

PN

por Grupo 14 G14

Fecha de entrega: 09-jun-2020 12:35p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1340821198

Nombre del archivo: Grupo_14.docx (1.68M)

Total de palabras: 6175

Total de caracteres: 35041

Opción de grado
Aplicado a la
Internacionalización de Flores a Estados Unidos

Presentado por:

Ana Patricia Hernández Gómez – Cód. 1721021518

Jessika Méndez González – Cód. 1221600206

Andrés Steven Leiva Rodríguez – Cód. 1421029101

Esteban Castro Vergaño – Cód. 1521021409

Prof. María Gabriela Ramos Barrera

Mayo de 2020

44

Universidad Politécnico Grancolombiano

Facultad de Negocios, Gestión y Sostenibilidad

Bogotá D.C.

Contenido

Resumen.....	4
Introducción.....	4
Formulación del Problema	5
Justificación	5
Objetivos de la Investigación	7
Objetivo General:.....	7
Objetivos Específicos:	7
Antecedentes.....	7
Internacionalización De Las Empresas Desde Un Enfoque De Procesos.....	8
Modelo de Uppsala.....	8
Modelo de innovación	8
¿Por qué el Modelo de Uppsala puede aplicarse a nuestro proceso?	9
Marco Conceptual.....	9
Concepto de Marketing	9
Marketing Digital.....	10
Las herramientas del Marketing Digital.....	10
La web	10
Posicionamiento en motores de búsqueda (SEO)	10
Email Marketing.....	11
Perfiles Sociales.....	11
Marco Metodológico	11
Investigación etnográfica y muestra	11
Técnicas e instrumentos de recolección de datos	12
Matriz DOFA	12
Análisis de Negocio.....	13
Estudio de mercado	17
Análisis de la oferta y demanda	17
Tipo de Oferta: Competitiva de libre mercado	18
Factor que influye en la Oferta: Competencia	18
El producto del proyecto, mercado e investigación.....	18
Análisis de precios.....	19

Estudio Técnico.....	19
Tamaño óptimo de la planta y Distribución	19
Instalaciones	20
Empleados.....	21
Localización	22
Transportes	22
Terrestre	22
Aéreo	23
Presupuesto de Inversión.....	24
Tabla 1 Presupuesto de Inversión.....	24
Estudio Legal.....	25
Proceso Logístico de Exportación de rosas hacia EE. UU.	26
Estudio Financiero	26
Financiamiento	27
Tabla 2. Amortización del crédito	27
CONCLUSIONES.....	28
Bibliografía	29
Anexos.....	31
Anexo 1 Encuesta	31
Anexo 2. Presupuesto de Inversión	34
Anexo 3 Diseño del cronograma de trabajo.....	36
Anexo 4. Flujograma proceso general de exportación en Colombia vía aérea.....	37
Anexo 5. Estructura de Financiamiento	39
Tabla de Amortización del crédito	39
Anexo 6. Estudio Financiero	40

Resumen

Este proyecto, se centra en mostrar viabilidad ⁴³ en el proceso de internacionalización de una empresa local de flores hacia Estados Unidos. La importancia de todo el proceso que esto conlleva debe ser minuciosa en todo el camino ya que cada factor puede afectar de manera significativa los resultados.

Se hizo un estudio detallado acerca de todos los pasos que se deben seguir, acompañando del valor agregado a este proceso el cual es el marketing digital, dando así una opción diferente a este mercado, mostrando una manera más eficaz de poder comercializar ahorrando en costos de inversión o de distribución dando así unos resultados favorables para la empresa, mostrando como y en cuanto tiempo tenemos retorno de inversión y se empiezan a ver ganancias.

Palabras Clave: Marketing Digital, Internacionalización, Flores, Estados Unidos, Calidad.

Introducción

La investigación parte de la idea de poder dar a conocer de una manera más eficaz, económica y practica el proceso de internacionalización de una empresa local de flores hacia Estados Unidos. Lo que se pretende con este proyecto es mostrar costos reales, procesos y requerimientos para poder llegar a tener un posicionamiento internacional. Para este proyecto se va a aplicar como técnica de innovación el marketing digital, el cual hoy en día es una herramienta bastante importante ya que todo se mueve más por las redes sociales y su posicionamiento online.

Queremos demostrar todo esto, porque parece importante conocer todo lo que debe pasar una empresa pequeña para lograr ser reconocida y ver su crecimiento tanto nacional como

internacional. Este proceso es bastante importante ya que es más llamativo para el consumidor final ver la seguridad y respaldo que tiene donde va a comprar.

La investigación está compuesta por una serie de factores económicos, políticos, legales, estudio financiero, de mercado, etc. para lograr ver la viabilidad del proyecto, todo esto apoyándonos con ejemplos de casos de éxito y casos en proceso para poder llegar a la conclusión de que no es un proceso muy fácil pero no es imposible.

Formulación del Problema

¿Cómo lograr un proceso efectivo de internacionalización en el mercado de las flores en EE. UU. a través del Marketing digital?

Justificación

La introducción al mercado internacional de las empresas pequeñas y medianas es muy importante. Esto tiene un impacto positivo en su nivel de reconocimiento, producción, y ventas; dando así un paso agigantado en la innovación de su producto, en crecimiento, generación de empleo y demás. Este proceso de internacionalización es crucial para el aumento de su desarrollo económico. Por ende, hay que ser tan meticuloso y cuidadoso con todo lo que esto conlleva, y más aún en un producto tan competitivo en el mercado internacional como lo son las flores. (Alicia Frohmann, 2016)

Las flores, es uno de los principales productos que exporta Colombia. Con este proyecto, lo que pretendemos es hacer más fácil el proceso de venta internacional por medio de la implementación del marketing digital, como lo son las plataformas web, reconocimiento en redes y demás lo que nos ayudaría aumentar nuestras ventas.

El estudio que se presenta aquí se centra en el análisis del mercado de las flores EEUU y en las condiciones de oferta y demanda; al hablar de un país como este, vemos que es un país

industrializado y moderno, lo que esto implica es que debemos innovar, ya que hay muchas opciones de las cuales elegir, pero el consumidor se queda con la más atractiva ya sea en precio, comodidad, calidad y reconocimiento.

Las flores, es un mercado ya muy fuerte y competitivo en EEUU por ende lo que se quiere es que la venta sea más consultiva y le llegue al cliente como se dice coloquialmente “como anillo al dedo” justo algo a su medida y como lo buscaba y no deba conformarse con algo que ya está establecido y que más fácil que con un clic lo pueda hacer desde la comodidad de su hogar.

³⁶ El proceso de Internacionalización de las empresas colombianas es muy bajo, debido a todos los pasos que esto conlleva, podemos hablar de ³⁵ los tratados de libre comercio; los cuales son una fuente de oportunidades gestionadas por el gobierno con el fin de “facilitar” el intercambio comercial entre diferentes economías, sin embargo, su desarrollo trae consigo algunas desventajas para los principales productores de los diferentes sectores del país, además de la inversión que esto conlleva y todos los gastos que la empresa debe hacer. Debido a todo esto, las PYMES se han visto obligadas a adaptarse al mercado desarrollando así capacidades diferentes, reestructurándose de una manera más efectiva para ponerle cara a este objetivo y superar los “obstáculos”. (IZQUIERDO, 2013)

Dicho esto, es por eso por lo que ⁸ se debe contemplar la comunicación empresarial como uno de los temas relevantes en la actualidad. No basta sólo con ofrecer un producto o un servicio, se debe comunicar correctamente y hoy en día esto es sumamente importante, siempre hay que ⁸ ofrecer más, los clientes tienen expectativas más altas cada día y no son fáciles de convencer, ⁸ desean cubrir sus necesidades con las mejores condiciones. El proyecto debe centrarse en encontrar la mejor manera de implementar una estrategia de marketing online mediante el uso de las redes

sociales que dé mayor impulso a la empresa, principalmente buscar un posicionamiento online, por lo que resulta importante comenzar a plantear otra forma de trabajar en línea.

Objetivos de la Investigación

Objetivo General:

- Por medio del Marketing digital se quiere comercializar productos de una manera más eficaz y personalizada a través de la página web.

Objetivos Específicos:

- Identificar las oportunidades de mejora que tienen las empresas en cuanto a la comercialización y optimización de los sistemas de venta actuales para así brindar una atención personalizada a nuestros clientes finales en los Estados Unidos.
- Desarrollar un producto con propuesta de valor e innovador frente a la competencia, esto bajo los estudios de mercado objetivo.
- Orientar la comercialización de las flores según las necesidades del cliente de acuerdo con el estudio de mercado ya sea micro comercialización o macro de estados unidos.

