

**PLAN DE NEGOCIO PARA COMERCIALIZACIÓN DE LA LECHE DE COCO  
EN POLVO EN LOS HOTELES Y RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE  
CARTAGENA**

**GRACE SERJE SANCHEZ  
ADRIANA DEL TORO SANTOS**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
MINOR DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL  
CARTAGENA  
2008**

**PLAN DE NEGOCIO PARA COMERCIALIZACIÓN DE LA LECHE DE COCO  
EN POLVO EN LOS HOTELES Y RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE  
CARTAGENA**

**GRACE SERJE SANCHEZ  
ADRIANA DEL TORO SANTOS**

**Monografía presentada para optar al título profesional**

**RAUL ACOSTA MEZA  
Asesor Monografía**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
MINOR DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL  
CARTAGENA  
2008**

## **CONTENIDO**

<b>INTRODUCCION</b>	<b>1</b>
<b>0. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>3</b>
0.1 Planteamiento del problema	3
0.2 Objetivos	3
0.2.1 Objetivo general	3
0.2.2 Objetivos específicos	4
0.3 Justificación	4
0.4 Antecedentes del proyecto	5
0.5 Metodología del trabajo	6
0.5.1 Metodología de investigación	6
0.5.2 Fases de la investigación	7
0.6 Logros esperados	7
<b>1 ANALISIS DEL ENTORNO DE LA EMPRESA</b>	<b>8</b>
1.1 Investigación de mercado	8
1.1.1 Nicho, tamaño, segmento y crecimiento del mercado	9
1.2 Fuentes y técnicas de recolección de la información	10
1.2.1 Fuentes primarias	11
1.2.2 Fuentes secundarias	11
1.2.3 Técnicas de recolección	11
1.3 Resultados de la investigación	11
<b>2 ANALISIS DE MERCADO</b>	<b>18</b>
2.1 Demanda	18
2.2 Oferta	18
2.3 Análisis de la competencia	19
2.4 Participación del mercado	21

2.5	Estrategias de comercialización	22
3	ESTUDIO TECNICO	24
3.1	Diseño de las instalaciones de la planta	24
3.2	Información de la empresa LINACO Group of Company	24
3.2.1	Descripción del producto: RASAKU Coconut Cream Powder	25
3.2.2	Equipos para la producción de la leche de coco en Polvo	28
3.2.3	Descripción de la materia prima	30
3.3	Descripción del producto y servicio	32
3.3.1	Descripción del proceso de importación	32
3.4	Datos generales de la SIA	35
3.5	Precio de venta del producto	38
4	GENERALIDADES DE LA EMPRESA	39
4.1	Nombre de la empresa	39
4.2	Tipo de empresa	39
4.3	Localización	39
4.4	Tamaño	39
4.5	Misión	40
4.6	Visión	40
4.7	Estructura organizacional	40
4.7.1	Mano de obra requerida	40
4.7.2	Estructura organizacional	42
4.7.3	Naturaleza jurídica	42
4.8	Análisis DOFA	43
4.8.1	Debilidades	43
4.8.2	Oportunidades	44

<b>4.8.3</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>44</b>
<b>4.8.4</b>	<b>Amenazas</b>	<b>45</b>
<b>5</b>	<b>ANALISIS FINANCIERO</b>	<b>46</b>
<b>5.1</b>	<b>Demanda Potencial</b>	<b>46</b>
<b>5.2</b>	<b>Información sobre el financiamiento</b>	<b>47</b>
<b>5.3</b>	<b>Costos requeridos para la importación</b>	<b>50</b>
<b>5.4</b>	<b>Ventas proyectadas</b>	<b>53</b>
<b>5.5</b>	<b>Información financiera sobre la empresa</b>	<b>53</b>
<b>5.6</b>	<b>Datos del Proyecto</b>	<b>54</b>
<b>5.7</b>	<b>Proyecciones financieras a 5 años</b>	<b>56</b>
<b>6</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>58</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>60</b>
	<b>ANEXOS</b>	<b>63</b>

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b>	<b>Características del producto - Encuesta</b>	<b>14</b>
<b>Tabla 2.</b>	<b>Costos de la campaña a realizar</b>	<b>23</b>
<b>Tabla 3.</b>	<b>Lead Times Aproximados. Fuente DHL Colombia Ltda.</b>	<b>33</b>
<b>Tabla 4.</b>	<b>Sucursales y agencias matriculadas y renovadas en los municipios de la jurisdicción.</b>	<b>46</b>
<b>Tabla 5.</b>	<b>Amortización de la deuda.</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 6.</b>	<b>Costos de embarque desde el país exportador</b>	<b>51</b>
<b>Tabla 7.</b>	<b>País importador Colombia</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 8.</b>	<b>Capacidad del contenedor 20”</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 9.</b>	<b>Ventas Proyectadas</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 10.</b>	<b>Repartición de importación a costos unitarios</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 11.</b>	<b>Costos Fijos anuales.</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 12.</b>	<b>Capital de trabajo Inicial</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 13.</b>	<b>Parámetros.</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 14.</b>	<b>Tabla de inversión inicial del proyecto.</b>	<b>56</b>
<b>Tabla 15.</b>	<b>Tabla de depreciación.</b>	<b>57</b>
<b>Tabla 16.</b>	<b>Flujo de caja del proyecto durante el horizonte de planificación.</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 17.</b>	<b>Balance General</b>	<b>59</b>

## INDICE DE GRAFICOS

<b>Grafico 1.</b>	<b>Pregunta 1.a. Utilizan ustedes leche de coco para la preparación de sus comidas.</b>	<b>12</b>
<b>Grafico 2.</b>	<b>Pregunta 1.b. En que tipo de comidas utiliza usted la leche de coco.</b>	<b>13</b>
<b>Grafico 3.</b>	<b>Pregunta 2. Que tipo de presentación prefiere usted para la leche.</b>	<b>14</b>
<b>Grafico 4.</b>	<b>Pregunta 3. En la escala de 1 a 10, donde 1 es lo menos y 10 es lo que mas le gusta de la leche de coco que utiliza en cuanto al: Sabor, textura, color y empaque.</b>	<b>15</b>
<b>Grafico 5.</b>	<b>Pregunta 5. En que cantidad le gustaría encontrar la leche de de coco en polvo.</b>	<b>16</b>
<b>Grafico 6</b>	<b>Pregunta 6. Estaría dispuesto a comprar un producto Que le ofreciera la leche de coco en polvo</b>	<b>17</b>
<b>Grafico 6.</b>	<b>Imagen de Rasaku Cononut Cream Powder in foil.</b>	<b>26</b>
<b>Grafico 7.</b>	<b>Imagen de la presentación actual del producto para 500 gramos y 1 Kilogramo.</b>	<b>27</b>
<b>Grafico 8</b>	<b>Organigrama</b>	<b>42</b>
<b>Grafico 9</b>	<b>Sucursales y agencias matriculadas y renovadas en los municipios de la jurisdicción.</b>	<b>47</b>

## **INDICE DE ANEXOS**

- ANEXO A. Formato de Encuesta.**
- ANEXO B. Resultado de las encuestas.**
- ANEXO C. Leche de Coco en Polvo y su desarrollo Industrial.**
- ANEXO D. Perfil comercial de la Federación Malaya**
- ANEXO E. Linaco Manufacturing (M) SDN BHD – LINACO GROUP COMPANY.**
- ANEXO F. Tablas de Excel - Análisis Financiero – Exportación.**



## INTRODUCCION

En Nuestro diario vivir es muy común la palabra globalización que “es el proceso por el cual la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unifica mercados, sociedades y culturas”<sup>1</sup>; siendo este un fenómeno relevante dentro de la cultura culinaria y este a su vez un mercado activo dentro de la ciudad de Cartagena.

El deleite y la exquisitez culinaria cada día incrementa en la ciudad, por lo se ha convertido en algo usual y extraordinario. Es importante observar que pueblos, naciones y todos en el planeta tierra se unen e influyen entre si alrededor de la actividad culinaria. Las personas no pierden sus gustos, sus costumbres, raíces que algunas veces se tornan iguales pero al mismo tiempo diferentes.

El coco es un producto cultivado a nivel mundial, a partir de el se obtienen diversidad de productos bien sean alimentos, bebidas, vestimentas, entre otros; del coco se puede deleitar un vaso de agua de coco que sirve entre otras para refrescar, también para dulces y toda clase de platos en las que el coco pueda estar presente.

Después de realizado un completo estudio de los usos y beneficios del coco, se pudo detectar que la leche de coco ocupa un lugar importante en la culinaria cartagenera, y en general de la costa caribe.

---

<sup>1</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/globalizacion>.

Nace entonces la idea de impulsar una comercializadora de leche de coco en polvo, la cual tendrá por nombre **COMERCIALIZADORA G&A LTDA.**, a partir de la importación de leche de coco desde una empresa ubicada en el continente asiático en el país de Malasia.

La leche de coco en polvo resulta además de interesante, innovadora, por esto para importar y comercializarla, se hace necesario poner en practica los conocimientos adquiridos en el minor, para darle viabilidad al proyecto; por esto se busca generar y concretar ideas para la comercialización teniendo en cuanta todas las variables del mercado.

## **1. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN**

### **6.1 Planteamiento del problema**

En restaurantes y hoteles en donde el tiempo de producción de los alimentos de vital importancia, dando como resultado la utilización de sustitutos como saborizantes, pues la obtención es de por si muy compleja pues su proceso como usualmente (partir y rayar el coco).

La leche de coco en polvo, se da como una opción para facilitar las labores culinarias, no solo facilitándolas sino también agilizándolas. Es también una solución que brinda un producto alimenticio nutritivo de óptima calidad y con múltiples usos, y lograr convertirse en un producto obligado en hoteles y restaurantes. Con el fin de brindar la garantía de disfrutar un exquisito producto que lograra reducir el tiempo, constituyéndose en un producto vital para el éxito, no solo de los consumidores sino también de **LA COMERCIALIZADORA G&A LTDA.**

### **6.2 Objetivos**

#### **6.2.1 Objetivo general**

Plantear un plan de negocios para la comercialización de leche de coco en polvo en la ciudad de Cartagena, basado en un análisis previo de mercado, técnico y financiero, que nos permita obtener conocimientos amplios y objetivos, para determinar la factibilidad del negocio.

### **6.2.2      Objetivos específicos**

- ◆ Desarrollar un estudio de mercado, con el fin de estimar el volumen de la demanda en Cartagena, la oferta actual nacional e internacional, para determinar el impacto del producto hacia el mercado objetivo.
- ◆ Caracterizar y sustentar la oportunidad de negocios y diferenciación con las existentes, mediante la realización de un estudio de mercado.
- ◆ Realizar el estudio técnico de direccionamiento de la comercializadora y de los procesos de importación de la leche de coco en polvo.
- ◆ Elaborar un análisis financiero que permita demostrar la viabilidad del proyecto, bajo tres escenarios: Distribución, proveedores y competidores.

### **6.3           Justificación**

A sabiendas de los grandes problemas socio-económicos que existen en el país, **LA COMERCIALIZADORA G&A LTDA.**, pretende ayudar en la reactivación económica, intentando aportar divisas al país.

El producto será importado de Asia, donde el coco tiene un costo de hasta 70% menos que en Colombia, así los costos de producción son mucho más competitivos que la tradicional manera manual de extracción de leche de coco, además de que los costos de mano de obra, maquinaria y terreno en el país de origen son mucho más bajos. El precio a pagar representa un ahorro al

comprador de mano de obra y espacio ya que el producto tiene una vida útil de 24 meses en climas templados y 18 meses en climas tropicales, también les representa un mejor producto, ya que el sabor y consistencia del producto lo consigue el usuario mediante la cantidad de líquido en el que diluya el producto, dándole así más libertad a los chef y bartenders para crear platos y bebidas nuevas.

