

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

**INFORME FINAL DE INVESTIGACION - IFI
PLAN DE NEGOCIOS MARIPOLANDIA “UN MUNDO DE MARIPOSAS”**

MONICA SUAREZ

VANESSA CABRERA MELO

CESAR FABIAN AGUILAR CASTAÑEDA

SANDRA MILENA VARGAS

Facultad de Postgrados

Bogotá, D.C.

Especialización en Negocios y Finanzas Internacionales

Informe Final de Investigación - IFI

Universidad EAN

Mayo de 2013

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo de IFI nos gustaría agradecerle a Dios por bendecirnos para llegar hasta donde hemos llegado, porque hizo realidad este sueño tan anhelado.

A la UNIVERSIDAD EAN por darnos la oportunidad de estudiar y ser Especialistas en Negocios y Finanzas Internacional.

A nuestro tutor del IFI el Docente Víctor Hugo Robayo Ulloa por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia, su motivación, por sus consejos, que ayudan a formarte como persona e investigador y a dejado en nosotros una gran enseñanza.

También nos gustaría agradecer a nuestros profesores que durante toda la especialización aportaron un granito de arena a nuestra formación.

Son muchas las personas que han formado parte nuestra vida, a las que nos encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles.

Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga

CONTENIDO

INTRODUCCION.....	7
RESUMEN EJECUTIVO	8
CONCEPTO DEL NEGOCIO	8
PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES.....	10
MERCADO POTENCIAL	11
PROPUESTA DE VALOR	12
VENTAJAS COMPETITIVAS.....	12
INVERSIONES REQUERIDAS.....	12
INVERSIÓN INICIAL.....	13
PROYECCIONES DE VENTAS	13
PRESUPUESTO DE VENTAS ANUAL.....	14
CONCLUSIONES FINANCIERAS.....	14
MÓDULO 1: NATURALEZA DEL PROYECTO.....	15
JUSTIFICACIÓN	15
NOMBRE DE LA EMPRESA.....	16
TIPO DE EMPRESA.....	16
MISION	17
VISION	17
OBJETIVOS.....	18
A CORTO PLAZO (1 Año)	18
A MEDIANO PLAZO (2 Año)	18
A LARGO PLAZO. (3 Año)	19
VENTAJAS COMPETITIVAS.	19
PROPUESTA DE VALOR	20
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	20
PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES.....	21
MODULO 2: MERCADEO.....	22
ANALISIS DEL MERCADO	22
MERCADO OBJETIVO	22

CADENA DE VALOR	24
ANALISIS DEL SECTOR	24
ANALISIS DE LA COMPETENCIA	27
ESTRATEGIAS DE PRECIOS:.....	29
VARIABLES A TENER EN CUENTA PARA LOS PRECIOS:.....	30
ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION O DE PRESTACION DEL SERVICIO:. 32	
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	37
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	37
ESTRATEGIAS DE SERVICIO.....	38
ESTRATEGIAS DE INVESTIGACION Y DESARROLLO	39
ESTRATEGIAS DE OPERACIONES	39
ESTRATEGIAS DE MARKETING	40
PLAN DE VENTAS	40
PRESUPUESTO DE VENTAS ANUAL.....	41
MODULO 3: TÉCNICO.....	42
CONCEPTO DE PRODUCTO Y SERVICIO	42
ESTADO DE DESARROLLO	44
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO O DE PRESTACION DE SERVICIO	46
RECURSOS Y REQUERIMIENTOS DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	47
INSUMOS Y MATERIALES DEL PROCESO PRODUCTIVO	48
MANO DE OBRA	51
MODULO 4: ORGANIZACION.....	53
ANALISIS FODA.....	57
FORTALEZAS.....	57
OPORTUNIDADES.....	57
DEBILIDADES.....	58
AMENAZAS	58
ESTRATEGIAS (FO).....	59

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

ESTRATEGIAS (FA)	59
ESTRATEGIA (DO)	59
ESTRATEGIA (DA)	60
ADMINISTRACION DE SUELDOS Y SALARIOS	60
VALOR DE NOMINA MENSUAL	63
MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN	63
MODULO 5: FINANCIERO	64
INVERSIÓN INICIAL	64
FINANCIACION	64
TABLA DE AMORTIZACION	64
BALANCE GENERAL PROYECTADO	65
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	66
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO	67
FLUJO NETO DE EFECTIVO PROYECTADO	69
EVALUACIÓN DEL PROYECTO	70
RENTABILIDAD	71
PERIODO RETORNO INVERSION	71
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	71
PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS	71
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	72
GLOSARIO	73
BIBLIOGRAFIA	75

ANEXOS.....76

INTRODUCCION

Colombia es uno de los países con mayor diversidad del mundo, lo cual muestra un gran potencial para el desarrollo de nuevas industrias. Pero debido a la inadecuada explotación de muchos de los recursos naturales nuestro ecosistema se está viendo muy afectado, causando daños irreparables en el hábitat natural de las especies, uso no sostenible de los suelos, la destrucción de los bosques entre otros, afectando el desarrollo económico de las comunidades rurales, la regio y el país en general.

El presente documento tiene como objetivo analizar la situación actual del sector de la exportación de seres vivos enfocándolo específicamente en el desarrollo de la producción y comercialización de Mariposas vivas y disecadas aprovechando las ventajas comparativas de las especies existentes en nuestro país; buscando convertirlas en ventajas competitivas en mercado mundial mediante la inversión y de desarrollo de procesos logísticos eficientes y el desarrollo de nuevas especies que logren cautivar a nuestros clientes, Mariposarios, Parques Temáticos, y Coleccionistas los cuales están ubicados en países que no son tropicales y que debido a los cambios climáticos no pueden zoo criar este tipo de animales.

RESUMEN EJECUTIVO

CONCEPTO DEL NEGOCIO

Maripolandia concentra sus operaciones en la exportación de pupas de mariposa, teniendo como mercado objetivo los grandes mariposarios, parques temáticos o coleccionistas que están ubicados en países que no son tropicales y que debido a los cambios climáticos y a sus estaciones no cuentan con las condiciones requeridas para la reproducción de las mariposas.

Teniendo en cuenta que el ciclo biológico de una mariposa depende de su especie y puede llegar a ser desde algunas semanas hasta unos pocos días vemos una gran oportunidad de negocio que nos puede llegar a generar ingresos significativos con esta actividad que es conservacionista y económicamente rentable.

Nosotros, los socios emprendedores queremos hacer de Maripolandia una empresa dedicada a implementar nuevos sistemas de producción agrícola, que sean amigables con el medio ambiente, que permitan una producción de buena calidad , desarrollando e impulsando la comercialización de mariposas, del medio ambiente y de la naturaleza, nuestra labor principal será crear una conciencia a las nuevas generaciones del respeto hacia la fauna silvestre.

Un valor agregado que se genera es que con esta actividad se promueve la reducción del tráfico ilegal de especies de la fauna colombiana, ya que en la actualidad la principal fuente de abastecimiento hacia los mercados

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

internacionales se hace a través del mercado ilegal, el cual surte a todos los países en donde se comercializan mariposas. Los individuos comercializados ilegalmente son capturados directamente del medio, siendo este la causa principal de la amenaza de extinción de muchas de estas especies. Adicionalmente, la extracción y el comercio ilegal han favorecido la presencia de intermediarios, quienes pagan al recolector precios muy por debajo de los precios de venta al comprador final.

La pupa es el último estado por el que pasa una larva antes de convertirse en Mariposa adulta. La palabra pupa significa muñeca en latín, y representa el modo en que las alas están encerradas en un estuche semejante a una momia.

Nuestra política social está pensada en el desarrollo de un grupo de familias rurales las cuales estarían en un proceso de asesoría técnica y capacitación garantizando la sostenibilidad de la zootecnia, la comercialización y la generación de ingresos para nuestros campesinos.

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES

Area de Especialidad	Profesión	Nivel de Formación				Dominio de Idiomas	Experiencia profesional (empresas, consultorías, universidades, otros)
		Pregrado	Posg.	Ph.D	Otro		
Gerencia Financiera	Comercio Internacional	Comercio Internacional	Negociación y Finanzas Internacionales		Seminario Actualización Régimen Aduanero de Exportación-Seminario Carga Básica Internacional	Medio	Experiencia de 7 años en áreas administrativas y de comercio exterior, en empresas del sector Textil Agentes de cargas y Agentes de Aduana.
Gerencia de Compras	Comercio Internacional	Comercio Internacional	Negociación y Finanzas Internacionales		Diplomado en compras e inventarios	Medio	3 años de experiencia en un Grupo empresarial dedicado a transformar químicos en: productos, servicios y soluciones innovadoras, para los diversos sectores industriales y comercialización de estos mismos productos e insumos, especialmente en el sector de la construcción.
Gerencia Comercial	Comercio Internacional	Comercio Internacional	Negociación y Finanzas Internacionales		Seminario en Régimen Cambiario Diplomado en Gestion de Riesgo Auditor Interno de Calidad	Medio	Experiencia laboral en el sector financiero sirviendo de acompañamiento a los clientes de los negocios de Moneda Extranjera, analizando cada una de las vinculaciones de los clientes a las filiales del exterior y asesorándolos de forma oportuna en la normatividad cambiaria, proponer soluciones integrales generando negocios rentables conservando las condiciones definidas por la compañía, profundizando en relaciones de largo plazo con los clientes . Actualmente estudiante de especialización de negocios y finanzas internacionales

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

Gerencia Comercial	Contaduría Pública	Contaduría Pública	Negociación y Finanzas Internacionales	Auditora de Calidad por Icontec en Norma TCGP 1000:2009 Seminario Taller por la Contaduría General de Nación en Avances en el Proceso Contable Público: Situaciones Especiales.	Medio	Experiencia de 7 años en áreas administrativas y contables, en empresa del Sector Financiero y Público.
--------------------	--------------------	--------------------	--	---	-------	---

MERCADO POTENCIAL

El comercio de mariposas ha existido durante mucho tiempo, en los últimos 10 años se ha incrementado de manera creciente en razón del auge de los jardines adaptados para la exhibición de mariposas, conocidos como Mariposarios.

A nivel mundial, se estima que hay más de 280 Mariposarios, de los cuales por lo menos 120 se encuentran en Estados Unidos, siendo este el principal destino de exportación, países como Estados Unidos por sus condiciones climáticas como las etapas estacionales, no permiten que las mariposas se reproduzcan.

Principales países Importadores de los demás animales vivos.

	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011	2012
EEUU	55.994	83.991	125.987	188.980	283.470	425.204
ESPAÑA	39.954	40.753	41.568	42.400	43.247	44.112
FRANCIA	21.505	21.720	21.937	22.157	22.378	22.602
PAISES BAJOS	20.740	20.844	20.948	21.053	21.158	21.264
BELGICA	19.503	19.601	19.699	19.797	19.896	19.995
CANADA	13.315	13.581	13.853	14.130	14.413	14.701

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

PROPUESTA DE VALOR

Exportamos las mejores especies de mariposas del mundo con los tiempos más rápidos de entrega en el lugar requerido, enfocándonos en la generación de nuevas especies aplicando los mejores métodos de desarrollo e investigación, a un precio exequible para nuestros clientes.

VENTAJAS COMPETITIVAS

Comercializar y exportar las mejores especies de mariposas de nuestro país con los mejores procesos logísticos de importación en los tiempos requeridos por nuestros clientes.

INVERSIONES REQUERIDAS

Para iniciar con nuestra operación el capital se invertiría en la instalación de los equipos de oficina y en la adquisición de los módulos publicitarios y la estructura tecnológica requerida para su funcionamiento, así como la instalación de los mismos y todos los gastos administrativos que se generan por la legalización de la empresa y su puesta en marcha. Con una inversión total de \$24.627.910. Dicha inversión será obtenida de capital de los emprendedores y búsqueda de recursos en el sector financiero.

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

INVERSIÓN INICIAL

INVERSIONES	COSTOS	
ACTIVOS FIJOS		5.000.000
Muebles y enseres	5.000.000	
ACTIVOS DIFERIDOS		8.000.000
Gastos de organización	3.000.000	
Gastos de instalación	5.000.000	
CAPITAL DE TRABAJO		11.627.910
Materia prima	4.126.720	
Servicios públicos	1.501.190	
Publicidad	1.000.000	
Utiles de oficina	2.000.000	
Implementos de aseo	3.000.000	
TOTAL INVERSIONES		24.627.910

PROYECCIONES DE VENTAS

Las ventas pronosticadas, para el año 2014 las obtendremos de la demanda potencial insatisfecha que es de 55.650, sacándole el 23.80% que es el mercado que queremos abarcar.