Antecedentes

Para este proyecto hemos tomado como base casos exitosos como el de (Colibri Flowers, 2020), (Turflor Quality flowers, 2020), (Elite Flower, 2020), (Flores Sagaro, 2020) , (Agrícola El Redil, 2020), (Flores el Pandero, 2020), entre otras las cuales cuentan ²⁶ con una trayectoria en el mercado de más de 20 años cuyas fincas de producción se encuentran ubicadas a las afueras de Bogotá, esto sin contar empresas como (Grupo Andes Farms, 2020) trayectoria de alrededor de los 50 años desde las cuales realizan el proceso desde la cosecha del cultivo hasta su embalaje para su posterior distribución a distintos países del mundo, entre ellos nuestro mercado objetivo

el cual es el mercado estadounidense en donde estas empresas han logrado incursionar y abrirse campo en dicho sector.

Adicionalmente también nos hemos basado en lo señalado ²⁹ por la Asociación Colombiana de Exportadores de Flores (Asocolflores, 2020) en donde se indica los tipos de flor que más se exportan son entre ellas los Claveles y Hortensias en donde destaca que Colombia si bien exporta flores a 97 países de igual forma manifiesta el 80% de las flores exportadas, tienen como destino los Estados Unidos, esto nos da una guía de las posibilidades de éxito en este mercado con nuestros productos a pesar de ser un mercado tan fuerte y competitivo la Flor Colombiana ha logrado posicionarse gracias a su calidad. (Dinero, 2018)

Marco teórico

⁴²

Internacionalización De Las Empresas Desde Un Enfoque De Procesos

Modelo de Uppsala

¹¹

Surgido en la universidad sueca de Uppsala sostiene que las pymes inician su actividad en un país y paulatinamente la lógica de diversas decisiones incrementales pueden conducir a la internacionalización, primero realizan ventas esporádicas en el exterior, más tardes regularizan las exportaciones a través de representantes independientes, continúan el proceso con el establecimiento de sucursales independientes y en ultimo grado de desarrollo establecen unidades productivas en el exterior. Este ³ modelo indica que la empresa incrementará gradualmente los recursos comprometidos en un país a medida que va adquiriendo experiencia de las actividades que realizan en dicho mercado (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975).

(Teorías sobre la internacionalización de las empresas , s.f.)

¹⁷

Modelo de innovación

Los autores de este modelo que surge en Estados Unidos exponen la tesis de que la internacionalización es un proceso de innovación empresarial, básica para la internacionalización de pequeñas y medianas empresas. El modelo indica que la relación entre internacionalización e innovación consiste en asimilar la decisión de una empresa de incrementar el compromiso internacional a la de realizar innovaciones en sentido amplio; siendo las decisiones de internacionalización e innovación determinaciones creativas y deliberadas, desarrolladas dentro de los límites impuestos por el mercado y por las capacidades internas de la empresa, que son tomadas bajo condiciones de incertidumbre por lo que a los directivos responsables de adoptar esas decisiones se les asigna el papel central en la promoción del proceso.

El modelo en general propone las siguientes etapas de desarrollo de la actividad internacional de una empresa: 1. Mercado doméstico 2. Preexportadora 3. Exportadora experimental 4. Exportadora activa 5. Exportadora comprometida.

(Pedro C; Andres C; Carlos R, s.f.)

¿Por qué el Modelo de Uppsala puede aplicarse a nuestro proceso?

Este modelo es importante para el proyecto, ya que es un modelo en el cual se ve el proceso que debe pasar una empresa para hacer su internacionalización, es decir ese camino complicado al momento de querer crecer y expandirse.

Como bien se sabe la internacionalización es un proceso que conlleva diferentes etapas dentro de la empresa y con cada una de estas se adquieren cada vez más conocimientos y experiencias, lo que hace que nuestro compromiso con el mercado internacional se vea en aumento.

Marco Conceptual

Concepto de Marketing

¹⁴ Se trata de la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades. (Julián Pérez Porto; Ana Gardey, 2008)

Marketing Digital

⁹ El Marketing Digital o Marketing Online es el conjunto de estrategias direccionadas a la comunicación y comercialización electrónica de productos y servicios. Es una de las principales formas disponibles para que las empresas se comuniquen con el público de forma directa, personalizada y en el momento adecuado.

Philip Kotler es considerado el padre del Marketing, y lo define como “El proceso social a partir del cual las personas y grupos de personas satisfacen deseos y necesidades con la creación, oferta y libre negociación de productos y servicios de valor con otros”. (Vitor Peçanha, 2020)

⁷ **Las herramientas del Marketing Digital**

Las principales herramientas de la estrategia de marketing digital son: La web, el posicionamiento online, el blog corporativo, el email marketing y los perfiles sociales.

La web

La página web es el pilar fundamental del marketing digital, todo se basa en mayor o menor medida en ella. La finalidad de la web es convencer a usuarios que están interesados en la tipología de tu producto o servicio de que tu oferta es la más adecuada de entre todas.

Posicionamiento ¹² en motores de búsqueda (SEO)

El posicionamiento en los buscadores es la mayor puerta de entrada a tu web, el tráfico orgánico se consigue básicamente estando bien posicionado en los buscadores

5

Email Marketing

El email marketing te ayudará a fidelizar a aquellos usuarios que ya has convertido en clientes, creando newsletters que informen a tus clientes de las nuevas ofertas, promociones o de los nuevos productos o servicios de tu oferta conseguirás nuevas oportunidades de negocio y además tu imagen comercial se verá beneficiada ya que los clientes apreciarán que se les avise de las novedades de tu empresa.

Perfiles Sociales

El objetivo de crearse perfiles de empresa en las redes sociales no es vender si no crear una comunidad de usuarios fieles a tu marca que compartan tu contenido con sus propios seguidores. De esta manera puedes mantener un feedback con tus seguidores y comprobar las sensaciones que tienen con tu marca. Tienes que conocer las redes sociales más utilizadas del momento y cuál de ellas se adapta a tu oferta.

(Ana López, 2019)

Marco Metodológico

El presente proyecto se basa en una investigación cualitativa con algunos métodos cuantitativos de estadística, entendiendo que el campo de la industria floral va en crecimiento sin signos de detenerse y adquiriendo nuevos clientes día a día. Este proyecto incluirá datos de investigación etnográfica, además de ciertas encuestas a personas y mercados. El fin de este enfoque es estudiar y analizar los elementos clave para crear un modelo de negocio sólido y viable. La recolección documental tendrá un papel muy importante en este proyecto, estudiando de manera directa de fuentes con experiencia en el campo.

Investigación etnográfica y muestra

Gracias al tipo de investigación determinada a un campo social específico, se podrá concluir las necesidades, expectativas y motivaciones de un nicho en el cual se planea incursionar de manera directa. Se recolectan datos mediante un enfoque cuantitativo realizando una encuesta de manera virtual.

32

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Análisis Documental: Recolección de datos de fuentes secundarias como, libros, textos y revistas.

Bibliografía: Mediante la investigación y el análisis de plataformas digitales, usando datos claves como “Floricultura en aplicaciones móviles” “Mercado de flores en USA” “Floricultoras en Miami”

Cuestionarios: Por medio de breves encuestas se obtendrá información con preguntas cerradas acerca de nuestra investigación, como se muestra en la siguiente encuesta realizada a algunas personas de nuestro mercado objetivo relacionada en el Anexo 1.

Matriz DOFA

<u>Amenazas</u>	<u>Oportunidades</u>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ La competencia del sector de la floricultura y su informalidad ➤ Continua actualización tecnológica ➤ Elementos para el comercio internacional 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Demanda de consumidores ➤ Diversidad de edades en los consumidores ➤ Trato totalmente virtual y personalizado con el cliente

➤ Fidelidad de ciertos clientes con otras empresas	
<p style="text-align: center;"><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Trato personalizado con los clientes ➤ Buen posicionamiento de Colombia en el sector Floricultor ➤ Presentación del producto innovador ➤ personalización del producto a gusto 	<p style="text-align: center;"><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Competencia con amplia experiencia ➤ Debilidades con el Marketing digital ➤ Proceso de personalización ➤ Confiabilidad y procesos logísticos

Análisis de Negocio

DOFA		Acciones
Amenazas	La competencia del sector de la floricultura y su informalidad	A pesar de que no hay mucha competencia en el sector digital si hay cierto comercio informal que amenaza nuestro producto
Amenazas	Continua actualización tecnológica	Los avances tecnológicos tienen que ser de acuerdo

		con lo que la sociedad exige, quedarnos atrás significa un punto de quiebre
Amenazas	Elementos para el comercio internacional	Se tiene que lograr un excelente proceso de internacionalización, los ámbitos legales y los TLC deben ser idóneos para nuestra continuidad
Amenazas	Fidelidad de ciertos clientes con otras empresas	Ciertos clientes han creado confianza con unas empresas específicas, implementar buenos protocolos de publicidad puede ser la clave
Oportunidades	Demanda de consumidores	Estados Unidos es uno de los países que más importa flores colombianas gracias a la gran demanda que ofrecen sus consumidores
Oportunidades	Diversidad de edad en los consumidores	Este es un proyecto dirigido a cualquier tipo de edad,

