

**PLAN DE NEGOCIOS PARA “LA CREACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE UNA
EMPRESA QUE COMERCIALICE PUPITRES INFANTILES EN DIVERSOS
MERCADOS INTERNACIONALES”**

PROYECTO DE GRADO

PRESENTADO POR:

MANUELA CASTAÑO AGUIRRE

GERARDO PALACIO TAMAYO

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL AREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS.**

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PEREIRA, RISARALDA

2018

**PLAN DE NEGOCIOS PARA “LA CREACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE UNA
EMPRESA QUE COMERCIALICE PUPITRES INFANTILES EN DIVERSOS
MERCADOS INTERNACIONALES”**

PROYECTO DE GRADO

PRESENTADO POR:

MANUELA CASTAÑO AGUIRRE

GERARDO PALACIO TAMAYO

PRESENTADO A:

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL AREA ANDINA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS.

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PEREIRA, RISARALDA

2018

Tabla de Contenido

1. CÁPSULA RESUMEN EJECUTIVO.....	7
1.1 DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.....	8
1.2 MERCADOS Y POTENCIAL DEL MERCADO A ATENER EN CIFRAS.....	10
1.3 VENTAJA COMPETITIVA.....	10
1.4 EQUIPO EMPRENDEDOR.....	11
1.5 IMPACTOS.....	12
1.6 INFORMACIÓN FINANCIERA Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	12
1.7 PERFIL DEL EQUIPO EMPRENDEDOR.....	13
2. CÁPSULA DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	14
2.1 JUSTIFICACIÓN.....	14
2.1.1 ANTECEDENTES DEL NEGOCIO.....	14
2.2 DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.....	14
2.2.1 MODELO DE LA EMPRESA.....	16
2.3 POSICIONAMIENTO.....	17
3. CÁPSULA DE MERCADEO.....	18
3.1 PRODUCTO.....	18
3.1.1 Antecedentes.....	18
3.1.2 Necesidad a Satisfacer.....	18
3.1.3 Portafolio de Productos.....	18
3.2 SECTOR.....	20
3.3 Cliente.....	24
3.3.1 Segmentación y caracterización del consumidor.....	24
3.3.2 Sistema de Distribución.....	26
3.3.3 Perfil de los Clientes.....	26
3.4 INVESTIGACION DE MERCADOS.....	28
3.4.1 Listado de Clientes Potenciales.....	28
3.4.2 Preferencias del Consumidor y/o Cliente.....	29
3.5 LA COMPETENCIA.....	29
3.6 VENTAJA COMPETITIVA.....	30
3.7 FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO.....	30
3.8 IMPACTOS.....	30

3.8.1 Sociales	30
3.8.2 Económicos	31
3.8.3 Ambientales	31
3.9 TAMAÑO DEL MERCADO	31
3.10 PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	31
3.10.1 Plan de Ventas Nacional	31
3.10.2 Plan Exportador.....	32
3.10.3 Porcentaje de participación	32
3.11 PLAN DE MERCADEO	33
3.11.1 Análisis DOFA.....	33
3.11.2 Estrategias Mezcla de Mercadeo.....	34
3.11.3 Presupuesto Mezcla de Mercadeo.....	36
4. CÁPSULA TÉCNICA	37
4.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	37
4.2 DIAGRAMA DE FLUJO Y MATRIZ DE RECURSOS	38
4.3 INVERSIONES	38
4.3.1. Maquinaria y Equipo.....	38
4.3.2. Muebles y Enseres	38
4.3.3. Preoperativos.....	39
4.3.4. Resumen de Inversiones.....	39
4.4 MATERIA PRIMA E INSUMOS	39
4.4.1 Proveedores.....	39
4.4.2 Cuadro de Costos	39
4.5 MANO DE OBRA OPERATIVA	40
4.6 SISTEMAS DE CONTROL	40
4.7 COSTOS POR PRODUCTO.....	40
4.8 LOCALIZACIÓN.....	40
4.8.1 Macro-localización.....	40
4.8.2 Micro-localización	41
4.9 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y ANÁLISIS DE CAPACIDAD.....	41
4.10 PLAN DE PRODUCCIÓN.....	41
4.11 PLAN DE COMPRAS.....	42

5. CÁPSULA ADMINISTRATIVA.....	43
5.1 Tipo de empresa y objeto social.....	43
5.2 Misión	43
5.3 Visión.....	43
5.4 Objetivo general y específicos	43
5.5 Políticas.....	44
5.6 Valores corporativos	44
5.7 Estructura organizacional.....	45
5.8 Perfiles de cargos	46
5.9 Manejo administrativo	48
5.10 Entidades de apoyo	48
6. CÁPSULA LEGAL	50
6.1 Constitución de la empresa y aspectos legales.....	50
6.2 Normativa regional	50
7. CÁPSULA DE PRESUPUESTOS	52
7.1 Ventas nacionales en pesos (no aplica).....	52
7.2 Ventas exportación en pesos.....	52
7.3 Ventas totales en pesos	52
7.4 Ingresos.....	52
7.5 Costo de la mercancía vendida.....	52
7.6 Producción	52
7.7 Compras	53
7.8 Pagos a proveedores.....	53
7.9 Nómina y comisiones.....	53
7.10 Gastos de publicidad	54
7.11 Otros gastos (Gastos de Puesta en Marcha)	54
7.12 Aplicación de créditos.....	54
8. CÁPSULA FINANCIERO	55
8.1 Punto de equilibrio.....	55
8.2 Estado de resultados.....	55
8.3 Flujo de caja.....	55
8.4 Balance.....	56

8.5 Análisis financiero	56
8.6 Capital de trabajo	56
9. CÁPSULA ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	57
10. CÁPSULA ANÁLISIS DE RIESGOS	58
11. CÁPSULA PLAN CONTINGENCIA Y SALIDA	59
12. CÁPSULA CRONOGRAMA DE MONTAJE E INVERSIONES	60

1. CÁPSULA RESUMEN EJECUTIVO

TITULO DEL PROYECTO

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA QUE COMERCIALICE PUPITRES INFANTILES EN DIVERSOS MERCADOS INTERNACIONALES.

Por medio del presente proyecto de grado se propone un Plan de Negocios para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de Pupitres Infantiles 100% Colombianos, diseñados para niños de 3 a 9 años, ubicada en la ciudad de Pereira.

Los objetivos de este plan de negocios se centran en determinar el mercado objetivo de los pupitres, que permita identificar la demanda de este producto, el estudio de los aspectos técnicos, organizacionales y legales necesarios para la operación y desarrollo del proyecto.

Finalmente, se evaluará la viabilidad financiera y económica del proyecto, logrando así conocer si es rentable la constitución de esta empresa en la ciudad de Pereira.

EMPRENEDORES

GERARDO PALACIO TAMAYO

MANUELA CASTAÑO AGUIRRE

ASESOR DEL PROYECTO

EDNA CATALINA OSORIO

1.1 DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

Gema International Company es una empresa constituida en la ciudad de Pereira que tiene como misión, comercializar y exportar productos nacionales de la mejor calidad abriendo paso a nuevos y diversos mercados internacionales.

La empresa estará constituida como Persona Jurídica y se encontrara regida por el Código de Comercio, que se puede obtener gratuitamente ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo el Régimen como Sociedad de Comercialización Internacional o también llamado “C.I”.

Este Régimen especial, creado mediante la Ley 67 del 28 de Diciembre de 1979, conocido como un Instrumento de Apoyo a las Exportaciones, es un beneficio tributario otorgado por el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio Exterior, mediante el cual, las empresas que lo obtengan, podrán efectuar compras de mercancías del mercado nacional configuradas como bienes corporales muebles y/o servicios intermedios de la producción, con destino a la exportación, libres del impuesto a las ventas IVA y/o de la Retención en la Fuente, si las operaciones de compraventa están sujetas a dichos tributos.

En todos los casos, el Proveedor de las mercancías del mercado nacional o de los servicios intermedios de la producción, que los venda a las Sociedades de Comercialización Internacional, deberá estar amparado por el documento Certificado al Proveedor - CP, con el objeto de poder justificar en sus declaraciones de impuestos, haber facturado sus ventas sin incluir el IVA y/o la Retefuente.

La sociedad tiene como objetivo estructurar una alternativa como Comercializadora Internacional que comercializan bienes con las Pyme, iniciando con los pupitres infantiles donde se evaluara su viabilidad financiera, de mercados y disponibilidad de recursos, bajo los parámetros legales internacionales.

Por lo regular cuando los niños comienzan su época escolar el lugar de hacer sus tareas y repaso es el comedor, las camas e incluso el suelo. Por tal motivo, inspirados en la comodidad, independencia y tranquilidad de sus hijos se han fabricado unos novedosos pupitres plegables con materias primas de alta calidad acordes a las intensas actividades de los niños asegurando así una mayor resistencia y durabilidad. Proponemos opciones de colores y motivos al escoger su personaje favorito, logrando así incentivar el aprendizaje y orden.

Los Pupitres cuentan con las siguientes características:

- ✓ Tablero con acrílico para que los niños puedan desarrollar actividades educativas.
- ✓ Diseño plegable para una mayor comodidad a la hora de guardar el pupitre puesto que ocuparía muy poco espacio.
- ✓ Cuenta con diferentes diseños para niños y niñas.
- ✓ Tiene un espacio en el cual podrán guardar libros, cuadernos, cartuchera, entre otras cosas.

- ✓ El material del Pupitre es óptimo para que los niños puedan disfrutar de sus diferentes comidas dado que si es caliente o frio no afectaría en nada su tablero.
- ✓ Cada pupitre puede ser personalizado por el cliente: nombre del niño, color y calcomanía favorita.

A partir del estudio y de encontrar reales las posibilidades de incursión en el mercado, se definen estrategias de venta, aspectos legales, logísticos, de comercio exterior, normatividad para la exportación de Pupitres, y se procede a constituir una empresa de responsabilidad limitada con dos socios.

La importancia de una Comercializadora en la ciudad de Pereira radica básicamente en la gestión que esta realiza en el campo de las exportaciones, diversificando mercados y no depender exclusivamente de la economía local, adquirir experiencia y alianzas con empresas extranjeras, también la búsqueda de ventas en mayor volumen, fomentando así la exportación y beneficiando el desarrollo económico y social de la región.

Objetivo General

La comercialización y venta de productos colombianos al exterior, adquiridos en el mercado interno o fabricados por productores socios de las mismas será el principal objetivo de la sociedad logrando así, satisfacer a los niños con la comodidad e independencia que brinda los pupitres plegables.

Objetivos Específicos

- Lograr posicionamiento de Gema International Company en el mercado extranjero.
- Obtener un alto margen de rentabilidad, gracias a las ventas por exportaciones.
- Comercialización de los productos en los mercados internacionales.

1.2 MERCADOS Y POTENCIAL DEL MERCADO A ATENER EN CIFRAS

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia (miles de dólares americanos)

Importadores	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016	Valor exportada en 2017
Mundo	25.635	19.591	18.562	14.939	16.096
Panamá	6.905	5.653	5.093	4.422	4.475
Estados Unidos de América	4.074	2.667	4.085	3.935	4.046
Chile	1.249	1.168	1.302	1.294	1.939
México	2.791	1.866	1.135	1.064	1.317
El Salvador	132	564	72	147	635

En la anterior tabla, se puede observar las exportaciones de los últimos cinco años de la partida arancelaria que corresponde a nuestro producto.

Países como Panamá, Estados Unidos y Chile son posibles mercados a atender e identificar como mercados potenciales a exportar nuestro producto.

1.3 VENTAJA COMPETITIVA

Ventajas comerciales

- ✓ Se manejaran alianzas en los distintos mercados con los almacenes que deseen comercializar el Pupitre.
- ✓ Los jardines también asociarse en las alianzas, al igual que los salones de manualidades y los centros pedagógicos.
- ✓ Formas de pago especial, según cada transacción. Efectivo, venta con tarjeta de crédito y débito.
- ✓ Opción de crédito después de un estudio crediticio.
- ✓ Ofrecer la garantía por producto la cual estará de 2 a 3 meses y su garantía se efectúa si es un imperfecto de fábrica (tornillos, pintura, madera, tablero).

