

I.B.S (INTERNATIONAL BUSINESS SOLUTIONS)

PRESENTADO POR:

ANDRES MAURICIO GOMEZ GUARIN

LARRY JULIÁN GONZALEZ RODRIGUEZ

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PEREIRA, RISARALDA

2017

Contenido

1.	CAPSULA RESUMEN EJECUTIVO.....	4
1.1.	DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	4
1.2.	MERCADOS Y POTENCIAL DEL MERCADO A ATENER EN CIFRAS.....	5
1.3.	VENTAJA COMPETITIVA	6
1.4.	EQUIPO EMPRENDEDOR	6
1.5.	IMPACTOS	7
1.6.	INFORMACIÓN FINANCIERA Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD	9
1.7.	PERFIL DEL EQUIPO EMPRENDEDOR	9
2.	CAPSULA DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	10
2.1.	ANTECEDENTES DEL NEGOCIO	10
2.2.	DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	11
2.2.1.	MODELO DE LA EMPRESA	11
2.3.	POSICIONAMIENTO	12
2.4.	JUSTIFICACIÓN DEL NEGOCIO	13
3.	CÁPSULA DE MERCADEO	14
3.1.	SERVICIO	14
3.1.1.	Antecedentes.....	14
3.1.2.	Necesidad a satisfacer.....	15
3.1.3.	Portafolio de productos o servicios	15
3.2.	SECTOR.....	19
3.3.	CLIENTE	26
3.3.1.	Segmentación y caracterización del consumidor.	26
3.3.2.	Sistema de distribución.....	28
3.3.3.	Perfil del cliente	28
3.3.3.1.	Necesidades del cliente.....	29
3.3.3.2.	Comportamiento de compra.....	29
3.3.3.3.	Motivaciones de compra.....	29
3.4.	INVESTIGACION DE MERCADO	30
3.4.1.	Listado de Clientes Potenciales.	31
3.4.2.	Preferencias del consumidor y/o cliente.....	32

3.5.	LA COMPETENCIA.....	43
3.6.	VENTAJA COMPETITIVA	45
3.7.	FACTORES CRITICOS DEL EXITO	46
3.8.	IMPACTOS	47
3.8.1.	Sociales.....	47
3.8.2.	Económicos.....	47
3.8.3.	Ambientales.....	47
3.8.4.	Financieros	47
3.9.	TAMAÑO DEL MERCADO	48
3.10.	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	48
3.10.1.	PLAN DE VENTAS NACIONALES.....	49
3.11.	PLAN DE MERCADEO.....	50
3.11.1.	Análisis D.O.F.A.....	50
3.11.2.	Estrategia mezclas de mercadeo	51
3.11.2.1.	Estrategias de producto o servicio	51
3.11.2.2.	Estrategias de precio	51
3.11.2.3.	Estrategias de publicidad.....	52
3.11.2.4.	Estrategias de promoción.....	52
3.11.2.5.	Estrategia de distribución.....	52
3.11.2.6.	Estrategia de ventas	52
3.11.2.7.	Estrategia de servicio	52
3.11.3.	Presupuesto mezcla de mercadeo.....	53
4.	CAPSULA TÉCNICA.....	54
4.1.	FICHA TECNICA.....	54
4.2.	DIAGRAMA DE FLUJOS Y MATRIZ DE RECURSOS.....	56
4.3.	INVERSIONES.....	57
4.3.1.	Maquinaria y equipo	57
4.3.2.	Muebles y enseres	57
4.3.3.	Mano de Obra Operativa.....	58
4.4.	MATERIA PRIMA E INSUMOS	61
4.4.1.	Proveedores	61
4.5.	SISTEMA DE CONTROL	67