El resultado de esta operación es 12.800, distribuidas mensualmente:

MESES	UNIDADES POR MES	\$ UNIDAD	TOTAL
ENERO	1.280	10.200	13.056.000
FEBRERO	1.024	10.200	10.444.800
MARZO	896	10.200	9.139.200
ABRIL	896	10.200	9.139.200
MAYO	896	10.200	9.139.200
JUNIO	768	10.200	7.833.600
JULIO	896	10.200	9.139.200
AGOSTO	896	10.200	9.139.200
SEPTIEMBRE	768	10.200	7.833.600
OCTUBRE	1.280	10.200	13.056.000
NOVIEMBRE	1.280	10.200	13.056.000
DICIEMBRE	1.920	10.200	19.584.000
TOTAL 2014	12.800	10.200	130.560.000

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

PRESUPUESTO DE VENTAS ANUAL

Para los años siguientes, por medio de campañas publicitarias y promociones, pretendemos abarcar un 5,5% adicional del mercado. Por lo tanto nuestro plan de ventas para los próximos cinco años sería:

AÑO	UNIDADES	\$ UNIDAD	TOTAL
2014	12.800	10.200	130.560.000
2015	13.504	10.659	143.939.136
2016	14.247	11.139	158.689.299
2017	15.030	12.071	181.424.171
2018	15.857	12.517	198.484.393

CONCLUSIONES FINANCIERAS

Maripolandia un Mundo de mariposas es una empresa con un excelente potencial, cuenta con un excelente mercado, se ubica en un sector de grandes proyecciones, cuenta con infinidad de oportunidades la venta de nuevas especies, el desarrollo procesos logísticos de exportación disminuyendo tiempos de entrega. Estos factores en conjunto le permiten ofrecer un nivel de rentabilidad alto, con una TIR del 142.88% muy favorable.

MÓDULO 1: NATURALEZA DEL PROYECTO

Justificación

Colombia, es el país que alberga el mayor número de especies de mariposas en el mundo, el presente plan de negocios pretende crear una empresa que revolucione el mercado de la producción comercialización e incremente el volumen de exportaciones no tradicionales en Colombia con mariposas y crisálidas vivas, un producto novedoso que sirve como una alternativa productiva y natural en las comunidades campesinas, utilizando los recursos biológicos de forma sostenible en Colombia.

Colombia posee gran variedad de mariposas, que son apetecidas en muchos lugares del mundo por sus colores y la armonía de su vuelo, han cautivado el sentido de la estética y la apreciación.

Desde la historia de los pueblos Americanos las mariposas han hecho presencia, caracterizándose por influir en las culturas y personas percepciones diferentes, como en nuestros antepasados o indígenas existían muchos mitos y leyendas acerca de la presencia de ellas.

Hoy en un mundo globalizado, viviendo la era de la velocidad, estrés, avance tecnológico las mariposas han tomado una importancia significativa utilizándose con varios fines como fortalecer sentimientos, sueños, deseos, esperanzas y a un recién descubierto nicho comercial.

Las mariposas y crisálidas vivas se usan para desear felicidad eterna en los recién casados, para augurar fortuna y buena vida a un recién nacido, para

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

calmar el dolor de un ser querido y principalmente para exponerlas en escenarios como los mariposarios que son visitados por turistas donde pueden verlas nacer y volar deleitándose de su belleza y todo lo que transmiten verlas volar.

En la actualidad, Colombia, a pesar de ser un país con todas las condiciones para la producción, no está fortalecida en materia de producción, comercialización, logística de distribución, perdiendo oportunidades en los mercados internacionales.

Se identifica un mercado potencial con muchas falencias que hoy en día no se ha explotado ya que se desconoce el potencial de industria, por esta razón es una buena oportunidad de negocio, crear esta empresa.

Nombre de la empresa

MARIPOLANDIA

“Un mundo de Mariposas”



Ilustración 1 Logo Maripolandia

Tipo de empresa

COMERCIAL:

Porque estamos enfocados en la Venta de nuestras mariposas a nivel internacional por lo que ofrecemos diversidad de especies.

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

UBICACIÓN Y TAMAÑO:

El tamaño de la empresa es una PYME, con ubicación de oficina en Bogotá – Cundinamarca Colombia.

MISION

Maripolandia somos una empresa de Bio-comercio ambientalmente sostenible dedicada a la zootecnia, producción, comercialización y exportación de la pupa de mariposas, contribuyendo a la sensibilización de la población Colombiana en procesos de conservación y preservación de nuestra biodiversidad, siendo reconocida a nivel nacional e internacional, con su aporte al desarrollo del sector rural de nuestro país.

VISION

En el 2020 ser la empresa líder en el mundo en producción, comercialización y exportación de la pupa mariposas, posicionando nuestro producto en los mercados internacionales, promoviendo el cuidado de la naturaleza, las especies y medio ambiente, creando una organización estratégicamente competitiva, con criterios sociales y ambientales.

OBJETIVOS

A CORTO PLAZO (1 Año)

- Constituir la compañía legalmente.
- Estructurar el modelo de negocio a seguir.
- Ubicar los productores en algún punto del país para crear alianzas estratégicas.
- Identificar mercados potenciales.
- Investigar todo el proceso de producción, comercialización, distribución y venta.
- Participar en Ferias Nacionales internacionales para buscar acercamientos comerciales.

A MEDIANO PLAZO (2 Año)

- Fortalecer el sector de la producción con familias campesinas.
- Iniciar procesos de exportación de mariposas vivas a grandes mariposarios de Estados Unidos.
- Identificar aliados para los diferentes procesos que intervengan en la cadena.

A LARGO PLAZO. (3 Año)

- Potencializar el sector de la producción, capacitando, tecnificando los procesos.
- Tener una mayor participación en los mercados internacionales.
- Fortalecer el mercado artesanal con las mariposas disecadas.

VENTAJAS COMPETITIVAS.

- Comercializar y exportar las mejores especies de mariposas de nuestro país con los mejores procesos logísticos de importación en los tiempos requeridos por nuestros clientes.
- Fortalecer la zootecnia de mariposas enfocándose en las especies mas apetecidas por su belleza y características en el exterior.
- Fortalecer el mercado de artesanías a base de mariposas, automatizando los procesos para garantizar volumen e innovación en sus diseños.
- Participar en exhibiciones y ferias buscando más posicionamiento en los mercados internacionales.
- Incrementar las exportaciones de mariposas teniendo mayor participación en las exportaciones no tradicionales de nuestro país.
- Contar con una pagina web que permita que visitantes de cualquier lugar del mundo conozcan de nuestros productos, trazabilidad y así mismo pueda comprar en línea.

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

- Cada línea de producto a comercializar contara con información técnica, trazabilidad del producto, instrucciones, recomendaciones y una leyenda agradable acerca de la vida de las mariposas

PROPUESTA DE VALOR

Exportamos las mejores especies de mariposas del mundo con los tiempos más rápidos de entrega en el lugar requerido, enfocándonos en la generación de nuevas especies aplicando los mejores métodos de desarrollo e investigación, a un precio exequible para nuestros clientes.

DESCRIPCION DEL PRODUCTO

Colombia es uno de los países con mayor diversidad en el planeta con 3200 especies siendo el tercero en tener el mayor número de especies de mariposas diurnas en el mundo. La cría de mariposas es una actividad muy reciente en Colombia

Es por este motivo que Maripolandia busca la producción y comercialización de *pupas de alta calidad atendiendo el mercado local e internacional. A través de la venta de estas pupas se promoverá y mejorará la calidad de vida de las familias campesinas, logrando una conservación adecuada de la biodiversidad y el manejo adecuado de los recursos naturales.

*La pupa es el último estado por el que pasa una larva antes de convertirse en una mariposa adulta.

PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES

NOMBRE	CARACTERÍSTICAS	ESTUDIOS REALIZADOS	EXPERIENCIA
César Fabian Aguilar Castañeda	Profesional en Comercio Internacional con experiencia en el manejo de: normatividad Aduanera, Cambiaria Manejo de Cuentas de compensación, Coordinación de operaciones de exportaciones, importaciones y zonas francas, control de inventarios de Mercancías a través del sistema Piciz, radicación de documentación aduanera ante la DIAN, herramienta office y conocimientos en el Idioma Ingles.	Comercio Internacional	Analista De Operaciones Comercio Exterior
		Ingles	
		Seminario Actualización Régimen Aduanero de Exportación- Seminario Carga Básica Internacional	Coordinador de oficina cuenta Comercial
		Especialización en negocios y finanzas internacionales	Ejecutivo De Cuenta Agencia de Carga Internacional
Monica Suarez	Profesional en Comercio Internacional, con experiencia en contratación de proveedores nacionales e internacionales, acompañamiento y estructura de nuevos proyectos importantes en el crecimiento de la empresa.	Comercio Internacional	Director de Contratación y proyectos
		Ingles	
		Especialización en Negocios y finanzas internacionales	Negociador
		Diplomado en compras e inventarios	
Yulie Vanessa Cabrera Melo	Profesional en Contaduría Pública con experiencia, en manejo de Programas contables (SIIGO, SIIF), Conciliaciones Bancarias, Causación, Revisión de Facturación y Conciliación de Contratos, Proyección de Vigencias Futuras Presupuestales, Proyección de Presupuesto de Contratos, Elaboración y Análisis de Estados Financieros, Informes de Cartera y Cuentas por Pagar, Seguimiento al Portafolio TES, Manejo de Cierres (Notas a los Estados Financieros), Registros Contables de CXP, Elaboración de Declaracion de Renta Persona Natural y Persona Jurídica, herramienta office y conocimientos en el Idioma Ingles.	Contaduría Publica	Auxiliar Administrativo
		Ingles	
		Auditora de Calidad por Incotec Norma TCGP 1000:2009	
		Seminario Taller por la Contaduría General de Nación en Avances en el Proceso Contable Público: Situaciones Especiales.	
		Especialización en negocios y finanzas internacionales	Analista Financiero
Sandra Milena Vargas Moreno	Profesional en Comercio exterior con experiencia laboral en el sector financiero sirviendo de acompañamiento a los clientes de los negocios de Moneda Extranjera, analizando cada una de las vinculaciones de los clientes a las filiales del exterior y asesorándolos de forma oportuna en la normatividad cambiaria, proponer soluciones integrales generando negocios rentables conservando las condiciones definidas por la compañía, profundizando en relaciones de largo plazo con los clientes . Actualmente estudiante de especialización de negocios y finanzas internacionales	Profesional en Comercio Internacional	Ejecutivo de Cash Managment
		Auditor Interno de Calidad	
		Ingles	Ejecutivo Senior Banca Preferencial
		Seminario en Régimen Cambiario	
		Diplomado en Gestion de Riesgo	Gerente Moneda Extranjera Banca Empresas
Especialización en Finanzas y negocios internacionales			

MODULO 2: MERCADEO

ANALISIS DEL MERCADO

MERCADO OBJETIVO

A continuación se desarrollara el siguiente análisis de mercado para el proceso de comercialización y exportación de mariposas, la demanda internacional se divide en cuatro sectores: artesanías e industrias de adornos, museos, coleccionistas y granjas o vivarios de mariposas.

El comercio de las pupas de mariposas animales vivos está dirigido principalmente a mariposarios, escenarios visitados por turistas teniendo como principal atracción observar en un mismo lugar variedad de especies, colores, tamaños de mariposas, incluso verlas brotar de la pupa y nacimiento natural.

A nivel mundial, se estima que hay más de 280 mariposarios, de los cuales por lo menos 120 se encuentran en Estados Unidos, siendo este el principal destino de exportación, países como Estados Unidos por sus condiciones climáticas como las etapas estacionales, no permiten que las mariposas se reproduzcan.

Colombia cuenta con un gran potencial de especies de mariposas que pueden ser exportadas a Estados Unidos gracias a la gran biodiversidad con que cuenta. El comercio de exhibición de mariposas vivas se caracteriza por el permanente suministro de crisálidas o pupas, en razón del corto tiempo de supervivencia de

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

cada mariposa. Se estima que en promedio una mariposa vive en el mariposario entre 20 y 30 días, pasado este tiempo la mariposa muere y debe ser sustituida.

	Mariposas Vivas	Mariposas Disecadas
Estado de la especie	Pupas	Mariposas adultas
Mercado	Mariposarios, Zoológicos, Centros Educativos	Coleccionistas, Museos, Industrias de artesanías
Volúmenes de venta	Altos	Medianos - Bajos
Órdenes de compra	Conjunto de varias especies Flexibilidad en las entregas	Determinadas Especies. Entregas completas
Contratos de compra	Fijado por periodos de exhibición, toda la temporada, mensual, bimensual	Ocasionales, fijados por oferta y demanda
Precios	Búsqueda de mariposas grandes, colores llamativos y vuelo lento. Precios bajos	Reconocimiento por el valor de la especie, sin importar sus características. Mejor precio por especies hembras. Precios medianos-altos
Tipo de carga	Producto perecedero	Producto no perecedero
Transporte	Aéreo - Entrega inmediata	Aéreo - Terrestre
Empaque	No requiere empaque individual	Cada mariposa debe ser envuelta en un sobre triangular
Licencias	USDA - USFWS	USFWS
Lugares de venta	Mercadeo directo a mariposarios	Internet, Redes de entomólogos, Asociaciones, Ferias comerciales
Calidad	EP (Ex-Pupa)	EP (Ex-Pupa), A1, A-, B, C
Proveedores	Importadores, Productores	Importadores, Productores, Mayorista, Detallista

CADENA DE VALOR

INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA *Financiación Acondicionamiento del cultivo				
GESTION DE RECURSOS HUMANOS * Desarrollo de la mano de obra campesina *Recursos financieros (pago nomina, proveedores, clientes, capacitación)				
DESARROLLO DE TECNOLOGIA *Desarrollo e investigación de las especie				
COMPRAS * Construcción y acondicionamiento del Mariposario				
LOG. INTERNA	OPERACIONES	LOG. EXTERNA	MERCADEO	SERVICIO
Almacenamiento	Cultivos	Exportaciones	Publicidad	Diseños por temporada del empaque
Selección			Pagina Web	Tiempo de entrega
Empaque			Ferias internacionales	Entrega directa

ANALISIS DEL SECTOR

Actualmente es un mercado que está creciendo considerablemente pero esa demanda aún no se ha podido satisfacer ya que no tenemos la capacidad de producción.