- ✓ Los TLC con los diferentes países, favorecerán a realizar una negociación efectiva.
- ✓ Ser la primera comercializadora del Pupitre, hasta la fecha no se reporta ninguna comercializadora que exporte este producto, seríamos pioneros y tendríamos mucho mercado para abastecer.

Ventajas técnico y operativo

- ✓ Se trabajara con los mejores materiales y procesos de fabricación que le garantizan la alta calidad.
- ✓ La infraestructura y logística que ponemos a su disposición permitirá asegurar que siempre tendrá su producto acabado tal y como usted lo ha solicitado, y entregado en el plazo acordado.
- ✓ Seremos los aliados del fabricante del producto, los únicos en comercializar el Pupitre, se manejaran distintos términos de operaciones logísticas.

Ventajas financieras

- ✓ El personal que labora en la comercializadora, evitara altos gastos de salarios.
- ✓ El fabricante nos brindara distintas formas de pago.
- ✓ Tener posibilidades de expansión en capital y espacio.
- ✓ Predicción y control de la comercializadora, nos permitirá saber cómo y cuándo invertir correctamente, evitando los riesgos que conlleva esta acción.

Ventajas de mercadeo

- ✓ Redes sociales (instagram, facebook, twitter).
- ✓ Página web en donde encontraran toda la información de nuestra empresa para afianzar su seguridad al adquirir el pupitre.
- ✓ Contacto con los clientes via telefono, skype, e-mails.
- ✓ Revistas especializadas en ferias escolares.
- ✓ Almacenes de muebles de madera.
- ✓ Tenemos presencia en portales electrónicos como: Mercado libre
- ✓ Participar en las distintas ferias o ruedas de negocios, para dar a conocer de manera muy detallada las características y beneficios que trae nuestro producto.

1.4 EQUIPO EMPRENDEDOR

Los emprendedores que lideran este Plan de Negocios son: Manuela Castaño Aguirre y Gerardo Palacio Tamayo estudiantes del Programa de Administración de Negocios Internacionales, actualmente cursando Octavo Semestre. Contando con el apoyo del asesor académico: Edna Catalina Osorio.

1.5 IMPACTOS

Responsabilidad social

- ✓ Responsabilidad limitada con dos socios, que laboraran inicialmente en la comercializadora, los empleados indirectos son todos aquellos que hacen parte de la fabricación del producto, en este se estima que son alrededor de 10 a 12 personas.
- ✓ En el sector ambiental, la empresa cuenta con los requisitos necesarios para trabajar con la madera, no se está afectando el medio ambiente.
- ✓ En la empresa fabricante los empleados cuentan con excelente seguridad para poder realizar los cortes necesarios con la madera y para los diferentes puntos de ensamble.
- ✓ Genera fuentes de empleo.
- ✓ Incentiva la colaboración entre quienes la integran.

Financiero

Gema International Company consolidara un proyecto sostenible con una TIR 79,50%, además seremos pioneros con las exportaciones de este producto, lo cual aportara significativamente a la región.

Desarrollo económico

La importancia de una Comercializadora en la ciudad de Pereira radica básicamente en la gestión que esta realiza en el campo de las exportaciones, diversificando mercados y no depender exclusivamente de la economía local, adquirir experiencia y alianzas con empresas extranjeras, o también la búsqueda de ventas en mayor volumen, fomentando así la exportación y beneficiando el desarrollo económico y social del país.

1.6 INFORMACIÓN FINANCIERA Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD

Debido a la baja inversión que debe incurrir la empresa Gema International Company, cuenta con un alto margen de rentabilidad, con una TIR 79,50%. Este factor tan significativo hace cada vez más viable y atractivo el proyecto, innovando en gran medida la forma de operar, así generar menores gastos y mayor rentabilidad.

PROYECTO	TASA DE OPORTUNIDAD	DESEMBOLSO INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GEMA INTERNATIONAL COMPANY	5%	-\$ 78.573.100	\$ 60.401.853	\$ 65.919.254	\$ 71.775.629	\$ 77.989.749	\$ 84.581.383

VALOR PRESENTE NETO (VPN)	\$ 231.179.754,70
----------------------------------	--------------------------

TASA INTERNA RETORNO (TIR)	79,50%
-----------------------------------	---------------

1.7 PERFIL DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	CELULAR	CORREO ELECTRONICO	PROGRAMA	ROL DENTRO DEL EQUIPO
GERARDO PALACIO TAMAYO	MZ 12 CS 21 POBLADO 2	3406951	3104577123	gerardpalacio21@hotmail.com	ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES	EMPRENDEDOR - DIRECTOR COMERCIAL
MANUELA CASTAÑO AGUIRRE	MZ 12 CS 21 POBLADO 2	3406951	3138088295	manuc44@hotmail.com	ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES	EMPRENDEDOR - DIRECTOR FINANCIERO

2. CÁPSULA DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1 JUSTIFICACIÓN

La creación de una comercializadora internacional, nace de una iniciativa de estudiantes areandinos a partir del espíritu empresarial adquirido durante el transcurso de la carrera.

Con la oportunidad de crear la Comercializadora observamos un potencial exportador, teniendo en cuenta que ninguna otra empresa exporta nuestro producto. Se proyecta disminuir el riesgo de estar en un solo mercado; realizar alianzas estrategias con empresas extranjeras para reducir costos, mejorar la eficiencia y diversificar productos; surge la necesidad de involucrarse al mercado mundial por la globalización de la economía así se generaría mayor rentabilidad en los mercados internacionales y se aseguraría la existencia de la Comercializadora a largo plazo.

Con este Plan de Negocios se pretende cumplir los requisitos necesarios para obtener el título de Administrador de Negocios Internacionales de la Fundación Universitaria del Área Andina.

2.1.1 ANTECEDENTES DEL NEGOCIO

La trayectoria como equipo emprendedor comenzó cuando se participó en el colegio en una feria gastronómica en la cual se destacó, demostrando así el buen carisma emprendedor.

En el transcurso de la carrera universitaria, creció la necesidad de obtener ingresos, por lo tanto se decidió iniciar un pequeño negocio, el cual consistía en comercializar ropa deportiva para hombre y mujer.

Por consiguiente, surgió la idea de este proyecto como opción de grado, observando una muy buena oportunidad de negocio teniendo en cuenta el beneficio que posee el pupitre infantil, donde se evaluara la viabilidad del proyecto y los requisitos que nos puede generar una buena rentabilidad de ingresos.

La historia de la empresa fabricante inicio hace 30 años en la ciudad de Pereira en donde un ciudadano inicia con la idea de querer innovar un producto para niños, así que emprende con la fabricación de un pupitre infantil 100% Colombiano diseñado para niños de 3 a 9 años.

El producto fue aprobado de muy buena manera y fue comercializado en distintas ciudades del país. En el transcurso de los años ha adquirido diferentes modificaciones lo que le ha permitido ser cada vez aún mejor.

Hoy en día la empresa productora dedicada a la fabricación del pupitre es la única que lo comercializa en Colombia y está buscando una nueva mejora para la mayor comodidad de los niños.

2.2 DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

Gema Internacional Company es una empresa constituida en la ciudad de Pereira que tiene como misión, comercializar y exportar productos nacionales de la mejor calidad abriendo paso a nuevos y diversos mercados internacionales.

La empresa estará constituida como Persona Jurídica y se encontrara regida por el Código de Comercio, que se puede obtener gratuitamente ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo el Régimen como Sociedad de Comercialización Internacional o también llamado “C.I”.

Este Régimen especial, creado mediante la Ley 67 del 28 de Diciembre de 1979, conocido como un Instrumento de Apoyo a las Exportaciones, es un beneficio tributario otorgado por el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio Exterior, mediante el cual, las empresas que lo obtengan, podrán efectuar compras de mercancías del mercado nacional configuradas como bienes corporales muebles y/o servicios intermedios de la producción, con destino a la exportación, libres del impuesto a las ventas IVA y/o de la Retención en la Fuente, si las operaciones de compraventa están sujetas a dichos tributos.

En todos los casos, el Proveedor de las mercancías del mercado nacional o de los servicios intermedios de la producción, que los venda a las Sociedades de Comercialización Internacional, deberá estar amparado por el documento Certificado al Proveedor - CP, con el objeto de poder justificar en sus declaraciones de impuestos, haber facturado sus ventas sin incluir el IVA y/o la Retefuente.

La sociedad tiene como objetivo estructurar una alternativa como Comercializadora Internacional que comercializan bienes con las Pyme, iniciando con los pupitres infantiles donde se evaluara su viabilidad financiera, de mercados y disponibilidad de recursos, bajo los parámetros legales internacionales.

Por lo regular cuando nuestros hijos comienzan su época escolar el lugar de hacer sus tareas y repaso es el comedor, las camas e incluso el suelo. Por tal motivo, inspirados en la comodidad, independencia y tranquilidad de nuestros hijos hemos fabricado unos novedosos pupitres plegables con materias primas de alta calidad acordes a las intensas actividades de los niños asegurando así una mayor resistencia y durabilidad. Proponemos opciones de colores y motivos logrando incentivar al aprendizaje y al orden que pueden escoger su personaje favorito.

Los Pupitres cuentan con las siguientes características:

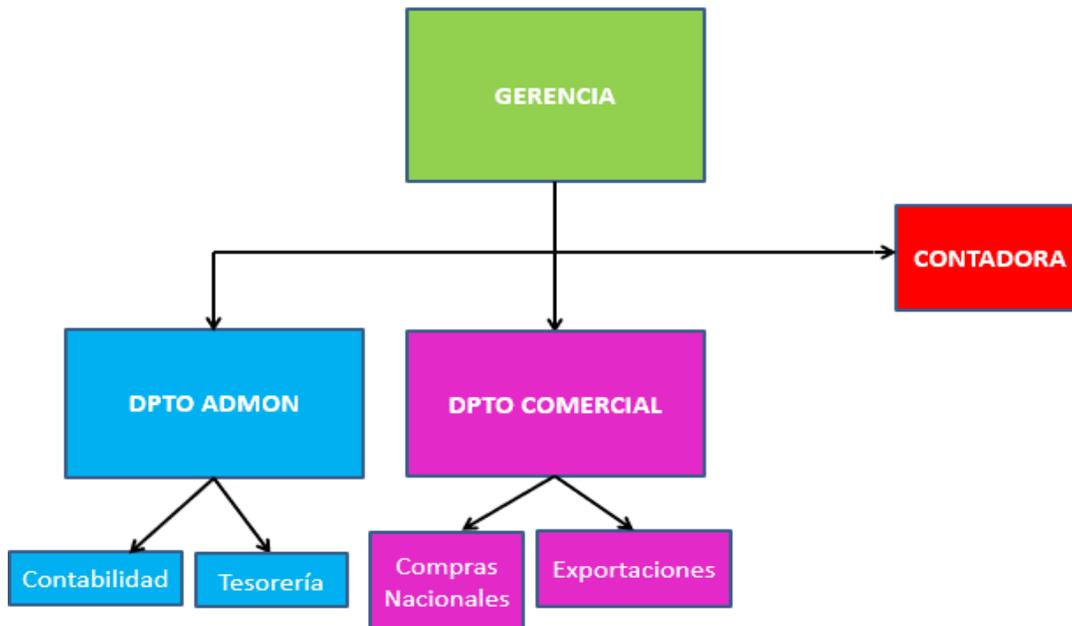
- ✓ Tablero con acrílico para que los niños puedan desarrollar actividades educativas.
- ✓ Diseño plegable para una mayor comodidad a la hora de guardar el pupitre puesto que ocuparía muy poco espacio.
- ✓ Cuenta con diferentes diseños para niños y niñas.
- ✓ Tiene un espacio en el cual podrán guardar libros, cuadernos, cartuchera, entre otras cosas.
- ✓ El material del Pupitre es óptimo para que los niños puedan disfrutar de sus diferentes comidas dado que si es caliente o frio no afectaría en nada su tablero.
- ✓ Cada pupitre puede ser personalizado por el cliente: nombre del niño, color y calcomanía favorita.

