458	53.855.460	62.143.251	70.490.565	

Fuente: Los Autores

El presupuesto de ingresos y costos resume los gastos causados por la compra revisión y comercialización de heliconias en el mercado de Estados Unidos, asimismo muestra los ingresos generados por la venta del producto y la utilidad bruta arrojada.

7.3 flujo Neto De Operación

El flujo neto de operación se elaboró a partir de la información de ingresos y costos del proyecto, teniendo como ingresos los provenientes de la venta de heliconias en Estados Unidos; y como costos, los costos fijos y variables del proyecto los cuales se presentan en la siguiente tabla.

FLUJO NETO DE OPERACION (Valores en pesos año 2014)							
CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7
Ingresos Totales		549.875.394	560.015.477	574.227.779	588.585.258	603.087.270	
Costos Totales		535.905.112	514.388.019	520.372.320	526.442.008	532.596.705	
Utilidad A. de Impuestos		13.970.282	45.627.458	53.855.460	62.143.251	70.490.565	
Impuestos		4.819.747	15.741.473	18.580.134	21.439.421	24.319.245	
Utilidad D. de Impuestos		9.150.535	29.885.985	35.275.326	40.703.829	46.171.320	
Reserva legal		915.053	2.988.598	3.527.533	4.070.383	4.617.132	
Utilidad por distribuir		8.235.481	26.897.386	31.747.794	36.633.446	41.554.188	
(+)Depreciación		14.946.000	14.946.000	14.946.000	14.946.000	14.946.000	
(+)Amortización diferidos		10.101.305	10.101.305	10.101.305	10.101.305	10.101.305	
Flujo neto de operación		33.282.786	51.944.691	56.795.098	61.680.751	66.601.493	

Fuente: Los Autores

8. EVALUACION

En esta etapa del proyecto se realiza la evaluación económica y financiera del mismo, utilizando criterios de evaluación como VPN valor presente neto, TIR tasa interna de retorno y relación beneficio-costos, también se hará un análisis de sensibilidad hacia el incremento positivo o negativo de las variables más alterables del proyecto.

8.1 Evaluación Financiera

Para la evaluación desde el punto de vista financiero se tuvo en cuenta el flujo neto de operación y el flujo neto de inversiones, con los cuales se elaboró el flujo neto de caja, a partir del cual se determinan los indicadores de rentabilidad, Tasa interna de Rentabilidad TIR, el Valor Presente Neto VPN y la Relación Beneficio-Costo.

8.1.1 Metodología de la evaluación financiera

Como metodología de evaluación se trabajó con los precios corrientes de los años 2013-2014, la causación de los costos fijos y variables así como también los procedimientos que permiten la evaluación financiera del proyecto los cuales determinan su rendimiento, la viabilidad y elementos del mismo.

FLUJO NETO DE CAJA (Valores en pesos año 2014)							
	Periodo Pre operativo	PERIODO OPERATIVO					Periodo de liquidez
CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7
F.N DE INVERSIONES	-84.837.450	-16.610.943	-16.610.943	-16.610.943	-16.610.943	-16.610.943	69.852.641
F.N DE OPERACIÓN		33.282.786	51.944.691	56.795.098	61.680.751	66.601.493	0
FLUJO NETO DE CAJA	-84.837.450	16.671.843	35.333.748	40.184.155	45.069.808	49.990.550	69.852.641

Fuente: Los Autores

8.1.2 Criterios de Evaluación

Los tres criterios básicos para evaluar proyectos, conocidos como indicadores integrales de evaluación son el resultado de interacción de todos los componentes del proyecto, especialmente de los de inversión y del presupuesto de ingresos y gastos del periodo operativo o de funcionamiento, los cuales son:

- Valor Presente Neto, VPN
- Tasa interna de rendimiento, TIR
- Relación Beneficio- Costo, B/C

CONCEPTO	VALOR
TASA DE OPORTUNIDAD	13%
VPN (pesos)	73.764.079
TIR	34,8%
RAZON C/B	1,87

Para el cálculo del VPN se asumió una tasa de oportunidad de mercado del 13% según las condiciones actuales del mismo.