Colombia ocupa el segundo lugar en referencia a la mayor biodiversidad del planeta, por esto tiene un gran potencial en la oferta de diferentes especies de mariposas e insectos en general, sin embargo hasta la fecha son pocas las empresas que han registrado exportaciones mínimas de abejas y otros insectos. La ausencia de empresas exportadoras puede ser explicada por el tiempo que toma el proceso de desarrollo de reproducción de especies así como la obtención de las licencias requeridas para el desarrollo de esta actividad comercial.

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

El comercio de mariposas ha existido durante mucho tiempo, en los últimos 10 años se ha incrementado de manera creciente en razón del auge de los jardines adaptados para la exhibición de mariposas, conocidos como mariposarios, pese a ello, aun no se cuenta con información oficial estadística en cuanto el comercio mundial de mariposas, sin embargo, ya se observa cómo se están organizando asociaciones a escala mundial que permitan dimensionar este mercado.

De manera no cuantificada se ha establecido que los países líderes en producción de mariposas son los países asiáticos tales como Malasia, Filipinas, Tailandia, Taiwán, Kenya, Madagascar, En los últimos años, países de Centro y Sudamérica han ingresado a la lista de principales proveedores de mariposas en Estados Unidos, sobresaliendo Costa Rica, El Salvador y Perú.

El Sudeste Asiático fue la primera región donde se realizó cría de mariposas para exhibición, sin embargo, las mariposas latinoamericanas las han superado en popularidad por la belleza de sus especies siendo Costa Rica es el mayor productor de mariposas de América en su mayoría dirigidas a estados unidos.

Importadores de los demás animales vivos incluyen (mariposas vivas).

Debido a que no existe una partida específica para la importación de mariposas vivas, estas se encuentran en el grupo de los demás animales vivos, en el cual no se incluyen a mamíferos, reptiles, aves, pescados, crustáceos ni moluscos. Tal como se muestra a continuación:

**Principales países importadores de los demás animales vivos
(No incluye a mamíferos, reptiles, aves, pescados, crustáceos y moluscos)
Año 2007, expresados en miles de dólares y en toneladas**

Países importadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento % (2003-2007)
Estados Unidos	55.994	Nd	11
España	39.954	1.475	18
Francia	21.505	1.059	-2
Países Bajos	20.740	1.262	35
Bélgica	19.503	545	5
Italia	15.715	519	3
Canadá	13.315	Nd	10
Reino Unido	8.848	287	-2

Al nivel de mariposas disecadas, la partida 0511990000 agrupa a los animales muertos no aptos para el consumo humano dentro de la cual se incluye un mayor número de especies y por tanto se dificulta establecer la dinámica del comercio de insectos disecados. A manera de ejemplo, bajo esta partida el Departamento de Comercio de Estados Unidos reporta las importaciones de productos provenientes de Colombia por un valor de US\$23,000 sin embargo al verificar en los registros de las empresas exportadoras en las bases de datos de Proexport (www.proexport.com.co) estas transacciones corresponden principalmente al comercio de pieles de reptiles, lo cual nos demuestra la gran variedad de productos animales que se pueden exportar a través de esta partida. Aunque no se puede tener una cifra exacta de importación de estos países como lo explica anteriormente es un mercado que sigue en auge en especial por el diseño de artesanía, museos y coleccionistas.

ANALISIS DE LA COMPETENCIA

En los últimos años en Colombia se ha presentado un interés por el comercio de las mariposas, es por eso que se le ha dado mayor importancia a la producción, creciendo paulatinamente los zoocriaderos de las mismas aumentando la producción en nuestro país.

Hoy en día se pueden destacar varias compañías mejor estructuradas para enfrentar un mercado potencial, podemos mencionar como pionera

“Alas de Colombia” En el año 2001 mariposas nativas Ltda., inició la zocría de mariposas como una alternativa novedosa de desarrollo sostenible, con la comunidad rural de El Arenillo en el municipio de Palmira, Valle del Cauca, al establecer la cría de 40 especies de mariposas diurnas de la zona. Gracias a ese esfuerzo, abrió un nuevo renglón de exportaciones no tradicionales para nuestro país, que ingresó a la industria de las mariposas con envíos regulares a Europa desde el 2004, demostrando las bondades del Biocomercio¹.



Así mismo otras compañías siguen los pasos de Alas de Colombia y se van fortaleciendo mejorando los procesos, comercialización y distribución, pero seguimos sin cifras representativas en el comercio nacional e internacional, a

¹<http://www.alasdecolombia.com/Empresa/quienes-somos.html>

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

continuación otras compañías con el mismo modelo más destacadas en Colombia.

Mariposas de Colombia



Zoocria Hexapoda, Colombia



Mariposas la trinidad



Zoonatura



Alífera



IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

Las fortalezas que han desarrollado estas empresas se puede reflejar en sus modelos de estructura, pensamiento y actitud mas globalizada, entendiendo que debemos ser mas competitivo para un mundo que nos esta exigiendo mas internacionalización.

Como se menciona anteriormente seguimos presentando muchas debilidades en el comercio de mariposas, a pesar de tener todos los recursos principales para ser líderes en comercialización y exportación; e la importancia de entrar con una mejor propuesta o modelo para potencializar nuestro producto.

La debilidad de no tener la capacidades para negociar en los mercados internacionales da paso a los comercializadores internacionales que toman ventaja de esas falencias para ellos fortalecer su negocio, es momento de ser participes de todo el proceso de producción y comercialización.

La empresa “Maripolandia” desarrollara todas las competencias de estudios de mercado, negociación y distribución siendo integrales en el proceso, tomando ventaja y apartando la intermediación.

ESTRATEGIAS DE PRECIOS:

Los precios por unidad en el mercado internacional oscilan entre UDS 0,20 y USD 1.500. La amplia variedad de precios está relacionada con las categorías.

Los precios de las mariposas en cualquiera de sus estados son muy variables ya que en estos influye la especie, el origen, la estética, el propósito para la cual se comercializan, daños durante la captura, entre muchos otros factores. Se dice,

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

por ejemplo, que los precios de las mariposas varían desde 20 centavos de dólar hasta más de 1500 dólares ejemplar.

Las mariposas tienen variables muy importantes que determinan su precio, en primer lugar es la especie, especies comunes son relativamente de bajo costo al contrario de las mariposas endémicas y propias de regiones únicas incrementándose en precios superiores.

Adicionalmente, el precio de los insectos varían según el sexo, el precio de las mariposas hembras es superior al de los machos en proporciones que pueden superar el doble del valor del macho, según la especie.

El lugar de origen de la mariposa, la envergadura de sus alas (entre más largas, mayor es el precio), los procedimientos de zoo-cría y el cuidado y buen manejo en el envío de mariposas vivas y muertas son otros factores determinantes del precio.

VARIABLES A TENER EN CUENTA PARA LOS PRECIOS:

Teniendo en cuenta que se divide en dos segmentos:

MARIPOSAS VIVAS O PUPAS

Mariposas vivas					
Costo de inspeccion por parte de la USFWS			USD 80		
Transporte aereo			USD 120	Envio de 50 a 1000 mariposas	
Pupas	Categoria 1		USD 30		
Pupas	Categoria 2		USD 20		
Pupas	Categoria 3		USD 10		
Pupas	Categoria 4		USD 8		

MARIPOSAS DISECADAS

El precio depende de la calidad de la mariposa las condiciones como se haya capturado así mismo características físicas propias de la mariposa como su color, esplendor en sus alas, amplitud de las mismas, antenas completas o ausencia de rayones en alas.

Las mariposas disecadas se clasifican de la siguiente manera:

Grado	Características
EP	<i>Ex – pupa, reproducida en cautiverio</i>
A1	<i>Excelente calidad, Atrapada en cacería</i>
A -	<i>Leves imperfecciones o Antenas quebradas</i>
B	<i>Calidad segunda, pero aun usable. Precio inferior</i>
C	<i>Especímenes dañados. Conveniente para piezas de repuesto, artesanias, montajes, etc. Bastante Economica</i>

Los coleccionistas prefieren mariposas grado A1 (Perfectas condiciones atrapadas en cacería) y pagan un mejor precio si la mariposa es grado EP - Ex-pupa (Perfectas condiciones, salida de la pupa). Los museos adquieren mariposas grado A1 o EP, sin embargo no reconocen un valor adicional por la calidad EP y la industria dedicada a la elaboración de adornos trabaja con calidades inferiores: A -, B ó C.

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

Mariposas vivas		PRECIO DE COMPRA	PRECIO VENTA	CANT	TOTAL COMPRA	TOTAL VENTA
Costo de inspeccion por parte de la USFWS						USD 250,00
Transporte aereo						USD 120,00
Pupas	Categoría 1	USD 9,00	USD 30,00	500	USD 4.500,00	USD 15.000,00
Pupas	Categoría 2	USD 6,00	USD 20,00	500	USD 3.000,00	USD 10.000,00
Pupas	Categoría 3	USD 3,00	USD 10,00	2.000	USD 6.000,00	USD 20.000,00
Pupas	Categoría 4	USD 2,40	USD 8,00	2.000	USD 4.800,00	USD 16.000,00
Primera Exportacion					USD 18.300,00	USD 61.370,00

Según los datos anteriores la primera exportación sería por el total de:

Exportación de 5.000 unidades: **USD 61.370 (ingreso total)**

Costo de compra al productor: **USD 18.300**

Costos Logísticos y permisos: **USD 18.000**

Costo total: **USD 36.300**

PUNTO DE EQUILIBRIO:

El punto de equilibrio se alcanzaría con la exportación de 4.015 mariposas.

2.000 unid de USD 8

2.000 unid de UDS 10

15 unid de UDS 20

Para un total de USD 36.300

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION O DE PRESTACION DEL SERVICIO:

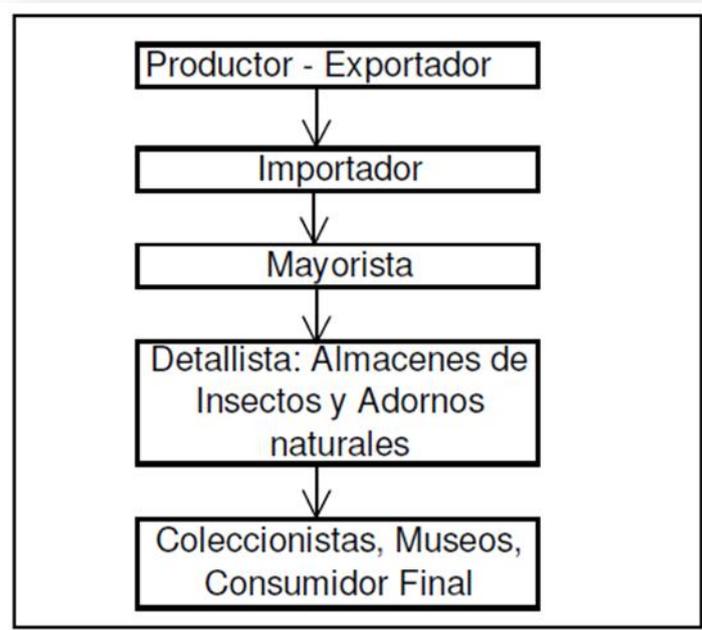
La distribución de mariposas se realiza a través de dos tipos de canales, dependiendo si se trata de animales vivos o disecados. El canal de

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

animales disecados se puede asimilar al canal de distribución tradicional en el que intervienen en la cadena más de dos agentes tales como productor, exportador, importador, mayorista, detallista y consumidor final, mientras que el canal de pupas vivas se caracteriza por una relación más directa entre el productor y el consumidor.

Cadena de Comercialización de Insectos Disecados

La cadena de comercialización de insectos disecados paracoleccionistas, museos y almacenes de adornos naturales está integrada por productores, importadores, mayoristas, detallistas y consumidor final, tal como se ilustra en el siguiente esquema



Como se observa, el importador es el primer agente de comercialización, caracterizado por invertir su dinero para la compra de grandes cantidades de diferentes especies, a su vez, pacta el precio de compra de cada una de las

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

especies con el productor y establece las condiciones de envío. De acuerdo con la reglamentación del comercio de especies de Estados Unidos, el importador debe contar con una licencia por parte del Servicio de Fauna y Pesca de Estados Unidos USFWS que le permita realizar esta actividad comercial, de lo contrario la mercancía puede ser confiscada.