A partir del estudio y de encontrar reales las posibilidades de incursión en el mercado, se definen estrategias de venta, aspectos legales, logísticos, de comercio exterior, normatividad para la exportación de Pupitres, y se procede a constituir una empresa de responsabilidad limitada con dos socios.

La importancia de una Comercializadora en la ciudad de Pereira radica básicamente en la gestión que esta realiza en el campo de las exportaciones, diversificando mercados y no depender exclusivamente de la economía local, adquirir experiencia y alianzas con empresas extranjeras, también la búsqueda de ventas en mayor volumen, fomentando así la exportación y beneficiando el desarrollo económico y social de la región.

El principal objetivo de la comercializadora es incorporar el producto terminado al consumidor final extranjero, de tal manera satisfacer una necesidad en los clientes al ver a sus hijos con un excelente Pupitre.

2.2.1 MODELO DE LA EMPRESA



2.3 POSICIONAMIENTO

La Comercializadora Internacional iniciara con un solo producto, logrando abastecer el mercado objetivo. Se evaluara tanto la aceptación del pupitre en este mercado como la búsqueda de nuevos mercados a mediano plazo.

Se busca diversificar productos como: Sillas mecedoras plegables de madera modelo sencilla y doble a mediano plazo. A medida que transcurre el tiempo y la Comercializadora adquiere experiencia indagaremos en los diferentes mercados para suplir necesidades de futuros clientes.

3. CÁPSULA DE MERCADEO

3.1 PRODUCTO

3.1.1 Antecedentes

La trayectoria como equipo emprendedor comenzó cuando se participó en el colegio en una feria gastronómica en la cual se destacó, demostrando así el buen carisma emprendedor.

En el transcurso de la carrera universitaria, creció la necesidad de obtener ingresos, por lo tanto, se decidió iniciar un pequeño negocio, el cual consistía en comercializar ropa deportiva para hombre y mujer.

Por consiguiente, surgió la idea de este proyecto como opción de grado, observando una muy buena oportunidad de negocio teniendo en cuenta el beneficio que posee el pupitre infantil, donde se evaluará la viabilidad del proyecto y los requisitos que nos puede generar una buena rentabilidad de ingresos.

3.1.2 Necesidad a Satisfacer

Por lo regular cuando los niños comienzan su época escolar el lugar de hacer sus tareas y repaso es el comedor, las camas e incluso el suelo. Por tal motivo, inspirados en la comodidad, independencia y tranquilidad de sus hijos se han fabricado unos novedosos pupitres plegables con materias primas de alta calidad acordes a las intensas actividades de los niños asegurando así una mayor resistencia y durabilidad. Proponemos opciones de colores y motivos al escoger su personaje favorito, logrando así incentivar el aprendizaje y orden.

3.1.3 Portafolio de Productos

La Comercializadora Internacional iniciara con un solo producto, logrando abastecer el mercado objetivo. Se evaluará tanto la aceptación del pupitre en este mercado como la búsqueda de nuevos mercados a mediano plazo.

Los Pupitres cuentan con las siguientes características:

- ✓ Tablero con acrílico para que los niños puedan desarrollar actividades educativas.
- ✓ Diseño plegable para una mayor comodidad a la hora de guardar el pupitre puesto que ocuparía muy poco espacio.
- ✓ Cuenta con diferentes diseños para niños y niñas.
- ✓ Tiene un espacio en el cual podrán guardar libros, cuadernos, cartuchera, entre otras cosas.
- ✓ El material del Pupitre es óptimo para que los niños puedan disfrutar de sus diferentes comidas dado que si es caliente o frío no afectaría en nada su tablero.

- ✓ Cada pupitre puede ser personalizado por el cliente: nombre del niño, color y calcomanía favorita.



Este escritorio ha sido diseñado de tal manera que se pueda guardar en espacios reducidos o para efectos de comodidad sea plegable. Los niños pueden desarrollar su creatividad utilizando el tablero acrílico, ideal para escribir y dibujar con marcador borrable. Y para motivar el orden cuenta con un cajón para guardar cuadernos y la posibilidad de colgar su maletín. Este pupitre es la mejor elección para incentivar a nuestros hijos a la hora de hacer tareas y de comer.

Características principales

- Tablero acrílico para marcador borrable.
- Madera de alta calidad y durabilidad.
- Plegable.

Embalaje (Caja de cartón corrugado)

Son cajas que se distinguen por ser multifuncionales pues se adaptan a una amplia gama de artículos.

Sus funciones son:

- Proteger el producto.
- Fácil Manejo para Almacenamiento.

- Identificación y transporte de las mercancías.



Para productos de gran peso o volumen o si se desea realizar una exportación se recomienda las cajas de cartón en doble pared. Estas están compuestas por 5 papeles, 3 liners y 2 médium de esta manera dar una mayor resistencia a la compresión vertical.

3.2 SECTOR

- **Desarrollo tecnológico del sector**

Según proyecciones de Furniture Today el mercado crecerá a una tasa compuesta anual de 2,9% entre 2015 y 2019, alcanzando los US\$111 mil millones.

El 40% del mercado de muebles lo concentran las ventas de muebles para sala, el 33% se refiere a ventas de muebles para alcobas, el 12% de las ventas de muebles se refiere a muebles de cocina y el 8% a muebles de oficina.

En el segmento de muebles para el hogar surge una oportunidad interesante para aquellos diseños que se pueden integrar con dispositivos móviles y que pueden ser controlados con estos.

- **Desarrollo industrial del sector**

Los principales fabricantes de muebles del país se enfocan en la innovación como factor competitivo. La industria de muebles en Colombia se caracteriza por que sus empresas son conscientes y están comprometidas con la reforestación mediante la implementación de prácticas respetuosas con el medio ambiente.

Actualmente el país cuenta con más de 3.000 unidades productivas asociadas al sector de muebles y maderas, que cuentan con acceso a materias primas de calidad para la fabricación de productos diferenciados y de calidad.

- **Importaciones y exportaciones del producto**

**Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Colombia
(Miles de dólares americanos)**

Exportadores	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016	Valor importada en 2017
Mundo	18.351	22.805	20.867	16.897	18.117
China	8.159	10.837	9.627	8.312	6.248
España	913	1.158	1.493	1.422	2.547
Brasil	2.172	1.799	1.185	852	2.440
México	790	831	592	679	1.436
Estados Unidos de América	1.053	1.658	957	1.421	1.255

Teniendo en cuenta las importaciones de Colombia, podemos observar que China es el principal proveedor en el año 2017 con 6.248 miles de dólares, continuo de España con 2.547 miles de dólares para el año 2017 y en tercer lugar se encuentra Brasil con 2.440 miles de dólares en el año 2017, ubicado en el cuarto lugar México con 1.436 miles de dólares y por ultimo Estados Unidos con 1.255 miles de dólares para el año 2017.

Se puede apreciar una gran diferencia entre China con el resto de países, las importaciones colombianas en su mayoría provienen del país asiático.

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia (Miles de dólares americanos)

Importadores	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016	Valor exportada en 2017
Mundo	25.635	19.591	18.562	14.939	16.096
Panamá	6.905	5.653	5.093	4.422	4.475
Estados Unidos de América	4.074	2.667	4.085	3.935	4.046
Chile	1.249	1.168	1.302	1.294	1.939
México	2.791	1.866	1.135	1.064	1.317
El Salvador	132	564	72	147	635

La mayor parte de las exportaciones colombianas son registradas hacia Panamá con 4.475 miles de dólares en el año 2017, continuo de Estados Unidos con 4.046 miles de dólares, en tercer lugar se encuentra Chile con 1.939 miles de dólares, situado en el cuarto lugar México con 1.317 miles de dólares y en último lugar Salvador con 635 miles de dólares para el año 2017.

Se logra estimar que las exportaciones colombianas del año 2013-2017 adquieren una mayor participación hacia Panamá, país en el cual tenemos TLC desde el mes de marzo del 2010, considerándolo un país limítrofe.

- **Servicio en el ámbito nacional**

A nivel nacional, según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), la reforestación comercial es una industria con potencial para ser una locomotora del país; de igual manera señala el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, la fabricación de muebles y productos es uno de los grandes generadores de empleo en Colombia.

- **Mercado objetivo**

El segmento objetivo son padres cuyos hijos estén entre las edades de 3 a 9 años. También se podrán utilizar en bibliotecas infantiles, salones de manualidades, jardines, centros pedagógicos. Es muy importante aclarar que este producto puede ser para padres que sus ingresos sean medios-altos.

La población efectivamente censada en el país este año llegó a un total de 17.574.003 personas. De ellas, 8.601.989 (48,9%) son hombres y 8.972.014 (51,1%), mujeres.



Según las cifras entregadas por el INE, la población en Chile está envejeciendo aceleradamente, ya que, entre otros factores, la cantidad de adultos de 65 años y más que dependen de quienes están en edad de trabajar aumentó.

Estadísticas

- **Pib (paridad de poder adquisitivo)**

452.1 mil millones dólares (2017)

- **Pib (tasa de crecimiento real)**

1,4% est. (2017)

- **Pib per cápita (ppp)**

24.600 dólares (2017)

- **Proyecciones**

El Fondo Monetario Internacional (FMI) reveló su proyección de crecimiento para la economía chilena en 2018 a 3% desde el 2,5% previsto, mientras que para el 2019 estimó una expansión de 3,2%.

Las tendencias recientes de la economía mundial y de los mercados financieros son buenas noticias para América Latina. El crecimiento mundial y el comercio internacional están cobrando ímpetu y, según nuestras previsiones, ese auge continuará en 2018. El aumento de los precios de las materias primas también ha colaborado con el repunte de la región.

3.3 Cliente

El país elegido como mercado objetivo es Chile debido a que además de tener un TLC con Colombia, Según los últimos rankings e informes internacionales de organismos como la OCDE, Banco Mundial o Economist Intelligence Unit, Chile ha sido reconocido como:

- El país más estable y seguro de Sudamérica
- Un buen aliado para hacer negocios
- Un país abierto al mundo que promueve el libre comercio.

3.3.1 Segmentación y caracterización del consumidor

Son padres y madres entre las edades de 20-45 años que tengan una formación académica Tecnólogo-Profesional, su ocupación sea empleado-Independiente con un tamaño de familia constituida entre 2 o más integrantes y que gocen de unos ingresos medios-altos en la ciudad de Santiago de Chile.

3.3.1.1 Descripción geográfica

El país objetivo es Chile, debido que es un mercado con una economía muy competitiva y es un socio potencialmente comercial para Colombia.

Además, las exportaciones colombianas de la partida arancelaria 94.03.60 en su mayoría están siendo facturadas al país socio.



Después de analizar las principales ciudades, se puede concluir que la localidad más viable para incursionar es el mercado de Santiago de Chile.

Santiago se configura como el más destacable centro de negocios de Chile. Sólo la Región Metropolitana de Santiago concentra más de 7 millones de habitantes (aproximadamente el 40% de la población total del país).

3.3.1.2 Descripción demográfica del grupo objetivo (Target Group)

DESCRIPCION DEMOGRAFICA DEL GRUPO OBJETIVO (TARGET GROUP)
--

EDAD	GENERO	FORMACION ACADEMICA	OCUPACION	ESTADO CIVIL	TAMAÑO DE LA FAMILIA
20 - 45 años	Masculino - Femenino	Tecnólogo - Profesional	Empleados - Independientes	Casados - Madres y padres solteros - Divorciados - Viudos	De 2 o más integrantes por familia

3.3.1.3 Descripción socio Económica

- **Nivel de ingresos**

El salario mínimo en Chile, según lo acordado entre el gobierno y trabajadores, quedó en \$276.000 pesos chilenos, unos 455,4 dólares.