- ❖ **VALOR PRESENTE NETO:** El valor presente neto es de \$73.764.079 pesos, resultado que indica que el proyecto es financieramente viable. Como el valor presente es mayor que cero, indica que la empresa obtendrá un retorno mayor que el costo de su capital.
- ❖ **TASA INTERNA DE RENDIMIENTO:** la TIR es de 34,8%, lo que indica que el proyecto Risaralda Heliconia es una inversión rentable desde el punto de vista financiero, debido a que los dineros que permanecen invertidos en el proyecto producen un rendimiento del 34,8% anual, el cual es superior a la tasa de oportunidad (13%) que representa el mercado.
- ❖ **RELACION COSTO-BENEFICIO:** La relación beneficio-costo obtenido nos da un criterio adicional para aceptar el proyecto puesto que es un valor mayor a 1 lo que indica que el valor presente de los beneficios es mayor al de los costos, del mismo modo quiere decir que por cada peso invertido en el proyecto se recuperan o se ganan 1.87 pesos.

Análisis De Sensibilidad

El análisis de sensibilidad consiste en identificar aquellas variables del proyecto con mayor peso relativo tanto en el periodo pre-operativo como operativo y aplicar las variaciones porcentuales para señalar los efectos en los resultados del proyecto mediante el re cálculo de los flujos netos de caja y aplicación de cualquiera de los criterios.

Aquellas variables que se consideren de mayor incidencia para el proyecto son:

- Disminución del precio de venta en 6 %
- Incremento de los costos variables en un 6 %

El porcentaje de incremento y de disminución será igual en las dos variables, esto con el fin de comparar los cambios que se presenten. El porcentaje para realizar el análisis de sensibilidad será del 6%.

DISMINUCION DEL PRECIO DE VENTA EN UN 6%

Flujo neto de operación con análisis de disminución del precio de venta en un 6%.

FLUJO NETO DE OPERACION CON DISMINUCIÓN EN EL PRECIO DE VENTA EN UN 6 % (Valores en pesos año 2014)							
CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7
Ingresos Totales		516.882.871	526.414.549	539.774.112	553.270.143	566.902.034	
Costos Totales		535.905.112	514.388.019	520.372.320	526.442.008	532.596.705	
Utilidad A. de Impuestos		-19.022.241	12.026.529	19.401.793	26.828.135	34.305.329	
Impuestos		0	0	6.693.619	9.255.707	11.835.338	
Utilidad D. de Impuestos		-19.022.241	12.026.529	12.708.174	17.572.428	22.469.990	
Reserva legal		0	1.202.653	1.270.817	1.757.243	2.246.999	
Utilidad por distribuir		-19.022.241	10.823.876	11.437.357	15.815.186	20.222.991	
(+)Depreciación		14.946.000	14.946.000	14.946.000	14.946.000	14.946.000	
(+)Amortización diferidos		10.101.305	10.101.305	10.101.305	10.101.305	10.101.305	
Flujo neto de operación		6.025.063	35.871.181	36.484.662	40.862.491	45.270.296	

Fuente: Los Autores

FLUJO NETO DE CAJA CON DISMINUCIÓN EN EL PRECIO DE VENTA EN UN 6 % (Valores en pesos año 2014)							
	Periodo Pre operativo	PERIODO OPERATIVO					Periodo de liquidez
CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7
F.N DE INVERSIONES	-84.837.450	-16.610.943	-16.610.943	-16.610.943	-16.610.943	-16.610.943	69.852.641
F.N DE OPERACIÓN	0	6.025.063	35.871.181	36.484.662	40.862.491	45.270.296	0
F.N DE CAJA	-84.837.450	-10.585.880	19.260.238	19.873.719	24.251.547	28.659.353	69.852.641

Fuente: Los Autores

INDICADORES FINANCIEROS CON ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Indicadores financieros con análisis de sensibilidad Disminución ventas en un 6%.

DISMINUCION EN EL PRECIO DE VENTA DE 6%	
CONCEPTO	VALOR
TASA DE OPORTUNIDAD	13,0%
VPN (pesos)	7.316.003
TIR	12,6%
RAZON C/B	1,08

De acuerdo a la información anterior se observa que la rentabilidad del proyecto es altamente sensible a los precios del producto, lo cual requiere una vigilancia estricta sobre el análisis del mercado.

INCREMENTO DE LOS COSTOS VARIABLES 6%

Flujo neto de operación con análisis de sensibilidad: Incremento de los costos variables en un 6%.