		<p>hoy en día existen consumidores de cualquier edad capaces de manejar las páginas web.</p>
Oportunidades	Trato totalmente virtual y personalizado con el cliente	<p>Hoy en día los consumidores buscan comodidad y practicidad a la hora de comprar productos, esto ofrecerá la empresa.</p>
Debilidades	Competencia con amplia experiencia	<p>Aunque no hay mucha competencia vía Online si la hay en floristerías del sector con amplia experiencia</p>
Debilidades	Debilidades con el marketing digital	<p>Existe la opción de que ocurran ciertos problemas técnicos que puedan salirse del control de nosotros</p>
Debilidades	Proceso de personalización	<p>Un problema es que no llegue al consumidor final el producto que estaba esperando, ya que se trata</p>

		de una personalización digital
Debilidades	Confiabilidad y procesos logísticos	Existe mucha gente que hoy en día genera recelo a la hora de pagar por un medio digital y su preocupación del estado en el que pueda llegar el producto final
Fortalezas	Trato personalizado con los clientes	Comunicación personalizada con cada uno de los clientes para su satisfacción
Fortalezas	Buen posicionamiento de Colombia en el sector Floricultor	Siendo Colombia el mayor exportador de flores le da un plus a nuestra empresa a la hora de publicitar nuestro producto
Fortaleza	Presentación del producto innovador	La manera innovadora de presentar nuestro producto nos da un buen posicionamiento en el mercado local

Fortaleza	Personalización del producto a gusto	Un punto fuerte del modelo de la empresa es dejar que el cliente personalice su producto a gusto, brindando una fortaleza frente a la competencia
-----------	--------------------------------------	---

41

Estudio de mercado

La oferta y la demanda son un punto clave a la hora de pensar en la internacionalización de la empresa, ya que esta es la que regula los precios en el mercado y es la que define la posición del producto. Se puede contemplar que la demanda internacional de flores va directamente asociada con el desarrollo económico del país y claramente a las exigencias del consumidor que cada vez son más “expertos” y conocedores acerca del tema de interés.

Se puede observar que los países que muestran un crecimiento significativo en sus niveles de ingreso muestran un consumo mayor de flores, como lo es en este caso EEUU.

Ahora, con la entrada de más oferentes podría ocasionar una saturación en el mercado lo que genera una menor demanda y es aquí donde se crea mucha importancia en el reinventarnos todo el tiempo creando nuevas estrategias y diferentes opciones. Se estima que el consumo de flores continuará creciendo debido al aumento de la población mundial, claro está acoplándonos cada vez más a las coyunturas del momento como lo puede ser el Covid-19.

Análisis de la oferta y demanda

¹³ La demanda de la flor es continua durante todo el año, y por todo tipo de personas. La utilización de flores ha sido asociada a acontecimientos como nacimientos, bodas, enfermedades y defunciones, así como días especiales: día de acción de gracias, Navidad, día de San Valentín, Pascua, día de las Madres, 4 de julio etc., ⁶ por lo que todo tipo de personas son los demandantes de las flores. En el mercado norteamericano competimos con los productos mexicanos, Holanda e Israel, pero el colombiano es el que predomina. ⁶ El consumo per cápita en Estados Unidos y Canadá es entre 10 y 15 flores por habitante, lo que hace la flor un producto apetecido y puede llegar a ser costoso. ⁶ Durante los últimos años los precios de los productos finales incrementan en la misma proporción en que varía el tipo de cambio dólar-peso y los precios internacionales de las flores.

Tipo de Oferta: Competitiva de libre mercado

⁶ Los productores de flores actúan en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que son tal cantidad de productores del mismo producto, que la participación en este mercado se determina por la calidad, el precio y el servicio que podamos ofrecer al consumidor. Ningún productor por el momento domina el mercado. La competencia es bastante.

Factor que influye en la Oferta: Competencia

Nuestro principal competidor es una empresa colombiana llamada Elite Flower, ya que son el principal exportador de flores y no solo a EE. UU. sino a nivel mundial. Debido a su posicionamiento en el mercado, experiencia, y relacionamiento comercial.

El producto del proyecto, mercado e investigación

En este momento se debe pensar en una opción o en un mercado alternativo para la comercialización de nuestro producto, es por esto que se ve en la flor no solo como un motivo de celebración de fechas importante sino también podemos pensar en la comercialización para

laboratorios o perfumerías, las cuales usan extractos florales y demás para crear aromas, cremas, tónicos, perfumes, etc.

Adicional a esto, se está pensando en un empaque que ahorre espacio, adicionalmente sea ecológico y biodegradable, que muestre un diseño interesante, para que esto sea un valor agregado en nuestro producto. Claramente cumpliendo con todas las normas sanitarias y de calidad que conlleva la comercialización de flores

Análisis de precios

La Estrategia sería la de establecer el precio de acuerdo con la demanda y época estacional de consumo, basado en la información de precios de comercialización existentes en el mercado. Esto implicaría no tener un precio fijo, sino fluctuante. Sin embargo, para efectos de este proyecto se tomará un precio base referencial de \$70,515 para los claveles y \$47,970 para las flores hortensias, más adelante se encuentra cada detalle.

Estudio Técnico

Tamaño óptimo de la planta y Distribución



La empresa cuenta con una amplia zona de cultivo, el invernadero una estructura cerrada, forrada con plásticos especiales, que permite un desarrollo óptimo de plantas y cultivos, gracias a la generación artificial de un microclima en su interior, permitiendo trabajar el cultivo en condiciones externas que serían adversas o

desfavorables para las semillas. Esta construido con todas las características técnicas y medidas establecidas para tal fin, que garantizan una producción de calidad constante (Agropinos, 2018).

El terreno ¹ cuenta con un total de 10 hectáreas distribuidas de la siguiente manera:

5 hectáreas bajo invernadero (producción) de una dimensión de 150 m² con una separación entre invernadero de 5 m, para un total de 62 invernaderos por hectárea, que corresponden al 50% ¹ del total del área. Estas se encuentran repartidas así:

- 2 hectáreas de claveles
- 3 hectáreas de hortensias

1 hectárea produce aproximadamente 3.600 Kg. de flores

1 Kg. de flores contiene alrededor de 9 flores.

¹ 3 hectáreas de zonas verdes que corresponden al 30% del total del área.

2 hectáreas de zonas duras que incluyen las oficinas admirativas, casino, carreteras y el área de postcosecha.

Instalaciones

¹ La empresa cuenta con los siguientes recursos físicos:

- Compostaje con área de 1.64 hectáreas.
- Postcosecha con un área de 1614 m² distribuidos así:
 - Área de clasificación y selección.
 - ¹ 3 cuartos fríos.

- área de recepción de flores
- Depósito, armado de cajas y empaque.
- 310 bloques (invernaderos), hechos con estructura de metal y madera, cubiertos de polietileno, con ventilación natural e iluminación.
- 2 estaciones de riego
- 2 estaciones de aspersión
- 1 estación de bombeo
- Área de almacenamiento de material
- Área de almacenamiento de agroquímicos.
- Área administrativa compuesta por:
 - 4 oficinas
 - 1 archivo
 - 2 unidades sanitarias
 - 2 salas de juntas
 - 1 cafetería, comedor.

Empleados

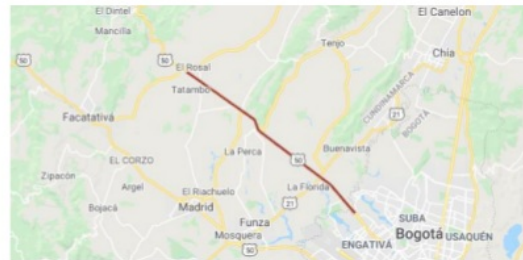
Contará con 15 empleados distribuidos de la siguiente manera:

- Personal operativo 9

- Personal administrativo 6
- ¹ Contratistas de servicios y de productos, personal de cafetería, del transporte y de ¹ vigilancia.
- Contratistas de cultivo, personal encargado del cambio de plástico de los invernaderos, calderas, poda de pino y mantenimiento de prados.

Localización

La empresa estará ubicada en el Rosal un municipio ubicado el departamento de Cundinamarca. Forma parte de la provincia de Sabana Occidente. Se sitúa a 20 kilómetros de Bogotá, desde allí es coordinada toda la cadena de valor integrada por siembra, producción, cosecha, postcosecha, control de calidad, empaque, embalaje, logística, administración y negocios.



El Rosal es llamado "El Jardín de la Sabana", y su acceso desde Bogotá se da por la Calle 80, o Autopista Medellín.

Transportes

Terrestre

² Las flores después de salir de sus campos de cultivos deben ser almacenadas en un cuarto frío o en su defecto disponerse de inmediato en un camión frío para trasladarse al aeropuerto en caso de que las mismas sean exportadas o deban viajar hacia zonas donde el transporte usado es el transporte terrestre.

En los camiones la temperatura debe ser constante de 4 ° C, la mejor forma de transporte es apilarlas una tras otras, lo que produce calor que debe ser extraído por extractores especiales que sacan el aire caliente y se reemplaza con aire de 2 ° C, para mantener así la temperatura entre los 2 a 4 °C, no es recomendable temperaturas más bajas, porque el frío puede quemar la flor marchitándola rápidamente, por ello, la conservación en la temperatura ideal es necesario para que su vida útil sea mucho más larga (Clúster flor, 2017).