- **Estatus socio económico (Estrato social)**

Es muy importante aclarar que este producto puede ser para padres que sus ingresos sean medios-altos.

3.3.2 Sistema de Distribución

- **Indirecto**

El canal de distribución que se utilizara será el indirecto, como lo son las grandes superficies, que son establecimientos situados en los centros urbanos, donde se venden en una misma superficie diversos tipos de productos.

En este sector, cuatro empresas concentran más del 75% de las ventas totales, estimadas en unos 9.000 millones de dólares al año. En concreto, la mayor cuota de mercado, un 31%, corresponde a Walmart (supermercados Líder, Express, Ekono y Superbodega aCuenta), seguido de Cencosud con un 21% (supermercados Jumbo y Santa Isabel), el 18% del mercado es para SMU (supermercado Unimarc, Alvi y Mayorista 10) y por último, Falabella (supermercados Tottus) acapara el 6% del mercado total.

Tienen precios inferiores a los existentes en la distribución nacional y políticas de precios bastante agresivas. Donde se busca consolidar negociaciones con Wal-mart, gracias a este, los padres podrán conocer y adquirir el producto. Se ha decidido como socio principal esta gran superficie debido a que se puede encontrar una gran oportunidad para la comercialización del Pupitre.

3.3.3 Perfil de los Clientes

El cliente principal son las grandes superficies como lo son: Walmart (supermercados Lider, Express, SuperBodega aCuenta). Estas superficies se encargan de la comercialización y distribución de artículos para el hogar, cuentan con una oferta de precios ampliamente agresiva lo que le permite ser competitiva. Además ofrecen una gama de productos exclusivos e innovadores que benefician al cliente a la hora de elegir. También se puede encontrar una oportunidad de negocio en Cencosud,SMU y Falabella.

CLIENTE PRINCIPAL	GRANDES SUPERFICIES (WALMART)	(Supermercados Líder, Express,Superbodega aCuenta)
CONSUMIDOR	PADRES	Son padres y madres entre las edades de 20-45 años que tengan una formación académica Tecnólogo-Profesional

3.3.3.1 Necesidades del Cliente

Las grandes superficies se interesan por los productos innovadores que generen un alto margen de ganancia y sean amigables con el medio ambiente. Se ha identificado que estas empresas tienen la principal necesidad de poseer un inventario con productos exclusivos y se encuentren a la vanguardia del mercado. Gema International Company cuenta con estas características, además que maneja un excelente precio y genera un buen margen de rentabilidad, lo que permite crear un gran vínculo con estas empresas.

3.3.3.2 Comportamiento de Compra

Teniendo en cuenta que el Pupitre será comercializado por medio de una gran superficie como lo es Wal-Mart se deberán tener en cuenta ciertos comportamientos para una buena relación en cuanto precios, tiempos de entrega, plazos de pagos, publicidad entre otros.

Se le facilitarán precios adecuados para que las dos partes ganen, las formas de pago son variables es decir se decidirá en el momento de hablar con Wal-Mart, los tiempos de entrega se oscilarán entre los 10-12 días hábiles.

- Precios: el objetivo será siempre conseguir los mejores precios. Por lo general, los mayoristas trabajan con precios al por mayor que son estándar.
- Exclusividad: no sólo son importante los precios, sino que también es fundamental poder negociar sobre concesiones de exclusividad del producto.
- Condiciones de pago: para poder vender el producto, es aconsejable acordar un plazo de pago, por ejemplo 30 o 60 días.
- Publicidad: intentar que el mayorista también realice publicidad del producto en su página web.

3.3.3.3 Motivaciones de Compra

A la hora de adquirir el producto, los padres se encontraron en una situación en la cual tendrán dos aspectos en los cuales deberán pensar:

- **Motivación de compra racional:**

Los padres se verán satisfechos en cuanto adquieran su Pupitre, debido a que es un producto con una gran ventaja para que sus hijos se sientan cómodos y puedan empezar su etapa de autonomía. Los niños obtendrán su propio espacio para desarrollar cualquier actividad, pueden ser utilizados como inicio para aprender a escribir, dibujar, entre otras.

- **Motivación de compra psicológica:**

Los niños jugarán un papel muy importante, debido a que ellos tendrán la posibilidad de conocer y probar el producto, para que los padres puedan dar el siguiente paso y adquirirlo. Así que, la

presentación deberá ser tanto para padres como para sus hijos, demostrándole a los pequeños que en el Pupitre encontrarán espacios para ser más independientes, poder rayar sin temor a un regaño.

Por tal motivo, inspirados en la comodidad, independencia y tranquilidad de sus hijos se han fabricado unos novedosos pupitres plegables con materias primas de alta calidad acordes a las intensas actividades de los niños asegurando así una mayor resistencia y durabilidad.

3.4 INVESTIGACION DE MERCADOS

EMPRESA	Gema International Company									
Investigadores:	GERARDO PALACIO-MANUELA CASTAÑO									
Producto:	94.03.60 LOS DEMAS MUEBLES DE MADERA									
I. SELECCIÓN DE MERCADO OBJETIVO										
	ESTADOS UNIDOS				ECUADOR			CHILE		
	Indicador	Calif.	Peso		Indicador	Calif.	Peso	Indicador	Calif.	Peso
G. ANALISIS DE LA COMPETENCIA										
Proveedores Internacionales	1%	5	3	0,03	5	3	0,03	5	3	0,03
Proveedores locales	1%	3	1	0,01	1	3	0,03	2	1	0,01
TOTAL	1%		1	0,04		1	0,06		1	0,04
GRAN TOTAL	100%			2,99			2,29			2,42

NA= No Aplica: Cuando la variable no aplica al mercado. Ej: Transporte terrestre de Colombia a USA.(No existe esta variable).

ND=No disponible. Cuando la información no pudo ser obtenida.

NOTA: Es importante que todas las casillas sean llenadas. Si una variable de un país no se llena, la misma variable de los demás países no se debe llenar para no alterar el resultado final.

Se trabajaron países como: Estados Unidos, Ecuador y Chile. Donde se lograron identificar oportunidades en los diferentes países, con una gran participación Estados Unidos y Chile.

De acuerdo a la matriz de investigación de mercados se puede observar que Chile es un país que promete condiciones favorables para la comercialización de los pupitres plegables en su mercado, gracias a que cuenta con un PIB e Ingreso Per-cápita alto, lo que refleja que su población en general tiene un alto poder adquisitivo y pueden disponer fácilmente de un presupuesto para la compra del pupitre.

3.4.1 Listado de Clientes Potenciales

EMPRESA	TELEFONO	DIRECCION	EMAIL	OBSERVACIONES
WALMART	(+56 2) 2200 5000	Avenida del Valle 725 Ciudad Empresarial Huechuraba	https://www.walmart.com	Walmart Chile es uno de los principales actores en la industria de las ventas al por menor del país (retail).
CENCOSUD	600 450 5000 +56 2 2428 0000	Nva Uno 17580, Pudahuel, Región Metropolitana, Chile	http://www.cencosud.cl	Uno de los minoristas multi-formato en América Latina con la mayor diversificación geográfica de la región
SMU	(56) - (2) 8188000	Rosario Norte 660, piso 22, Las Condes	http://www.smu.cl/	SMU es el tercer actor de la industria de supermercados en Chile (incluye tanto al sector minorista como mayorista).
FALABELLA	+56 600 390 6500	Paseo Ahumada 366, Santiago, Región Metropolitana, Chile	https://www.falabella.cl	Tiendas especializadas en artículos del hogar. Sodimac (de Falabella)

3.4.2 Preferencias del Consumidor y/o Cliente

De acuerdo al análisis de mercado previamente realizado, se analizó que los clientes de Gema International Company tienen preferencias por productos innovadores y novedosos que se diferencien en el mercado con una alta calidad y con precios competitivos.

Este escritorio ha sido diseñado de tal manera que se pueda guardar en espacios reducidos o para efectos de comodidad sea plegable. Los niños pueden desarrollar su creatividad utilizando el tablero acrílico, ideal para escribir y dibujar con marcador borrable. Y para motivar el orden cuenta con un cajón para guardar cuadernos y la posibilidad de colgar su maletín. Este pupitre es la mejor elección para incentivar a sus hijos a la hora de hacer tareas y de comer.

- ✓ En cuanto a preferencias del consumidor, el Pupitre cuenta con diferentes diseños para niños y niñas.
- ✓ Cada pupitre puede ser personalizado por el cliente: nombre del niño, color y calcomanía favorita.

Para el consumidor chileno, el precio es un factor importante en la decisión de compra, al igual que la calidad, durabilidad, tecnología, el servicio al cliente, la disponibilidad del servicio y la entrega rápida.

3.5 LA COMPETENCIA

En la siguiente matriz se especifican cada uno de los competidores con presencia en el mercado chileno de la empresa Gema International Company.

EMPRESA	PRODUCTO	CALIDAD	PRECIO	VARIEDAD	PROMOCIONES
CHICCO	X	X		X	
VTECH	X	X	X	X	X
PIDOKO KIDS	X	X		X	X
LITTLE HELPER	X	X	X	X	

Se puede concluir que las empresas Vtech y Little Helper son las principales competencias de Gema International Company teniendo en cuenta que son empresas que manejan una gran variedad de productos.

3.6 VENTAJA COMPETITIVA

CRITERIO/ EMPRESA	GEMA	VTECH	LITTLE HELPER
PRODUCTO	5	5	5
CALIDAD DE LOS PRODUCTOS	5	4	4
PRECIO	5	3	3
VARIEDAD DE LOS PRODUCTOS	1	5	3
INNOVACION	5	3	4
TOTAL PUNTUACION	21	20	19

De acuerdo a la anterior matriz, se puede observar que las empresas competidoras poseen una gran trayectoria y su producto cuenta con estándares de alta calidad.

3.7 FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO

Los factores críticos de éxito que podrían afectar la empresa Gema International Company, los cuales no se logra tener algún tipo de control son:

ITEM	POSITIVO	NEGATIVO
CLIMA	X	X
COMPETENCIA	X	X
TASA DE CAMBIO	X	X
CONTRABANDO		X
Reglamentaciones Gubernamentales (políticas,economicas)	X	
LA DEMANDA	X	X
TOTAL	5	5

3.8 IMPACTOS

3.8.1 Sociales

- ✓ Responsabilidad limitada con dos socios, que laboraran inicialmente en la comercializadora, a medida va creciendo la empresa se contrataran más personas para que haya un mejor proceso organizacional.
- ✓ Los empleados indirectos son todos aquellos que hacen parte de la fabricación del producto, en este se estima que son alrededor de 10 personas para la fabricación de 300 Pupitres semanales. En cuanto se incremente la demanda se contratan más empleados indirectos.

3.8.2 Económicos

Los flujos de caja para Gema International Company fueron fijados a 5 años, generando resultados muy positivos desde el primer año, esto debido a la poca inversión que debe incurrir la empresa y gracias al producto que es el éxito de este proyecto emprendedor.

PROYECTO	TASA DE OPORTUNIDAD	DESEMBOLSO INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GEMA INTERNATIONAL COMPANY	5%	-\$ 78.573.100	\$ 60.401.853	\$ 65.919.254	\$ 71.775.629	\$ 77.989.749	\$ 84.581.383

VALOR PRESENTE NETO (VPN)	\$ 231.179.754,70
----------------------------------	--------------------------

TASA INTERNA RETORNO (TIR)	79,50%
-----------------------------------	---------------

3.8.3 Ambientales

- ✓ En el sector ambiental, la empresa cuenta con los requisitos necesarios para trabajar con la madera, no se está afectando el medio ambiente.
- ✓ En la fabricación del producto no hay un impacto mayor de contaminación o daño al medio ambiente.

