



UNIMINUTO

ANÁLISIS DE LA PREFACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE CARDAMOMO EN LA CIUDAD DE MANIZALES

GERALDINE ARDILA OSPINA

JULIAN ANDRES RUDEN CASTAÑO

JULIAN CAMILO PULECIO

Trabajo para optar al título de Especialista en Gerencia de Proyectos

Asesor Metodológico y Disciplinar:

LUIS FELIPE LOZADA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

FACULTAD DE POSGRADOS

GERENCIA DE PROYECTOS

IBAGUÉ, TOLIMA

2018

Contenido

RESUMEN.....	1
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
OBJETIVOS	5
Objetivo General.....	5
Objetivos Específicos.	5
JUSTIFICACIÓN.....	6
MARCO REFERENCIAL.....	8
Estado del arte	8
MARCO TEÓRICO	12
Plan de negocio.....	12
Características del Cardamomo	13
El cardamomo en el contexto nacional	14
Pertinencia de la comercialización del cardamomo en Colombia.....	17
METODOLOGÍA.....	19
Tipo De Estudio.....	19
Proceso metodológico.....	19
El presente estudio se basa en el estudio de los componentes del plan de negocios	19
ESTUDIO DE MERCADO	21
PRODUCTO	21
MARCA.....	22
LOGO.....	22
SLOGAN	23
PRECIO.....	23
PLAZA.....	23
DISTRIBUCIÓN FÍSICA NACIONAL	23
COSTOS	23
PROMOCIÓN.....	24
Estrategias de promoción	24
Publicidad.....	24
ESTUDIO TÉCNICO.....	25
LOCALIZACIÓN	25
Factores de localización	25
Método de calificación por puntos de factores.....	26

Toma de decisión	26
TAMAÑO DEL PROYECTO.....	26
Demandantes potenciales	26
INGENIERÍA DEL PROYECTO	28
Descripción del proceso	28
Diseño de planta	29
Proceso de servicio Flujograma.....	29
Impactos del proyecto	32
Impacto Ambiental.	32
Residuos solidos	32
Protección del medio ambiente	32
Medidas de mitigación y compensación.	32
ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	35
Tipo De Organización.....	35
Estructura Organizacional.....	35
MAPA DE PROCESOS	36
PERFIL DE CARGOS ADMINISTRATIVOS	36
MARCO LEGAL	42
DEFINICIÓN DE LA EMPRESA	42
CLASIFICACIÓN DE LAS SOCIEDADES.....	42
CONSTITUCIÓN LEGAL.	43
Registro único tributario (RUT).	43
Revisión técnica de seguridad (bomberos).....	43
Normas sanitarias y de salud (Secretaria de Salud).....	43
Normas de fabricación de alimentos y medicamentos (INVIMA).	44
<i>Uso del Suelo.</i>	44
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	45
FUENTES DE FINANCIACIÓN	45
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	50
ANEXOS	52
LISTA DE TABLAS	52
LISTA DE GRÁFICAS	52
BIBLIOGRAFÍA.....	53

RESUMEN

El presente proyecto pretende describir los procesos para la creación “**Colomaniza Cardamom s.a.s**” empresa dedicada a la comercialización de cardamomo en la ciudad de Manizales, adelantando la intermediación comercial entre el agricultor y las comercializadoras a nivel internacional garantizando que el producto cumpla los estándares de calidad para su exportación. Por lo anterior, se realizó el análisis del modelo de negocio en el cual se estructuran las condiciones de valor y diferenciación de la empresa a partir del estudio de mercado, en donde se analizan las variables de mercado la capacidad de oferta, en cantidades, calidad y precio. Se obtuvo información de fuentes secundarias que permitieron conocer la realidad del sector, su entorno y las exigencias del mercado internacional.

Desde el punto de vista técnico se estudiaron factores como la operatividad del producto, los procesos y los procedimientos, los parámetros técnicos especiales requeridos para alcanzar estándares internacionales. El diseño de la estructura organizacional y el estudio legal proporciona los elementos legales, administrativos y de negociación que se conviertan en estrategias exitosas que llevan al posicionamiento y éxito económico y financiero del Plan de Negocio.

En el estudio financiero se consolida la información de proyección de ventas estructura de costos del proyecto, gastos administrativos y demás identificados en la cadena de valor del negocio. Los resultados encontrados en cada una de estos componentes nos permitirán en las conclusiones determinar la viabilidad del proyecto empresarial.

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Las plantas aromáticas, medicinales, condimentarias y afines (PAMCyA) se caracterizan por contar en su composición química con cantidades apreciables de compuestos químicos fácilmente perceptibles por el olfato y que les confieren características de uso diferencial (bareño y clavijo, 2006) estos compuestos denominados fotoquímicos, son principalmente fenoles y derivados fenólicos, que se encuentran en hojas, tallos, flores, frutos, raíces de la planta (Pacheco y Pohlan, 2006).

Denominadas comúnmente como “hierbas” aromáticas, por su carácter herbáceo como la menta, el tomillo, el orégano; y en algunos casos plantas arbustivas como el romero, la ruda, entre otras; también las hay con características arbóreas como la canela, la nuez moscada y el eucalipto (Palacio, 2000). El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural hace énfasis en los ‘usos’ y potencial económico de estas especies (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2009)¹⁴. Las plantas aromáticas tienen uso condimentario, medicinal, ornamental cosmético y otros. Las formas de uso-consumo son: en fresco, deshidratado y como aceite esencial (Portilla, 2007)

Las plantas aromáticas, medicinales, condimentarias y afines (PAMCyA) y sus derivados, representan una importante materia prima que puede ser fuente de productos novedosos con alto valor agregado, de creciente interés para la industria y el comercio mundial. Esto constituye una gran oportunidad en términos de la incursión a mercados más sofisticados, de productos innovadores, con precios más atractivos, en los que productos colombianos pueden marcar la diferencia. Dicho potencial, es de gran relevancia de cara a la tendencia global de consumo de productos cada vez más naturales en todos los ámbitos, como una respuesta al interés del ser humano por su bienestar, su salud y su belleza, sumado a un despertar ambiental, social y ético, que da valor a los productos naturales, la protección del medio ambiente y el conocimiento tradicional. De esta cadena productiva una de las nuevas líneas que se está proyectando, es el de los aceites derivados de semillas, ya que tiene poco nivel de explotación. De allí que especias como el Cardamomo, sea uno de los cultivos que se ha proyectado en los últimos años en Colombia.

En Colombia el cultivo comercial del cardamomo con fines de exportación se conoce desde el año 2001, fecha en la cual se creó en Antioquia la Cooperativa Agroindustrial del Suroeste Antioqueño (Coopagrinsa), esta cooperativa se encargó de promover el cultivo de cardamomo, ofreciendo a los campesinos todo el acompañamiento durante el cultivo, cosecha y post cosecha.

Solo hasta el año 2005 se logró consolidar la primera carga de 10 TM de cardamomo seco que fue exportada a Arabia Saudita; de esa fecha hasta hoy Colombia ha exportado casi 500 toneladas de este producto a países de Asia y Medio Oriente, cubriendo una pequeña cuota del mercado de cardamomo a nivel mundial. Si bien es cierto que la demanda mundial de cardamomo, concentrada principalmente en Asia y Medio Oriente, ha variado mucho durante los últimos cinco años y con ella el precio del producto en el mercado internacional, también es cierto que los niveles de demanda han permanecido superiores a las 10000t al año. Este escenario

presenta una amplia gama de oportunidades para el fortalecimiento de una nueva cadena productiva en el departamento de Caldas y la ciudad de Manizales.

Aunque la economía del departamento de Caldas depende aproximadamente de un 54 % de la producción de café, se busca fortalecer los demás encadenamientos productivos de la región para la exportación. Si bien dentro de los análisis económicos no se proyecta el cardamomo dentro de estas, es una línea de negocio altamente rentable que se viene explotando a lo largo y ancho de la región y con una demanda en crecimiento del producto para los mercados internacionales. (2017)

Según cifras reportadas por el DANE a precios corrientes de 2016, el Eje Cafetero suma un Producto Interno Bruto de \$32.835 miles de millones de pesos, representando el 3,8% del PIB nacional, con una cifra similar a la producción departamental de Atlántico, Bolívar o Meta.

Desagregando por los tres departamentos que componen a la región cafetera, se muestra que Caldas y Risaralda participan en igual proporción del 40% en la generación de valor agregado regional, seguido de Quindío con una participación del 21%. Así, desde el año 2000 la composición en el PIB del Eje Cafetero no ha variado mucho, con una ganancia de 2,55 pp para Risaralda y 0,23 pp para Caldas y una pérdida de 2,78 pp para el Quindío. En el contexto nacional, el Eje Cafetero ha perdido 0,5 pp en la participación del PIB nacional desde el año 2000. Con estas cifras de PIB nominal (a precios corrientes), el PIB per cápita (por habitante) en el Eje Cafetero es en promedio de \$12.900.714, estando por encima en Risaralda (\$13.637.969) y Caldas (\$13.124.107) y, por debajo en Quindío (\$11.940.067).

Tabla 1. Variación anual del PIB del Eje Cafetero por departamentos según actividades económicas. 2015 – 2016. Precios constantes 2005.

	Caldas		Quindío		Risaralda	
	2015	2016pr	2015	2016pr	2015	2016pr
PIB	2,4	1,8	4,8	2,7	3,3	4,5
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	4,5	-1,2	0,2	1,4	1,6	2,8
Explotación de minas y canteras	-7,8	12,8	14,3	-4,2	2,5	9,8
Industria manufacturera	7,5	3,4	6,1	-4,6	6,0	-2,0
Suministro de electricidad, gas y agua	-5,5	2,2	3,7	2,1	4,1	3,2
Construcción	-3,5	0,2	12,7	8,5	1,8	28,2
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	5,7	1,7	5,1	1,6	5,1	2,0
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2,3	0,4	2,1	2,0	2,2	0,6
Actividades financieras, seguros, inmobiliarias y servicios a las empresas	2,9	2,7	4,9	4,5	4,0	3,5
Servicios sociales, comunales y personales	2,7	2,2	3,1	1,9	3,0	1,7

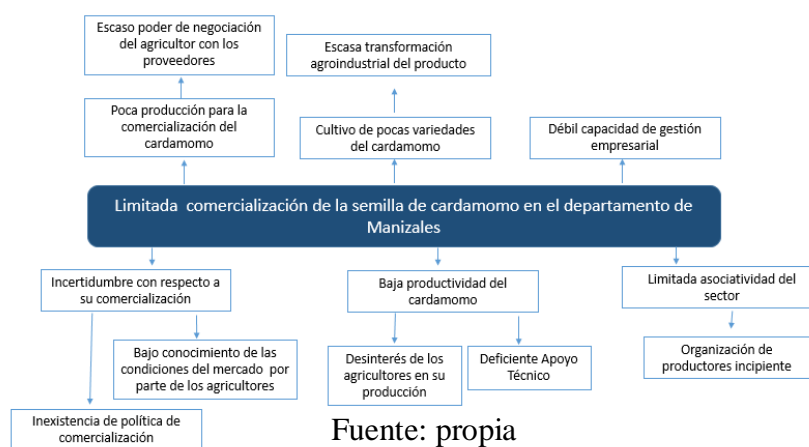
Fuente: Cálculos Estudios Económicos de la CCMPC con base en Cuentas Departamentales - DANE

Las regiones de caldas que tienen mayor vocación agrícola son el bajo occidente, norte caldense y el alto oriente zonas con condiciones propicias para el cultivo del cardamomo que podría establecerse como una cadena productiva que ayude a jalonar la economía de la región.

El marco anterior presenta un escenario favorable para la comercialización del cardamomo con fines de exportación, pero esta oportunidad de abrir un nuevo mercado se ha desarrollado de manera incipiente, toda vez que los productores agrícolas no han mostrado un gran interés por su producción, prefiriendo el desarrollo de cultivos tradicionales que para ellos tienen mayor nivel de éxito.

Por otra parte al no contar con una política de fomento al cultivo de este producto a nivel nacional o departamental y los limitados conocimientos del mercado internacional, existe un alto grado de incertidumbre para los productores para incursionar en este cultivo. Así mismo, la no existencia de una comercializadora que compre las cargas de su producto y que adelante el proceso de preparado de la semilla acorde a los estándares requeridos para su exportación en una de las causas de la limitada comercialización de cardamomo en el departamento de Manizales. Esta dinámica nos lleva a configurar el siguiente escenario problemático para su comercialización:

Figura 1: Árbol de problema



Fuente: propia

Con base a los referentes anteriores, surge la siguiente pregunta ¿Es viable el desarrollo de una empresa comercializadora de cardamomo en el municipio de Manizales?

De este surgen las siguientes preguntas de investigación

Cuáles son los elementos técnicos que se requieren para el proyecto?

Que estrategias se deben implementar para atraer el mercado objetivo

Una empresa comercializadora de cardamomo en Manizales alcanzara la sostenibilidad financiera?

Qué tipo de estructura organizacional es la adecuada para una empresa comercializadora?

OBJETIVOS

Objetivo General.

Determinar la viabilidad técnica, administrativa y financiera del desarrollo de un plan de negocios de una empresa dedicada a la comercialización de cardamomo en la ciudad de Manizales.

Objetivos Específicos.

1. Definir el mercado objetivo y las estrategias de mercado que garanticen la viabilidad de una comercializadora de cardamomo.
2. Establecer los procesos operativos que se requiere para la comercialización del cardamomo.
3. Determinar un estudio administrativo que presente las diferentes características y cargos que se deben implementar en una empresa comercializadora de cardamomo
4. Adelantar el análisis económico financiero para determinar la rentabilidad y viabilidad del proyecto.
5. Estructurar el informe del estudio de prefactibilidad que nos permita responder la pregunta de investigación.

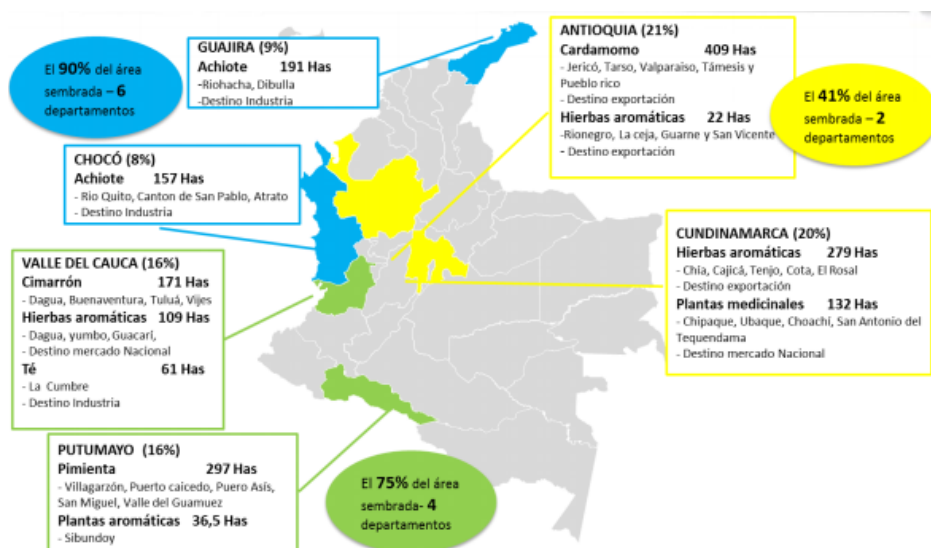
JUSTIFICACIÓN

El proceso de apertura económica que vive Colombia desde 1990, reflejado hoy en buena medida con la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) con los Estados Unidos de Norteamérica (EE.UU.) y con algunos países de Centro y Suramérica, proyecta para los empresarios del país, desde una visión optimista, la apertura a un mercado amplio para los productos colombianos que promete un aumento importante en la tasa de exportaciones y por tanto, un incremento en el crecimiento de la producción industrial. Sin embargo, por otro lado, se prevé la entrada masiva al País de diversos productos, con ofertas de excelente calidad, bajo precio y entrega rápida, generando así, exigencias competitivas para las empresas colombianas (Zuluaga, 2008).

