

1-1-2017

Proyecto de comercializadora a nivel internacional de cinta de goteo y accesorios

Angie Paola Pérez Lizarazo
Universidad de La Salle, Bogotá

Diana Vanessa Moncada Jaramillo
Universidad de La Salle, Bogotá

Luisa Fernanda Escobar Quiroga
Universidad de La Salle, Bogotá

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio

Citación recomendada

Pérez Lizarazo, A. P., Moncada Jaramillo, D. V., & Escobar Quiroga, L. F. (2017). Proyecto de comercializadora a nivel internacional de cinta de goteo y accesorios. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/291

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Finanzas y Comercio Internacional by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

**PROYECTO DE COMERCIALIZADORA A NIVEL INTERNACIONAL DE
CINTA DE GOTEO Y ACCESORIOS.**

Angie Paola Pérez Lizarazo
Diana Vanessa Moncada Jaramillo
Luisa Fernanda Escobar Quiroga

Director
Fernando Chavarro
Docente Académico

UNIVERSIDAD DE LA SALLE
Facultad De Ciencias Económicas Y Sociales
Finanzas Y Comercio Internacional
Bogotá, D. C. 2017

Tabla de Contenido

1. ELEMENTOS DE LA PLANEACIÓN ESTRÁTEGICA	4
1.1 Justificación	4
1.2 Ubicación Y Tamaño De La Empresa	6
1.3 Misión	6
1.4 Visión	6
1.5 Objetivos De La Empresa	7
2. MERCADO	7
2.1 Investigación del Mercado	7
2.1.1 Justificación y antecedentes del proyecto	7
2.1.2 Análisis del sector	8
2.1.3 Análisis del mercado	9
2.1.4 Análisis de la competencia	17
2.2 Estrategias De Mercado	18
2.2.1 Concepto del producto o Servicio	18
2.2.2 Estrategias de Distribución	20
2.2.3 Estrategias de precios	20
2.2.4 Estrategias de promoción	22
2.2.5 Estrategia de Comunicación	23
2.2.6 Estrategias de Servicio	24
2.2.7 Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo	24
2.2.8 Estrategias de Aprovisionamiento	25
2.3 Proyecciones de Ventas	26
3. OPERACIÓN	29
3.1 Operación	29
3.1.1 Ficha técnica del producto	29
3.1.2 Estado del desarrollo	30
3.2 Plan de compras	31
3.3 Costos de Producción	32
3.4 Infraestructura	33
4. ORGANIZACIÓN	35
4.1 Estrategia Organizacional	35
4.1.1 Análisis DOFA	35
4.1.2 Organismos de Apoyo	36

4.2	Estructura Organizacional	36
4.3	Aspectos Legales	37
4.4	Costos Administrativos	37
4.4.1	Gastos de Personal	37
4.4.2	Gastos de Puesta en Marcha	39
4.4.3	Gastos Anuales de Administración	39
5.	FINANZAS	40
5.1	Ingresos	40
5.1.1	Fuentes de Financiación	40
5.1.2	Formatos Financieros	42
5.2	Egresos	44
5.3	Capital de trabajo	45
6.	PLAN OPERATIVO	45
6.1	Cronograma de Actividades	45
6.2	Metas sociales	46
6.2.1	Metas Sociales del Plan de Negocio	46
6.2.2	Plan Nacional de Desarrollo	46
6.2.3	Plan Regional de Desarrollo	47
6.2.4	Cluster o Cadena Productiva	47
6.2.5	Empleo	48
6.2.6	Emprendedores	48
7.	IMPACTO	48
8.	RESUMEN EJECUTIVO	49
8.1	Concepto del Negocio	49
8.2	Potencial del Mercado en Cifras	50
8.3	Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor	50
8.4	Resumen de las Inversiones Requeridas	50
8.7	Equipo de trabajo	51
9.	BIBLIOGRAFÍA	52
10.	ANEXOS	54
10.1	Compra Unidades	54
10.2	Ventas Unidades	56
10.3	Costos de compra	57
10.4	Ventas en pesos	57

10.5	Punto de equilibrio	58
10.6	Financiación	59
10.7	Proceso logístico	60

1. ELEMENTOS DE LA PLANEACIÓN ESTRÁTEGICA

1.1 Justificación

En vista de la actual problemática ambiental, los recursos naturales, como el agua, son cada día más escasos, por lo que promover su conservación, sin dejar de realizar las actividades de cada economía, se hace un reto mucho más difícil. Tras los últimos acontecimientos mundiales, las autoridades competentes han iniciado planes de acción con el fin de mitigar el riesgo prominente de la ineficiente implementación y distribución de los recursos en los diferentes entornos a nivel global, un ejemplo claro de ello, parte de la pronunciación *del Centro Mundial de Monitoreo de la Conservación de ONU Ambiente*, en la que se anunció “*la protección de 202 mil 467 áreas que cubren casi 20 millones de kilómetros cuadrados, lo que equivale al 14,7 por ciento del planeta*” (Eco, 2016), a esto se suma los acuerdos internacionales entre las principales potencias a nivel mundial, que protagonizan la generación de contaminación, las cuales están comprometidas en aplicar estrategias de sostenibilidad ambiental en sus actividades industriales, con el fin de reducir el grado de contaminación. Con cifras actuales se estima que “*1.600 millones de personas viven en regiones donde la escasez de agua es absoluta, se estima que esta cifra aumentará a 1.800 millones en el 2025*” (Casma, 2016), esto se debe a que la población vulnerable, es representada por los países que dependen de la agricultura, lo que indudablemente refleja “*perdidas que podrían llegar al 30% para el 2080 en el rendimiento de los cultivos*” (Casma, 2016). Por lo tanto, en el desarrollo del sector agroindustrial, es necesario implementar métodos y técnicas que se adapten y logren mitigar el impacto de los cambios climáticos, sin desfavorecer el desarrollo de cada economía.

Teniendo en cuenta que los países latinoamericanos son biodiversos, y su mayor potencial se encuentra concentrado en la producción y comercialización de productos agrícolas y las constantes necesidades de un sistema ágil para el desarrollo de cultivos, en zonas geográficas limitadas, revelan la gran necesidad de adoptar un método de irrigación; el cual facilite el

manejo óptimo de la distribución del agua para cada cultivo generando un óptimo resultado; así mismo implementando técnicas únicas a nivel mundial, que perfeccionen procesos y se afinen así las dificultades a las cuales se enfrenta el sector.

Es así que se encuentra que la sistematización de riegos para cultivos, es un factor primordial en el desarrollo y crecimiento de este sector, por tal motivo se afianzan los beneficios de usar un sistema de riego por goteo frente a otros métodos de irrigación como los son: por inundación, rocío, mangueras, depósitos artificiales, ríos, arroyos y pozos, debido a que es una de las técnicas más avanzadas y novedosas en este sector, dado que su principal característica es optimizar la distribución de agua, sin generar desperdicios, brindándole el riego adecuado a cada planta, por otra parte se puede instalar en lugares donde no favorece el clima y es escaso el recurso del agua, lo que significa que es posible cultivar en entorno hostiles con la ayuda de un proceso sistematizado e integrado con el riego por goteo.

Por esto seremos una empresa dedicada a la comercialización internacional de cinta de goteo de la única productora a nivel nacional, así como los accesorios de diferentes proveedores, enfocados al riego para cultivos, donde nuestro producto estrella será la cinta de goteo, dado que este se encuentra en el mercado objetivo únicamente por grandes empresas de países desarrollados, lo que nos brinda una oportunidad de negocio en la innovación y competitividad a nivel de precios, calidad, diferenciación y producción, con materiales de alta calidad, así como en la caracterización de insumos 100% colombianos.

Lo relevante en esta idea de negocio es que nos enfocaremos en afianzar un sector muy importante en Colombia, pues con un *“aporte del 9% del PIB, una contribución del 21% en las exportaciones, una generación del 19% del empleo total del país y un enorme potencial sustentado en ventajas competitivas y comparativas”* (Proexport, 2015), hace que sea mucho más atractivo a la hora de incursionar en el mercado, en el cual aún no se muestra una evolución clara a nivel internacional, dada la poca y baja elaboración en productos terminados con valor agregado, con fines de exportación.

En la demanda nacional de sistemas de riego e industriales de cinta de goteo y accesorios, se establecen patrones actuales de competencia, actitudes agresivas en cuanto a ofertas, precios, cantidades, etc., para tal comportamiento se generan y se construyen barreras y por

consiguiente se busca instaurar un proceso eficiente en todos los pasos generados por la empresa, una pauta que concluya beneficios, utilidades, ganancias, y competitividad en el mercado total. Así mismo el potencial de este negocio ha generado estrategias de ventaja tanto para organizacionales nacionales como para las internacionales; donde se ha encontrado un potencial amplio; ya que el 80% de la producción nacional parte de la zona rural; y el 20% restante sobre la producción total refiere materias o productos transformados. Dripping dirigirá sus ventas al mercado internacional, manteniendo una reacción proactiva; debido a que actúa de manera eficiente a las amenazas y pre activa porque prevé futuras dificultades y realiza estrategias para enfrentarlas. La misión es que su modelo de negocio se oriente a *“Garantizar calidad y agilidad en procesos agrícolas para nuestros clientes; cumpliendo al máximo con el cuidado ambiental”*.

1.2 Ubicación Y Tamaño De La Empresa

Para el inicio del plan de negocio, Dripping establecerá un punto de almacenamiento y venta, ubicado en la localidad de Kennedy y Tunjuelito, más específicamente en la Calle 72^a – 44F – 19 Sur, barrio La Sevillana.

Por otra parte, bajo la reglamentación vigente en el código de comercio, la clasificación por tamaño, corresponde a Pequeña empresa; debido a que se maneja un recurso humano de 4 personas.

1.3 Misión

Somos una empresa dedicada a la comercialización internacional de manufacturas de cinta de goteo con fabricación exclusiva de la única productora a nivel nacional y accesorios de diferentes proveedores, lo que garantiza la calidad y el cumplimiento de las expectativas en los procesos agrícolas; de tal manera que responde a las necesidades ambientales. Construyendo relaciones de valor con todos nuestros consumidores y con los actores que forman parte de nuestra organización.

1.4 Visión

Ser reconocidos como una de las principales empresas de comercialización internacional de cinta de goteo y accesorios, de alta calificación y rendimiento para uso eficaz en zonas agrícolas, generando altos niveles de rentabilidad y proyectando una participación significativa en el mercado objetivo para el año 2020. Queremos crear un patrimonio que sea

productivo para todos: nuestros clientes, nuestra empresa, nuestros colaboradores y para los países para los cuales proyectamos exportar. Esto nos lleva a ser competitivos en este negocio y ofrecer de mejor manera nuestros servicios al diverso mercado mundial.

1.5 Objetivos De La Empresa

- Generar confianza en nuestros clientes, con base al cumplimiento de la entrega oportuna de los productos; partiendo de la eficiencia en el proceso de logística y distribución, de tal forma en que se cumplan las expectativas.
- Ser una de las principales empresas de comercialización internacional de cinta de goteo y accesorios, cumpliendo al máximo con los estándares de calidad y competitividad en el mercado exterior.
- Garantizar a nuestros clientes el servicio post venta, como un valor agregado de la compañía, con el fin de adecuar y evaluar la aceptación del producto, asegurando la proyección de ventas y ratificando la fidelización de clientes.
- Alcanzar la rentabilidad esperada en el corto plazo, implementando estrategias de publicidad, que optimicen la relación comercial con nuestros clientes, a partir de la interacción por internet.
- Proveer soluciones que permitan a corto, mediano y largo plazo optimizar el manejo de la información, facilitando la comunicación, colaboración y coordinación entre las diferentes personas que integran la organización.

2. MERCADO

2.1 Investigación del Mercado

2.1.1 Justificación y antecedentes del proyecto

Durante los últimos tiempos, la optimización de recursos, ha sido un factor clave en las estrategias de cada economía, es por esto que la conciencia ambientalista de la época y los escenarios de competitividad, hacen mucho más interesante la promoción de productos que desarrollen técnicas aptas en la construcción y progreso de cada industria, sin limitar el crecimiento económico de cada uno de ellas, y aún más cuando “ *en la actualidad más del 40% del agua destinada para riego se pierde por infiltraciones, malos diseños de canalización, entre otras técnicas, antes de que llegue el recurso hídrico a cada cultivo*”

(Predes, 2005). Por tal motivo el propósito de esta idea es abrir el espacio de reconocimiento de un producto 100% nacional, con comercialización de exclusividad a nivel internacional, adoptando técnicas óptimas en los cultivos y facilitando el manejo de los mismos, al distribuir adecuadamente los recursos naturales.

Con el fin de ampliar las consideraciones y la viabilidad del proyecto, es importante indagar los antecedentes que se desarrollan junto con la planeación del trabajo, por tal motivo la naturaleza en la implementación en este sistema de riego, antecede sus orígenes en Alemania, aproximadamente en 1860, cuando nace la idea de combinar el sistema de irrigación y drenaje, y posterior a la Segunda Guerra Mundial con la llegada de los plásticos modernos, se perfecciono el sistema de riego para los invernaderos en Europa y Estados Unidos (EcuRed, 2016). Derivado a este proceso, la evolución y sistematización de técnicas de riego, han aumentado en los últimos años, al considerar sus ventajas, como un prospecto de innovación, optimización y crecimiento.

2.1.2 Análisis del sector

El sistema de riego en Colombia ha presentado un gran desarrollo a través del tiempo, dado que ha implementado diferentes mecanismos de riego como: la inundación de plantas, la aspersión, difusores, subterráneo, hasta llegar al riego por goteo, los cuales presentaron diferentes ventajas a partir de las necesidades que se presentaban a través de los años, en Colombia fue posible la implementación de varios sistemas que generaron innovación y desarrollo de diferentes mecanismos de riego gracias a la constante intervención por parte del estado, debido a la importancia del sector agrícola al ser el pilar de nuestra economía dada su gran participación *“generando cerca del 6,2% del PIB. En materia de exportaciones, se ha presentado un crecimiento del 32,2% en los últimos cinco años”*. (PROCOLOMBIA, 2016) Dentro de los factores relevantes que hacen que sea un sector fuerte se encuentran los siguientes, indicados en el informe generado por Finagro:

El incremento en la demanda mundial de alimentos que se conjuga con las condiciones geo climáticas colombianas y permiten el aumento sostenido de la oferta agropecuaria; ii) la evolución reciente de sector agropecuario que ha mostrado un crecimiento superior al de otros renglones de la economía y iii) el incremento del gasto del Gobierno Nacional dirigido al sector agropecuario. (FINAGRO, 2014)

Estos factores nos demuestran el potencial que posee el sector agrícola, por lo cual, un adecuado sistema de riego implicaría un incremento en los rendimientos de la producción del sector, lo que ha presentado una evolución tecnológica e industrial en los últimos años, el













cual se ha adaptado a las constantes necesidades que se han presentado en el sector agrícola, como lo son: los cambios climáticos, el desabastecimiento del agua y desperdicio, que implica nuevas estrategias para el uso óptimo de la misma, en pro de ayudar al sector agrícola por medio de beneficios y soluciones que favorezcan y garanticen la producción y desarrollo de los cultivos existentes en el país.

2.1.3 Análisis del mercado

Generando el respectivo análisis de la estructura del mercado nacional se encuentra que en la actualidad la distribución nacional de cinta de goteo y productos agrícolas se encuentra concentrada en pocas empresas, las cuales poseen distribución autorizada para generar la importación y comercialización de diferentes marcas de cinta de goteo y accesorios, estas empresas son las encargadas de distribuir el producto a nivel nacional como ente comercializador a los diferentes locales de riego, y estos últimos realizan la venta al consumidor final. Por lo cual tras generar las respectivas validaciones en el mercado se encuentra que no existían productores nacionales de cinta de goteo en Colombia, por esto Dripping encuentra la oportunidad de negocio en la comercialización exclusiva la cinta de goteo y accesorios.

Teniendo en cuenta, una investigación de mercados donde como base tenemos el riesgo que los países pueden generar a partir del comercio bilateral, así como de los tratados cercanía territorial, la geografía, los lugares donde el agro se genere en mayor medida, fuimos de lo macro a lo micro, teniendo en cuenta el continente sur americano, en esta primera instancia tuvimos en cuenta la cercanía territorial, lo que nos facilita la entrega de mercancía dando así un mejor servicio para nuestros futuros clientes. Los países que hacen parte de este mercado son:

Tabla 1.
Lista con los países y capitales de América del Sur

PAÍS	CAPITAL
 Argentina	Buenos Aires
 Bolivia	Sucre
 Brasil	Brasilia
 Chile	Santiago
 Colombia	Bogotá
 Ecuador	Quito
 Guyana	Georgetown
 Paraguay	Asunción
 Perú	Lima
 Surinam	Paramaribo
 Uruguay	Montevideo
 Venezuela	Caracas

Tomada de Mapas del Mundo.

Para poder iniciar el proceso de investigación, fue necesario detectar los países a evaluar, es decir pasar de una cantidad aproximada de 197 países a una cantidad considerable de 4 países. Posteriormente se realizó un análisis detallado de los países que requerían en mayor medida la utilización de productos agroindustriales, dado su alto nivel de producción, adicionalmente se tuvo en cuenta variables de calificación como el idioma, dada la facilidad de interacción, los tratados bilaterales y multilaterales a los que hacían parte, y evaluación macroeconómica y microeconómica de cada una de ellos.