3.9 TAMAÑO DEL MERCADO

El tamaño total del mercado el cual Gema International Company pretende atender en Chile corresponde a 7'112.808 personas de la ciudad de Santiago de Chile.

CIUDAD	SANTIAGO DE CHILE
POBLACION	7'112.808

3.10 PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

3.10.1 Plan de Ventas Nacional

La empresa Gema International Company no cuenta con un plan de ventas nacionales, teniendo en cuenta que los productos serán comercializados en el mercado Chileno, gracias a la investigación de mercados que se realizó.

3.10.2 Plan Exportador

VENTAS/INGRESOS	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
PRECIO UNITARIO	\$ 292.000	\$ 292.000	\$ 292.000	\$ 292.000	\$ 292.000
UNIDADES	1500	1575	1654	1736	1823
INGRESOS	\$ 438.000.000	\$ 459.900.000	\$ 482.895.000	\$ 507.039.750	\$ 532.391.738
TOTAL INGRESOS	\$ 438.000.000	\$ 459.900.000	\$ 482.895.000	\$ 507.039.750	\$ 532.391.738

La empresa Gema International Company cuenta con un producto destinado claramente a la exportación, por lo tanto en la anterior matriz se detallan la cantidad de unidades presupuestadas para ser comercializadas en el mercado chileno con un crecimiento del 5% anual.

Tomando como base el Censo de población y vivienda de 2017 del INE, se encontró una población de 7'112.808 en la capital Santiago de Chile. Entre ellos existen 456.785 niños y niñas entre las edades de 3-9 años.

El porcentaje de participación que tendrá la empresa para realizar la apertura es de 0,33% lo que permite obtener un estimado de aproximadamente 1507 unidades para el primer año.

CIUDAD	SANTIAGO DE CHILE
POBLACION	7'112.808
TOTAL NIÑOS 3-9 AÑOS	456.785
PORCENTAJE	0,33%
ESTIMADO	1507

$$456.785 * 0,33\% = 1507 \text{ unidades}$$

3.10.3 Porcentaje de participación

Para hallar el porcentaje de participación que lograra la empresa Gema International Company en las exportaciones colombianas, se tomó como referencia la cantidad total de exportaciones de los productos pertenecientes a la partida arancelaria 94.03.60 en el año 2017 (**105.953 miles de dólares FOB**) y la cantidad presupuestada del primer año para exportar por parte de la empresa (**\$438.000.000**). Estas variables indican que el porcentaje de participación anual es del 1.27% en el mercado.

$$\$438.000.000 / 3.244 = 135.018 \text{ dólares}$$

$$135.018 \text{ dólares} / 105.953 \text{ dólares} * 100\% = 1.27\%$$

3.11 PLAN DE MERCADEO

3.11.1 Análisis DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
Poca capacidad de produccion.	TLC Colombia-Chile.
No poseer un local comercial.	Prestigio en el mercado objetivo de los productos elaborados en Colombia.
Contratiempos en los envios de la mercancia.	Precio competitivo frente a la competencia.
No tener posicionamiento en el mercado objetivo.	6 dias de transporte maritimo desde Buenaventura a Arica hace que sea un trayecto corto.
No contar con un socio comercial en el mercado objetivo.	Las características del Pupitre hacen un factor diferenciador frente a los demas.
FORTALEZAS	AMENAZAS
Contar con el apoyo del unico distribuidor internacional del pupitre.	Productos similares elaborados en plastico.
Costos realmente Flexibles.	Dificil acceso a los creditos para emprendedores.
Diversidad y exclusividad en los diseños.	El gran posicionamiento de la competencia.
Relacion Calidad-Precio favorable.	El mercado pirata. (replicas)
Innovacion y Valores Agregados.	Poco reconocimiento en el mercado objetivo.

F&O	D&O
Aprovechar el prestigio de las producciones colombianas en Chile, para posicionar más fácilmente los productos con una excelente relación calidad/precio para los consumidores.	Gracias al TLC que existe entre Colombia y Chile se puede posicionar la empresa en el mercado objetivo.
Explotar la tendencia de la época escolar por medio de una gran variedad de diseños exclusivos y personalizados.	Disfrutar del prestigio que tienen los productos elaborados en Colombia, para así conseguir un buen socio comercial.
Beneficiarse del TLC entre Colombia y Chile para brindar un producto a muy buen precio.	Lograr negociaciones con mercados líderes, para poseer más capital de inversión en producción.
F&A	D&A
Obtener un posicionamiento en cuanto a los estándares de calidad.	Conseguir un distribuidor potencial del producto, con el cual se reduzca la debilidad de no contar con un local comercial propio y que a su vez contribuya a ganar reconocimiento frente a las empresas competidoras.
Gracias a que la empresa ofrece unos precios muy favorables, se puede llegar a ser más competitivo en el mercado objetivo.	Apresurar el proceso de registro de la empresa y así facilitar los procesos de adquisición de créditos.
Beneficiarse al máximo de los valores agregados y la innovación para evitar la comercialización de los productos piratas como lo son las "replicas".	Capacitación a los socios comerciales para que estos tengan la capacidad de demostrar la calidad de los productos.

Objetivos - Metas

- Lograr posicionamiento de Gema International Company en el mercado Chileno.
- Obtener un alto margen de rentabilidad, gracias a las ventas por exportaciones.

3.11.2 Estrategias Mezcla de Mercadeo

3.11.2.1 Estrategias de Producto

Calidad

- Se trabajara con los mejores materiales y procesos de fabricación que le garantizan la alta calidad.
- La infraestructura y logística que ponemos a su disposición permitirá asegurar que siempre tendrá su producto acabado tal y como usted lo ha solicitado, y entregado en el plazo acordado.
- La empresa será aliada del fabricante del producto, los únicos en comercializar el Pupitre, se manejarán distintos términos de operaciones logísticas.

Diseño

- El Pupitre personalizado es la mejor opción de diseño, así el cliente puede escoger el color, y la calcomanía favorita.
- Plegable para que ocupe menos espacio a la hora de guardarlo.
- El pupitre tiene una medida estándar debido a que con el crecimiento de cada niño no va a afectar en su funcionamiento.

3.11.2.2 Estrategias de Precio

- ✓ Se implementarán los siguientes medios de pago, con el fin de facilitar el proceso de reintegro de divisas, teniendo en cuenta que los productos serán comercializados en el mercado extranjero.
 - Pago electrónico.
- ✓ Opción de crédito después de un estudio crediticio.
- ✓ Implementar el cliente referido, y así lograr descuentos.

3.11.2.3 Estrategias de Publicidad

- ✓ Redes sociales (instagram, facebook, twitter).
- ✓ Página web en donde encontraran toda la información de nuestra empresa para afianzar su seguridad al adquirir el pupitre.
- ✓ Contacto con los clientes via telefono, skype, e-mails.
- ✓ Tenemos presencia en portales electrónicos como: Mercado libre

De igual manera, se efectuará publicidad pagada, utilizando métodos de neuromarketing por la mayoría de los medios de comunicación, como son: anuncios en revistas para el hogar, publicidad pagada en internet y posicionamiento con Google.

3.11.2.4 Estrategias de Promoción

- ✓ Patrocinio de eventos importantes en la ciudad donde la empresa pueda dar a conocer el producto como: ferias escolares y del hogar.
- ✓ Realizar concursos por redes sociales donde los consumidores interactúen con la empresa.
- ✓ Descuentos en el lanzamiento del producto, bonos para una segunda compra, descuentos por referidos.

3.11.2.5 Estrategias de Distribución

Para el proceso de distribución de los pupitres infantiles en Chile, se implementará un canal de distribución con grandes superficies (Walmart, Cencosud, Smu, Falabella), para así lograr llegar a los consumidores finales.

- ✓ Se manejarán alianzas en los distintos mercados con los almacenes que deseen comercializar el Pupitre.
- ✓ Los jardines también asociarse en las alianzas, al igual que los salones de manualidades y los centros pedagógicos. .

- ✓ Almacenes de muebles de madera.
- ✓ Participar en las distintas ferias o ruedas de negocios, para dar a conocer de manera muy detallada las características y beneficios que trae nuestro producto.

3.11.2.6 Estrategias de Ventas

- ✓ Relaciones estrechamente con plataformas de ventas internacionales como (Amazon, EBay, Alibaba, Wish, etc.).
- ✓ Canal de distribución con grandes superficies (Walmart, Cencosud, Smu, Falabella), para así lograr llegar a los consumidores finales.
- ✓ Patrocinio de eventos importantes en la ciudad donde la empresa pueda dar a conocer el producto como: ferias escolares y del hogar.
- ✓ Realizar concursos por redes sociales donde los consumidores interactúen con la empresa.

3.11.2.7 Estrategias de Servicio

- ✓ Los clientes son considerados como el aliado principal para Gema International Company, como política se busca mantener una relación cercana mediante vía Skype, email, teléfono, etc.
- ✓ Ofrecer la garantía por producto la cual estará de 2 a 3 meses y su garantía se efectúa si es un imperfecto de fábrica (tornillos, pintura, madera, tablero).

3.11.3 Presupuesto Mezcla de Mercadeo

ESTRATEGIAS	VALOR
Estrategia de precio	\$ 5.000.000
Estrategia de publicidad	\$ 8.000.000
Estrategia de promoción	\$ 10.000.000
Estrategia de distribución	\$ 10.000.000
Estrategia de ventas	\$ 30.000.000
Estrategia de servicio	\$ 2.000.000
Total	\$ 65.000.000

4. CÁPSULA TÉCNICA

4.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO

FICHA TECNICA DEL PUPITRE									
NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	PUPITRE PLEGABLE								
FOTOGRAFIA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO								
	<table border="1"> <tr> <td>Color</td> <td>ROJO-AZUL-ROSADO</td> </tr> <tr> <td>Peso</td> <td>10 KG</td> </tr> <tr> <td>Dimensiones (Largo*Ancho*Alto)</td> <td>57*72,5*77 cm</td> </tr> <tr> <td>Garantia</td> <td>Ofrecer la garantía por producto la cual estará de 2 a 3 meses y su garantía se efectúa si es un imperfecto de fábrica (tornillos, pintura, madera, tablero).</td> </tr> </table>	Color	ROJO-AZUL-ROSADO	Peso	10 KG	Dimensiones (Largo*Ancho*Alto)	57*72,5*77 cm	Garantia	Ofrecer la garantía por producto la cual estará de 2 a 3 meses y su garantía se efectúa si es un imperfecto de fábrica (tornillos, pintura, madera, tablero).
	Color	ROJO-AZUL-ROSADO							
	Peso	10 KG							
	Dimensiones (Largo*Ancho*Alto)	57*72,5*77 cm							
Garantia	Ofrecer la garantía por producto la cual estará de 2 a 3 meses y su garantía se efectúa si es un imperfecto de fábrica (tornillos, pintura, madera, tablero).								
CANTIDAD DE PRODUCCION MENSUAL	300 pupitres semanales para un total de 1.200 mensuales								
POSICION ARANCELARIA	94.03.60.00.00								
OTRAS CARACTERISTICAS	Tablero acrílico para marcador borrable. Madera de alta calidad y durabilidad.								

4.2 DIAGRAMA DE FLUJO Y MATRIZ DE RECURSOS

Despacho de mercancía-empaque y embalaje



4.3 INVERSIONES

4.3.1. Maquinaria y Equipo

Gema International Company no necesitara alguna maquina especializada, la misión principal de la empresa es la comercialización de los pupitres plegables.