4.6.	COSTOS POR SERVICIO.....	67
4.7.	LOCALIZACIÓN.....	70
4.7.1.	Macrolocalización.....	70
4.7.2.	Microlocalización.....	70
4.8.	DISTRIBUCIÓN DE PLANTA.....	71
4.9.	PLAN DE PRODUCCIÓN.....	72
4.10.	PLAN DE COMPRAS.....	72
5.	CAPSULA ADMISNITRATIVA.....	73
5.1.	TIPO DE EMPRESA Y OBJETO SOCIAL.....	73
5.2.	MISIÓN.....	74
5.3.	VISIÓN.....	74
5.4.	OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS.....	74
5.5.	POLITICAS.....	74
5.6.	VALORES CORPORATIVOS.....	75
5.7.	PERFILES DE CARGOS.....	77
5.8.	MANEJO ADMINISTRATIVO.....	80
5.9.	ENTIDADES DE APOYO.....	80
6.	CAPSULA LEGAL.....	81
6.1.	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES.....	81
6.2.	NORMATIVIDAD REGIONAL.....	82
7.	CÁPSULA DE PRESUPUESTOS.....	84
7.1.	VENTAS NACIONALES EN PESOS.....	84
7.2.	VENTAS EXPORTACIÓN EN PESOS.....	85
7.3.	VENTAS TOTALES EN PESOS.....	85
7.4.	INGRESOS.....	86
7.5.	COSTO DE LOS SERVICIOS VENDIDOS.....	87
7.6.	PRODUCCIÓN.....	89
7.7.	COMPRAS E INSUMOS.....	90
7.8.	PAGOS A PROVEEDORES.....	91
7.9.	NÓMINA Y COMISIONES.....	92
7.10.	GASTOS DE PUBLICIDAD.....	93
7.11.	OTROS GASTOS (Gastos de Puesta en Marcha).....	94

7.12.	APLICACIÓN DE CRÉDITOS.....	95
8.	CÁPSULA FINANCIERO.....	98
8.1.	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	98
8.2.	ESTADO DE RESULTADOS.....	99
8.3.	FLUJO DE CAJA.....	100
8.4.	BALANCE	101
8.5.	ANÁLISIS FINANCIERO.....	103
8.6.	CAPITAL DE TRABAJO.....	103
9.	CÁPSULA ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	104
10.	CÁPSULA ANÁLISIS DE RIESGOS	105
11.	CÁPSULA PLAN CONTIGENCIA Y SALIDA.....	107
12.	CÁPSULA CRONOGRAMA DE MONTAJE E INVERSIONES DESCRIPCIÓN.....	109
	CUADRO DE INVERSIONES TOTALES	110

1. CAPSULA RESUMEN EJECUTIVO

1.1.DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

Nombre de la empresa: I.B.S (International Business Solutions)

Actividad principal: Outsourcing en comercio exterior y comercialización de productos al exterior

El objetivo de la empresa es brindar soluciones en temas de comercio exterior, principalmente en temas aduaneros, logísticos, preparación del producto en empaques, embalajes y requerimientos para exportar o importar, adicional a eso buscar alternativas de negocio en mercados extranjeros o locales.

La empresa estará ubicada en el centro de Pereira – Risaralda

El valor agregado que tiene la empresa es prestar un servicio especializado para todas aquellas empresas que requieran asesoría y acompañamiento en comercio exterior, se eliminarán las desviaciones logísticas, generando impacto y Creando Valor a las cadenas de suministro al ofrecer Costos Competitivos, Tiempo en Transito Controlados, optimizando entregas en condiciones favorables de la mercancía; así mismo proveer a los clientes información inteligente: reportes, base de datos, estadísticas, gráficos, circulares, estados de cuenta, la diferencia con las empresas que hay en el mercado es que se brindará la opción de realizar todas las operaciones a través de un modelo outsourcing donde el empresario no tendrá que realizar ningún proceso para llevar a cabo una exportación o importación, todo se hará desde la empresa I.B.S

Los principales aliados comerciales, serán las agencias de aduana, los operadores logísticos, navieras, y organizaciones que se dedican a apoyar a los empresarios a desarrollar operaciones de comercio exterior, como Procolombia.

Esto tendrá un impacto muy grande para la región de Risaralda debido a que la mayoría de empresas exportadoras cometen muchos errores a la hora de realizar la operación, y por más sencillo que sea el error, esto dará para que la mercancía la retenga la autoridad aduanera, además de esto corren el riesgo de incurrir en sobrecostos logísticos por el desconocimiento de la operación, por otro lado será un motor para aquellas empresas que desean exportar o importar y no saben cómo, o porque requieran un acompañamiento especializado desde la preparación del producto hasta la distribución en su destino final, se espera generar un impacto económico y social en las empresas aumentando el comercio internacional de cada una de estas, consiguiendo beneficios económicos y sociales con la creación de nuevos empleos y el fortalecimiento del sector exportador colombiano.