FLUJO NETO DE OPERACION INCREMENTO DE LOS COSTOS VARIABLES 6% (Valores en pesos año 2014)						
CONCEPTO	1	2	4	5	6	7
Ingresos Totales		549.875.394	560.015.477	574.227.779	588.585.258	603.087.270
Costos Totales		556.132.358	533.571.145	540.011.401	546.541.701	553.161.648
Utilidad A. de Impuestos		-6.256.964	26.444.332	34.216.379	42.043.557	49.925.621
Impuestos		0	9.123.295	11.804.651	14.505.027	17.224.339
Utilidad D. de Impuestos		-6.256.964	17.321.037	22.411.728	27.538.530	32.701.282
Reserva legal		0	1.732.104	2.241.173	2.753.853	3.270.128
Utilidad por distribuir		-6.256.964	15.588.934	20.170.555	24.784.677	29.431.154
(+)Depreciación		14.946.000	14.946.000	14.946.000	14.946.000	14.946.000
(+)Amortización diferidos		10.101.305	10.101.305	10.101.305	10.101.305	10.101.305
Flujo neto de operación		18.790.341	40.636.239	45.217.860	49.831.982	54.478.459

Fuente: Los Autores

Con un aumento del 6% en los costos variables se presentó una diferencia significativa respecto a las pérdidas del primer año de ejecución cuando se realizó el mismo ejercicio disminuyendo las ventas en un 6%. Sin embargo este flujo neto de operación comparado con el flujo neto de operación real de la empresa es mucho menor.

Flujo neto de caja con análisis de sensibilidad: Incremento de los costos variables en un 6%.

FLUJO NETO DE CAJA INCREMENTO DE LOS COSTOS VARIABLES 6% (Valores en pesos año 2014)							
	Periodo Pre operativo	PERIODO OPERATIVO					Periodo de liquidez
CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7
F.N DE INVERSIONES	-84.837.450	-16.610.943	-16.610.943	-16.610.943	-16.610.943	-16.610.943	69.852.641
F.N DE OPERACIÓN	0	18.790.341	40.636.239	45.217.860	49.831.982	54.478.459	0
FLUJO NETO DE CAJA	-84.837.450	2.179.398	24.025.296	28.606.917	33.221.038	37.867.516	69.852.641

Fuente: Los Autores

Se puede observar que si la empresa llegará a tener un incremento en los costos variables del 6%, esto no tendrá mayor afectación en el flujo neto de caja.

AUMENTO DE LOS COSTOS VARIABLE 6%	
CONCEPTO	VALOR
TASA DE OPORTUNIDAD	13,0%
VPN (pesos)	30.212.153
TIR	21,7%
RAZON C/B	1,36

La tasa interna de rendimiento continua siendo atractiva para el proyecto, con un 21,7% está por encima de la tasa de oportunidad (13%) y con una relación costo beneficio de 1,36 lo que indica que por cada peso invertido se obtendrá 1,36 pesos.

8.2 Evaluación Económica – Social

La comercializadora internacional se pensó para el departamento de Risaralda ya que es uno de los pocos departamentos en Colombia que reúne las condiciones necesarias para la producción de heliconias, por cada hectárea de heliconia sembrada por los proveedores se contribuirá a 2,5 empleos. El proyecto está pensado para que los productores puedan hacer parte de escenarios internacionales, permitiéndoles que sus productos lleguen a los mercados en Estados Unidos y posibilitándoles así una mayor rentabilidad en la venta de sus productos.

Dentro de la evaluación del proyecto se tiene como objeto:

- Fortalecer el sector floricultor en la región de Risaralda.
- Brindarle nuevas oportunidades de negocio a los campesinos.
- Generar crecimiento económico en la región de Risaralda.
- Crear un espacio donde los productores de heliconias puedan interactuar y ver nuevos mercados al cual llegar.

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9.1 Conclusiones

- Con los estudios realizados para evaluar el proyecto, se establece que el proyecto Risaralda Heliconias es viable dada la rentabilidad que proporciona a sus socios, ya que son mayores los beneficios que las desventajas que la empresa pueda tener.
- La implementación del proyecto permite dar respuesta a la dispersión de los productores de heliconias de Risaralda al momento de comercializar sus productos.
- El proyecto va poder dar a conocer las heliconias de la Región de Risaralda en escenarios internacionales, las cuales se han destacado y son de gran admiración en varios países.
- El proyecto contribuye a la nueva generación de empleo en la región de Risaralda, aproximadamente 2,5 adicionales por cada hectárea cultivada.
- El proyecto tendrá como estrategia comercializar las heliconias producidas, casi en su totalidad de la región de Risaralda vinculando a todos y cada uno de los productores, adoptando así un proyecto de responsabilidad social permitiendo la generación de empleo de manera indirecta por medio de la comercialización y distribución de heliconias.