4.3.2. Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES					
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VIDA UTL	DEPRECIACION ANUAL
COMPUTADORES	2	\$ 1.699.000	\$ 3.398.000	5	\$ 679.600
IMPRESORA	1	\$ 700.000	\$ 700.000	5	\$ 140.000
TINTA	2	\$ 31.960	\$ 63.920	DEPRECIACION ACUMULADA	\$ 819.600
TOTAL	5		\$ 4.098.000		

4.3.3. Preoperativos

PRE-OPERATIVOS	
DESCRIPCION	VALOR
CONSTITUCION EN CAMARA	\$ 126.900
ASESORIA JURIDICA	\$ 600.000
ASESORIA CONTABLE	\$ 700.000
TOTAL	\$ 1.426.900

4.3.4. Resumen de Inversiones

DESCRIPCION	VALOR
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.098.000
PRE-OPERATIVOS	\$ 1.426.900
TOTAL	\$ 5.524.900

4.4 MATERIA PRIMA E INSUMOS

4.4.1 Proveedores

PROVEEDORES	CIUDAD	PRODUCTO	POR QUE ES IMPORTANTE
PUPLETA	BOGOTA	PUPITRES PLEGABLES	Son los fabricantes del pupitre, con excelentes estandares de calidad. Nos ofrecen un sistema de pago flexible, el tiempo de entrega es rapido. Dependiendo el pedido realizan un descuento.

4.4.2 Cuadro de Costos

COMPRAS/ COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUPITRES UND	1500	1575	1654	1736	1823
COSTO PUPITRE	\$ 127.251	\$ 127.251	\$ 127.251	\$ 127.251	\$ 127.251
TOTAL COMPRAS	\$ 190.876.500	\$ 200.420.325	\$ 210.441.341	\$ 220.963.408	\$ 232.011.579

4.5 MANO DE OBRA OPERATIVA

NOMINA					PARAFISCALES		TOTAL AÑO 1
CANTIDAD	CARGO	SALARIO	AUXILIO TRANSPORTE	SEGURIDAD SOCIAL (Salud, Pension)	ARL	TOTAL DEVENGADO	
1	CONTADOR PUBLICO	\$ 500.000		\$ 40.000	\$ 2.610	\$ 460.000	\$ 5.520.000
1	GERENTE ADMINISTRATIVO	\$ 4.000.000		\$ 320.000	\$ 20.880	\$ 3.680.000	\$ 44.160.000
1	GERENTE COMERCIAL	\$ 3.800.000		\$ 304.000	\$ 19.836	\$ 3.496.000	\$ 41.952.000
NOMINA	CESANTIA	PRIMA	VACACIONES	INTER. CESANTIAS	CESANTIAS + PRIMA + VACACIONES + INTER CESANTIAS	\$ 941.099	\$ 11.293.182
						\$ 794.705	\$ 9.536.465
Nomina Administrativa	\$ 374.850	\$ 374.850	\$ 187.650	\$ 3.749	TOTAL MES/AÑO	\$ 9.371.804	\$ 112.461.647
Nomina Ventas	\$ 316.540	\$ 316.540	\$ 158.460	\$ 3.165			

PERSONAL	DATOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario medio mensual	\$ 9.371.804	\$ 112.461.647	\$ 117.522.420,91	\$ 122.810.929,85	\$ 128.337.421,69	\$ 134.112.605,67
Incremento salario anual	4,50%					
No. De empleados año 1	3					
No. De empleados año 2	3					
No. De empleados año 3	3					
No. De empleados año 4	3					
No. De empleados año 5	3					
Total gastos del personal		\$ 112.461.646,80	\$ 117.522.420,91	\$ 122.810.929,85	\$ 128.337.421,69	\$ 134.112.605,67

GERENTE COMERCIAL	\$ 2.190.000
COMISION 2% ANUAL	

4.6 SISTEMAS DE CONTROL

Los siguientes procesos de control que se realizaran al pupitre plegable, permitirá revalidar que se encuentren en las especificaciones solicitadas y con las normas exigidas.

- Listas de chequeo
- Revisión Orden de compra.
- Control de inventarios.
- Solicitar certificaciones de calidad al proveedor.
- Control de facturación.

4.7 COSTOS POR PRODUCTO

Los pupitres plegables de origen colombiano, tendrán un costo unitario de \$127.251

4.8 LOCALIZACIÓN

4.8.1 Macro-localización

La empresa Gema International Company planea estar localizada en Pereira, Risaralda con presencia en el mercado Chileno, gracias a una oportunidad de negocio que se identificó previamente.

4.8.2 Micro-localización

La empresa estará situada en el centro de la ciudad, en el edificio Corfioccidente en la modalidad de CoWorking, el cual nos brinda un espacio cómodo, con grandes beneficios tales como: escritorio, sillas, dispensador de agua, servicio de cafetería, internet, sala de juntas, servicios públicos, nevera, pantalla de 42' para uso audiovisual, línea telefónica para llamadas locales y vigilancia las 24 horas del día. Todo esto por una cuota mensual.



4.9 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y ANÁLISIS DE CAPACIDAD

No se requiere de una bodega, dado que la empresa no es productora.

4.10 PLAN DE PRODUCCIÓN

El fabricante plantea un plan de producción anual para el primer año de aproximadamente 1500 pupitres plegables para nuestra empresa.

4.11 PLAN DE COMPRAS

Basado en el plan de producción se puede confirmar que Gema International Company comercializara anualmente aproximadamente 1500 unidades.

COMPRAS/ COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUPITRES UND	1500	1575	1654	1736	1823
COSTO PUPITRE	\$ 127.251	\$ 127.251	\$ 127.251	\$ 127.251	\$ 127.251
TOTAL COMPRAS	\$ 190.876.500	\$ 200.420.325	\$ 210.441.341	\$ 220.963.408	\$ 232.011.579

5. CÁPSULA ADMINISTRATIVA

5.1 Tipo de empresa y objeto social

Gema Internacional Company es una empresa constituida como persona jurídica y se encontrara regida por el Código de Comercio, que se puede obtener gratuitamente ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo el Régimen como Sociedad de Comercialización Internacional o también llamado “C.I”.

Donde cuenta con dos socios quienes serán responsables de su funcionamiento y de acuerdo a sus capitales invertidos, será su porcentaje de participación.

La sociedad tendrá como objeto principal la “comercialización y exportación de pupitres plegables y actividades relacionadas con el comercio exterior”. La importancia de una Comercializadora en la ciudad de Pereira radica básicamente en la gestión que esta realiza en el campo de las exportaciones, diversificando mercados y no depender exclusivamente de la economía local, adquirir experiencia y alianzas con empresas extranjeras, también la búsqueda de ventas en mayor volumen, fomentando así la exportación y beneficiando el desarrollo económico y social de la región.

5.2 Misión

Gema Internacional Company se dedicará a comercializar y exportar pupitres plegables de alta calidad a través de un grupo humano altamente comprometido y capacitado. Logrando así la apertura a nuevos y diversos mercados internacionales con el fin de satisfacer las exigencias del mercado.

La sociedad se encuentra socialmente comprometida, generando empleo en la ciudad de Pereira, beneficiando así la economía de la región.

5.3 Visión

Gema Internacional Company espera para el año 2024 ser reconocida a nivel nacional e internacional por calidad e innovación. Convirtiéndose en la mejor opción en relación Calidad-Innovación para adquirir pupitres plegables con los mejores estándares de calidad y con diseños innovadores.

5.4 Objetivo general y específicos

Objetivo General

La comercialización y venta de productos colombianos al exterior, adquiridos en el mercado interno o fabricados por productores socios de las mismas será el principal objetivo de la sociedad logrando así, satisfacer a los niños con la comodidad e independencia que brinda los pupitres plegables.

Objetivos Específicos

- Lograr posicionamiento de Gema International Company en el mercado extranjero.
- Obtener un alto margen de rentabilidad, gracias a las ventas por exportaciones.
- Comercializar de los productos en los mercados internacionales.

5.5 Políticas

Política de precio

- Todos los precios serán cotizados en USD (americanos).
- Antes de realizar el embarque, se debe confirmar al cliente si se realiza un cambio en el precio, por la tasa de cambio del momento.

Política de ventas

- Se manejarán diferentes tipos de pagos: Tarjeta crédito-debito, Pago electrónico y Efectivo.
- Los pedidos que lleven más de 15 días en estado pendiente, se cancelara su orden de compra.

Política de contratación

- La persona a contratar debe cumplir con el perfil de cargo establecido para la vacante.
- No tener antecedentes judiciales y penales.

Política de financiación

- Opción de crédito después de un estudio crediticio.

Política de compras

- Tener continuidad en el abastecimiento de la empresa.
- Seleccionar adecuadamente a los proveedores de la empresa.
- Negociar descuentos y condiciones de pago.

5.6 Valores corporativos

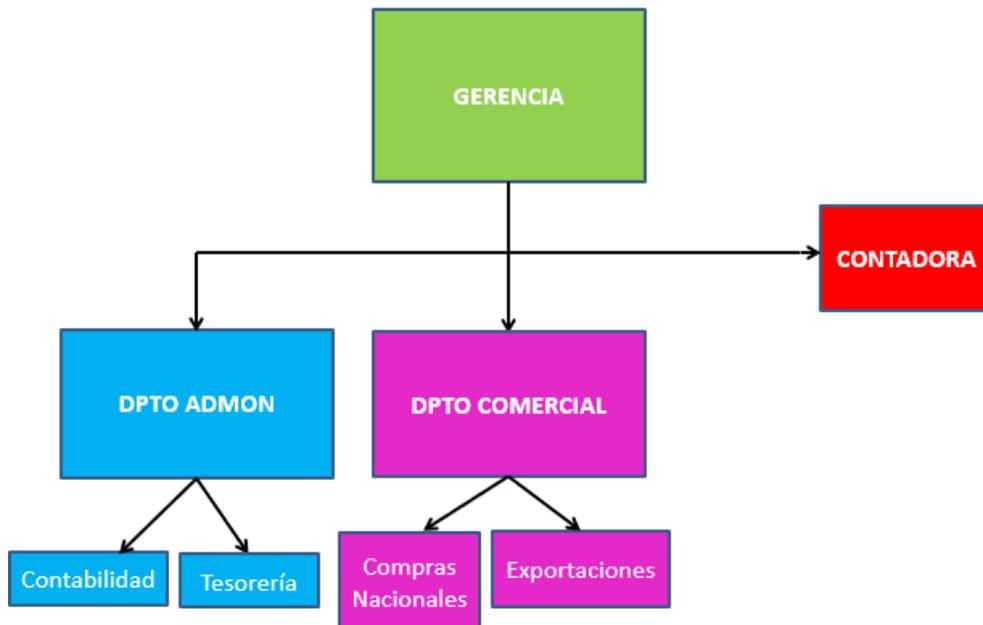
- **Honestidad:** Obrar con una relación transparente y clara.
- **Responsabilidad:** Cumplir con cada una de las tareas y métodos de trabajo estipulados.
- **Espíritu de innovación:** Continua de nuestras estrategias y estándares de calidad.
- **Ética profesional:** Aportar un alto sentido de responsabilidad a nivel social.
- **Compromiso:** Fomentar la innovación y desarrollo de nuestros productos.
- **Comunicación:** Buen dialogo entre los empleados que hacen parte de la empresa, así como nuestros proveedores y clientes.

- ✓ **Calidad:** Conservar los estándares de calidad para lograr satisfacer a nuestros clientes.
- ✓ **Compromiso con los clientes:** Conservar las relaciones con los clientes de manera respetuosa y atenta.

5.7 Estructura organizacional

Gema International Company es una empresa encaminada en la satisfacción de sus clientes a través de los productos más innovadores con los mejores precios del mercado.

La empresa cuenta con un excelente equipo de trabajo el cual se encuentra encaminado y organizado adecuadamente para tener un eficaz control en sus actividades.