Aéreo

10

Las aerolíneas ofrecen métodos para preservar la temperatura adecuada durante el transporte, entre ellas se encuentran los enviroainers, containers refrigerados dentro de los cuales se almacenan productos perecederos con el ánimo de mantener la cadena de frío durante el transporte. Así mismo, ofrecen gel refrigerante que tiene una duración de 72 a 96 horas y que se deposita en las cajas para mantener la temperatura de la cadena de frío.

Transporte Utilizado En La Exportación De Flores

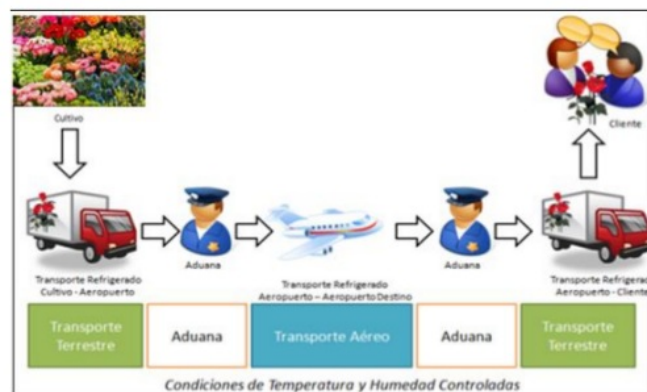


Figura 4. Transporte utilizado en la exportación de flores. Fuente: (Oviedo Vargas & Rodríguez Zaidiza, 2009)

INSUMOS	MAQUINARIA Y EQUIPOS
Semillas.	Tractores
Fungicidas	Planta eléctrica
Plástico para invernadero	Equipos de fumigación
herbicidas 6 lts por hectárea	Calderas
Malla para la cabeza de la flor	Bombas
Agua	Tanques de almacenamiento
Abonos Químicos y Fertilizantes 25 sacos x hectárea	Pozos profundos
Empaques de cartón	Moledora de desechos orgánicos
Empaques plásticos	Ductos para cubreras
Mesas de clasificación	Equipos de red eléctrica
marquillas	Cuartos Fríos
Zuncho	Equipos de comunicación
POSCOSECHA	Compresores semi herméticos
Recurso Humano (guantes, chaquetas, petos impermeables, botas de caucho)	Motocultor, Carro recolector de flor
Material de embalaje y empaque para transporte interno	Equipos de postcosecha (bandas transportadoras, guillotinas, carros transporte de flor, compresor de aire, grapadora, mesas clasificación, sunchadoras)

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto de Inversión

A continuación, se detalla el presupuesto inicial de inversión necesario para la empresa, en los rubros de inversión en activos fijos, inversión en activos diferidos y en capital de trabajo.

Tabla 1 Presupuesto de Inversión

<i>INVERSION INICIAL</i>	
<u>Rubro</u>	<u>Monto</u> \$
⁴ Inversión En Activos Fijos	\$392,913,970
Inversión En Activos Diferidos	\$5,406,000

Inversión En Capital De Trabajo \$498,663,642

Total \$896,983,612

De la tabla anterior se observa que, para un área de producción de 5 hectáreas, la inversión necesaria para activos fijos es de \$392.913, En los activos diferidos \$ 5,406,000 grupo de activos que están relacionados con la inversión intangible preoperativa, para establecer el monto de inversión de capital de trabajo, se consideran 6 meses necesarios de costos y gastos desembolsables, que equivale a \$ 498, 663,642. **Ver anexo 2.**

Cronograma de trabajo **Ver anexo 3**

Estudio Legal

Para realizar la exportación de flores a los Estados Unidos se deben tener en cuenta los siguientes requisitos para de esta manera cumplir a cabalidad con los requisitos legales exigidos por las autoridades colombianas:

- El Exportador debe estar registrado ante ²⁵ la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales) mediante el RUT (Registro único Tributario), en el cual se especifique su actividad comercial de exportador. (Colombia Trade, s.f.)
- Se debe realizar una correcta clasificación arancelaria del producto a exportar por lo cual se sugiere contratar a una Agencia de Aduanas para la realización de trámites aduaneros en Colombia como lo son: desde su correcta clasificación arancelaria, diligenciamiento de SAE (Solicitud de Autorización de Embarque), realización de inspecciones físicas si así fuera requerido por la DIAN como ente regulador para su verificación del producto a exportar.

- Solicitud de Determinación de Origen – Declaración Juramentada, esta solicitud debe ser realizada ³⁴ ante el Ministerio de Comercio Industria y Turismo.
- Factura comercial ^{en} donde se certifica la negociación realizada entre el Proveedor (en este caso el exportador) y el comprador (en este caso nuestro cliente en Estados Unidos), junto a lista de empaque y ficha técnica del producto de ser requerido por el Comprador.
- Registros sanitarios o vistos buenos requeridos de acuerdo con la subpartida de clasificación arancelaria y a su vez teniendo en cuenta los requisitos propios del país de destino, en este caso es requerido que el proveedor cuente con la certificación ICA, ya que esto muestra el control de sus procesos productivos, y hace apta la producción para su exportación, garantizando que sus flores se encuentran libres de plagas.
- Contar con un seguro internacional en caso de pérdida, daño o robo, este generalmente es adquirido a través del operador logístico quien será el encargado del transporte internacional del embarque y este debe responder por tal evento en caso de que diera lugar.
- Luego de realizada la exportación se debe realizar la legalización de las Divisas, para este trámite se puede realizar por intermedio de una entidad bancaria quien se encargará de presentar a las autoridades regulatorias de este proceso (el Banco de la Republica y DIAN) o el exportador deberá enviar esta información a través de los formularios definidos por dichos entes regulatorios. (Grupo Bancolombia, 2020)

Proceso Logístico de Exportación de rosas hacia EE. UU.

Flujograma proceso general de exportación en Colombia vía aérea. **Ver Anexo 4**

El objetivo del estudio financiero consiste en establecer la viabilidad financiera y económica del proyecto, una vez conocidas las inversiones, ingresos, costos y gastos. Se han tomado en consideración diferentes bases económicas.

Los criterios financieros que deben utilizarse para establecer la viabilidad financiera del proyecto son:

- El criterio del Valor Actual Neto (VAN), que establece que, si el VAN es mayor o igual que cero, el proyecto es viable, de lo contrario no lo es.
- El criterio de la tasa interna de retorno (TIR), que establece que, si la TIR es mayor o igual que la tasa de costo de capital, el proyecto es viable, de lo contrario no lo es. – Además como referencia se usará el Período de Recuperación, que es el tiempo que toma el proyecto en recuperar la inversión inicial con los flujos de caja futuros.

Financiamiento

La empresa cuenta con recursos propios, correspondientes al 20% del total de la inversión lo que equivale a \$ 179.396.722, el 80% correspondiente a \$717, 586,890 se financiará mediante un crédito con el Banco agrario de Colombia a una tasa de interés del 11,15% anual.

Tabla 2. Amortización del crédito

<i>Amortización Del Crédito</i>	
Plazo	5
Monto	\$ 717.586.890
Tasa anual	11,15%
Tasa anual C/ IVA	12,93%
Tasa mensual S/ IVA	0,93%
Tasa mensual C/ IVA	1,08%
Pago mensual	\$ 148.191.178

Nota. Fuente: Elaboración propia. Ver anexo 5.

Los Ingresos proyectados provienen de la producción de flores como claveles y hortensias en 5 hectáreas de tierra, teniendo en cuenta que 1 Ha. Produce 36.000 flores aproximadamente en 3 cosechas al año, se tiene como resultado una producción de 108.000 Kg. o 486.000 flores al año, que cubriría la demanda inicial.

Asumiendo una composición de ventas de 70% de la producción para flores claveles y 30% para flores hortensias se tiene un estimado de: 34.020 cajas de claveles y 48.600 fundas de hortensias para el primer año, contenidos de la siguiente manera:

- Cajas de 10 claveles con tallo y flor, a las que se les ha asignado un precio competitivo de \$ \$70,515.
- Varas de 3 rosas hortensias, con un precio de \$ \$47,970.

Se tiene la expectativa de crecer al 30% en volumen de producción anual.

En el **Anexo 6** se adjunta una proyección a 5 años donde se analiza mes a mes el proceso del proyecto con los respectivos costos que se incurren para el desarrollo desde el inicio de producción y **recuperación de la inversión y la obtención de utilidades**.

Conclusiones

- Según el análisis financiero y en resumen el costo de la estructura para crear el proyecto de la producción de (5) hectáreas de flores tiene una inversión inicial de \$896, 983,612, adicional el costo de producción es de \$311, 312,691 incluido los costos fijos y los costos variables.
- Existen varias florerías registradas en Estados Unidos, sin embargo, es poca la competencia de Flores y Estilo que nosotros ofrecemos y adicional ninguna de ellas tiene la

oportunidad de crear su pedido por medio de una página virtual con las características que se deseen.