En vista de los resultados de la investigación, los países más destacados según la Organización para la Agricultura y la Alimentación de Naciones Unidas, con base en un listado de los estados agrícolas, fueron Quito – Ecuador, Lima – Perú, El Alto – Bolivia, y Rosario – Argentina

Como se evidencia, Quito fue una de las principales ciudades características de la producción de la agricultura dadas las investigaciones se halla que: *“gracias a un proyecto de agricultura urbana participativo en toda la ciudad, Quito es una de las capitales más verdes de la región: según el último recuento tiene 140 huertos comunitarios, 800 huertos familiares y 128 huertos escolares”* (BBC , 2015)

Así mismo como un importante Ítem en la ciudad de Lima una de las principales agrícolas no solo a nivel americano sino mundial, se tiene que generar un importante mecanismo de protección del agua dado que RIMAC, su principal rio, es el que abastece a 9,6 millones de habitantes y a su vez es en gran medida usado a nivel agro para el riego de la plantación, esto genera un interés por parte de nuestra empresa dado que al ser productos de riego por goteo, su principal función es generar la hidratación suficiente para cada cultivo, dependiendo de sus necesidades sin generar desperdicio del recurso hídrico, por tal motivo se genera una solución oportuna para la necesidad del riego peruano al fomentar el ahorro vital de la fuente agua que hoy en día se hace cada vez más escasa en cada uno de los países.

un En este proceso se realizó a búsqueda detallada de las importaciones de los productos a nivel mundial, reduciendo la lista a 4 posibles mercados, posteriormente se analizaron las exportaciones colombianas de los productos, con el fin de comparar la información obtenida, y definir la selección final, para iniciar con el análisis macroeconómico y microeconómico.

La partida arancelaria se determina por los componentes de los productos, por tal motivo con base a la clasificación oficial, se relaciona la siguiente información:

8424.81.31.00	ARANCEL 0%
----------------------	-------------------

Elaboración propia: tomado de cartilla arancel DIAN

Es importante aclarar que la clasificación de los productos, está grabado con un arancel del 0% en la importación desde Colombia, en los países relacionados anteriormente.

Identificación: Para realizar el respectivo proceso de priorización de mercados, se tomaron las siguientes variables:

Tabla 2.
Análisis Macroeconómico:

Variable	Peru	Calificación	Ecuador	Calificacion2	Bolivia	calificacion3	Argentina	calificacion 4
PIB USD billones	192,1	3	100,9	2	33,20 millones	1	583,2	4
Crecimiento del PIB.	3,13%	3	0,30%	1	4,00%	4	2,40%	2
Inflación.	3,60%	3	4,00%	2	4,10%	2	10,60%	1
Agricultura valor agregado (% del PIB).	7,3%	2	9,6%	3	13%	4	6%	2
Importaciones (miles de USD).	38.104.614	3	21.387.292	2	9.682.431	2	59.786.946	5
Balanza comercial (miles de USD).	-4.859.742	1	-3.056.684	1	-773.772	2	-3.034.536	1
Índice de calificación riesgo país (0=bajo a 6=alto)	150	5	783	1	346	2	455	2
Idioma	Español	5	Español	5	Español	5	Español	5
SUMATORIA MACRO		25		17		22		22

Elaboración propia: tomado de Trade Map y Banco Mundial

PIB: Identificando este factor como una de las variables se busca ver resultado de la suma del valor agregado bruto de todos los productores residentes en la economía más todo impuesto a los productos, menos todo subsidio no incluido en el valor de los productos.

Crecimiento Del PIB: Esta variable corresponde a la tasa de crecimiento anual porcentual del PIB a precios de mercado y se busca identificar la economía de los países y el desarrollo económico de estos.

Inflación: Con la intención de estudiar el aumento de los precios en cada país se tomó el índice de precios al consumidor que refleja la variación porcentual anual en el costo para el consumidor medio de adquirir una canasta de bienes y servicios.

Agricultura valor agregado (% del PIB): Utilizamos esta variable para conocer la capacidad del sector agricultor de cada país, dado que el consumidor final serán empresas comercializadoras.

Importaciones: Este indicador incide en nuestros productos de una manera significativa, pues se reflejan los valores que cada país importa en bienes y servicios, de tal forma que se pueda evaluar la participación de importaciones de nuestros productos.

Balanza Comercial: Con respecto a nuestro mercado la balanza comercial de los países representa como la economía se desarrolló en términos de importaciones y exportaciones.

Índice de calificación riesgo país: Es un factor donde se evalúa el riesgo inherente que puede existir al momento de generar transacciones financieras que permiten el acceso a la información para de esta forma considerar y evaluar las opciones y facilitar las decisiones de inversión en un mercado.

Idioma: Este factor indica la relación constante y facilita los posibles acuerdos para la venta de nuestros productos en otros países, así mismo plantea de forma directa la interacción para la comercialización, distribución y todo el ciclo del producto que influya positivamente en nuestro proceso.

Tabla 3.
Análisis Microeconómico

Variable	Peru	Calificación	Ecuador	Calificacion2	Bolivia	calificacion3	Argentina	calificacion 4
Importaciones totales del producto Miles de dólares	28.310	5	16.818	3	18.156	3	29.096	5
Tasa de crecimiento de los valores importados valores(2011-2015)	15%	4	3%	2	-1%	1	-19%	1
Importaciones desde Colombia (Miles de USD)	229	3	457	5	14	2	0	1
Posicion relativa de importaciones mundiales (ranking)	24	4	45	3	42	3	22	5
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Estados Unidos 25% • Brasil 19,9% • Israel 10,7% • Italia 11,3% 	3	<ul style="list-style-type: none"> • China 20% • Brasil 17,8% • Estados Unidos 16,1% • Italia 14,2% 	3	<ul style="list-style-type: none"> • Brasil 76,1% • Argentina 4,4% • China 3,7% • Japon 3,2% 	3	<ul style="list-style-type: none"> • Brasil 31,1% • Estados Unidos 30,2% • Chile 8,3% • Paises Bajos 6,5% 	3
Total		19		16		12		15

Elaboración propia: tomado de Trade Map y Banco Mundial

Importaciones: Se utiliza para conocer de manera directa la cantidad de importaciones de nuestro producto con cada país, ya que incide en nuestro proceso de selección.

Tasa De Crecimiento De Las Importaciones (2011 – 2015): Con esta variable buscamos identificar y conocer el desarrollo y la evolución de los mercados internacionales con respecto a nuestros productos. Es de suma importancia e influye de una forma directa en nuestra investigación de mercado.

Importaciones Desde Colombia: Esta variable determina el mercado interno colombiano con respecto a nuestros productos, y deja evidenciar el proceso de internacionalización del mismo y refleja como nuestros productos avance en cada mercado.

Posición relativa de importaciones mundiales (ranking): Este indicador determina de manera relevante la participación de cada país en el PIB mundial y llegada de nuestros productos a los mercados de ultramar e influye de forma directa a la hora de observar las relaciones vigentes con cada país.

Proveedores: Como factor importante en nuestra investigación de mercado se toma en cuenta los proveedores de cada país, que serían nuestra futura competencia dando lugar al análisis de la entrada o ingreso de los productos a cada mercado.

Análisis del proceso de priorización: Tras analizar las primeras variables Macro y Microeconómicas, se llegó al siguiente resultado:

Tabla 5.

Priorización de la selección del mercado objetivo:

PAIS	CAL MACRO	CAL MICRO	CAL. TOTAL
Peru	25	19	44
Ecuador	17	16	33
Bolivia	22	12	34
Argentina	22	15	37

Elaboración propia: tomado de Trade Map y Banco Mundial

Para determinar un resultado y selección más preciso y confiable de mercados, se le asigna un peso ponderado para cada variable tanto micro como macroeconómica dependiendo de su incidencia y relevancia en el estudio. Así mismo, después de asignarle el peso a cada variable, se establece un porcentaje a toda la ponderación macroeconómica, y otro porcentaje a la microeconómica obteniendo como resultado la selección final de los mercados a los cuales se piensa llegar.

Tabla 6.

Variables Ponderadas Macroeconómicas:

Variable	Ponderación
PIB USD	5%
Crecimiento de PIB	5%
inflación	30%
Agricultura valor agregado (% del PIB).	20%
Importaciones (miles de USD)	10%
Balanza comercial (miles de USD)	20%
Índice de calificación riesgo país	5%
Idioma	5%
SUMATORIA MACRO	100%

Elaboración propia: tomado de Trade Map y Banco Mundial

Tabla 7.
Variables Ponderadas Microeconómica

VARIABLE	Ponderación
Importaciones totales del producto Miles de dólares	25%
Tasa de crecimiento de los valores importados valores(2011-2015)	15%
Importaciones desde Colombia	20%
Posicion relativa de importaciones mundiales (ranking)	25%
Proveedores	15%
Total	100%

Elaboración propia: tomado de Trade Map y Banco Mundial

Al realizar los respectivos cálculos para cada variable nuestros resultados fueron los siguientes:

Tabla 8.
Variables Ponderadas finales:

PAIS	CAL MACRO	CAL MICRO	CAL TOTAL
Peru	2,6	3,9	6,5
Ecuador	2,05	3,25	5,3
Bolivia	2,6	2,5	5,1
Argentina	2,05	3,3	5,35

Elaboración propia: tomado de Trade Map y Banco Mundial

Selección

Teniendo en cuenta el objetivo de la empresa, el mercado más factible, con menos restricciones para exportar la cinta de goteo y accesorios, es el mercado peruano, debido a que presenta cifras atractivas para la oferta exportable, así mismo definió la mejor calificación dentro de la evaluación de las variables relevantes acorde con la segmentación, en la división del análisis macroeconómico y microeconómico. Por consiguiente, al efectuar la ponderación de cada componente de evaluación, en ambos escenarios se concluyó que la mejor opción con respecto al mercado de corto plazo es Perú, por lo tanto, se finiquita la selección, con la exportación y la incursión mundial de corto plazo al mercado peruano.

De igual forma, es importante mencionar que, bajo los resultados obtenidos, el segundo mercado con mejor calificación es Argentina, ya que es uno de los países más representativos en la importación de estos productos, definiendo el mercado de exportación a mediano plazo.

Por lo anterior, y con el fin de profundizar en la construcción del análisis, se relacionan las variables de riesgo, que influyen significativamente en la negociación, en cuanto a la mediación de pagos y condiciones de contratación, garantizando de este modo el éxito y credibilidad del proceso:

Tabla 9.
Riesgo País de Perú:

TIPO	RIESGO	PORCENTAJE POR RIESGO	PORCENTAJE TOTAL
RIESGO POLITICO	1. IMPEDIR EL PAGO	5%	15%
	2. HECHOS POLITICOS	5%	
EXTRAORDINARIOS Y CATASTROFICOS	1. NO ACEPTACION FENOMENOS CATASTROFICOS.	7%	10%
	2. FENOMENOS CATASTROFICOS.	3%	
RIESGO PAIS	1. RIESGO GENERICO	4%	14%
	2. RIESGO SOBERANO	4%	
	3. RIESGO DE TRANSFERENCIA	4%	
	4. RIESGO CIERTO	2%	
RIESGO FINANCIERO	1. RIESGO DE LIQUIDEZ	9%	25%
	2. RIESGO OPERATIVO	7%	
	3. RIESGO DE TASA DE INTERES	2%	
	4. RIESGO DE MERCADO	7%	
RIESGO COMERCIAL	1. RESOLUCION DE CONTRATO	15%	15%
RIESGO DE NO PAGO	1. IMPAGO	11%	11%
RIESGO DE TIPO DE CAMBIO	1. RIESGO POTENCIAL	10%	18%
	2. RIESGO CIERTO	8%	

Elaboración propia: Cifras Banco mundial

Grafico 1.
Mercado objetivo

Perú

- Población:** 32.0 millones
- Área:** 1.28 millones km²
- Moneda:** Nuevo Sol (S/)
- Principales idiomas:** Español / Quechua / Aymara
- Religión:** Católicas / Otras
- Alta:** Varía de tropical en la región amazónica a clima de altura y de montaña en las zonas altas.
- Recursos naturales:** Cobre, hierro, aluminio, zinc, plata, petróleo, gas natural, oro, plata, uranio, litio, bauxita, fosfato, y otros.
- Recursos naturales:** Cobre, hierro, aluminio, zinc, plata, petróleo, gas natural, oro, plata, uranio, litio, bauxita, fosfato, y otros.

Uno de los países más importantes de Latinoamérica. Una variedad de climas, una enorme extensión territorial, importantes recursos naturales.

Entre las principales actividades económicas del Perú se incluye a la agricultura, la pesca, la minería, la explotación de hidrocarburos y la manufactura de productos, entre los que destacan los productos textiles.

Existe en el Perú, una cantidad considerable de bancos comerciales, que brindan servicios vinculados a operaciones de exportación. El exportador debería comparar la utilización de determinado banco en función a costos, clasificación bancaria, y finalmente por disponibilidad y acceso de servicios y productos vinculados a medios de pago internacionales.

Elaboración propia: Tomado de Consulado general del Perú

Tabla 10.

Formas y medios de pagos internacionales:

RIESGO	ANALISIS	ACTUAL TRANSFERENCIA BANCARIA	NUEVO COBRANZA DOCUMENTARIA CON LETRA AVALADA
IMPAGO	Cuando el deudor recibe parte o completa la mercancía y no cumple con su obligación de pago	Ya la transferencia bancaria no está asegurada no se puede asegurar el pago de la operación.	Como se realiza entre dos entidades bancarias se mitiga el riesgo de impago
ENTREGA	Riesgos de que la mercancía que gira el vendedor al comprador no esté en las condiciones o los requisitos que se estipulan en el contrato	Utilizan un seguro para mitigar el riesgo de que la mercancía no llegue en su forma adecuada	En este medio también la empresa utiliza un seguro para mitigar este riesgo
RIESGO DE CAMBIO	Es el riesgo al que se está expuesto cuando se realizan cobros en una moneda distinta a la de su país	A la hora de realizar la transferencia en una moneda distinta está expuesta al riesgo de tipo de cambio y su fluctuación y dar perdida en el pago	Con este medio de pago mitiga el riesgo de cambio ya que de una clausula en el contrato se estipula el valor de la moneda para la facturación

Elaboración propia: tomado del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú

Con base en la información anterior, se puede evidenciar que Perú representó un nivel considerablemente menor en cuanto al Ítem de riesgo político, dado que en el reporte oficial del actual mandatario *Pedro Pablo Kuczynski*, se asegura la importancia por el sector agrícola, con la siguiente declaración: *“tenemos que apoyar el agro, porque en el Perú si no apoyamos el agro, no apoyamos a una gran parte de la población del país. Por eso, nosotros, vamos a apoyar el agro”* (RADIO NACIONAL, 2016).

Adicionalmente, se describen los medios y técnicas de pago más acordes, con la economía peruana.

Perfil del consumidor:

Teniendo en cuenta el objeto del proyecto, el consumidor se debe dividir en dos segmentos:

1. Clientes: Este tipo de consumidor es directo, por tal motivo se caracterizan por ser los distribuidores locales del mercado objetivo, siendo un canal de contacto con el consumidor final.
2. Consumidor Final: este tipo de consumidor es indirecto, pues serán los que le darán uso al producto.
 - Los clientes potenciales internacionales son: Calplast, Burgcom S.A.C. , Casa del Riego S.A.C. Almacén agrícola Perú Sociedad Anónima cerrado (ALMAGRI SAC) y Feimpa Sociedad Anónima Cerrada.

2.1.4 Análisis de la competencia

Debido a que Dripping se dedicara a la comercialización a nivel internacional de cinta de goteo 100% de fabricación nacional y accesorios de diferentes proveedores, las principales marcas competidoras serán:

Tabla 11

Lista de competidores

Cinta de Goteo	Filtros y Conectores
P1	Irridelco
SI-TAPE	Plantador Colombia
RO-DRIP	ARG Ingeniera y Suministros
AQUA TRAX	Prorriego

Elaboración propia

Tras un análisis investigativo se logró evidenciar que las marcas mencionadas anteriormente, pertenecen a la competencia directa de Dripping, siendo para la cinta de goteo, la más importante Ro-Drip, perteneciente a la empresa John Deer, posicionada potencialmente a nivel internacional, esto se debe a su trayectoria en el mercado. Adicionalmente, con respecto a las agremiaciones más importantes del mercado de accesorios se encuentran las siguientes: Irridelco, Plantador de Colombia, ARG Ingeniería y Suministros y Prorriego; las cuales son reconocidas como las principales distribuidoras de productos de riego por goteo, debido a que son las pioneras en tecnología e innovación para la sistematización de procesos en el sector agrícola.

Tabla 12

Lista de precios de competencia con relación a Dripping

Precio internacional	P1	SI-TAPE	RO-DRIP	AQUA TRAX	DRIPPING
Cinta de Goteo	79,184	86,070	99,841	110,170	59,02
Precio internacional	Irridelco	Plantador Colombia	ARG Ingeniera y Suministros	Prorriego	DRIPPING
Filtro 2"	37,182	37,871	39,248	40,281	5,90
Precio internacional	Irridelco	Plantador Colombia	ARG Ingeniera y Suministros	Prorriego	DRIPPING
Filtro 1"	9,101	10,177	10,783	12,537	27,08
Precio internacional	Irridelco	Plantador Colombia	ARG Ingeniera y Suministros	Prorriego	DRIPPING
Conector	0,2100	0,2107	0,2117	0,2121	0,16

La construcción de la tabla anterior, se realizó con información de los precios suministrados por cada empresa, a través del portal web; es por esto que es importante mencionar que los valores se encuentran referenciados por metros, expresados en dólares y así mismo cada rollo registra cantidades diferentes de cinta de goteo y unidades de cada accesorio.