1.2.MERCADOS Y POTENCIAL DEL MERCADO A ATENER EN CIFRAS

CUADRO 1 Mercados locales

CONCEPTO	PARTICIPACIÓN
Empresas pequeñas que desean exportar	40%
Empresas que desean liberarse de la logística y el comercio exterior para sólo dedicarse su actividad principal	30%
Personas naturales que compren o vendan productos al exterior	10%
Empresas que deseen mejorar la experiencia de realizar operaciones de comercio exterior.	20%

Fuente: elaboración propia.

CUADRO 2 Mercado internacional

A nivel internacional buscar oportunidades de negocio con la comercialización de productos
Exportación de productos y servicios: 50%
Importación de productos y servicios: 50%
Porcentaje rendimiento: 100 %

Fuente: elaboración propia

1.3. VENTAJA COMPETITIVA

A través de la metodología gestionada por I.B.S (International Business Solutions), se eliminan las desviaciones logísticas, generando impacto y Creando Valor a las cadenas de suministro al ofrecer Costos Competitivos, Tiempo en Tránsito Controlado, optimizando entregas en condiciones favorables de la mercancía; así mismo proveer a los clientes información inteligente: reportes, base de datos, estadísticas, gráficos, circulares, estados de cuenta.

CUADRO 3 Ventajas competitivas

OPERACIONALES	COMERCIALES	FINANCIERAS
Preparación técnica y aduanera del producto.	Negociación, estudio de cliente, validación de Incoterms, acuerdos de pago y entrega.	Viabilidad según condiciones macro y micro en nichos para el producto y comparación de precios.
Condiciones internas de la empresa, capacidad de producción y oferta.	Participación en ferias nacionales e internacionales	Matriz de costos de la operación
Administración de la Distribución Física Internacional y del Régimen Cambiario.	Búsqueda de nuevos clientes y mercados	Consolidación de precios de Exportación

Fuente: elaboración propia

1.4.EQUIPO EMPRENDEDOR

Emprendedor: Andrés Mauricio Gómez Guarín, Estudiante de octavo semestre de Administración de Negocios Internacionales.

Emprendedor: Larry Julián González Rodríguez, Estudiante de octavo semestre de Administración de Negocios Internacionales.

Asesor: Edna Osorio

1.5.IMPACTOS

Responsabilidad social: para el año 2020 se espera ofrecer 30 empleos directos y 30 indirectos, se pretende trabajar con población capacitada, pero para las vacantes indirectas se esperan que sean personas de vulnerables que necesiten el empleo, para laborar en mensajería, aseo, mantenimiento y reparación entre otros.

Financiero: Utilidades netas anuales:

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
189.267.123	195.279.458	207.031.438	219.375.374	232.340.663

Impuestos

CUADRO 4 Tabla de retención en la fuente sector servicios 2017

Conceptos	Base UVT	Base pesos	Tarifas
Servicios generales (declarantes)	4	127.000	4%
Servicios generales (no declarantes)	4	127.000	6%
Servicios de transporte de carga	4	127.000	1%
Servicios prestados por empresas de servicios temporales (sobre AIU)	4	127.000	1%

(GERENCIE.COM, 2017)

CUADRO 5 tarifas del Impuesto de Industria y Comercio (ICA) 2017

Listado de actividades	Tarifas vigentes (Por mil)
c. Actividades de servicios	
Transporte, publicación de revistas, libros y periódicos, radiodifusión y programación de televisión.	4,14
Consultoría profesional; servicios prestados por contratistas de construcción, constructores y urbanizadores, presentación de películas en salas de cine.	6,9
Servicio de restaurante, cafetería, grill, discoteca y similares; servicios de hotel, motel, hospedaje, amoblado y similares; servicio de casas de empeño y servicios de vigilancia.	13,8
Servicios de educación prestados por establecimientos privados en los niveles de educación inicial, preescolar, básica primaria, básica secundaria y media.	7
Demás actividades de servicios	9,66

(RANKIA, 2017)