Una vez revisada la mercancía por parte de las autoridades americanas, el importador distribuye los insectos a través de mayoristas ubicados en diferentes estados, lo que permite ampliar su posibilidad de venta. El mayorista y el importador se rigen por una relación comercial de la compra de un producto, no es común trabajar con mercancía en consignación.

El mayorista comercializa los insectos a tiendas detallistas, tales como tiendas de insectos y de adornos naturales. Las tiendas de adornos naturales son las responsables de la compra de insectos y de realizar el montaje de cuadros u otros objetos de decoración para venderlo al consumidor final.

Consumidores

Dentro de las tiendas de adornos, se presentan dos tipos de negocios, el primero corresponde a la venta de valiosas especies de mariposas montadas en marcos de madera, vidrio o acrílicos los cuales son adquiridos por coleccionistas o personas que reconocen su valor. El segundo tipo de negocio corresponde al mercado de artesanías en el cual lo más importante es el costo y las características del insumo, las industrias de adornos buscan especies de bajo costo y llamativas por su color sin importar la calidad de la misma.

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

El comercio de mariposas para coleccionistas no se considera una actividad de comercio normal debido a que el consumidor final de mariposas se caracteriza por identificar las especies y reconocer el valor de las mismas, lo que significa la disposición a pagar considerables sumas de dinero para obtener sus piezas de colección.

En relación a los museos, estos buscan especies de colección de la mejor calidad y reconocen el valor de las especies, sin embargo, se puede afirmar que el mercado de museos es más reducido en comparación al de los coleccionistas.

Comercialización

Desde el punto de vista de ampliar los márgenes de comercialización del productor – exportador a través de la venta directa hacia el consumidor final (coleccionista, tiendas de adornos o museos) se deben considerar los siguientes aspectos:

La reglamentación de Servicio de Fauna y Pesca de Estados Unidos – USFWS exige una licencia para la importación de insectos, la cual es otorgada únicamente a la persona encargada de realizar la importación, ya sea mayorista, detallista o coleccionista, por tanto en el momento de realizar la negociación se deben contar con los permisos tanto en Colombia como en Estados Unidos. El comercio interno dentro de Estados Unidos no requiere de esta licencia.

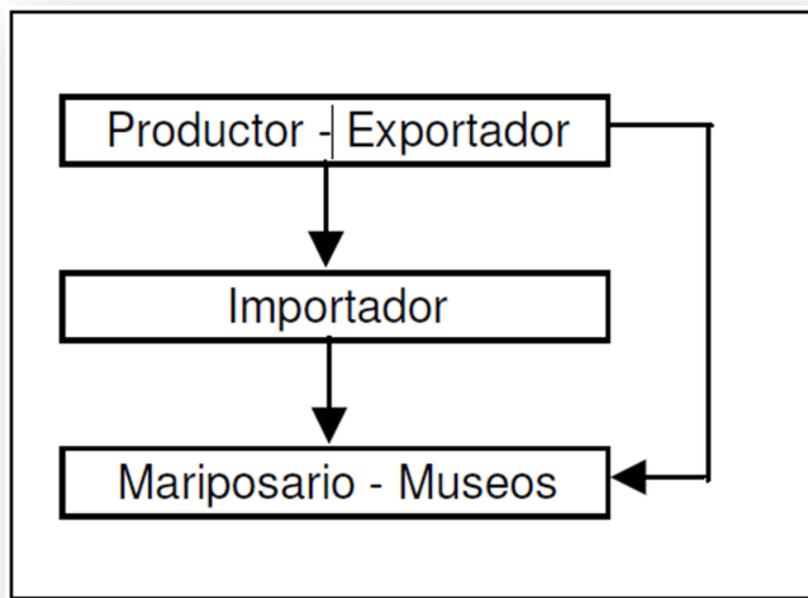
El costo aproximado de inspección por parte de la USFWS de cada envío de los insectos a importar es de US\$ 50 dólares y el de transporte aéreo puede superar los US\$80 dólares (para envíos de 500 a 1,000 mariposas), por tanto, generalmente se importan grandes volúmenes de insectos de tal forma que el costo unitario de transporte e inspección se reduzca al máximo.

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

Los márgenes de comercialización están estrechamente relacionados con los volúmenes de venta, de tal forma que la venta adetailistas aunque puede mejorar la utilidad por unidad, el número de insectos a comercializar es mucho menor en comparación a mayoristas o importadores quienes compran mayores volúmenes con unos márgenes inferiores.

Aunque el mercado de coleccionistas puede ser considerado grande, la búsqueda de estos clientes no es una tarea fácil con relación a que no es un mercado formal. Para lograrlo se requiere utilizar medios de comunicación y comercialización empleados tales como, páginas de Internet, periódicos y revistas especializadas, asociaciones, clubes, etc.

ESQUEMA DE COMERCIALIZACION DE PUPAS MARIPOSAS



ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Ofrecer las mariposas más fáciles de reproducir y comerciales a un mejor precio por volumen.

Ofrecer obsequios a los clientes como productos artesanales hechos con mariposas para que regalen a sus visitantes - turistas.

Dentro de la página comercial hacer publicidad de nuestros clientes.

Obsequiar cuadros o decoraciones para que sean exhibidos en sus mariposarios.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Es importante tener en cuenta que este mercado se direcciona a dos segmentos; mariposas vivas(pupas) a grandes escenarios visitados por turistas mariposarios y mariposas disecadas a museos, coleccionistas y artesanos; este mercado a nivel internacional principalmente tramita y se da a conocer por medio de internet, por esta misma razón la página WEB es vital en la creación de empresa como participar en ferias internacionales que convocan todo lo relacionado con este mercado así como visitas comerciales.

Adicionalmente se utilizará tele mercadeo o tele marketing haciendo llamadas de presentación a diferentes lugares que se identifiquen por internet para conocer cuales especies tienen y por cuales están interesados es una manera de poner conocer fortalezas y debilidades de nuestro producto.

ESTRATEGIAS DE SERVICIO

En una compañía o negocio exitosos lo son por que resuelven los problemas y satisfacen las necesidades de sus clientes. Solo cuando se logra esto se puede generar suficiente dinero para cubrir los costos, liquidar gastos y obtener una ganancia.

Teniendo en cuenta la importancia del servicio en enfoque será muy estratégico se desarrollaran varias estrategias.

Comunicación con el cliente para conocer sus necesidades.

Información completa y veraz de los productos.

Conocer su recibido del producto a satisfacción de no ser de esta manera se tomaran de inmediato las medidas respectivas.

Garantía del producto encontrando en nosotros ese respaldo.

Respecto al servicio postventa en todos los productos facturados se anotará el teléfono y el correo de internet para posteriormente contactar a los clientes, con el fin de indagar el grado de satisfacción con nuestros productos.

Establecer tiempos de respuesta estándar para confirmación de pedidos realizados por internet ya sea telefónico o con respuesta automática de recibido del pedido.

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

La información de los clientes también servirá para hacer llegar un saludo a nuestros compradores y ofrecer servicios en fechas especiales como cumpleaños, día de las madres, amor y amistad, navidad, etc.

Se planea crear un club de consumidores que podrán obtener descuentos especiales en los diferentes productos.

Envío de muestras si lo requiere sin ningún costo, como parte de nuestra estrategia comercial enfocada en el servicio.

ESTRATEGIAS DE INVESTIGACION Y DESARROLLO

Ingresar dentro del presupuesto un valor destinado a la investigación par el desarrollo de nuevas especies.

El 10% de la producción será retornada al medio silvestre para su conservación y aumento poblacional de las especies

Sostenibilidad Ambiental de la Zoocria. Gracias a la Zoocria se contribuye a la conservación preservación del hábitat.

ESTRATEGIAS DE OPERACIONES

Buscar un terreno con el clima adecuado para la construcción del cultivo

Optimizar el nivel de tecnología requerido para el desarrollo de nuevas especies de mariposas

Mejorar la logística y el proceso de transporte para disminuir el porcentaje de mariposas que llegan sin vida al país de destino.

Crear el concepto de personalización en el empaque para entregarle al cliente exactamente lo que necesita y esta buscando.

ESTRATEGIAS DE MARKETING

Nos enfocaremos en la inversión en publicidad para generar recordación y posicionamiento de marca en nuestros clientes.

Establecer alianzas estratégicas que nos permita ingresar con mayor facilidad a los nuevos mercados para la unidad de negocio de las mariposas disecadas.

Nos enfocaremos en la inversión en publicidad para generar recordación y posicionamiento de marca en nuestros clientes.

Establecer alianzas estratégicas que nos permita ingresar con mayor facilidad a los nuevos mercados para la unidad de negocio de las mariposas disecadas.

PLAN DE VENTAS

Las ventas pronosticadas, para el año 2014 las obtendremos de la demanda potencial insatisfecha que es de 206.650, sacándole el 23.80% que es el mercado que queremos abarcar.

El resultado de esta operación es 49.200, distribuidas mensualmente:

MESES	UNIDADES POR MES	\$ UNIDAD	TOTAL
ENERO	4.920	10.200	50.184.000
FEBRERO	4.920	10.200	50.184.000
MARZO	2.460	10.200	25.092.000
ABRIL	3.444	10.200	35.128.800
MAYO	3.444	10.200	35.128.800
JUNIO	2.952	10.200	30.110.400
JULIO	3.444	10.200	35.128.800
AGOSTO	3.444	10.200	35.128.800
SEPTIEMBRE	2.952	10.200	30.110.400
OCTUBRE	4.920	10.200	50.184.000
NOVIEMBRE	4.920	10.200	50.184.000
DICIEMBRE	7.380	10.200	75.276.000
TOTAL 2014	49.200	10.200	501.840.000

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

PRESUPUESTO DE VENTAS ANUAL

Para los años siguientes, por medio de campañas publicitarias y promociones, pretendemos abarcar un 5,5% adicional del mercado Por lo tanto nuestro plan de ventas para los próximos cinco años sería:

AÑO	UNIDADES	\$ UNIDAD	TOTAL
2014	49.200	10.200	501.840.000
2015	51.906	10.659	553.266.054
2016	54.761	11.139	609.961.993
2017	57.773	12.071	697.349.158
2018	60.950	12.517	762.924.387

MODULO 3: TÉCNICO

CONCEPTO DE PRODUCTO Y SERVICIO

Las mariposas pertenecen a la familia de los lepidópteros. La palabra lepidópteros es de origen griego: “lepis” significa escamas y “pteros” significa alas. Es por esto que lepidópteros es el nombre científico de las mariposas, ya que tienen sus alas cubiertas de pequeñas escamas. Los lepidópteros constituyen el orden más grande de los insectos

Reconocida como uno de los insectos más bellos y atractivos a la vista, las mariposas son lepidópteros (orden del mundo animal que incluye tanto a las mariposas como a las polillas y que describe a aquellos insectos con las alas en forma de escamas) y es sin duda uno de los insectos más abundantes del planeta.

En su estado juvenil la mariposa se conoce como oruga, la larva, denominada oruga, es generalmente herbívora, suele vivir en el follaje de plantas, aunque también en troncos, frutos o raíces de las mismas.

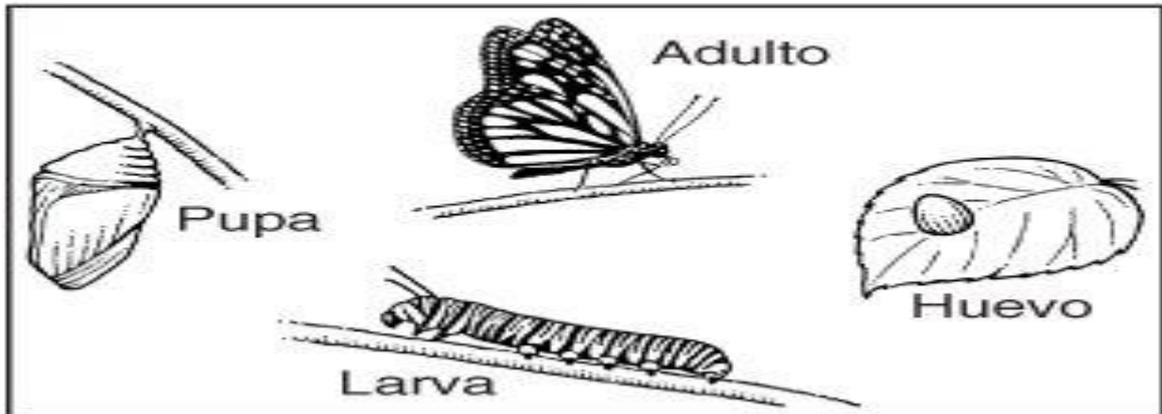
Las mariposas son insectos, es decir, animales invertebrados que se caracterizan por tener antenas.