Con la necesidad de generar un dato aproximado del precio de comercialización que determinara nuestra compañía, estableciendo una relación clara y real de los precios existentes, y con el fin de afianzar los beneficios que se han abordado a lo largo del proyecto, es necesario demostrar si nuestro producto presenta una ventaja competitiva respecto a los niveles de precios internacionales; por consiguiente, en vista de que el propósito de la implementación de este proyecto es posicionarse en el mercado internacional como un producto pionero en la fabricación nacional, se generó la búsqueda de los precios de las marcas más representativas del mercado, evidenciando que cada marca posee diferentes metrajes de cinta de goteo y unidades de venta de cada accesorio, por lo cual se realizó la conversión del costo de un rollo de 1.000 metros, bajo la estimación objetiva que se desea comercializar, definiendo de este modo la facilidad de distribución, empaquetamiento y embalaje que posee dicho metraje.

Posteriormente, una vez se determinó el valor del rollo por 1.000 metros para cada marca competidora y el costo por unidad de cada accesorio, se estableció el valor a nivel internacional en dólares con referencia a la TRM del 24 de mayo de 2017, reportada por el Banco de la Republica (2904,61). De este modo se efectuó la conversión de pesos a dólares, y se concluyó que el mejor precio del mercado es el de nuestra marca, resultado que permitirá afianzar los beneficios de nuestro producto, comprobando la certeza, seguridad y confiabilidad a la hora de acceder al mismo

2.2 Estrategias De Mercado

2.2.1 Concepto del producto o Servicio

Características técnicas de la cinta de goteo: materia prima, mezcla de polietileno original (lineal, baja y alta densidad), aditivo master bach negro importado de alta calidad (clariant), aditivo de estabilidad UV y aditivo para resistencia a la rápida oxidación y a plaguicidas aplicados en los cultivos, cada uno de los elementos anteriores cuenta con certificado de calidad para el debido seguimiento de trazabilidad. De cada rollo de cinta de goteo se toma una muestra para laboratorio y se somete a los siguientes controles de calidad:

- Caudal apropiado: 0,75 litros por hora por gotero a 10 psi de presión
- Peso: 13 gramos por metro (0,21 mm superior a calibre 8 mil)

- Resistencia a sobrepresiones: durante 30 minutos se somete a 30 psi de presión (si presenta rotura antes de este tiempo se desecha el rollo y se hacen los ajustes necesarios).

Cada metro de manguera es testeado en producción con el uso de sensores de pegue, ancho y angosto de cinta. Con lo que se garantiza:

- Diámetro nominal de 16 mm, para uso con conectores cinta - manguera nacional o importada.
- Pegue óptimo para larga duración de la cinta.
- Resistencia a taponamiento.
- Homogeneidad de pared.
- Distancia constante entre goteros: 10 centímetros.

La cinta se fabrica en rollos de 1000 y 2000 metros, debidamente marcados, con instrucciones de uso e instalación y con el sello de calidad respectivo.

Descripción: la cinta de goteo es un producto fabricado con polietilenos originales que contiene compuestos de durabilidad y resistencia a cambios climáticos y entornos hostiles, con el fin de facilitar y optimizar la distribución del recurso hídrico en los cultivos y así garantizar el desarrollo de las actividades agrícolas.

Gráfico 2
Logo Dripping



Color	Negro
Peso	26 kilogramos
Cantidad	1000 y 2000 metros
Olor	Ninguno
Empaque	Rollo

Elaboración propia.

Características de los conectores cinta manguera: se utilizan para la conexión de la cinta de goteo, fabricado en polipropileno con protección UV con el fin de que puedan ser utilizados a largo plazo en condiciones climáticas severas que garantiza una óptima adaptabilidad a los cultivos; está compuesto por un macho y una rosca giratoria que tiene la funcionalidad de acoplar la cinta de goteo para la distribución efectiva del agua.

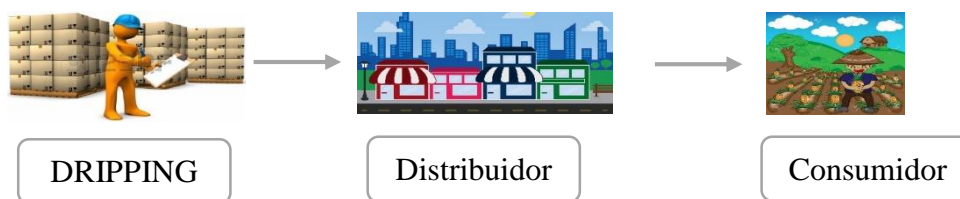
Presentación: 1 paquete de 100 unidades de conectores con empaque plástico debidamente sellado y marcado.

Filtros: elemento que garantiza el no taponamiento de la cinta de goteo con el objetivo de generar una distribución homogénea y sin residuos en el cultivo.

Presentación: 1” y 2” empacados en cajas con sus respectivos sellos.

2.2.2 Estrategias de Distribución

Con el fin de implementar estrategias que se adapten a nuestro plan de negocio, se identifican factores claves en el proceso de comercialización a nivel internacional, cumpliendo al máximo con las necesidades de nuestros clientes y con las metas propuestas por la compañía, por tal motivo se relacionan a continuación los siguientes componentes de la estrategia de distribución, en donde se busca establecer la venta con los mayores comercializadores de sistemas de riego en Perú, con el fin de que el consumidor final pueda acceder fácilmente al producto, entre ellos Calplast, Burgcom S.A.C. , Casa del Riego S.A.C. Almacén agrícola Perú Sociedad Anónima cerrado (ALMAGRI SAC) y Feimpa Sociedad Anónima Cerrada. Así mismo, a nivel internacional al ser los distribuidores exclusivos, nuestros costos centralizaran la liquidación por cobros de transporte en la ciudad de destino, embalaje, impuestos, seguros y cargos de envío al distribuidor ubicado en Perú, por tal razón, Dripping, será el responsable de toda la cadena de distribución interna (País de Origen) de cada producto, garantizando la óptima entrega en el puerto de Colombia, por lo que se evaluarán cotizaciones con empresas encargadas de distribuir el producto, por tal motivo, con el fin de asegurar la entrega oportuna del mismo, el transporte marítimo se adecua a nuestras necesidades, por la cercanía territorial, optimizando el tiempo de entrega.



2.2.3 Estrategias de precios

Teniendo en cuenta los parámetros generales, para establecer precios competitivos, se determina la estructura del diamante de Porter, con el objetivo de implementar estrategias que se adapten a las necesidades del cliente, y a los objetivos financieros de la compañía. Es

por esto, que se desarrolló un análisis en el poder de negociación con los compradores, proveedores, consumidores y amenazas de productos sustitutos.

Por lo anterior, se busca incentivar la venta y reconocimiento de nuestros servicios, a través de la estrategia en precios, por tal motivo se pretende determinar un valor competitivo y accesible al mercado. Así mismo, ofrecer descuentos por pronto pago y por volumen, teniendo en cuenta los cambios climáticos que afectan el grado de necesidad del producto. Como se ha mencionado previamente Dripping será la comercializadora oficial de cinta de goteo, como producto estrella de la única productora a nivel nacional. Así mismo al tener un grado de parentesco se hace más fácil entablar una negociación que beneficia a Dripping sin afectar la relación comercial, igualmente se entabla una compra oportuna mensual teniendo en cuenta una proyección de demanda internacional, así como la negociación previamente establecida con las empresas proveedoras.

Igualmente, al efectuar una previa investigación de los competidores en el mercado objetivo y de los costos del proceso de exportación, se mantendrán precios ajustables al mercado por debajo de los actuales de la competencia garantizando clientes potenciales sin afectar la calidad del producto y la entrega del mismo.

Tabla 13

Precios de Producto en Mercado Objetivo.

PRODUCTO	COSTO UNITARIO	FACTOR	PRECIO MINIMO	% de Ganancia	PRECIO SIN IVA	PRECIO CON IVA
Cinta de Goteo	\$ 119.000,00	0,28	\$ 152.387,11	13%	\$ 171.435,50	\$ 202.293,89
Filtro 2"	\$ 54.600,00	0,28	\$ 69.918,79	13%	\$ 78.658,64	\$ 92.817,20
Filtro 1"	\$ 11.900,00	0,28	\$ 15.238,71	13%	\$ 17.143,55	\$ 20.229,39
Conectores	\$ 315,00	0,28	\$ 403,38	13%	\$ 453,80	\$ 535,48

Elaboración propia

Para definir en la estrategia de precio y que este fuera menor al que se encontraba en el mercado objetivo por parte de nuestros principales competidores se tuvieron en cuenta como se evidencia en la tabla anterior varios aspectos como lo son el costo de compra que dependió de la alianza que se generó proveedor- empresa donde se pactaba un valor por debajo del mercado garantizando una cantidad de producto mínima de compra por mensualidad.

De la misma manera se evidencia el aspecto de factor, este depende de los costos provenientes de los gastos administrativos y de venta de los productos así como la compra

del mismo, que garantiza un precio mínimo del producto, para posteriormente estimar el porcentaje de ganancia estimado del 13% que se define a partir de la inversión que hacía en el proyecto y de la investigación generada en la fijación de precio basa en los costos así como en la competencia (Kotler, Philip & Armstrong, Gay, 2012, pág. 297). Finalmente se tiene en cuenta el IVA correspondiente al 18% que corresponde al valor del IVA en el mercado objetivo

En la siguiente tabla se puede observar la proyección de ventas se estimada para los cinco años siguientes, se estima un incremento en el valor del producto fundamentada en la inflación estimada del 4.7% anualmente. (BANREP, 2017)

Proyección de venta en Perú

Tabla 14
Venta en Pesos

VENTAS -PESOS					
	2018	2019	2020	2021	2022
CINTA DE GOTEO	\$403.730.607	\$524.880.214	\$575.226.724	\$613.585.739	\$690.870.677
FILTRO 2"	\$108.706.243	\$133.223.664	\$146.010.225	\$155.738.658	\$175.354.910
FILTRO 1"	\$15.806.353	\$19.655.089	\$21.541.548	\$22.976.828	\$25.870.902
CONECTORES	\$34.503.311	\$42.533.034	\$46.615.276	\$49.721.179	\$55.983.871
TOTAL	\$562.746.514	\$720.292.001	\$789.393.774	\$842.022.404	\$948.080.359

Elaboración propia

2.2.4 Estrategias de promoción

Teniendo en cuenta que las estrategias de promoción, permiten afianzar el reconocimiento del producto, a la vez en que determina un factor clave e indispensable para lograr los objetivos de rentabilidad propuestos por la empresa; se pretende establecer el posicionamiento por medio de la Web, a fin de plasmar una información clara y objetiva de los beneficios de la cinta de goteo y los accesorios; así como la implementación de los mismos. De igual manera, establecer la interacción con los clientes internacionales y desarrollar una relación de confianza, en la que la eficiencia en el proceso de entrega, la calidad y el precio, sea un factor diferenciador y determinante a la hora de adquirirlo. Por otra parte, se logrará incentivar las ventas, con la difusión del producto por redes sociales, a fin de ampliar la cobertura de los servicios, con una exposición clara y oportuna de los beneficios de usar el producto y hacer parte de la organización.

En segunda instancia, la promoción de la venta de cinta de goteo y sus accesorios, iniciara con una estrategia de percepción y confiabilidad, en la que la motivación de la experiencia

con el mismo, permitirá garantizar la fidelidad del consumidor; por tal razón, en los tres primeros meses de inicio del proyecto, se entregara como obsequio 1 filtro de 1” por cada 1.000 metros de cinta; con el propósito de ratificar la resistencia, consistencia y calidad de cada uno de ellos, así como la seguridad a la hora de entablar un proceso de negociación.

Por otra parte, el factor social y ambiental hace parte fundamental en esta idea de negocio, por tal motivo la promoción de la implementación de este producto para apoyar la conservación del medio ambiente, es un factor diferenciador y motivador a la hora de adquirir la cinta de goteo, al mismo tiempo, en que parte de una referencia de conciencia ambientalista que impulsa el reconocimiento y posicionamiento de la empresa.

Finalmente, el servicio post-venta es una estrategia promocional muy innovadora y asertiva; ya que determina el nivel de satisfacción de los clientes, a la hora de comercializar el producto y finalizar la cadena, con el uso que le da el consumidor final.

Con base a esto, la interacción de cliente – proveedor, constituirá la relevancia e importancia que los clientes tienen en la organización, lo que construye una percepción de mejora e interés por satisfacer al máximo las necesidades.

2.2.5 Estrategia de Comunicación

Con el objetivo de dar a conocer nuestros productos, se utilizará la estrategia de implementar una página web que contenga la información en detalle de los productos como ficha técnica y descripción, así mismo se incorporaran videos corporativos en los cuales se podrá visualizar las características y funcionalidad de cada uno, así nuestros clientes tendrán una visual de las ventajas, beneficios y valor agregado que poseen los productos. De igual manera se crearán las respectivas cuentas en redes sociales debido a que podremos tener una mayor difusión de información a bajos costos y se podrá tener una estrategia de comunicación más efectiva, debido a que nuestro cliente objetivo son locales distribuidores de riego se realizaran envíos de muestras gratis incluyendo un folleto de manejo en el cual se pueda evidenciar la manera óptima de realizar la utilización de los productos.

Por otra parte, se generó una búsqueda con el fin de conocer por qué medio los comerciantes de riego adoptan y conocen nuevos productos en el mercado, donde se logró encontrar que las fuentes de comunicación eran ferias del agro y catálogos digitales, con la entrega de tarjetas de presentación de la empresa y productos, por lo cual Dripping pretende formar parte de las ferias anuales que se realizan en el país de Perú para lo cual es necesario generar

una inversión más alta que la publicidad virtual debido a que las principales ferias (Agronegocios Perú y Tecnoagro) tienen un costo promedio de participación de \$4.000.000, sin embargo poseen la ventaja de ser expositores de la variedad de productos destinados al sector agroindustrial, por lo cual será un canal de difusión óptimo al reunir a clientes potenciales que ya están presentes en el medio.

2.2.6 Estrategias de Servicio

Como servicios postventa cabe resaltar que se maneja una página web donde se entablarán constantes comunicaciones con los clientes, proporcionando así un mejor servicio donde se puedan atender posibles quejas o peticiones por parte del cliente de la manera más oportuna, así mismo tanto en la página web como adjunto al producto se encontrarán indicaciones de uso del producto así como de instalación y se proporcionará un video suscrito a la página donde se pueda mostrar el procedimiento correcto de instalación de la cinta de goteo para una mayor facilidad de uso, cabe resaltar que este servicio es adicional dado que nuestros clientes no corresponden al consumidor final pero se espera que estos puedan proveer la suficiente información al consumidor para que el mismo tenga presente la marca que está comprando así como el servicio que se brinda por parte del intermediario.

Finalmente, dado que nuestros clientes son comercializadores de riego de goteo y servicios acorde a lo mismo no se brindarán garantías adicionales a las de entrega del producto FOB donde se pueda validar que el producto previo a dejarlo en el puerto de Buenaventura haya sufrido algún deterioro o daño que perjudique el funcionamiento, en cualquier otro caso corresponderá al comprador el buen uso del producto previo a su venta en Lima.

A diferencia de la competencia donde al ser productores grandes a nivel internacional se brinda el envío de productos de riego con grandes cantidades y a niveles de precios elevados, Dripping garantizará productos con medidas acordes a pequeños consumidores que muchas veces no se tienen en cuenta a la hora de generar la venta a los campesinos y agricultores por lo que se abarcará un segmento olvidado, así mismo se desea tener un contacto más personalizado con los clientes como se mencionaba previamente un contacto directo por medio de la página web para garantizar un mejor servicio.

2.2.7 Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo

Presupuesto de Mezcla de mercadeo:

Tabla 15
Mezcla de mercadeo

ESTRATEGIA	PERIODICIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Adecuación del punto de venta	una vez		\$ 500.000
Total de Distribucion			\$ 500.000
Obsequio de filtro de 1" por compra de cinta	3	\$ 1.047.200	\$ 3.141.600
Total de Promocion			\$ 3.141.600
Sitio Web	una vez		\$ 1.500.000
Administración de sitio Web	anual		\$ 500.000
Tarjetas	cuatrimestral	\$ 200.000	\$ 600.000
Participación de eventos del agro en peru	2	\$ 4.000.000	\$ 8.000.000
Total de comunicación			\$ 10.600.000
Servicio post venta	mensual	\$ 371.630	\$ 4.459.560
Total de Servicio Postventa			\$ 4.459.560
Total presupuesto de mercadeo			\$ 18.701.160

Elaboración propia

De acuerdo a lo indicado previamente como mecanismos de mercadeo se entablaron los costos anuales en que se incurriría en cada una de las estrategias (Distribución, promoción, comunicación y servicio post venta) teniendo en cuenta los costos mensuales, pero con una totalidad anual siendo el costo anual de las mismas por un valor de \$28.701.160, el cual se hará diferido a 12 meses correspondiente a un valor mensual estimado en los costos por valor de \$2.391.763.