Como profesionales en Finanzas y Negocios Internacionales con este proyecto se pretende forjar y desarrollar mediante los conocimientos adquiridos que llevados a la práctica se ve reflejado en la autorrealización profesional para lograr ofrecer a la sociedad confianza, honestidad y calidad.

#### **6.4 Antecedentes del proyecto**

**COMERCIALIZADORA G&A LTDA.**, surgió como una idea empresarial generada dentro del aula de clase con el claro objetivo de brindar un producto de coco, este podrá ser utilizado como ingrediente en culinaria para una variedad de pesces, mariscos, carnes, aves, postres, entre otros.

La leche de coco en polvo es un ingrediente muy utilizado en la cocina del sudeste asiático, aclarando que la leche de coco no es el líquido que se encuentra en el interior del coco, esta se extrae de la ralladura de la pulpa pasada por agua o leche.

La leche de coco se clasifica como espesa, fina o crema de coco. La leche espesa de coco es resultado de remojar y exprimir, si esta leche es refrigerada,

se separa y la capa superior sería la crema de coco. La leche de coco fina es cuando se toma por segunda vez la pulpa o carne del coco, y se remoja por segunda vez.

La capa superior puede separarse con la cuchara y utilizarse para las recetas que requieren crema, la parte de abajo puede ser simplemente servida por separado, o simplemente sacudir la lata para conseguir la común mente llamada leche de coco densa.

Similar a la harina, de fina textura y blanca, la leche de coco en polvo se consigue mediante el secado por presión de aire de la crema de coco sin azucarar. A diferencia de la mayoría de los otros productos, hechos en base al secado más intenso de la pulpa del coco, la leche en polvo es un buen sustituto para la leche de coco y una alternativa de la leche de otros animales para aquellos que quieren una dieta completamente vegetariana.

La leche en polvo secada con aire a presión tiene la ventaja de tener una vida útil más duradera. Además ocupan mucho menos espacio de almacenaje y tienen un costo menor de empaquetado

## **6.5 Metodología del trabajo**

### **6.5.1 Metodología de investigación**

Para la realización del trabajo se utilizó el método de trabajo inductivo, para esto se utilizaron información documental de libros, Internet, entre otras.

### **6.5.2 Fases de la investigación**

**Primera.** Esquema y aprobación de herramientas para la recopilación de información para el análisis y posterior elaboración del plan de negocios.

**Segunda.** Elaboración de los estudios requeridos financiero y técnico.

**Tercera.** Elaboración de conclusiones y recomendaciones para su entrega.

### **6.6 Logros esperados**

Los logros esperados del proyecto es la creación de un plan de negocios para la comercialización de la leche de coco en polvo en la ciudad de Cartagena, que contenga entre otros un estudio de mercado donde se estime el volumen de la demanda, la oferta actual nacional y extranjera para determinar la cantidad de producto con la cual se requiere penetrar al mercado; además un estudio financiero y uno técnico.

## **7 ANALISIS DEL ENTORNO DE LA EMPRESA**

Siendo Cartagena una ciudad turística, a la que en todas las épocas del año, le llegan personas bien sea por épocas de vacaciones o por diferentes eventos que se realizan en ella, por lo que son muchos los restaurantes y hoteles que brindan en su gastronomía platos típicos e internacionales los cuales tienen como uno de los ingredientes principales la leche de coco, la cual es un ingrediente que además de tener un rico sabor posee las propiedades de la fruta que se deriva, que lo hacen único en el mercado y le proporciona grandes nutrientes al organismo.

Al ver estas necesidades se genera la idea de comercializar un producto que fuera de fácil de distribuir por sus características y por las necesidades existentes, para los establecimientos que lo requieran, además que sea de fácil adquisición para los consumidores en precio y presentación.

### **7.1 Investigación de mercado**

Para la generación de un negocio se hace necesario tener conocimiento del lugar donde se pretende ubicar, en este caso se ubicara en el barrio el Bosque, punto estratégico en el sector industrial el cual tiene por demás acceso a vías de gran importancia de la ciudad.



En cuanto a la población a la cual va dirigida, quienes son los que decidirán si el producto es bueno y de alta calidad, siendo este los hoteles y restaurantes de la ciudad que es un mercado amplio ya que la ciudad es turística.

La competencia no es directa ya que no existe una empresa que posea un producto con estas especificaciones, por eso la empresa gozara del privilegio de innovación frente a la competencia, además de ser la única en el país en mantener negociaciones con LINACO GROUP OF COMPANY, empresa que cuenta con las instalaciones en Malasia.

#### **7.1.1 Nicho, Tamaño Segmentación y Crecimiento del Mercado**

Los datos se obtuvieron de la oficina de planeación y del DANE en el mes de diciembre para conocer el número de habitantes existentes en el ultimo censo realizado en la ciudad de Cartagena, también se conoció la estratificación de cada uno de los barrios y el número de zonas que lo conforman.

• Zona Histórica y turística	=	64.716 habitantes
• Zona Norte	=	116.629 habitantes
• Zona Sur Oriental	=	246.911 habitantes
• Zona Centro	=	196.754 habitantes
• Zona Sur Occidental	=	<u>286.160 habitantes</u>
• Total habitantes		911.170 habitantes

Se considera como un mercado potencial a todos los hoteles y restaurantes que tengan dentro de su gastronomía comidas típicas.

Antes de seleccionar el mercado potencial hay que identificarlo y describirlo, este proceso se llama segmentación, que consiste en dividir al mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños o internamente homogéneos. Los miembros del mercado deben ser semejantes con respecto a los factores que repercuten la demanda.

El mercado potencial de la leche de coco en polvo son todos los restaurantes y hoteles que se encuentren ubicados en la ciudad de Cartagena en los estratos 4, 5 y 6, que utilizan la leche de coco para preparar deliciosas comidas, postres o bebidas teniendo como ingrediente principal la leche de coco.

Con respecto al crecimiento del mercado se estima que tendrá una evolución significativa debido a la posición de la ciudad frente a los diversos eventos experimenta un gran volumen de demanda por parte de las cadenas de restos que se realizan además de se una ciudad turística que en épocas de vacaciones recibe gran numero de turistas por lo que los restaurantes, hoteles y todo el complejo turístico que se deleita con la gastronomía Cartagenera.

## **7.2 Fuentes y Técnicas de Recolección de la información**

### **7.2.1 Fuentes Primarias**

Se desarrollo una investigación de mercado mediante métodos tales como observación con respecto a lo que se consume en hoteles y restaurantes de la ciudad, encuesta que fue dirigida a los clientes potenciales del mercado, restaurantes y hoteles.

### **7.2.2 Fuentes Secundarias**

Son todas aquellas publicaciones de periódicos, revistas, diarios, libros de culinaria tradicionales, datos comerciales, uso de Internet, DANE, Cámara de Comercio, oficina de planeación, y todos aquellos medios que sirvan para recolectar información.

### **7.2.3 Técnicas de Recolección**

Para la recolección de información utilizaremos encuestas directas a los clientes potenciales y entrevistas con respecto a la investigación.

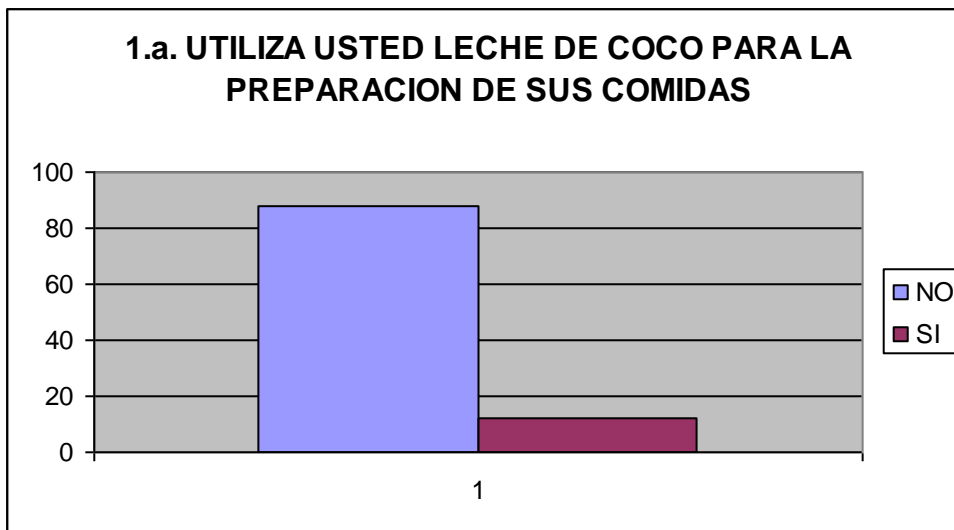
## **7.3 Resultados de la investigación**

Para la aplicación de la encuesta se realizo un selección de 56 hoteles y 44 restaurantes, para un total de 100 encuestas, la principal dificultad que se encontró fue la época de su realización ya que esta se realizo en su totalidad en la ciudad de Cartagena en el mes de noviembre, que para la ciudad es una época de turismo afluente.

La encuesta<sup>2</sup> cuenta con 8 preguntas, las cuales fueron desarrolladas mediante los siguientes factores:

- Su objetivo primordial es la recolección de información del entrevistado.
- El contenido, muestra un vocabulario sencillo y entendible, puede ser utilizada para preguntar directamente o para ser contestada sin ningún tipo de guía, con preguntas abiertas, cerradas y dicotómicas.

**Grafico # 1**



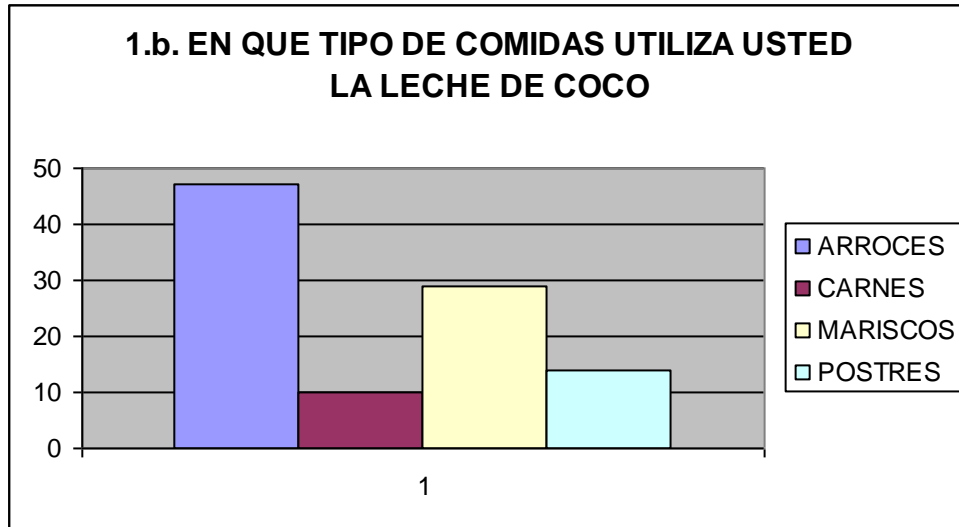
**Fuente: Encuesta realizada para el estudio de mercado.**

Un 88% de las respuestas fueron positivas lo cual nos indica que es un ingrediente importante dentro de la culinaria cartagenera, ya que el 12% restante tenían como platos comidas de otras regiones del país, en las que no necesitan este ingrediente.