Existen en el planeta más de 165.000 especies de mariposas, uno de los elementos más llamativos y conocidos del ciclo de vida de las mariposas tiene que ver con el hecho de que estos insectos nacen siendo orugas muy simples y descoloridas para transformarse en su vida adulta en espectaculares y coloridos ejemplares que pueden combinar todo tipo de tonalidades, dibujos y formas en sus alas. Este proceso de metamorfosis es uno de los más conocidos dentro del mundo animal ya que las diferencias entre el punto de partida y los resultados

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

finales son asombrosas. En términos científicos, el ciclo de vida de una mariposa se divide en cuatro etapas: Huevo, larva, pupa y finalmente mariposa.

El ciclo de vida de una mariposa



Sin duda alguna, uno de los elementos más llamativos y sobresalientes de una mariposa son sus alas. Las mismas constan de dos pares, las alas delanteras y las posteriores y son las primeras más grandes que las segundas. Estas alas suelen mostrar increíbles colores, únicos e irrepetibles, que tienen que ver con los procesos de cortejo y apareamiento, pero también con la regulación de la temperatura y el ocultamiento ante la presencia de posibles predadores.

Otras características de las mariposas es que poseen un aparato bucal chupador a través del cual pueden obtener el polen de ciertas flores. Además, tienen dos antenas, seis patas (compuestas cada una de ellas por tres partes o secciones) y dos grandes ojos. Su cuerpo puede ser dividido a su vez en tres partes: la cabeza, el tórax y el abdomen².

²<http://www.definicionabc.com/medio-ambiente/mariposa.php>

ESTADO DE DESARROLLO

En la actualidad, la demanda internacional de ejemplares de mariposas es básicamente generada por seis sectores: 1) Coleccionistas, 2) Artesanías e industrias de adornos, 3) Museos, 4) Compra de escamas para la fabricación de chips y pantallas de computadores, 5) Exhibición en granjas o vivarios de insectos (mariposarios), 6) Liberación de adultos en eventos (matrimonios, bautizos, grados, etc.). Los cuatro primeros sectores requieren individuos disecados y preservados, mientras que los dos últimos requieren los Individuos vivos, en forma de pupas recién formadas y adultos.

El mercado más común de mariposas es el que usa solo sus alas en la confección de ornamentos de bajo precio, así solamente Taiwán tiene más de 12 fábricas que emplean al personal entrenado en capturar y procesar anualmente entre 15 y 50 millones de mariposas taiwanesas. Actividades similares existen en Corea, Malasia, Hong Kong, Brasil, Honduras, y Nueva Guinea.

Las artesanías y las industrias de insumos tanto para turistas, como para adornos más elaborados, frecuentemente utilizan mariposas para construir ornamentos como dioramas, cuadros, adornos para mesitas de café, arreglos florales en acrílico o vidrio y varios adornos femeninos.

Otras industrias las incluyen en resinas transparentes y construyen llaveros, pisapapeles, ceniceros, aretes, anillos, prendedores, collares, dijes, etc. (Figura

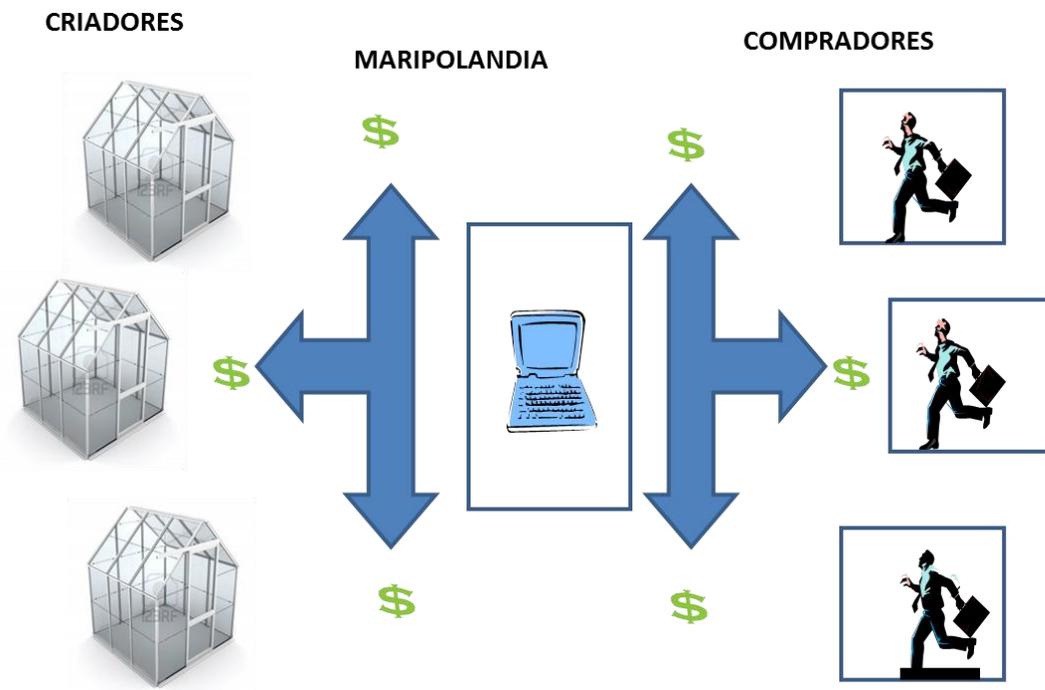
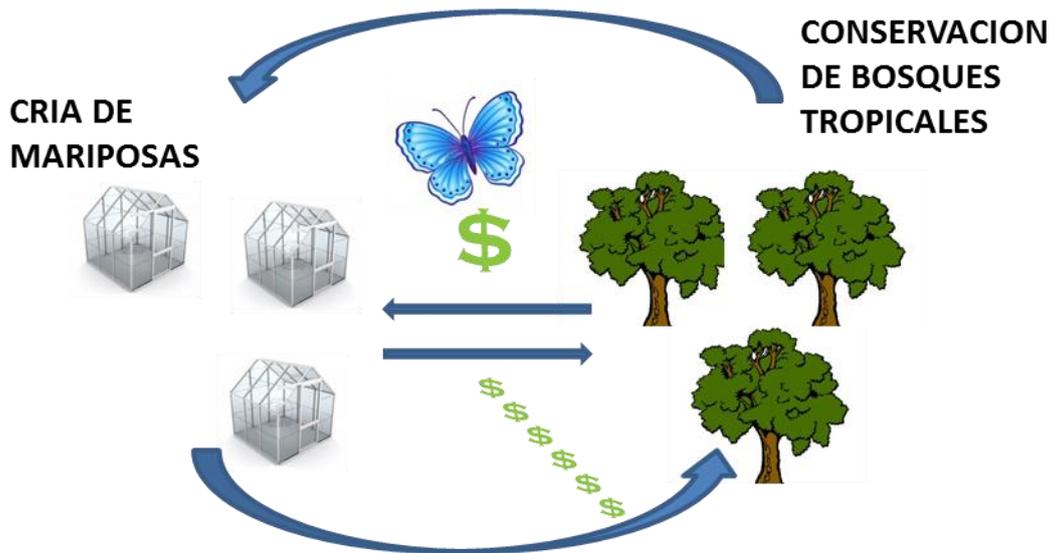
IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

1). Otro mercado de mariposas, de menor volumen que el anterior, pero de más valor, es el de la venta de ejemplares poco comunes y/o raros.

De otro lado, la cría de mariposas para exhibición al público en jardines y mariposarios ha sido una actividad comercial seria desde 1977. Estos mariposarios fueron establecidos como complemento a atracciones y lugares turísticos en el Reino Unido, expandiéndose recientemente en Norteamérica, dado que la inversión tiene retornos en un relativo corto tiempo. Por lo tanto, existe una demanda creciente de mariposas vivas (en su estadio de pupa) que va dirigida principalmente a la gran variedad de especies tropicales.

En la actualidad Colombia cuenta con mariposarios legalmente constituidos con fines educativos, destacándose el del Jardín Botánico del Quindío en Calarca y el del Zoológico de Cali.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO O DE PRESTACION DE SERVICIO



RECURSOS Y REQUERIMIENTOS DEL PROCESO PRODUCTIVO

Las técnicas que utilizara Maripolandia en la cría de mariposas son:

CRIA O ENRIQUECIMIENTO DEL BOSQUE

Se basa en el manejo poblacional en vida libre. Se basa en el manejo poblacional en vida libre con este sistema de cría se trata de enriquecer el bosque sembrando plantas hospederas de orugas de mariposas nectaríferas en claros de bosque, bordes de bosque y a lo largo de caminos o sitios con suficiente luminosidad. La idea es aprovechar el entorno o hábitat natural de las mariposas sin causar ningún tipo de perturbación al ecosistema. Al incrementarse las plantas hospederas de mariposas, se incrementan las poblaciones naturales, que de por sí presentan una relación planta-huésped muy específica que estimula a las hembras a ovipositar en estas. Esto se mide haciendo un monitoreo del número de huevos y presencia de orugas en las plantas hospederas cultivadas y en el número de adultos marcados que son atraídos por las plantas.

Una vez sembradas las plantas en sitios estratégicos, la idea es que el productor coseche las larvas y termine de criarlos en jaulas de anjeo para el empupado y obtención de especímenes de perfecta calidad o de pupas frescas recién formadas.

RANCHEO

Generación de plantas hospederas donde se recolectan los huevos que luego son criados en cautiverio. Minimizando de esta forma el porcentaje de mortalidad de estados inmaduros a causa del ataque de los controladores naturales. Se ha estimado que en la naturaleza menos del 5% de las mariposas

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

llegan a su madurez debido al ataque de los depredadores y parásitos naturales, como avispas, aves, arañas entre otros.

Sin embargo, cuando son criadas con alimento y protección de los enemigos naturales entre el 85 y el 95% de los individuos pueden llegar a la madurez.

INSUMOS Y MATERIALES DEL PROCESO PRODUCTIVO

Los materiales necesarios para la cría de mariposas son:

Plásticos desechables, papel vinilo, algodón, pinceles, alcohol, sobres de papel milano, jeringas de insulina, naftalina y cajas plásticas herméticas. Si el producto a comercializar son mariposas secas, se requiere adicionalmente de jaulas de empupado para las especies medianas y grandes (Como por ejemplo Heraclides, Morpho, Antos, Eurytides, Protesilaus y Caligo) en las cuales las mariposas al emerger tengan el espacio necesario para poder expandir sus alas. Para comercializar las pupas no se requiere de estas jaulas de empupado, pues las larvas pueden empupar en el vaso y una vez se tenga la pupa, se recolecta directamente del mismo.

Para la elaboración de una jaula de empupado se requiere de: Tela tull o anjeo, varas delgadas de madera y alambre.

El tamaño estándar de las jaulas de empupado es de 80 x 80 cm de base por un metro de altura; en su interior se colocan soportes cruzados en alambre delgado, para que de allí cuelgue la pupa.

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

Es importante aclarar que en estas jaulas se colocan las larvas que se encuentran a punto de empupar, las cuales se reconocen porque su tonalidad se torna más pálida y dejan de alimentarse. Las jaulas deben estar protegidas para evitar la presencia de hormigas y arañas, que puedan comerse las pupas. Para evitar esto, las patas de la jaula o de las mesas donde se encuentran las jaulas, se colocan en el centro de platos con aceite o con agua jabonosa. Otra opción es colgar las jaulas.

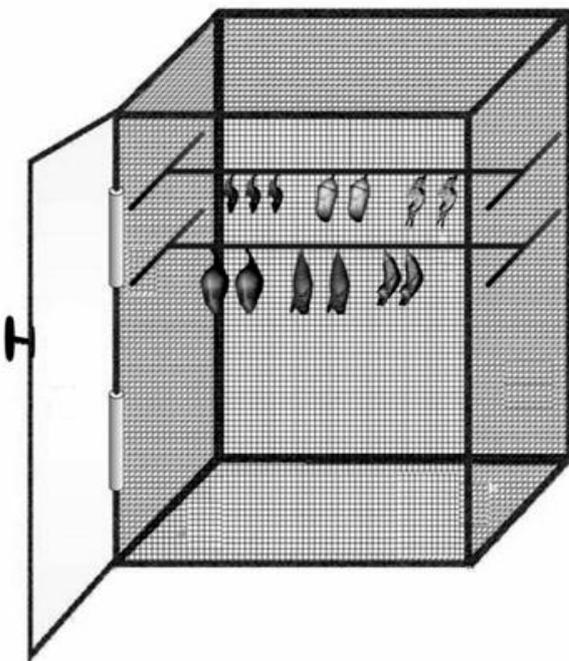


Figura 1. Jaula de empupado



Figura 1. Huevos de Ascia monuste



Figura 2 Larva Ascia monuste



Figura 3. Prepupa Ascia Monuste



Figura 4. Pupa Ascia Monuste



Figura 5. Maripossa Ascia Monuste (Dorso)

MANO DE OBRA

Esta es una actividad que puede implementarse en comunidades locales de diferentes regiones del país, generándoles un considerable aumento en sus ingresos, así como una mejora en la calidad de vida. Dado que el proceso de cría implica labores que demandan alta dedicación, cuidado, tiempo, buena capacidad de manipulación, pero bajo esfuerzo físico y cercanía al sitio de residencia (junto con una remuneración equivalente). El proyecto involucra mujeres y jóvenes, sectores de la sociedad generalmente excluidas en las prácticas productivas, al ofrecerles ganancias iguales o superiores al jornal tradicional.