2.2.8 Estrategias de Aprovechamiento

Nuestros proveedores principales serán: ABC Riego (cinta de goteo), Agriplast (conector cinta manguera) y Agrogerencia (filtro), los cuales nos venderán los productos al siguiente costo:

ABC Riego: con la empresa se logró establecer el precio de \$119.000 IVA incluido, debido a que se generara una compra promedio anual de 2355 rollos de cinta de goteo, lo cual nos permitirá mantener un inventario nivelado, sin desperdiciar mercancía y tener disponibilidad constante del producto para la venta, por esto ABC Riego nos nombra como distribuidores

oficiales de la cinta con lo cual se compromete a no generar venta de este producto a una empresa externa a la nuestra, por este motivo la empresa brinda la oportunidad de tener un crédito a 30 días, generando un descuento comercial, lo cual nos permite tener un plazo de pago y así mismo generar cobro de facturas comerciales.

Agriplast: La empresa brinda los costos de \$54.600 y \$11.900 manejando un pago a plazo ordinario es decir la fecha de la factura coincide con la fecha de pago, debido a que la empresa solo maneja crédito cuando sus clientes lleven más de 6 meses generando una compra constante, por lo cual no aplicamos a dicho beneficio, una vez se supere el tiempo estimado permiten generar cheques posfechados a un mes o a 60 días con un aumento en la factura del 4%.

Agrogerencia: La empresa ofrece un descuento del 15% en cada unidad de conector si la compra mensual supera las 5.000 unidades; la proyección de compras para este producto por parte de Dripping es en promedio 76.032 unidades al año, por lo cual el precio preferencial será por el valor de \$315. Adicionalmente ofrecen crédito a 30 días, es importante aclarar que esta empresa no permite tener carteras pendientes, debido a que si se supera el tiempo de pago inmediatamente se suspende el crédito y se debe generar pago de una multa del 3% sobre la factura total.

2.3 Proyecciones de Ventas

Con base al estudio financiero, realizado para dar inicio al plan de emprendimiento, se presentan a continuación los parámetros escogidos, para determinar las variables financieras que intervienen en el aspecto económico de la compañía; así mismo, se relaciona cada variable con respecto a la estimación de los costos y gastos en los que se incurren en la idea de negocio.

Adicionalmente, se demuestra la viabilidad del proyecto, teniendo en cuenta la rentabilidad y ganancia que se obtendrá en el primer año de funcionamiento, asumiendo el proceso de crecimiento y la vida de la empresa, bajo un prospecto de proyección.

Con el fin de realizar la proyección de ventas, se tuvieron en cuentas los siguientes aspectos:

- Teniendo en cuenta el análisis de consumo del producto, se logró identificar que la cinta de goteo y accesorios tiene un auge de ventas, en los meses cuya temperatura es superior a los 20°.

- Dado que se iniciará la actividad económica en una instalación por contrato de arrendamiento, se debe prever la capacidad del lugar, para alojar el inventario mensual.

Por lo anterior, se determina la siguiente estacionalidad, en la cual se podrán evidenciar los meses con mayor demanda de los productos; al mismo tiempo, en que permitirá dimensionar la capacidad que se debe estructurar, para el almacenamiento de los mismos:

- Estacionalidad de Ventas

Tabla 16
Calificación proyección de ventas

Calificación Comportamiento Ventas	Calificación
Muy alto	10
Alto	8
Medio	6
Bajo	4
Muy bajo	2

Elaboración propia. Información tomada de Climatología Perú.

La calificación del comportamiento de ventas, se generó a partir del análisis del clima del mercado objetivo, es decir Lima – Perú; teniendo en cuenta que el consumo del producto, es sensible a los cambios climáticos; por tal motivo, a mayor temperatura, mayor nivel de ventas.

Por consiguiente, se realizó la calificación mes a mes, con la determinación del promedio de ventas y con la relación total del primer año en funcionamiento, en lineamiento con la estructura inicial del proyectado anual.

Tabla 17
Proyección de ventas primer año

Productos/Servicios	VENTA UNIDADES EN COLOMBIA											TOTAL	
	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18		dic-18
Cinta de Goteo	235	235	235	200	195	185	170	150	170	185	195	200	2355
Filtro 2"	130	130	130	120	117	111	103	90	103	111	117	120	1382
Filtro 1"	88	88	88	80	78	74	67	60	67	74	78	80	922
Conectores	7194	7194	7194	6600	6435	6105	5610	4950	5610	6105	6435	6600	76032

Elaboración propia.

Con base en lo anterior, y en lineamiento con la calificación determinada para cada periodo, se identifica el nivel de ventas, con la relación de cada producto y unidades estimadas para la compra, razón por la cual se consolida la proyección anual y el comportamiento individual

de la cinta de goteo y accesorios, relacionando la variación de venta, en consecuencia, de las condiciones climáticas, tal y como se expone previamente.

De otra parte, siguiendo la estructura financiera, se estima el comportamiento con una proyección de ventas a 5 años, condicionado a la calificación estimada inicialmente, y con un aumento anual del 3%; tal y como se demuestra a continuación:

Tabla 18
Proyección ventas a 5 años

VENTAS- UNIDADES					
	2018	2019	2020	2021	2022
CINTA DE GOTEO	2355	2878	2964	2971	3144
FILTRO 2"	1382	1592	1640	1644	1739
FILTRO 1"	922	1078	1110	1113	1177
CONECTORES	76032	88089	90736	90960	96257
TOTAL	80691	93636	96450	96688	102318

Elaboración propia.

Con base en lo anterior, se logra identificar un aumento significativo en las unidades de venta, con respecto al comportamiento del periodo de 2018 a 2022, año en que inicia la etapa productiva del proyecto.

Igualmente, con el fin de afianzar las estrategias de precios, se implementa la estimación, conforme al objetivo de la compañía, en lo que respecta a la diferenciación y competitividad de los mismos; por tal razón se evidencia en la siguiente tabla, la proyección en el nivel de precios a 5 años, para cada producto:

Tabla 19
Proyección de nivel de precios

	2018	2019	2020	2021	2022
CINTA DE GOTEO	\$403.730.607	\$524.880.214	\$575.226.724	\$613.585.739	\$690.870.677
FILTRO 2"	\$108.706.243	\$133.223.664	\$146.010.225	\$155.738.658	\$175.354.910
FILTRO 1"	\$15.806.353	\$19.655.089	\$21.541.548	\$22.976.828	\$25.870.902
CONECTORES	\$34.503.311	\$42.533.034	\$46.615.276	\$49.721.179	\$55.983.871
TOTAL	\$562.746.514	\$720.292.001	\$789.393.774	\$842.022.404	\$948.080.359

Elaboración propia

Finalmente, en justificación del nivel de precios, se otorgará un crédito a los clientes, por un periodo de 30 días, establecidos al inicio de la venta.

3. OPERACIÓN

3.1 Operación

3.1.1 Ficha técnica del producto

Grafico 3
Características cinta de goteo



- Fabricada 100% con polietileno original (certificado de trazabilidad)
- Calibre 8 mil y goteros de 0,75 LPH.
- Distancia entre goteros cada 10 cmts.
- Rollos de 1000 y 2000 metros.

Elaboración propia

- Conector cinta manguera:

Grafico 4
Características Conector cinta manguera



Elaboración propia

- Filtros:

Grafico 5

Características Filtros



Elaboración propia

3.1.2 Estado del desarrollo

Con el fin de abordar el progreso o el avance que se ha realizado en torno a la investigación y desarrollo del sistema de riego por goteo, se conciben aspectos coyunturales en el que esta actividad se desarrollaba para fines rudimentarios, con el fin de proveer los recursos naturales para la plantación de cultivos, es por esto con el fin de generar una breve conceptualización de lo que precede a la estructura tecnológica y sistematizada que se desarrolla actualmente, es conveniente abordar el progreso que se ha manejado desde sus orígenes, en los cuales intervienen la región de Israel, pues allí

A finales de los 50', el ingeniero israelita Simja Blass observó que ciertos árboles - próximos a una pequeña fuga de agua proveniente de una tubería- crecían notablemente mejor que otros árboles de las cercanías. Luego el ingeniero realizó sus primeros experimentos de riego con goteo. (Apaza H., 2016).

Con base a lo anterior, la conceptualización y tecnificación de procesos, ha generado investigaciones fundamentalistas, con conciencia ambiental, en la que el desarrollo de actividades agrícolas, contrae efectos directos en el ecosistema, al estar en contacto directo con la distribución de los recursos hídricos, para la activación del sector, en términos de aportes o beneficios para la economía.

La sostenibilidad ambiental, ha llevado a que los expertos en el tema, interfieran en la invención y desarrollo de nuevas técnicas, para afianzar el sistema de riego, sin causar efectos negativos en el desarrollo productivo de la actividad económica, tomando como referencia las siguientes variables;

“Maximizar Beneficios y Minimizar Costes: El diseño del sistema de riego considera multitud de variables y restricciones” (Lorite, 2004), en este aspecto se pretende establecer diseños y patrones de riego, para generar mayor eficiencia en cultivos.

Máximas Producciones Y Calidades: “Importancia del diseño de los sistemas a nivel de parcela: Sostenibilidad de la agricultura” (Lorite, 2004), para este punto se establece la caracterización de factores que conllevan el manejo de este producto, a través de la consideración de efectos climáticos, de suelos, escenarios económicos y sociales, y finalmente la limitación en la distribución del recurso hídrico.

3.2 Plan de compras

En la siguiente tabla podemos observar el plan de compras de signado para cada uno de los cuatro productos que la empresa Dripping venderá (Cinta de goteo, filtros y conector) dado que la empresa comprará los productos ya elaborados la compra equivaldrá a la unidad de cada uno por el valor de compra estimado previamente con el proveedor.

Cantidad y costos unitarios.

Tabla 20
Costo de producto por unidad

PRODUCTO	COSTO DE COMPRA	UNIDADES DE COMPRA	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO UNIDAD PRODUCIDA
Cinta de Goteo	119.000	1	119.000	\$119.000
PRODUCTO	COSTO UNITARIO DE LA UNIDAD DE MEDIDA	UNIDADES PARA LAS QUE ALCANZA	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO UNIDAD PRODUCIDA
Filtro 2"	54.600	1	54.600	\$54.600
PRODUCTO	COSTO UNITARIO DE LA UNIDAD DE MEDIDA	UNIDADES PARA LAS QUE ALCANZA	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO UNIDAD PRODUCIDA
Filtro 1"	11.900	1	11.900	\$11.900
PRODUCTO	COSTO UNITARIO DE LA UNIDAD DE MEDIDA	UNIDADES PARA LAS QUE ALCANZA	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO UNIDAD PRODUCIDA
Conectores	315	1	315	\$315

Elaboración propia

Por lo que el primer año de acuerdo a la cantidad asignada a cada mes que depende de la estacionalidad del mismo, es decir del clima en el mercado objetivo y a su vez del costo de la compra de los productos terminados se estima entonces la siguiente grafica con el valor mensual de cada producto, siendo el total de la compra por un valor total de \$460.515.720 para el primer año.

Tabla 21
Costo de compra total

COSTO TOTAL DE PRODUCCION	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	TOTAL
	\$ 38.376.310	\$ 38.376.310	\$ 38.376.310	\$ 38.376.310	\$ 38.376.310	\$ 38.376.310	\$ 38.376.310	\$ 38.376.310	\$ 38.376.310	\$ 38.376.310	\$ 38.376.310	\$ 38.376.310	\$ 460.515.720
Productos/Servicios	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	TOTAL
Cinta de Goteo	\$ 27.965.000	\$ 27.965.000	\$ 27.965.000	\$ 27.965.000	\$ 27.965.000	\$ 27.965.000	\$ 27.965.000	\$ 27.965.000	\$ 27.965.000	\$ 27.965.000	\$ 27.965.000	\$ 27.965.000	\$ 335.580.000
Filtro 2"	\$ 7.098.000	\$ 7.098.000	\$ 7.098.000	\$ 7.098.000	\$ 7.098.000	\$ 7.098.000	\$ 7.098.000	\$ 7.098.000	\$ 7.098.000	\$ 7.098.000	\$ 7.098.000	\$ 7.098.000	\$ 85.176.000
Filtro 1"	\$ 1.047.200	\$ 1.047.200	\$ 1.047.200	\$ 1.047.200	\$ 1.047.200	\$ 1.047.200	\$ 1.047.200	\$ 1.047.200	\$ 1.047.200	\$ 1.047.200	\$ 1.047.200	\$ 1.047.200	\$ 12.566.400
Conectores	\$ 2.266.110	\$ 2.266.110	\$ 2.266.110	\$ 2.266.110	\$ 2.266.110	\$ 2.266.110	\$ 2.266.110	\$ 2.266.110	\$ 2.266.110	\$ 2.266.110	\$ 2.266.110	\$ 2.266.110	\$ 27.193.320

Elaboración propia.

Así mismo se estima una proyección de costos de compra de los productos para los siguientes cuatro años con una variación estimada de ventas de 3% para los siguientes 5 años por lo que se presenta la siguiente tabla con los costos estimados.

3.3 Costos de Producción

Bajo la evaluación y estructuración del sistema productivo de Dripping, la estimación se los costos, fueron generados a partir del nivel de precios para cada producto; así mismo se estableció la variación año por año, conforme al porcentaje de inflación reportado para el periodo consolidado en el año 2017, por tal razón se denota el comportamiento y fluctuación de los costos de 2018 – 2022.

Tabla 22
Resumen de Costos

	2018	2019	2020	2021	2022
PRODUCTO	COSTO UNITARIO	COSTO UNITARIO	COSTO UNITARIO	COSTO UNITARIO	COSTO UNITARIO
Cinta de Goteo	\$ 119.000	\$ 124.593	\$ 130.449	\$ 136.580	\$ 142.999
Filtro 2"	\$ 54.600	\$ 57.166	\$ 59.853	\$ 62.666	\$ 65.611
Filtro 1"	\$ 11.900	\$ 12.459	\$ 13.045	\$ 13.658	\$ 14.300
Conectores	\$ 315	\$ 330	\$ 345	\$ 362	\$ 379

Elaboración propia

Así mismo, en el proyectado anual, se estima el valor monetario, en que se incurre por la compra de los productos, a los proveedores seleccionados para llevar a cabo el proyecto, con la fijación del periodo a 5 años:

Tabla 23
Proyección costos de Producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN - PESOS					
	2018	2019	2020	2021	2022
CINTA DE GOTEO	\$335.580.000	\$361.892.828	\$390.268.844	\$420.869.825	\$453.870.227
FILTRO 2"	\$85.176.000	\$91.854.650	\$99.056.973	\$106.824.031	\$115.200.103
FILTRO 1"	\$12.566.400	\$13.551.731	\$14.614.323	\$15.760.232	\$16.995.991
CONECTORES	\$27.193.320	\$29.325.548	\$31.624.964	\$34.104.678	\$36.778.826
TOTAL	\$460.515.720	\$496.624.758	\$535.565.105	\$577.558.765	\$622.845.147

Elaboración propia

De otra parte, la estructuración de los costos en los que se incurren en el plan de negocio, se constituyen en base a la planeación estratégica de los precios y la inversión inicial; por tal

motivo los costos estimados de servicios públicos y mantenimiento de la empresa, se encuentran detallados en el plan de inversión inicial,

Tabla 24
Costos de adecuaciones e insumos

Adecuaciones	Instalación
Remodelación	500.000
Instalar tomas	50.000
ADECUACIONES	550.000

Materia Prima y Mercancías	Instalación
Materia Prima y Mercancías	38.376.310

Elaboración propia.

3.4 Infraestructura

Para el correcto funcionamiento de la actividad económica de Dripping, se requiere la implementación y adaptación de mobiliarios, que permitan el desarrollo de las metas propuestas; es así, que la interacción virtual, almacenamiento de información e inventario, y parametrización de las actividades contables, hacen parte fundamental para el funcionamiento planteado. Por consiguiente, se iniciará con la adquisición de instalaciones por contratos de arrendamiento, que permita ejercer funciones administrativas y operativas para la distribución eficiente de la cinta de goteo. Igualmente, la adaptación de los muebles y maquinas necesarias para ejercer las funciones claves del negocio y la suscripción de servicios de banda ancha y telefonía, que permitan garantizar la capacidad y disponibilidad para la respuesta oportuna a cada cliente.

Tabla 25
Relación Gastos

Muebles, Enseres y Utensilios	Instalación
Computadores (3)	4.000.000
Sillas (5)	475.500
Escritorios (3)	1.000.000
Impresoras (2)	300.000
Teléfonos (2)	200.000
Página Web	1.500.000
Muebles, Enseres y Utensilios	7.475.500

COMPRA	3.475.500
OTRO	4.000.000

Elaboración propia

Por lo anterior, se relaciona el detalle, costo, características y funcionalidad de cada mueble o máquina, para determinar la factibilidad con base a la información previa;

Instalaciones:

- Bodega y Oficina: Con el fin de ejercer las funciones claves del negocio, la adquisición de la instalación por contrato de arrendamiento, permitirá desarrollar las labores administrativas y operacionales, con respecto a la disponibilidad de espacio para el almacenamiento del producto en grandes cantidades. De esta forma, se garantizará la capacidad de respuesta al momento de la distribución de la cinta de goteo y accesorios. Igualmente, la facilidad en el control de inventario y la gestión comercial, determinara el éxito con los consumidores.

Servicios: La suscripción del contrato de servicios públicos, con respecto a la adquisición de internet banda ancha fibra óptica y telefonía con planes de LDN – LDI, facilitaran el contacto con los clientes y la gestión eficiente de cada una de las actividades propuestas.

Muebles:

- Escritorios, Sillas: Teniendo en cuenta que la actividad económica de la compañía, corresponde a un proceso de intermediación, se requiere la adaptación de mobiliarios que faciliten la organización en los procesos productivos.