---

<sup>2</sup> Formato de encuesta. ANEXO 1.

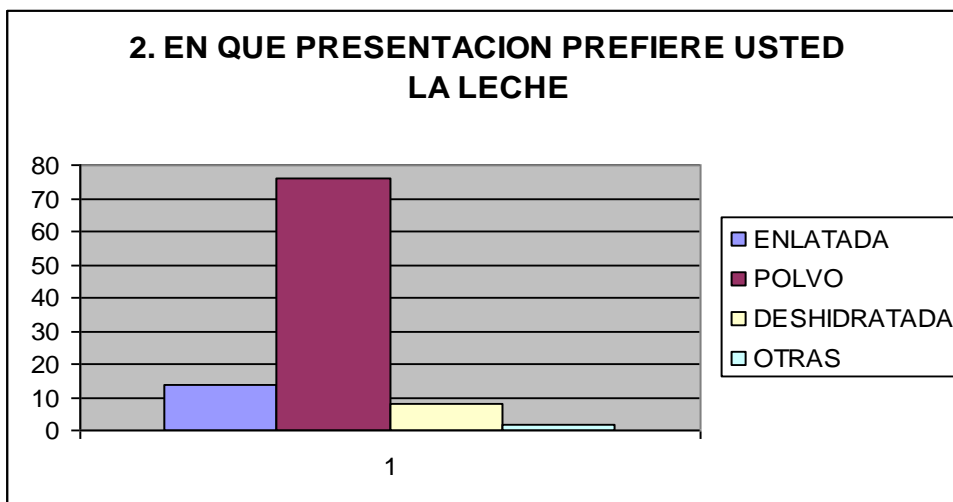
Grafico # 2



**Fuente: Encuesta realizada para el estudio de mercado.**

Dentro de los que contestaron en forma positiva se destacan en la utilización de este producto los arroces y los mariscos, como también se nota una alta utilización del producto en los postres lo cual nos muestra un buen indicio de la aceptación del producto en el mercado.

**Grafico # 3**



**Fuente: Encuesta realizada para el estudio de mercado.**

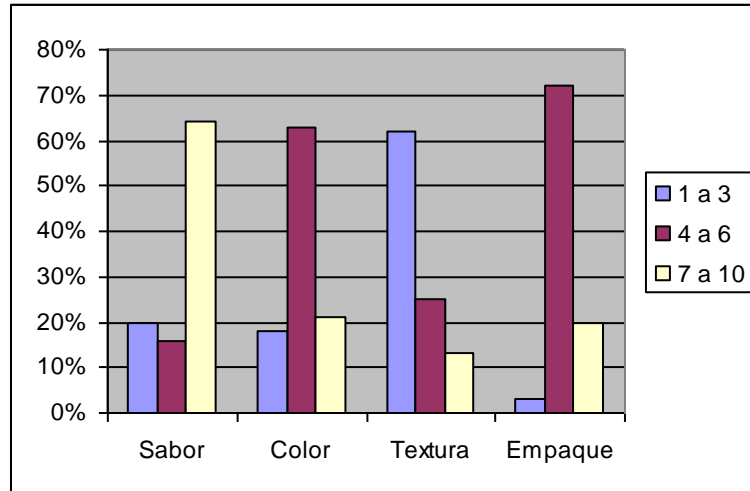
El 76% de los encuestados prefieren la leche en polvo por comodidad al momento de ser utilizada en la preparación de los alimentos, mostrando un gran diferencia con las demás presentaciones enlatada 14%, deshidratada 8% y 2% para otras presentaciones.

**Tabla # 1 Características del producto**

<b>Características</b>	<b>1 a 3</b>	<b>4 a 6</b>	<b>7 a 10</b>
Sabor	20%	16%	64%
Color	18%	63%	21%
Textura	62%	25%	13%
Empaque	3%	72%	20%

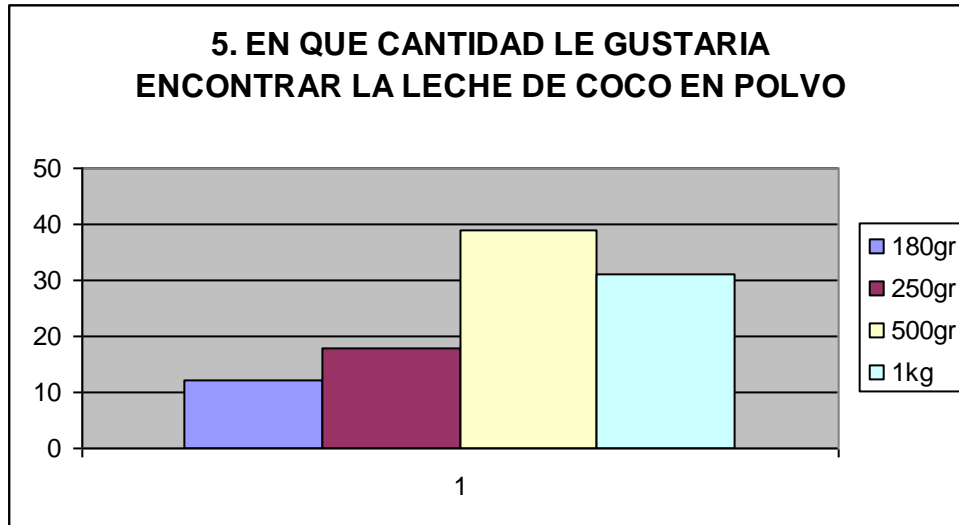
**Fuente: Encuesta realizada para el estudio de mercado.**

**Grafico #4**



El sabor es una de las características más importantes a la hora de escoger la leche necesaria para la preparación de los alimentos, no siendo menos importantes el color y la textura; el empaque debe ser hermético para mantener la frescura y las características iniciales del producto; siendo estas las características que los clientes potenciales tienen en cuenta al momento de observar y utilizar un producto nuevo.

Grafico # 5

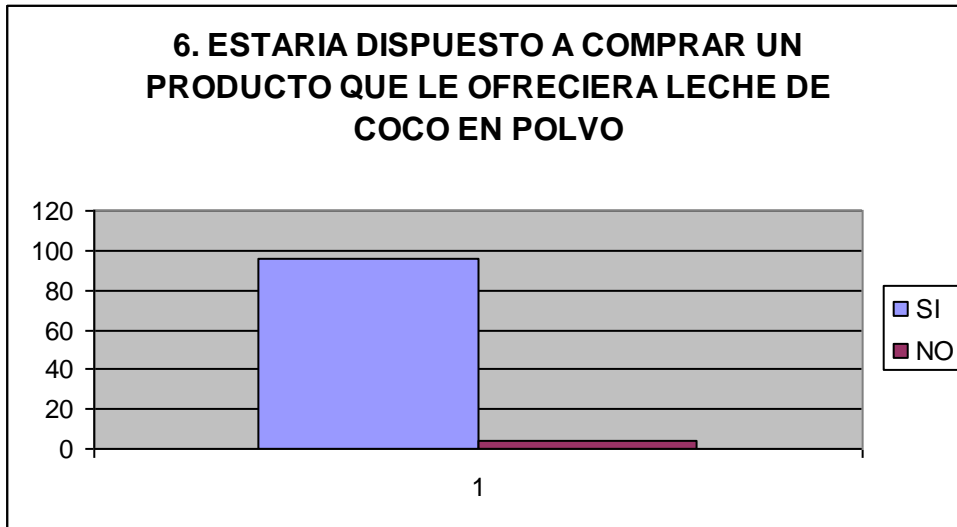


**Fuente: Encuesta realizada para el estudio de mercado.**

Existen varias posibles presentaciones del producto, los clientes potenciales prefieren que sean en presentaciones de mayor volumen ya que les proporciona mayor rendimiento.



Grafico # 6



Fuente: Encuesta realizada para el estudio de mercado.

El 96% de los encuestados si estarían dispuestos comprar un producto nuevo con las características que se ofrecen.

## 8 ANALISIS DEL MERCADO

### 8.1 Demanda

La demanda potencial se basa en las encuestas realizadas a 100 clientes potenciales, del cual el 96% de los encuestados manifestaron estar de acuerdo en utilizar, comprar y consumir el producto. Por lo tanto este factor se constituye en un incentivo fundamental para la posibilidad de comercializar este producto en el mercado, de lograr su importación que además de generar ganancias a la comercializadora, aportara al país ganancias en cuando a la cantidad de producto que se comercialice.

### 8.2 Oferta

En la ciudad de Cartagena son variadas las presentaciones de leche de coco que se pueden conseguir, sin embargo no hay un producto que le ofrezca las mismas características del producto que la empresa **COMERCIALIZADORA G&A LTDA.**

La oferta de la leche de coco en la ciudad es muy alta ya que por su condición de ciudad turística y costera, casi todos los platos típicos de la ciudad poseen este ingrediente, y pues ya que son tres las presentaciones que se comercializaran, es mayor la demanda que se puede generar con respecto al producto.

### 8.3 Análisis de la Competencia

La competencia esta enfocada a un gran numero de empresas que hacen parte del sector alimenticio, de las cuales algunas se encuentran fuertemente consolidadas en el mercado.

Sin embargo al realizar el análisis de la competencia desde un punto de vista específico se llega a la conclusión después, de un análisis completo que en la Región Caribe no existe una empresa que se dedique a la comercialización de la leche de coco en polvo, las cuales son presentaciones en polvo.

Se pudo establecer que existe una empresa que ofrece el producto en Bolsa y otras que ofrecen productos sustitutos.

La competencia representa para la compañía un incentivo, para fortalecer sus debilidades más que una amenaza.

Al realizar un estudio de las empresas que se perfilan a convertirse en posibles competidores detallamos lo siguiente:

**DEPOSITO LAS PALMAS.** Es una empresa que se encuentra ubicada en la ciudad de Cali, productora de leche de coco. Distribuyen el producto en cadenas de Almacenes como MAKRO en la ciudad de Cartagena y la particularidad es que el producto que ofrecen es envasado en bolsas congelado con un contenido de 300ml congelado.

**DISOMAR LTDA.** Es una empresa ubicada en la ciudad de Barranquilla en la Cra. 47, No. 76-175 dedicada a la producción de concentrados de frutas, los cuales son comercializados y distribuidos por ALFRESCO LTDA. Su producto llamado CHICOCO.

**FRUNORTE LTDA.** Es una empresa ubicada en Santa Marta Cra. 3ra No. 70-29, la cual produce y distribuye un producto llamado TITOTE.

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA.** Es una empresa ubicada en Barranquilla Cra. 84 No. 33-AA01, éstos producen y distribuyen un producto llamado VITARICO.

A nivel internacional Países como Brasil, República Dominicana y Tailandia son grandes abanderados en exportaciones de leche de Coco en polvo a diversos Países europeos que demandan este producto.

**DISTRIBUIDORES EXCLUSIVOS ROLAS.** Ubicada en el vecino país de Venezuela más exactamente en la ciudad de Táchira, tiene un mercado representativo en la región

**GOYA FOODS.** Creada en 1936 por Don Prudencio y Carolina Unanue, emigraron de España para los Estados Unidos y establecieron un pequeño negocio en el bajo Manhattan.

Existen además productos sustitutos que representan competencia para la empresa, tales como:

**Chicoco.** Es un concentrado de coco deshidratado, su apariencia es similar a la de un e un aceite, su ingrediente principal es la pulpa de coco. Este producto solo es utilizado para preparar arroz.