En este marco Colombia ha incursionado en la búsqueda de materiales vegetales que puedan ser sometidos a procesos competitivos a nivel nacional e internacional, ya sea a partir de los productos agrícolas de gran trayectoria o de aquellos no tradicionales con el fin de impulsarlos por su proyección (Gil, Restrepo, Millán, Alzate, & Rojano, 2014). Entre estas la cadena de las plantas aromáticas, medicinales, condimentarías y afines (PAMCyA).

El área sembrada de cultivos comerciales de plantas aromáticas, medicinales y condimentarías es aún pequeña en comparación con el área agrícola total sembrada en Colombia, ocupando menos del 1% de la superficie. No obstante, cabe destacar que estos cultivos son por lo general intensivos y rentables en pequeñas extensiones, generando cosechas durante todo el año. Es así como el área sembrada ha incrementado en un promedio de 10% anual durante los últimos 5 años

Mapa regiones productoras de plantas aromáticas, medicinales, condimentarías y afines.



Fuente: Mapa realizado por Secretaría Técnica Nacional de Cadena, con datos de evaluaciones Agropecuarias 2008-2014

Las exportaciones Colombianas de hierbas aromáticas y condimentarias pueden incrementarse drásticamente en muy poco tiempo, dado que se trata en su mayoría, de cultivos de ciclo corto, que con el apoyo apropiado puede aumentarse rápidamente. Esto sumado a la experiencia exportadora del subsector y al acceso real a los principales mercados del mundo, representa una puerta abierta que el país debe consolidar. Los antecedentes anteriores muestran un escenario favorable para el fortalecimiento de la cadena productiva del cardamomo en el departamento de caldas en donde si bien se desarrollan cultivos de esta semilla no en las cantidades requeridas para la demanda mundial.

La semilla de cardamomo es la tercera especia de mayor valor económico a nivel mundial después del azafrán y la vainilla, es un componente del curry, y es conocida popularmente como la “reina de las especias”. La especie oficial está constituida por *Elettaria cardamomum* (L.) Maton, perteneciente a la familia Zingiberaceae. Es originaria del sur de la India donde ha sido tradicionalmente empleada como condimento, medicamento y en ceremonias religiosas. Cuando la India fue conquistada y colonizada por los ingleses en el siglo XIX, éstos establecieron plantaciones, convirtiendo a la India en el principal productor de cardamomo del mundo (Korikanthimath y cols., 2002). Posteriormente, en 1914 fue introducido su cultivo en Guatemala, convirtiéndose en 1980 en el primer productor y exportador del mundo (Chempakam y Sindhu, 2008).

La demanda mundial de cardamomo, si bien es variable, nunca ha disminuido a menos de 10000 TM por año y siempre ha mantenido precios competitivos para los diferentes países productores, es un sector que a pesar de enfrentar épocas de sobreoferta y su consecuente baja en los precios internacionales, nunca ha registrado una crisis comercial y teniendo en cuenta la diferencia que existe entre la demanda mundial del producto y la oferta de Colombia en la producción de cardamomo, se puede proyectar un mercado potencial muy superior que permite estimar el crecimiento de las exportaciones en más de un 30% a mediano plazo.

Por otra parte se visibiliza que la tendencia constante al alza en los precios de la especia en todo el mundo, fortalece las proyecciones de rentabilidad en torno al negocio de la exportación de cardamomo al mercado objetivo, esto sumado a la gran demanda del producto en el Medio Oriente y Asia. Consideramos entonces, que es un buen momento para incursionar en dicho mercado bajo un modelo de integración horizontal que garantice la reducción de los costos, la optimización de los recursos a utilizar, el aseguramiento de la calidad e inocuidad del producto, la conquista de una mínima cuota de mercado, y la negociación de un precio competitivo que permita obtener un buen margen de utilidad

Partiendo de los supuestos anteriores, el estudio de prefactabilidad de la empresa comercializadora de cardamomo **Colomaniza Cardamom s.a.s.** permitirá determinar el potencial de éxito de su implementación en el departamento de Manizales como una impulsora del sector agropecuario .

MARCO REFERENCIAL

Estado del arte

La seguridad alimentaria se da cuando todas las personas tienen acceso físico, social y económico permanente a alimentos seguros, nutritivos y en cantidad suficiente para satisfacer sus requerimientos nutricionales y preferencias alimentarias, y así poder llevar una vida activa y saludable. (ONU, 2018)

En Colombia se han llevado estudios, que reúnen aspectos importantes de la seguridad alimentaria como políticas estatales, educación, salud, medio ambiente, alimentación, nutrición, acceso a servicios públicos y saneamiento básico, haciendo gran énfasis en el componente cultural para producir y transformar alimentos, que deben darse en todas las áreas desde la individual, familiar, local, nacional e internacional (Rios Garcia, Alonso Palacio, Erazo Coronado, & Perez, 2015). En este marco Colombia ha incursionado en la búsqueda de materiales vegetales que puedan ser sometidos a procesos competitivos a nivel nacional e internacional, ya sea a partir de los productos agrícolas de gran trayectoria o de aquellos no tradicionales con el fin de impulsarlos por su proyección, como la curuba, gulapa, cúrcuma, entre otros (Gil, Restrepo, Alzate, & Rojano, 2014)

Uno de los cultivos que se ha proyectado en los últimos años en Colombia es el Cardamomo, especialmente en el Suroeste Antioqueño, donde ya existen grandes zonas sembradas y en producción; sólo en el municipio de Támesis, en el año 2002, existían 31 hectáreas sembradas con cardamomo. En otro municipio de esta región, en Valparaíso (Antioquia), se formó la Cooperativa Agroindustrial del Suroeste Antioqueño (COOPAGRINSA), la cual es una de las entidades que participa en este proyecto. Esta cooperativa tiene en la actualidad alrededor de 50000 plantas de cardamomo, las cuales se estima que produjeron a finales del año 2003 unos 75000 kg de semilla, que se exportaron a Arabia (Fenalce, 2003) (Biju, Vinuthaa, Martin, & Kwang, 2017).

El cardamomo es una planta herbácea, perenne, con un rizoma del que crecen de 6 a 20 tallos de 4 m o más de altura. El tallo es erecto, articulado y liso, envainado por largas hojas que brotan del rizoma; alternas y lanceoladas de 40-60 cm de longitud (Capasso, 2011). Sus semillas son de unos 4 mm de longitud, 3 mm de anchura y un tanto angulosas de color marrón oscuro a negro, con un olor fuertemente aromático y sabor agradable, aunque ligeramente picante (Trease y cols., 1986). Es originaria de los bosques monzónicos de los Ghats Occidentales en el sur de la India, zona montañosa de la costa de Malabar. Esta área se ha conocido como las colinas del cardamomo (Korikanthimath, 2002).

El uso del cardamomo se remonta a la antigüedad en los textos sánscritos de Susruta (siglo IV a.C), médico indio fundador del Ayurveda o sistema de medicina tradicional india, se menciona el cardamomo como ingrediente en diferentes preparaciones y también es empleado en ofrendas durante las ceremonias. Los griegos lo importaban junto con otras especias de Oriente, y lo

llamaron kardamomon. Tanto ellos como los romanos, utilizan esta especia para perfumes, ungüentos y aceites aromáticos. Los árabes fueron los principales comerciantes de especias indias, entre ellas el cardamomo (Madhusoodanan & Ravidran , 2003)

Así mismo, Surendra y otros (2012) reportaron que el cardamomo posee actividad hipolipidémica, ya que se reducen los lípidos aterogénicos hasta un 12 % (Kumar, Vartika , & Dharm, 2012) de igual forma, Kumar y colaboradores (2012) confirmaron la actividad fibrinolítica y la capacidad antioxidante total estudiada en pacientes con cardiopatía isquémica. Moteki y colaboradores (2002) realizaron un estudio sobre la influencia positiva del 1,8-cineol sobre pacientes con leucemia HL-60. Así mismo, Huang y otros (2007) realizaron un estudio sobre la recuperación del tejido gastrointestinal de los ratones sometidos a diferentes dosis de un extracto de cardamomo (Huang, Moteki, & Kumar, 2012)

Otras propiedades atribuidas al cardamomo como carminativo, estimulante, antiespasmódico, así como su capacidad de conferir un aroma y sabor característico lo han posicionado en la industrias alimentaria y farmacológica (Hoyos , Afanador, Kumari, Abhijit, & Rubilar, 2016)Lo anterior, ha permitido que el uso del cardamomo en la industria de los alimentos se origine desde la cultura hindú y en la actualidad se haya extendido con mayor fuerza en Asia, por toda Europa y Norteamérica, no solo por sus atributos sensoriales sino, además, por sus beneficios sobre la salud (Rajeev , Ravishankar, & Karim, 2010)

Por lo anterior, el cardamomo se ha consolidado como una de las principales especias de consumo a nivel mundial y es utilizado en forma de polvo molido, pero el uso de otras formas, tales como su aceite esencial u oleoresina debido a su facilidad de aplicación se emplea en confitería, panadería, té, café, productos lácteos, también es usado en la industria farmacéutica y cosmética (Najafi, Mortazavi, & Sengottuvelu, 2011). La semilla de cardamomo es la tercera especia de mayor valor económico a nivel mundial después del azafrán y la vainilla, es un componente del curry, y es conocida popularmente como la “reina de las especias”. La especie officinal está constituida por *Elettaria cardamomum* (L.) Maton, perteneciente a la familia Zingiberaceae.

Las propiedades y características del cardamomo han sido ampliamente estudiadas, entre estos se presentan las siguientes consideraciones:

- El aceite de cardamomo posee diferentes componentes volátiles especialmente el Eucaliptol 1,8 cineol y el Acetato de α -terpenilo adecuados para ser usados como aditivo en la industria de los alimentos y en la farmacéutica. (Torrenegra Alarcon, Pajaro, & Leon Mendez, 2017)
- La semilla seca de cardamomo está compuesta por aceites volátiles, aceite grasos, pigmentos (clorofila, β -caroteno, feofitina), celulosa, lignanos, flavonoides, glucósidos esteroideos, cumarinas, estilbenos, compuestos fenólicos, almidón, silica, oxalato de calcio y minerales (Mukhopadhyay, 2000b; Purseglove, Brown, Green, & Robbins, 1981). Los principales componente de la semilla son el almidón (50 %) y fibra cruda, pero su fracción volátil es la responsable del aroma y sabor la cual depende de la variedad, las condiciones agronómicas, poscosecha, secado y tiempo de almacenamiento (Purseglove & Gochev , 2012).
- La cromatografía gaseosa ha demostrado que las esencias de diversas variedades de cardamomo poseen la misma composición cualitativa (Najafi, Mortazavi, &

Sengottuvelu, 2011). Sin embargo, algunos estudios mostraron que la variedad, edad y región de cultivo son algunos de los principales factores que afectan la composición química del aceite de cardamomo (Chempakam & Sindhu, 2008).

- El cardamomo líquido posee aromatizantes que son inestables en presencia de aire, luz, humedad y altas temperaturas; los compuestos cíclicos se convierten en cetonas, causando deterioro de los compuestos y convirtiéndolos en peróxidos que confieren un efecto sensorial no deseable (Najafi, Rassoul, Mortazavi, & Ali, 2010)
- El aceite de cardamomo que se obtiene, tiene la capacidad para ser trabajada a altas temperaturas y también posee antioxidantes naturales que lo hacen más estable; el contenido de aceites volátiles es del 60 % y no volátiles del 40 %. (Sardar, Tarade, & Shingal, 2013)
- El mayor rendimiento del aceite de cardamomo se obtuvo en los valores de (400 bares) y a una temperatura (50 °C). Lo que puede ser explicado por la capacidad que tiene el CO₂ en sus condiciones supercríticas de aumentar su difusividad, penetrabilidad y mayor transferencia de masa del soluto a las condiciones utilizadas, mejorando los rendimientos de extracción a pesar de no presentar una solubilidad superior a la de los solventes líquidos según (Luque de Castro & Varcacel Cases, 1993)

El estudio del cardamomo no se ha centrado solo en sus propiedades sino también en aspectos relacionados, entre estos Soto (Paz Soto, 2009) encontró asociados al cultivo de cardamomo en la aldea Campur especies de insectos, hongos, bacterias, nemátodos y especies arvenses.

- Las especies de insectos asociadas con el cultivo de cardamomo son: *Tomolips* sp, *Mydocha serripes*, y *Atta* sp.
- Las especies arvenses asociadas con el cultivo de cardamomo son: *Ageratum houstonianum* Mill, *Hyptis intermedia* Epling y *Ipomea* sp.
- Los hongos asociados con el cultivo de cardamomo son: *Rhizoctonia Solani*, *Glomerella cingulata*, *Colletotrichum* sp., *Colletotrichum gloeosporioides*, *Sclerotium* sp., *Cladosporium* sp., *Pyricularia* sp., *Helminthosporium* sp., *Cercospora* sp. Y *Fusarium* sp.
- La bacteria asociada con el cultivo de cardamomo es *Erwinia* sp.
- Las especies de nemátodos asociados con el cultivo de cardamomo son: *Tylenchus* sp. *Meloidogyne* sp., *Pratylenchus* sp., *Helicotylenchus* sp., y *Paratylenchus* sp. (soto 2009)

En cuanto a los fines comerciales, a nivel nacional ha presentado las siguientes conclusiones:

Palvas y Vega (2000) estudiaron la implementación del proceso de extracción con cero emisiones utilizando la destilación con vapor o con arrastre de vapor, el rendimiento de aceite extraído de la semilla de cardamomo fue del 5 %, concluyendo que para Colombia país agroindustrial la implementación de este sistema de extracción se aceite esencial de cardamomo a escala de pequeños y medianos agricultores se constituye como una buena alternativa para obtener un producto con mayor valor agregado siempre y cuando se haga un exhaustivo análisis de mercado de este aceite en particular

La caracterización bromatológica y microbiológica de la semilla de cardamomo proveniente del suroeste antioqueño cumple con los estándares exigidos en la normativa colombiana para ser categorizada como materia prima para la industria de alimentos. Siendo el mayor porcentaje que se encontró la proteína. La extracción por fluidos supercríticos con CO₂ a escala semi-industrial del aceite esencial de las semillas de cardamomo se realizó a las mejores condiciones de presión (400 bares) y temperatura (50 °C) condiciones que se encontraron en el análisis a escala de laboratorio, permitieron obtener buen rendimiento del aceite esencial (8,54 %), caracterizado por la presencia de compuestos volátiles superiores al 90 % destacándose la presencia del 1,8-cineol (28,37 %) y el acetato de α-terpenilo (32,93 %) tanto en la identificación por cromatografía gaseosa GC y por cromatografía gaseosa acoplada a masas GC-EM, que corresponde a un perfil sensorial con atributos que sobresalen a herbal, menta, floral y refrescante, pero bajo en aroma alcanforado. Las microencapsulación del extracto permitió obtener una eficiencia con respecto al porcentaje encapsulado de 1,8-terpenilo (34,7 %), así mismo esta presentación del extracto es una opción para el uso del extracto de cardamomo en polvo a temperatura ambiente con una solubilidad en medio acuoso de 0,2 g/100g H₂O, propiedad que facilita la incorporación en diferentes matrices alimentarias dado el tamaño de partícula. Las microencapsulación del extracto permitió obtener una eficiencia con respecto al porcentaje encapsulado de 1,8-terpenilo (34,7 %), así mismo esta presentación del extracto es una opción para el uso del extracto de cardamomo en polvo a temperatura ambiente con una solubilidad en medio acuoso de 0,2 g/100g H₂O, propiedad que facilita la incorporación en diferentes matrices alimentarias dado el tamaño de partícula. (García Morlesín, 2016)