Maquinaria

- Computadores, Teléfonos: El registro de la información y la organización de la misma, hace conveniente adquirir maquinaria tecnológica que permita estructurar y consolidar los procesos de la compañía; por tal motivo y en vista de la capacidad humana para desarrollar las labores diarias, se prevé la compra de 2 computadores con paquetes de herramientas de Office y contables, que comprueben la factibilidad de las metas propuestas.

4. ORGANIZACIÓN

4.1 Estrategia Organizacional

4.1.1 Análisis DOFA

Tabla 26
Análisis DOFA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ANALISIS DOFA	<ul style="list-style-type: none"> * El mercado objetivo demanda grandes cantidades de nuestros productos. *Respaldo de un marco legal normativo a nivel sectorial *Instituciones promotoras del desarrollo regional agrario. * Mercados internacionales para productos de exportación. *Intereses regionales sobre la utilización de las aguas 	<ul style="list-style-type: none"> * Competencia en el mercado de cinta de goteo. *Inestabilidad política. *Inestabilidad económica. * Restricciones arancelarias.
FORATALEZAS	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (FA)
<ul style="list-style-type: none"> * Dripping será el único exportador de cinta de goteo y accesorios, con fabricación 100% colombiana. * Bajos costos de compra. 	<ul style="list-style-type: none"> * Debido a que Dripping es el unico distribuidor de de cinta de goteo (ABC Riego), será una de las principales empresas pioneras en incursionar con esta línea de negocio en el mercado internacional. * Se tendrá una ventaja clave en cuanto a los costos de distribución y compra; lo que se reflejará en el precio del producto terminado, siendo este aun mas atractivo para los consumidores. 	<ul style="list-style-type: none"> * A pesar de que hay varios competidores en el mercado, se tendrá una ventaja competitiva en cuanto a precios y calidad, determinando el éxito de los productos. * Adicional a ello la inestabilidad política y económica, podría generar incremento en el precio de los productos, que se contrarrestará con los bajos costos de compra sin afectar al consumidor.
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS (DO)	ESTRATEGIAS (DA)
<ul style="list-style-type: none"> *Desnivel tecnológico con los competidores. * Posicionamiento de marcas * Nulo reconocimiento a nivel internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> * Aunque se tiene un desnivel en cuanto al conocimiento de la marca, se incentivará con la promoción de instituciones nacionales con apoyo al sector agroindustrial, se logrará insentivar las ventajas competitivas en comparación a otros comerciantes internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> * Debido al bajo reconocimiento a nivel mundial, Dripping identificará los actores claves en el mercado objetivo, con el fin de posicionar la marca en el proceso de comercialización.

Elaboración propia

4.1.2 Organismos de Apoyo

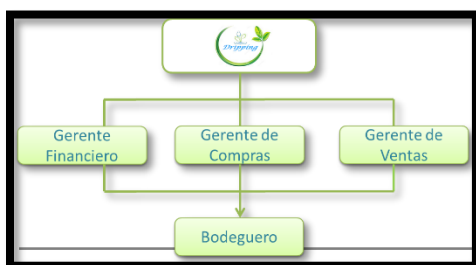
Los organismos que apoyan y respaldan el proyecto presentado se dividen en dos:

- Apoyo financiero: debido a que para la conformación y desarrollo del proyecto se necesita generar endeudamiento por valor de \$25.660.110 el fondo emprender y Bancoldex poseen los programas especializados para financiamiento, el primero siendo un fondo de capital creado por el gobierno quien financia las iniciativas por estudiantes universitarias para crear empresa y el segundo un banco que apoya el desarrollo del comercio exterior y genera créditos para financiar los proyectos de cualquier tipo de empresa desde micro hasta grande para fomentar el desarrollo de los negocios internacionales
- Asesoramiento: Analdex asociación de comercio exterior que nos brinda capacitaciones en comercio exterior, auditoria y planes de estructuración, con los cuales fomenta la actividad exportadora por parte de colombianos.

4.2 Estructura Organizacional

La estructura organizacional se encuentra compuesta por 4 personas, 3 gerentes: financiero, de compras y de ventas quienes serían las personas encargadas de invertir en el negocio al momento del inicio del mismo y un bodeguero el cual se encargará de la movilidad del inventario en la compra y venta de los productos.

Grafico 6
Organigrama



Elaboración propia

4.3 Aspectos Legales

Teniendo en cuenta la actividad económica que desarrolla Dripping, el tipo de sociedad por la que se conforma, corresponde a una Sociedad Anónima Simplificada; bajo la constitución de un documento privado, que regule la legalización de la misma. Así mismo, el grupo de accionistas realizará la misma cantidad de aportes para la puesta en marcha del negocio, lo que definirá la responsabilidad compartida de cada una de ellos.

Por otra parte, el estado legal actual de Dripping, se establece como la conformación de una sociedad, con la participación de 3 socios accionistas.

Conforme a la reglamentación vigente que regula la actividad económica de la empresa y que a la vez impacta en el funcionamiento de la misma, a causa del tipo de producto a comercializar, se establecen una serie de parámetros legales, que se relacionan a continuación:

Con base al tipo de sociedad, la Ley 1607 de 2012, instaura lo siguiente:

Desde el 26 de abril de 2013 dicen que los exonerados de pagar los parafiscales favores del Servicio Nacional del Aprendizaje (SENA) y del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) son las sociedades, personas jurídicas y asimiladas que sean sujetos pasivos del impuesto sobre la renta para la equidad. (Congreso de Colombia, 2012)

Según el documento expuesto por la alcaldía mayor Bogotá están exonerados de los pagos de aportes parafiscales al SENA Y ICBF:

4.4 Costos Administrativos

4.4.1 Gastos de Personal

Dripping contara con 4 empleados compuesto por 3 gerentes de finanzas, ventas y compras y un bodeguero, a continuación, se presenta el grafico donde se puede observar el pago de cada uno de los trabajadores donde se observa que todos cuentan con el pago de prestaciones.

Tabla 27
Salario Personal

No	Cargo	Salario	Prestaciones	Total Salario
1	Gerente Financiera	1.000.000	SI	1.601.660
2	Gerente Compras	1.000.000	SI	1.601.660
3	Gerente Ventas	1.000.000	SI	1.601.660
4	Bodeguero	750.000	SI	1.222.030

Elaboración propia

De acuerdo al salario de cada trabajador se discrimina una nómina fija donde se puede evidenciar el pago de cada trabajador de manera mensual evidenciando entonces el pago anual de los mismos es por esto que el valor total del salario causado, en el CD anexo se puede observar de manera más detallada la proyección de cada nomina para los años siguientes así como la especificación de cada uno de los costos en los que se incurre por lo que en la siguiente tabla se muestra el salario caudado correspondiente al primer año de funcionamiento de la empresa.

Tabla 28
Salario Causado para el primer Año

Salario Causado	72.324.120
Salario Pago	60.214.676
Primas Pago	6.024.599
Cesantías Pago	0
Int.Cesantías pago	0
Cuentas por Pagar Trabajadores	6.084.845

Elaboración propia

Se tienen en cuenta a la hora de causar el costo de la nómina los siguientes aportes salariales para año 2017 por lo que en base a los mismo se efectúa la discriminación que se evidencia en los anexos.

Tabla 29
Aportes Salariales

APORTES SALARIALES	
Salario Mínimo Legal	\$ 737.716,00
Subsidio de Transporte	\$ 83.140,00
SEGURIDAD SOCIAL	
EPS	8,50%
PENSION	12,00%
ARP	0,52%
APORTES PARAFISCALES	9,00%

Elaboración propia

4.4.2 Gastos de Puesta en Marcha

Debido a que somos tres accionistas debemos inscribirnos ante a la cámara de comercio, y debe estar autenticado en un notario cada firma y huella tiene el valor de \$3.450.

1. Inscripción en el registro 0,7% del valor del capital suscrito
2. Formulario de registro único empresarial
3. Derechos de inscripción
4. Certificado de existencia
5. Libro de actas y de accionistas

Tabla 30

Costos de puesta en marcha

1	\$	10.350
2	\$	284.620
3	\$	4.000
4	\$	31.000
5	\$	8.600
6	\$	20.600
	\$	359.170

Elaboración propia.

4.4.3 Gastos Anuales de Administración

Para este aspecto, los gastos anuales de administración, se determinaron con la estimación de las variables correspondientes a factores de costos fijos y gastos variables, clasificados de tal forma, en que se logre identificar el comportamiento de la compañía en un periodo de análisis

de 5 años; así mismo es importante mencionar que la división fue generada con la relación de los gastos anuales, así como la proyección establecida:

Tabla 31
Relación costos fijos anuales

Gastos de Administración	GASTO AL AÑO
COSTOS FIJOS	
Arriendo Punto de fabrica	\$ 12.000.000
Servicios Punto de fabrica	\$ 6.000.000
Aseo	\$ 1.200.000
Mantenimiento	\$ 240.000

Elaboración propia.

Tabla 32
Relación Gastos Variables anuales

GASTOS VARIABLES	
Papelería y Utiles	\$ 720.000
Honorarios	\$ 2.400.000
Imprevistos	\$ 1.200.000
Transporte	\$ 2.400.000

Elaboración propia.

Igualmente, siguiendo la estructura mencionada previamente, la estimación de los costos fijos y gastos variables, año por año, determina la siguiente información:

Tabla 33
Relación Gastos Anuales de Administración

2019	GASTOS ADMIN	\$ 8.592.739	\$ 8.592.739	\$ 8.592.739	\$ 8.592.739	\$ 8.592.739	\$ 8.592.739	\$ 8.592.739	\$ 8.592.739	\$ 8.592.739	\$ 8.592.739	\$ 8.592.739	\$ 8.592.739	\$ 8.592.739	\$ 103.112.874
	Gastos admin - nomim	\$ 2.282.460	\$ 2.180.000	\$ 2.180.000	\$ 2.180.000	\$ 2.180.000	\$ 2.180.000	\$ 2.180.000	\$ 2.180.000	\$ 2.180.000	\$ 2.180.000	\$ 2.180.000	\$ 2.180.000	\$ 2.180.000	\$ 26.262.469
	GASTOS VENTAS	\$ 2.680.320	\$ 2.680.320	\$ 2.680.320	\$ 2.680.320	\$ 2.680.320	\$ 2.680.320	\$ 2.680.320	\$ 2.680.320	\$ 2.680.320	\$ 2.680.320	\$ 2.680.320	\$ 2.680.320	\$ 2.680.320	\$ 32.163.849
2019	GASTOS ADMIN	\$ 8.996.598	\$ 8.996.598	\$ 8.996.598	\$ 8.996.598	\$ 8.996.598	\$ 8.996.598	\$ 8.996.598	\$ 8.996.598	\$ 8.996.598	\$ 8.996.598	\$ 8.996.598	\$ 8.996.598	\$ 8.996.598	\$ 107.959.179
	Gastos admin - nomim	\$ 2.389.736	\$ 2.173.444	\$ 2.173.444	\$ 2.173.444	\$ 2.173.444	\$ 2.173.444	\$ 2.173.444	\$ 2.173.444	\$ 2.173.444	\$ 2.173.444	\$ 2.173.444	\$ 2.173.444	\$ 2.173.444	\$ 26.297.623
	GASTOS VENTAS	\$ 2.806.295	\$ 2.806.295	\$ 2.806.295	\$ 2.806.295	\$ 2.806.295	\$ 2.806.295	\$ 2.806.295	\$ 2.806.295	\$ 2.806.295	\$ 2.806.295	\$ 2.806.295	\$ 2.806.295	\$ 2.806.295	\$ 33.675.540
2020	GASTOS ADMIN	\$ 9.419.438	\$ 9.572.381	\$ 9.572.381	\$ 9.572.381	\$ 9.572.381	\$ 9.572.381	\$ 9.572.381	\$ 9.572.381	\$ 9.572.381	\$ 9.572.381	\$ 9.572.381	\$ 9.572.381	\$ 9.572.381	\$ 114.715.624
	Gastos admin - nomim	\$ 2.502.053	\$ 2.312.545	\$ 2.312.545	\$ 2.312.545	\$ 2.312.545	\$ 2.312.545	\$ 2.312.545	\$ 2.312.545	\$ 2.312.545	\$ 2.312.545	\$ 2.312.545	\$ 2.312.545	\$ 2.312.545	\$ 27.940.045
	GASTOS VENTAS	\$ 2.938.191	\$ 2.938.191	\$ 2.938.191	\$ 2.938.191	\$ 2.938.191	\$ 2.938.191	\$ 2.938.191	\$ 2.938.191	\$ 2.938.191	\$ 2.938.191	\$ 2.938.191	\$ 2.938.191	\$ 2.938.191	\$ 35.258.291
2021	GASTOS ADMIN	\$ 9.863.152	\$ 10.022.282	\$ 10.022.282	\$ 10.022.282	\$ 10.022.282	\$ 10.022.282	\$ 10.022.282	\$ 10.022.282	\$ 10.022.282	\$ 10.022.282	\$ 10.022.282	\$ 10.022.282	\$ 10.022.282	\$ 128.107.258
	Gastos admin - nomim	\$ 3.619.650	\$ 2.927.817	\$ 2.927.817	\$ 2.927.817	\$ 2.927.817	\$ 2.927.817	\$ 2.927.817	\$ 2.927.817	\$ 2.927.817	\$ 2.927.817	\$ 2.927.817	\$ 2.927.817	\$ 2.927.817	\$ 27.895.638
	GASTOS VENTAS	\$ 3.076.286	\$ 3.076.286	\$ 3.076.286	\$ 3.076.286	\$ 3.076.286	\$ 3.076.286	\$ 3.076.286	\$ 3.076.286	\$ 3.076.286	\$ 3.076.286	\$ 3.076.286	\$ 3.076.286	\$ 3.076.286	\$ 36.915.431

Elaboración propia.

5. FINANZAS

5.1 Ingresos

5.1.1 Fuentes de Financiación

En el análisis financiero se puede observar la viabilidad del proyecto a partir de su flujo de caja que está delimitada por los egresos e ingresos de la empresa, lo que finalmente nos indicara si se genera una utilidad real para la empresa teniendo en cuenta que para la empresa Dripping se necesitara una inversión inicial por valor de \$42.760.980 de los cuales como se evidencia en la siguiente tabla se encuentran delimitados por el costo de la materia prima correspondiente a la compra inicial de los productos por valor de \$38.376.310, así como del gasto de la constitución de la empresa compuesto por los trámites necesarios para la misma que se encuentran delimitados por un valor para el año 2017 de \$359.170 y los bienes aportados por las tres socias que constituyen la empresa por valor de \$4.000.000 y un capital

de trabajo aportado por \$60.000.000; para un total de recursos propios de \$64.000.000, lo que corresponde al 59.95% de recursos propios aportados por las inversoras y el 40.05% corresponde a los recursos obtenidos a partir de financiamiento por valor de \$42.760.980, como se puede evidenciar en la siguiente tabla:

Tabla 34
Inversión inicial

Materia Prima y Mercancías		Instalación
Materia Prima y Mercancías		38.376.310
Gastos de constitución de la empresa		359.170
Bienes Aportados		64.000.000
TOTAL INVERSIÓN		106.760.980
RECURSOS PROPIOS	\$ 64.000.000	59,95%
RECURSOS FINANCIADOS	\$ 42.760.980	40,05%
TOTAL RECURSOS	\$ 106.760.980	

Elaboración propia

Se tienen en cuentas los diferentes mecanismos nacionales que apoyan la generación de empleo, no obstante se tiene como posibilidad el financiamiento a partir de una entidad bancaria con una deuda diferida a 3 años por parte de la entidad bancaria Bancolombia, por el valor antes mencionado correspondiente a \$42.760.980, se hace la selección de esta entidad dada las tasa ofrecidas y la comparación de las mismas en el mercado financiero con una tasa periódica correspondiente a valor de 2.14% por lo que se contara con unas cuotas fijas mensuales por valor de \$1.715.586 como se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 35
Características del préstamo

Valor Préstamo	42.760.980
Tasa Nominal	28,90%
Periodicidad cuota (Días)	30
Periodos de gracia	-
Duración del crédito (Periodos)	36
Fecha - Firma pagaré	ene-18
Fecha - Primera Cuota	1-feb-18
Duración Crédito Meses	36
Tasa Periódica	2,14%
Cuota	\$ 1.715.586
Mes primera Cuota	1

Elaboración propia

Finalmente, en los anexos correspondientes al financiamiento y flujo de caja se puede observar que se cubre completamente la deuda generando un disponible positivo para cada

uno de los periodos compuestos por el primer año, así como en el proyectado lo que en conclusión indica la validez del proyecto y viabilidad del mismo.

5.1.2 Formatos Financieros

Con el fin de ratificar la viabilidad del plan de negocio, se generó la estimación de la estructura financiera de la compañía, con la unificación e interpretación de los formatos, que permitirán determinar las variables que intervienen en el proceso de inversión y financiación, así como la rentabilidad obtenida por el mismo. Por tal motivo, se relaciona a continuación, la estructura del flujo de caja, con la proyección determinada para este proyecto:

- Flujo de Caja:

En lo que respecta al estudio financiero, la fortaleza en el factor económico, se ve reflejado en el comportamiento proyectado de los flujos de ingresos y egresos; lo que determina la capacidad en el funcionamiento de la compañía, conforme a los objetivos planteados inicialmente; por tal razón y como se evidencia en la representación de la siguiente tabla; la caja acumulada para cada periodo; tiene un incremento significativo, siendo este un factor clave en la interpretación lógica del proceso, donde los ingresos superan en gran proporción a los egresos, y garantiza el nivel de rentabilidad esperado.