**Titote.** Concentrado de coco deshidratado, su apariencia es similar a la de un en un aceite, solo es utilizado para preparar arroz.

**Vitarico.** Concentrado de Coco su apariencia no es lechosa, no contiene preservantes ni sabores artificiales. Sus ingredientes son coco, sal y azúcar. La presentación del producto es DOYPACK de 125 gramos.

**Coco Deshidratado.** Este producto se utiliza para preparar arroz y todo tipo de postres, su presentación es en Bolsas.

#### **8.4 Participación del Mercado**

La gastronomía juega un papel muy importante dentro de la ciudad, no solo por sus comidas típicas, sino también para toda la diversidad que encontramos en los diferentes restaurantes y hoteles, desde regionales a nivel nacional hasta internacionales, por lo que se considera que el producto además de necesario es innovador.

Este producto va dirigido básicamente para los sectores turísticos y comerciales de los estratos 4, 5 y 6.

## **8.5 Estrategias de comercialización**

La comercialización de la leche de coco en polvo, se encarga de proveer a los hoteles y restaurantes de un producto necesario para su gastronomía, permitiéndole a la **COMERCIALIZADORA G&A LTDA.**, ser proactiva en vez de reactiva, en pro de la toma de decisión con miras a satisfacer las necesidades del cliente meta, siguiendo los fundamentos básicos del concepto de comercialización: Orientación hacia el cliente, Esfuerzo total de la empresa y Ganancia como objetivo.

Por ser una empresa nueva en la ciudad de Cartagena, **COMERCIALIZADORA G&A LTDA.**, iniciara sus labores en la ciudad con una campana publicitaria agresiva dirigida a sus principales clientes potenciales, basado en una base de datos previamente establecida, se desarrollaran actividades tales como:

- ◆ Lanzamiento oficial de la empresa y su producto en especial mediante un cóctel de inauguración, en donde se repartirán invitaciones a nuestro clientes meta, en este se darán muestras de la gastronomía que se puede lograr con la utilización del producto, además de ampliar en gran medida la base de datos existente.
- ◆ Sitio web, que contendrá información relacionada con la empresa y directamente con el producto, donde se mantendrá una comunicación

directa con los clientes y futuros clientes, además tendrá información adicional como recetas, datos nutricionales, forma de compra, etc.

- ◆ Se realizara un publicación en la revista DONDE del periódico local El Universal, para dar a conocer mejor el producto, ya que esta es especialmente repartida en hoteles y restaurantes, se publicaran 6 repartidas en el año, dado que la revista es publicada cada 30 días, se estable su publicación en intervalos de 60 días, en total 6 publicaciones en el año.
- ◆ Colocación de publicación en el directorio telefónico en las páginas amarillas, en una sola columna de 3 x 1 cms.

Los costos de esta campaña son en el primer año de \$ 12.481.200.oo.

**Tabla 2. Costos de la campaña a realizar.**

CONCEPTO	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
Lanzamiento Oficial	1	5.000.000	5.000.000
Pagina web	1	2.040.000	2.040.000
Publicidad DONDE	6	906.300	5.437.800
Publicar S.A.	1	3.400	3.400
<b>TOTAL</b>			<b>12.481.200</b>

**Fuente. Cotizaciones realizadas previas a la realización del proyecto.**

## **9 ESTUDIO TÉCNICO**

### **9.1 Diseño de las Instalaciones de la Planta**

El lugar donde estar establecida la empresa es un lugar cerrado que cuenta con las divisiones necesarias para su adecuación, contara con una zona de atención al cliente, baños, cocina, oficinas administrativas, sub-estación eléctrica, tanque de almacenamiento de agua potable, además de contar con medidas preventivas necesarias.

### **9.2 Información de la empresa LINACO GROUP OF COMPANY**

La empresa será netamente comercializadora de productos de importación, específicamente con la empresa LINACO GROUP OF COMPANY, empresa que cuanta con las instalaciones en Malasia.

LINACO GROUP COMPANY, es una empresa de origen Malasio se ubica en la ciudad de Selangor, país que se encuentra en el sudeste del continente asiático, cuenta con una población de 22.662.365 habitantes, su moneda es el Ringgit (RM) o dólar de Malasia. Su puerto principal es el Tarjung Pelepas en cual mantiene aproximadamente 70 servicios semanales tanto interna como externamente.

LINACO GROUP COMPANY, creada en el año 1994, que desde sus inicios comenzó la distribución de productos alimenticios, ha logrado el reconocimiento



en todo el mundo como un fabricante y proveedor de productos de alta calidad, la cual se encuentra certificada bajo la norma ISO 9001:2000 Regn. No 2009/2005, certificación del sistema HACCP cuyas siglas en ingles significan: Análisis de riesgos y puntos críticos de control, sistema de gestión de aseguramiento de la inocuidad de los alimentos propuesto por la comisión FAO/OMS del CODEX alimentarius, a los países miembros de la OMC y certificación HALAL solo para productos relevantes de la compañía.

Se especializa en cuatro categorías principales:

- Crema de coco en polvo, leche de coco, de bajo contenido de grasa de coco desecado.
- Auténtica cocina de Malasia (fácil de cocinar recetas premezclado).
- Malasia-cocina Oriental (fácil de cocinar recetas premezclado).
- Sabores y condimentos.

### **9.2.1 Descripción del producto RASAKU Coconut Cream Powder**

La leche de coco en polvo RASAKU es un producto remineralizante y con buen sabor que se puede utilizar para preparar un buen arroz, preparar platos de mar y mariscos y deliciosos batidos y postres.

Similar a la harina, la crema de coco en polvo RASAKU es de fina textura y blanca. A diferencia de la mayoría de los otros productos similares, hechos en base al secado mas intenso de la pulpa del coco, la leche en polvo es un buen sustituto para la leche de coco y una alternativa de la leche de otros animales para aquellos que quieren una dieta completamente vegana.



Grafico 6. Rasaku Coconut Cream Powder in Foil

La crema de coco en polvo ofrece el aroma de la leche de coco recién exprimido, a demás fácil de usar y almacenar. Es una opción ideal en la cocina moderna donde amas de casa y cocineros comerciales por igual prefieren la consistencia en calidad, sabor y aroma.

Las porciones en la cuales rinde este producto son:

- 500 gramos = 2 Lt de **Crema** de coco en polvo, es una preparación muy pura – Gruesa.
- 500 gramos = 4 Lt de **Leche** de Coco en polvo, en una preparación más liviana – Delgada.
- 1 kilogramo = 4 Lt de **Crema** de coco en polvo, en una preparación muy pura – Gruesa.
- 1 kilogramo = 8 Lt de **Leche** de coco en polvo, en una preparación mas liviana – Delgada.



Grafico 7: Presentación actual para 500 gramos y 1 kilogramo de Leche de Coco en Polvo RASAKU.

Entre sus principales ingredientes encontramos: leche de coco, almidón hidrolizado y casina de sodio comestible (proteína de leche) como emulsificante permitido. Todos los aditivos alimenticios son derivados de plantas o aditivos sintéticos.

### Propiedades para la salud:

Aproximadamente 50% de los ácidos grasos en la grasa del coco son ácido laurico, el cual es conocido como un anti-viral, anti-bacterial, anti-miótico y antiprotozoal. Recientemente una investigación publicada muestra que la grasa natural del coco llevada en dentro de una dieta ayuda a la normalización de los

lípidos corporales, protegiendo al cuerpo de los daños al hígado por consumo de alcohol y refuerza el sistema inmunológico a las respuestas antiinflamatorias.

**Aplicaciones:**

- Bebidas: Piña colada, cremas, sirope, batidos de leche, cocktails.
- Confección: productos horneados (pies, panes, galletas, biscochos, tortas), dulces, rellenos.
- Ingredientes de comida: mix de comida deshidratada (currys, especias, arroz saborizado, salsas para carne, mantequilla, sopas), mermelada de coco.
- Agente saborizante: aderezos de ensalada, dips, salsas, helado, yogurt, postres (pudding, flan, tortillas).

**9.2.2 Equipos para la producción de la leche de coco en polvo**

**DESCASCARADOR.** Maquina utilizada para separar la pulpa de la cáscara.

**MARMITA A GAS.** La Marmita esta construida por laminas de acero inoxidable tipo 304, calibre 12, con fondo bombeado en lamina de calibre 1/8” con tubo de salida y válvula de cierre rápida para evacuación de los líquidos en el proceso de lavado. Esta Marmita esta montada sobre patas de acero inoxidable y con base niveladoras para ajustar el nivel con el fin de asegurar su normal funcionamiento.

Generador de vapor, se obtiene mediante un proceso de una caldera y esta constituido por las siguientes partes:

- ✓ Tanque de combustible
- ✓ Ventilación
- ✓ Medidor del nivel de combustible
- ✓ Inyector
- ✓ Línea de vapor
- ✓ Admisión del nivel de agua

**LICUADORA INDUSTRIAL.** Esta máquina tiene como función principal triturar la pulpa del coco, cuyo proceso se complementa añadiendo el agua del coco para facilitar el licuado y la obtención de la leche de coco. La licuadora tiene un diseño práctico y moderno que hace que su uso sea sencillo al igual que su limpieza ya que esta formada por un grupo de piezas independientes que facilitan su limpieza.

**TAMIZ SEMI-INDUSTRIAL.** Máquina multiusos, su función principal exprimir, refinar, separar, las partículas más pequeñas de la pulpa del coco, el cual esta conformado por: tapa, armazón, descarga del producto refinado, tolva de alimentación, tamiz con orificio, canaleta de descarga del desperdicio, aspa rotativa con cepillos de nailon. Esta máquina funciona colocando el armazón en el interior del tamiz inclinado, la distancia entre el tamiz y los cepillos se ajusta mediante tuercas.

### 9.2.3 Descripción de Materia Prima

El coco es un fruto oleaginoso llamado también **Cocotero**, de la palma de coco (**C. nucífera**) una variedad de palma que se encuentra en casi todas las zonas tropicales de la tierra. Ha sido calificado por algunos como el "cerdo vegetal", pues como el doméstico gorrino, no tiene desperdicio se aprovecha todo.

El coco es un alimento rico en fibra y potasio así como en cobre, zinc, hierro, ácido fólico y fósforo. También se encuentran vitamina E y vitaminas del grupo B. Es diurético y laxante. Es alimento muy energético especialmente cuando está seco.

Natural de Sur América según los investigadores. Tanto la pulpa del coco como la leche tienen muchas propiedades curativas y nutritivos, es uno de los principales recursos de la humanidad. El agua de coco es el único elemento que se ha usado como medicamento en el laboratorio, su poder hidratante proporciona líquido y electrolitos, para conservar y crear vidas. De la copra se obtienen grasas alimentarias, industriales y harinas proteicas destinadas a la alimentación animal; en muchos países productores de coco, la pulpa se procesa artesanalmente en estado fresco obteniéndose **Zumo o leche de Coco** que se emplea directamente para cocinar. Este trabajo de investigación demuestra que la leche Coco también puede ser utilizada como líquida de gobierno para otros enlatados que contienen mariscos o pescados.

Existen dos variedades de coco; el Enano de Hymalaya y el Coco Alto. Las demás variedades existentes son híbridos o resultado de cruces de los anteriores.

El cocotero (cocos nuciferal). Es el árbol de la vida, el árbol de los mil usos, es la más importante de todas las palmeras, su fruto, hojas y madera proporcionan a muchos miles de pobladores rurales, alimento, bebidas, combustible y alojamiento.