Adicionalmente, con lo anterior se lograría la apropiación, por parte de los pobladores, de la idea de que el bosque puede representar una fuente de ingresos sin necesidad de efectuar labores extractivas destructivas.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA CRIA DE MARIPOSAS

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none">● Requiere de poco tiempo y esfuerzo● El trabajo puede ser compartido por los miembros de una familia.● Requiere de poca inversión y se necesitan equipos sencillos.● Usualmente los materiales son disponibles localmente.● La metodología de cría es fácil de aprender.● La cría puede realizarse fácilmente en el hogar de los criadores, por lo cual las mujeres y jóvenes pueden involucrarse activamente.● Es una actividad que puede ajustarse fácilmente a las demás actividades realizadas por los criadores y sus familias.● Puede reducir la necesidad de ganar ingresos por actividades ilegales y/o destructivas (extractivas) del bosque.● El tiempo de cría es menor comparado con actividades agrícolas y ganaderas.● Estimula la conservación de los bosques y hábitats naturales.	<ul style="list-style-type: none">● El mercado es estacional, no es predecible ni estable.● Los clientes poseen requerimientos diferentes y específicos en términos de especies deseadas, especialmente en EEUU.● Existe una fuerte competencia de otros productores como Madagascar y Malasia. Una vez las larvas empupan, deben ser comercializadas inmediatamente o pueden perderse.● Pérdidas en el transporte: aproximadamente el 25 % de pupas se pierden durante el transporte, lo cual reduce el pago de los clientes.● Se ha observado que factores como el pago a los productores, operación de transporte terrestre, salarios y costos de exportación elevan demasiado los costos del proyecto, lo cual puede hacer que el proceso se tome no rentable.● Intermediarios: hacen que el beneficio del productor se reduzca.● Puede presentarse una distribución no equitativa de los ingresos, lo que ocasiona conflictos al interior de la comunidad.● Factores como enfermedades, cambios climáticos, entre otros, pueden ocasionar pérdidas en la producción.

**REQUISITOS PARA EL DESARROLLO DEL PROCESO DE CRIA
CONTROLADA DE MARIPOSAS**

INSTALACIONES		
A. INVERNADERO	B. JAULAS	C. CRIADERO
1. Debe tener sembradas plantas hospederas en grandes cantidades, preferiblemente en bolsas plásticas	1. Este es el lugar donde se encierran los parentales para que realicen el proceso de copula y postura huevos	1. Debe ser un lugar amplio, fresco y limpio
2. Debe contar con un sistema de riego optimo ya se por manguera o por goteo	2. Debe tener como mínimo 12 plantas hospederas sembradas en bolsas plásticas para poder rotarlas con las del invernadero	2. Debe tener termómetros y ventiladores que permitan verificar y manipular la temperatura
	3. Debe contar con plantas que tengan flores (nutricias) que en algunos casos puede ser las mismas hospederas	3. Debe contar con estantería para los vasos plásticos
3. La construcción debe hacerse preferiblemente en plástico y lona para que sea duradera	4. Se debe contar con bebederos o esponjas impregnadas con agua, sal y azúcar, estas esponjas se pueden acompañar con platos de fruta podrida de naranja o banano	4. Debe tener un lavaplatos y un mesón
	5. La jaula debe presentar dimensiones promedio entre 3m de fondo x 2.40m de ancho x 2.40 de alto o se puede manejar también una construcción redonda que ayude a que las mariposas no se maltraten las alas con las esquinas	
4. Hay que ser muy cuidadoso con las aéreas de acceso y no permita la entrada de mariposas a este lugar	6. El material de la construcción debe ser fresco y que permita una buena interacción con el medio y que no modifique drásticamente la temperatura por lo que es recomendable usar lona de hueco muy pequeño para evitar la entrada de insectos o depredadores	5. El lugar debe tener protección de entrada de insectos, es decir que las ventanas o cualquier orificio debe ser tapado
	7. El lugar debe estar libre de telarañas, las cuales deben removerse manualmente	

MODULO 4: ORGANIZACION

La estructura de la organización “MARIPOLANDIA” dependerá en gran medida del servicio complementario que ofrezca a los clientes. Nuestra estructura esta muy enfocada a la parte comercial, servicio al cliente y mercadeo definida en cuanto a autoridad y responsabilidad. Teniendo en cuenta la etapa inicial de establecimiento de la Empresa, se estima que el siguiente personal es el adecuado para desarrollar las actividades de arranque de la misma.



DESCRIPCIÓN DEL CARGO
CARGO: GERENTE GENERAL Área: Administrativa
OBJETIVO: Planear, dirige y controlar el funcionamiento total de la empresa, establecer objetivos y pasos para el buen funcionamiento de la empresa.
Funciones
<ul style="list-style-type: none">• Representa legalmente la empresa• Recibe y analiza la información de todas las unidades o departamentos.• Toma las decisiones de mayor importancia en la compañía.• Fija los objetivos generales y planea las actividades para lograrlo.• Autoriza movimientos financieros, la vinculación y despido del personal• Realiza todas las actividades relacionadas con la dirección general, comercial.• Presentar libros y documentos pertinentes relacionados con el
manejo administrativo de la organización.
Perfil Académico
Profesional en: Administración de Empresas
Responsabilidades
Responsabilidad sobre funcionamiento de toda la organización
Supervisión del trabajo de otras personas
Manejo de dinero, títulos o documentos afines
Responsabilidad en relaciones públicas y en la confidencialidad de la información

DESCRIPCIÓN DEL CARGO
CARGO: COORDINADOR ADMINISTRATIVO Área: Administrativa
OBJETIVO: Planear, coordinar y controlar todas las actividades relacionadas con el mercadeo, servicio al cliente y area comercial en cuanto a funciones tiempo y calidad.
Funciones
<ul style="list-style-type: none">• Manejo de caja menor• Presenta informes de ejercicio contable de la empresa. Atención a clientes.• Realizar los cobros de las ventas de contado. Elaboración de memos y cartas• Asistencia directa de Gerencia con la coordinación de las compras que solicite
47
Perfil Académico
Profesional: Estudiante universitaria en áreas administrativas de 4 o 5 semestre.
Responsabilidades
Responsabilidad sobre bienes, Uso de materiales y equipos, tratamiento de información
Supervisión del trabajo de otras personas
Manejo de dinero, títulos o documentos afines
Responsabilidad en confidencialidad de la información

DESCRIPCIÓN DEL CARGO
CARGO: ASISTENTE DE MERCADEO Área: Administrativa
OBJETIVO: Servir de apoyo en la realización de las diferentes actividades comerciales y de mercadeo y en el desarrollo del objetivo de las ventas.
Funciones
<ul style="list-style-type: none">• Atender las inquietudes y requerimientos del director.• Coordinar la actualización de los estudios de mercado.• Mantener al día las estadísticas de ventas, cumplimiento de metas y realizar el análisis y los informes pertinentes• Preparar las actualizaciones del material informativo de la empresa, tanto a nivel virtual-página Web-, como a nivel físico catálogos.• Realizar el diseño del material publicitario de la empresa y coordinar su materialización.• Distribuir oportunamente la información sobre nuevos productos y/o servicios al personal comercial.
Perfil Académico
Profesional: Estudiante universitaria en áreas administrativas de 7 o 8 semestre.
Responsabilidades
Responsabilidad sobre bienes, tratamiento de información
Responsabilidad en confidencialidad de la información

DESCRIPCIÓN DEL CARGO
CARGO: ASESOR COMERCIAL Área: Administrativa
OBJETIVO: Gestión tiene para que la empresa siga siendo competitiva, y destacar que su proactividad e implicación en todo el proceso comercial y con todo el equipo serán los motores para alcanzar los objetivos establecidos.
Funciones
<ul style="list-style-type: none">• Antes de la venta. Realizar prospecciones, organizar el tiempo, intentar descubrir nuevos sectores, establecer contacto previo con el cliente, preparar las rutas, preparar las visitas• Durante la venta, la visita. Presentación, oferta, tratamiento de objeciones, cierre de la venta.• Después de la venta, el seguimiento. Análisis de cumplimiento de objetivos, informe de gestión diario o report, atender reclamaciones e incidencias.
Perfil Académico
Profesional: Estudiante universitaria en áreas administrativas de 6 o 8 semestre.
Responsabilidades
Responsabilidad sobre bienes, tratamiento de información
Responsabilidad en confidencialidad de la información

DESCRIPCIÓN DEL CARGO
CARGO: SERVICIO AL CLIENTE Área: Administrativa
OBJETIVO: Gestionar el conjunto de actividades y tareas diseñadas en la empresa con la finalidad de atender a los clientes.
Funciones
<ul style="list-style-type: none">• Funciones relacionadas con la emisión, seguimiento y control de pedidos.• Atención a los clientes que solicitan información relativa a la empresa y sus productos.• La recepción de quejas y/o reclamaciones y su tramitación.• La realización de actuaciones conducentes a la captación de nuevos clientes.• El seguimiento de las actuaciones tendentes a la fidelización de los clientes existentes.
Perfil Académico
Profesional: Estudiante universitaria en áreas administrativas de 7 o 5 semestre.
Responsabilidades
Responsabilidad sobre bienes, tratamiento de información
Responsabilidad en confidencialidad de la información

ANALISIS FODA

FORTALEZAS

VARIEDAD DE ESPECIES	Tenemos la capacidad de producir las mejores especies por nuestro clima tropical
VARIEDAD DE MERCADOS	Mercado mariposas vivas Museos Coleccionistas Industria artesanal
TAMAÑO DEL MERCADO	El mercado es amplio por el ciclo de vida de las mariposas que es muy corto y deben ser reemplazadas, para disecadas las mariposas son apetecidas para varios sectores
UN PRODUCTO ATRACTIVO	Causar varias sensaciones como: Magia, alegría, pensamientos de buenos deseos, mitos, leyendas etc.
REVOLUCION DEL MERCADO	Nuestra empresa será la única en Colombia con una estructura logística amplia y enfoque diferentes.

OPORTUNIDADES

CONTAMOS CON LAS MEJORES ESPECIES DEL MUNDO	En el mundo existen mas de 18.000 especies de mariposas, Colombia se ubica en el primer lugar con mas de 3.500 y con las mejores
MERCADO POTENCIAL	Los mariposarios en el mundo tienen que reemplazar periódicamente las mariposas que mueren.
SECTORES DEL GOBIERNO INTERESADOS EN APOYAR ESTE MERCADO	Entidades como <u>proexport</u> han mostrado <u>interes</u> en este mercado <u>asi</u> mismo realizando investigaciones de mercado a fondo.
NEGOCIOS INTERNACIONALES	Colombia cuenta con profesionales con experiencia en negocios internacionales y logística internacional
FUENTES DE FINANCIACION	El sector a desarrollar tiene dos enfoques importantes; desarrollo rural y ambiental.

DEBILIDADES

FALTA DE DESARROLLO DE LA PRODUCCION	No contamos con un sector o gremio de zoo cría de mariposas en el país, los que existen lo hace de una manera mínima y artesanal.
PRESUPUESTO LIMITADO	No contamos con una fuente directa de ingresos para respaldar el proyecto.
FALTA DE INVESTIGACION	No existe un desarrollo investigativo de mano con el sector productivo en busca de producir cantidades y de las mejores especies.
LOGISTICA DE TRANSPORTE	Por las condiciones de vías y transporte del país, los tiempos son riesgos evidentes para la supervivencia de las mariposas, así como las disecadas
CAPACIDAD DE PRODUCCION	No tenemos la capacidad financiera ni productiva para cubrir la totalidad del mercado objetivo.

AMENAZAS

PAISES CON MEJORES DESARROLLO EN PRODUCTIVIDAD	Por trayectoria los países asiáticos tienen la capacidad de producir volumen teniendo ventajas al momento de negociar
LICENCIAS Y TRAMITES	Los tramites y permisos solicitados para la importación tienen un costo muy alto y un proceso muy largo de tramitología
PRECIO	Los países asiáticos ofrecen a un precio bajo las especies comerciales, teniendo ventaja en las negociaciones
VOTALIDAD DEL DOLAR	Puede afectar nuestro poder de compra
PRODUCTO DELICADO	Producto delicado, la cría manipulación del producto es delicado por las mismas características físicas de la mariposa.

ESTRATEGIAS (FO)

Participar en ruedas de negocio a través entidades gubernamentales como PROEXPORT para que permitan dar a conocer la empresa a nivel internacional.

Fortalecer la capacidad cría de especies únicas y disminuirlos tiempos de entrega de las mariposas para satisfacer las necesidades de los mariposarios.

ESTRATEGIAS (FA)

Identificar cuáles son los países importadores con los que tenemos mayor ventaja en tiempos de entrega con respecto a la competencia además de identificar cuáles son las especies de mariposas que podemos ofrecer como nuevas o sustitutas.

Crear procedimientos que nos permitan reducir costos en la cría e incrementar el volumen de cría

Desarrollar empaques que permitan mantener la calidad de las mariposas en buen estado.

ESTRATEGIA (DO)

Participar en programas de desarrollo e investigación del sector productivo del sector.