Tabla 36
Flujo de caja

	DESEMBOLSO	FLUJO DE CAJA				
		2018	2019	2020	2021	2022
Saldo Inicial mas efectivo en caja	\$ 64.000.000	\$ 64.359.170	\$ 552.898	\$ 27.845.890	\$ 108.458.115	\$ 211.196.566
INGRESOS						
Ventas		\$ 538.700.164	\$ 660.267.667	\$ 723.610.959	\$ 771.853.871	\$ 869.073.663
Otros Ingresos	\$ -		\$ 24.046.350	\$ 60.024.333	\$ 65.782.814	\$ 70.168.534
Crédito	\$ 42.760.980,00					
Total Ingresos	\$ 106.760.980,00	\$ 603.059.334	\$ 684.866.916	\$ 811.481.182	\$ 946.094.800	\$ 1.150.438.763
EGRESOS						
Operativos	\$ 38.376.310,00	\$ 460.515.720	\$ 496.624.758	\$ 535.565.105	\$ 577.558.765	\$ 622.845.147
Gastos exportacion		\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.192.000	\$ 3.396.288	\$ 3.398.462
Gastos de Administración		\$ 26.160.000	\$ 26.262.469	\$ 26.297.623	\$ 27.940.045	\$ 27.895.638
Gastos de Ventas		\$ 30.720.000	\$ 32.163.840	\$ 33.675.540	\$ 35.258.291	\$ 36.915.431
Nómina		\$ 66.239.275	\$ 70.384.749	\$ 74.791.124	\$ 79.474.889	\$ 84.453.580
Crédito principal		\$ 18.871.441	\$ 20.587.027	\$ 20.587.027	\$ 1.715.586	\$ -
Credito adicional		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Legalizaciones y Registros		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Maquinaria y Equipos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles, Enseres y Utensilios	\$ 3.475.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Adecuaciones	\$ 550.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros egresos	\$ -		\$ 7.998.183	\$ 8.914.648	\$ 9.554.370	\$ 10.163.566
Total Egresos	\$ 42.401.810,00	\$ 602.506.436	\$ 657.021.026	\$ 703.023.067	\$ 734.898.234	\$ 785.671.824
Disponible periodo			42			
Caja Acumulada	\$ 64.359.170	\$ 552.898	\$ 27.845.890	\$ 108.458.115	\$ 211.196.566	\$ 364.766.939

Elaboración propia.

Por otra parte, la proyección generada para el estado de resultados, demuestra el margen de utilidad, obtenida con el desarrollo de las actividades planteadas, en donde se evidencia que el porcentaje presenta un incremento promedio del 8.52%, desde el inicio del proyecto hasta el periodo comprendido de estimación.

Tabla 37
Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	\$ 562.746.514	\$ 720.292.001	\$ 789.393.774	\$ 842.022.404	\$ 948.080.359
Costos de Ventas	\$ 390.624.080	\$ 561.885.682	\$ 535.209.649	\$ 561.896.159	\$ 637.686.283
Utilidad Bruta	\$ 172.122.434	\$ 158.406.319	\$ 254.184.125	\$ 280.126.245	\$ 310.394.077
Margen bruto	31%	22%	32%	33%	33%
Gastos de Administración	\$ 64.536.310	\$ 26.262.469	\$ 26.297.623	\$ 27.940.045	\$ 27.895.638
Nómina	\$ 72.324.120	\$ 76.850.405	\$ 81.661.556	\$ 86.775.579	\$ 92.211.620
Depreciación	\$ 802.550	\$ 802.550	\$ 802.550	\$ 802.550	\$ 802.550
Gastos de Ventas	\$ 30.720.000	\$ 32.163.840	\$ 33.675.540	\$ 35.258.291	\$ 36.915.431
gastos de impuestos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Operacional	\$ 3.739.454	\$ 22.327.055	\$ 111.746.856	\$ 129.349.780	\$ 152.568.838
Margen Operacional	0,7%	3,1%	14,2%	15,4%	16,1%
Otros Egresos	\$ 12.060.589	\$ 9.927.551	\$ 6.168.016	\$ 3.432.232	\$ 3.398.462
Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Antes de Impuestos	\$ -8.321.135	\$ 12.399.504	\$ 105.578.840	\$ 125.917.548	\$ 149.170.376
	-1%	2%	13%	15%	16%
Impuestos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
impuesto de industria y cio	\$ 1.913.338	\$ 2.448.993	\$ 2.683.939	\$ 2.862.876	\$ 3.223.473
impuesto de avisos y tableros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Neta	\$ -10.234.473	\$ 9.950.511	\$ 102.894.901	\$ 123.054.672	\$ 145.946.903

Elaboración propia

Así mismo, el comportamiento de las cuentas en el balance general, demuestran el nivel de activos y pasivos, que se desglosan tras la ejecución de la actividad de Dripping S.A.S, bajo estas, la clasificación de

Tabla 38
Balance General

	2018	2019	2020	2021	2022
ACTIVOS					
Caja y Bancos	552.898	27.845.890	108.458.115	211.196.566	364.766.939
Cuentas por Cobrar	24.046.350	60.024.333	65.782.814	70.168.534	79.006.697
Inventarios	69.891.640	4.630.715	4.986.172	20.648.777	5.807.642
Total Activos Corrientes	94.490.888	92.500.938	179.227.101	302.013.877	449.581.277
Activos Fijos	4.025.500	4.025.500	4.025.500	4.025.500	4.025.500
Depreciacion	802.550	1.605.100	2.407.650	3.210.200	4.012.750
Total Activo Largo Plazo	3.222.950	2.420.400	1.617.850	815.300	12.750
Otros activos	0	0	0	0	0
Total Activos	97.713.838	94.921.338	180.844.951	302.829.177	449.594.027
PASIVOS					
Cuentas por Pagar	6.084.845	6.465.655	6.870.432	7.300.690	7.758.040
Obligaciones Financieras	32.950.128	19.290.652	1.679.641		
Otras Obligaciones	1.913.338	2.448.993	2.683.939	2.862.876	3.223.473
Otros Pasivos					
Total Pasivos	40.948.311	28.205.300	11.234.012	10.163.566	10.981.513
Capital Inicial	64.000.000	64.000.000	64.000.000	64.000.000	64.000.000
Aporte Inicial					

Elaboración propia

Igualmente, bajo la estimación del punto óptimo de producción, se relacionan en la siguiente tabla, las unidades de equilibrio para cada producto; con el fin de afianzar las estrategias proporcionadas para el éxito del negocio;

Tabla 39

Unidades de Equilibrio

	UNIDADES Q DE EQUILIBRIO	PESOS Q DE EQUILIBRIO	GASTOS VARIABLES CON EL Q DE EQUILIBRIO
Cinta de Gotec	332	\$ 56.985.112	\$ 39.709.797
Filtro 2"	90	\$ 7.039.955	\$ 4.928.232
Filtro 1"	13	\$ 223.101	\$ 160.901
Conectores	28	\$ 12.891	\$ 22.129

Elaboración propia

5.2 Egresos

Los egresos correspondientes a la operación de las actividades de comercialización de Dripping S.A.S, están asociados inicialmente al plan de financiación generado por parte de la entidad Bancolombia, desde el año 2018, con una proyección a 3 años. Por otra parte, los gastos asociados al pago de nómina fija, administración y ventas, se generarán de acuerdo a la periodicidad estimada dentro de la proyección financiera.

Adicionalmente, es preciso mencionar que la clasificación de estos egresos, se encuentran expresados en la estimación de los costos de Materia prima y mercancías, gastos de constitución de la empresa y los bienes aportados; para una comprensión del total de la inversión, para la puesta en marcha del proyecto.

Elaboración propia

6.2 Metas sociales

6.2.1 Metas Sociales del Plan de Negocio

Nuestra empresa se ocupará de que todas sus operaciones logren ser sustentables para la economía, el medio ambiente y las acciones sociales, lo cual quiere decir que mostraremos respeto a todas las personas que se relacionen a nuestra operación, actuando de una manera honesta y ética, los productos comercializados por la empresa Dripping son reciclables, reutilizables y ayudan a no generar desperdicios en la distribución del agua en los cultivos, evitan plaguicidas y contaminación.

La empresa desea poder aumentar el número de personal para lo cual contratara personal egresado del SENA que posea conocimiento en productos agroindustriales, con esto contribuir al desempleo de personas de estrato 1 y 2 brindando ofertas laborales estable y bien remuneradas.

Por ultimo queremos apoyar y fomentar la capacitación y formación integral de niños de escasos recursos por lo cual se desea realizar una donación cada dos meses, a la fundación mano amiga que permite apadrinar un niño y patrocina los estudios básicos hasta universitarios, dicho recurso será en promedio del 10% de nuestras utilidades netas.

6.2.2 Plan Nacional de Desarrollo

Teniendo en cuenta el Plan Nacional de Desarrollo 2014 - 2018 plateado por el Congreso de la República, en donde se indica como uno de los objetivos de la equidad y erradicación de la pobreza extrema “Erradicar la pobreza extrema en 2024 y reducir la pobreza moderada” (Departamento Nacional de Planeacion , 2014). La empresa Dripping enmarca el proyecto presentado dentro de este objetivo dada el incentivo a creación de empleo en un inicio a partir de un solo trabajador que se espera aumentar con el nivel de utilidades en los siguientes años generando empleo a sectores vulnerables como lo son madres cabeza de familia y personas

desmovilizadas y a su vez el incentivo al área estudiantil por parte del SENA. De igual manera Dripping hará parte activa en el incremento del sector económico por parte del sector de servicios, así como del sector agroindustrial generado este último por el incremento de las ventas generadas por nuestros proveedores.

Finalmente, en los objetivos presentados por el Plan Nacional de Desarrollo hacemos parte del mismo en el ámbito medioambiental incentivando la compra y venta de productos aplicados para el cuidado y preservación de los insumos ambientales.

6.2.3 Plan Regional de Desarrollo

Siguiendo la estructura organizacional del proyecto, la implementación de estrategias regionales descritas para el periodo 2012-2016, contemplan los planes adoptados por el Gobierno Distrital, para afianzar el crecimiento y articulación de factores regionales por una Bogotá más humana; por tal motivo la adecuación de objetivos primordiales, en los que interviene Dripping, al desarrollar sus actividades, corresponde específicamente al objetivo de ecourbanismo, en la gestión medio ambiental, puesto que reduce los niveles de riesgo sujetas a condiciones climáticas, así como la implementación e iniciativas de proyectos que contribuyan con este aspecto.

6.2.4 Cluster o Cadena Productiva

Nuestra empresa posee un cluster vertical debido a que estamos reunidos con empresas que son proveedoras de los productos que comercializaremos y posemos un relación de compra y venta, son esenciales para la existencia del proyecto y nos brinda la ventaja de escoger los mejores productos del mercado en nuestra cadena de suministros, para una óptima distribución, por lo cual ellos se encargaran de la parte de producción y Dripping generara la comercialización a puntos estratégicos por lo cual seremos los conductores para la venta de cinta de goteo, conectores y filtros, dicho esto estimularemos el crecimiento de nuestros proveedores al encontrar un mercado olvidado y generar diferentes estrategias de venta.

6.2.5 Empleo

Se pretende incentivar el aumento de generación de empleo inicialmente con el bodeguero el cual se contratará de acuerdo a las necesidades de la empresa, así como de la generación de empleo por parte de sectores vulnerables como lo son madres cabeza de familia y personas desmovilizadas y a su vez el incentivo al área estudiantil por parte del SENA. Se visualiza un aumento de la contratación de empleo que incentiva la disminución de pobreza en base al Plan Nacional de Desarrollo.

6.2.6 Emprendedores

Con el fin de abordar, la conceptualización de las metas sociales esperadas por Dripping S.A.S, las emprendedoras de este proyecto está compuesto por Angie Pérez, Diana Moncada y Luisa Escobar, con un aporte social en igual de condiciones, más específicamente por un monto de \$20.000.000, que será necesario para el aporte de recursos propios en la inversión inicial.

7. IMPACTO

En seguimiento del plan de negocio, la estructuración del proyecto interviene directamente con el factor ambiental, aun mas, cuando el prospecto de la investigación pretende establecer un margen optimo en la distribución del recurso hídrico, para perfeccionar la plantación de cultivos, y afianzar el desarrollo de la actividad económica del sector agrícola. Es por esto, que la adaptación de sistemas de riego, con la implementación de la cinta de goteo en cultivos, apoyara favorablemente, la optimización y sistematización de procesos, en ambientes en que el factor climático es primordial para el desarrollo de actividades agrícolas.

Así mismo es relevante mencionar el impacto económico que la empresa Dripping puede generar a nivel macro, es decir la intervención que generaría en la economía Colombia, centrándose especialmente en la innovación de producción de cinta de goteo, producto que como se ha mencionado anteriormente no se elabora a nivel nacional, lo que implicaría un nuevo mercado el cual incrementaría e incentivaría la creación de empresa en un mediano o largo plazo así como el incremento de la exportación de productos nacionales que como se evidencia en la investigación realizada con respecto a la asignación del producto, es escasa

la representación de las exportaciones colombianas a nivel mundial de los productos agroindustriales con una cantidad según Trade Map del año 2015 de 2.625 en miles de dólares, esto teniendo en cuenta que no hace parte aún la cinta de goteo, que se generaría como innovación aumentando así a largo plazo inversión externa, esto a su vez generará un gran impacto social dado que para la elaboración así como el incentivo de empresas nacionales que se centrarían ahora en un producto innovador con elaboración 100% colombiana, implicaría la necesidad de creación de nuevos empleos que van desde la mano de obra hasta la parte industrial, creación, marketing y financiera que se requiere a la hora de la elaboración de un nuevo producto, lo que generaría en un mediano plazo que se genere mayor empleo, esto incentivando el interés social. Así mismo, dado que el producto se centra en un consumidor final caracterizado por hacer parte de área agro, siendo este una de las economías principales a nivel Nacional, de forma indirecta se incentivaría de igual manera la necesidad de emplear aún más el iniciativa del desarrollo agrícola por medio de generación de más empleo, lo que a su vez implicaría un incremento en el sector agro tanto en la parte social como económica incrementando la producción, elaboración bienes agrícolas, incentivando a su vez el comercio del mismo tanto a nivel nacional como internacional.

8. RESUMEN EJECUTIVO

8.1 Concepto del Negocio

Dripping será una empresa enfocada a la comercialización internacional de cinta de goteo, accesorio de conexión y filtros, donde seremos los distribuidores oficiales de los productos nacionales, como producto estrella la cinta de goteo al ser un producto innovador en el sector agroindustrial y al poseer el manejo de la venta del producto nos posicionaremos como líderes en el mercado de cinta de goteo en el país de Perú, por lo cual nuestro cliente objetivo son los diferentes locales de riego por goteo, los cuales se encargaran de llegar al cliente final los cultivadores, es un mercado con gran crecimiento debido a las necesidades actuales de conservar y cuidar los recursos potables, por lo cual nuestros productos garantizan una óptima distribución del agua sin generar desperdicios y contaminación.

8.2 Potencial del Mercado en Cifras

Con base a la estimación de la proyección financiera, a partir de la puesta en marcha del plan de negocio y los primeros siguientes años al mismo, se estima un porcentaje de la tasa interna de retorno (TIR), positiva del 36%, por lo cual se infiere la viabilidad del proyecto y atracción a futuras inversiones. Así mismo, dado que la representación de las utilidades operacionales del negocio tiende a valores positivos, se evidencia la adquisición y potencial del mercado internacional con un balance positivo para cada año estimado.

Por lo anterior, se ratifica el éxito del plan de inversión, para la comercialización de cinta de goteo y accesorios, para el mercado peruano.

8.3 Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor

Dripping, determinará el abordaje de ventajas competitivas y propuesta de valor, bajo estrategias claras de competitividad en precios, relaciones de valor con clientes internacionales, con la garantía en la venta de productos colombianos, que impulsan el cuidado ambiental y estructuran sus objetivos en metas sociales con factores de exportación. Así mismo, como se ha relacionado al largo del texto; el factor diferenciador y la propuesta de valor que se ofrece en la venta de cada producto, constituye la optimización en la distribución de agua, sin generar desperdicios, brindándole el riego adecuado a cada planta. Adicional a ello, la adaptabilidad e instalación en lugares arduos es uno de los factores de diferenciación, lo que significa que es posible cultivar en entorno hostiles con la ayuda de un proceso sistematizado e integrado con el riego por goteo.

8.4 Resumen de las Inversiones Requeridas

Como se ha abordado a lo largo del proyecto, la inversión requerida para el inicio del negocio; se clasifica en los aportes generados por las socias inversionistas por un capital individual de \$20.000.000 lo que conforma un capital de trabajo de \$60.000.000, así mismo se dará el aporte de los computadores por un valor de \$4.000.000, y se generará el endeudamiento por un valor de \$42.760.980 para un total de recursos de puesta en marcha de \$106.760.980, este valor incluye el capital de trabajo, los gastos fijos como: computadores, sillas escritorios, impresoras, teléfonos y pagina web para un total de muebles, enseres y utensilios de

\$7.475.500; Se realizará una remodelación de la oficina por valor de \$500.000 y será necesario la instalación de 3 tomas adicionales por valor de \$50.000.

Tabla 41

Resumen de Gastos fijos

GASTO FIJO		
Computadores (3)	1	4.000.000
Sillas (5)	1	475.500
Escritorios (3)	1	1.000.000
Impresoras (2)	1	300.000
Telefonos (2)	1	200.000
Pagina Web	1	1.500.000

Elaboración propia

Por lo cual el 59.95% de los recursos serán aportados por las socias inversionistas y el 40.5% será financiado por el banco Bancolombia.