Recientes estudios genéticos basados en el ADN, han puesto de manifiesto que *Elettaria cardamomum* (L.) Maton es sinónimo botánico de otras especies del mismo género y otros géneros como *Alpinia*, *Amomum*, *Cardamomum*, *Matonia* y *Zingiber* que eran considerados no officinales, por ejemplo *Elettaria cardamomum* var. *major* (cardamomo largo). (García Morlesín, 2016)

Con el objetivo de incrementar, en Colombia, las ganancias derivadas de este cultivo, se inició un estudio de optimización técnica y económica para extraer aceite, dicha optimización conducirá al diseño de un proceso industrial. Los parámetros de diseño fundamentales se obtendrán a partir del estudio técnico a escala de yuhuy laboratorio y de la evaluación técnica y económica en planta piloto. En este artículo se reportan los resultados de la investigación desarrollada a nivel de laboratorio. Las técnicas a escala de laboratorio evaluadas para la extracción de aceite fueron arrastre con vapor, hidrodestilación (Sáez & Pavas, 2000) y extracción con solventes (Martínez, 2003). Se usaron solventes polares-próticos (etanol y metanol) y apolares-apróticos (pentano, hexano y ciclohexano). Los aceites esenciales son metabolitos secundarios, no indispensables para el desarrollo de las funciones vitales de la planta. Químicamente consisten en mezclas de pequeñas moléculas orgánicas del grupo de los terpenoides, cuya molécula unitaria con cinco átomos de carbono es el isopreno. Un aceite esencial suele poseer de diez a quince componentes principales y otros tantos muy escasos, o trazas. El número y tipo de componentes, así como sus proporciones, pueden experimentar importantes cambios dentro de una misma especie botánica, sea por razones ecológicas (luz, temperatura, altitud), agronómicas (época de siega, abonado) o puramente genéticas (quimiotipos o variedades químicas). (King & Catch Pole, 1993)

MARCO TEÓRICO

Plan de negocio

Análisis del mercado: El plan de mercadeo como usualmente es conocido es una parte vital del plan de negocio, es el estudio del mercado donde el resultado es cuantificado y medido, con este estudio se determina el mercado objetivo, el mercado potencial y la demanda; en este segmento se debe identificar el perfil del cliente, la aceptación del producto, tendencias de consumo, competencia directa, indirecta, productos sustitutos, localización de fortalezas y debilidades de la competencia. Con base en esta información se pueden definir las siguientes estrategias: (Serrano Gómez & Villaraga, 2013)

- Estrategia de producto.
- Estrategia de precio.
- Estrategia de ventas.
- Estrategia de comunicación.
- Estrategia de introducción al mercado.

Análisis técnico: El análisis técnico es una de las estrategias más importantes que se pueden implementar. Ya que desde la distribución de la planta, la logística de entrega del producto, hasta el manejo postventa del mismo son de vital importancia para reducir costos en ambas formas.

Análisis administrativo y legal: Los análisis administrativo y legal son los que determinan el orden de una empresa y como se piensa disponer de todos los recursos que tenga disponibles. Lo primero que se tiene que realizar son los lineamientos estratégicos, los cuales incluyen la misión y la visión.

Análisis financiero: Otro de los capítulos a tener en cuenta es el análisis financiero que permite determinar si el plan de negocios es viable y genera utilidades en un horizonte de cinco años. En él se estudian variables económicas para hacer las proyecciones.

Análisis social y ambiental: El análisis social y ambiental es fundamental para este proyecto, ya que es la razón de ser del mismo, pues no sólo enfoca en el desarrollo del producto hacia la reutilización y conciencia ambiental, sino que también se enfoca en las contribuciones que la empresa puede hacer a nivel social, creando una cultura ciudadana más responsable ambientalmente hablando y generando empleos, desarrollando así la economía de la región.

Características del Cardamomo

Su nombre científico es “*elettaria cardamomum*” es una planta perenne de la familia de las Zingiberales, o mejor conocidas en nuestro medio como las “platanillas o heliconias”; su cultivo se da en alturas que oscilan entre los 800 y 1900 msnm, alcanzando su desarrollo y producción óptimos en los 1300 msnm.

De esta planta se cosecha su fruto el cual viene en forma de cápsulas que aparecen en unos rizomas que brotan desde la raíz, el período de floración inicia a los 20 meses de plantada aproximadamente, y la primera cosecha se presenta 4 meses después, estos períodos pueden variar significativamente dependiendo de las condiciones de nutrición del terreno, la sombra sobre el cultivo, el drenaje y la frecuencia de lluvias. Por ser una planta perenne su ciclo productivo dura hasta 20 años de producción continua, con recolecciones de fruto cada dos meses y con volumen de producción por planta que oscilan entre 1 y 3 kilogramos por recolección.

Esta especia es la tercera más cara en el mundo, después del azafrán y la vainilla, su comercio existe desde los orígenes mismos de la cultura Asiática y del Medio Oriente; su consumo hace parte del día a día y está arraigado en las costumbres alimenticias de esa región; en párrafos anteriores se describió la importancia que tiene esta especia en la gastronomía de los países árabes y del Medio Oriente, siendo un producto de primera necesidad y por ende de consumo masivo en esas regiones, caracterizadas por un ingreso per-cápita alto y un gran respeto por sus tradiciones religiosas y culinarias, aspecto sumamente, si se tiene en cuenta que el consumo del cardamomo va ligado a todos esos aspectos.

Para que el cardamomo pueda exportarse, se debe someter el fruto a dos procesos sensibles pero que no demandan aplicaciones tecnológicas muy avanzadas; estos dos procesos son: el lavado y el secado, el primero de ellos busca eliminar cualquier tipo de contaminación del producto, tanto química (fungicidas, insecticidas, etc) como física (piedras, desechos vegetales, etc); el secado consiste en deshidratar el fruto sometiéndolo a una temperatura específica durante un tiempo determinado, con el fin de obtener las características del producto terminado acordes a los requerimientos del consumidor final, los cuales están estandarizados tal y como se mostrará a continuación.

El cardamomo seco tipo exportación debe contar con 3 características básicas que se convierten en los parámetros que evalúa el cliente a la hora de aceptar el producto en su país y que determina el precio del kilogramo en el mercado mundial, estos son: Diámetro o Talla, Color y Aroma. En cuanto a color y aroma, son aspectos que evalúa el consumidor de acuerdo a la percepción de sus sentidos, el más influyente es el color verde que debe conservarse después del proceso de secado; por su parte, el diámetro es la única de las 3 características que está estandarizada, así:

- ❖ **Diámetro (Size):** El cardamomo a nivel mundial se clasifica según el tamaño de la cápsula seca medido en milímetros, de la siguiente manera:

- a) **Bold:** Es el grado más popular en las exportaciones, la carga debe llevar mínimo un 90% de cápsulas con un diámetro igual ó superior a los 6.5 mm, maduras y de color verde.
- b) **Super Bold:** En esta clasificación el 100% de las cápsulas deben estar maduras, de color verde y tener un diámetro igual o superior a los 8 mm, esta especificación es escasa y difícil de cumplir.
- c) **Extra Bold:** Es la mejor calidad en el Mercado internacional, el 100% de las cápsulas deben ser maduras, de color verde y tener un diámetro entre los 7 y 8 mm; **Colomaniza Green Cardamom** pretende exportar únicamente el cardamomo que cumpla con ésta especificación.
- d) **Bulk:** Esta clasificación hace referencia al cardamomo tal cual es cosechado, contiene cápsulas de todos los diámetros, maduras y verdes, de distintos colores, sin depurar.
- e) **Small:** Contiene las cápsulas con un diámetro entre los 5.5 mm y 6.5 mm, no importa el color y debe estar libre de desechos.
- f) **Open / Splits:** Esta categoría contiene más del 60% de las cápsulas abiertas, de colores Amarillento y verdoso, todas deben ser maduras y tener un diámetro igual o superior a 6.5 mm.
- g) **Seeds:** Se refiere a las semillas extraídas de las cápsulas, el comercio de cardamom en ésta presentación es mínimo puesto que la cápsula es la que ayuda a conservar de manera natural el aroma y el sabor de la especia.
- h) **Fruit:** Esta clasificación contiene los frutos sobremadurados y cosechados tardíamente, su color es amarillo pálido, se comercializa para la industria pero su precio es muy bajo en relación con las otras categorías.

El principal mercado del cardamomo se encuentra en los países de Asia y Medio Oriente, en donde el consumo de esta especia es masivo y obedece a tradiciones ancestrales.

El cardamomo en esos países es un artículo de primera necesidad, puesto que se utiliza para condimentar todo tipo de alimentos, pero su principal uso es como endulzante del café, a tal punto que, en Arabia se da el nombre de *AL QAJWAH* al café mezclado con cardamomo y es tan significativo, que el grado de hospitalidad con que es recibido el visitante en un hogar Árabe, se demuestra con la cantidad de cardamomo utilizada para endulzar su café.

El cardamomo en el contexto nacional

El mercado de cardamomo seco a nivel mundial está regido, no por características de diferenciación o innovación de producto, sino por el cumplimiento de estándares pre establecidos como el color y el tamaño de las cápsulas, estas características están claramente detalladas en la descripción del producto hecha en el plan de negocio; en cuanto a la motivación de los

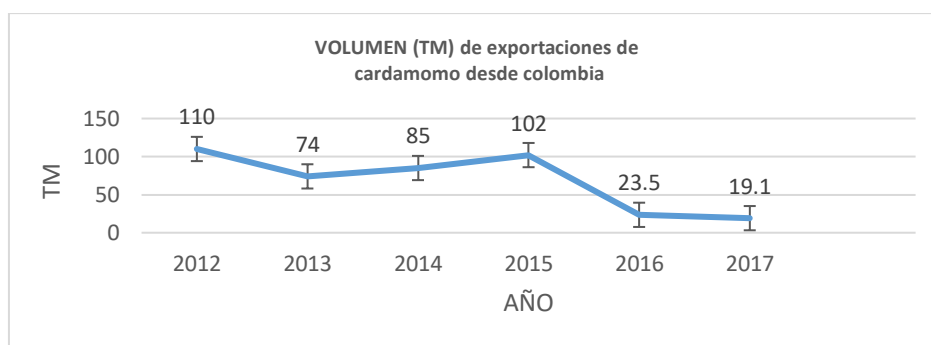
potenciales clientes, diremos que la principal es el precio de venta, razón por la cual se planea lanzar el producto con un precio de venta muy inferior al cotizado en el mercado mundial, sin embargo, **Colomaniza Cardamom s.a.s** planea ofrecer un servicio post venta que integra los modelos de logística verde y logística inversa, como valor agregado que diferencia nuestro producto del ofrecido por la competencia. En cuanto a las expectativas de los clientes potenciales, se concentran en la compra de un producto de buen color, buen tamaño y cumplimiento de estándares de calidad a bajo precio, aspectos que se han contemplado en todas las etapas.

La capacidad de compra de los potenciales clientes se aproxima con los anexos que muestran los requerimientos de cardamomo seco en varios países, información recolectada de redes B2B¹ reconocidas, en dichos requerimientos se solicitan cotizaciones de no menos de 10 TM mensuales, por lo que se estima que ese es el potencial mínimo de adquisición.

En cuanto a la evolución del mercado de cardamomo en Colombia durante los últimos años, a continuación presentamos unas gráficas que representan el comportamiento de las exportaciones de este producto hacia distintos países del mundo, basados en estadísticas suministradas por PROCOLOMBIA y que se mostrarán discriminadas por volumen (TM), Precio (USD) y Divisas que entraron al país por ese concepto.

En la gráfica 1 se observa una clara tendencia bajista en el volumen de exportaciones de cardamomo, pasando de 1110 TM en el año 2012 a 19.1 TM en el año 2017; ésta disminución sistemática obedece al incremento en la industrialización del sector en Colombia, comercializándose en el mercado internacional dentro de rubros como semillas pulverizadas y/o enteras o aceites esenciales, no suma en las estadísticas de cardamomo entero exportado.

Exportaciones de cardamomo desde Colombia

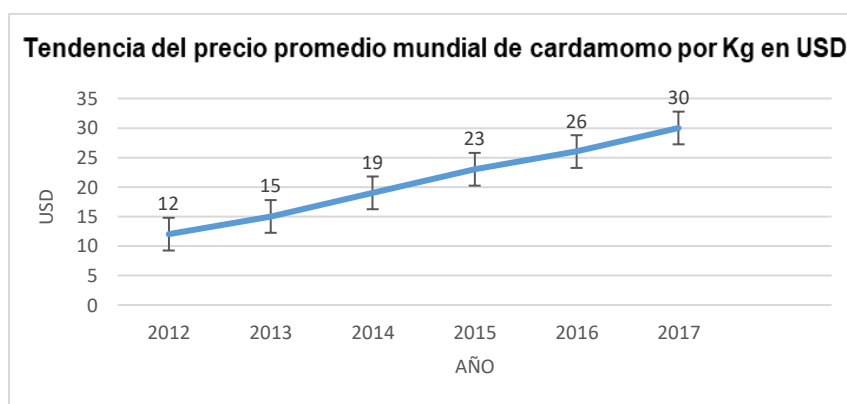


Gráfica 1- Fuente PROEXPORT (www.sicex.com)

Este escenario deja ver claramente que la cuota de mercado internacional por cubrir aumenta cada vez más, teniendo en cuenta que la demanda crece a un ritmo constante en Asia, Medio Oriente y en los últimos años en países como EEUU, Japón e Inglaterra.

La gráfica 2 enseña la tendencia del precio promedio por kilogramo de cardamomo verde seco pagado a Colombia en cada año, claramente en aumento a una tasa que ha oscilado entre el 20 y el 40 % al año. Gracias al alto consumo de esta especia en países desarrollados como Arabia Saudita, India, Pakistán, Japón, EEUU, Inglaterra, entre otros, con un ingreso per cápita medio-alto y alto, con economías sólidas y con alto poder adquisitivo, la demanda de este producto está garantizada así como el sostenimiento de un precio atractivo para empresas como “**Colomaniza Cardamom s.a.s**” que aspira a conquistar una mínima cuota del mercado mundial.

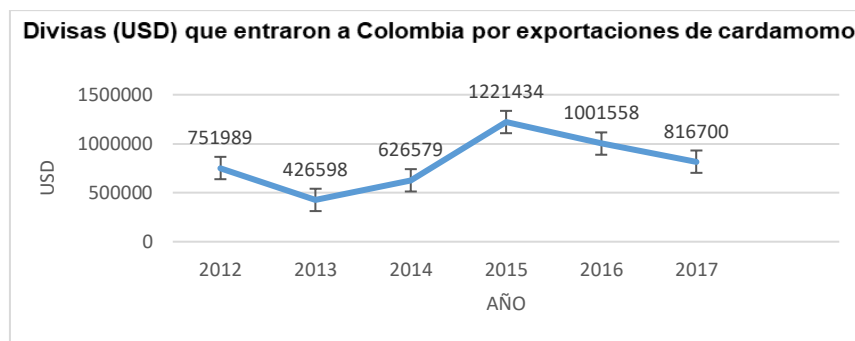
Tendencia del precio promedio mundial de cardamomo por Kg en USD



Gráfica 2 Fuente PROEXPORT (www.sicex.com)

Por último, la gráfica 3 muestra el monto total, por año, de las divisas que ingresaron al país por cuenta de las exportaciones de cardamomo; observamos un rango entre los USD 400.000 y USD 1'250.000, con un pico inferior en el año 2007 con USD 426.598 y un pico superior alcanzado en el año 2009 con USD 1'221.434. Sin embargo, estos datos cobran relevancia si tenemos en cuenta la relación entre precio y volumen (TM) exportado; lo que demuestra nuevamente la alta rentabilidad que ofrece el comercio internacional de esta especia.