9.2. Recomendaciones

- Para la puesta en marcha de este proyecto se debe tener en cuenta a los actores de esta investigación para realizar las respectivas contrataciones.
- Para consolidarse como comercializadora internacional es necesario leer a fondo la resolución 00009 para cumplir con la reglamentación exigida.
- Para el proceso de exportación hacia Estados Unidos hay que tener en cuenta la reglamentación dictaminada en las Normas Internacional Fitosanitarias.

ANEXOS

Anexo I

Formulario de ingreso de productos hacia Estados Unidos:

<p>1. NAME AND UNITED STATES ADDRESS OF APPLICANT (* Denotes a mandatory field)</p> <p>*Company Name: <input style="width: 100%;" type="text"/></p> <p>*Applicant/Contact Name: <input style="width: 50%;" type="text"/> <input style="width: 50%;" type="text"/></p> <p>*Address Line 1 <input style="width: 100%;" type="text"/></p> <p>Address Line 2 <input style="width: 100%;" type="text"/></p> <p>*City, State & Zip Code <input style="width: 100%;" type="text"/></p> <p style="margin-left: 20px;">, <input style="width: 100px;" type="text" value="MN"/> <input style="width: 20px;" type="text" value=""/></p> <p>Telephone: (<input style="width: 30px;" type="text"/>) <input style="width: 30px;" type="text"/> - <input style="width: 30px;" type="text"/></p> <p>FAX: (<input style="width: 30px;" type="text"/>) <input style="width: 30px;" type="text"/> - <input style="width: 30px;" type="text"/></p> <p>Email: <input style="width: 100%;" type="text"/></p>	<p>2. CHECK ONE:</p> <p><input type="radio"/> NEW PERMIT</p> <p><input type="radio"/> RENEWAL</p> <p><input type="radio"/> AMENDMENT</p> <p><input type="radio"/> REVISED APPLICATION</p> <p>Please indicate how you would like to receive your permit:</p> <p><input type="radio"/> U.S. Mail <input type="radio"/> Fax <input type="radio"/> Email</p>
---	--

3. PLANTS OR PLANT PRODUCTS TO BE IMPORTED

COUNTRY OF ORIGIN	SCIENTIFIC NAME OF PLANTS OR PLANT PRODUCTS	PLANT PARTS	U.S. PORTS OR PORTS OF ARRIVAL
(If Mexico, give State) Make separate entry for each country	Scientific (Botanical) or English names must be included (Colloquial names are not accepted). List whether seeds, bulbs, plants, cuttings, cut flowers, fruits, etc. Indicate whether forplanting, consumption, or other purpose.	(Fruits and Vegetables)	

Additional Comments:

--

4. INTENDED USE:

Propagation Consumption

RESEARCH:

LabAnalysis Growing

5. CHECK MEANS OF IMPORTATION:

Air Freight Air Mail or Air Parcel Post Baggage or Car Surface Mail or Parcel Post Truck Rail or Water Freight

6. SIGNATURE OF APPLICANT:

Applicants/Permittees Signature will be required on final permit for validation. Signature must match Name Supplied under Item #1 (APPLICANT/CONTACT NAME)

7. DATE:

05/09/2003

(Form Approved - OMB #0579-0015) PPQ Form 587 (9/99)

Anexo 2

Los exportadores al realizar sus despachos, reciben de sus compradores en el exterior, cheques, transferencias o en algunos casos, efectivo. Estos recursos en moneda extranjera deben ser reintegrados al país en cumplimiento de las normas cambiarias. Es decir se efectúa una monetización de dichas divisas para acreditar la cuenta en moneda legal del cliente.

Existen tres tipos de mecanismos mediante los cuales se puede realizar el reintegro:

Reintegro por Transferencia:

Si se trata de transferencias, estas se abonarán al cliente una vez se confirme que fueron acreditadas en el banco corresponsal y el cliente cumpla con el requisito de presentación de la declaración de cambio.

Reintegro Mediante Cheque:

Para el caso de los cheques, el Banco a través de sus corresponsales, hace las gestiones de presentación para el pago de cheques.

Reintegro en Efectivo:

Dentro de la política establecida por el Banco para la recepción de divisas en efectivo se podrá recibir de clientes muy especiales las divisas para su monetización.

Las transferencias recibidas de los compradores extranjeros se canalizan a través de los Bancos Corresponsales y son acreditadas en las cuentas que Banco DAVIVIENDA tiene en cada una de ellos.

Obligaciones Del cliente

Realizar los pagos conforme a lo acordado.

Actualizar por lo menos una vez al año la información suministrada.

En el evento de no recibir oportunamente el estado de cuenta debe reclamarlo o solicitar la información concerniente a su facturación, sin omitir el pago de sus obligaciones.