8.5 Proyecciones de Ventas y Rentabilidad

La proyección de ventas se realizó en un periodo estimado de 5 años, con el objetivo de visualizar y ratificar la viabilidad del proyecto por tal motivo se estima un incremento anual de ventas del 3% de acuerdo a las variables externas que puedan incidir en la cantidad y precio de venta, así mismo, como se abordó a lo largo del proyecto la periodicidad de ventas se relacionó con el factor climático, que influye en la estacionalidad de las mismas, por lo tanto dadas las proyecciones realizadas se determina la rentabilidad del proyecto con base a la TIR obtenida del 36% la cual indica que es un proyecto rentable y óptimo para su elaboración.

8.6 Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad

En conclusión, se puede ratificar que el proyecto expuesto, es un prospecto clave y atractivo para el mercado actual; dado que involucra aspectos sociales y ambientales; que afianzan los factores característicos y diferenciadores de cada producto; así como, potencializa las estrategias financieras, dentro de parámetros de rentabilidad.

8.7 Equipo de trabajo

Finalmente, este proyecto está conformado por Angie Pérez, Diana Moncada y Luisa Escobar, con la asesoría del economista Fernando Chavarro.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Apaza H., W. (14 de 09 de 2016). *Riego por goteo*. Obtenido de Riego por goteo: <http://www.monografias.com/trabajos58/riego-goteo-fertirrigacion/riego-goteo-fertirrigacion.shtml#ixzz4>
- Casma, J. C. (12 de enero de 2016). *El Pais*. Obtenido de ¿Habrá suficiente agua para todos?: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/01/12/america/1452616302_919747.html
- EcuRed. (26 de 09 de 2016). *Riego por goteo*. Obtenido de Riego por goteo: https://www.ecured.cu/Riego_por_Goteo
- Eco. (06 de 09 de 2016). *Noticias ambientales internacionales*. Obtenido de El resguardo biológico planetario es escaso: <http://noticias-ambientales-internacionales.blogspot.com.co/>

- Lorite, T. I. (16 de 4 de 2004). *Estado del arte: Aspectos técnicos*. Obtenido de Estado del arte: Aspectos técnicos: http://www.iww.uni-hannover.de/de-de/Forschung/Laufende_Forschungsprojekte/_KASWARMI/pdfs/State%20of%20the%20Art_Aspectos%20te
- FINAGRO. (2014). Perspectiva del sector agropecuario colombiano. Obtenido de <https://www.finagro.com.co/sites/default/files/Perspectivas%20Agropecuarias-v5.pdf>
- Predes. (11 de 11 de 2005). *Manual de operación y Mantenimiento de un sistema de riego por goteo*. Obtenido de Manual de operación y Mantenimiento de un sistema de riego por goteo: http://www.predes.org.pe/predes/cartilla_riegoteo.pdf
- PROCOLOMBIA. (5 de 08 de 2016). Inversión en el sector Agroindustria en Colombia. Obtenido de <http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/agroindustria.html>
- Proexport. (16 de 04 de 2015). *Sector Agroindustrial Colombiano*. Obtenido de Sector Agroindustrial Colombiano: <http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/Perfil%20Sector%20Agroindustrial%20Colombiano%20-%202012.pdf>
- RADIO NACIONAL. (14 de agosto de 2016). *Mandatario Kuczynski: Apoyaremos el agro en el Perú*. Obtenido de <http://www.radionacional.com.pe/informa/politica/mandatario-kuczynski-apoyaremos-el-agro-en-el>
- BBC. (10 de 08 de 2015). 10 ciudades latinoamericanas que se destacan por la agricultura urbana. Obtenido de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/04/140409_ciencia_agricultura_urbana_fao_diez_ciudades_am
- TRADE MAP. http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|170|||842481||6|1|1|2, - 20 de 09 de 2016 [Tabla 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11]. Recuperado de: Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas
- MAPA MUNDIAL <http://mapamundial.co/> - 28 de 09 de 2016 [Tabla 1] Recuperado de: Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas : Mapa Mundial
- BANCO MUNDIAL <http://www.bancomundial.org/> - 19 de 09 de 2016 [Tabla 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11]. Recuperado de: Banco Mundial.
- BANREP. (2017). Obtenido de <http://www.banrep.gov.co/>
- Congreso de Colombia. (26 de Diciembre de 2012). <http://www.alcaldiabogota.gov.co>. Obtenido de Ley 1607 de 2012: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=51040>
- Departamento Nacional de Planeación . (2014). *Plan Nacional de Desarrollo*. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND%202014-2018%20Tomo%201%20internet.pdf>
- Kotler, Philip & Armstrong, Gay. (2012). *Marketing*. Recuperado el 05 de 05 de 2017, de https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing_kotler-armstrong.pdf

10. ANEXOS

10.1 Compra Unidades

PRODUCCION UNIDADES													
Productos/Servicios	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	TOTAL
Cinta de Goteo	235	235	235	200	195	185	170	150	170	185	195	200	2355
Filtro 2"	130	130	130	120	117	111	103	90	103	111	117	120	1382
Filtro 1"	88	88	88	80	78	74	67	60	67	74	78	80	922
Conectores	7194	7194	7194	6600	6435	6105	5610	4950	5610	6105	6435	6600	76032
	7647	7647	7647	7000	6825	6475	5950	5250	5950	6475	6825	7000	80691
Productos/Servicios	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	TOTAL
Conectores	242	242	242	242	266	269	282	299	317	305	288	271	3265
Filtro 2"	134	134	134	134	147	149	156	165	175	169	159	150	1806
Filtro 1"	91	91	91	91	100	101	106	112	119	114	108	101	1223
Conectores	7410	7410	7410	7410	8151	8225	8644	9139	9694	9349	8812	8291	99943
	7876	7876	7876	7876	8664	8743	9188	9714	10305	9937	9367	8813	106237
Productos/Servicios	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	TOTAL
Conectores	249	249	249	249	274	277	291	307	326	315	296	279	3363
Filtro 2"	138	138	138	138	152	153	161	170	180	174	155	153	1851
Filtro 1"	93	93	93	93	103	104	109	115	122	118	105	104	1253
Conectores	7632	7632	7632	7632	8395	8472	8903	9413	9985	9629	8595	8492	102412
	8113	8113	8113	8113	8924	9005	9463	10005	10614	10236	9152	9028	108878
Productos/Servicios	ene-21	feb-21	mar-21	abr-21	may-21	jun-21	jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	TOTAL
Conectores	257	249	249	249	274	277	291	307	326	315	296	279	3370
Filtro 2"	142	138	138	138	152	153	161	170	180	174	164	154	1864
Filtro 1"	96	93	93	93	103	104	109	115	122	118	111	104	1262
Conectores	7861	7632	7632	7632	8395	8472	8903	9413	9985	9629	9076	8540	103171
	8356	8113	8113	8113	8924	9005	9463	10005	10614	10236	9648	9078	109667
Productos/Servicios	ene-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	TOTAL
Conectores	264	264	264	264	291	294	309	326	346	334	315	296	3567
Filtro 2"	146	146	146	146	161	162	171	180	191	185	174	164	1974
Filtro 1"	99	99	99	99	109	110	116	122	130	125	118	111	1336
Conectores	8097	8097	8097	8097	8907	8988	9445	9986	10593	10216	9629	9060	109211
	8607	8607	8607	8607	9467	9554	10040	10615	11260	10859	10236	9630	116088

10.2 Ventas Unidades

VENTA UNIDADES													
Productos/Servicios	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	TOTAL
Cinta de Goteo	235	235	235	200	195	185	170	150	170	185	195	200	2355
Filtro 2"	130	130	130	120	117	111	103	90	103	111	117	120	1382
Filtro 1"	88	88	88	80	78	74	67	60	67	74	78	80	922
Conectores	7194	7194	7194	6600	6435	6105	5610	4950	5610	6105	6435	6600	76032
	7647	7647	7647	7000	6825	6475	5950	5250	5950	6475	6825	7000	80691
Productos/Servicios	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	TOTAL
Cinta de Goteo	242	242	242	218	240	228	226	224	253	260	259	244	2878
Filtro 2"	134	134	134	121	133	126	125	124	140	144	143	135	1592
Filtro 1"	91	91	91	82	90	86	85	84	95	97	97	91	1078
Conectores	7410	7410	7410	6669	7336	6991	6915	6854	7756	7946	7931	7462	88089
	7876	7876	7876	7089	7798	7431	7350	7285	8244	8447	8430	7932	93636
Productos/Servicios	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	TOTAL
Cinta de Goteo	249	249	249	224	247	235	233	231	261	267	267	251	2964
Filtro 2"	138	138	138	124	137	130	129	128	144	157	140	138	1640
Filtro 1"	93	93	93	84	92	88	87	86	98	106	95	93	1110
Conectores	7632	7632	7632	6869	7556	7201	7122	7060	7988	8666	7736	7642	90736
	8113	8113	8113	7301	8032	7654	7571	7504	8491	9196	8237	8125	96450
Productos/Servicios	ene-21	feb-21	mar-21	abr-21	may-21	jun-21	jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	TOTAL
Cinta de Goteo	257	249	249	224	247	235	233	231	261	267	267	251	2971
Filtro 2"	142	138	138	124	137	130	129	128	144	148	148	139	1644
Filtro 1"	96	93	93	84	92	88	87	86	98	100	100	94	1113
Conectores	7861	7632	7632	6869	7556	7201	7122	7060	7988	8185	8169	7686	90960
	8356	8113	8113	7301	8032	7654	7571	7504	8491	8700	8683	8170	96688
Productos/Servicios	ene-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	TOTAL
Cinta de Goteo	264	264	264	238	262	250	247	245	277	284	283	266	3144
Filtro 2"	146	146	146	132	145	138	137	135	153	157	157	147	1739
Filtro 1"	99	99	99	89	98	93	92	92	104	106	106	100	1177
Conectores	8097	8097	8097	7287	8016	7639	7556	7489	8475	8683	8666	8154	96257
	8607	8607	8607	7746	8521	8120	8032	7961	9008	9230	9212	8667	102318

10.3 Costos de compra

COSTO DE PRODUCCION EN PESOS														
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	\$ 38,376,310	\$ 38,376,310	\$ 38,376,310	\$ 38,376,310	\$ 38,376,310	\$ 38,376,310	\$ 38,376,310	\$ 38,376,310	\$ 38,376,310	\$ 38,376,310	\$ 38,376,310	\$ 38,376,310	\$ 38,376,310	\$ 460,515,720
2018														
Productos/Servicios	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	TOTAL	
Cinta de Goto	\$ 27,965,000	\$ 27,965,000	\$ 27,965,000	\$ 27,965,000	\$ 27,965,000	\$ 27,965,000	\$ 27,965,000	\$ 27,965,000	\$ 27,965,000	\$ 27,965,000	\$ 27,965,000	\$ 27,965,000	\$ 27,965,000	\$ 335,580,000
Filtro 2"	\$ 7,098,000	\$ 7,098,000	\$ 7,098,000	\$ 7,098,000	\$ 7,098,000	\$ 7,098,000	\$ 7,098,000	\$ 7,098,000	\$ 7,098,000	\$ 7,098,000	\$ 7,098,000	\$ 7,098,000	\$ 7,098,000	\$ 85,176,000
Filtro 1"	\$ 1,047,200	\$ 1,047,200	\$ 1,047,200	\$ 1,047,200	\$ 1,047,200	\$ 1,047,200	\$ 1,047,200	\$ 1,047,200	\$ 1,047,200	\$ 1,047,200	\$ 1,047,200	\$ 1,047,200	\$ 1,047,200	\$ 12,566,400
Conectores	\$ 2,266,110	\$ 2,266,110	\$ 2,266,110	\$ 2,266,110	\$ 2,266,110	\$ 2,266,110	\$ 2,266,110	\$ 2,266,110	\$ 2,266,110	\$ 2,266,110	\$ 2,266,110	\$ 2,266,110	\$ 2,266,110	\$ 27,193,320
COSTO TOTAL DE	\$ 41,385,396	\$ 41,385,396	\$ 41,385,396	\$ 41,385,396	\$ 41,385,396	\$ 41,385,396	\$ 41,385,396	\$ 41,385,396	\$ 41,385,396	\$ 41,385,396	\$ 41,385,396	\$ 41,385,396	\$ 41,385,396	\$ 496,624,758
2019														
Productos/Servicios	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	TOTAL	
Cinta de Goto	\$ 30,157,736	\$ 30,157,736	\$ 30,157,736	\$ 30,157,736	\$ 30,157,736	\$ 30,157,736	\$ 30,157,736	\$ 30,157,736	\$ 30,157,736	\$ 30,157,736	\$ 30,157,736	\$ 30,157,736	\$ 30,157,736	\$ 361,892,828
Filtro 2"	\$ 7,654,554	\$ 7,654,554	\$ 7,654,554	\$ 7,654,554	\$ 7,654,554	\$ 7,654,554	\$ 7,654,554	\$ 7,654,554	\$ 7,654,554	\$ 7,654,554	\$ 7,654,554	\$ 7,654,554	\$ 7,654,554	\$ 91,854,650
Filtro 1"	\$ 1,129,311	\$ 1,129,311	\$ 1,129,311	\$ 1,129,311	\$ 1,129,311	\$ 1,129,311	\$ 1,129,311	\$ 1,129,311	\$ 1,129,311	\$ 1,129,311	\$ 1,129,311	\$ 1,129,311	\$ 1,129,311	\$ 13,551,731
Conectores	\$ 2,443,796	\$ 2,443,796	\$ 2,443,796	\$ 2,443,796	\$ 2,443,796	\$ 2,443,796	\$ 2,443,796	\$ 2,443,796	\$ 2,443,796	\$ 2,443,796	\$ 2,443,796	\$ 2,443,796	\$ 2,443,796	\$ 29,325,548
COSTO TOTAL DE	\$ 44,385,396	\$ 44,385,396	\$ 44,385,396	\$ 44,385,396	\$ 44,385,396	\$ 44,385,396	\$ 44,385,396	\$ 44,385,396	\$ 44,385,396	\$ 44,385,396	\$ 44,385,396	\$ 44,385,396	\$ 44,385,396	\$ 535,565,105
2020														
Productos/Servicios	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	TOTAL	
Cinta de Goto	\$ 32,522,404	\$ 32,522,404	\$ 32,522,404	\$ 32,522,404	\$ 32,522,404	\$ 32,522,404	\$ 32,522,404	\$ 32,522,404	\$ 32,522,404	\$ 32,522,404	\$ 32,522,404	\$ 32,522,404	\$ 32,522,404	\$ 390,268,844
Filtro 2"	\$ 8,254,748	\$ 8,254,748	\$ 8,254,748	\$ 8,254,748	\$ 8,254,748	\$ 8,254,748	\$ 8,254,748	\$ 8,254,748	\$ 8,254,748	\$ 8,254,748	\$ 8,254,748	\$ 8,254,748	\$ 8,254,748	\$ 99,056,973
Filtro 1"	\$ 1,217,860	\$ 1,217,860	\$ 1,217,860	\$ 1,217,860	\$ 1,217,860	\$ 1,217,860	\$ 1,217,860	\$ 1,217,860	\$ 1,217,860	\$ 1,217,860	\$ 1,217,860	\$ 1,217,860	\$ 1,217,860	\$ 14,614,323
Conectores	\$ 2,635,414	\$ 2,635,414	\$ 2,635,414	\$ 2,635,414	\$ 2,635,414	\$ 2,635,414	\$ 2,635,414	\$ 2,635,414	\$ 2,635,414	\$ 2,635,414	\$ 2,635,414	\$ 2,635,414	\$ 2,635,414	\$ 31,624,964
COSTO TOTAL DE	\$ 44,630,425	\$ 44,630,425	\$ 44,630,425	\$ 44,630,425	\$ 44,630,425	\$ 44,630,425	\$ 44,630,425	\$ 44,630,425	\$ 44,630,425	\$ 44,630,425	\$ 44,630,425	\$ 44,630,425	\$ 44,630,425	\$ 535,565,105
2021														
Productos/Servicios	ene-21	feb-21	mar-21	abr-21	may-21	jun-21	jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	TOTAL	
Cinta de Goto	\$ 35,072,485	\$ 35,072,485	\$ 35,072,485	\$ 35,072,485	\$ 35,072,485	\$ 35,072,485	\$ 35,072,485	\$ 35,072,485	\$ 35,072,485	\$ 35,072,485	\$ 35,072,485	\$ 35,072,485	\$ 35,072,485	\$ 420,869,825
Filtro 2"	\$ 8,902,003	\$ 8,902,003	\$ 8,902,003	\$ 8,902,003	\$ 8,902,003	\$ 8,902,003	\$ 8,902,003	\$ 8,902,003	\$ 8,902,003	\$ 8,902,003	\$ 8,902,003	\$ 8,902,003	\$ 8,902,003	\$ 106,824,031
Filtro 1"	\$ 1,313,353	\$ 1,313,353	\$ 1,313,353	\$ 1,313,353	\$ 1,313,353	\$ 1,313,353	\$ 1,313,353	\$ 1,313,353	\$ 1,313,353	\$ 1,313,353	\$ 1,313,353	\$ 1,313,353	\$ 1,313,353	\$ 15,760,232
Conectores	\$ 2,842,056	\$ 2,842,056	\$ 2,842,056	\$ 2,842,056	\$ 2,842,056	\$ 2,842,056	\$ 2,842,056	\$ 2,842,056	\$ 2,842,056	\$ 2,842,056	\$ 2,842,056	\$ 2,842,056	\$ 2,842,056	\$ 34,104,678
COSTO TOTAL DE	\$ 48,129,897	\$ 48,129,897	\$ 48,129,897	\$ 48,129,897	\$ 48,129,897	\$ 48,129,897	\$ 48,129,897	\$ 48,129,897	\$ 48,129,897	\$ 48,129,897	\$ 48,129,897	\$ 48,129,897	\$ 48,129,897	\$ 577,558,765
2022														
Productos/Servicios	ene-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	TOTAL	
Cinta de Goto	\$ 37,822,519	\$ 37,822,519	\$ 37,822,519	\$ 37,822,519	\$ 37,822,519	\$ 37,822,519	\$ 37,822,519	\$ 37,822,519	\$ 37,822,519	\$ 37,822,519	\$ 37,822,519	\$ 37,822,519	\$ 37,822,519	\$ 453,870,227
Filtro 2"	\$ 9,600,009	\$ 9,600,009	\$ 9,600,009	\$ 9,600,009	\$ 9,600,009	\$ 9,600,009	\$ 9,600,009	\$ 9,600,009	\$ 9,600,009	\$ 9,600,009	\$ 9,600,009	\$ 9,600,009	\$ 9,600,009	\$ 115,200,103
Filtro 1"	\$ 1,416,333	\$ 1,416,333	\$ 1,416,333	\$ 1,416,333	\$ 1,416,333	\$ 1,416,333	\$ 1,416,333	\$ 1,416,333	\$ 1,416,333	\$ 1,416,333	\$ 1,416,333	\$ 1,416,333	\$ 1,416,333	\$ 16,995,991
Conectores	\$ 3,064,902	\$ 3,064,902	\$ 3,064,902	\$ 3,064,902	\$ 3,064,902	\$ 3,064,902	\$ 3,064,902	\$ 3,064,902	\$ 3,064,902	\$ 3,064,902	\$ 3,064,902	\$ 3,064,902	\$ 3,064,902	\$ 36,778,826
COSTO TOTAL DE	\$ 51,903,762	\$ 51,903,762	\$ 51,903,762	\$ 51,903,762	\$ 51,903,762	\$ 51,903,762	\$ 51,903,762	\$ 51,903,762	\$ 51,903,762	\$ 51,903,762	\$ 51,903,762	\$ 51,903,762	\$ 51,903,762	\$ 622,845,147