- El Mercado al que se quiere dirigir es bastante amplio por ende se va a tener gran cantidad de demanda en cualquier época del año, adicional este mercado es enunciativo mas no limitativo.

- El VAN al 11,15% alcanza a \$ 25.305.574.990, que es mayor que cero, por lo tanto, el proyecto es viable.

- La tasa interna de retorno representa la tasa de rendimiento del dinero que se ha invertido en la actividad productiva, el cálculo resulta en 606%, que es mayor a la tasa mínima atractiva de retorno, por lo que se confirma la viabilidad del proyecto.

Bibliografía

- 2ª Escuela de Negocios según el Ranking MERCO . (2019). Obtenido de EAE Business school: <https://www.eaeprogramas.es/internacionalizacion/10-casos-de-exito-de-la-internacionalizacion-de-la-pyme>
- Agricola El Redil. (2020). <http://agricolaelredil.com/>. Obtenido de <http://agricolaelredil.com/>: <http://agricolaelredil.com/>
- Agropinos. (2018). *Tipos de Invernaderos en Colombia*. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de Invernadero Agropinos: <https://www.agropinos.com/tipos-de-invernaderos>
- Alicia Frohmann, N. M. (2016). *Internacionalizacion de las Pymes*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40737/1/S1600442_es.pdf
- Ana López. (28 de Marzo de 2019). Recuperado el 30 de Abril de 2020, de *Estrategia de Marketing Digital: Herramientas y pasos de implementación* : https://www.juancmejia.com/y-bloggers-invitados/estrategia-de-marketing-digital-herramientas-y-pasos-de-implementacion/#2_Herramientas_de_la_estrategia_deMarketing_Digital
- Asocolflores. (2020). *Asociacion Colombiana de Flores*. Obtenido de Asociacion Colombiana de Flores: <https://asocolflores.org/es/about-us/>
- Bogotá, Cámara de Comercio de. (2015). *FLORES & FOLLAJES*. Obtenido de [file:///C:/Users/Gonzye02/Downloads/Flore++Follajes%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Gonzye02/Downloads/Flore++Follajes%20(1).pdf)

- Bonilla, C. E. (2013,50,51,52). ⁷ *MANUAL DE EXPORTACIÓN DESDE COLOMBIA HACIA LOS ESTADOS*.
 Obtenido de MANUAL DE EXPORTACIÓN DESDE COLOMBIA HACIA LOS ESTADOS:
<https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/5208/1/TMD01593.pdf>
- Clúster flor. (21 de Junio de 2017). ² *El control de la cadena de frío en el transporte de las flores*.
 Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de Flor Ebizor: <http://flor.ebizor.com/transporte-de-las-flores/>
- Colibri Flowers. (2020). *Colibri Flowers*. Obtenido de Colibri Flowers:
<http://www.colibriflowers.com/nuestraempresa.html>
- Colombia Trade. (s.f.). ¹⁹ <https://www.colombiatrader.com.co>. Obtenido de
<https://www.colombiatrader.com.co>: <https://www.colombiatrader.com.co/contacto/preguntas-frecuentes/que-documentos-se-requieren-para-exportar>
- CSC Badillo. (2009). ²³ *Estudio financiero*. Recuperado el 21 de Mayo de 2020, de Presupuesto de
 Inversion: <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1153/4/T-ESPE-021594-4.pdf>
- Dinero. (16 de 11 de 2018). ²⁸ *Dinero.com*. Obtenido de <https://www.dinero.com/pais/articulo/cuales-son-las-flores-colombianas-que-mas-se-exportan/264237>
- Édgar Javier; Gómez Parada. (3 de Diciembre de 2011). *dialnet.unirioja.es*. Obtenido de
<file:///C:/Users/Gonzye02/Downloads/Dialnet-ProcesoDeInternacionalizacionDeEmpresasDelAreaMetr-5983161.pdf>
- Elite Flower. (2020). *eliteflower*. Obtenido de eliteflower: <http://www.eliteflower.com/>
- Flores el ³³ padero. (2020). <http://www.floreselpadero.com>. Obtenido de
<http://www.floreselpadero.com>: <http://www.floreselpadero.com/index.html>
- Flores Sagaro. (2020). *www.lasflores.com*. Obtenido de www.lasflores.com:
http://www.lasflores.com/quienes_somos.php
- Grupo Andes Farms. (2020). <https://grupoandes.com>. Obtenido de <https://grupoandes.com>:
<https://grupoandes.com/our-story>
- Grupo Bancolombia. (2020). ¹⁹ <https://www.grupobancolombia.com>. Obtenido de
³⁹ <https://www.grupobancolombia.com>:
<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios-pymes/comercio-internacional/exportar/legalizar-divisas>
- Irania Floristeria. (s.f.). *Irania Floristeria*. Obtenido de <https://www.iraniafloristeria.com/>
- IZQUIER ³¹, A. C. (Julio de 2013). *LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS MIPYMES COLOMBIANAS*.
 Obtenido de
<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4593/Guevaralzheimerdo-AndreaCatalina-2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Julián Pérez Porto; Ana Gardey. (2008). ¹⁵ Recuperado el 28 de Abril de 2020, de Definición de marketing:
<https://definicion.de/marketing/>

²¹ Oviedo Vargas, L., & Rodríguez Zaidiza, N. (2009). *Caracterización de la cadena de abastecimiento de empresas en Colombia*. Recuperado el 21 de Mayo de 2020, de [Fotografía]: <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis307.pdf>

Pedro C; Andres C; Carlos R. (s.f.). Recuperado el 30 de Abril de 2020, de Teorías de Internacionalización : [file:///C:/Users/Gonzye02/Downloads/Dialnet-TeoriasDeInternacionalizacion-4780130%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Gonzye02/Downloads/Dialnet-TeoriasDeInternacionalizacion-4780130%20(1).pdf)

¹⁵ *Teorías sobre la internacionalización de las empresas*. (s.f.). Recuperado el 30 de Abril de 2020, de Diario del Exportador : <https://www.diariodelexportador.com/2016/10/teorias-sobre-la-internacionalizacion.html>

Turflor Quality flowers. (2020). *Turflor Quality flowers*. Obtenido de Turflor Quality flowers: <https://www.turflor.com/about-us-turflor/>

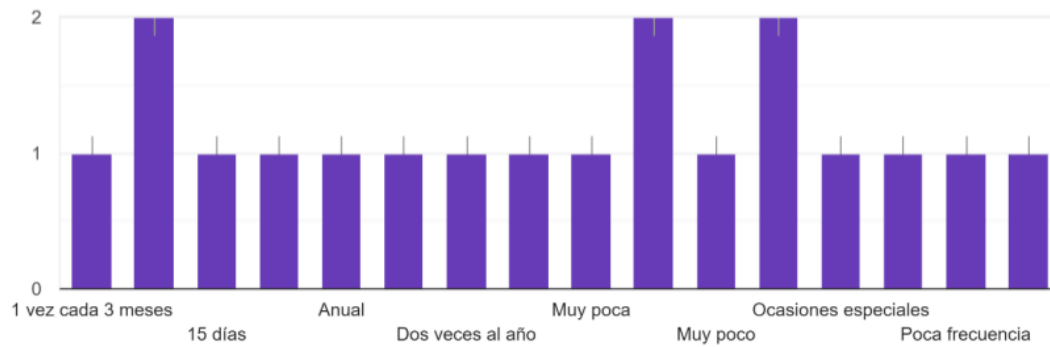
¹⁵ Vitor Peçanha. (28 de Abril de 2020). Recuperado el 30 de Abril de 2020, de Rock Content : <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>

⁴ Anexos

Anexo 1 Encuesta

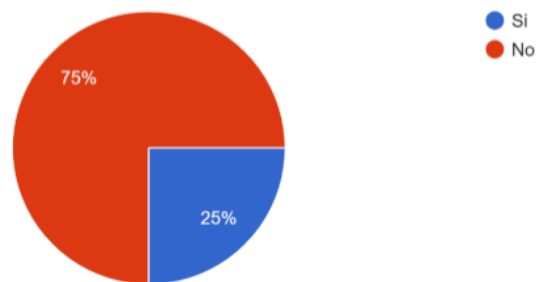
Con que frecuencia regala arreglos florales?

19 respuestas



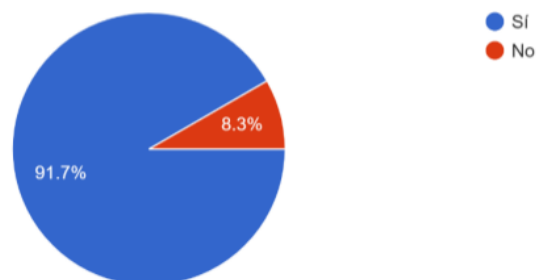
Alguna vez ha utilizado aplicaciones móviles o páginas Web para regalar flores?