El fruto del cocotero, el coco, es la nuez más importante del mundo, sin embargo, en verdad el coco es una drupa; su color, forma y tamaño dependen de la variedad, en el común, el coco pesa entre 1 y 1.5 Kg., es de forma ovoide y en un corte transversal, se presentan las siguientes partes.

### **CONTENIDO NUTRICIONAL DE LA ALMENDRA O PULPA DE COCO.**

De acuerdo a las partes que lo conforman El coco presenta una gran cantidad de nutrientes

**PULPA MADURA.** Corresponde al 45% de la parte comestible del coco y su contenido nutricional en 100 gramos es el siguiente:

- ✓ Calorías: 274
- ✓ Agua: 53.9 g
- ✓ Proteína: 3.6 g
- ✓ Grasa: 27.0 g

- ✓ CHO´S: 10.2 g
- ✓ Fibra: 4.3 g
- ✓ Ceniza: 1.1 g

Otros:

- ✓ Calcio: 7.0 mg
- ✓ Fósforo: 80.0 mg
- ✓ Hierro: 1.3mg
- ✓ Tiamina: 0.05mg
- ✓ Riboflavina: 0.02 mg
- ✓ Niacina: 0.5 mg
- ✓ Ácido Ascórbico: 5.0 mg

### **9.3 Descripción del producto y servicio**

#### **9.3.1 Descripción del Proceso de importación**

Para la escogencia del proveedor se desarrollara un estudio para resolver todo lo concerniente a la importación del producto, dentro de lo cual se estableció que el proveedor mantenga un proceso de tipo artesanal con tecnología incorporar a de nivel medio lo cual permite obtener un producto de calidad en el cual se eliminan el mínimo de perdidas.

El proceso de comercialización de la leche de coco en polvo inicia desde el momento en que se realiza el contacto con la empresa productora para lograr la importación de la leche de coco en polvo, teniendo en cuenta que la importación es un mediante, en el cual algún bien o servicio es recibido desde



otro país, provincia u otra parte del mundo, en este caso Malasia, desde uno de sus puertos principales, Tanjung Pelepas, para la comercialización final en Cartagena y posteriormente en la costa caribe del país, este producto será suministrado a los consumidores locales tales como restaurantes y hoteles, que lo utilizaran para la realización de la gastronomía.

El puerto de Tanjung Pelepas esta localizado en la boca oriental del río Pilai al sudoeste de Malasia Johor, los lead times aproximados desde origen hasta destino son los siguientes:

Puerto de Origen			Puerto Destino				Lead Time Total
Puerto	Ciudad	País	Puerto	Lead time	Puerto Final	Lead Time	
Tanjung Pelepas	Johor	Malasia	Buenaventura - Colombia	30	Cartagena - Colombia	13	43
Tanjung Pelepas	Johor	Malasia	Panamá	33	Cartagena - Colombia	8	41

**Tabla 3. Lead times aproximados. Fuente DHL Colombia Ltda.**

La importación de la leche de coco en polvo **Rasaku Coconut**, será de forma ordinaria, la cual se define según el decreto 1909 de 1992 como la introducción de mercancía procedente del extranjero o de zona franca colombiana, al territorio nacional para permanecer en él indefinidamente y en libre disposición, cancelando previamente los tributos aduaneros del caso, y cumpliendo con el procedimiento legal previsto para el efecto.

Los pasos que se deben llevar a cabo para la importación ordinario, en especial para el caso de la importación de la leche de coco en polvo es:

1. Estudio de mercado y de la factibilidad económica de la importación.

2. Trámite del Registro Sanitario, autorización expresa o inscripción ante alguna entidad, por ser un producto alimenticio, para la importación de la leche de coco en polvo se requiere la tramitación de un registro sanitario el cual es expedido por INVIMA (instituto nacional de vigilancia de alimentos y medicamentos), la cual se encarga de verificar el estado de medicamentos, alimentos, cosméticos, elementos y equipos, etc.

3. Trámite del Registro o Licencia de Importación, que se resumen en:

- Radicación de la cédula de ciudadanía o del Número de Identificación Tributaria (NIT) en las Oficinas Regionales o Seccionales del INCOMEX,
- Compra y diligenciamiento del formulario "Registro de Importación - Hoja Principal",
- Solicitud de visto Bueno ante la entidad correspondiente, para aquellos productos que así lo requieran,
- Radicación del formulario en las Oficinas Regionales o Seccionales del INCOMEX, - Aprobación de la importación por parte del INCOMEX.

4. Pago de la importación (reembolso).

5. Se contrata una Sociedad Certificadora que se encarga de la inspección de la mercancía en el país del cual se despacha hacia Colombia, esta Sociedad expedirá el Certificado de Inspección (Se requiere para los "productos sensibles" determinados por el Consejo Superior de Comercio Exterior).

6. Se despacha la mercancía hasta puerto colombiano

7. Una vez llegue al país, la compañía transportadora elabora Manifiesto de Carga para la verificación de ésta por parte de la Administración de Aduanas.

8. El importador, el Usuario Aduanero Permanente o la Sociedad de Intermediación Aduanera, hace los trámites para efectos de nacionalización de la mercancía, que se resumen en:

- Compra de los formularios: "Declaración Andina de Valor en Aduana" y "Declaración de Importación".
- Diligenciamiento de la Declaración Andina de Valor en Aduana, si el valor de la importación es igual o superior a US \$ 5.000.00.
- Diligenciamiento de la Declaración de Importación,
- Presentación de la Declaración de Importación en los Bancos o entidades financieras autorizadas cancelando los tributos aduaneros correspondientes.
- Presentación de la Declaración de Importación, junto con los demás documentos en el depósito de Aduana en que se encuentre la mercancía,
- El empleado del depósito o el funcionario de la Aduana que recibe la declaración captura la información en el Sistema Informático de la Aduana.
- El inspector de la DIAN efectúa verificación física de la mercancía y de los documentos que sustentan la importación.
- El empleado del depósito o el funcionario aduanero autorizan el retiro de la mercancía del depósito, quedando en libre disposición del importador.

#### **9.4 Datos generales de la SIA**

**COEXNORT S.I.A. S.A.** es una empresa de naturaleza comercial constituida al amparo de la legislación colombiana bajo la forma de Sociedad Anónima, con una antigüedad de 23 años en el mercado, cuyo objetivo y razón social es el

asesoramiento en el área de Comercio Exterior, como Intermediarios Aduaneros, en cumplimiento de los requisitos exigidos por la nueva legislación de Aduanas, su Decreto 2685 de Dic 28 del 99 y demás reglamentarias, amparadas en el código 0067.

### **Misión**

*COEXNORT SIA S.A.* orientará todas sus actividades y funciones al cumplimiento de los requisitos y exigencias de nuestros clientes, realizando sus operaciones en forma legal, de acuerdo con las leyes colombianas, colaborando con las autoridades nacionales e internacionales, y esforzándose por cumplir con un servicio eficiente basado en la comunicación constante y en el respaldo a todas las operaciones, para lo cual se cuenta con un equipo de trabajo idóneo y especializado que busca el mejoramiento continuo de nuestros procesos y del Sistema de Gestión de calidad.

### **Visión**

*COEXNORT S.I.A. S.A.* se consolidara en el año 2010 como una empresa líder en el mercado Nacional. Con una estructura sólida y flexible que le permita adaptarse y mantenerse dentro del mercado como la empresa más EFICAZ Y EFICIENTE en el servicio de **INTERMEDIACION ADUANERA** a nivel regional, nacional e internacional; buscando el reconocimiento de la calidad y excelencia de nuestros servicios y la plena satisfacción de nuestros clientes. Cuenta para ello con un recurso Humano comprometido en el mejoramiento continuo dentro de un entorno de cambio, reto y exigencia.

## **IMPORTACIONES, DESPACHO PARA CONSUMO**

Asesoría técnica y profesional al cliente en materia de legislación aduanera y trámites ante las diferentes entidades que tengan que ver con el proceso de importación de mercancías.

Revisión de los Sobordos para detectar la llegada efectiva de la mercancía informando inmediatamente al cliente.

Solicitud, recepción y análisis de la documentación requerida para nacionalizar la mercancía.

Supervisión de la labor de descargue del cargamento, de su traslado a patios o bodegas según sea el caso y definición de su estado para proceder, según las circunstancias lo recomienden a ordenar su reempaque; reclamo por faltante o daño al transportador; consulta al importador sobre si es necesario darle un tratamiento especial a la mercancía en cuanto a medidas de conservación (por ejemplo carpaje) o vigilancia y contacto con los ajustadores cuando lo requiera. Llevar a cabo los trámites de nacionalización de la mercancía, los cuales van desde la presentación de la declaración de despacho para consumo, hasta la entrega de la carga al transportador.

Entrega de la mercancía al transportador para su traslado al lugar de destino. Este proceso incluye el inventario y estado de la mercancía que se entrega, de lo anterior se deja constancia en la carta de porte correspondiente. Por lo general el transportador es elegido por el cliente. Cuando la mercancía sale, inmediatamente se notifica de ello al cliente.

## **9.5 Precio de venta del Producto**

Se tomo como parámetro para establecer el precio de venta del producto para el costo de importación del mismo. La meta principal es que todo lo que se importe se venda, es decir mantener un inventario 0 o muy bajo para reducir los costos de almacenamiento. El producto tendrá un de valor \$ 10.000.00 COP, en su presentación de 500 gr., y de \$ 20.000.00 COP, en su presentación de 1 kilogramos.

## 10 GENERALIDADES DE LA EMPRESA

### 10.1 Nombre de la Empresa

**COMERCIALIZADORA G&A LTDA.**, es una empresa que se dedicara a la comercialización de leche de coco en polvo principalmente en la costra caribe en hoteles y restaurante.

### 10.2 Tipo de Empresa

La empresa **COMERCIALIZADORA G&A LTDA.**, será una empresa comercial dedicada a la importación, distribución y venta de la leche de coco en polvo.

### 10.3 Localización

La empresa quedara ubicada inicialmente en el barrio Bosque, calle Nilo # 21 – 59, Esta ubicación es un punto estratégico debido a que el sector es comercial e industrial y cuenta con vías de fácil acceso y gran infraestructura portuaria, para el logro de la importación del producto desde Asia, el cual será nuestro principal proveedor.

### 10.4 Tamaño

Será una empresa pequeña ya que contara inicialmente con 4 trabajadores administrativos.

## **10.5 Misión**

**COMERCIALIZADORA G&A LTDA.**, es una empresa creada para satisfacer las necesidades de sus clientes en la comercialización de la leche de coco en polvo en la costa caribe, contando con un equipo humano competente y altamente comprometido con la calidad, por medio de un trabajo de mejora continua.

## **10.6 Visión**

**COMERCIALIZADORA G&A LTDA.**, será para el 2.012 la empresa líder en comercialización de leche de coco en polvo a nivel local y a mediano plazo incursionar en el mercado nacional ofreciendo siempre productos de excelente calidad.

## **10.7 Estructura organizacional**

### **10.7.1 Mano de obra requerida**

La empresa define en su organigrama su conformación: La alta Dirección constituida por:

**FUNCIONES DEL GERENTE.** La función del gerente esta basada en las cuatro funciones básicas de la administración planeación, coordinación dirección y control. Debe fijar las directrices para que en todo el proceso logístico y administrativo de la empresa se tenga el éxito esperado, además de evaluar la satisfacción del



cliente para lo cual se apoyara en el nivel de entrega de los pedidos elaborados mensualmente, buscando la optimización del servicio y por ende la satisfacción del cliente. Encargado de las funciones comerciales de la empresa debe incentivar y mantener las ventas. Controlar la cartera

**FUNCIONES DEL CONTADOR.** Será un asesor de la compañía, supervisara y analizara toda la actividad contable de la empresa, aplicando las normas contables para todas las operaciones y transacciones que se hagan dentro de la empresa.