Presentar el plan de negocios ante las entidades que pueden financiar el proyecto.

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

Identificar los lugares con mayor facilidad para realizar el transporte y la logística de distribución que permitan mejorar los tiempos y eviten el daño en la calidad del producto.

ESTRATEGIA (DA)

Establecer un seguro para evitar que la fluctuación del dólar no afecte la compañía

ADMINISTRACION DE SUELDOS Y SALARIOS

COSTOS FIJOS TOTALES			
TABLA DE SUELDOS Y SALARIOS			
VALORES OPERADOR			
GENRENTE GENERAL		RESUMEN	
SALARIO BASICO	\$ 1.500.000	Costo Hora Diurna.	\$ 16.346
HORAS/MES	240	Costo Hora Extra Nocturna.	\$ 20.821
VALOR HORA ORDINARIA	\$ 6.250,00	Costo Hora Extra Dominical.	\$ 25.934
VALOR HORA EXTRA DIURN.	\$ 7.812,50	Costo Hora Extra Dominical Nocturna.	\$ 29.131
VALOR HORA EXTRA DOMIN.	\$ 12.500,00		
COSTO POR OPERARIO MES SIN HORAS EXTRAS			
SALARIO BASICO OPERARIO	\$ 1.500.000,00	Valor Mano de Obra	Valor Hora (solo MO)
VALOR PRESTACIONES DE LEY	\$ 954.633,00	\$ 2.454.633,00	\$ 12.784,55
VALOR AUXILIOS EXTRALEGALES	\$ 194.083,00		
PRESTACIONES DE LEY			
SALUD	8,50%	\$	127.500,00
PENSION	12,00%	\$	180.000,00
ARP	6,96%	\$	104.400,00
Subtotal Seguridad Social	27,46%	\$	411.900,00
Caja	4,00%	\$	60.000,00
ICBF	3,00%	\$	45.000,00
SENA	2,00%	\$	30.000,00
Subtotal Parafiscales	9,00%	\$	135.000,00
INT. CESANT.	1,00%	\$	15.633,00
CESANTIA	8,33%	\$	130.275,00
PRIMA	8,33%	\$	130.275,00
VACACIONES	4,55%	\$	68.250,00
Subtotal Prestaciones Sociales	22,22%	\$	344.433,00
AUX. TRANSPORTE DE LEY		\$	63.300,00
AUXILIOS EXTRALEGALES			
ALIMENT.	\$	130.000,00	
TRANSPORTE INTERNO APDR	\$	52.000,00	
Exámenes Medicos de Ingreso	\$	10.000,00	
Exámenes Medicos de Retiro	\$	2.083,00	
COSTO OPERARIO NOMINA	\$	2.648.716,00	

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

COSTOS FIJOS TOTALES			
TABLA DE SUELDOS Y SALARIOS			
VALORES OPERADOR		RESUMEN	
COORDINADOR ADMINISTRATIVO			
SALARIO BASICO	\$ 1.000.000	Costo Hora Diurna.	\$ 11.718
HORAS/MES	240	Costo Hora Extra Nocturna.	\$ 14.746
VALOR HORA ORDINARIA	\$ 4.166,67	Costo Hora Extra Dominical.	\$ 18.207
VALOR HORA EXTRA DIURN.	\$ 5.208,33	Costo Hora Extra Dominical Nocturna.	\$ 20.370
VALOR HORA EXTRA DOMIN.	\$ 8.333,33		
COSTO POR OPERARIO MES SIN HORAS EXTRAS			
SALARIO BASICO OPERARIO	\$ 1.000.000,00	Valor Mano de Obra	Valor Hora (solo MO)
VALOR PRESTACIONES DE LEY	\$ 661.249,67	\$ 1.661.249,67	\$ 8.652,34
VALOR AUXILIOS EXTRALEGALES	\$ 194.083,00		
PRESTACIONES DE LEY			
SALUD	8,50%	\$	85.000,00
PENSION	12,00%	\$	120.000,00
ARP	6,96%	\$	63.600,00
Subtotal Seguridad Social	27,46%	\$	274.600,00
Caja	4,00%	\$	40.000,00
ICBF	3,00%	\$	30.000,00
SENA	2,00%	\$	20.000,00
Subtotal Parafiscales	9,00%	\$	90.000,00
INT. CESANT.	1,00%	\$	10.633,00
CESANTIA	8,33%	\$	88.608,33
PRIMA	8,33%	\$	88.608,33
VACACIONES	4,55%	\$	45.500,00
Subtotal Prestaciones Sociales	22,22%	\$	233.349,67
AUX. TRANSPORTE DE LEY		\$	63.300
AUXILIOS EXTRALEGALES			
ALIMENT.	\$	130.000,00	
TRANSPORTE INTERNO APDR	\$	52.000,00	
Exámenes Medicos de Ingreso	\$	10.000,00	
Exámenes Medicos de Retiro	\$	2.083,00	
COSTO OPERARIO NOMINA	\$	1.855.332,67	

TABLA DE SUELDOS Y SALARIOS			
VALORES OPERADOR		RESUMEN	
ASISTENTE DE MERCADEO			
SALARIO BASICO	\$ 700.000	Costo Hora Diurna.	\$ 8.941
HORAS/MES	240	Costo Hora Extra Nocturna.	\$ 11.102
VALOR HORA ORDINARIA	\$ 2.916,67	Costo Hora Extra Dominical.	\$ 13.571
VALOR HORA EXTRA DIURN.	\$ 3.645,83	Costo Hora Extra Dominical Nocturna.	\$ 15.114
VALOR HORA EXTRA DOMIN.	\$ 5.833,33		
COSTO POR OPERARIO MES SIN HORAS EXTRAS			
SALARIO BASICO OPERARIO	\$ 700.000,00	Valor Mano de Obra	Valor Hora (solo MO)
VALOR PRESTACIONES DE LEY	\$ 485.219,67	\$ 1.185.219,67	\$ 6.173,02
VALOR AUXILIOS EXTRALEGALES	\$ 194.083,00		
PRESTACIONES DE LEY			
SALUD	8,50%	\$	59.500,00
PENSION	12,00%	\$	84.000,00
ARP	6,96%	\$	48.720,00
Subtotal Seguridad Social	27,46%	\$	192.220,00
Caja	4,00%	\$	28.000,00
ICBF	3,00%	\$	21.000,00
SENA	2,00%	\$	14.000,00
Subtotal Parafiscales	9,00%	\$	63.000,00
INT. CESANT.	1,00%	\$	7.633,00
CESANTIA	8,33%	\$	63.608,33
PRIMA	8,33%	\$	63.608,33
VACACIONES	4,55%	\$	31.850,00
Subtotal Prestaciones Sociales	22,22%	\$	166.699,67
AUX. TRANSPORTE DE LEY		\$	63.300
AUXILIOS EXTRALEGALES			
ALIMENT.	\$	130.000,00	
TRANSPORTE INTERNO APDR	\$	52.000,00	
Exámenes Medicos de Ingreso	\$	10.000,00	
Exámenes Medicos de Retiro	\$	2.083,00	
COSTO OPERARIO NOMINA	\$	1.379.302,67	

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

TABLA DE SUELDOS Y SALARIOS			
VALORES OPERADOR		RESUMEN	
SERVICIO AL CLIENTE			
SALARIO BASICO	\$ 600.000	Costo Hora Diurna.	\$ 8.018
HORAS/IMES	240	Costo Hora Extra Nocturna.	\$ 9.887
VALOR HORA ORDINARIA	\$ 2.500,00	Costo Hora Extra Dominical.	\$ 12.025
VALOR HORA EXTRA DIURN.	\$ 3.125,00	Costo Hora Extra Dominical Nocturna.	\$ 13.362
VALOR HORA EXTRA DOMIN.	\$ 5.000,00		
COSTO POR OPERARIO MES SIN HORAS EXTRAS			
SALARIO BASICO OPERARIO	\$ 600.000,00	Valor Mano de Obra	Valor Hora (solo MO)
VALOR PRESTACIONES DE LEY	\$ 426.543,00	\$ 1.026.543,00	\$ 5.346,58
VALOR AUXILIOS EXTRALEGALES	\$ 194.083,00		
PRESTACIONES DE LEY			
SALUD	8,50%	\$ 51.000,00	
PENSION	12,00%	\$ 72.000,00	
ARP	6,96%	\$ 41.760,00	
Subtotal Seguridad Social	27,46%	\$ 164.760,00	
Caja	4,00%	\$ 24.000,00	
ICBF	3,00%	\$ 18.000,00	
SENA	2,00%	\$ 12.000,00	
Subtotal Parafiscales	9,00%	\$ 54.000,00	
INT. CESANT.	1,00%	\$ 6.633,00	
CESANTIA	8,33%	\$ 55.275,00	
PRIMA	8,33%	\$ 55.275,00	
VACACIONES	4,55%	\$ 27.300,00	
Subtotal Prestaciones Sociales	22,22%	\$ 144.483,00	
AUX. TRANSPORTE DE LEY		\$ 63.300	
AUXILIOS EXTRALEGALES			
ALIMENT.	\$ 130.000,00		
TRANSPORTE INTERNO APDR	\$ 52.000,00		
Exámenes Medicos de Ingreso	\$ 10.000,00		
Exámenes Medicos de Retiro	\$ 2.083,00		
COSTO OPERARIO NOMINA	\$ 1.220.626,00		

TABLA DE SUELDOS Y SALARIOS			
VALORES OPERADOR		RESUMEN	
ASESOR COMERCIAL			
SALARIO BASICO	\$ 1.100.000	Costo Hora Diurna.	\$ 12.644
HORAS/IMES	240	Costo Hora Extra Nocturna.	\$ 15.961
VALOR HORA ORDINARIA	\$ 4.583,33	Costo Hora Extra Dominical.	\$ 19.753
VALOR HORA EXTRA DIURN.	\$ 5.729,17	Costo Hora Extra Dominical Nocturna.	\$ 22.122
VALOR HORA EXTRA DOMIN.	\$ 9.166,67		
COSTO POR OPERARIO MES SIN HORAS EXTRAS			
SALARIO BASICO OPERARIO	\$ 1.100.000,00	Valor Mano de Obra	Valor Hora (solo MO)
VALOR PRESTACIONES DE LEY	\$ 719.926,33	\$ 1.819.926,33	\$ 9.478,78
VALOR AUXILIOS EXTRALEGALES	\$ 194.083,00		
PRESTACIONES DE LEY			
SALUD	8,50%	\$ 93.500,00	
PENSION	12,00%	\$ 132.000,00	
ARP	6,96%	\$ 76.560,00	
Subtotal Seguridad Social	27,46%	\$ 302.060,00	
Caja	4,00%	\$ 44.000,00	
ICBF	3,00%	\$ 33.000,00	
SENA	2,00%	\$ 22.000,00	
Subtotal Parafiscales	9,00%	\$ 99.000,00	
INT. CESANT.	1,00%	\$ 11.633,00	
CESANTIA	8,33%	\$ 96.941,67	
PRIMA	8,33%	\$ 96.941,67	
VACACIONES	4,55%	\$ 50.050,00	
Subtotal Prestaciones Sociales	22,22%	\$ 255.566,33	
AUX. TRANSPORTE DE LEY		\$ 63.300	
AUXILIOS EXTRALEGALES			
ALIMENT.	\$ 130.000,00		
TRANSPORTE INTERNO APDR	\$ 52.000,00		
Exámenes Medicos de Ingreso	\$ 10.000,00		
Exámenes Medicos de Retiro	\$ 2.083,00		
COSTO OPERARIO NOMINA	\$ 2.014.009,33		

VALOR DE NOMINA MENSUAL

CARGO	SALARIO	TOTAL
GERENTE GENERAL	\$ 2.648.716,00	\$ 2.648.716,00
COORDINADOR ADM	\$ 1.855.332,00	\$ 1.855.332,00
ASISTENTE DE MERCADEO	\$ 1.379.302,00	\$ 1.379.302,00
SERVICIO AL CLIENTE	\$ 1.220.626,00	\$ 2.441.252,00
ASESOR COMERCIAL	\$ 2.014.009,00	\$ 4.028.018,00
TOTAL DE NOMINA		\$ 8.324.602,00

MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN

Maripolandia un Mundo de mariposas se constituye como una empresa de régimen común con la constitución de la sociedad por acciones S.A.S, de naturaleza de servicios, constituida mediante documento privado ante la Cámara de Comercio de Bogotá.

MODULO 5: FINANCIERO

INVERSIÓN INICIAL

INVERSIONES	COSTOS	
ACTIVOS FIJOS		5.000.000
Muebles y enseres	5.000.000	
ACTIVOS DIFERIDOS		8.000.000
Gastos de organización	3.000.000	
Gastos de instalación	5.000.000	
CAPITAL DE TRABAJO		11.627.910
Materia prima	4.126.720	
Servicios públicos	1.501.190	
Publicidad	1.000.000	
Utiles de oficina	2.000.000	
Implementos de aseo	3.000.000	
TOTAL INVERSIONES		24.627.910

FINANCIACION

TABLA DE AMORTIZACION

AÑO	Interes	Pago K	Saldo	Valor a Pagar
0			10.000.000	
1	1.740.000	2.000.000	8.000.000	3.740.000
2	1.392.000	2.000.000	6.000.000	3.392.000
3	1.044.000	2.000.000	4.000.000	3.044.000
4	696.000	2.000.000	2.000.000	2.696.000
5	348.000	2.000.000	0	2.348.000

Tasa De Interés 17,4% EA

El préstamo será tomado con el Banco de Bogotá, porque es una cómoda tasa de interés, la cual es fácil de solventar para nuestra compañía.