24 respuestas

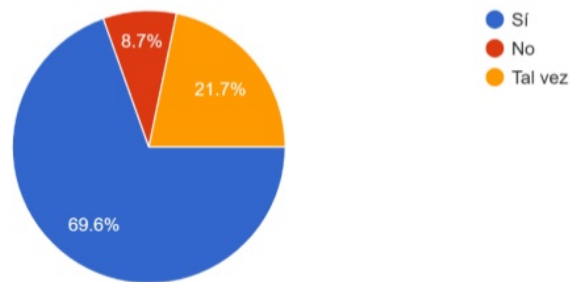


Te gustaría poder diseñar tu propio arreglo floral?

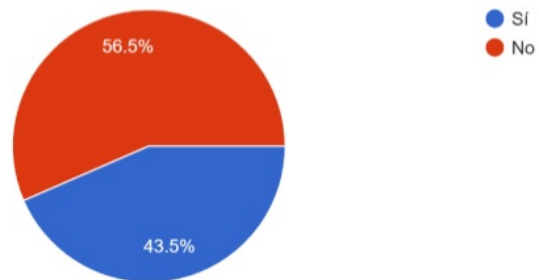
24 respuestas



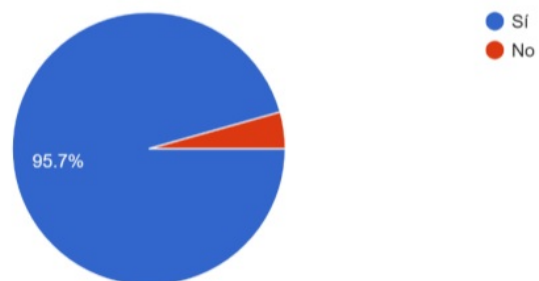
Confiaría su diseño floral a una pagina Web?
23 respuestas



Tiene usted referencia de una floristería cerca a usted?
23 respuestas



Estaria usted dispuesto a no tener que desplazarse hasta floristeria y hacer su diseño y orden via Online?
23 respuestas



Anexo 2. Presupuesto de Inversión*Inversión En Activos Fijos*

<u>Activo</u>	<u>Monto</u>
Terreno	\$18,000,000
Maquinaria y Equipos	\$240,421,970
Edificaciones	\$157,500,000
Muebles & Enseres	\$3,054,000
Equipos de Computación	\$9,938,000
Total Activos Fijos	\$392,913,970

Fuente. Elaboración propia

Inversión En Activos Diferidos

<u>Activo</u>	<u>Monto</u>
Gastos de Constitución	\$251,500
Derecho de Marca	\$954,500
Licencias de Certificación y acreditación	\$4,200,000
Total Activos Diferidos	\$5,406,000

Fuente. Elaboración propia

Inversión En Capital De Trabajo

Costos y Gastos desembolsables Monto Mensual

Mano de Obra Directa	\$9,181,107
Mano de Obra Indirecta	\$10,800,000
Servicios Básicos	\$2,500,000
Publicidad	\$3,250,000
Suministros de Oficina	\$262,500
Producción	\$55,800,000
Comercialización	\$1,317,000
Total desembolsables	\$83,110,607

Capital de Trabajo (6 meses) **\$498,663,642**

Nota. Fuente: Elaboración Propia

ACTIVO FIJO	Pesos				Vida útil años	% anual Depreciac.	Valor Depreciac.
	Unidad	Q	Costo Unitario	Costo Total			
Terreno							
Total Terreno	Hectarea	10	\$1,800,000	\$18,000,000			
Total				\$18,000,000			
Maquinaria y Equipos							
Tractores		2	\$78,000,000	\$156,000,000	10	10%	\$15,600,000
Planta eléctrica		2	\$1,490,000	\$2,980,000	10	10%	\$298,000
Equipos de fumigación		4	\$499,000	\$1,996,000	10	10%	\$199,600
Calderas		2	\$3,980,000	\$7,960,000	10	10%	\$796,000
Bombas		3	\$832,990	\$2,498,970	10	10%	\$249,897
Tanques de almacenamiento		3	\$450,000	\$1,350,000	10	10%	\$135,000
Moledora de desechos orgánicos		2	\$1,219,000	\$2,438,000	10	10%	\$243,800
Ductos para cumbreras		3	\$2,858,000	\$8,574,000	10	10%	\$857,400
Compresores semi herméticos		2	\$1,199,000	\$2,398,000	10	10%	\$239,800
Motocultor		2	\$6,500,000	\$13,000,000	10	10%	\$1,300,000
guillotinas		3	\$800,000	\$2,400,000	10	10%	\$240,000
compresor de aire		2	\$1,000,000	\$2,000,000	10	10%	\$200,000
grapadora		3	\$69,000	\$207,000	10	10%	\$20,700
Maquina sunchadoras		2	\$310,000	\$620,000	10	10%	\$62,000

grapadora		3	\$69,000	\$207,000	10	10%	\$20,700
Maquina sunchadoras		2	\$310,000	\$620,000	10	10%	\$62,000
Total				\$204,421,970			\$20,442,197
Edificaciones							
Sala de Poscosecha	m ²	325	\$300,000	\$97,500,000			
Cuarto Frio	m ²	50	\$1,200,000	\$60,000,000			
Total				\$157,500,000			
Muebles & Enseres							
Escritorios		7	\$100,000	\$700,000	10	10%	\$70,000
Achivador		2	\$220,000	\$440,000	10	10%	\$44,000
mesas clasificación		3	\$638,000	\$1,914,000	10	10%	\$191,400
Total				\$3,054,000			\$305,400
Equipos de Computación							
Computadora		7	\$1,049,000	\$7,343,000	3	33%	\$220,290
Impresora Multifuncional		1	\$1,395,000	\$1,395,000	3	33%	\$41,850
Software Contable		1	1200000	\$1,200,000	3	33%	\$36,000
Total				\$9,938,000			\$298,140
Total Activos Fijos				\$392,913,970			

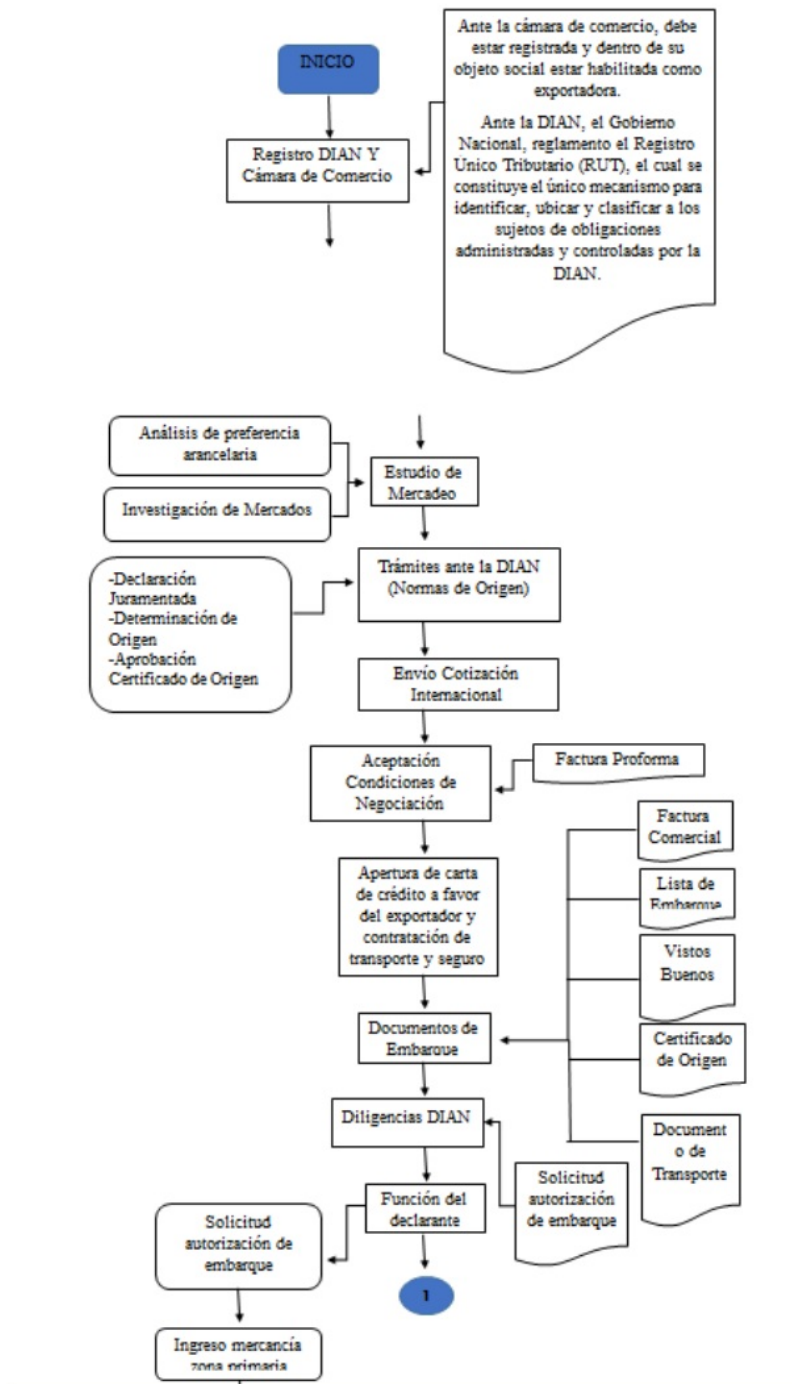
ACTIVO DIFERIDO		Pesos			Vida útil	Valor
Concepto		Q	Costo Unitario	Costo Total	años	Amortización
Gastos de Constitución		1	\$251,500	\$251,500	10	\$25,150
Derecho de Marca	Años	10	\$954,500	\$954,500	10	\$95,450
Licencias de Certificación y acreditación		1	\$4,200,000	\$4,200,000	10	\$420,000
Total			\$5,406,000	\$5,406,000.00		\$540,600.00