10.4 Ventas en pesos

	TOTAL VENTAS	PORCENTAJE DE PARTICIPACION	PRECIO VENTA SIN IVA	COSTO UNITARIO	GASTO VARIABLE UNITARIO	MARGEN DE CONTRIBUCION UNIT	MARGEN DE CONTRIBUCION PONDERADO
Cinta de Goteo	\$ 403.730.607	72%	\$ 171.436	\$ 119.000	\$ 464	\$ 51.972	\$ 37.286
Filtro 2"	\$ 108.706.243	19%	\$ 78.659	\$ 54.600	\$ 464	\$ 23.595	\$ 4.558
Filtro 1"	\$ 15.806.353	3%	\$ 17.144	\$ 11.900	\$ 464	\$ 4.780	\$ 134
Conectores	\$ 34.503.311	6%	\$ 454	\$ 315	\$ 464	-\$ 325	-\$ 20
TOTAL	\$ 562.746.514	100%				\$ 80.021	\$ 41.958

	UNIDADES Q DE EQUILIBRIO	PESOS Q DE EQUILIBRIO	GASTOS VARIABLES CON EL Q DE EQUILIBRIO	
Cinta de Goteo	332	\$ 56.985.112	\$ 39.709.797	Margen contribucion total
Filtro 2"	90	\$ 7.039.955	\$ 4.928.232	\$ 44.821.059
Filtro 1"	13	\$ 223.101	\$ 160.901	\$ -
Conectores	28	\$ 12.891	\$ 22.129	COSTO FIJO ANUAL
	0	\$ -	\$ -	\$ 19.440.000
	0	\$ -	\$ -	GASTO VARIABLE ANUAL
	0	\$ -	\$ -	\$ 37.440.000
	0	\$ -	\$ -	UNIDADES PRODUCIDAS AL AÑO
	0	\$ -	\$ -	463
UNIDADES PRODUCIDAS	463	\$ 64.261.059	\$ 44.821.059	

10.6 Financiación

Valor Préstamo	42.760.980
Tasa Nominal	28,90%
Periodicidad cuota (Días)	30
Periodos de gracia	-
Duración del crédito (Periodos)	36
Fecha - Firma pagaré	ene-18
Fecha - Primera Cuota	1-feb-18
Duración Crédito Meses	36
Tasa Periódica	2,14%
Cuota	\$ 1.715.586
Mes primera Cuota	1

CUOTA	FECHA	SALDO	CAPITAL	INTERES	CUOTA
0	ene-18	42.760.980	-		-
1	feb-18	41.960.479	800.501	915.085	1.715.586
2	mar-18	41.142.848	817.631	897.954	1.715.586
3	abr-18	40.307.719	835.129	880.457	1.715.586
4	may-18	39.454.719	853.000	862.585	1.715.586
5	jun-18	38.583.465	871.255	844.331	1.715.586
6	jul-18	37.693.565	889.899	825.686	1.715.586
7	ago-18	36.784.622	908.943	806.642	1.715.586
8	sep-18	35.856.227	928.395	787.191	1.715.586
9	oct-18	34.907.965	948.262	767.323	1.715.586
10	nov-18	33.939.410	968.555	747.030	1.715.586
11	dic-18	32.950.128	989.282	726.303	1.715.586
12	ene-19	31.939.675	1.010.453	705.133	1.715.586
13	feb-19	30.907.598	1.032.077	683.509	1.715.586
14	mar-19	29.853.435	1.054.163	661.423	1.715.586
15	abr-19	28.776.713	1.076.722	638.864	1.715.586
16	may-19	27.676.949	1.099.764	615.822	1.715.586
17	jun-19	26.553.651	1.123.299	592.287	1.715.586
18	jul-19	25.406.313	1.147.337	568.248	1.715.586
19	ago-19	24.234.423	1.171.890	543.695	1.715.586
20	sep-19	23.037.454	1.196.969	518.617	1.715.586
21	oct-19	21.814.870	1.222.584	493.002	1.715.586
22	nov-19	20.566.122	1.248.747	466.838	1.715.586
23	dic-19	19.290.652	1.275.471	440.115	1.715.586
24	ene-20	17.987.886	1.302.766	412.820	1.715.586
25	feb-20	16.657.241	1.330.645	384.941	1.715.586
26	mar-20	15.298.121	1.359.121	356.465	1.715.586
27	abr-20	13.909.915	1.388.206	327.380	1.715.586
28	may-20	12.492.002	1.417.913	297.672	1.715.586
29	jun-20	11.043.745	1.448.257	267.329	1.715.586
30	jul-20	9.564.495	1.479.249	236.336	1.715.586
31	ago-20	8.053.590	1.510.905	204.680	1.715.586
32	sep-20	6.510.351	1.543.239	172.347	1.715.586
33	oct-20	4.934.087	1.576.264	139.322	1.715.586
34	nov-20	3.324.091	1.609.996	105.589	1.715.586
35	dic-20	1.679.641	1.644.450	71.136	1.715.586
36	ene-21	-0	1.679.641	35.944	1.715.586

10.7 Proceso logístico

Con el fin de determinar el proceso de exportación, se realizó la evaluación de costos, con la cotización a través de la compañía logística INTERWORLD FREIGHT, en donde se evidencia en los siguientes enxos, los parametros y condiciones establecidos para este proceso;

REF: SERVICIO DE AGENTE DE CARGA INTERNACIONAL NO TRANSPORTISTA
(Carga no peligrosa, ni extra-dimensionada)

Estimado señora Diana.

Reciba un cordial saludo y nuestros agradecimientos por confiar en nuestros servicios, a continuación encontrará nuestra oferta comercial sujeta a aprobación y a los cambios, requeridos por ustedes:

1. FLETE MARITIMO DE EXPORTACION LCL (CARGA SUELTA CONSOLIDADA)

Desde FOB puerto de origen hasta libre arribo puerto de destino:

ORIGEN	DESTINO	W/M ³ TON-M ³	MIN	FRECUENCIA	T.T. APROX	MDA
BUENAVENTURA	CALLAO	20	2 CBM	SEMANAL	4 DIAS	USD

2. RECARGOS EN ORIGEN

- BL USD 40.00
- CONSOLIDACIÓN PORTUARIA USD 18.00 W/M³ MÁX. USD 78.00
- MOUNTING USD 2.50 W/M³
- VGM FEE USD 25
- BODEGAJES AL COSTO

EL FLETE INCLUYE	EL FLETE NO INCLUYE
<p>*Recogida en piso de la bodega asignada en Sociedad Portuaria y ubicación en el módulo correspondiente hasta el momento del llenado de la carga.</p> <p>*Movilización regular para inspección antimarcócticos. (Previa al llenado, no incluye movimientos extras al programado por nuestro operador portuario).</p> <p>*Medición de la carga previa al llenado.</p>	<p>*Descargue de camión en puerto.</p> <p>*Zunchado y armado después de inspección antimarcócticos.</p> <p>*Bodegajes en puerto de origen.</p> <p>*Fumigaciones o extra-costos a que haya lugar para el manejo de las cargas dadas sus características, esta estarán a cargo del exportador.</p> <p>*Seguro de la carga.</p> <p>*Uso de instalaciones portuarias.</p> <p>*Costos en destino (Des consolidación, inspecciones, movimientos, bodegajes, etc.).</p>



Nota: Las puertos colombianos pueden presentar congestión portuaria en cualquier momento, ocasionando atraso en la llegada de los motonaves. Por ende ni la Naviera ni Interworld Freight, se responsabilizará por los extra costos (bodegajes y demás gastos portuarios), que pueda ocasionar el retraso o no embarque de las mercancías. Estos serán facturados al costo bajo soportes portuarios.

2. SERVICIO - SEGURO INTERNACIONAL DE EXPORTACION

En calidad de mandatarios ponemos a su disposición la siguiente tarifa de seguro a consideración, de acuerdo a las condiciones encontradas en el mercado

Desde Lugar de Origen hasta puerto de Destino.

Tarifa Para Mercancia General 0.45% Mínimo USD 90

3. SERVICIO TRANSPORTE TERRESTRE

CONCEPTO	TARIFA
VEHICULO TURBO EXPRESO HASTA 4 TON	\$ 920.000

4. SERVICIO DE INTERMEDIACIÓN ADUANERA

DETALLE	COP \$
Intermediación Aduanera	0,35 % sobre el valor CIF /FOB MIN 300.000
Manejo	100.000
Elaboración Documento de Exportación	20.000 C/u

NOTA EXPORTACION LCL

Oferta válida hasta: 15 JUNIO 2017

La presente oferta Comercial tiene carácter ejecutivo y se entenderá aceptada cuando recibamos de ustedes las instrucciones para el embarque.

- Los conceptos de Gastos en Origen serán cobrados únicamente en ORIGEN si los fletes son PREPAID y en DESTINO si los fletes son COLLECT.
- Las Sociedades Portuarias de Cartagena, Buenaventura, Muelles El Bosque y Contecar estarán facturando los bodegajes desde el día de ingreso de la carga y hasta el día de cierre del consolidado de INTERWORLD FREIGHT. A partir de esa fecha (cierre del consolidado) y hasta el zarpe, INTERWORLD FREIGHT facturará directamente al agente de carta y/o SIA que realice la reserva. INTERWORLD FREIGHT tiene 24 horas hábiles después del zarpe para enviar la facturación de su embarque.

BOGOTÁ Calle 100 No. 21-1841 - Oficina 400 Bogotá - Tercer Sector Promocional P.O. BOX 10747-10747 - Tel: (57) 312 2676 Email: www@iwlogistics.com	MEDELLÍN Calle 100 No. 440-1402 - Oficina 400 Medellín - Tercer Sector Promocional P.O. BOX 10747-10747 - Tel: (57) 312 2676 Email: www@iwlogistics.com	BUENAVENTURA Calle 100 No. 440-1402 - Oficina 400 Buenaventura - Tercer Sector Promocional P.O. BOX 10747-10747 - Tel: (57) 312 2676 Email: www@iwlogistics.com	CALLI Calle 100 No. 440-1402 - Oficina 400 Cali - Tercer Sector Promocional P.O. BOX 10747-10747 - Tel: (57) 312 2676 Email: www@iwlogistics.com	CARTAGENA Calle 100 No. 440-1402 - Oficina 400 Cartagena - Tercer Sector Promocional P.O. BOX 10747-10747 - Tel: (57) 312 2676 Email: www@iwlogistics.com
--	---	---	--	---

www.iwlogistics.com



3. Carga de mayor densidad (mayor peso que volumen) deberá ser manejada de la siguiente manera:
Peso x 1.5 x tarifa
4. INTERWORLD FREIGHT no es responsable por cambios, demoras, imprevistos ó fuerzas mayores que tengan las líneas involucradas en sus diversos movimientos; tampoco es responsable por extravíos, pérdidas, daños, etc., que sufran las mercancías, pues la responsabilidad es directa de las diversas líneas que intervienen en los transportes, sus agentes navieros, operadores portuarios y demás entes contratados o subcontratados directa o indirectamente por cada participante en cada operación. La carga se recibe en piso de la bodega asignada en la Sociedad Portuaria por la que se realice el embarque.
5. El manejo de las cargas peligrosas se dará previo diligenciamiento del formato de carga IMO, ficha técnica y aprobación de la línea naviera. Estos documentos deberán ser suministrados 8 días hábiles antes del cierre del consolidado. Aplica recargo entre USD200 y USD300 dependiendo de la línea. El valor de este recargo aplica únicamente para servicios Directos; aquellos que presenten algún tipo trasbordo, estarán sujetos a la aprobación y recargo adicional que aplique el agente y/ó líneas navieras en cada punto de trasbordo. Estos, serán facturados a quien efectúe la reserva que para tales efectos actúa como nuestro cliente.
6. INTERWORLD FREIGHT no se hace responsable del envío de carga que se notifique como general y en puerto demuestre etiquetas de carga peligrosa y no tenga previa autorización de la naviera. El cliente deberá asumir extra costos que se puedan general por cambio de contenedor en caso dado.
7. El exportador ó su SIA debe acompañar la carga con su respectiva carta e responsabilidad y presentarla ante las autoridades portuarias, tanto en el trayecto como en el momento de sus Inspecciones. Esto obedece a razones de seguridad.
8. Nuestras cotizaciones están basadas en condiciones actuales de mercado y cualquier variación por parte de las líneas que intervienen en el transporte, afectará esta en forma proporcional. Los gastos en origen que no sean parte del acuerdo de compra entre el importador y el proveedor en el exterior y que sin embargo se causen para el normal manejo de la carga hasta su embarque en puerto, serán cargados al importador ó consignatario de dicho despacho.

7. El exportador ó su SIA debe acompañar la carga con su respectiva carta e responsabilidad y presentarla ante las autoridades portuarias, tanto en el trayecto como en el momento de sus Inspecciones. Esto obedece a razones de seguridad.
8. Nuestras cotizaciones están basadas en condiciones actuales de mercado y cualquier variación por parte de las líneas que intervienen en el transporte, afectará esta en forma proporcional. Los gastos en origen que no sean parte del acuerdo de compra entre el importador y el proveedor en el exterior y que sin embargo se causen para el normal manejo de la carga hasta su embarque en puerto, serán cargados al importador ó consignatario de dicho despacho.
9. Por favor tener en cuenta que INTERWORLD FREIGHT no se hace responsable de su embarque si las dimensiones, el peso y número de piezas de la carga descritos en la reserva tiene una gran variación o no coinciden con la medición en puerto.
10. Si los datos del consignatario como Nombre, dirección, teléfono y persona contacto son errados, INTERWORLD FREIGHT, no es responsable por demoras en las notificaciones de arribo, costos y demás gastos generados en destino.
11. La cancelación de las reservas podrán realizarse 48 horas antes del cierre de la motonave, en caso contrario será facturada a la empresa solicitante los sobre costos a que haya habido lugar dentro de la programación de estiba, con una sanción no Mínima a los USD 200.

Cordialmente,

Javier Martinez
Ejecutivo de Cuenta
Interworld Group.
Av. Calle 26 N 69-63 - Of. 409
Edificio: Torre 26 Centro Empresarial
Tel: 57-1-3274747 Fax: 57-1-3274748
Bogotá-Colombia

BOGOTÁ Avenida Calle 26 N 69-63 - Oficina 409 Bogotá - Colombia Tel: 57-1-3274747 Fax: 57-1-3274748 E-mail: jmartinez@iwglogistics.com	MEDELLÍN Calle 75 No. 454 - Of. 207 Torre 7 Medellín Tel: 57-4-250 2100 Fax: 57-4-250 2100 E-mail: jmartinez@iwglogistics.com	BUENAVENTURA Calle 2da. 432 Of. 408 Centro Asistido Tel: 57-4-444700 Fax: 57-4-444700 E-mail: jmartinez@iwglogistics.com	CALI Calle de la Marina 59-20 Oficina 402 Tel: 57-3-2955424 Fax: 57-3-2955424 E-mail: jmartinez@iwglogistics.com	CARTAGENA Carrera 23 No. 24-68 Torre 2 Tel: 57-4-800776 Fax: 57-4-800033 E-mail: jmartinez@iwglogistics.com
---	--	--	--	---

www.iwglogistics.com