BALANCE GENERAL PROYECTADO

ACTIVOS	2014	2015	2016	2017
Efectivo	11.627.910	22.514.708	28.206.024	38.856.818,48
Cuentas por cobrar		11.830.614	13.042.956	14.911.576
Inventario	5.000.000	12.407.510	11.889.189	9.046.134
Total Activo Corriente	16.627.910	46.752.832	53.138.169	62.814.528,22
Maquinaria y Equipo	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Depreciación acumulada		500.000	1.000.000	1.500.000
Total Activo Fijo	5.000.000	5.500.000	6.000.000	6.500.000
Activo Diferido	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Amortización de diferidos		750.000	1.500.000	2.250.000
Total Activo Diferido	3.000.000	2.250.000	1.500.000,00	750.000,00
TOTAL ACTIVOS	24.627.910	54.502.832	60.638.169	70.064.528
PASIVO Y PATRIMONIO				
Impuesto por pagar		12.930.997	15.995.551	21.730.595
Préstamo bancario	10.000.000	8.000.000	6.000.000	4.000.000
Total Pasivo	10.000.000	20.930.997	21.995.551	25.730.595
Aporte socios	14.627.910	14.627.910	14.627.910	14.627.910
Utilidades retenidas		18.943.925	24.014.708	29.706.024
Total patrimonio	14.627.910,00	33.571.835	38.642.618	44.333.934
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	24.627.910	54.502.832	60.638.169	70.064.528

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INGRESOS OPERACIONALES												
Ventas	13.056.000	10.444.800	9.139.200	9.139.200	9.139.200	7.833.600	9.139.200	9.139.200	7.833.600	13.056.000	13.056.000	19.584.000
- COSTO DE VENTAS	3.050.688	2.257.293	2.499.571	2.220.818	2.331.840	2.198.720	2.331.840	2.331.840	2.198.720	2.731.200	2.731.200	3.396.800
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	10.005.312	8.187.507	6.639.629	6.918.382	6.807.360	5.634.880	6.807.360	6.807.360	5.634.880	10.324.800	10.324.800	16.187.200
- GASTOS												
GASTOS OPERACIONALES DE ADMÓN												
Gastos de personal	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Servicios	500.330	500.330	500.330	500.330	500.330	500.330	500.330	500.330	500.330	500.330	500.330	500.330
Seguros	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667
Vigilancia	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
Mantenimiento y reparaciones	417.217	417.217	417.217	417.217	417.217	417.217	417.217	417.217	417.217	417.217	417.217	417.217
Depreciación	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667
Impuestos	416.667	416.667	416.667	416.667	416.667	416.667	416.667	416.667	416.667	416.667	416.667	416.667
Publicidad	333.333	333.333	333.333	333.333	333.333	333.333	333.333	333.333	333.333	333.333	333.333	333.333
OPERACIONALES DE VENTAS												
Gastos de personal	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
UTILIDAD O PERDIDA OPERACIONAL	4.529.432	2.711.627	1.163.748	1.442.502	1.331.480	159.000	1.331.480	1.331.480	159.000	4.848.920	4.848.920	10.711.320
- GASTOS FINANCIEROS	145.000	145.000	145.000	145.000	145.000	145.000	145.000	145.000	145.000	145.000	145.000	145.000
- RESERVA LEGAL (10%)	452.943	271.163	116.375	144.250	133.148	15.900	133.148	133.148	15.900	484.892	484.892	1.071.132
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	3.931.488	2.295.464	902.374	1.153.252	1.053.332	-1.900	1.053.332	1.053.332	-1.900	4.219.028	4.219.028	9.495.188
- IMPUESTO DE RENTA (35%)	1.376.021	803.412	315.831	403.638	368.666	-665	368.666	368.666	-665	1.476.660	1.476.660	3.323.316
UTILIDAD NETA	2.555.468	1.492.052	586.543	749.614	684.666	-1.235	684.666	684.666	-1.235	2.742.368	2.742.368	6.171.872

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

	2014	2015	2016
Ventas	130.560.000	143.939.136	158.689.299
- COSTO DE VENTAS	30.280.530	32.696.647	35.038.205
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	100.279.470	111.242.489	123.651.094
- GASTOS			
Gastos de personal	24.000.000	25.080.000	26.208.600
Servicios	6.003.962	6.274.140	6.556.476
Seguros	2.000.000	2.090.000	2.184.050
Vigilancia	9.600.000	10.032.000	10.483.440
Mantenimiento y reparaciones	5.006.603	5.231.900	5.467.335
Depreciación	500.000	500.000	500.000
Impuestos	5.000.000	5.225.000	5.460.125
Publicidad	4.000.000	4.180.000	4.368.100
Gastos de personal	9.600.000	10.032.000	10.483.440
	65.710.564	68.645.039	71.711.566
UTILIDAD O PERDIDA OPERACIONAL	34.568.906	42.597.449	51.939.528
- GASTOS FINANCIEROS	1.740.000	1.392.000	1.044.000
- RESERVA LEGAL (10%)	3.456.891	4.259.745	5.193.953
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	29.372.015	36.945.704	45.701.575
- IMPUESTO DE RENTA (35%)	10.280.205	12.930.997	15.995.551
UTILIDAD NETA	19.091.810	24.014.708	29.706.024

FLUJO NETO DE EFECTIVO MENSUAL

AÑO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	
UTILIDAD NETA	2.555.468	1.492.052	586.543	749.614	684.666	-1.235	
+ Depreciación	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667	
- Costo de inversión	24.627.910						
+ Créditos	10.000.000						
- Amortizaciones	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	
	-						
FLUJO DE FONDOS NETO	14.627.910	2.430.468	1.367.052	461.543	624.614	559.666	-126.235
	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL 2014
UTILIDAD NETA	684.666	684.666	-1.235	2.742.368	2.742.368	6.171.872	19.091.810
+ Depreciación	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667	500.000
- Costo de inversión							
+ Créditos							
- Amortizaciones	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	2.000.000
FLUJO DE FONDOS NETO	559.666	559.666	-126.235	2.617.368	2.617.368	6.046.872	17.591.810

FLUJO NETO DE EFECTIVO PROYECTADO

AÑO	2014	2015	2016
UTILIDAD NETA	<u>19.091.810</u>	<u>24.014.708</u>	<u>29.706.024</u>
+ Depreciación	500.000	500.000	500.000
- Costo de inversión	24.627.910		
+ Créditos	10.000.000		
- Amortizaciones	<u>2.000.000</u>	<u>2.000.000</u>	<u>2.000.000</u>
FLUJO DE FONDOS NETO	-14.627.910	17.591.810	22.514.708
			28.206.024

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

AÑO	0	1	2	3	4	5
FNE	-14.627.910	17.443.925	22.514.708	28.206.024	38.856.818	46.043.070

$$VPN = -14.627.910 + \left| \frac{17.443.925}{1,10^1} + \frac{22.514.708}{1,10^2} + \frac{28.206.024}{1,10^3} + \frac{38.856.818}{1,10^4} + \frac{46.043.070}{1,10^5} \right|$$

TIO	10%
------------	------------

$$VPN = -14.627.910 + 15.858.114 + 18.607.197 + 21.191.603 + 26.539.730 + 28.589.124$$

$$VPN = -14.627.910 + 110.785.767$$

$$VPN = 96.157.857$$

Como el resultado es positivo, el proyecto maximizaría la inversión en \$96.157.857 a una tasa de descuento del 10%. **CONCLUSIÓN:**

El proyecto debe ejecutarse.

RENTABILIDAD

$$R\ B/C = \frac{110.785.767}{14.627.910}$$

$$R\ B/C = 7,573588038$$

PERIODO RETORNO INVERSION

$$PRI = \frac{14.627.910}{30.612.909}$$

$$PRI = 0,477834706$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

$$PEU = \frac{52.110.564}{9200}$$

$$PEU = 5.664,19$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS

$$PE\$ = PEU \times P$$

$$PE\$ = 5.664 \quad X \quad 10200$$

$$PE\$ = 57.774.755,85$$

Maripolandia un Mundo de mariposas es una empresa con un excelente potencial, cuenta con un excelente mercado, se ubica en un sector de grandes proyecciones, cuenta con infinidad de oportunidades la venta de nuevas especies, el desarrolló procesos logísticos de exportación disminuyendo tiempos de entrega Estos factores en conjunto le permiten ofrecer un nivel de rentabilidad alto, con una TIR del 142.88% muy favorable.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El comercio internacional de mariposa vivías ha venido creciendo durante los últimos años como resultado del interés de los países consumidores en la exhibición de especies de otros países en jardines contruidos para tal fin.

Este mercado es consideradi un mercado joven que no ha sido completamente desarrollado, prueba de ello es el hecho que aun no se cuenta con la información estadística del comercio de insectos.

Se estima que la mitad del comercio de mariposas se puede dividir en el comercio de animales vivos y el de animales disecados.

De acuerdo ala informacion recopilada en esta investigacion el mercado de animales vivos tiene como principal consumidor los mariposarios, y el de animales disecados se distribuye a coleccionistas y museos, adicional existe un mercado marginal que corresponde ala industria de adorno y artesanias.

Colombia cuenta con una inmensa diversidad de especies de mariposas las culaes se conviertene en una gran oportunidad de ser explotada.

GLOSARIO

Algunos términos que se utiliza con frecuencia en referencia a las mariposas:

Androconios: Escamas modificadas de las alas (usualmente de los machos) que expelen una feromona aromática.

Dimorfismo sexual: Diferencias de forma, tamaño y coloración entre machos y hembras de una misma especie.

Cremaster: Extremo superior de la pupa, de donde se fija con su seda a la planta.

Emerger: Brotar, salir

Endémico: Que pertenecen exclusivamente a un determinado país o territorio

Libar: chupar el néctar de las flores

Longevidad: vida larga

Instar: Estadío del ciclo de vida larva, referido a cambios de tamaño, coloración y muda de piel.

Neotrópico: Región biográfica que comprende la zona tropical que se extiende desde el sur de México a través de América Central, incluyendo las Antillas, hasta la Tierra de Fuego.

Ocelo: Ojo simple de los insectos. También se denomina así, por extensión, a las manchas redondeadas por lo general negras y que tienen en el centro una mancha clara localizados en las alas de algunas mariposas.

Oviposición: Depositar los huevos

Parentales: Generación que engendra otra

Posarse: Descansar, asentarse o reposar

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

Plantas hospederas: Especies botánicas donde las mariposas depositan sus huevos

Plantas nutricias: Especies botánicas que sirven de alimento las larvas

Plantas trampa: Macetas de plantas hospederas.

Plantas nectaríferas: Especies botánicas con flores que contienen néctar para que liben las mariposas.

Ración de sexos: Proporción hembras- machos.

Taxonomía: Ciencia que estudia la clasificación de animales, plantas y otros seres.

BIBLIOGRAFIA

- Alas de Colombia
- Proexport Colombia
- Estudio de mercado mariposas en el Estado de California – Estados Unidos
- Periodico El Tiempo: Articulo vuelo para las exportaciones de mariposas vivas.
- Mariposas la Trinidad.

ANEXOS

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo YULIE JARESSA CABRERA MELO

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 1.010.170.614

Nombre Completo Monica Maritza Suarez Albarracín

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 27604134

Nombre Completo Cesar Fabian Aguilar Castañeda

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 102.3861412 B+e

Nombre Completo Sandra Milena Vargas

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 52 701 088

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

MARIPOLANDIA "Un mundo de Mariposas"

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI NO
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

IFI: MARIPOLANDIA UN MUNDO DE MARIPOSAS

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>Yulie Vanessa Cabeza Melo</u>	NOMBRE COMPLETO: <u>Monica Maritza Suarez Albanacci</u>
FIRMA: <u>Vanessa C.</u>	FIRMA: <u>[Firma]</u>
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>1.010.170.614</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>27604134</u>
FACULTAD: <u>Posgrados</u>	FACULTAD: <u>Posgrados</u>
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Negocios y Finanzas Internacionales</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Negocios y Finanzas Internacionales</u>

NOMBRE COMPLETO: <u>Cesar Fabian Aguilar</u>	NOMBRE COMPLETO: <u>Sandra Milena Vargas</u>
FIRMA: <u>[Firma]</u>	FIRMA: <u>Sandra Vargas</u>
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>1023861412</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>52.701.089</u>
FACULTAD: <u>Posgrados</u>	FACULTAD: <u>Posgrados</u>
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Negocios y Finanzas Internacionales</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Negocios y Finanzas Internacionales</u>

Fecha de firma: 12 de Junio de 2013