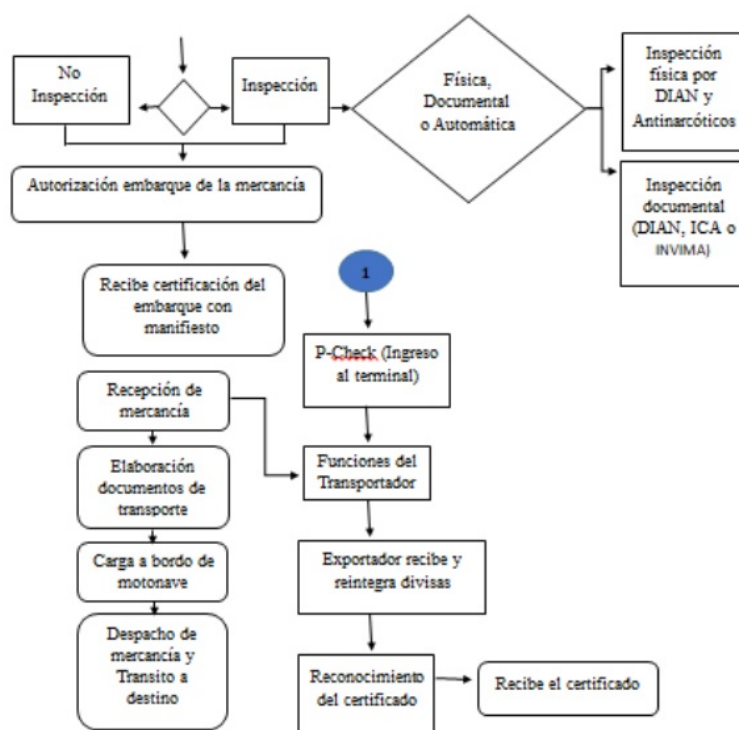
CAPITAL DE TRABAJO			
Costos y Gastos desembolsables	Cantidad	Costo Unitario	Inversion Total
Mano de Obra Directa	9	\$1,020,123	\$9,181,107
Mano de Obra Indirecta	6	-	\$10,800,000
Servicios Básicos	1	\$2,500,000	\$2,500,000
Publicidad	1	\$3,250,000	\$3,250,000
Suministros de Oficina	1	\$262,500	\$262,500
Produccion			
9 m ² de caseta de riego	9 m ²	\$300,000	\$2,700,000
Reservorio de Agua	1	\$20,000,000	\$20,000,000
Sistema de Riego	1	\$15,285,000	\$15,285,000
Sistema automatico para la recirculacion c	1	\$12,215,000	\$12,215,000
empaques (Total)	1	\$4,500,000	\$4,500,000
Plantas de Flores	2000 Unidades	\$550	\$1,100,000
Total produccion			\$55,800,000
Comercialización	1	\$1,317,000	\$1,317,000
Total desembolsables			\$83,110,607
Capital de trabajo (6 meses)			

Anexo 3 Diseño del cronograma de trabajo

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PRODUCCION Y EXPORTACION DE FLORES		2020						2021						
		JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
FASE	ACTIVIDADES													
PREPARACION DEL TERRENO	Limpieza del Terreno													
	Definición del suelo / sustrato													
	Fertilización y riego													
INVERNADERO	Instalación plástica de invernadero													
	Mantenimiento de reservorios													
	Creación de pilas profundas													
	Diseño del sistema de tratamiento de agua residual													
	Instalación de redes de aspersión y fertiriego													
	Construcción de vías													
	Instalaciones eléctricas													
COSECHA	Instalación de Maquinaria y equipos													
	Propagación													
	Siembra													
POSCOSECHA	Recolección													
	Limpieza													
	Selección													
DISTRIBUCION	Clasificación													
	Empaque													
	Almacenamiento													
	Entrega Cliente Final													

Anexo 4. Flujograma proceso general de exportación en Colombia vía aérea





(Bonilla, 2013,50,51,52)

Anexo 5. Estructura de Financiamiento

<i>ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO</i>		
Estructura de Financiamiento	Valor Total	%
Capital propio (Aporte de los socios)	\$179,396,722	20%
Crédito	\$717,586,890	80%
Total	\$896,983,612	100%

Tabla de Amortización del crédito

TABLA DE AMORTIZACION DEL CREDITO							
Plazo	5	Plazo	Saldo insoluto	Pago mensual total	Capital	Intereses	IVA
Monto	\$ 717.586.890	1	\$577.130.102,82	\$148.191.177,88	\$140.456.787,18	6.667.578,19	1.066.812,51
Tasa anual	11,15%	2	\$435.159.425,56	\$148.191.177,88	\$141.970.677,25	5.362.500,54	858.000,09
Tasa anual C/ IVA	12,93%	3	\$291.658.541,03	\$148.191.177,88	\$143.500.884,54	4.043.356,33	646.937,01
Tasa mensual S/ IVA	0,93%	4	\$146.610.956,12	\$148.191.177,88	\$145.047.584,90	2.709.993,94	433.599,03
Tasa mensual C/ IVA	1,08%	5	\$0,00	\$148.191.177,88	\$146.610.956,12	1.362.260,13	217.961,62
Pago mensual	\$ 148.191.178						

Anexo 6. Estudio Financiero

INGRESOS INYECTADOS					
CLAVELES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja de Claveles	\$34,020	\$44,226.00	\$57,493.00	\$63,242.00	\$82,214.00
Precio Caja x 10	\$70,515	\$70,515	\$70,515	\$70,515	\$70,515
Total (\$)	\$2,398,920,300	\$3,118,596,390	\$4,054,118,895	\$4,459,509,630	\$5,797,320,210
HORTENSIAS					
Varas de hortensias	\$48,600	\$63,180	\$82,134	\$106,774	\$138,806
Precio x 3Varas	\$47,970	\$47,970	\$47,970	\$47,970	\$47,970
Total (\$)	\$2,331,342,000	\$3,030,744,600	\$3,939,967,980	\$5,121,948,780	\$6,658,523,820
TOTAL INGRESOS (\$)	\$4,730,262,300	\$6,149,340,990	\$7,994,086,875	\$9,581,458,410	\$12,455,844,030

COSTOS VARIABLES				
Insumos y Materiales	Cantidad	Costo Unitario	Costo mensual	Costo Anual (\$)
Semillas	2700KG	\$20,000	\$4,500,000	\$54,000,000
Abonos Químicos	2340KG	\$18,000	\$1,750,000	\$21,000,000
Herbicidas	360Lts	\$60,000	\$583,333	\$7,000,000
Fungicidas	360Lts	\$12,000	\$183,333	\$2,200,000
Empaques de cartón	3000unid	\$1,500	\$175,000	\$2,100,000
Empaques plásticos	3000unid	\$800	\$166,667	\$2,000,000
Total		\$112,300	\$7,358,333	\$88,300,000
Mano de Obra Directa				
Salarios		\$1,020,123	\$9,181,107	\$80,000,000
Beneficios Sociales		\$150,000	\$708,333	\$8,500,000
Trabajo Empacado		\$58,506	\$526,555	\$6,318,664
Total		\$1,228,629	\$10,415,996	\$94,818,664
Total Costos Variables		\$1,340,929	\$17,774,329	\$183,118,664

COSTOS INDIRECTOS FIJOS

Costos desembolsable	Costo mens	Costo Anual (\$)
Sueldos	\$6,666,667	\$80,000,000
Beneficios Sociales	\$642,000	\$7,704,000
Agua	\$208,333	\$2,500,000
Energía Eléctrica	\$500,000	\$6,000,000
Combustible	\$208,333	\$2,500,000
Mant. y Reparaciones	\$301,583	\$3,619,000
Seguros	\$452,403	\$5,428,830
Total Costos desembolsables	\$8,979,319	\$107,751,830
Depreciaciones	\$1,703,516	\$20,442,197
Total Costos Indirecto:	\$10,682,836	\$128,194,027

COSTOS DE PRODUCCION

Costos Variables	\$17,774,329	\$183,118,664
Costos Fijos	\$10,682,836	\$128,194,027
Total Costos de Producción	\$28,457,165	\$311,312,691