5.8 Perfiles de cargos

DESCRIPCION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO: CONTADOR PUBLICO	SALARIO: \$500,000
PERFIL DEL CARGO:	
Habilidades cuantitativas y financieras, que le permitan hacer un análisis profundo de la situación contable de las empresas a la luz de los estándares internacionales.	
Manejo de idiomas extranjeros como soporte para la comunicación, la implementación de Normas Internacionales Contables en empresas globalizadas	
Profesional en Contaduría Pública.	
Experiencia mínima de 3 años	
FUNCIONES PRINCIPALES:	
Preparar, analizar y consolidar información referente a los registros contables de la empresa.	
Archivo de los libros oficiales de contabilidad de la empresa.	
Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos.	
Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar.	
Llevar todos los movimientos o registros contables al Programa que es el software utilizado por la organización para dicha actividad.	

DESCRIPCION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO: GERENTE ADMINISTRATIVO	SALARIO: \$4' 000.000
PERFIL DEL CARGO:	
Buen manejo en idiomas extranjeros para comunicación con mercados internacionales.	
Calidad humana, buen manejo de personal.	
Profesional en carrera a fines con la administracion de empresas.	
Conocimientos de contabilidad, matemáticas financieras, legislación mercantil y fiscal, análisis de inversiones, mercados de capitales.	
Experiencia minima de 2 años.	
FUNCIONES PRINCIPALES:	
Gestionar y supervisar los recursos económicos y financieros de la compañía para poder trabajar con las mejores condiciones de coste, liquidez, rentabilidad y seguridad.	
Diseñar, instaurar y controlar las estrategias financieras de la empresa.	
Optimizar los recursos económicos y financieros necesarios para conseguir los objetivos planteados.	
Vigilar y coordinar que la administración de los recursos humanos, financieros y materiales.	
Capacidad de Liderazgo, trabajo bajo presión, negociación, recursividad y seguridad	

DESCRIPCION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO: GERENTE COMERCIAL	SALARIO: \$3' 800.000
PERFIL DEL CARGO:	
Buen manejo en idiomas extranjeros para comunicación con mercados internacionales.	
Pensamiento creativo.	
Conocimientos de planificación de estrategias comerciales, canales de distribución, producto-mercado-competencia de su empresa.	
Experiencia minima 3 años.	
FUNCIONES PRINCIPALES:	
Elaborar los planes y acciones a corto y medio plazo para conseguir los objetivos marcados por la empresa, diseñando las estrategias necesarias y supervisando su aplicación.	
Investigar el mercado, previendo la evolución del mismo y anticipando las medidas necesarias para adaptarse a las nuevas inclinaciones o tendencias.	
Llevar a cabo las acciones de seguimiento necesarias para asegurar la máxima efectividad en la consecución de objetivos.	
Fijar tanto la política de precios y condiciones de venta como los canales de distribución.	
Responsabilizarse de la negociación y seguimiento de grandes cuentas.	

5.9 Manejo administrativo

La empresa Gema International Company estará conformada por dos accionistas, los cuales se van a encargar de todo el manejo administrativo de la empresa. Las funciones se dividirán de la siguiente manera:

- El departamento de administración y finanzas estará encaminado por Manuela Castaño Aguirre, quien manejará el control de la tesorería y acompañamiento en RRHH.
- El departamento Comercial estará dirigido por Gerardo Palacio Tamayo, quien manejará el control de las compras a proveedores nacionales y las exportaciones.

5.10 Entidades de apoyo

Las entidades de apoyo para Gema International Company son:

- **Cámara de Comercio de Pereira:** brinda una asesoría y acompañamiento en la constitución de la empresa.
- **Procolombia:** A través de su centro de información, brinda un acompañamiento con intereses de internacionalizar productos y servicios.

- **Fondo emprender:** Apoyo con los proyectos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas.
- **Bancoldex:** Banco de desarrollo para el crecimiento con servicios de conocimiento e instrumentos financieros.
- **Innpulsa:** Apoya y promueve el crecimiento empresarial, a través de servicios especializados y estrategias de financiación, partiendo de un entendimiento integral de su producto o negocio.
- **Red departamental de Emprendimiento:** Acompañamiento de programas de emprendimiento con charlas inspiradoras y especializadas; y más de 1.500 millones de pesos en financiación.
- **Centros de Desarrollo empresarial:** Promueve el crecimiento empresarial a través de asesoría, acompañamiento y capacitación al emprendedor y empresario.

6. CÁPSULA LEGAL

6.1 Constitución de la empresa y aspectos legales

Gema International Company se encuentra actualmente en estado de empresa informal en Colombia al no contar con registro público.

Para su formalización como persona jurídica bajo la figura de S.A.S, la empresa deberá cumplir con el siguiente proceso de registro ante Cámara de Comercio:

- Definir la forma de constitución de su empresa, en este caso como persona jurídica que es una sociedad y que es creada por dos personas físicas para cumplir con un objeto social.
- Clasificar nuestra actividad económica, código CIU. Con este código el registro de la Cámara de Comercio de Pereira, el RUT en la DIAN.
- Solicitar la consulta de uso del suelo, a la hora de registrar su establecimiento de comercio.
- Verificar homonimia, esto con el fin de saber si se puede efectuar el registro ante la cámara de comercio de Pereira, ingresando www.rues.org.co en la opción “Registro Mercantil”.
- Presentar cedula original del representante Legal.
- 2 copias simples de la cedula de ciudadanía del Representante Legal.
- 1 copia simple de la cedula de ciudadanía de cada uno de los accionistas.
- Cumplimiento de condiciones sanitarias para la visita e inspección sanitaria de la secretaria de Salud de Pereira.
- Cumplimiento de normas mínimas de seguridad para la visita de inspección de seguridad de su establecimiento de comercio, para esto deberá remitirse al Cuerpo de Bomberos oficiales de Pereira.
- Inscripción de Industria y Comercio, después de realizar la Matricula Mercantil y la asignación de Nit, en el CAE se asignará el código de Industria y Comercio a la persona jurídica que tenga establecimiento de comercio.
- Cumplir con las normas ambientales exigidas por la CARDER, la licencia ambiental es la autorización para ejecutar una obra o actividad en relación con la prevención, mitigación, corrección, compensación y manejo de los efectos ambientales.

La empresa deberá cumplir en los siguientes costos para el registro y formalización de la empresa ante Cámara de Comercio.

DOCUMENTO	VALOR TOTAL
DERECHOS DE REGISTRO	\$ 41.000
FORMULARIO DE MATRICULA	\$ 5.500
2 CERTIFICADOS PARA TRAMITAR EL RUT	\$ 11.000
TOTAL	\$ 57.500

6.2 Normativa regional

Los trámites que debe realizar Gema International Company para poder iniciar sus operaciones en la ciudad de Pereira son los siguientes:

- Inscripción R.U.T (habilitado como usuario aduanero).
- Cámara de Comercio.
- Inscripción en el Sistema nacional de bomberos.
- Registro de industria y comercio.
- Certificado de uso de suelo.
- Certificado de constitución y gerencia en su objeto social describir las operaciones de comercio exterior.
- Permiso Alcaldía de Pereira para funcionar la bodega en Dosquebradas.
- Consultarle a la DIAN si su producto requiere permisos previos para la autorización de la exportación. Luego de tramitarlos, debe presentar la Solicitud de Autorización de Embarque ante el sistema informático de la DIAN.
- Obtener ante el MINCOMEX el Registro Nacional de Exportadores, de manera que los textos de la Razón Social y del Objeto Social coincidan con los inscritos en el Certificado de Existencia y Representación Legal.
- Diligenciar completamente el Formulario de Solicitud de Inscripción como una Sociedad de Comercialización Internacional C.I.

Para realizar una exportación, se deben tener en cuenta siguientes documentos:

- ✓ Factura Comercial.
- ✓ Lista de Empaque (si se requiere)
- ✓ Registro sanitario o Vistos Buenos (si lo requiere el producto)
- ✓ Documento de Transporte.
- ✓ Otros Documentos exigidos para el producto exportado.

7. CÁPSULA DE PRESUPUESTOS

7.1 Ventas nacionales en pesos (no aplica)

7.2 Ventas exportación en pesos

VENTAS/INGRESOS	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
PRECIO UNITARIO	\$ 292.000	\$ 292.000	\$ 292.000	\$ 292.000	\$ 292.000
UNIDADES	1500	1575	1654	1736	1823
INGRESOS	\$ 438.000.000	\$ 459.900.000	\$ 482.895.000	\$ 507.039.750	\$ 532.391.738
TOTAL INGRESOS	\$ 438.000.000	\$ 459.900.000	\$ 482.895.000	\$ 507.039.750	\$ 532.391.738

7.3 Ventas totales en pesos

VENTAS/INGRESOS	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
PRECIO UNITARIO	\$ 292.000	\$ 292.000	\$ 292.000	\$ 292.000	\$ 292.000
UNIDADES	1500	1575	1654	1736	1823
INGRESOS	\$ 438.000.000	\$ 459.900.000	\$ 482.895.000	\$ 507.039.750	\$ 532.391.738
TOTAL INGRESOS	\$ 438.000.000	\$ 459.900.000	\$ 482.895.000	\$ 507.039.750	\$ 532.391.738

7.4 Ingresos

- ✓ Se implementarán los siguientes medios de pago, con el fin de facilitar el proceso de reintegro de divisas, teniendo en cuenta que los productos serán comercializados en el mercado extranjero.
 - Pago electrónico.
- ✓ Opción de crédito después de un estudio crediticio.
- ✓ Implementar el cliente referido, y así lograr descuentos.

7.5 Costo de la mercancía vendida

COMPRAS/ COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUPITRES UND	1500	1575	1654	1736	1823
COSTO PUPITRE	\$ 127.251	\$ 127.251	\$ 127.251	\$ 127.251	\$ 127.251
TOTAL COMPRAS	\$ 190.876.500	\$ 200.420.325	\$ 210.441.341	\$ 220.963.408	\$ 232.011.579

7.6 Producción

El fabricante plantea un plan de producción anual para el primer año de 1500 pupitres plegables para nuestra empresa.

7.7 Compras

Basado en el plan de producción se puede confirmar que Gema International Company comercializara anualmente aproximadamente 1500 unidades.

COMPRAS/ COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUPITRES UND	1500	1575	1654	1736	1823
COSTO PUPITRE	\$ 127.251	\$ 127.251	\$ 127.251	\$ 127.251	\$ 127.251
TOTAL COMPRAS	\$ 190.876.500	\$ 200.420.325	\$ 210.441.341	\$ 220.963.408	\$ 232.011.579

7.8 Pagos a proveedores

La empresa fabricante maneja distintas formas de pago con la Comercializadora Internacional GEMA.

- **Pago Anticipado:** Un pago anticipado del 50% al solicitar la mercancía requerida y el otro 50% otorga un mes de plazo.