Divisas que entraron a Colombia por exportaciones de cardamomo



Gráfica 3 Fuente PROEXPORT (www.sicex.com)

En conclusión, aunque no se tengan cifras concretas actualizadas sobre el consumo y la subsecuente demanda mundial de cardamomo, basta con comprender y dimensionar la importancia de éste producto en la cotidianidad y cultura de los países objetivo, para deducir que la demanda crece a un ritmo constante y que el precio, aunque varíe esporádicamente, sigue siendo muy rentable. Por estas razones, creemos que existe una oportunidad ideal para el ingreso de “**Colomaniza Cardamom s.a.s** en su labor de intermediación comercial”.

Pertinencia de la comercialización del cardamomo en Colombia

La comercialización del cardamomo aborda los siguientes factores que soportan su pertinencia:

- **Recurso Humano:** el proyecto ofrece la oportunidad para que el personal involucrado en todas sus etapas ponga en práctica sus conocimientos, competencias, habilidades y destrezas, en función de lograr los objetivos estratégicos trazados en el plan de negocio; y hagan de la empresa un organización generadora de utilidades, de satisfacción al cliente y de mejoramiento en la calidad de vida de sus empleados. Es importante mencionar que la mano de obra requerida se encuentra disponible en la región.
- **Tierra:** La zona rural en la región ofrecen las condiciones aptas para el acopio y distribución del cardamomo.
- **Mercado:** se concluyó que el potencial de mercado para el cardamomo es muy elevado frente a la oferta generada desde Colombia.
- **Crisis cafetera:** el sector cafetero en la región se encuentra en crisis, los niveles de productividad han descendido al igual que el precio, mientras que los costos de producción se han elevado, razones por las cuales el sector ha dejado de ser rentable para los pequeños y medianos caficultores obligándolos a explorar nuevas fuentes de ingreso, especialmente en cultivos alternativos; esto se convierte en un escenario ideal para promocionar e incentivar el

cultivo de cardamomo como opción a largo plazo con bajos costos de producción y alta rentabilidad.

- Topografía y clima aptos: según la información recopilada y los antecedentes en Antioquia relacionados con el cultivo de cardamomo, la topografía y clima ideales para este cultivo son: zona montañosa, niveles de pluviosidad superiores a 1500 mm al año, altura entre 800 y 1500 msnm preferiblemente 1300 msnm, temperatura entre 18 y 22 °C, mano de obra disponible y buenas vías de comunicación hacia los diferentes puertos de embarque internacional. Todo lo anterior se encuentra en la zona rural de Manizales, observándose un potencial muy grande para la implementación de un centro de acopio para la exportación.
- Rentabilidad: gracias a sus bajos costos de producción, a su modelo de integración vertical y los precios de venta competitivos, ofrece una alta rentabilidad lo que lo convierte en una alternativa muy rentable frente a otros modelos agrícolas para exportar en la región.
- Requisitos mínimos: gracias a la actual legislación vigente en Colombia, dirigida a motivar la creación de empresa en el país, así como de impulsar y proteger el sector agroindustrial y exportador; sumado a que el cardamomo es una *especia*, los requisitos para su comercialización son mínimos, además que su venta está exenta de IVA y de cualquier arancel para su exportación, aspectos que lo convierten en un producto fácil de comercializar internacionalmente.
- Apoyo de empresas del sector: durante la etapa de investigación de mercados, se identificaron empresas como Pentaunión S.A.S. cuya actividad económica principal es la exportación de cardamomo a Arabia Saudita; Merit Trade LLC, con sedes en Valparaíso-Antioquia y New York USA.
 - Estos factores se identificaron luego de realizar labores de investigación relacionadas con el cultivo y exportación de cardamomo en entidades como PROEXPORT, DIAN, ICA, Universidad de Antioquia.

METODOLOGÍA

Tipo De Estudio

La presente investigación busca determinar la viabilidad en la implementación de un plan de negocio de una comercializadora de cardamomo en el departamento de Manizales, para el desarrollo de la misma se adelantara una investigación de enfoque mixto.

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudios (Sampieri Hernández, 2014). Chen (2006) los define como la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno, y señala que éstos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (“forma pura de los métodos mixtos”); o bien, que dichos métodos pueden ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio (“forma modificada de los métodos mixtos”).

En resumen, los métodos mixtos utilizan evidencia de datos numéricos, verbales, textuales, visuales, simbólicos y de otras clases para entender problemas en las ciencias (Creswell, 2013a y Lieber y Weisner, 2010).

Proceso metodológico.

El presente estudio se basa en el estudio de los componentes del plan de negocios

Tabla 2 variables del plan de negocios

MERCADEREO	
Variable	Subvariable
Demanda de mercado y posibles clientes potenciales	Mercado objetivo del plan de negocio
	Ubicación del mercado objetivo
	Gustos y preferencias de los clientes potenciales
Fortalezas y debilidades de la competencia directa para determinar elementos de mercadeo que se deben utilizar en la creación de la empresa.	Comportamiento de compra y precios
	Empresas que puedan ser competencia directa en el departamento de Manizales
Plan estratégico de marketing a corto mediano y largo plazo a partir de la investigación de mercados	Estrategias de marketing de la competencia
	Estrategias de producto, precio, ventas, comunicación e introducción al mercado

Localización de la planta	Macrolocalización	
	Microlocalización	
Distribución de planta	Plano de distribución de planta	
	Materias primas	
Definición de productos	Proveedores	
	Técnicas de manufactura	
	TÉCNICO	
		SUBVARIABLE
VARIABLE		
Flujograma de procesos	Proceso productivo estándar	
Tratamiento postventa	Garantías, programa de logística inversa	
	Programa de logística inversa	
	Misión	
Lineamientos estratégicos	Visión	
	Objetivos	
	Valores corporativos	
	ADMINISTRATIVAS	
		SUBVARIABLE
VARIABLE		
	Organigrama	
	Perfiles de cargos	
Estructura y diseño organizacional	Descripción de cargos	
	Selección	
	Inducción	
	Capacitación	
	Política salarial	
	LEGALES	
		SUBVARIABLE
VARIABLE		
Documentos necesarios para establecer una empresa	RUT	
	RUE	
	FINANCIERAS	
		SUBVARIABLE
VARIABLE		
Proyección de ventas	Punto de equilibrio	
	Escenario optimista	
	Escenario pesimista	
	Escenario realista	
Proyección de costos	Costos fijos	
	Costos variables	
Proyección de producción	Decoración	
Proyección de consumo de materiales	Decoración	
Proyección de pago a proveedores	Forma de pago	
Proyección de CIF	Definición de CIF	
	Estados de resultados	
Estados financieros	Balance general	
	Flujo de caja	

Fuente: adaptado metodología del fondo emprendedor

ESTUDIO DE MERCADO

PRODUCTO

El cardamomo de Colombia se caracteriza por su intenso color verde y delicioso aroma y es cosechado cuidadosamente a mano, grano por grano.

Su origen se sitúa en los bosques monzónicos del sur de la India. Se cultiva sobre todo por sus picantes semillas negras, que crecen dentro de unas cápsulas de color verde pálido y con forma ovoide. De igual forma, existen unos grados de clasificación estandarizados internacionalmente para las exportaciones de cardamomo alrededor del mundo, basados igualmente en el diámetro de la cápsula y su densidad expresada en Wt/Lt (Peso/ litro), equivalente a gramos/centímetros cúbicos:

Tabla 3. Clasificación del Cardamomo según estándares de exportación

<i>Standard Export Grade</i>		
Item	Clasificación	Características
A	AGEB (Alleppey Green Extra Bold)	Cápsulas con diámetro igual o superior a 7 mm, de color verde y con una densidad de 0,435 gr/cm ³ .
B	AGB (Alleppey Green Bold)	Cápsulas con diámetro igual o superior a 6 mm, de color verde y con densidad de 0,415 gr/cm ³ .
C	AGS (Alleppey Green Superior)	Cápsulas con diámetro igual o mayor a 5 mm, con densidad de 385 gr/cm ³ .
D	AGS-1 (Alleppey Green Shipment Green-1)	Cápsulas con diámetro igual o superior a los 4 mm y con densidad de 0,350 gr/cm ³ .
E	AGS-2 (Alleppey Green Shipment Green-2)	Cápsulas con diámetro superior a los 4mm y con densidad de 0,320 gr/cm ³ .

Fuente: Propia

El producto ofrecido será cardamomo seco tipo exportación de grados AGEB y AGB, empacados en unidades de carga de 50 kg en bolsas negras de plástico biodegradable, con doble cierre hermético y re-sellables. A su vez, estas se empacaran en costales de fique biodegradable de forma que permita absorber la humedad e impactos leves que se generen sobre el producto.

Tabla 4. Composición química y contenido nutricional 100 gr

Nro	Contenido	Nro	Contenido
1	Calorías: 311 KCal.	8	Grasas monoins.: 0,9 gr.
2	Proteínas: 10,8 gr.	9	Grasas poliinsat.: 0,4 gr.
3	Colesterol: 0,0 Mg.	10	Calcio: 383,2 Mg.
4	Grasas sats: 0,7 gr.	11	Magnesio: 228,7 Mg.
5	Fósforo: 177,6 Mg.	12	Vitamina C: 21 Mg.
6	Potasio: 1.118,8 Mg.	13	Vitamina E: 0,0 Mg.
7	Sodio: 18,3 Mg.	14	Vitamina A: 0,0 IU

Fuente: Propia

Además del contenido nutricional, contiene de 2 a 8 % de aceite volátil, incluidos el terpineol, cineol, limoneno, sabineno y el pineno. Almidón (20-40%) y ácidos grasos (1 a 4%): caprílico, caproico, palmítico, esteárico, oleico y linoleico, además de fitoesteroles.

MARCA.

Una marca es un nombre, término, símbolo que pretende identificar los bienes y servicios de un vendedor y diferenciarlos de la competencia; para el caso bajo análisis se optó por COLOMANIZA CARDAMOM S.A.S. la cual hace un juego de palabras con el país y municipio de origen de la empresa (Colombia – Manizales)

LOGO.



Título: Colomaniza cardamom

Fuente: propia

Descripción: En el logo se enfatiza en la letra C que es la inicial del país de origen y de la semilla al igual se incluyen los colores de la bandera de nuestro país como referencia del origen de la marca.

SLOGAN

“ Productos de calidad”

Este slogan se implementara con el fin de exaltar la calidad como aspecto transversal de todos los procesos de la empresa que garanticen la satisfacción de nuestros clientes.

PRECIO.

Con relación a este ítem podemos decir que, “**Colomaniza Cardamom**” operando bajo un modelo de integración horizontal al encargarse de acopiar, procesar, empacar el producto , estará en capacidad de reducir los costos de producción llevándolos a un total aproximado de \$ 18500 /kg de cardamomo seco sin clasificar, calculando un 20% de producto que no cumple con los estándares tipo exportación, tenemos que el costo total de un kg de cardamomo seco tipo exportación será, aproximadamente, de \$ 35800, lo que nos permitirá ingresar al mercado con un precio competitivo.

Saco de 50 Kilogramos: Millón setecientos noventa mil pesos m/cte. (\$1.790.000)

PLAZA.

La dinámica de los negocios en el mundo actual ha puesto al servicio de sus objetivos comerciales a la internet, como medio eficaz y eficiente para reducir las distancias entre proveedores y consumidores, minimizar costos, segmentar los mercados y ampliar el espectro de oportunidades de negocio brindando la posibilidad de mostrar en tiempo real un portafolio de servicios o catálogo de productos a distintos clientes potenciales alrededor del mundo.

Es necesario mencionar que la planta de procesamiento de **Colomaniza Cardamom s.a.s** estará situada en la vereda El Rosario, jurisdicción de Manizales- Caldas, allí se adelantará secado, selección, empaque, embalaje y despacho del producto terminado con los estándares de calidad y especificaciones requeridos para la exportación por parte de nuestros clientes finales.

DISTRIBUCIÓN FÍSICA NACIONAL

Se ha localizado a los principales clientes potenciales dentro del país en la ciudad de Valparaíso y de Medellín, por lo que nuestro modelo de DFN muestra la manera como operará la logística para llevar nuestro producto hasta sus plantas de producción.

Para cumplir este objetivo se contratará un servicio con el operador de transporte de carga que mejores condiciones ofrezca en términos de cumplimiento, precio y buen manejo del producto.

COSTOS

Con la eliminación de la tabla de fletes que regía anteriormente los precios del transporte de carga al interior del país, los costos ahora se pactan directamente con el transportador y dependen del volumen a transportar, del tipo y modelo del vehículo y de la distancia a recorrer, por lo que

se calcula que el flete desde nuestro Centro de Acopio hasta la planta del cliente en Medellín se puede aproximar a \$ 160.000,00 por TM.

PROMOCIÓN.

Estrategias de promoción

Gracias al bajo precio de lanzamiento de nuestro producto (Saco de 50 Kilogramos: setecientos catorce mil novecientos cuarenta y siete pesos m/cte. (\$726.741) no es posible ofrecer promociones ni descuentos especiales.

Publicidad

Para la difusión de nuestro producto y el posicionamiento de nuestra marca se utilizaran las redes de negocios B2B (Business To Business) en la internet, estos espacios cada vez más utilizados están diseñados para facilitar la segmentación de los mercados y le garantizan al vendedor mostrar sus productos en vitrinas virtuales especializadas vistas por clientes potenciales en todo el mundo; al mismo tiempo, esta herramienta facilita las búsquedas de los compradores disminuyendo el tiempo necesario para encontrar lo que se necesita, acercando al proveedor con el cliente y potencializando el poder de decisión de los compradores.

Otras actividades, publicidad y promoción

implementación de un programa de comunicación integral que abarca el ángulo publicitario, estrategias de medios y editoriales y presencia en eventos de alto perfil que permita dar a conocer nuestro producto a las exportadoras

Campañas promocionales por radio

Teniendo en cuenta la importancia que tiene este medio de comunicación para los agricultores es importante dar a conocer el servicio de intermediación comercial a los productores de cardamomo de la región y posibles nuevos productores.

ESTUDIO TÉCNICO

LOCALIZACIÓN

Factores de localización

F.1. Estructura física: Existencia de carreteras, servicios adecuados, comunicaciones para fines productivos.

F.2. Posibilidades de eliminación de desperdicios: De acuerdo a criterios ambientales.

F.3. Seguridad: En todos los niveles posibles seguridad industrial, seguridad física, evitar posibles robos etc.

F.4. Cercanía al mercado: Es importante tener la capacidad de llegar primero y en mejores condiciones al mercado que se pretende penetrar.

F.5. Aceptación social: Es importante que la localización de la empresa o negocio no perturbe o genere conflictos con personas, entidades o grupos sociales que obliguen a la empresa a asumir costos adicionales.

F.6. Tráfico peatonal, ya que cuanto más transitada sea la calle donde se encuentra el local más probabilidades tiene que visiten el negocio.

F.7. Disponibilidad de servicios públicos: Este factor tiene en cuenta los servicios públicos de agua, energía eléctrica, teléfono y acceso a internet constituyendo parte vital del proceso de producción y comercialización, por lo que la ineficiencia en la prestación de estos servicios haría que se limite la capacidad de producción y comercialización.

F.8. Medios de Transporte: Para que los consumidores puedan comprar, es necesario que tengan posibilidad de desplazarse hasta el establecimiento, por lo que el transporte público es un factor positivo. Deben estudiarse las diferentes posibilidades.

F.9. Número de competidores en las cercanías. Cuantos más competidores haya en una zona, más dura será la competencia y más bajos serán los márgenes.

F.10. Número de tiendas no competidoras. Cuantas más tiendas haya en los alrededores, más compradores se acercarán aumentando las probabilidades de venta del negocio.

F.11. Costo de arrendamiento: este factor hace alusión al costo por la utilización del espacio físico en donde será ubicada la planta. El criterio para evaluarlo será por m², sin embargo, hay que tener en cuenta que el valor puede variar dependiendo de la localización de la alternativa.

F.12. Opinión de los consumidores: Este factor hace referencia a la opinión de los encuestados, sobre cuál es el lugar indicado para poner la planta de producción.

Alternativas de localización

- Vereda el Rosario
- Vereda Peregrino
- Vereda la Violeta
- Vereda el Aguacate

Método de calificación por puntos de factores

El método de calificación por puntos es quizá uno de los más utilizados por que permite evaluar cada alternativa en función de varios factores; este método tiene como objetivo seleccionar la mejor alternativa y se desarrolla de la siguiente manera:

Tabla 5. Matriz de evaluación de alternativas de localización

Matriz de evaluación de alternativas de localización													
Alternativas de localización	Factores condicionantes												Total
	F.1	F.2	F.3	F.4	F.5	F.6	F.7	F.8	F.9	F.10	F.11	F.12	

A. Vereda el Rosario	4	4	4	5	4	5	5	5	1	5	3	3	48
B. Vereda Peregrino	4	4	4	4	4	4	5	4	1	5	2	2	43
C. Vereda la Violeta	4	4	4	4	4	5	5	4	1	5	2	3	45
D. Vereda el Aguacate	4	4	4	4	4	4	5	4	1	5	2	2	43

Fuente: Propia

Toma de decisión

Según la metodología utilizada las alternativas de localización que presentaron mayor puntuación son las de la vereda el Rosario y la Vereda la Violeta con cuarenta y ocho (48) puntos y cuarenta y cinco (45), pero adicionando una valoración subjetiva y dándole mayor valor a la decisión elegida por los encuestados se tomó como lugar de localización la vereda el Rosario

TAMAÑO DEL PROYECTO

Demandantes potenciales

A continuación se hará una relación de las empresas que a la fecha, han realizado como mínimo una exportación de cardamomo desde Colombia, lo que las convierte en los clientes potenciales de “Colomaniza Green Cardamom” que adquieran el producto para posteriormente ser **Exportado**.

I Ci Apex S.A.

Está ubicado en la carrera 60A #49-09, teléfono 2317133 de Medellín, Antioquia, email: apex2@epm.net.co, sitio web <http://apex.com.co/nosotros.html>.

Análisis: Gracias a su trayectoria y a su producto de excelente calidad, CI APEX S.A. goza de una imagen positiva y buena reputación en el mercado; aun después de abandonar mercados como el de Arabia Saudita sus antiguos clientes recuerdan su marca y la relacionan con un buen producto. Este aspecto favorece el retorno del cardamomo colombiano a esos mercados que ya conocen de las características y propiedades de la especia cultivada en nuestro país.

Bio Andes Ltda,

ubicada en la diagonal 75B # 8-40 OF 302, teléfono 3520640 de Medellín, Antioquia, email: bioandes_ltada@yahoo.com.

Análisis: En antigüedad es el segundo competidor importante, puesto que inició su actividad de exportación de cardamomo seco en el año 2007 y se ha mantenido hasta hoy aunque con fuertes variaciones en los volúmenes de producto despachado; únicamente ha exportado a Alemania y Reino Unido, y a pesar de los cambios en el volumen de producto despachado ha conseguido precios muy competitivos frente a los observados en los mismos períodos de tiempo para otras empresas del sector.

Sociedad De Comercializacion Internacional Asia Export Eu, ubicada en la carrera 80 # 39-157 OF 602, Medellín, Antioquia.

Análisis: Exporta cardamomo seco desde el año 2008, sin embargo durante el año 2010 no exportó cantidad alguna de este producto; únicamente vende el producto a la República Árabe de Siria, no posee cultivos y no le da valor agregado a la especia, únicamente la comercializa a nivel internacional, es de anotar que su objeto social no se limita a la exportación de esta especia, por el contrario, su portafolio de productos incluye diversos productos agrícolas.

Identificación: SCI ACJ GLOBAL LTDA, ubicada en la carrera 96h # 221-40 of 01, 202 y 501, teléfono 2122245 Medellín, Antioquia.

Análisis: Esta Compañía realiza varios envíos al año, con volúmenes bajos que en total no superan las 5 TM al año, ha realizado esta actividad durante los años 2010 y 2011; su único cliente se encuentra en Estados Unidos. Al igual que otras compañías, la exportación de la especia no es la única actividad económica de SCI ACJ GLOBAL LTDA.

Otros Clientes: Desde el año 2006 reposan registros en los archivos de PROCOLOMBIA que sustentan las exportaciones de cardamomo seco desde Colombia hacia diferentes países; durante ese lapso de tiempo varias empresas, además de las ya mencionadas, se han dedicado esporádicamente al comercio internacional de la especia, pero por razones que se desconocen no han continuado activos en el negocio; a continuación se listan las compañías que han realizado, como mínimo una exportación de cardamomo en los últimos 11 años:

Tabla 6. Relación de compañías colombianas exportadoras de Cardamomo

NRO	COMPAÑÍA	CIUDAD	AÑO	VOLUMEN (TM)	PAIS DESTINO
1	MATAR DAVAGE IMAD/AMAZONA	Medellín	2006, 2007, 2008	128,32	Rep. Árabe de Siria
2	CARDAMEX LTDA	Bogotá	2006	11,7	Pakistán y EEUU
3	NEXPORT CI LTDA	Pereira	2006	1,1	Alemania
4	TORRICAFFE LTDA.	Medellín	2009-2010	3,8	Korea
5	AMAZONA EXP SAS	Bogotá	2010	24,6	Rep. Árabe de Siria
6	CI MAGEXIM LTDA	Bogotá	2010	38,9	Arabia Saudita

Fuente: propia

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Descripción del proceso

Materia Prima: El fruto en pergamino es el estado seco de la semilla madura que aún conserva su coloración verde. El proceso, inicia con la cosecha del fruto maduro, el cual es pesado previamente con el fin de determinar el rendimiento tanto de la cosecha como del producto final. Posteriormente, solo si el producto lo requiere, es lavado antes de pasar al proceso de secado, donde se produce la deshidratación paulatina de la semilla para conservar su coloración.

Proceso de secado: El proceso de secado del cardamomo, se puede realizar de forma natural o artificial. El primero, también conocido como secado con aire del ambiente, es un procedimiento apropiado y sencillo, donde se ubica una capilla delgada del producto en un espacio amplio sobre planchas de lámina o bien sobre nylon bien extendido, en las cuales se coloca el fruto donde le dé el sol, obteniendo excelentes resultados, para logra emblanquecer las cápsulas. Por otro lado, El secado artificial, seca el cardamomo con aire caliente, en proporciones que pueden variar e ir de 10 °F a 20 °F. (Wellmann Castro, 2015).

El cardamomo seco empacado debe almacenarse en lugar seco a temperatura ambiente y no exponerse a la luz directa del sol, bajo estas condiciones y sin que se abra su empaque original puede almacenarse hasta 2 años sin perder sus propiedades como aroma, color y sabor; una vez abierta la bolsa plástica, el cardamomo debe consumirse lo más pronto posible antes de que sus propiedades se pierdan por efectos del aire y la luz.

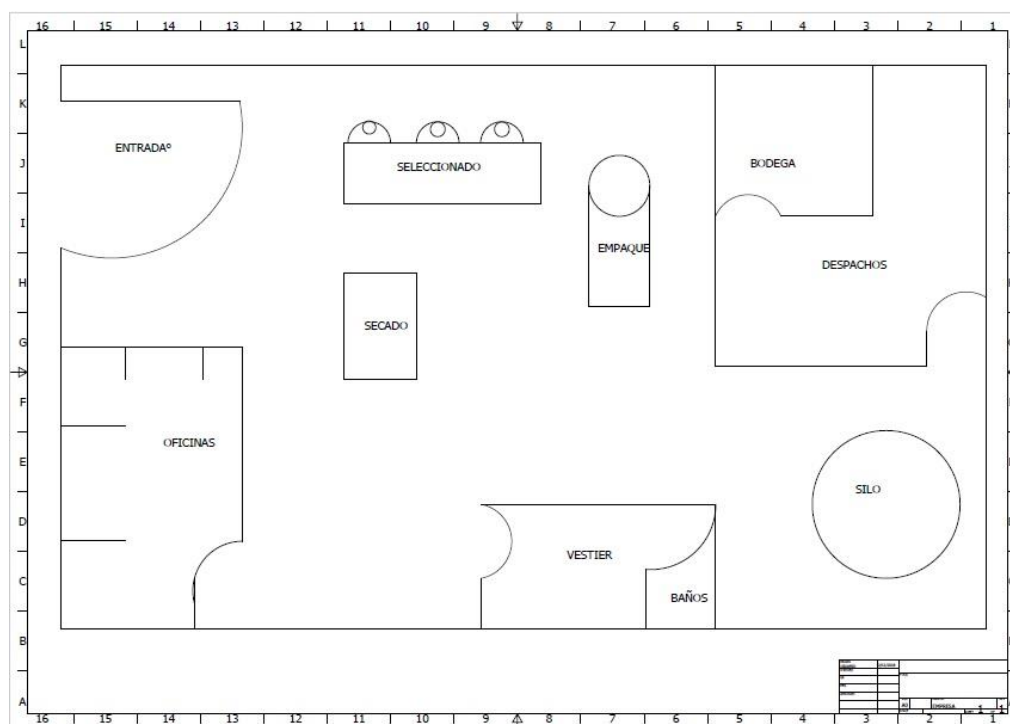
Limpieza y selección: Recién secado el cardamomo, inicia el proceso de descole y limpieza donde se pasa por un ventilador para retirar el péndulo o residuo floral, la basura y el polvo. Para seleccionar el cardamomo se toma cierta cantidad de libras de cardamomo y se retira todo el cardamomo que se abre durante el secado; este se clasifica como de tercera; después se aparta el

cardamomo que tenga un tono verde claro, esta se selecciona como de segunda, y el cardamomo verde en buen estado, es el que se denomina de primera. (Wellmann Castro, 2015).

Presentación: Sacos de fique con capacidad para 50 kg cada uno, empacados en bolsas de plástico biodegradable con doble cierre hermético y re-sellables. Cada saco de fique llevará el logo y el nombre de la Colombian Green Cardamom, la descripción del producto contenido en su interior, las recomendaciones sobre el cuidado de la carga y condiciones de almacenamiento, origen y destino, y demás información requerida según normas internacionales para el transporte de carga.

Adicionalmente, **Colomaniza Cardamom S.A.S** ofrece la opción de personalizar los empaques y modificar la unidad de carga según las necesidades de nuestros clientes, en caso de ser tomado este servicio, por alguno de los compradores, el precio de venta será ajustado incluyendo los costos adicionales del nuevo empaque.

Diseño de planta



Fuente: propia




Proceso de servicio Flujograma



Fuente: propia

Tabla 7. Maquinaria Selección de maquinaria para el proceso de transformación

Secadora de semillas Suncue SKS-480 longan secador	
<p>Secador de grano de pequeña capacidad Para secar: Paddy, maíz, trigo, sésamo, colza, cacao, café, frijol, garbanzo, quinua, chia, ajo, cebolla, semillas de cargamomo y muchos otros productos agrícolas, etc.</p> <p>-Tipo de combustible de Selección múltiple: queroseno, diesel premium, Gas GLP o NG, biomasa como cáscara de arroz, ladrillos de paja prensado, mazorca de maíz, cáscara de coco, chip de madera, café casco</p>	
Maquina Empacadora para Sólidos EMVEPG 2500 y EMVEPG 5000	

<p>Máquina empacadora automática volumétrica de dosificación de un cabezal, ideal para productos sólidos de fácil fluidez. Alta tecnología y bajos costos de mantenimiento</p> <p>Dimensiones 1900 (L) X 1350(W) X 3100 (H)</p> <p>Tipo de Bolsa Bolsa de 3 costuras con sello longitudinal, central o lateral</p> <p>Capacidad Desde 500 g hasta 5000 g</p>	
Compresor	
<p>Dimensiones 320 x 660 x 820 (mm.) aprox. - (ancho x alto x largo)</p> <p>Conexión de Red 220 V. 1 Fase, 50 Hz.</p> <p>Potencia Máxima 1.5 KVA / 2 HP</p> <p>Peso 29 (Kg.)</p> <p>Capacidad Estanque 50 (Lts.).</p>	
Silo	
<p>Los espesores fabricación del Silo son: 0.60mm para el techo; para los anillos y el cono se utiliza 0.90mm. El diámetro del silo se ubica en 2.73m y este posee 6 patas de soporte para todos los modelos.</p> <p>Concepto 6 Ton 10 Ton 13 Ton 16 Ton</p> <p>No. Anillos 1 2 3 4 No. Laminas 3 6 9 12</p> <p>Peso Kg. 535 610 685 760</p> <p>Altura descarga m. 0.95 0.95 0.95 0.95</p> <p>Altura Total m. 3.75 4.65 5.50 6.40</p> <p>Especificaciones Técnicas</p> <p>Materia Prima: Bobinas de acero al carbono, laminado en Frió según especificaciones ASTM A-366</p> <p>Laminas Corrugada: Fabricadas bajo la especificación AASHTO M-36 / M218</p> <p>Tamaño de la Corrugación: Tipo (68mm x 12.7mm).</p>	

<p>Acabado Final: Galvanizado según norma ASTM A-123-97 Calidad G-200.</p>	
--	--

Impactos del proyecto

Dentro de los resultados se encuentran los siguientes impactos:

Impacto Ambiental.

Con la producción de cardamomo de alta calidad, no se conlleva a la emanación y producción de tóxicos o materiales que causen deterioro directo del medio ambiente. Se solicitara a los proveedores de la semilla certificar el desarrollo de buenas prácticas agrícolas que limiten el impacto directo al medio ambiente

Residuos solidos

Dentro de los residuos sólidos que se pueden generar en una entidad de este tipo se encuentran los siguientes:

- Cartón
- Papel
- Plástico
- Orgánicos
- Otros

Estos residuos se generan al recibir y desempacar los insumos, después de comercializar el producto.

Para la disposición de residuos sólidos tenemos un centro de acopio

Donde seleccionamos lo reciclable y lo no reciclable este último se le da disposición con el carro de basura los miércoles y sábados

Protección del medio ambiente

Es prioridad para la Empresa velar por la protección del medio ambiente durante todas sus actividades dentro de la cadena de distribución.

Medidas de mitigación y compensación.

La empresa cuenta con acciones que se realizan para la mitigación de los impactos ambientales que se causen con la fabricación y comercialización de jugos naturales en la ciudad de Ibagué.

- Uso racional del agua.
- Uso racional de la electricidad.
- Manejo de desechos orgánicos.
- Reutilización de empaques

5.7 Plan de Manejo de residuos sólidos.

Se implementará manejo de residuos sólidos por código de colores según la Guía Técnica Colombia GTC-24, gestión ambiental residuos sólidos de la siguiente manera:

Gráfica No. 4 Código de colores

Sector	Tipo de residuo	Color
Doméstico	Aprovechables	Blanco
	No aprovechables	Negro
	Orgánicos biodegradables	Verde
Industrial, comercial institucional y de servicios	Cartón y papel	Gris
	Plásticos	Azul
	Vidrio	Blanco
	Orgánicos	Crema
	Residuos Metálicos	Café oscuro
	Madera	Naranja
	Ordinarios	Verde
<p>NOTA 1 Se recomienda que cada generador establezca un código de colores particular para aquellos residuos no incluidos en la tabla.</p> <p>NOTA 2 Se recomienda consultar la legislación local vigente para verificar si existe algún código de colores establecido por la autoridad competente.</p> <p>NOTA 3 Para residuos peligrosos se establecerá el código de colores e iconos en la guía para residuos peligrosos.</p> <p>NOTA 4 Los colores establecidos en la tabla obedecen a la normativa aplicable</p>		

Fuente tomada de: ((ICONTEC), 2009)

Lo que primero se debe hacer es identificar el tipo de residuos que se generarán para determinar la cantidad de contenedores en los que se van a separar y almacenar temporalmente los residuos sólidos, para su clasificación se tomaron como referente la tabla que proporciona Icontec así:

Gráfica No. 5 Tipos de residuos para la separación en la fuente

Tipo de residuo	Clasificación	Ejemplos
Residuos no peligrosos	Aprovechable	<ul style="list-style-type: none"> - Cartón y papel (hojas, plegadiza, periódico, carpetas). - Vidrio (Botellas, recipientes)^A. - Plásticos (bolsas, garrafas, envases, tapas)^A - Residuos metálicos (chatarra, tapas, envases)^A - Textiles (ropa, limpiones, trapos) - Madera (aserrín, palos, cajas, guacales, estibas) - Cuero (Ropa, accesorios) - Empaques compuestos (cajas de leche, cajas jugo, cajas de licores, vasos y contenedores desechables)^A
	No aprovechable	<ul style="list-style-type: none"> - Papel tissue (papel higiénico, paños húmedos, pañales, toallas de mano, toallas sanitarias, protectores diarios) - Papeles encerados, plastificados, metalizados - Cerámicas - Vidrio Plano - Huesos - Material de barrido - Colillas de cigarrillo - Materiales de empaque y embalaje sucios
	Orgánicos Biodegradables	<ul style="list-style-type: none"> Residuos de comida Cortes y podas de materiales vegetales hojarasca

Fuente tomada de: ((ICONTEC), 2009)

Los contenedores que se usarán son los recomendados por Icontec con su respectivo rotulo, los cuales estarán ubicados estratégicamente para su fácil visualización y uso, dentro de los mismos irán bolsas desechables identificadas con su respectivo color para su fácil manipulación y limpieza así:

Gráfica No. 6 Contenedores según guía de Colores



Fuente tomada de: (Sierra, 2013)

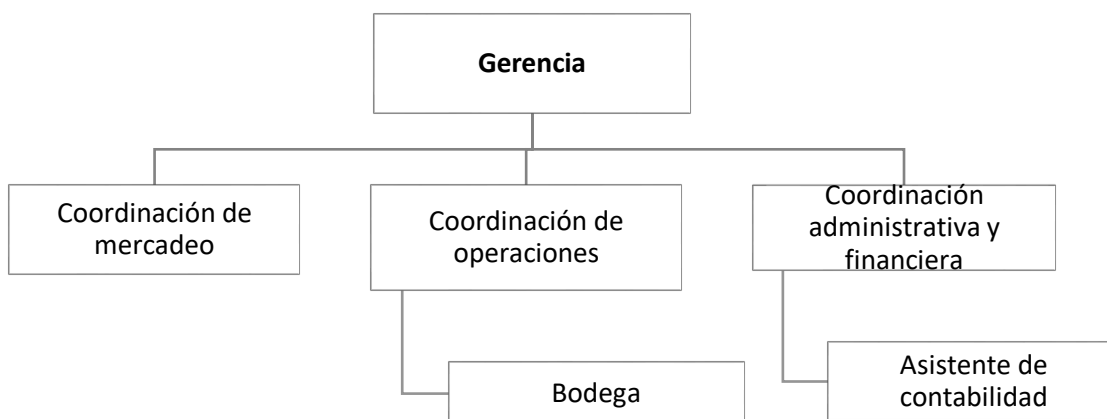
ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

Tipo De Organización

La empresa será una S.A.S (sociedad por acciones simplificada), con razón social colomaniza cardamom

Estructura Organizacional

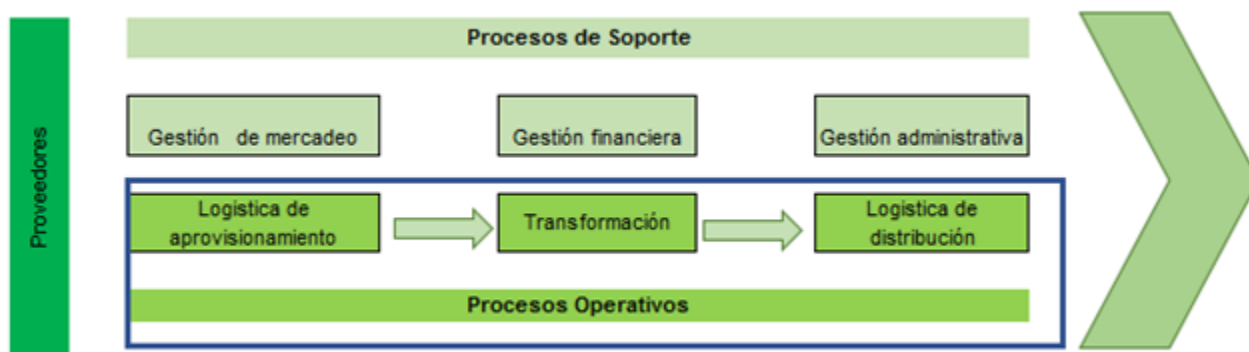
Grafica N° 6. Organigrama Colomaniza Cardamom



Fuente: propia

La empresa estará distribuida en tres departamentos que representan los procesos principales, estos son: coordinación de mercadeo, coordinación de operaciones y coordinación administrativa y financiera.

MAPA DE PROCESOS



Fuente: propia

PERFIL DE CARGOS ADMINISTRATIVOS

Tabla 8 Perfil Gerente

I. Identificación Del Cargo			
Fecha Levantamiento Del Perfil	05/10/18	Nivel del cargo:	Estratégico
Nombre Del Cargo:		Gerente	
Nombre Del Cargo Al Que Reporta:		Gerente	
Nombre De La Unidad A La Que Pertenece El Cargo			
II. OBJETIVO O MISIÓN DEL CARGO			
Garantizar la gestión de todas las áreas operativas de la empresa que permita el cumplimiento de las metas corporativas, planificando el crecimiento de la empresa a corto y a largo plazo.			
III. FUNCIONES Y/O ACTIVIDADES			
1.	Ejercer la representación legal de la Empresa..		
2.	Realizar la administración global de las actividades de la empresa buscando su mejoramiento organizacional, técnico y financiero.		
3.	Garantizar el cumplimiento de las normas, reglamentos, políticas e instructivos internos y los establecidos por las entidades de regulación y control.		
4.	Participar en reuniones con el Directorio, para analizar y coordinar las actividades de la empresa en general.		
5.	Coordinar y controlar la ejecución y seguimiento al cumplimiento del Plan Estratégico.		
6.	Participar en reuniones con Asociaciones, Cámaras, Ministerios y demás Instituciones Públicas y Privadas		

IV. FORMACIÓN ACADÉMICA, EXPERIENCIA REQUERIDA, CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS			
Formación Académica	Seleccione El Nivel De Estudios	Digite el área de formación Si en nivel de estudios se seleccionó estudiante por favor indique en este campo el rango de semestre académico	Estado Nivel de Estudios
	Pregrado	Graduado Ingeniería Agronómica o Administración	
	Post Grado	Especialización o Maestría en Finanzas o Administración, gerencia de proyectos y/o Afines	
	Seleccione El Tiempo Mínimo Entre 3 A 5 Años	EXPERIENCIA (Describa el sector y los procesos asociados) experiencia en el cargo o en posiciones similares relacionadas con el área directiva	

Fuente: propia

Tabla 9 Perfil Coordinación de Mercadeo

I. Identificación Del Cargo			
Fecha Levantamiento Del Perfil	05/10/18	Nivel del cargo:	Gestión
Nombre Del Cargo:	Coordinación De Mercadeo		
Nombre Del Cargo Al Que Reporta:	N/A		
Nombre De La Unidad A La Que Pertenece El Cargo			
II. OBJETIVO O MISIÓN DEL CARGO			
Fortalecer la presencia de la empresa en el mercado, mediante una efectiva labor de mercadotecnia, orientada a desarrollar nuevos negocios tanto a nivel nacional como internacional.			
III. FUNCIONES Y/O ACTIVIDADES			
1.	Diseñar y desarrollar estrategias tendientes a incrementar la rentabilidad y participación en el mercado nacional e internacional		
2.	Definir las políticas de ventas y distribución.		
3.	Supervisar la planificación y ejecución de las estrategias y acciones de comercialización de la empresa.		
4.	Efectuar el análisis y evaluación de los resultados de los planes de mercadeo y ventas de la empresa		
5.	Controlar los niveles de cartera.		
6.	Realizar visitas a clientes claves o clientes.		
IV. FORMACIÓN ACADÉMICA, EXPERIENCIA REQUERIDA, CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS			
Formación Académica	Seleccione El Nivel De Estudios	Digite el área de formación Si en nivel de estudios se seleccionó estudiante por favor indique en este campo el rango de semestre académico	Estado Nivel de Estudios
	Pregrado	Graduado en marketing y/ o Afines	

Experiencia Laboral	Post Grado	EXPERIENCIA (Describa el sector y los procesos asociados)
	Selecione El Tiempo Mínimo Entre 1 A 3 Años	

Fuente: propia

Tabla 10 Perfil Coordinación Administrativa y Financiera

I. Identificación Del Cargo			
Fecha Levantamiento Del Perfil	05/10/18	Nivel del cargo:	Estratégico
Nombre Del Cargo:		Gerente	
Nombre Del Cargo Al Que Reporta:		Coordinación Administrativa y Financiera	
Nombre De La Unidad A La Que Pertenece El Cargo			
II. OBJETIVO O MISIÓN DEL CARGO			
Velar por el eficaz y correcto manejo administrativo y financiero de la empresa, planteando alternativas para su mejoramiento mediante la presentación oportuna de los indicadores y análisis financieros.			
III. FUNCIONES Y/O ACTIVIDADES			
1.	Controlar y supervisar los reportes financieros, comparando resultados reales con los presupuestados.		
2.	Controlar la administración de los recursos monetarios y el cumplimiento de regulaciones en materia tributaria, arancelaria y demás obligaciones legales.		
3.	Controlar los costos y rentabilidad de la empresa.		
4.	Administrar los presupuestos operacionales y las inversiones de la empresa de acuerdo a lo resuelto por el Directorio.		
5.	Gestión de Compras		
6.	Controlar los niveles de inventarios.		
7.	Gestión financiera estratégica.		
IV. FORMACIÓN ACADÉMICA, EXPERIENCIA REQUERIDA, CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS			
Formación Académica	Selecione El Nivel De Estudios	Digite el área de formación Si en nivel de estudios se seleccionó estudiante por favor indique en este campo el rango de semestre académico	Estado Nivel de Estudios
	Pregrado	Graduado en contaduría, administración financiera y/o afines.	
Experiencia Laboral	Selecione El Tiempo Mínimo Entre 1 A 3 Años	EXPERIENCIA (Describa el sector y los procesos asociados)	
		Experiencia en el cargo o en posiciones similares relacionadas con el área contable y financiera	

Fuente: propia

Tabla 11 Perfil Coordinación de Operaciones

I. Identificación Del Cargo			
Fecha Levantamiento Del Perfil	05/10/18	Nivel del cargo:	Gestión
Nombre Del Cargo:	Coordinación de Operaciones		
Nombre Del Cargo Al Que Reporta:	N/A		
Nombre De La Unidad A La Que Pertenece El Cargo			
II. OBJETIVO O MISIÓN DEL CARGO			
Liderar al equipo operativo con eficiencia y calidad, previniendo cualquier tipo de riesgo y manteniendo una estructura de control adecuada a las necesidades institucionales, cumpliendo con las normas y procedimientos institucionales y la reglamentación legal colombiana.			
III. FUNCIONES Y/O ACTIVIDADES			
1.	Coordinar y supervisar, en procura de una excelente operación y servicio, las actividades y proyectos adelantados por los jefes de los departamentos bajo su mando.		
2.	Diseñar e implementar políticas y estrategias encaminadas a mejorar la seguridad y los aspectos técnicos de la empresa.		
3.	Optimizar la utilización de los recursos empleados por la empresa para la prestación del servicio.		
4.	Coordinar y supervisar la adquisición de la materia prima, proceso de transformación y empaque del producto final.		
5.	Garantizar que el cliente reciba la mercancía en el tiempo estipulado manteniendo los estándares de calidad establecidos y respetando las políticas de entrega de la empresa.		
IV. FORMACIÓN ACADÉMICA, EXPERIENCIA REQUERIDA, CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS			
Formación Académica	Seleccione El Nivel De Estudios	Si en nivel de estudios se seleccionó estudiante por favor indique en este campo el rango de semestre académico	Estado Nivel de Estudios
	Pregrado	Ingeniero Agroindustrial y/ o Afines	
	Post Grado		
Experiencia Laboral	Seleccione El Tiempo Mínimo	EXPERIENCIA (Describa el sector y los procesos asociados)	
	Entre 1 a 3 años	Experiencia en el cargo o en posiciones similares relacionadas con el área de producción.	

Fuente: propia

Tabla 12. perfil auxiliar de Bodega

I. Identificación Del Cargo			
Fecha Levantamiento Del Perfil	05/10/18	Nivel del cargo:	operativo
Nombre Del Cargo:	Bodega		
Nombre Del Cargo Al Que Reporta:	N/A		
Nombre De La Unidad A La Que Pertenece El Cargo			

II. OBJETIVO O MISIÓN DEL CARGO

Ejecutar labores relacionadas con la revisión, clasificación y despacho de productos, suministros, materiales, herramientas, equipo y otras mercancías.

III. FUNCIONES Y/O ACTIVIDADES

1. Determinar métodos de recibo y despacho de materias primas, bienes, y mercancías.
2. Inspeccionar y verificar la llegada del producto contra facturas o documentos y registrar faltantes.
3. Recibir y clasificar materiales, suministros, repuestos, equipos y mercancía en general.
4. Mantener actualizados los registros de entrada y salida de mercancías, equipos y materiales, en forma manual o sistematizada.
5. Programar, despachar y distribuir el producto para uso interno o cliente externo.

IV. FORMACIÓN ACADÉMICA, EXPERIENCIA REQUERIDA, CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

Formación Académica	Seleccione El Nivel De Estudios	Si en nivel de estudios se seleccionó estudiante por favor indique en este campo el rango de semestre académico	Estado Nivel de Estudios
	Pregrado	Bachiller en Educación Media	
	Post Grado		
Experiencia Laboral	Seleccione El Tiempo Mínimo	EXPERIENCIA (Describa el sector y los procesos asociados)	
	Mínimo 6 Meses	Experiencia en labores relacionadas con el puesto	

Fuente: propia

Tabla 13 Perfil Asistente de Contabilidad

I. Identificación Del Cargo			
Fecha Levantamiento Del Perfil	05/10/18	Nivel Del Cargo:	Operativo
Nombre Del Cargo:		Asistente De Contabilidad	
Nombre Del Cargo Al Que Reporta:		N/A	
Nombre De La Unidad A La Que Pertenece El Cargo			
II. OBJETIVO O MISIÓN DEL CARGO			
Efectuar Asientos De Las Diferentes Cuentas, Revisando, Clasificando Y Registrando Documentos, A Fin De Mantener Actualizados Los Movimientos Contables Que Se Realizan En La Empresa.			
III. FUNCIONES Y/O ACTIVIDADES			
Elaboración De Causaciones De Todos Los Hechos Económicos De La Empresa Tales Como:			
1.	(Gastos, Facturas De Venta Departamento De Energía, Compras, Nomina, Depreciaciones, Amortizaciones, Contratos De Obra Y Demás Contratos Etc).		
2.	Vigilar, Preparar Y Mantener En Custodia El Archivo Pertinente Al Departamento Contable.		
3.	Totalizar Las Cuentas De Ingreso Y Egresos Y Emite Un Informe De Los Resultados.		
4.	Manejo De Los Sistemas De Información Presupuestaria (Sap, Sipp, Entre Otros) Para El Manejo De Las Actividades Contables, Así Como La Atención De Consultas Y Actualización De Parámetros Del Sistema Sap.		

-
5. Preparar Cuadros, Informes, Listados, Memorándums Y Otros Documentos Simples Propios Del Departamento De Contaduría.
 6. Participar Activamente, Colaborar Y Cumplir Con Todas Las Políticas, Procedimientos Y Regulaciones Relativas Al Aseguramiento De La Calidad Que Desarrolla E Implementa La Empresa.

IV. FORMACIÓN ACADÉMICA, EXPERIENCIA REQUERIDA, CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

Formación Académica	Seleccione El Nivel De Estudios	Digite El Área De Formación Si En Nivel De Estudios Se Seleccionó Estudiante Por Favor Indique En Este Campo El Rango De Semestre Académico	Estado Nivel De Estudios
	Pregrado	Técnico O Tecnológico En Contaduría, Administración Financiera Y/O Afines.	
	Post Grado		
Experiencia Laboral	Seleccione El Tiempo Mínimo De 6 Meses A 1 Año	EXPERIENCIA (DESCRIBA EL SECTOR Y LOS PROCESOS ASOCIADOS)	
		Experiencia En El Cargo O En Posiciones Similares Relacionadas Con El Área Contable Y Financiera.	

Fuente: propia

MARCO LEGAL

DEFINICIÓN DE LA EMPRESA

Para la constitución de **colomaniza cardamom S.A.S.** se estableció por el modelo de *Sociedad Por Acciones Simplificada S.A.S.* Es una sociedad comercial de capital, innovadora en el derecho societario colombiano. Estimula el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que posee para su constitución y funcionamiento. Fue creada por la ley 1258 de 2008, además del decreto 2020 de Junio de 2009. Basándose en la antigua ley de emprendimiento (1014 de 2006).

Una sociedad por acciones simplificadas puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, su naturaleza es comercial, pero puede hacer actividades tanto comerciales como civiles, se crea por documento privado y nace después del registro en la cámara de comercio, a menos de que los aportes iniciales incluyan bienes inmuebles se requiere de escritura pública

Se debe definir en el documento privado de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.

La estructura orgánica de la sociedad, su administración y el funcionamiento de sus órganos pueden ser determinados libremente por los accionistas, quienes solamente se encuentran obligados a designar un representante legal de la compañía. Su razón social será la denominación que definan sus accionistas pero seguido de las siglas "sociedad por acciones simplificada"; o de las letras S.A.S. (www.crearempresa.com.co, s.f.) ”.

El primer paso es constituir legalmente la empresa y registrarla ante la Cámara de Comercio, este trámite tarda máximo dos semanas; posteriormente y por internet se realiza el Registro ante el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, este trámite tarda 15 días hábiles máximo.

Por último, el certificado fitosanitario, indispensable del cardamomo, se tramita ante el ICA y se solicita una vez se tiene el producto empacado y listo para el despacho, su trámite y obtención tarda un día o dos, dependiendo del lugar escogido para la inspección del lote a exportar, lugar de almacén o puerto de embarque.

CLASIFICACIÓN DE LAS SOCIEDADES.

Se decidió en este caso recurrir a la Sociedad por Acciones Simplificada que es una sociedad de capitales, cuya naturaleza será siempre de carácter comercial, independientemente de las actividades que se encuentren previstas en su objeto social.

CONSTITUCIÓN LEGAL.

Se constituye mediante documento privado ante Cámara de Comercio de Manizales o Escritura Pública ante Notario con uno o más accionistas quienes responden hasta por el monto del capital que han suministrado a la sociedad.

Se debe definir en el documento privado de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.

Registro único tributario (RUT).

Como requisito para la constitución de la empresa se debe tramitar el RUT ante la DIAN del municipio de Manizales, en el cual se define como el mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los responsables de obligaciones administradas y controladas por la DIAN en materia tributaria, aduanera y cambiaria para la empresa **Colomaniza Cardamom S.A.S**

Revisión técnica de seguridad (bomberos).

Establecimientos nuevos: Presentar la inscripción y el certificado de matrícula mercantil de Cámara de Comercio, ante la oficina de bomberos de la ciudad de Manizales referenciando los siguientes documentos, teniendo en cuenta que va a hacer un establecimiento nuevo como empresa:

Original o fotocopia legible del Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la de Cámara de Comercio renovado, con vigencia de 1 año.

Establecimientos nuevos (primer año agradable de existencia) o no obligados a declarar: el valor a pagar es el equivalente a 2 salarios mínimos diarios, éste monto debe ser cancelado por cada sucursal que tenga el establecimiento.

Normas sanitarias y de salud (Secretaria de Salud).

La empresa realizará las actividades con una infraestructura física, debe solicitar a las secretarías de salud municipales en este caso ante la secretaria de salud la licencia de sanidad y presentar los demás requerimientos que estas exijan de acuerdo con la actividad comercial de la empresa **Colomaniza Cardamom S.A.S**

Normas de fabricación de alimentos y medicamentos (INVIMA).

La empresa **Colomaniza Cardamom S.A.S** se encuentra en la modificación de alimentos, ya que los alimentos pasan por una verificación antes de ser entregados al cliente final por lo cual requiere el certificado de alimentos Invima basado en los siguientes pasos:

- Realizar la inscripción de la empresa **Colomaniza Cardamom S.A.S** según lo dispuesto en el Artículo 126 del Decreto – Ley 019 de 2012, así mismo se debe identificar el nivel de riesgo externo alto que se manejaría, según el Artículo 37 de la Resolución 2674 de 2013 y Resolución 3168 de 2015.
- Presentar o enviar dicha documentación en carpeta blanca foliada en la Oficina de Atención al Ciudadano ubicada en la sede central del Invima

Uso del Suelo.

Es el dictamen escrito por medio del cual el curador urbano o la autoridad del municipio de Manizales competente para expedir licencias o la oficina de planeación de la ciudad, informa al interesado sobre el uso o usos permitidos en un predio o edificación, de conformidad con las normas urbanísticas del Plan de Ordenamiento Territorial y los instrumentos que lo desarrollen, y que no otorga derechos ni obligaciones a su peticionario para el permiso de uso de suelos que se relaciona a continuación:



CURADURIA 2 MANIZALES
CURADURIA URBANA NÚMERO DOS DE MANIZALES

SOLICITUD DE CONCEPTO DE USO DEL SUELO

Nº _____ Fecha _____

INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE Y DEL PREDIO:

Nombre: _____ con C.C. o Nit: _____
 Expedida en: _____ Residenciado en _____ Teléfono: _____

Solicito me expidan un concepto sobre USO DEL SUELO del predio con matrícula inmobiliaria número _____
 Ficha catastral _____ del cual soy propietario (poseedor) según documento anexo, cuya dirección es _____
 Comuna _____ Barrio _____

El uso probable que se le dará al predio es:

VIVIENDA	COMERCIO	SERVICIOS	INSTITUCIONAL	INDUSTRIAL
Unifamiliar <input type="checkbox"/>	C-1 <input type="checkbox"/> C-7 <input type="checkbox"/>	S-1 <input type="checkbox"/> S-9 <input type="checkbox"/> S-16 <input type="checkbox"/>	IE-1 <input type="checkbox"/> ISg-1 <input type="checkbox"/>	IDA-1 <input type="checkbox"/>
Bifamiliar <input type="checkbox"/>	C-2 <input type="checkbox"/> C-8 <input type="checkbox"/>	S-2 <input type="checkbox"/> S-10 <input type="checkbox"/> S-17 <input type="checkbox"/>	IE-2 <input type="checkbox"/> ISg-2 <input type="checkbox"/>	IL-2 <input type="checkbox"/>
Multifamiliar <input type="checkbox"/>	C-3 <input type="checkbox"/> C-9 <input type="checkbox"/>	S-3 <input type="checkbox"/> S-11 <input type="checkbox"/> S-18 <input type="checkbox"/>	IE-3 <input type="checkbox"/> ISg-3 <input type="checkbox"/>	IM-3 <input type="checkbox"/>
VAC <input type="checkbox"/>	C-4 <input type="checkbox"/> C-10 <input type="checkbox"/>	S-4 <input type="checkbox"/> S-12 <input type="checkbox"/> S-19 <input type="checkbox"/>	IE-4 <input type="checkbox"/> IC-1 <input type="checkbox"/>	IP-4 <input type="checkbox"/>
	C-5 <input type="checkbox"/> C-11 <input type="checkbox"/>	S-5 <input type="checkbox"/> S-13 <input type="checkbox"/> S-20 <input type="checkbox"/>	IS-1 <input type="checkbox"/> IC-2 <input type="checkbox"/>	IE-5 <input type="checkbox"/>
	C-6 <input type="checkbox"/>	S-6 <input type="checkbox"/> S-14 <input type="checkbox"/> S-21 <input type="checkbox"/>	IS-2 <input type="checkbox"/> ICR <input type="checkbox"/>	
		S-7 <input type="checkbox"/> S-15 <input type="checkbox"/> S-22 <input type="checkbox"/>	IS-3 <input type="checkbox"/> IA-1 <input type="checkbox"/>	
		S-8 <input type="checkbox"/>		

VIVIENDA	MIXTO
VUR <input type="checkbox"/>	AGRÍCOLA <input type="checkbox"/>
VBR <input type="checkbox"/>	FORESTAL <input type="checkbox"/>
VISR <input type="checkbox"/>	PECUARIO <input type="checkbox"/>
Parcelación <input type="checkbox"/>	AGROFORESTAL <input type="checkbox"/>
Suburbana <input type="checkbox"/>	MINERO <input type="checkbox"/>
	AGROINDUSTRIAL <input type="checkbox"/>

REQUISITOS:

- Anexar fotocopia del último recibo del predial

Firma: _____
 C.C. o Nit: _____
 De: _____

Por lo tanto dicho permiso tiene un *Valor Neto*: \$52,083, *IVA*: \$9,896, *Total* : \$61,979, *así mismo el tiempo del trámite es de 15 días hábiles*, contando desde el momento de la radicación.

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

FUENTES DE FINANCIACIÓN

La inversión inicial que requiere la compañía es de cuatrocientos cincuenta millones de pesos m/cte (\$ 450,000.000), los socios realizaron un aporte de 100'000.000 en efectivo, siendo este insuficiente para cubrir la etapa de producción e implementación, por lo cual, la compañía realizará un préstamo en una entidad bancaria por un valor de trescientos cincuenta millones de pesos m/cte. (\$350,000,000) para la adquisición de los activos fijos de la empresa y los tres primeros meses de gastos operativos.

Este dinero será pagadero al tiempo de cuatro (4) años; se estableció que la tasa de interés será fija y esta será del 1,2% mensual haciendo un pago mensual de ocho millones doscientos dieciséis mil seiscientos cincuenta y un mil pesos m/cte (\$8,216,651). Adicional se aclara que la manera en que le empresa responderá con su obligación financiera será de forma mensual en efectivo ante la entidad bancaria; se solicitó el préstamo ante esta entidad financiera ya que la tasa de interés y la forma de pago ofrecida por la misma resulta viable para poner en marcha esta compañía, por ello se optó por recurrir a dicha fuente de financiación.

Tabla 14 Gastos de Nomina.

CARGO	No. DE PUESTOS	TOTAL SALARIO MENSUAL	TOTAL SALARIO ANUAL
Gerente	1	\$ 3.894.000	\$ 46.728.000
Coordinador de mercadeo	1	\$ 2.596.000	\$ 31.152.000
Coordinador de operaciones	1	\$ 2.596.000	\$ 31.152.000
Coordinador administrativo y financiero	1	\$ 2.596.000	\$ 31.152.000
Asistente de contabilidad	1	\$ 1.386.211	\$ 16.634.532
TOTAL NOMINA ADMINISTRATIVA		\$ 13.068.211	\$ 156.818.532
CARGO	No. DE PUESTOS	TOTAL SALARIO MENSUAL	TOTAL SALARIO ANUAL
Operarios secado	2	\$ 2.772.422	\$ 33.269.064
Seleccionador	2	\$ 2.772.422	\$ 33.269.064
Empacado	2	\$ 2.772.422	\$ 33.269.064
TOTAL NOMINA OPERATIVA		\$ 8.317.266	\$ 99.807.192

Fuente: propia

Tabla 15 Gastos Administrativos

CONCEPTO	VALOR MES	TOTAL GASTOS ANUALES ADMINISTRATIVOS
Servicios Públicos	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
Internet	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Gastos Financieros (Intereses Deuda)	\$ 5.000.000	\$ 60.000.000
Depreciación Muebles Y Enseres Oficina (Anual)	\$ -	\$ 2.752.500
Papelería Y Utensilios. Aseo	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Arriendo Oficina	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
Arriendo Oficina	\$ 5.000.000	\$ 60.000.000
Software Contable	\$ 800.000	\$ 9.600.000
Publicidad	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 17.000.000	\$ 206.752.500

Fuente: propia

Tabla 16 Gastos de puesta en marcha

CONCEPTOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MONTO TOTAL	FINANCIADO	TOTAL
ACTIVO DIFERIDO					
Asistencia Técnica	1		\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de publicidad y mercadeo (publicidad y propaganda)	1	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
Mejoras a propiedades ajenas:			\$ -	\$ -	\$ -
Programas de computador (software)	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			\$ 13.000.000	\$ 13.000.000	\$ 13.000.000

Fuente: propia

Tabla 17 Requerimientos de muebles y enseres

EQUIPOS	CANT	COSTO UNIT	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL (AÑOS)	DEPRECIAC ANUAL
Escritorios Para Oficina	6	\$ 400.000	\$ 2.400.000	10	\$ 240.000
Archivador	2	\$ 750.000	\$ 1.500.000	8	\$ 187.500
Computador	3	\$ 2.000.000	\$ 6.000.000	4	\$ 1.500.000
Impresoras Polifuncionales	3	\$ 800.000	\$ 2.400.000	4	\$ 600.000
Cámaras De Seguridad	4	\$ 375.000	\$ 1.500.000	8	\$ 187.500
Teléfono	3	\$ 100.000	\$ 300.000	8	\$ 37.500
Total			\$ 14.100.000		\$ 2.752.500

Fuente: propia

Tabla 18 Requerimientos de Maquinaria y Equipo

EQUIPOS	CANT	COSTO UNIT	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL (EN AÑOS)	DEPRECIACIÓN ANUAL
Secadora Boss	1	\$ 47.505.000	\$ 47.505.000	8	\$ 5.938.125
Seleccionadora Tecnopac	1	\$ 31.670.000	\$ 31.670.000	8	\$ 3.958.750
Empacadora automática	1	\$ 126.680.000	\$ 126.680.000	8	\$ 15.835.000
TOTAL			\$ 205.855.000		\$ 25.731.875

Fuente: propia

Tabla 19 Materia Prima

COSTO DE MATERIA PRIMA									
MATERIA PRIMA	COSTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS POR BULTO	COSTO TOTAL	GANANCIA	COSTO TOTAL	
semilla de cardamomo	10.200	kg	50	510.000					
empaque	9.000	unidad	1	9.000					
etiqueta	3.000	unidad	1	3.000					
Total				522.000	138.674	660.674	66.067	726.741	

Fuente: propia

Tabla 20 Costos fijos y variables proyectados a cinco años

COSTOS VARIABLES PROYECTADOS A 5 AÑOS * UNIDADES										
CONCEPTO	AÑO 1	COSTO V	2	COSTO V	3	COSTO V	4	COSTO V	5	COSTO V
Bulto de cardamomo de 50 kgs	3.600	1.879.200.000	3.780	2.071.818.000	3.969	2.175.408.900	4.167	2.284.179.345	4.376	2.398.388.312
COSTOS FIJOS PROYECTADOS A 5 AÑOS * UNIDADES										
CONCEPTO	AÑO 1	COSTO V	2	COSTO V	3	COSTO V	4	COSTO V	5	COSTO V
Bulto de cardamomo de 50 kgs	3.600	499.225.536	3.780	550.396.153	3.969	577.915.961	4.167	606.811.759	4.376	637.152.347

Fuente: propia

Tabla 21 Producción proyectada a cinco años

PRODUCCION PROYECTADA A 5 AÑOS EN UNIDADES					
CONCEPTO	AÑO 1	2	3	4	5
Bulto de cardamomo de 50 kgs	3600	3780	3969	4167	4376
TOTAL	3600	3780	3969	4167	4376

Tabla 22 proyección de ventas a cinco años

PRODUCCION	PRECIO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	
CONCEPTO	AÑO	UNITARIO	1	2	3	4	5
Bulto de cardamomo de 50 kgs	3600	\$ 726.741	\$ 2.616.268.090	\$ 2.747.081.494	\$ 2.884.435.569	\$ 3.028.657.347	\$ 3.180.090.215
TOTAL	3600		\$2.616.268.091	\$2.747.081.494	\$2.884.435.569	\$3.028.657.347	\$3.180.090.215

Tabla 23 Flujo de efectivo proyectado.

COLOMANIZA CARDAMOM							
FLUJO DE CAJA							
CONCEPTOS / AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
(+) VENTAS	\$ -	\$ 2.616.268.090	\$ 2.747.081.494	\$ 2.884.435.569	\$ 3.028.657.347	\$ 3.180.090.215	
(+) VALOR DE RESCATE					\$ -		
(=) INGRESOS TOTALES	\$ -	\$ 2.616.268.090	\$ 2.747.081.494	\$ 2.884.435.569	\$ 3.028.657.347	\$ 3.180.090.215	
COSTOS FIJOS	\$ -	\$ 499.225.536	\$ 550.396.153	\$ 577.915.961	\$ 606.811.759	\$ 637.152.347	
COSTOS VARIABLES	\$ -	\$ 1.879.200.000	\$ 2.071.818.000	\$ 2.175.408.900	\$ 2.284.179.345	\$ 2.398.388.312	
(=) COSTOS TOTALES	\$ -	\$ 2.378.425.536	\$ 2.622.214.153	\$ 2.753.324.861	\$ 2.890.991.104	\$ 3.035.540.659	
COMPRA ACTIVO FIJO	\$ 219.955.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
COMPRA ACTIVO DIFERIDO	\$ 13.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
COMPRA CAPITAL DE TRABAJO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
DEPRECIACIONES		\$ 28.484.375	\$ 28.484.375	\$ 28.484.375	\$ 28.484.375	\$ 28.484.375	
IMPUESTOS		\$ 69.088.199	\$ 31.806.379	\$ 33.866.690	\$ 36.030.016	\$ 38.301.509	
(=) SALDO FINAL	-\$ 232.955.000	\$ 140.269.980	\$ 64.576.587	\$ 68.759.643	\$ 73.151.852	\$ 77.763.671	

Fuente: propia

(Ver Anexo Estudio Financiero completo.xlsx) hoja **Anexo Flujo De Caja 1 Año, Hoja Anexo Flujo De Caja**

Tabla 24 Razones financieras.

Indicador	Interpretación	Resultado del proyecto
Nivel de endeudamiento	Proporción en la cual participan los acreedores sobre el valor total de la empresa. Así mismo, sirve para identificar el riesgo asumido por dichos acreedores, el riesgo de los propietarios del ente económico y la conveniencia o inconveniencia del nivel de endeudamiento presentado	77.7%
Valor Presente Neto (VPN)	Método más conocido para evaluar proyectos de inversión a largo plazo, ya que permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: Maximizar la inversión.	69.889.011
Tasa interna de retorno	Tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto	28%
Relación Costo Beneficio	Compara de forma directa los beneficios y los costes. Para calcular la relación (B/C), primero se halla la suma de los beneficios descontados, traídos al presente, y se divide sobre la suma de los costes también descontados	1.03

Fuente: propia

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los elementos expuestos en el presente trabajo pretendían validar la viabilidad de la puesta en marcha de una empresa comercializadora de cardamomo en la ciudad de Manizales con miras a la venta a las exportadoras del producto con sede en Colombia. Al realizar los estudios requeridos para el desarrollo del proyecto en sus componentes de mercadeo, técnico, administrativo y financiero podemos concluir que colomaniza cardamom cumple con las condiciones para obtener unos resultados satisfactorios para sus accionistas. En el desarrollo de las conclusiones se presentaran los resultados que validan este concepto.

El estado del arte nos permitió conocer la importancia que tiene el uso del cardamomo a nivel internacional, sus múltiples propiedades y posibilidades de uso que soportan la pertinencia de su producción y comercialización. Si bien en Colombia no han adelantado mayores procesos investigativo ni se ha tenido el desarrollo agroindustrial que en otros países, los referentes teóricos presentan una variada gama de oportunidades adicionales a su exportación que permitirían el desarrollo de una cadena productiva de alta rentabilidad en los departamentos de la zona cafetera de nuestro país.

En referencia al estudio de mercado se identificaron los potenciales clientes de la comercializadora, que acorde a los volúmenes de exportación del producto contar los servicios de **colomaniza cardamom** permitirá ampliar sus operaciones comerciales. Al tener un nicho de mercado reducido por nuestra labor de intermediación comercial se pueden centrar los esfuerzos de nuestra compañía en la fidelización de estos clientes afianzando una relación comercial altamente rentable para las partes dada la demanda internacional. Es de destacar que es estudio de mercado nos permitió comprobar que en el momento no habría otra entidad que realice esta intermediación comercial por lo cual nuestro poder de negociación con los proveedores y clientes seria alta, a igual colomaniza cardamom propenderá por desarrollar relaciones comerciales justas.

El estudio técnico nos permitió analizar la ingeniería del proyecto determinando la ubicación más adecuada para el desarrollo del proyecto, los procesos y la maquinaria requerida para el proceso de alistamiento del producto para su exportación, información relevante para establecer la estructura de costos del proyecto y que permitió comprobar que existen las condiciones para la puesta en marcha de la planta de colomaniza cardamom

El estudio administrativo y legal es una base muy importante para tener horizonte y claridad sobre todos los requisitos legales y personal especial que se demandará para ejecutar el desarrollo del proyecto. Los resultados obtenidos nos indican que la planta de personal para la puesta en marcha acorde a los volúmenes de producción proyectados no es tan amplia con lo cual se proyecta una estructura de costos administrativos razonable.

La evaluación del proyecto en un horizonte de 5 años, presenta indicadores favorables: el valor presente neto (VAN) resultante en el ejercicio financiero fue de \$ \$47.699.304.79, la tasa interna de retorno (TIR) es 23,8%, y la relación costo beneficio (B/C) del proyecto fue de 1.03, con los resultados obtenidos en el flujo de caja se podría indicar que la inversión inicial se recuperaría en los dos primeros años.

Los volúmenes de venta proyectados en los estudios financieros son realistas a la capacidad productiva de la región y esto nos permite inferir que ante un incremento de la demanda los resultados operacionales serían aún más positivos

Como conclusión a nivel de proyectos podemos indicar que el desarrollo del presente estudio nos permitió amalgamar la metodología de investigación y de plan de negocios en una apuesta productiva enriqueciendo la aplicación de los conceptos desarrollados en la especialización.

Las proyecciones hechas por el equipo de trabajo proyectan que para la fase de implementación del proyecto requeriríamos un año para las adecuaciones estructurales de la planta tiempo en el cual se adelantarían las demás adquisiciones de maquinaria y equipo para el desarrollo del proyecto. Es importante resaltar que mientras se adelantan dichas adquisiciones se proyecta para el mes dos dar inicio a la gestión comercial tanto con clientes como proveedores para garantizar la operatividad de la empresa desde el primer mes de funcionamiento.

ANEXOS

1. Anexo: Estudio financiero completo

LISTA DE TABLAS

1. Tabla 1: Variación anual del PIB del Eje Cafetero por departamentos según actividades económicas. 2015 – 2016. Precios constantes 2005.
2. Tabla 2: variables del plan de negocios
3. Tabla 3: Clasificación del Cardamomo según estándares de exportación
4. Tabla 4: Composición química y contenido nutricional 100 gr
5. Tabla 5: Matriz de evaluación de alternativas de localización
6. Tabla 6: Relación de compañías colombianas exportadoras de Cardamomo
7. Tabla 7: Maquinaria Selección de maquinaria para el proceso de transformación
8. Tabla 8: Perfil Gerente
9. Tabla 9: Perfil Coordinador de Mercadeo
10. Tabla 10: Perfil Coordinación administrativa y financiera
11. Tabla 11: Perfil Coordinador de operaciones
12. Tabla 12: Perfil auxiliar de Bodega
13. Tabla 13: Perfil Asistente de contabilidad
14. Tabla 14 Gastos de Nomina.
15. Tabla 15 Gastos Administrativos
16. Tabla 16 Gastos de puesta en marcha
17. Tabla 17 Requerimientos de muebles y encerres
18. Tabla 18 Requerimientos de Maquinaria y Equipo
19. Tabla 19 Materia Prima
20. Tabla 20 Costos fijos y variables proyectados a cinco años
21. Tabla 21 Producción proyectada a cinco años
22. Tabla 22 proyección de ventas a cinco años
23. Tabla 23 Flujo de efectivo proyectado.
24. Tabla 24 Razones financieras.

LISTA DE GRÁFICAS

1. Gráfica No. 1: Tabla 1: Exportaciones de cardamomo desde Colombia
2. Grafica N°. 2 Tendencia del precio promedio mundial de cardamomo por Kg en USD
3. Gráfica No. 3: Divisas que entraron a Colombia por exportaciones de cardamomo
4. Gráfica No. 4: Código de colores⁷
5. Gráfica No. 5: Tipos de residuos para la separación en la fuente

6. Gráfica No. 6: Contenedores según guía de Colores
7. Gráfica No. 7: Organigrama de colomaniza

BIBLIOGRAFÍA

- Korikanthimath , e. (2002). *The Encyclopedia of Herbs and Spices*.
- Serrano Gómez , L., & Villaraga, A. (2013). *El emprendedor y su empresa - Guía para elaborar un plan de empresa*.
- (ICONTEC), I. C. (29 de Mayo de 2009). *Gestión ambiental, residuos sólidos, guía para la separación en la fuente*. Bogotá, Colombia: Instituto colombiano de Normas Técnicas y certificación (Icontec).
- Biju , K., Vinuthaa , M., Martin , B., & Kwang , Y. (2017). Analysis of constituents in different Fractions collected during. *Journal of Applied Pharmaceutical Science*, 177-183.
- Chempakam, B., & Sindhu, S. (2008). *Chemistry of Spices*.
- Fenalce. (2003). *Anuario estadístico del sector agropecuario*.
- García Morlesín, M. (2016). monografía semilla del cardamomo y control de calidad. *monografía semilla del cardamomo y control de calidad*. Sevilla, España: Universidad de Sevilla.
- Gil Pavas, E., & Sáez Vega, A. (2000). Obtención de aceite esencial de Cardamomo. *Revista Universidad EAFIT*.
- Gil, M., Restrepo, A., Alzate, L., & Rojano, B. (2014). *Microencapsulation of Banana Passion Fruit (Passiflora tripartita Var. Mollissima): A New Alternative as a Natural Additive as Antioxidant*.
- Hoyos , Afanador, Kumari, Abhijit, & Rubilar. (2016). *Transformación de la semilla del cardamomo*.
- Huang, e., Moteki, E., & Kumar, e. (2012). *Synthesis of silver nanoparticles using Sacha inchi (Plukenetia volubilis L.) leaf extracts*.
- King , M., & Catch Pole, O. (1993). *Extraction of natural products using nearcritical*. London: M.B. King and T.R.
- Kumar, V., Vartika , J., & Dharm, P. (2012). *Effect of Greater cardamom (Amomum subulatum Roxb.) on blood lipids, fibrinolysis and total antioxidant status in patients with ischemic heart disease*. Asia pacífico.
- Luque de Castro, M., & Varcacel Cases, M. (1993). *Características físicas de los supercitrícos*. Barcelona: Reverte.
- Madhusoodanan, K., & Ravidran , P. (2003). *Cardamom: The Genus Elettaria*.
- Manizales, C. d. (2017). *Informe económico anual de Manizales y Caldas*. Manizales.
- Martínez , M. (2003). *Aceites esenciales*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Najafi, M., Rassoul , K., Mortazavi, & Ali, S. (2010). *Effect of Drying Process and Wall Material on the Properties of Encapsulated Cardamom Oil*.

- Najafi, R., Mortazavi, & Sengottuvelu. (2011). *Transformación de la semilla del cardamomo*.
- ONU. (2018). *Informe sectorial (Organización de las naciones unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2018)*.
- Paz Soto, J. (2009). FORTALECIMIENTO DE LA CADENA PRODUCTIVA DE CARDAMOMO. *FORTALECIMIENTO DE LA CADENA PRODUCTIVA DE CARDAMOMO*. Guatemala: Universidad de Guatemala.
- Purseglove, e., & Gochev, e. (2012). *Isolation and Identification of Ginger Essential Oil*.
- Rajeev, B., Ravishankar, V., & Karim, A. (2010). *Mycotoxins in Food and Feed: Present Status and Future Concerns*.
- Rios Garcia, A., Alonso Palacio, L., Erazo Coronado, A., & Perez, M. (2015). Una mirada a la seguridad alimentaria: la experiencia colombiana.
- Sáez, V., & Pavas, E. (2000). *Revista Universidad EAFIT*.
- Sampieri Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: MC Graw Hill.
- Sardar, B., Tarade, K., & Shingal, R. (2013). Stability of active components of cardamom oleorsin in crystallized sugar cube during storage. *Journal of food engineering*, 117.
- Sierra, E. F. (05 de 04 de 2013). *blogspot.com.co*. Obtenido de <http://gruposolidos2013.blogspot.com.co>: <http://gruposolidos2013.blogspot.com.co/2013/04/guia-tecnica-colombia-gtc-24.html>
- Torrenegra Alarcon, E., Pajaro, N., & Leon Mendez, G. (2017). Actividad antibacteriana in vitro de aceites esenciales de diferentes especies del género Citrus. *Revista Colombiana de Ciencias Químico-Farmacéuticas*.
- Wellmann Castro, W. (2015). *ESTUDIO PARA MEJORAR EL DISEÑO DE SECADORAS DE CARDAMOMO*. Guatemala.
- www.crearempresa.com.co. (s.f.).