**FUNCIONES DE LA ASISTENTE DE GERENCIA.**

- ✓ Recepción de llamadas y pedidos.
- ✓ Realizar informes del estado de la caja.
- ✓ Realizar facturas y recibo de caja.

**FUNCIONES INGENIERO DE OPERACIONES.** Esta encargada de todo el proceso productivo de la empresa incluyendo los siguientes procesos.

- ✓ Recepción y acondicionamiento del producto.
- ✓ Almacenamiento y control de stocks del producto.
- ✓ Acondicionar el producto para su debida distribución.
- ✓ Planeación de la importación y de la operación logística.

### 10.7.2 Estructura organizacional

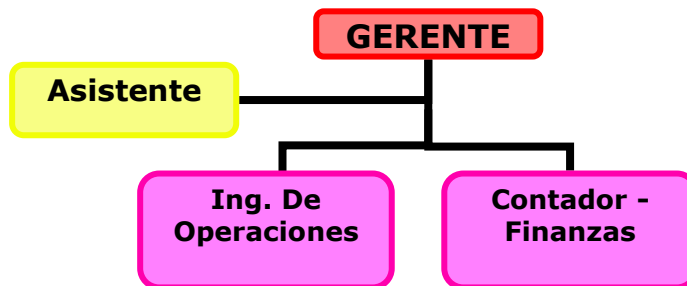


Grafico 8. Organigrama

### 10.7.3 Naturaleza jurídica

Esta empresa esta enmarcada dentro de las políticas y requisitos de las sociedades Ltda., según la legislación Comercial Colombiana.

Todos los socios responderán hasta el monto de sus respectivos aportes por los compromisos que contraigan la sociedad. Los aportes se pagaran totalmente al constituirse la sociedad. Los requisitos legales para la constitución de la empresa son los siguientes.

- ◆ Constitución de la escritura pública.
- ◆ Matricula mercantil.
- ◆ Constitución del RUT – Registro Único Tributario –
- ◆ Registro de libros.

La empresa estará en la obligación de:

- ◆ A llevar contabilidad y registrar sus libros en la Cámara de Comercio donde tiene el domicilio principal sin importar la forma como se llevan o la estructura de los mismos.
- ◆ A pagar los impuestos municipales, tales como: industria y comercio, avisos, carteles, bomberos y otros impuestos soportes del municipio o distrito se obtendrá la licencia de funcionamiento.

## **10.8 Análisis DOFA**

De acuerdo a la visión y la misión de la empresa los temas de análisis constituyen básicamente los puntos a tener en cuenta para la creación de una empresa comercializadora de leche de coco en polvo en la región de Cartagena inicialmente.

### **10.8.1 Debilidades**

- ◆ EL producto debe ser importado desde Malasia, y se deben correr riesgos durante el proceso de importación.
- ◆ La competencia mas fuerte es de leche de coco liquida en bolsa, que es comercializada a un precio más económico.
- ◆ El segmento al cual va dirigido el producto es limitado, debido a que va enfocado directamente a los hoteles y restaurantes existentes en la ciudad.

### **10.8.2 Oportunidades**

- ◆ Por la naturaleza y calidad del producto se puede posesionar fuertemente en el mercado local y lograr extenderse a nivel nacional, en los hoteles y cadenas de restaurantes se constituyen en un mercado fundamental, ya que no han sido lo suficientemente explorados por la competencia.
- ◆ Se pueden desarrollar varios usos de carácter gastronómicos, en lugares diferentes a hoteles y restaurantes.

### **10.8.3 Fortalezas**

- ◆ Tipo de presentación en el producto nuevo en el mercado.
- ◆ Producto multiuso.
- ◆ Producto natural, rico en contenido vitamínico.
- ◆ Optimización de la calidad del producto.
- ◆ El 75% del consumo en la región está garantizado por ser un producto de consumo masivo y típico en la región.

#### **10.8.4 Amenazas**

- ◆ Las empresas que ofrecen el producto y sus sustitutos presentan mayor solidez y un mercado ganado, lo cual las convierte en fuertes competidores.
- ◆ Debido a los problemas socio-económicos que vive el país se corre el riesgo del incremento en el valor de los impuestos requeridos para la importación del producto, repercutiendo en el valor de la comercialización, además de los posibles cambios en los gustos de los consumidores.

## 11 ANALISIS FINANCIERO

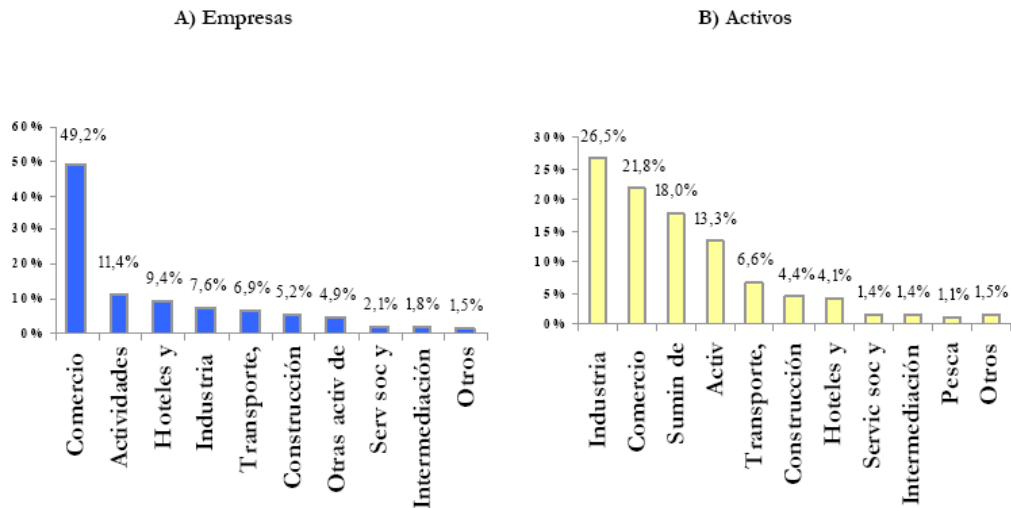
En la ciudad de Cartagena la demanda con respecto a la leche de coco en polvo es creciente y no está siendo explotada, se estima que durante el primer año las ventas de la leche de coco en polvo será de 10 toneladas, divididas en 5 toneladas de 500 gr y 5 toneladas de 1000 a un precio unitario de \$ 10.000.00 para la presentación de 500 gr y de \$ 20.000.00 para la presentación de 1.000 gr, el incremento anual del producto será de un 10% aproximadamente, teniendo en cuenta los impuesto y costos.

### 11.1 Demanda Potencial

Sucursales y agencias matriculadas y renovadas en los municipios de la jurisdicción\*. Acumulado a Octubre

Tamaños	Jurisdicción		Cartagena		Variación %	
	2006	2007	2006	2007	Jurisdicción	Cartagena
Micro	960	1.057	932	1.016	10,1%	9,0%
Pequeña	186	199	177	191	7,0%	7,9%
Mediana	89	93	81	86	4,5%	6,2%
Grande	45	38	44	37	-15,6%	-15,9%
<b>Total</b>	<b>1.280</b>	<b>1.387</b>	<b>1.234</b>	<b>1.330</b>	<b>8,4%</b>	<b>7,8%</b>

**Tabla 4. Fuente Cámara de Comercio de Cartagena**



**Gráfico 9: Fuente Cámara de Comercio de Cartagena**

En Cartagena existan a Octubre de 2007 1.269 empresas legalmente constituidas, de las cuales el 49,56% realizan actividades comerciales y el 9,27% son hoteles. Esto equivale a 629 de comercio y 118 hoteles y restaurantes. Estos constituyen el mercado objetivo inmediato del producto, el cual es suficiente para absorber nuestra oferta de 10 toneladas del producto que se estiman serán la importación inicial.

Este precio se establece debido a que permite tener un margen de ganancia sobre los costos y permite maniobrabilidad en caso de que la tasa de cambio varíe en sentido positivo. En caso de que se incremente en más del 15% esta, habrá que reajustar los precios debido a incrementos en los costos. Esto es posible hacerlo debido a las condiciones de la demanda y a los competidores y sustitutos actuales.

El proyecto será evaluado en un término de 8 años al término del cual se evaluarán los costos y riesgos, bien sea para una continuación y/o liquidación de la misma.

## **11.2 Información sobre el financiamiento**

El valor de la importación será cubierto mediante la figura financiera leasing de importación, la cual es una excelente alternativa para la empresa que además se encuentra en sus inicios, mediante un contrato de arrendamiento financiero, la entidad financiera realiza todo el trámite de importación en cuanto a costos se refiere a través de la SIA contratada con anterioridad y es entregada para que haga uso de estos, a cambio del pago de un canon periódico durante los 8 años establecidos pagando un porcentaje del valor inicial; este porcentaje es pactado desde el inicio del contrato.



**Tabla 5. Amortización de la deuda**

<b>TABLA DE AMORTIZACION DE LA DEUDA</b>						
<b>OBLIGACION FINANCIERA</b>	<b>100.000.000,00</b>					
<b>TASA DE INTERES EFECTIVA</b>	<b>29,8%</b>					
<b>PLAZO DE AMORTIZACION (AÑOS)</b>	<b>5</b>					
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
ABONO A CAPITAL		20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000
INTERESES		29.840.000	23.872.000	17.904.000	11.936.000	5.968.000
CUOTA PAGADA		49.840.000	43.872.000	37.904.000	31.936.000	25.968.000
<b>SALDO</b>	<b>100.000.000,00</b>	<b>80.000.000</b>	<b>60.000.000</b>	<b>40.000.000</b>	<b>20.000.000</b>	<b>-</b>

### 11.3 Costos requeridos para la importación

Una vez establecida la necesidad de un producto en el mercado nacional, por factores tales como la escasez o inexistencia, el precio elevado, por un requerimiento específico de calidad, por que se desea introducir algún bien, o por cualquier otro factor, el proceso de importación se inicia con un estudio sobre LA FACTIBILIDAD ECONOMICA DE LA IMPORTACION, que nos permita determinar la viabilidad del proyecto.

En este estudio deberemos considerar los siguientes costos:

**Precio externo del producto:** Este precio podrá obtenerse por medio de solicitud de cotización al proveedor. Si el precio suministrado es FOB, deberemos considerar también los **costos de los fletes externos y del seguro**. Si el precio informado es CIF, incluirá estos costos. Igualmente, en la cotización encontraremos la forma y el plazo de pago, elementos de gran importancia para determinar la viabilidad de la importación.

**Costos de nacionalización:** Su determinación se hace con base en la clasificación arancelaria del producto. Por tanto, de una correcta clasificación de la mercancía depende que los tributos aduaneros (gravamen arancelario e impuesto a las ventas -IVA), sean valorados con exactitud.

**Costos administrativos de la importación :** Se incurre en ellos cuando para el trámite de la importación se contrata una Sociedad de Intermediación Aduanera .- SIA, así mismo, hacen relación a los costos de mantenimiento de la infraestructura necesaria para adelantar el trámite que requiere una importación.

**Preferencias Arancelarias:** Se debe establecer si el producto por ser originario de un país con el cual Colombia tenga Acuerdo comercial, obtiene preferencia arancelaria. Los países con los cuales se tiene acuerdo comercial vigente son:

- **Costos financieros:** Pueden hacer relación a dos clases: A las comisiones bancarias por concepto de la apertura de la carta de crédito o de los giros y a los costos de la financiación cuando no se cuenta con recursos propios. En el estudio de los costos financieros deberá contarse además, con la investigación acerca del valor de las divisas en el mercado cambiario.
- **Costos de manejo portuario de la mercancía, bodegaje y de los fletes internos.**
- **Tasa de cambio:** Para efectos de cálculos se utilizó una tasa de \$ 1.700 / US \$.

Una vez **determinada la Factibilidad económica de la importación**, bien sea con presupuesto propio o contando con la financiación de algún intermediario financiero, y **establecidos los términos de la negociación con el vendedor**.

El valor del costo incluye el costo + flete (Cartagena)

- ◆ Flete es de US \$ 58 – 65 / TON
- ◆ Los gastos de uso de instalación en puerto son de US \$ 5.2 / TON
- ◆ El manejo de carga es de US \$ 3.8 / TON aproximadamente
- ◆ El servicio de cargue es de US \$ 4.00 / TON
- ◆ Gastos de SIA aproximado es de US \$ 105 por el cargamento

Los valores en tiempo y costo dentro del país exportador (MALASIA) son en cuanto al tránsito del producto:

**Tabla 6. Costos de embarque desde el país exportador (Malasia)**

Embarque Malasia			
Componentes	US Parcial/TON	Completo	Tiempo/Hora
Manipuleo	4	40	24
Transporte	58	580	900
Seguro	52	52	72
<b>Total</b>		<b>672</b>	

Fuente: Cotizaciones realizadas previamente.

El costo del embarque de la leche de coco en polvo al momento de ser embarcada y transportada desde su país de origen Malasia es en total de US \$ 672

**Tabla 7. País importador (Colombia)**

<b>Importador Colombia</b>			
<b>Directos</b>	<b>US Parcial/TON</b>	<b>Completo</b>	<b>Tiempo/Hora</b>
Manipuleo (embarque)	3,8	38	24
Transporte		70,3	8
Almacenaje	5,2	52	72
Documentacion		36	36
Aduanero		30	24
Bancario		250	24
Agente		105	24
<b>Total costos directos</b>		<b>581,3</b>	<b>212</b>
<b>Indirectos</b>	<b>US Parcial/TON</b>	<b>Completo</b>	<b>Tiempo/Hora</b>
Administrativos Capital (inventario)		10000	
<b>Total costos indirectos</b>		<b>10000</b>	

Fuente: Cotizaciones realizadas previamente.

**Tabla 8. Capacidad contenedor 20''**

<b>Capacidad Contedor 20''</b>							
	<b>Peso gr</b>		<b>9.760.000 Peso Kg</b>		<b>9760 Peso TON</b>		<b>9,76</b>
<b>Presentacion gr</b>	<b>Cajas</b>	<b>Unidades</b>	<b>Uni/Caja</b>	<b>Costo FOB Uni US</b>	<b>Costo FOB Uni \$</b>	<b>Costo Total FOB \$</b>	<b>Peso gr</b>
<b>1.000</b>	305	4.880	16	4	7.200	35.136.000	4.880.000
<b>500</b>	305	9.760	32	2	3.600	35.136.000	4.880.000
<b>Total</b>	610	14.640	48	6	10.800	70.272.000	9.760.000

## 11.4 Ventas Proyectadas

<b>VENTAS PROYECTADAS</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
VENTAS EN UNIDADES	9.760	11.224	12.908	14.844	17.070
PRECIO UNITARIO	20.000	22.000	24.200	26.620	29.282
<b>VENTA TOTAL</b>	<b>195.200.000</b>	<b>246.928.000</b>	<b>312.363.920</b>	<b>395.140.359</b>	<b>499.852.554</b>
<b>COSTOS DE VENTAS DIRECTOS</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
PRODUCCION Y VENTA EN UNIDADES	9.760	11.224	12.908	14.844	17.070
COSTO UNITARIO	9.152	9.546	9.956	10.384	10.831
<b>COSTO DE VENTA TOTAL</b>	<b>89.324.242</b>	<b>107.139.962</b>	<b>128.509.027</b>	<b>154.140.152</b>	<b>184.883.406</b>

Tabla 9. Ventas Proyectadas.

## 11.5 Información financiera sobre la empresa

Tabla 10. Repartición de importación a costos unitarios.

<b>Repartición de importación a costos Unitarios</b>	
<b>Presentación gr</b>	
<b>1000</b>	<b>4.880,00</b>
<b>500</b>	<b>9.760,00</b>
<b>Total unidades</b>	<b>14.640,00</b>
<b>CT por Importación US</b>	<b>10.581,00</b>
<b>CT por importación COP</b>	<b>17.988.210,00</b>
<b>Costos asociados a cada unidad por importación Us</b>	<b>3.836,00</b>
<b>Costos asociados a cada unidad por importación COP</b>	<b>2.352,00</b>
<b>Costos de Unidad Total</b>	<b>9.152,00</b>

**Tabla 11. Costos Fijos Anuales**

<b>Costos Fijos Anuales</b>	
<b>Nomina</b>	60000000
<b>Energia Electrica</b>	3000000
<b>Agua</b>	1440000
<b>Telefono e Internet</b>	2400000
<b>Seguridad</b>	1680000
<b>Bodegaje</b>	1200000
<b>Distribucion</b>	3000000
<b>Total</b>	72720000

**Tabla 12. Capital de trabajo Inicial**

<b>Capital de trabajo inicial</b>	
<b>Total mercancia Contenedor 20"</b>	66.368.000
<b>Total</b>	66.368.000

**Fuente: Cotizaciones realizadas previamente.**

## 11.6 Datos del Proyecto

<b>PARAMETROS</b>			
TERRENO METRO CUADRADO	100	METROS CUADRADOS	
VALOR TERRENO METRO CUADRADO	400.000	PESOS	
EDIFICACION INDUSTRIAL	80	METROS CUADRADOS	
VALOR EDIFICACION METRO CUADRADO	200.000	PESOS	
AÑOS DEPRECIACION	25	AÑOS	
VALOR MAQUINARIA Y EQUIPO	17.000.000	PESOS	
AÑOS DEPRECIACION	10	AÑOS	
VALOR MUEBLES Y ENSERES	12.000.000	PESOS	
AÑOS DEPRECIACION	10	AÑOS	
VALOR VEHICULOS	30.000.000	PESOS	
AÑOS DEPRECIACION	10	AÑOS	
GASTOS PREOPERATIVOS	30.469.410	PESOS	
AÑOS AMORTIZABLES	10	AÑOS	
COSTOS DE VENTA UNITARIO	9.152	PESOS/UNIDAD	
COSTOS FIJOS	72.720.000	PESOS EL PRIMER AÑO	
TASA DE IMPUESTOS	35,0%	ANUAL	
CAPITAL DE TRABAJO INICIAL	66.368.000	INVERSION INICIAL	
CAPITAL DE TRABAJO INCREMENTAL	1,5%	ANUAL	
VENTAS - 1AÑO	9.760	UNIDADES	
PRECIO DE VENTAS UNITARIO - 1AÑO	20.000	PESOS/UNIDAD	
INCREMENTO EN PRECIO- 2- 5 AÑO	10,0%	ANUAL	
INCREMENTO EN UNIDADES- 2 -5 AÑOS	15,0%	ANUAL	
INFLACION	4,3%	ANUAL	
TASA ESPERADA DEL ACTIVO FIJO	20%	ANUAL	
TASA NOMINAL DE LA DEUDA	26,4%	AMV	
TASA DE INTERES EFECTIVA DE LA DEUDA	32,0%	EA	
PLAZO PARA AMORTIZAR LA DEUDA	5	AÑOS	
TASA DE OPORTUNIDAD DEL INVERSIONISTA	1,2%	MENSUAL	
TASA EFECTIVA DEL INVERSIONISTA	15,4%	ANUAL	
COSTO DELA DEUDA DESPUES DE IMPUESTOS	20,8%	ANUAL	
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	47,2%	PASIVO TOTAL/ACTIVO TOTAL	

Tabla 13. Parámetros

<b>TABLA DE INVERSION INICIAL DEL PROYECTO</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR EN PESOS</b>	<b>% SOBRE TOTAL</b>
TERRENO	40.000.000	
EDIFICACIONES INDUSTRIAL	16.000.000	
MAQUINARIA Y EQUIPO	17.000.000	
MUEBLES Y ENSERES	12.000.000	
VEHICULOS	30.000.000	
<b>TOTAL DE INVERSIONES FIJAS</b>	<b>115.000.000</b>	<b>54,3%</b>
EFFECTIVO, INVENTARIO Y CARTERA	66.368.000	
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>66.368.000</b>	<b>31,3%</b>
GASTOS PREOPERATIVOS	30.469.410	
<b>TOTAL INVERSIONES DIFERIDAS</b>	<b>30.469.410</b>	<b>14,4%</b>
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>211.837.410</b>	<b>100,0%</b>

Tabla 14. Tabla de Inversión Inicial del proyecto



## 11.7 Proyecciones Financieras a 5 años

<b>TABLA DE DEPRECIACION</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
VALOR HISTORICO EDIFICACION INDUSTRIAL	16.000.000				
VIDA UTIL	25				
DEPRECIACION	640.000	640.000	640.000	640.000	640.000
DEPRECIACION ACUMULADA	640.000	1.280.000	1.920.000	2.560.000	3.200.000
VALOR EN LIBROS	15.360.000	14.720.000	14.080.000	13.440.000	12.800.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	17.000.000				
VIDA UTIL	10				
DEPRECIACION	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000
DEPRECIACION ACUMULADA	1.700.000	3.400.000	5.100.000	6.800.000	8.500.000
VALOR EN LIBROS	15.300.000	13.600.000	11.900.000	10.200.000	8.500.000
VALOR HISTORICO MUEBLES Y ENSERES	12.000.000				
VIDA UTIL	10				
DEPRECIACION	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
DEPRECIACION ACUMULADA	1.200.000	2.400.000	3.600.000	4.800.000	6.000.000
VALOR EN LIBROS	10.800.000	9.600.000	8.400.000	7.200.000	6.000.000
VALOR HISTORICO VEHICULOS	30.000.000				
VIDA UTIL	10				
DEPRECIACION	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
DEPRECIACION ACUMULADA	3.000.000	6.000.000	9.000.000	12.000.000	15.000.000
VALOR EN LIBROS	27.000.000	24.000.000	21.000.000	18.000.000	15.000.000
<b>DEPRECIACION ANUAL TOTAL</b>	<b>6.540.000</b>	<b>6.540.000</b>	<b>6.540.000</b>	<b>6.540.000</b>	<b>6.540.000</b>
<b>DEPRECIACION ANUAL ACUMULADA TOTAL</b>	<b>6.540.000</b>	<b>13.080.000</b>	<b>19.620.000</b>	<b>26.160.000</b>	<b>32.700.000</b>
<b>VALOR EN LIBROS TOTAL</b>	<b>68.460.000</b>	<b>61.920.000</b>	<b>55.380.000</b>	<b>48.840.000</b>	<b>42.300.000</b>

Tabla 15. Tabla de depreciación

<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO DURANTE EL HORIZONTE DE PLANIFICACION</b>						
	<b>ANO 0</b>	<b>ANO 1</b>	<b>ANO 2</b>	<b>ANO 3</b>	<b>ANO 4</b>	<b>ANO 5</b>
VENTAS		195.200.000	246.928.000	312.363.920	395.140.359	499.852.554
COSTOS VARIABLES		89.324.242	107.139.962	128.509.027	154.140.152	184.883.406
<b>MARGEN DE CONTRIBUCION</b>		<b>105.875.758</b>	<b>139.788.038</b>	<b>183.854.893</b>	<b>241.000.206</b>	<b>314.969.148</b>
COSTOS FIJOS (SIN DEPRECIACION NI DIFERIDO)		72.720.000	75.846.960	79.108.379	82.510.040	86.057.971
DEPRECIACION		6.540.000	6.540.000	6.540.000	6.540.000	6.540.000
AMORTIZACION DE DIFERIDOS		3.046.941	3.046.941	3.046.941	3.046.941	3.046.941
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>		<b>23.568.817</b>	<b>54.354.137</b>	<b>95.159.573</b>	<b>148.903.226</b>	<b>219.324.236</b>
IMPUESTOS		8.249.086	19.023.948	33.305.850	52.116.129	76.763.482
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>15.319.731</b>	<b>35.330.189</b>	<b>61.853.722</b>	<b>96.787.097</b>	<b>142.560.753</b>
AJUSTES CONTABLES						
MAS: DEPRECIACION		6.540.000	6.540.000	6.540.000	6.540.000	6.540.000
MAS: AMORTIZACION DE DIFERIDOS		3.046.941	3.046.941	3.046.941	3.046.941	3.046.941
MENOS: INVERSIONES						
TERRENO	40.000.000					
EDIFICACIONES INDUSTRIAL	16.000.000					
MAQUINARIA Y EQUIPO	17.000.000					
MUEBLES Y ENSERES	12.000.000					
VEHICULOS	30.000.000					
INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO	66.368.000					
INVERSION DIFERIDA O PREOPERATIVA	30.469.410					
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>211.837.410</b>					
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO</b>		<b>24.906.672</b>	<b>44.917.130</b>	<b>71.440.663</b>	<b>106.374.038</b>	<b>152.147.694</b>
INVERSIONES ADICIONAL EN CAPITAL DE TRABAJO		995.520	1.010.453	1.025.610	1.040.994	
LIQUIDACION DE CAPITAL DE TRABAJO						70.440.576
VALOR COMERCIAL DE LOS ACTIVOS FIJOS						82.300.000
<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>	<b>-211.837.410</b>	<b>23.911.152</b>	<b>43.906.677</b>	<b>70.415.054</b>	<b>105.333.044</b>	<b>304.888.270</b>
<b>TIR</b>	<b>27,2%</b>					
<b>TMAR/TREMA/TIO/TMRR</b>	<b>15,4%</b>					
<b>VPN</b>	<b>96.150.540</b>					
<b>B/C</b>	<b>1,45</b>					

Tabla 16. Flujo de caja del proyecto durante el horizonte de planificación

<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>ACTIVO</b>	<b>ANO 0</b>	<b>ANO 1</b>	<b>ANO 2</b>	<b>ANO 3</b>	<b>ANO 4</b>	<b>ANO 5</b>
<b>EFFECTIVO (CW)</b>	<b>66.368.000,0</b>	<b>47.523.758</b>	<b>68.815.751</b>	<b>124.298.316</b>	<b>223.402.633</b>	<b>378.277.680</b>
TERRENOS	40.000.000,0	40.000.000,0	40.000.000,0	40.000.000,0	40.000.000,0	40.000.000,0
ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	75.000.000,0	75.000.000,0	75.000.000,0	75.000.000,0	75.000.000,0	75.000.000,0
DEPRECIACION ACUMULADA		6.540.000,0	13.080.000,0	19.620.000,0	26.160.000,0	32.700.000,0
<b>ACTIVO FIJO NETO</b>	<b>115.000.000,0</b>	<b>108.460.000,0</b>	<b>101.920.000,0</b>	<b>95.380.000,0</b>	<b>88.840.000,0</b>	<b>82.300.000,0</b>
ACTIVO DIFERIDO	30.469.410,0	30.469.410,0	30.469.410,0	30.469.410,0	30.469.410,0	30.469.410,0
AMORTIZACION ACUMULADA		3.046.941,0	6.093.882,0	9.140.823,0	12.187.764,0	15.234.705,0
<b>ACTIVO DIFERIDO NETO</b>	<b>30.469.410,0</b>	<b>27.422.469,0</b>	<b>24.375.528,0</b>	<b>21.328.587,0</b>	<b>18.281.646,0</b>	<b>15.234.705,0</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>211.837.410,0</b>	<b>183.406.227,3</b>	<b>195.111.278,6</b>	<b>241.006.903,2</b>	<b>330.524.278,5</b>	<b>475.812.385,2</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>OBLIGACIONES FINANCIERAS</b>	<b>100.000.000,0</b>	<b>80.000.000,0</b>	<b>60.000.000,0</b>	<b>40.000.000,0</b>	<b>20.000.000,0</b>	<b>0,0</b>
<b>IMPUESTOS POR PAGAR</b>		<b>-2.950.913,9</b>	<b>10.063.948,1</b>	<b>26.585.850,4</b>	<b>47.636.129,0</b>	<b>74.523.482,5</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>100.000.000,0</b>	<b>77.049.086,1</b>	<b>70.063.948,1</b>	<b>66.585.850,4</b>	<b>67.636.129,0</b>	<b>74.523.482,5</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
<b>CAPITAL</b>	<b>111.837.410,0</b>	<b>111.837.410,0</b>	<b>111.837.410,0</b>	<b>111.837.410,0</b>	<b>111.837.410,0</b>	<b>111.837.410,0</b>
<b>RESERVAS</b>			<b>-5.480.268,7</b>	<b>13.209.920,5</b>	<b>62.583.642,8</b>	<b>151.050.739,5</b>
<b>UTILIDADES DEL EJERCICIO</b>		<b>-5.480.268,7</b>	<b>18.690.189,3</b>	<b>49.373.722,2</b>	<b>88.467.096,7</b>	<b>138.400.753,2</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>111.837.410,0</b>	<b>106.357.141,3</b>	<b>125.047.330,5</b>	<b>174.421.052,8</b>	<b>262.888.149,5</b>	<b>401.288.902,7</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>211.837.410,0</b>	<b>183.406.227,3</b>	<b>195.111.278,6</b>	<b>241.006.903,2</b>	<b>330.524.278,5</b>	<b>475.812.385,2</b>

Tabla 16. Balance General

## 12 CONCLUSIONES

La **COMERCIALIZADORA G&A LTDA.**, comercializará la leche de coco en polvo bajo una administración organizada para satisfacer las necesidades de los clientes del mercado meta.

De acuerdo con las encuestas realizadas por la empresa, la inversión está garantizada por su gran aceptación, por ser un producto novedoso y principal para la preparación de los alimentos en hoteles y restaurantes.

Es importante mantener clara las necesidades del negocio, los procesos que se llevan a cabo dentro de la empresa, los cambios, las medidas necesarias que se deban tener para mantener un mejoramiento continuo, ya que este por demás es un negocio que no está siendo explotado en la ciudad, ni en el país en general, por lo cual es un negocio de muchas oportunidades, ya que la gastronomía es un mercado que se mueve mucho en la ciudad y cada día va mas en crecimiento.

El proyecto de comercialización de leche de coco en polvo, según el análisis financiero es viable, ya que como se puede observar, el flujo de caja muestra una TIR del 27,2%, lo cual resulta bastante positivo a la luz del costo del capital que posee la empresa. De igual manera, otro criterio para evaluar la viabilidad del proyecto como es el valor presente neto, muestra un valor de \$96'150.540, el cual es positivo y nos indica que el proyecto es posible llevarlo a cabo y obtener una ganancia sobre este.

Se constituye entonces en una buena oportunidad de negocio dadas las condiciones de la demanda que son favorables y las características del producto. Sin embargo, la vulnerabilidad de este queda expuesta al ser un producto importado, el cual se encuentra condicionado a las variaciones de la tasa de cambio. Por lo tanto es recomendable utilizar alguno de los distintos instrumentos financieros de cobertura de riesgo cambiario con el fin de reducir la incertidumbre sobre el desarrollo de la actividad de esta empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

BADUI DERGAL, Salvador. Química de Alimentos. Editorial Alambra. Mexicana. Universidad Autónoma de México

HOLASA. Revista Informe Publicado en las Revistas Seccione. 1995.

MAECHA, Gabriela. Análisis y Control de Calidad Volumen 1. Editorial UNISUR. Bogotá, 1995

MINISTERIO DE SALUD REPÚBLICA DE COLOMBIA. Sistema de Análisis y Riesgos y Puntos Críticos de Control. HACCP. Primera Edición 1997

R.P., Elliot D.S.; Clerk K.H. Microorganismos de los Alimentos Editorial Acribia. S.A.

URTADO, José Reynaldo. Apuntes sobre el cultivo de cocotero. Universidad de Córdoba. Facultad de Ciencias Agrícolas. Agosto 1988

KINNER JAMES, Taylor M. Investigación de mercado. Un enfoque aplicado. Bogotá. Mc Graw Hill. 1995

“Central Food Technological Research Institute, India”

<http://www.cftri.com/tech/coconut.html>

“Agro información, Toda la agricultura en la Internet”

[http://www.infoagro.com/frutas/frutas\\_tropicales/coco.htm](http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/coco.htm)

Nestlé – Costa Rica.

<http://www.nestle.co.cr/productos/producto.aspx?PGId=1>

Nestlé – Canadá.

[http://www.nestle.ca/en/products/brands/Maggi/CoconutMilk\\_Powder.htm](http://www.nestle.ca/en/products/brands/Maggi/CoconutMilk_Powder.htm)

Spray-Driyed Instant Juices and Drinks from Buko (BK) and Coconut Water (CNW). Leoncio C. Raymundo. Institute of Food Science and Technology College of Agriculture University of the Philippines Los Banos.  
<http://www.pcierd.dost.gov.ph/publication/fora/forth/instantjuice.pdf>

Shimram Coconut Products, Ltd. <http://www.palmo.biz/>

Linaco Manufacturing Sdn Bhd <http://www.linaco.com.my/>

NIRO (Compañía internacional especializada en el desarrollo, diseño e ingeniería de procesamiento en maquinas de líquidos y polvos).  
[http://www.niro.com/ndk\\_website/NIRO/cmsresources.nsf/filenames/spray-drying.pdf/\\$file/spray-drying.pdf](http://www.niro.com/ndk_website/NIRO/cmsresources.nsf/filenames/spray-drying.pdf/$file/spray-drying.pdf)

Coconut Development Board (CBD) <http://coconutboard.nic.in>

Achievements of Coconut Development Board (CBD).  
<http://coconutboard.nic.in/cdb.htm>

Formulación Y Evaluación de proyectos. Autor: Marcial Córdoba Padilla.  
Editorial: Ecoes Ediciones

Preparación y evaluación de proyectos. Cuarta Edición. Autores: Nassir Sapag Chain y Reinaldo Sapag Chain. Editorial Mc Graw Hill.

Gestión de proyectos. Cuarta Edición. Autor: Juan José Miranda Miranda.  
Editorial: MM Editores.

Relaciones Colombia – Malasia. Ministerio de Relaciones Exteriores.  
Republica de Colombia,  
<http://www.minrelext.gov.co/WebContentManager/webapp/display.jsp?sid=9902&pid=7257>

Perfil Comercial de la Federación Malaya. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la Republica de Colombia.  
<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/Documentos/RelacionesComerciales/Perfiles/Malasia.pdf>