7.9 Nómina y comisiones

NOMINA					PARAFISCALES		TOTAL AÑO 1
CANTIDAD	CARGO	SALARIO	AUXILIO TRANSPORTE	SEGURIDAD SOCIAL (Salud, Pension)	ARL	TOTAL DEVENGADO	
1	CONTADOR PUBLICO	\$ 500.000		\$ 40.000	\$ 2.610	\$ 460.000	\$ 5.520.000
1	GERENTE ADMINISTRATIVO	\$ 4.000.000		\$ 320.000	\$ 20.880	\$ 3.680.000	\$ 44.160.000
1	GERENTE COMERCIAL	\$ 3.800.000		\$ 304.000	\$ 19.836	\$ 3.496.000	\$ 41.952.000
NOMINA	CESANTIA	PRIMA	VACACIONES	INTER. CESANTIAS	CESANTIAS + PRIMA + VACACIONES + INTER CESANTIAS		
						\$ 941.099	\$ 11.293.182
						\$ 794.705	\$ 9.536.465
Nomina Administrativa	\$ 374.850	\$ 374.850	\$ 187.650	\$ 3.749	TOTAL MES/AÑO	\$ 9.371.804	\$ 112.461.647
Nomina Ventas	\$ 316.540	\$ 316.540	\$ 158.460	\$ 3.165			

PERSONAL	DATOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario medio mensual	\$ 9.371.804	\$ 112.461.647	\$ 117.522.420,91	\$ 122.810.929,85	\$ 128.337.421,69	\$ 134.112.605,67
Incremento salario anual	4,50%					
No. De empleados año 1	3					
No. De empleados año 2	3					
No. De empleados año 3	3					
No. De empleados año 4	3					
No. De empleados año 5	3					
Total gastos del personal		\$ 112.461.646,80	\$ 117.522.420,91	\$ 122.810.929,85	\$ 128.337.421,69	\$ 134.112.605,67

GERENTE COMERCIAL COMISION 2% ANUAL	\$ 2.190.000
--	--------------

7.10 Gastos de publicidad

ESTRATEGIAS	VALOR
Estrategia de precio	\$ 5.000.000
Estrategia de publicidad	\$ 8.000.000
Estrategia de promoción	\$ 10.000.000
Estrategia de distribución	\$ 10.000.000
Estrategia de ventas	\$ 30.000.000
Estrategia de servicio	\$ 2.000.000
Total	\$ 65.000.000

7.11 Otros gastos (Gastos de Puesta en Marcha)

DESCRIPCION	VALOR
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.098.000
PRE-OPERATIVOS	\$ 1.426.900
MEZCLA DE MERCADEO	\$ 65.000.000
TOTAL	\$ 70.524.900

7.12 Aplicación de créditos

Para llevar a cabo el proyecto de Gema International Company es necesaria una inyección de capital de \$80.000.000 millones de pesos que será aportado por los dos socios.

8. CÁPSULA FINANCIERO

8.1 Punto de equilibrio

8.2 Estado de resultados

ESTADO RESULTADOS						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		\$ 438.000.000	\$ 459.900.000	\$ 482.895.000	\$ 507.039.750	\$ 532.391.738
COMPRAS		\$ 190.876.500	\$ 200.420.325	\$ 210.441.341	\$ 220.963.408	\$ 232.011.579
UTILIDAD BRUTA		\$ 247.123.500	\$ 259.479.675	\$ 272.453.659	\$ 286.076.342	\$ 300.380.159
GASTOS DE VENTAS		\$ 125.248.465	\$ 130.884.646	\$ 136.774.455	\$ 142.929.305	\$ 149.361.124
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.426.900	\$ 61.792.782	\$ 64.573.457	\$ 67.479.263	\$ 70.515.830	\$ 73.689.042
UTILIDAD OPERATIVA		\$ 60.082.253	\$ 64.021.572	\$ 68.199.941	\$ 72.631.207	\$ 77.329.993
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 60.082.253	\$ 64.021.572	\$ 68.199.941	\$ 72.631.207	\$ 77.329.993
IMPUESTO A LA RENTA 32,00%		\$ 19.226.321	\$ 20.486.903	\$ 21.823.981	\$ 23.241.986	\$ 24.745.598
UTILIDAD NETA	-\$ 1.426.900	\$ 40.855.932	\$ 43.534.669	\$ 46.375.960	\$ 49.389.221	\$ 52.584.395

8.3 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO INICIAL DE CAJA		\$ 78.573.100	\$ 60.401.853	\$ 65.919.254	\$ 71.775.629	\$ 77.989.749
VENTAS		\$ 438.000.000	\$ 459.900.000	\$ 482.895.000	\$ 507.039.750	\$ 532.391.738
CAPITAL SOCIOS	\$ 80.000.000					
INGRESOS OPERATIVOS		\$ 438.000.000	\$ 459.900.000	\$ 482.895.000	\$ 507.039.750	\$ 532.391.738
EGRESOS OPERATIVOS	\$ 1.426.900	\$ 377.598.147	\$ 393.980.746	\$ 411.119.371	\$ 429.050.001	\$ 447.810.354
COMISION POR VENTA 2%		\$ 8.760.000	\$ 9.198.000	\$ 9.657.900	\$ 10.140.795	\$ 10.647.835
COMPRAS		\$ 190.876.500	\$ 200.420.325	\$ 210.441.341	\$ 220.963.408	\$ 232.011.579
ARRENDAMIENTO		\$ 500.000	\$ 540.000	\$ 583.200	\$ 629.856	\$ 680.244
SUELDOS		\$ 112.461.647	\$ 117.522.421	\$ 122.810.930	\$ 128.337.422	\$ 134.112.606
PUBLICIDAD Y PROMOCION		\$ 65.000.000	\$ 66.300.000	\$ 67.626.000	\$ 68.978.520	\$ 70.358.090
GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 1.426.900					
FLUJO DE CAJA OPERATIVO	\$ 78.573.100	\$ 60.401.853	\$ 65.919.254	\$ 71.775.629	\$ 77.989.749	\$ 84.581.383
FLUJO DE CAJA CADA PERIODO	\$ 78.573.100	\$ 60.401.853	\$ 65.919.254	\$ 71.775.629	\$ 77.989.749	\$ 84.581.383
SALDO FINAL DE CAJA	\$ 78.573.100	\$ 60.401.853	\$ 65.919.254	\$ 71.775.629	\$ 77.989.749	\$ 84.581.383

8.4 Balance

BALANCE GENERAL						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
CIRCULANTE						
CAJA	\$ 75.902.000	\$ 78.573.100	\$ 60.401.853	\$ 65.919.254	\$ 71.775.629	\$ 77.989.749
CLIENTE		\$ 39.004.432	\$ 20.674.016	\$ 18.817.506	\$ 16.793.992	\$ 14.594.646
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	\$ 75.902.000	\$ 117.577.532	\$ 81.075.869	\$ 84.736.760	\$ 88.569.621	\$ 92.584.395
NO CIRCULANTE						
EQUIPO DE OFICINA	\$ 4.098.000	\$ 4.098.000	\$ 4.098.000	\$ 4.098.000	\$ 4.098.000	\$ 4.098.000
DEPRECIACION ACUMULADA		\$ 819.600	\$ 1.639.200	\$ 2.458.800	\$ 3.278.400	\$ 4.098.000
TOTAL ACTIVO NO CIRCULANTE	\$ 4.098.000	\$ 3.278.400	\$ 2.458.800	\$ 1.639.200	\$ 819.600	\$ -
TOTAL ACTIVO	\$ 80.000.000	\$ 120.855.932	\$ 83.534.669	\$ 86.375.960	\$ 89.389.221	\$ 92.584.395
TOTAL PASIVO	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO						
RESULTADO DEL EJERCICIO		\$ 40.855.932	\$ 43.534.669	\$ 46.375.960	\$ 49.389.221	\$ 52.584.395
CAPITAL SOCIOS	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000
TOTAL PATRIMONIO	\$ 80.000.000	\$ 120.855.932	\$ 123.534.669	\$ 126.375.960	\$ 129.389.221	\$ 132.584.395
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 80.000.000	\$ 120.855.932	\$ 123.534.669	\$ 126.375.960	\$ 129.389.221	\$ 132.584.395

8.5 Análisis financiero

Debido a la baja inversión que debe incurrir la empresa Gema International Company, cuenta con un alto margen de rentabilidad, con una TIR 79,50%. Este factor tan significativo hace cada vez más viable y atractivo el proyecto, innovando en gran medida la forma de operar, así generar menores gastos y mayor rentabilidad.

PROYECTO	TASA DE OPORTUNIDAD	DESEMBOLSO INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GEMA INTERNATIONAL COMPANY	5%	-\$ 78.573.100	\$ 60.401.853	\$ 65.919.254	\$ 71.775.629	\$ 77.989.749	\$ 84.581.383

VALOR PRESENTE NETO (VPN)	\$ 231.179.754,70
----------------------------------	--------------------------

TASA INTERNA RETORNO (TIR)	79,50%
-----------------------------------	---------------

8.6 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	\$ 75.902.000
---------------------------	----------------------

9. CÁPSULA ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Los factores de éxitos que pueden afectar negativamente a la empresa Gema International Company, de los cuales no tiene ningún tipo de control son los siguientes:

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD				
FACTOR	NIVEL DE IMPACTO			JUSTIFICACION
	ALTO	MEDIO	BAJO	
CLIMA			X	Crear retrasos en el embarque, daños en la mercancía, multas y sanciones.
COMPETENCIA		X		Productos con funciones similares. Fabricados con diferentes materiales.
TASA DE CAMBIO	X			Perdida de dinero, debido a las variables económicas que pueda sufrir la divisa en negociación. Encarecimiento de las materias primas e incremento en los costos de la Logística.
CONTRABANDO		X		El consumidor prefiera producto de baja calidad y menor costo, replica con estándares de baja calidad.
DEMANDA	X			Es un producto nuevo en el mercado, empresa no reconocida, precios no competitivos.

10. CÁPSULA ANÁLISIS DE RIESGOS

A continuación, se realiza una descripción de como los factores críticos de éxito pueden afectar el modelo de negocio de Gema International Company:

ANALISIS DE RIESGOS	
CONSECUENCIAS	
CLIMA	No entregar a tiempo al cliente, devoluciones por los daños, se generarían sobrecostos en los envíos y posible pérdida del cliente.
COMPETENCIA	No vender lo suficiente, modificar precios debido a la competencia.
TASA DE CAMBIO	Incremento del costo del producto. Presupuesto de ventas bajo. Ingresos de capital por debajo del esperado y pérdida de la participación del mercado.
CONTRABANDO	Presupuesto de venta bajo, escasa producción, margen de stock alto y poca participación en el mercado.
DEMANDA	No obtener las ventas presupuestadas y no generar los ingresos suficientes para sostener la empresa.

11. CÁPSULA PLAN CONTINGENCIA Y SALIDA

PLAN DE CONTINGENCIA Y SALIDA			
FACTOR	ESCENARIOS		
	PROBABLE	PESIMISTA	OPTIMISTA
CLIMA	Lograr abastecer a tiempo al cliente con el pedido, para no perder la negociacion.	Retrasar los pedidos solicitados.	Aumentar la capacidad de produccion.
COMPETENCIA	Competir con demas empresas tanto en características como en precios.	Pocas ventas, debido a productos similares y con precios mas bajos.	El mejor producto del mercado, dejando por debajo a cualquier producto con especificacion similar.
TASA DE CAMBIO	Renegociar con el cliente los precios iniciales. Lograr un acuerdo con el fabricante del producto para que baje los precios. Convencer al Productor de cambiar los proveedores de la materia prima por unos con precios mas bajos y con los mismos estandares de calidad.	Dejar de exportar para el pais chileno. Margen de rentabilidad muy bajo.	Ganar mas debido a una tasa de cambio a favor, adquiriendo mas dinero por pupitre.
CONTRABANDO	Establecer estrategias de producto adecuadas para el mercado chileno. Crear patente del producto.	Retirarse del mercado chileno, bajar los precios.	Darle a conocer los beneficios del producto al cliente, enfatizar en los factores diferenciadores frente a la competencia y/o replicas.
DEMANDA	Realizar un marketing Mix efectivo para dar a conocer la empresa y el producto.	Construir un perfil de comportamiento del consumidor para conocer sus necesidades y lograr abastecer la demanda.	Aumentar la capacidad de produccion para suplir el exceso de demanda.

12. CÁPSULA CRONOGRAMA DE MONTAJE E INVERSIONES

Las actividades desde formalización hasta puesta en marcha del negocio se desarrollarán de acuerdo al siguiente diagrama de Gantt

TAREA	FECHA DE INICIO	DURACION	FECHA FINAL
Formalizacion ante la Camara de Comercio	14/06/2019	4	18/06/2019
Preparacion del plan exportador	15/06/2019	10	30/06/2019
Arrendamiento y adecuacion de la oficina	4/07/2019	10	13/07/2019
Compra de implementos e insumos de oficina	14/07/2019	5	19/07/2019
Selección de personal	15/07/2019	10	26/07/2019
Induccion y capacitacion	18/07/2019	5	22/07/2019
Poner en marcha las operaciones	25/07/2019	10	7/08/2019