Cumplir las demás obligaciones contempladas en la Ley 1328 de 2009.

Anexo 3

INVERSIONES FIJAS			
Equipos De Computación y Comunicaciones	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Computador	\$ 2.500.000	4	\$ 10.000.000
Programa De Contabilidad	\$ 500.000	2	\$ 1.000.000
Fax	\$ 250.000	2	\$ 500.000
Teléfono	\$ 80.000	5	\$ 400.000
TOTAL Equipos De Computación	\$ 3.330.000		\$ 11.900.000
Muebles y Enseres			
Escritorio	\$ 350.000	4	\$ 1.400.000
Archivador	\$ 200.000	4	\$ 800.000
Silla Ergonómica	\$ 150.000	4	\$ 600.000
TOTAL Muebles y Enseres	\$ 700.000		\$ 2.800.000
Maquinaria y Equipos			
Mesa metálica	\$ 800.000	6	\$ 4.800.000
Cuarto Frio De 6m X 5.20 X 3.10	\$ 25.000.000	2	\$ 50.000.000
Herramientas para medir	\$ 150.000	1	\$ 150.000
Tijeras de corte	\$ 80.000	2	\$ 160.000
Monta carga hidráulico	\$ 1.200.000	1	\$ 1.200.000
Zunchadora Manual	\$ 330.000	2	\$ 660.000
Registradores de Temperatura y Humedad	\$ 800.000	2	\$ 1.600.000
Dispensador de Etiquetas Automático	\$ 460.000	1	\$ 460.000
Manguera Expandible X Hose 30 mts	\$ 50.000	2	\$ 100.000
Otras Herramientas	\$ 900.000	1	\$ 900.000
TOTAL Maquinaria y Equipos	\$ 29.770.000		\$ 60.030.000
<i>TOTAL DE INVERSION</i>	<i>\$ 33.800.000</i>		<i>\$ 74.730.000</i>

BIBLIOGRAFIA

LANZAS DUQUE, Ángela María (2006). Caracterización del sistema de costos de la cadena de flores tropicales (heliconias) en el departamento de Risaralda, Tesis de maestría no publicada. Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira, Colombia

OSPINA SANCHEZ, Héctor Fabio (1989). Producción y comercialización de pitahaya amarilla, Tesis de maestría no publicada. Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira, Colombia

INTERNET:

ANDRES OPPOENHEIMER, Algunos aspectos del comercio mundial de las flores. [Citado junio 2010]. Disponible en <

http://untraflores.org/index.php?option=com_content&task=view&id=296&Itemid=11

>

CARLOS, el negocio lucrativo de las flores, [Citado febrero 2009]. Disponible en

<<http://www.articuloz.com/marketing-articulos/el-negocio-lucrativo-de-la-flores-770179.html>>

DIAN. RESOLUCIÓN 00009. [Citado Enero 2013]. Disponible en

<http://www.dian.gov.co/descargas/normatividad/2013/Resoluciones/Resolucion_Reglamentaria_00009_28012013.pdf>

DECRETO 2685 DE 1999. MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PÚBLICO.

[Citado Diciembre 1999]. Disponible en <

http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/normatividad/Dec2685_1999.pdf

>

JUAN CARLOS. Caracterización Comercio internacional. [Citado ABRIL 2006].

Disponible en <

http://www.economiayviveros.com.ar/noviembre2011/actualidad_floricola_5.html>

MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE. Guía Ambiental para la Floricultura. [Citado Mayo 2007]. Disponible en

<http://www.minambiente.gov.co/documentos/floricultor.pdf>

SECRETARÍA DE LA CONVENCIÓN INTERNACIONAL DE PROTECCIÓN

FITOSANITARIA. Normas internacionales para medidas fitosanitarias [Citado

Agosto 2005]. Disponible en <
<ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/009/A0450s/A0450s.pdf>>

SENA SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE. CARACTERIZACIÓN OCUPACIONAL DEL SECTOR DE LA FLORICULTURA. [Citado Noviembre 2013]. Disponible en <
<http://observatorio.sena.edu.co/mesas/01/FLORICULTURA.pdf>>

PROEXPORT. TLC entre Colombia y Estados Unidos. [Citado junio 2012]. Disponible en <www.proexport.com.co/.../TLC%20Colombia%20-%20EE.UU%20-%20Agroindustria%20-%20Fasciculo%20-3.pdf>

Gutiérrez Betancur, Juan Francisco. Formulación de proyectos. [Citado Marzo 2007] .Disponible en < <http://www.efdeportes.com/efd106/formulacion-de-proyectos.htm>>