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Cuenta	Gasto mensual (\$)	Gasto Anual (\$)
Sueldos	\$15,400,000	\$184,800,000
Beneficios Sociales	\$5,133,333	\$61,600,000
Papelería	\$150,000	\$1,800,000
Materiales de limpieza	\$250,000	\$3,000,000
Internet	\$108,000	\$1,296,000
Teléfono	\$90,000	\$1,080,000
Total, gastos desembolsables	\$21,131,333	\$253,576,000
Depreciaciones	\$2,113,133	\$25,357,600
Amortizaciones	\$45,050	\$540,600
Total, Gastos Administrativos	\$23,289,517	\$279,474,200

GASTOS DE EXPORTACION DIRECTOS

Cuenta	sto mensual	Gasto Anual (\$)
honorarios del despachante de	\$208,333	\$2,500,000
Certificado de origen	\$32,000	\$384,000
Aranceles e impuestos Aduane	\$297,500	\$3,570,000
Gestiones de exportación	\$300,000	\$3,600,000
Embalajes y acondicionamiento mercadería	\$200,000	\$2,400,000
Transporte	\$194,000	\$2,328,000
Seguro de transporte de la mer	\$162,000.00	\$1,944,000
Almacenaje	\$150,000.00	\$1,800,000
Total Gastos de Exportación	\$1,543,833	\$18,526,000

INTERESES Y ESCUDO FISCAL

	²⁷ Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés	(6.667.578,19)	(5.362.500,54)	(4.043.356,33)	(2.709.993,94)	(1.362.260,13)
Escudo fiscal (36,25%)	2.416.997,09	1.943.906,45	1.465.716,67	982.372,80	493.819,30

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas	\$4,730,262,300	\$6,149,340,990	\$7,994,086,875	\$9,581,458,410	\$12,455,844,030
(-) Costos Variables de Producción	\$183,118,664	\$287,795,143	\$316,574,657	\$348,232,123	\$383,055,335
(-) Costos Fijos de Producción	\$128,194,027	\$128,194,027	\$128,194,027	\$128,194,027	\$128,194,027
Utilidad Bruta	\$4,418,949,609	\$5,733,351,820	\$7,549,318,191	\$9,105,032,260	\$11,944,594,668
(-) Gastos Administrativos	\$279,474,200	\$279,474,200	\$279,474,200	\$279,474,200	\$279,474,200
(-) Gastos de Comercialización	\$18,526,000	\$18,526,000	\$18,526,000	\$18,526,000	\$18,526,000
Utilidad antes part.empleados	\$4,120,949,409	\$5,435,351,620	\$7,251,317,991	\$8,807,032,060	\$11,646,594,468
(-) 15% Part. Empleados	\$618,142,411	\$815,302,743	\$1,087,697,699	\$1,321,054,809	\$1,746,989,170
Utilidad antes de impuesto a la renta.	\$3,502,806,998	\$4,620,048,877	\$6,163,620,292	\$7,485,977,251	\$9,899,605,298
(-) 25% Impuesto a la renta	\$875,701,749	\$1,155,012,219	\$1,540,905,073	\$1,871,494,313	\$2,474,901,324
Utilidad Neta	\$2,627,105,248	\$3,465,036,658	\$4,622,715,219	\$5,614,482,938	\$7,424,703,973

Proyección Del Flujo De Fondos	Año 0	1	2	3	4	5
		Año	Año	Año	Año	Año
Ingresos						
Flores claveles		\$2,398,920,300	\$3,118,596,390	\$4,054,118,895	\$4,459,509,630	\$5,797,320,210
Flores hortensias		\$2,331,342,000	\$3,030,744,600	\$3,939,967,980	\$5,121,948,780	\$6,658,523,820
Total Ingresos		\$4,730,262,300	\$6,149,340,990	\$7,994,086,875	\$9,581,458,410	\$12,455,844,030
Egresos						
Costos Variables de Producción		\$183,118,664	\$287,795,143	\$316,574,657	\$348,232,123	\$383,055,335
Costos Fijos de Producción sin depr		\$107,751,830	\$107,751,830	\$107,751,830	\$107,751,830	\$107,751,830
Gastos Administrativos sin deprec		\$253,576,000	\$253,576,000	\$253,576,000	\$253,576,000	\$253,576,000
Gastos de Exportación		\$18,526,000	\$18,526,000	\$18,526,000	\$18,526,000	\$18,526,000
Depreciaciones		\$45,799,797	\$45,799,797	\$45,799,797	\$45,799,797	\$45,799,797
Amortizaciones		\$540,600	\$540,600	\$540,600	\$540,600	\$540,600
Total Egresos		\$609,312,891	\$713,989,370	\$742,768,884	\$774,426,350	\$809,249,562
Utilidad antes de part. Empleados		\$4,120,949,409	\$5,435,351,620	\$7,251,317,991	\$8,807,032,060	\$11,646,594,468
(-) 15% Partic. Empleados		\$818,142,411	\$815,302,743	\$1,087,697,699	\$1,321,054,809	\$1,746,989,170
Utilidad antes de impuesto a la renta		\$3,502,806,998	\$4,620,048,877	\$6,163,620,292	\$7,485,977,251	\$9,899,605,298
(-) 25% Impuesto a la renta		\$875,701,749	\$1,155,012,219	\$1,540,905,073	\$1,871,494,313	\$2,474,901,324
Utilidad neta		\$2,627,105,248	\$3,465,036,658	\$4,622,715,219	\$5,614,482,938	\$7,424,703,973
Depreciaciones		\$45,799,797	\$45,799,797	\$45,799,797	\$45,799,797	\$45,799,797
Amortizaciones		\$540,600	\$540,600	\$540,600	\$540,600	\$540,600
Capital de Trabajo	\$498,663,642					\$498,663,642
Activos Fijos	\$392,913,970					
Activos Diferidos	\$5,406,000					
Valor de desecho						
Flujo neto de Caja	\$896,983,612	\$2,673,445,645	\$3,511,377,055	\$4,669,055,616	\$5,660,823,335	\$7,471,044,370

INFORME DE ORIGINALIDAD

29%

INDICE DE SIMILITUD

29%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

javeriana.edu.co

Fuente de Internet

3%

2

flor.ebizaro.com

Fuente de Internet

2%

3

repository.unipiloto.edu.co

Fuente de Internet

2%

4

repositorio.espe.edu.ec

Fuente de Internet

2%

5

cristalliquido.mx

Fuente de Internet

2%

6

www.fonaes.gob.mx

Fuente de Internet

2%

7

red.uao.edu.co

Fuente de Internet

2%

8

es.slideshare.net

Fuente de Internet

1%

9

rockcontent.com

Fuente de Internet

1%

10	www.javeriana.edu.co Fuente de Internet	1%
11	www.diariodelexportador.com Fuente de Internet	1%
12	www.slideshare.net Fuente de Internet	1%
13	inaes.gob.mx Fuente de Internet	1%
14	issuu.com Fuente de Internet	1%
15	es.statista.com Fuente de Internet	1%
16	www.agropinos.com Fuente de Internet	1%
17	repositorio.upagu.edu.pe Fuente de Internet	1%
18	repositorio.usfq.edu.ec Fuente de Internet	<1%
19	repository.ucatolica.edu.co Fuente de Internet	<1%
20	www.linguee.com Fuente de Internet	<1%
21	hdl.handle.net	

	Fuente de Internet	<1%
22	docplayer.es Fuente de Internet	<1%
23	myslide.es Fuente de Internet	<1%
24	www.pacarinadelsur.com Fuente de Internet	<1%
25	mulpix.com Fuente de Internet	<1%
26	www.acfor.com.uy Fuente de Internet	<1%
27	repositorio.uis.edu.co Fuente de Internet	<1%
28	expeditiorepositorio.utadeo.edu.co Fuente de Internet	<1%
29	www.invosflowers.com Fuente de Internet	<1%
30	repository.unimilitar.edu.co Fuente de Internet	<1%
31	repositorio.unicordoba.edu.co Fuente de Internet	<1%
32	prezi.com Fuente de Internet	<1%

33 www.ilustrados.com <1 %
Fuente de Internet

34 www.alca-ftaa.org <1 %
Fuente de Internet

35 euro-synergies.hautetfort.com <1 %
Fuente de Internet

36 administracionf.uniandes.edu.co <1 %
Fuente de Internet

37 es.scribd.com <1 %
Fuente de Internet

38 repository.urosario.edu.co <1 %
Fuente de Internet

39 repository.usta.edu.co <1 %
Fuente de Internet

40 prpop.org <1 %
Fuente de Internet

41 admicomercialperu.blogspot.com <1 %
Fuente de Internet

42 eprints.uanl.mx <1 %
Fuente de Internet

43 biblioteca.utb.edu.co <1 %
Fuente de Internet

44 Carlos Ariel Ramírez-Triana, Maria Alejandra

— Pineda-Escobar, Mauricio Alejandro Cano-Niño, Sergio Alberto Mora-Pardo. "Chapter 4 Light Innovation in Energy Supply for Non-connected Areas in Colombia: Partial Research via the Forgotten Effects Model", Springer Nature, 2020

Publicación

<1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado