

ANEXO 1

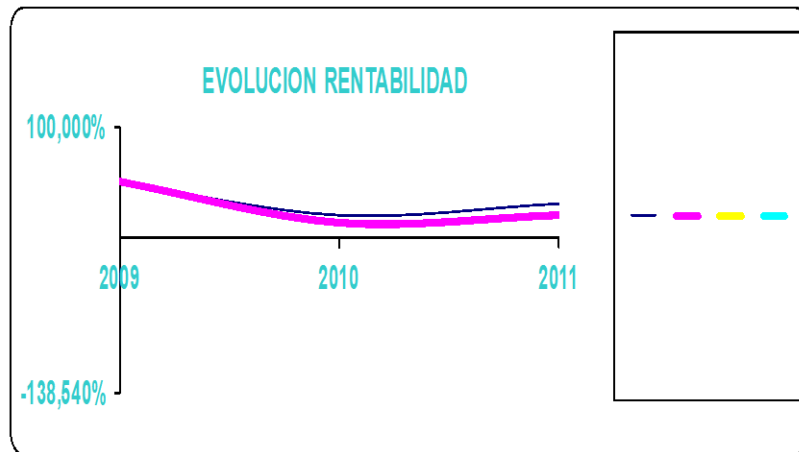
Análisis Financiero

NIT:	900 235 936 - 2
EMPRESA	INVERSIONES SANCO LTDA.
CIUDAD:	BOGOTA
DEPARTAMENTO	CUNDINAMARCA
CIU	1521
DESCRIPCION CIU	ELABORACION DE ALIMENTOS COMPUESTOS PRINCIPALMENTE DE FRUTAS, LEGUMBRES Y HORTALIZAS
CODIGO DEL SECTOR	
DESCRIPCION DEL SECTOR	ALIMENTOS
DIRECCION	CRA 53 No 70 A - 33
TELEFONOS	696 4346 - 310 666 7970

Datos en COP \$ 000

Digencie solo celdas color=

BALANCE GENERAL	2009	Participacion	2010	Participacion	variacion %	2011	Participacion	variacion %
ACTIVO								
Disponible	10.000.000	100,00%	8.500.000	27,42%	-15,00%	12.800.000	6,64%	50,59%
Inversiones								
Deudores								
Cientes			2.500.000	8,06%		4.500.000	2,33%	80,00%
Inventarios	1	0,00%	18.000.000	58,06%	179999900,00%	45.500.000	23,60%	152,78%
Otros Activos Corrientes								
Total Activo Corriente	10.000.001	100,00%	29.000.000	93,55%	190,00%	62.800.000	32,57%	116,55%
Inversiones permanentes								
Deudores LP								
Propiedades, planta y equipo			2.000.000	6,45%		130.000.000	67,43%	6400,00%
Intangibles								
Diferidos								
Otros activos								
Valorizaciones								
Total Activo No Corriente			2.000.000	6,45%		130.000.000	67,43%	6400,00%
Total Activo	10.000.001	100,00%	31.000.000	100,00%	210,00%	192.800.000	100,00%	521,94%
PASIVO								
Obligaciones financieras								
Proveedores	1	100,00%	6.800.000	38,45%	67999900,00%	11.000.000	6,71%	61,76%
Cuentas y gastos por pagar			4.500.000	25,45%				-100,00%
Impuestos, gravámenes y lasas			1.785.000	10,09%		10.800.000	6,59%	505,04%
Obligaciones laborales			2.150.000	12,16%		8.500.000	5,18%	295,35%
Pasivos Estimados y Provisiones								
Diferidos a Corto Plazo								
Otros pasivos CP			2.450.000	13,85%		100.000.000	60,99%	3981,63%
Bonos y papeles comerciales								
Total Pasivo Corriente	1	100,00%	17.685.000	100,00%	176849900,00%	130.300.000	79,47%	636,78%
Obligaciones financieras								
Cuentas por Pagar								
Obligaciones laborales								
Pasivos Estimados y Provisiones								
Diferidos								
Otros pasivos						33.657.000	20,53%	
Bonos y papeles comerciales								
Total Pasivo No Corriente						33.657.000	20,53%	
Total Pasivo	1	100,00%	17.685.000	100,00%	176849900,00%	163.957.000	100,00%	827,10%
PATRIMONIO								
Capital social	10.000.000	100,00%	10.000.000	75,10%		10.000.000	34,67%	
Superávit de Capital							5,94%	
Reservas						1.713.000		
Revalorización del patrimonio								
Superávit método de participación								
Resultados del ejercicio			3.315.000	24,90%		13.815.000	47,90%	316,74%
Resultados de ejercicios anteriores						3.315.000	11,49%	
Superávit por valorizaciones								
Total Patrimonio	10.000.000	100,00%	13.315.000	100,00%	33,15%	28.843.000	100,00%	116,62%
Total Pasivo y Patrimonio	10.000.001		31.000.000		210,00%	192.800.000		521,94%
Sumas Iguales	ok		ok			ok		



RESULTADOS	2009	Participacion	2010	Participacion	variacion %	2011	Participacion	variacion %
Ventas	2	100,00%	25.100.000	100,00%	1254888000,00%	68.180.000	100,00%	175,62%
Costo de Ventas			10.000.000	39,84%		27.600.000	39,90%	176,00%
Utilidad Bruta	2	100,00%	15.100.000	60,16%	754888000,00%	41.580.000	60,10%	175,36%
Gastos de administracion	1	50,00%	6.000.000	23,90%	608888000,00%	16.310.000	23,58%	171,83%
Gastos de Ventas			4.000.000	15,94%		4.016.000	5,81%	0,40%
Utilidad Operativa	1	50,00%	5.100.000	20,32%	508888000,00%	21.254.000	30,72%	316,75%
Ingresos no operativos								
Egresos no operativos								
Utilidad antes de Impuestos	1	50,00%	5.100.000	20,32%	508888000,00%	21.254.000	30,72%	316,75%
Ajustes por Inflacion					8,12888000,00%			
Impuesto de Renta			1.785.000	7,11%	8,12888000,00%	7.439.000	10,75%	316,75%
Utilidad Neta	1	50,00%	3.315.000	13,21%	3314888000,00%	13.815.000	19,97%	316,74%

INDICADORES	2009	2010	2011	Promedio
Razon Corriente	10.000.001,00	1,64	0,48	3.333.334,37
Prueba Acida	10.000.000,00	0,62	0,13	3.333.333,58
Capital de trabajo \$ 000 MM	10.000.000	11.315.000	-67.500.000	-15.365.000
Plazo En Dias De Cartera Clientes		36	23	20
Plazo En Dias De Proveedores	360	195	114	223
Dias De Existencia De Inventarios		1	1	0
Ciclo De Efectivo (Dias)	-360	-159	-90	-203
Nivel de endeudamiento	0,00%	57,05%	85,04%	47,36%
Egresos no OPI / Ing OP				
Margen Operacional	50,00%	20,32%	30,72%	33,68%
Margen Neto	50,00%	13,21%	19,97%	27,73%
Rentabilidad Del Activo (R.OA)	0,00%	10,69%	7,17%	5,95%
Rentabilidad Sobre Patrimonio ROI	0,00%	24,90%	47,90%	24,26%
Gastos admn/ Ing Op	50,00%	23,90%	23,58%	32,48%
Gastos Vtas/ Ing Op		15,94%	5,81%	7,25%
Ing no oper / Ing Op				
Egre no oper / Ing Op		0,00%	0,00%	0,00%
Variacion En Ventas		1254888000,00%	175,6%	627500037,81%
Crecimiento en adm+ventas		988888800,00%	103,3%	50000001,83%

FLUJO DE CAJA	2009	Part % ING	2010	Part % ING	2011	Part % ING	Part % ING PROM
Utilidad del Periodo	1	50,00%	3.315.000	13,21%	13.815.000	19,97%	27,73%
(+) Depreciaciones.							
(+) Amortizaciones.							
(+) Provisiones.							
EBITDA	1	50,00%	3.315.000	13,21%	13.815.000	19,97%	27,73%
FE - Actividades de Operación	10.000.000	50000000,00%	13.600.000	54,18%	34.054.000	49,23%	16666717,80%
(-) Compra de propiedad, planta							
FE - Act de Inversion	10.000.000	50000000,00%	13.600.000	54,18%	34.054.000	49,23%	16666717,80%
Actividades Financieras							
Flujo Neto Total	10.000.000	50000000,00%	13.600.000	54,18%	34.054.000	49,23%	16666717,80%
Costo de Capital WACC	12,00%	6,00%	12,00%	0,00%	12,00%	0,00%	
UODI (Utilidad Operativa despues de Imp)	1	50,00%	5.100.000	20,32%	21.254.000	30,72%	
EVA	-1.199.999	-5999990,00%	3.900.000	15,54%	20.054.000	28,99%	

Calculo del costo de Capital WACC		2009		
Concepto	Capital	Participacion	Interes anual	Factor
prestamos 1				
prestamos 2				
prestamos 3				
Capital Socios	10.000.000	100,00%	12%	12,00%
total	10.000.000	100,00%	WACC	12,00%

Calculo del costo de Capital WACC		2010		
Concepto	Capital	Participacion	Interes anual	Factor
prestamos 1				
prestamos 2				
prestamos 3				
Capital Socios	10.000.000	100,00%	12%	12,00%
total	10.000.000	100,00%	WACC	12,00%

Calculo del costo de Capital WACC		2011		
Concepto	Capital	Participacion	Interes anual	Factor
prestamos 1				
prestamos 2				
prestamos 3				
Capital Socios	10.000.000	100,00%	12%	12,00%
total	10.000.000	100,00%	WACC	12,00%

ANEXO 2

Matriz de selección de producto

Escala de calificación.		RESULTADOS:			
1- SI NO SE TIENE		1-33 La empresa debe iniciar ajustes inmediatos al producto o analizar otro producto.			
2- SE TIENE PERO NO SE APLICA		34-66 Es un producto que puede llegar a ser competitivo pero que hay que realizar ajustes para lograrlo.			
3- SE TIENE Y SE APLICA		67-99 El producto es competitivo y cumple con requisitos para el mercado internacional.			
Calificar con 2 aquellos puntos que no están relacionados con el producto.					
REFERENCIA	NOMBRE	PRESENTACION			
5210	Infusión con fruta seca	Trozos de fruta deshidratada (Fresa, mango, piña, uchuva, manzana, papaya y mora) con infusión de hierbas aromática (Hebabuena, limonaria y flor de jamaica)			
5101	Uchuva deshidratada	Uchuva deshidratada presentada al granel (2,5 Kg)			
5010	Snacks de fruta deshidratada (30-50g)	Paquetes de trozos fruta deshidratada (Fresa, mango, piña, uchuva, manzana, papaya y banano)			
SELECCIÓN DE PRODUCTOS PARA EL MERCADO INTERNACIONAL					
	Pregunta	PUNTAJE			Criterios
		Infusión con fruta seca	Uchuva deshidratada	Snacks de fruta deshidratada (20-50g)	
TOTAL		81,82%	70,71%	80,81%	
ATRIBUTOS INTRINSECOS Y DE PRODUCCION	SE TIENE VENTAJA COMPETITIVA O INNOVADORA EN MATERIAS PRIMAS	1	1	1	Las materias primas son genéricas, son las mismas que utiliza toda la industria
	SE TIENE VENTAJA COMPETITIVA O INNOVADORA EN DISEÑO	3	1	3	La uchuva se presenta en una bolsa plástica transparente, mientras los otros dos productos sí tienen su empaque definido y se utiliza
	SE TIENE VENTAJA COMPETITIVA O INNOVADORA EN PROCESO DE PRODUCCION	3	3	3	La máquina con la que se trabaja es de última tecnología al igual que el horno lo que les ofrece ventajas en capacidad de producción, rendimiento y calidad del producto final
	SE TIENE VENTAJA COMPETITIVA O INNOVADORA EN CALIDAD	3	3	3	Si la tienen, se han destacado en el mercado
	El producto tiene tramitados sus criterios de origen ante el Ministerio de Comercio Industria y Turismo	1	1	1	No se ha hecho la tarea, por lo que la exportación no se ha realizado, pero toda la materia prima es colombiana
	El producto está sujeto a controles por autoridades nacionales.	3	3	3	Los registros están al día
	El producto se identifica por algún código o referencia.	3	2	3	La uchuva a granel no se identifica actualmente por código de barra, aunque sí tiene referencia.
	Existe suficiente oferta de materias primas e insumos que permitan cumplir con entregas oportunas	3	3	3	El país lo facilita
	Comparado con productos en el exterior el producto se DEBE adecuar	1	1	1	No cuentan actualmente con aprobación en normas internacionales (Las podrían tramitar)
	Ciclo de vida del producto. La empresa tiene identificado el nivel de competitividad del producto seleccionado para los mercados internacionales.	3	3	3	Los tienen identificados
El producto es un producto único en el mercado.	3	1	1	La aromática es única por la combinación de frutos secos en el mismo producto	
El producto cumple con normas ambientales.	1	1	1	No tienen política ambiental	
ATRIBUTOS EXTERNOS	SE TIENE VENTAJA COMPETITIVA O INNOVADORA EN EMPAQUES	3	1	3	La Uchuva no tiene un empaque innovador
	LAS ETIQUETAS CUMPLEN CON REQUERIMIENTOS INTERNACIONALES	2	1	3	La fruta ya está lista, la uchuva nada, y la infusión sería ponerlo y ya
	Las cajas de cartón utilizadas como embalaje cuentan con la identificación de la empresa.	2	2	2	Hay cotización, pero falta mandar a hacer las cajas
	Se TIENE identificado el embalaje adecuado para el mercado internacional.	3	3	3	Si se tiene identificado, materiales, grosos, etc.
	El producto requiere de pictogramas para su manipulación.	2	2	2	NO aplica
	Existe alguna presentación en medios visuales	3	3	3	SÍ, y los tres productos están medidos en las presentaciones visuales
Se ajusta el empaque a las necesidades internacionales	3	2	3	La fruta ya está lista, la uchuva nada, y la infusión sería ponerlo y ya	
ATRIBUTOS INTANGIBLES	El producto cuenta con POLÍTICA DE manejo de garantía.	3	3	3	Si está, y se utiliza
	Se cuenta físicamente con un manual de uso y almacenamiento	2	2	2	Está, pero no lo usan o no lo tienen impreso para su uso
	La marca del producto se encuentra registrada ante la Super. De Industria y Comercio	3	3	3	
	El producto se encuentra patentado ante alguna entidad.	1	1	1	No creen que se pueda patentar
	El manual se encuentra en idioma español-inglés.	3	3	3	
Cuenta con ficha técnica.	3	3	3		
OTROS ASPECTOS	Cuenta la empresa con capacidad de producción para el mercado internacional. (Relacionada con el producto seleccionado).	3	3	3	Le sobra capacidad
	SE POSEEN Los recursos técnicos, y profesionales y financieros necesarios para su comercialización.	3	3	3	
	-Mantenimiento de la imagen de la empresa	3	3	3	
	La ficha técnica identifica los costos directos e indirectos del proceso productivo.	1	1	1	
	-Crecimiento de las ventas	3	1	3	
	Esta establecido el costo de producción	3	3	3	
	Se ha identificado su partida arancelaria.	3	3	3	
	El producto cuenta con preferencias arancelarias.	1	1	1	

ANEXO 3

Matriz de Pre-inteligencia de mercados

Cuadro Resumen Pre-inteligencia De Mercados						
Nombre de la empresa	Inversiones Sanco					
Mayor partida de demanda	Descripción	Preparaciones alimenticias diversas - Preparaciones alimenticias no expresadas ni comprendidas en otra parte. - Las demás: - Que contengan exclusivamente mezclas o extractos de plantas, partes de plantas, semillas o frutos				
	Número de partida	2106.90				
Principales competidores mundiales		Valor FOB Exportado				
		2007	2008	2009	2010	2011
United States of America		\$ 2.696.069,00	\$ 3.019.606,00	\$ 2.978.840,00	\$ 3.291.760,00	\$ 3.810.585,00
Germany		\$ 2.124.145,00	\$ 2.552.099,00	\$ 2.435.923,00	\$ 2.402.279,00	\$ 2.814.587,00
Netherlands		\$ 1.523.266,00	\$ 1.848.200,00	\$ 1.821.847,00	\$ 1.867.281,00	\$ 2.466.839,00
France		\$ 1.200.250,00	\$ 1.390.346,00	\$ 1.319.211,00	\$ 1.440.489,00	\$ 1.587.238,00
Denmark		\$ 1.216.319,00	\$ 1.313.687,00	\$ 1.193.347,00	\$ 1.167.194,00	\$ 1.288.108,00
United Kingdom		\$ 746.125,00	\$ 769.665,00	\$ 745.919,00	\$ 847.608,00	\$ 926.291,00
Principales potenciales clientes mundiales		Valor FOB Importado				
		2007	2008	2009	2010	2011
United States of America		\$ 1.429.185,00	\$ 1.397.830,00	\$ 1.400.261,00	\$ 1.625.259,00	\$ 1.770.446,00
United Kingdom		\$ 1.193.478,00	\$ 1.328.130,00	\$ 1.201.398,00	\$ 1.202.641,00	\$ 1.418.271,00
Germany		\$ 1.716.652,00	\$ 1.996.620,00	\$ 2.071.829,00	\$ 1.783.176,00	\$ 1.361.192,00
Japan		\$ 800.714,00	\$ 893.245,00	\$ 839.885,00	\$ 931.974,00	\$ 1.125.543,00
Australia		\$ 717.100,00	\$ 741.388,00	\$ 783.706,00	\$ 916.427,00	\$ 1.097.966,00
Canada		\$ 881.236,00	\$ 993.444,00	\$ 949.677,00	\$ 1.063.923,00	\$ 1.096.222,00
Principales competidores en América Latina y El Caribe		Valor FOB Exportado				
		2007	2008	2009	2010	2011
Mexico		\$ 309.238,00	\$ 318.244,00	\$ 299.886,00	\$ 294.551,00	\$ 323.937,00
Chile		\$ 174.172,00	\$ 199.848,00	\$ 254.365,00	\$ 270.418,00	\$ 311.904,00
Costa Rica		\$ 185.061,00	\$ 217.728,00	\$ 167.254,00	\$ 276.389,00	\$ 295.217,00
Brazil		\$ 228.981,00	\$ 244.328,00	\$ 222.333,00	\$ 259.310,00	\$ 288.092,00
Argentina		\$ 55.158,00	\$ 68.864,00	\$ 55.338,00	\$ 63.457,00	\$ 90.010,00
Colombia		\$ 81.976,00	\$ 99.706,00	\$ 87.418,00	\$ 59.610,00	\$ 57.314,00
Principales potenciales clientes en América Latina y El Caribe		Valor FOB Importado				
		2007	2008	2009	2010	2011
Mexico		\$ 553.184,00	\$ 592.150,00	\$ 472.538,00	\$ 485.755,00	\$ 505.712,00
Brazil		\$ 106.859,00	\$ 144.778,00	\$ 151.848,00	\$ 154.587,00	\$ 215.442,00
Colombia		\$ 106.561,00	\$ 111.789,00	\$ 134.168,00	\$ 138.897,00	\$ 162.151,00
Peru		\$ 77.425,00	\$ 98.306,00	\$ 100.514,00	\$ 120.297,00	\$ 130.930,00
Ecuador		\$ 80.371,00	\$ 96.735,00	\$ 98.930,00	\$ 117.466,00	\$ 125.699,00
Guatemala		\$ 65.795,00	\$ 68.500,00	\$ 95.510,00	\$ 107.006,00	\$ 125.231,00
Principales Competidores en Razón Social		Valor FOB Exportado				
		2009	Razón Social	2010	Razón Social	2011
PROCAPS S,A,		\$ 196.582,11	PROCAPS S,A,	\$ 761.758,07	PROCAPS S,A,	\$ 1.612.221,22
OMNILIFE MANUFACTURA DE COLOMBIA LTDA		\$ 110.417,02	AGRICOLA HIMALAYA S,A,	\$ 92.733,61	AGRICOLA HIMALAYA S,A,	\$ 79.822,17
AGEL ENTERPRISES COLOMBIA LTDA		\$ 92.777,02	PRODUCTORA DE ALIMENTOS NATURALES PANA LIMITADA	\$ 49.509,12	PRODUCTORA DE ALIMENTOS NATURALES PANA LIMITADA	\$ 69.954,88
AGRICOLA HIMALAYA S,A,		\$ 36.810,85	INDUSTRIAS INCA S,A,	\$ 28.823,19	FUNDACION LABORATORIO DE FARMACOLOGIA VEGETAL LABFARVE	\$ 28.098,96
C,I, COMEP Y CIA LTDA		\$ 16.398,22	LABORATORIOS LA SANTE S,A,	\$ 27.824,25	MANMENT LTDA	\$ 6.047,13
LABORATORIOS FUNAT S,A,		\$ 6.734,40	C,I, ABURRA S,A,S,	\$ 4.477,28	C,I, HERBAL PHARMA & GENERAL PRODUCTS Y CIA LTDA	\$ 5.048,88

ANEXO 4

Matriz de selección de país

Cuadro Resumen Pre-inteligencia De Mercados						
Nombre de la empresa	Inversiones Sanco					
Mayor partida de demanda	Descripción	Preparaciones alimenticias diversas - Preparaciones alimenticias no expresadas ni comprendidas en otra parte. - Las demás: - Que contengan exclusivamente mezclas o extractos de plantas, partes de plantas, semillas o frutos				
	Número de partida	2106.90				
Principales Exportadores a USA		Valor FOB Exportado				
		2007	2008	2009	2010	2011
United States of America	\$	726.019,00	\$ 857.416,00	\$ 827.369,00	\$ 935.669,00	\$ 953.063,00
Sweden	\$	27.132,00	\$ 23.326,00	\$ 16.554,00	\$ 21.346,00	\$ 25.929,00
Denmark	\$	2.306,00	\$ 1.842,00	\$ 8.441,00	\$ 9.092,00	\$ 13.608,00
Mexico	\$	29.720,00	\$ 15.088,00	\$ 17.242,00	\$ 17.162,00	\$ 12.891,00
United Kingdom	\$	17.057,00	\$ 10.761,00	\$ 9.900,00	\$ 12.081,00	\$ 10.995,00
Switzerland	\$	5.724,00	\$ 4.294,00	\$ 5.946,00	\$ 5.596,00	\$ 8.036,00
Principales Exportadores Canada		Valor FOB Importado				
		2007	2008	2009	2010	2011
Canada	\$	469.760,00	\$ 503.570,00	\$ 461.558,00	\$ 532.108,00	\$ 590.851,00
Mexico	\$	149.318,00	\$ 150.960,00	\$ 129.170,00	\$ 172.582,00	\$ 158.248,00
Thailand	\$	104.236,00	\$ 121.825,00	\$ 113.668,00	\$ 132.492,00	\$ 149.864,00
United Kingdom	\$	14.385,00	\$ 19.510,00	\$ 83.187,00	\$ 81.487,00	\$ 88.635,00
China	\$	57.419,00	\$ 73.340,00	\$ 57.462,00	\$ 72.246,00	\$ 84.029,00
Germany	\$	49.157,00	\$ 59.707,00	\$ 71.226,00	\$ 72.122,00	\$ 74.451,00
Principales Exportadores a Costa Rica		Valor FOB Exportado				
		2007	2008	2009	2010	2011
Area Nes	\$	19.406,00	\$ 28.972,00	\$ 28.748,00	\$ 33.913,00	\$ 39.869,00
United States of America	\$	16.756,00	\$ 18.272,00	\$ 8.576,00	\$ 17.340,00	\$ 21.402,00
Mexico	\$	10.412,00	\$ 10.900,00	\$ 9.356,00	\$ 13.201,00	\$ 14.271,00
Uruguay	\$	3.294,00	\$ 7.616,00	\$ 4.026,00	\$ 6.409,00	\$ 6.313,00
Netherlands	\$	4.473,00	\$ 7.019,00	\$ 3.447,00	\$ 6.337,00	\$ 4.473,00
Chile	\$	2.842,00	\$ 2.976,00	\$ 2.353,00	\$ 3.135,00	\$ 3.216,00

ANEXO 6

A continuación se presentan contactos o clientes potenciales que puede tener la empresa en los Estados Unidos, para ello se tendrán en cuenta supermercados grandes y pequeños del Estado de la Florida en Estados Unidos.

Pequeños:

- Apfel Fresh Market

Página web: <http://www.apelfreshmarket.com/>

- Closeout food buyers

Página web: <http://www.closeoutfoodbuyers.com/>

- We shop and we deliver

Página web: <http://www.grocerydeliveryflorida.com/>

- Diabetics Market

Página web: <http://www.diabeticsmarket.com/>

- Jacob's classic market

Página web: <http://www.jacobsclassicmarket.com/>

- Fitlife Foods

Página web: <http://www.eatfitlifefoods.com/>

- Latinos Supermarket

Página web: <http://www.latinosupermarket.biz/>Medianos:

- Sedano's

Página web: <http://sedanos.com/>

- Freshco Ltda.

Página web: <http://www.indianriverjuice.com/>

- Winn-bixie

Página web: <https://www.winndixie.com/Pages/Home.aspx>

Grandes:

- Aldi

Página web: http://aldi.us/index_ENU_HTML.htm

- Target

Página web: <http://www.target.com/>

- Trader Joe's

Página web: <http://www.traderjoes.com/>

- Walmart

Página web: <http://www.walmart.com/>

- SuperValu Inc

Página web: <http://www.supervalu.com/sv-webapp/>

ANEXO 7

Revistas de gastronomía:

- Bon appetit

Página web: <http://www.bonappetit.com/>

- Cooking light

Página web: <http://www.cookinglight.com/>

- Veggie life

Página web: <http://www.veggielife.com/>

- Vegetarian Times

Página web: <http://www.vegetariantimes.com/>

- Gourmet

Página web: <http://www.epicurious.com/>

Revistas de salud:

- Organic Gardening

Página web: <http://www.organicgardening.com/>

ANEXO 8

- Walmart Centroamerica: Mayorista
 - Portafolio de productos: Abarrotes en general
 - Página web: <http://www.walmartmexico.com.mx/>
 - Ciudad: San José
-
- Mas x Menos: Mayorista
 - Portafolio de productos: Abarrotes en general
 - Página web: <http://www.masxmenos.co.cr/>
 - Ciudad: San José

ANEXO 9

Lista de contactos Canadá:

A continuación, se presentan contactos importantes, que la empresa puede realizar en Canadá, como clientes potenciales.

- Loblaw Companies: Mayorista
Portafolio de productos: Abarrotes en general
Página web: <http://www.loblaw.ca/>
Ciudad: Ottawa, Montreal, entre otras.

- Sobeys Inc: Mayorista
Portafolio de productos: Abarrotes en general
Página web: <http://www.sobeys.com/Choose-Store.aspx?returnURL=%2fen%2fHome.aspx>
Ciudad: Ottawa, Montreal, entre otras.

- Metro Inc: Mayorista
Portafolio de productos: Productos naturales
Página web: <http://metro.ca/corpo/accueil.en.html>
Ciudad: Ottawa, Montreal, entre otras.

ANEXO 10

Cotización SIA, Meridian Logistics S.A.



Bogotá, D.C 15 – FEBRERO - 2013

Señores:
INVERSIONES SANCO LTDA
Catalina Reyes
Bogota.

REF: 0100 / 2013 Exportación aérea

Atendiendo su amable solicitud, presentamos a continuación nuestra oferta para los siguientes servicios logísticos:

30 Cajas Peso C/U 4,5 Kg.
Volumen 1020 kg.

Valor aproximado de transporte aéreo: **Usd\$ 1.050.00**

1- Transporte aéreo Bogotá – Miami
Termino de negociación: FCA

Flete Aéreo: +300 Kg. Usd\$0.95XKg/6dcm3
Fuel Surcharge: Usd\$0.60XKg
Frecuencia: De Lunes a Sábado

Recargos Locales

Due Carrier: Usd\$55.00
Due Agent: Usd\$55.00
AWB: Usd\$50.00
Flete al cobro : 5% / Flete Neto

Recargos de Aduana de Exportación

Tarifa: 0.35% del valor CIF, Mínima Cop\$350.000.00 + IVA.
Gastos Operacionales: Cop\$80.000.00
Elaboración Dec. Exp. : Cop\$15.000.00 C/U.
Elaboración Dec. Val. : Cop\$15.000.00 C/U.
Elaboración Reg. Exp. : Cop\$75.000.00 C/U. Hasta 1.800 Caracteres (1 hoja)
Formulario Exp. Vuce: Cop\$30.000.00 C/U.
Formulario Dec. Exp. : Cop\$8.000.00 C/U.
Formulario Dec. Val. : Cop\$8.000.00 C/U.
Pre inspección: Cop\$90.000.00.

ANEXO 11

Alianzas internacionales y nacionales

A nivel nacional:

1. OMA
2. Dunkin Donuts
3. Diletto
4. Mc Café
5. Dialimentos
6. Sodexo
7. Iberocaribe
8. Aero servicios

En el mercado objetivo, Estados Unidos, con distribuidores como:

1. Southeast food distribution
2. F. Garcia Wholesale & Export Inc.
3. La fe
4. Alderman Farms
5. American Fruit & Produce
6. JW Renproe Pecan Company
7. Florida Bulk Sales Incorporated

ANEXO 12

Glosario Mejoramiento de product

WIP. Trabajo en proceso. Esto significa los materiales a los cuales se les ha aplicado alguna operación. Alguien los ha tocado y se las ha añadido algún costo.

Inventario: La cantidad de materias primas, producto en proceso y terminado que se encuentra en esperando en la planta.

Rotación de Inventario. Forma de medición de inventarios que hace referencia al período de tiempo en el que todo el inventario que se tiene de un producto es consumido. Este se puede medir semanalmente, mensualmente, etc. Ej. Mi rotación de inventarios es 2 veces por mes.

Trabajo en equipo. Aquel en el que todos los miembros están comprometidos con la consecución de las metas y los objetivos propuestos, apoyándose unos en otros completamente alineados y trabajando en una misma dirección.

Proceso. Es un conjunto de actividades que en forma estructurada está diseñado para producir un resultado 'producto o servicio' para un determinado cliente o mercado.

Mantenimiento. "Actividad o actividades que se ejecutan a una pieza o equipo o máquina, para mantenerlo en excelentes condiciones de trabajo".

Mantenimiento preventivo. "Los operarios trabajan las máquinas, la gente de mantenimiento cambiará el aceite según lo programado y repararán las máquinas cuando estas se dañen"

Alistamientos. Conjunto de actividades que se realizan a una máquina o a un proceso cuando se necesita cambiar de referencia de producto.

Calidad. Cumplir o exceder las expectativas de los clientes. Es medible y se expresa con números.

Control estadístico de procesos. Metodología para vigilar un proceso, para identificar las causas especiales de variación y para señalar la necesidad de tomar alguna acción correctiva cuando sea apropiado.

Mejoramiento Continuo. Kaizen. Filosofía japonesa que busca mejorar de manera gradual y frecuente, la maquinaria, los materiales, el uso de la mano de obra y los métodos de producción mediante la aplicación de sugerencias e ideas de los equipos de la compañía.

Planeación y Control. Contar con herramientas y políticas establecidas para de manera anticipada organizar y ejecutar las actividades relacionadas con los procesos de producción dentro de un esquema que permita posteriormente evaluar si lo planeado fue lo obtenido como resultado final, monitoreando el antes, el durante y el después del proceso productivo.

Liderazgo. Facultad que permite visualizar el futuro de la organización, donde sus directivos y colaboradores, tengan claridad en los objetivos y estrategias a seguir para lograr el éxito empresarial.

Gestión de la Documentación. Corresponde a todos los procesos necesarios, para la generación, divulgación, custodia, almacenamiento, organización, recuperación y destinación final de la documentación de la empresa.

Plazos y Compromisos. Ingrediente de la cultura empresarial en donde los plazos de entrega de tareas específicas, compromisos adquiridos a cualquier nivel es cabalmente realizado por los colaboradores, determinando así una cultura enfocada al

cumplimiento y desarrollo oportuno de tareas dirigidas a satisfacer al cliente interno y externo.

Competencia. Metodología utilizada en relaciones industriales y procesos de gestión del talento humano cuyo objetivo es identificar si la empresa dentro de sus buenas practicas productivas cuenta con el desarrollo adecuado del talento humano, en cuanto a capacitación, formación, entrenamiento, experiencia, desarrollo del perfil profesional de sus colaboradores y contar con un programa flexible que permita mejorar constantemente la competencia del factor humano.

Gestión del tiempo. Serie de herramientas y hábitos empresariales que permiten a los colaboradores de la empresa organizar sus actividades versus el tiempo de trabajo disponible, priorizando agendas, estableciendo el orden y programa adecuado de reuniones, eventos, charlas, capacitaciones y demás actividades, diferenciando lo urgente de lo importante de tal forma que cada individuo por medio de una organización y buen uso del tiempo logre cumplir adecuadamente con todas sus compromisos.

Plan del Lugar de Trabajo. Cada lugar de trabajo debe ser previamente establecido teniendo en cuenta todos los ingredientes necesarios para un óptimo desempeño del trabajador, suministrando las herramientas necesarias y adecuadas a los procesos, teniendo en cuenta los requerimientos de ergonomía y seguridad industrial que protejan la integridad del trabajador.

Flexibilidad de las Habilidades. Programa desarrollado por las empresas para aumentar y mejorar las habilidades de los colaboradores, en donde varios de ellos reciben entrenamiento para desarrollar actividades técnicas específicas, que los dejan en la capacidad de reemplazarse entre sí, pasando de un proceso a otro sin mayores dificultades.

Responsabilidades y Roles. Estructura organizacional de la empresa, donde está por escrito y divulgado a los colaboradores, los cargos que existen en la empresa detallando en un organigrama su dependencia jerárquica, funciones, responsabilidades, procesos que desarrolla, en resumen que cada colaborador tenga claro cuál es su papel dentro de la empresa.

Propiedad y Objetivos. Metodología en donde todos los colaboradores desde las áreas directivas hasta las áreas operativas tienen claro los objetivos y metas que se ha trazado la empresa en el tiempo, apropiándose de esas metas y contribuyendo desde su cargo al logro de los objetivos.

Organización y Limpieza: Aplicación de herramientas administrativas donde las instalaciones de la empresa, planta de producción, oficinas, almacenes y demás dependencias cuenten con mecanismos de control que permitan mantener cada cosa en su lugar y que exista un lugar para cada cosa. Garantizando, orden, limpieza, lugares libres de elementos no utilizados, sitios despejados y manejo de residuos.

Reuniones de Grupos de Trabajo Diario: Cultura de reuniones efectivas, donde existe un propósito claro de cada reunión, uso adecuado del tiempo, definiendo una agenda de trabajo, en donde el equipo discute y resuelve problemas, salen compromisos y acciones a desarrollar que se plasman en actas de control donde se evidencia, tema a desarrollar, responsable y tiempo de entrega.

Resolver Problemas: Herramientas administrativas utilizadas para resolver problemas, entre ellas se pueden utilizar los grupos kaizen o de mejoramiento continuo, los diagramas de espina de pescado que permiten ver en detalle los pasos e interacciones de los procesos, para determinar causa raíz de los problemas. Lluvia de ideas donde los colaboradores realizan sus aportes desde diferentes puntos de vista, Diagramas de Pareto, en donde se busca determinar que el 80% de los problemas es generado por el 20% de las causas, si atacamos el Pareto se pueden abarcar soluciones de gran impacto, técnica de los cinco porqués, que busca a través de la pregunta llegar a la causa principal del problema.

Servicio De Cliente Interno: Enfoque hacia los procesos de la empresa en donde todos hacemos parte de una cadena en donde existe un cliente interno, antes y después de cada eslabón, cuya gestión en buena parte depende de nuestro trabajo.

Estándar De Trabajo: Determinar por medio de procedimientos, fichas técnicas, manuales, catálogos y demás documentos, la forma adecuada de cada etapa de los procesos, en donde si se sigue el estándar el resultado final sea siempre el mismo.

Display Principal Visual. Utilización de medios de difusión y comunicación, como murales, carteras, espacios donde se publica información que todos los colaboradores deben conocer, publicación de indicadores de gestión. Entre otros.

Control Del Tiempo Y Compromiso: Se refiere a la cultura de cumplimiento de los trabajadores en cuanto a puntualidad, compromisos, ausentismos. Disculpas para eludir responsabilidades y trabajos.

Métricas y Medidas De Desempeño. Indicadores que permiten medir y controlar la gestión y el resultado de áreas y procesos de la empresa, normalmente estos indicadores tiene un dato actual, una meta propuesta, un plan para lograr la meta en el tiempo, un responsable y una periodicidad para medirlo, semanalmente, mensualmente, trimestralmente etc.

Servicio Del Cliente Externo. Todas las estrategias y procesos enfocados a aumentar el nivel de satisfacción del cliente final (quien compra nuestro producto y/o servicio).

Estructura De Costos. Modelos matemáticos que permiten medir de forma objetiva, cuanto le cuesta a la empresa cada producto y/o servicio que sale al mercado, permitiéndole buscar estrategias y métodos para reducir las ineficiencias del procesos, optimizando la cadena de valor del negocio.

Adiciona Valor: Por lo que el cliente está dispuesto a pagar.

Lo que no adiciona valor: lo que el cliente no está dispuesto a pagar.

Mapeo de la cadena de valor: Son todos los pasos o actividades (que adicionan o no adicionan valor) requeridas para realizar un producto desde las materias primas hasta el cliente final.

Mapa presente: grafica del estado actual de la cadena de valor de un proceso donde se realiza un producto o una familia de productos.

Tiempo de ciclo (seg): tiempo requerido para producir una unidad. En general, es el tiempo que tarda antes que el ciclo se repita.

Porcentaje de rechazo (%): Porcentaje de producto que ha sido re trabajado, rechazado o no conforme (algunas veces difícil de cuantificar)

Distancia (m.): Distancia que las partes recorren de actividad en actividad en la planta.

Disponibilidad en el proceso (seg.): El tiempo que se utiliza para la producción. Este se calcula restándole al tiempo total de trabajo el tiempo de paradas programadas (descansos, almuerzo, reuniones, etc.)

Uptime (%): Esta medida muestra como un proceso o actividad usa el tiempo disponible. Este se calcula $\frac{\text{Tiempo disponible en el proceso} - (\text{tiempos de alistamiento} + \text{tiempo de parada} + \text{tiempo de mantenimiento correctivo})}{\text{Tiempo disponible en el proceso}} \times 100$.

Balanceo la línea de trabajo: Unas operaciones toman más tiempo que otras, dejar a los operarios sin nada que hacer mientras esperan que la operación anterior sea terminada. Se requiere determinar el tiempo en que una unidad se debe realizar.

Indicadores de desempeño: miden la eficiencia y el *desempeño* ambiental de las operaciones o procesos dentro de la organización.

Mejoramiento de un proceso: para él mejorar un proceso, significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable, qué cambiar y cómo cambiar depende del enfoque específico del empresario y del proceso.

Los costos sirven, en general, para tres propósitos:

- Proporcionar informes relativos a costos para medir la utilidad y evaluar el inventario (estado de resultados y balance general).
- Ofrecer información para el control administrativo de las operaciones y actividades de la empresa (informes de control).
- Proporcionar información a la administración para fundamentar la planeación y la toma de decisiones (análisis y estudios especiales).

Los costos pueden ser clasificados de diversas formas:

Según los períodos de contabilidad:

Costos corrientes: aquellos en que se incurre durante el ciclo de producción al cual se asignan (Ej.: fuerza motriz, jornales).

Costos previstos: incorporan los cargos a los costos con anticipación al momento en que efectivamente se realiza el pago (Ej.: cargas sociales periódicas).

Costos diferidos: erogaciones que se efectúan en forma diferida (ej.: seguros, alquileres, depreciaciones, etc.).

Según la función que desempeñan: indican como se desglosan por función las cuentas Producción en Proceso y Departamentos de Servicios, de manera que posibiliten la obtención de costos unitarios precisos:

Costos industriales

Costos comerciales

Costos financieros

Según la forma de imputación a las unidades de producto:

Costos directos: aquellos cuya incidencia monetaria en un producto o en una orden de trabajo puede establecerse con precisión (materia prima, jornales, etc.)

Costos indirectos: aquellos que no pueden asignarse con precisión; por lo tanto se necesita una base de prorrateo (seguros, lubricantes).

Según el tipo de variabilidad:

Costos variables: el total cambio en relación a los cambios en un factor de costos.

Costos fijos: No cambian a pesar de los cambios en un factor de costo.

Costos semifijos

Factor de costo: Base de distribución para la asignación de costos, según sea el objeto de costos.

Costo unitario o promedio: Surge de dividir el costo total por un número de unidades.

Productos en Proceso: Es la producción incompleta; los materiales que estén sólo parcialmente convertidos en productos terminados que puede haber en cualquier momento.

Costos: representan una porción del precio de adquisición de artículos, propiedades o servicios, que ha sido diferida o que todavía no se ha aplicado a la realización de ingresos.

Gastos: son costos que se han aplicado contra el ingreso de un período determinado.

Pérdidas: reducciones en la participación de la empresa por las que no se ha recibido ningún valor compensatorio, sin incluir los retiros de capital.

Elementos del costo

Los tres elementos del costo de fabricación son:

Materias primas: Todos aquellos elementos físicos que es imprescindible consumir durante el proceso de elaboración de un producto, de sus accesorios y de su envase. Esto con la condición de que el consumo del insumo debe guardar relación proporcional con la cantidad de unidades producidas.

Mano de obra directa: Valor del trabajo realizado por los operarios que contribuyen al proceso productivo.

Carga fabril: Son todos los costos en que necesita incurrir un centro para el logro de sus fines; costos que, salvo casos de excepción, son de asignación indirecta, por lo tanto precisa de bases de distribución.

La suma de las materias primas y la mano de obra directa constituyen el costo primo.

La combinación de la mano de obra directa y la carga fabril constituye el costo de conversión, llamado así porque es el costo de convertir las materias primas en productos terminados