CUADRO 6 Impuestos en Colombia 2017

IMPUESTO	DEFINICIÓN	TARIFA
Renta	El impuesto sobre la renta tiene cubrimiento nacional y grava las utilidades derivadas de las operaciones ordinarias de la empresa	Impuesto de renta: 34%¹
Sobretasa Impuesto sobre la Renta	Se crea una sobretasa para 2017 y 2018 para contribuyentes con utilidades superiores a 800 millones de pesos.	6% para 2017 4% para 2018
Impuesto al Valor Agregado (IVA)	Es un impuesto indirecto nacional sobre la prestación de servicios y venta e importación de bienes.	Tarifa general del 19%
Impuesto a las Transacciones Financieras	Impuesto aplicado a cada transacción destinada a retirar fondos de cuentas corrientes, ahorros y cheques de gerencia.	0,4% por operación.
Impuesto de Industria y Comercio	Impuesto aplicado a las actividades industriales, comerciales o de servicios realizadas en la jurisdicción de una municipalidad o distrito, por un contribuyente con o sin establecimiento comercial, Se cobra y administra por las municipalidades o distritos correspondientes.	Entre 0,2% y 1,4% de los ingresos de la compañía.
Impuesto Predial	Impuesto que grava anualmente el derecho de propiedad, usufructo o posesión de un bien o distritos donde se ubica el inmueble.	Entre 0,3% a 3,3%.
Impuestos a los dividendos	<p>El impuesto es causado a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas naturales residentes. • Personas jurídicas y naturales no residentes. <p>El dividendo se genera al momento en que la junta de accionistas aprueba que se entreguen estos mismos. En el caso de las sucursales, se genera cuando los dividendos se transfieren al exterior.</p>	<p>Persona natural o jurídica (no residente) 5%</p> <p>Persona natural (residente) 0% - 5% - 10%</p> <p>Persona Jurídica (residente) 0%</p>

(PROCOLOMBIA, 2017)

Desarrollo Económico: el servicio que se espera ofrecer es dirigido al sector de servicios administrativos y de apoyo de oficina.

1.6.INFORMACIÓN FINANCIERA Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD

Para el caso del plan de negocio el valor presente neto es positivo lo que indica que el proyecto será rentable y es factible desde el punto de vista financiero y por tal razón la decisión a tomar según este resultado sería la de ejecutar el plan de negocio. El VPN positivo quiere decir que el proyecto es capaz de generar suficiente dinero para que recuperar la inversión inicial y además genera ganancias.

La TIR del proyecto es 177,40% por lo que el proyecto analizado devuelve el capital invertido más una ganancia adicional, siendo rentable

1.7.PERFIL DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

- Nombre: Andrés Mauricio Gómez Guarín
- Dirección: Carrera 35ª # 36-23 Villa verde
- Teléfono: 3144369
- Celular: 3225349519
- Correo electrónico: andresma9@hotmail.com
- Programa: Administración de Negocios Internacionales

- Nombre: Larry Julián González Rodríguez
- Dirección: Club Residencial el Nogal Apto 743
- Teléfono: 3254501
- Celular: 3004880400
- Correo electrónico: elnegocianteinternacional@hotmail.com
- Programa: Administración de Negocios Internacionales.

2. CAPSULA DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1.ANTECEDENTES DEL NEGOCIO

Andrés Mauricio Gómez Guarín y Larry Julián González Rodríguez, fundadores de I.B.S (International Business Solutions), estudiaron Comercio Exterior en la Fundación Universitaria CIDCA y Administración de Negocios Internacionales en la fundación universitaria del área andina sede Pereira - Risaralda, por un lado Larry Julián González Rodríguez con experiencia por más de 9 años en cargos tales como Gerente, Coordinador comercial, y Coordinador Regional, en Cooperativas de Crédito de Libranzas y Bancos, con habilidades para capacitar, asesorar y motivar a asesores comerciales prospecto para lograr una producción, líder para establecer estrategias de mercado que permitan el cumplimiento de las metas establecidas, capacidades de generar informes, manejo excelente de Excel (tablas dinámicas), presupuestos, y procesos funcionales en los ámbitos comerciales, logísticos, operativos y económico-financieros. Igualmente, Andrés Mauricio Gómez Guarín, trabajó 1 año como coordinador de comercio exterior en la empresa ACCESO INTERNACIONAL (comercializadora internacional), y actualmente lleva 1 año como analista de exportaciones para la empresa C.I FLP COLOMBIA S.A.S de Pereira – Risaralda, en estas empresas se logró obtener mucha experiencia en el área de comercio internacional, donde se detectaron las falencias que tienen las empresas actualmente a la hora de realizar una exportación o una importación, de aquí nace la idea de crear una empresa en soluciones de comercio exterior, direccionada a apoyar a los empresarios colombianos en ejecución de proyectos de internacionalización de sus empresas, ofreciendo soluciones logísticas óptimas e integrales, que les permita dedicarse en su actividad principal y no en una secundaria como lo es el comercio internacional, teniendo la tranquilidad de que va a contar con un grupo de profesionales que les garantizará que las operaciones se hagan de una manera eficiente y eficaz, aportando así a la competitividad de cada una de estas, y por ende a la región de Risaralda; La empresa I.B.S, busca aportar en el crecimiento continuo de las empresas colombianas, apoyando cada una de estas desde la preparación del producto o el análisis de su oferta exportadora, hasta la entrega del

producto o servicio a su destino final, esto hará que el empresario cuente con un acompañamiento que le garantice el éxito de las operaciones a realizar.

2.2.DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

Nombre de la empresa: I.B.S (International Business Solutions)

Objetivos de la empresa:

Objetivo General

Lograr rentabilidad y sostenibilidad brindando soluciones en comercio exterior en temas logísticos, aduaneros, cambiarios y comerciales generando valor e innovación en el servicio para los clientes.

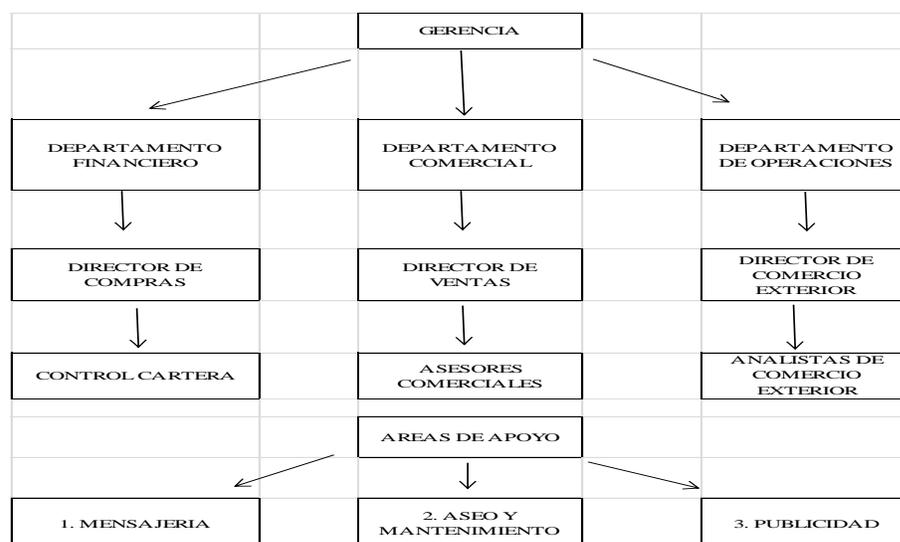
Objetivos

- Captar nuevos clientes a través del departamento comercial.
- tener un capital humano capacitado en los temas específicos de la empresa.
- Formar un equipo de investigación y desarrollo que le permita a I.B.S conocer los requerimientos y necesidades de los clientes
- Generar empleo.
- Fomentar la internacionalización de las empresas de la región de Risaralda.

Ubicación geográfica: Pereira- Risaralda

2.2.1. MODELO DE LA EMPRESA

Ilustración 1 Diagrama general de la empresa



Fuente: elaboración propia

2.3.POSICIONAMIENTO

CUADRO 7 Posicionamiento de la empresa en un periodo de 15 años

1 AÑO - 3 AÑOS	4 AÑOS - 9 AÑOS	10 AÑOS - 15 AÑOS
Atendiendo el 70% de la participación del mercado Colombiano, en consultorías y acompañamientos en servicios logísticos de comercio exterior	Ofreciendo servicios de packing, transporte, intermediación aduanera propios	Sucursales en diferentes países
Expandir el mercado a nivel nacional	Consolidación como comercializadora internacional con la exportación de cualquier producto o servicio	Financiando proyectos a empresas que requieran de inversión

Fuente: elaboración propia

2.4.JUSTIFICACIÓN DEL NEGOCIO

I.B.S (International Business Solutions), ayudará a todas las empresas a internacionalizar sus productos o servicios, a través de la oferta de servicios profesionales en comercio exterior, a unos costos muy favorables, garantizando la efectividad a la hora de realizar las operaciones.

I.B.S (International Business Solutions), buscará mejorar la experiencia que tienen las empresas en Colombia que participan activamente del comercio exterior, aprovechando las ventajas que hay para realizar operaciones de internacionalización a través de la normatividad Colombiana, mejorando el servicio de estas a través de las alianzas estratégicas con los diferentes proveedores de servicios logísticos y aduaneros.

La empresa se centrará en asesorar y asistir a los clientes en todas sus inquietudes y solicitudes con respecto al tema, manteniendo una estrecha comunicación con la finalidad de proveer información inteligente, en tiempo real, facilitando la toma de decisiones, haciendo más sencillo el trabajo de cada una de estas.

Desde un punto de vista social, I.B.S (International Business Solutions), ofrecerá empleos a personas de todas las poblaciones y condiciones sociales, no existirá discriminación laboral y continuamente se estará capacitando personal para trabajar en áreas secundarias a la actividad principal, pero que no dejan de ser importantes para el desarrollo y crecimiento de la empresa.

Desde un punto de vista económico, I.B.S (International Business Solutions), buscará aumentar la oferta exportable de las empresas en Colombia, lo que traerá resultados positivos para la balanza comercial del país.

3. CÁPSULA DE MERCADEO

3.1.SERVICIO

3.1.1. Antecedentes

Actualmente en el mercado colombiano hay establecidas empresas que ejercen la actividad del outsourcing en comercio exterior en Colombia y en el exterior, el interrogante que hay es, ¿la demanda de este servicio si está completamente satisfecha? o ¿los modelo de estos negocio si tienen una figura rentable?, con la experiencia en el área y las investigaciones en el tema se encuentra que, el problema trasciende a unos aspectos totalmente distintos, y son por ejemplo el desconocimiento de las empresas colombianas con relación a la existencia de estos servicios logísticos, que buscan que los empresarios puedan desarrollar su actividad de comercio exterior de una manera sencilla y segura, el problema radica en que cuando las empresas requieren de una accesoria o acompañamiento para exportar o importar lo primero que hacen es dirigirse a las organizaciones públicas o programas para el fomento de la internacionalización como, la cámara de comercio y Procolombia entre otras, el gran inconveniente es que estas organizaciones no van más allá de una asesoría con una cartilla técnica donde se revela la información pertinente para exportar o importar, estudios de mercado o el acercamiento a ferias nacionales e internacionales, pero no se encargan de que cada empresa logré hacer la operación con un acompañamiento especializado, en últimas los empresarios que desconocen del tema optan por no hacer los negocios o incluso por improvisar para lograr realizar el ejercicio.

Según un artículo publicado por el diario el ESPECTADOR “Problemas para el comercio exterior están en Colombia”, donde este resalta la dificultad que tienen los empresarios para lograr realizar las operaciones de comercio exterior en Colombia, principalmente por la cantidad de medidas, trabas y barreras que impone el gobierno nacional para poder exportar o importar, además de esto los controles por el tema del narcotráfico han hecho que la labor de inspección de mercancías ponga en riesgo la integridad física estas, cualquier error en la documentación, en el marcado o etiquetaje, representa una cantidad de trabas y sobrecostos para el empresario, cabe resaltar también que las agencias aduaneras en algunas ocasiones se aprovechan del desconocimiento de los empresarios y cobran una cantidad de costos innecesarios que hacen encarecer el producto, trayendo consigo desventajas competitivas. Con esto queda claro que en Colombia no es fácil realizar el comercio exterior, si además no se cuenta con la suficiente formación y experticia en el tema esto puede llevar al fracaso de una operación.

Pese a estas problemáticas se han creado empresas que ofrecen la solución a los problemas logísticos, aduaneros, cambiarios entre otros que tratan de contrarrestar estas situaciones en

el país, sin embargo el desconocimiento de los empresarios frente al tema hace que este no sea un mercado totalmente explotado.

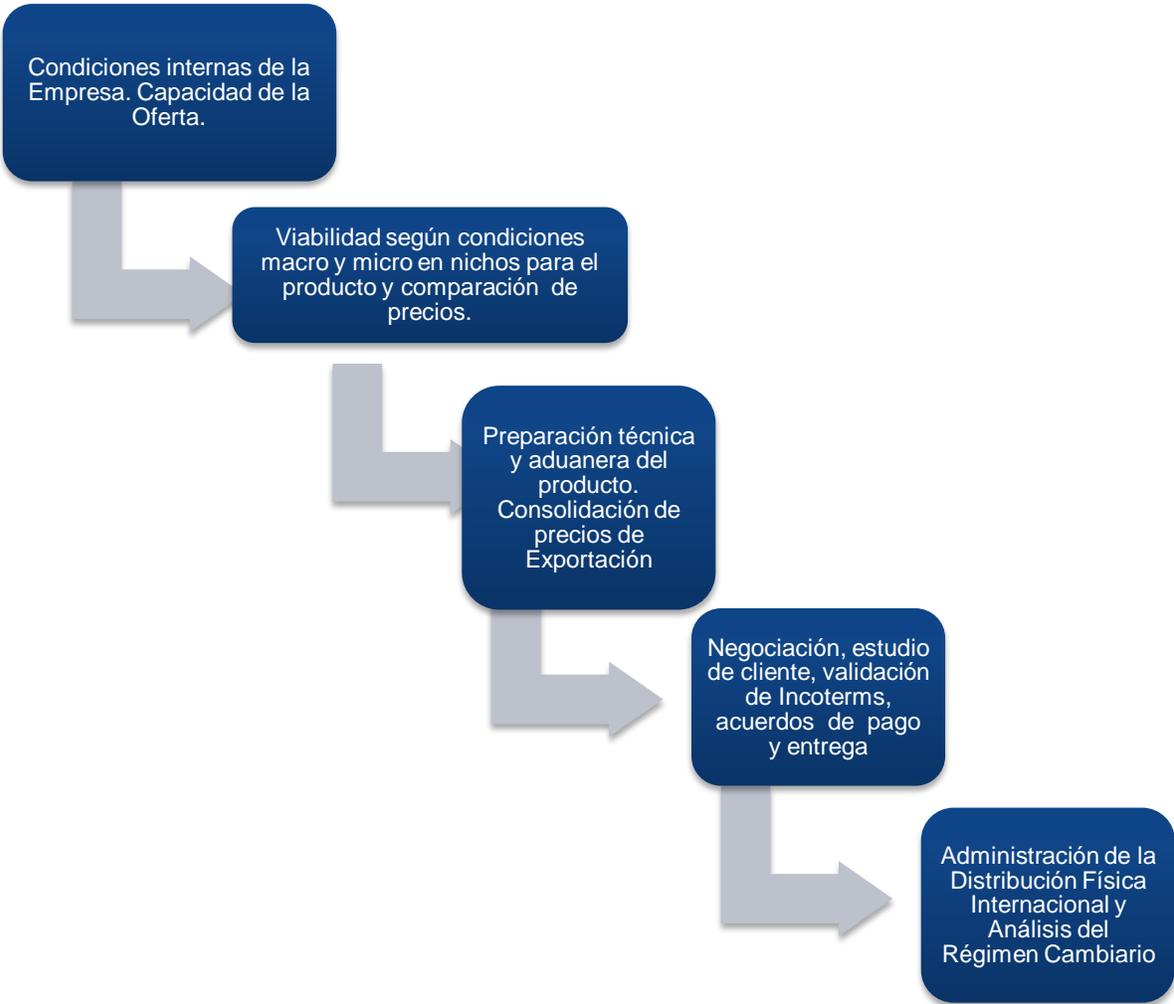
3.1.2. Necesidad a satisfacer

La necesidad a satisfacer es la problemática de las empresas para realizar operaciones de comercio exterior en Colombia y principalmente la región de Risaralda.

3.1.3. Portafolio de productos o servicios

➤ Gerencia del comercio exterior:

Ilustración 2 Flujo grama servicios de comercio exterior a ofrecer



Fuente: elaboración propia

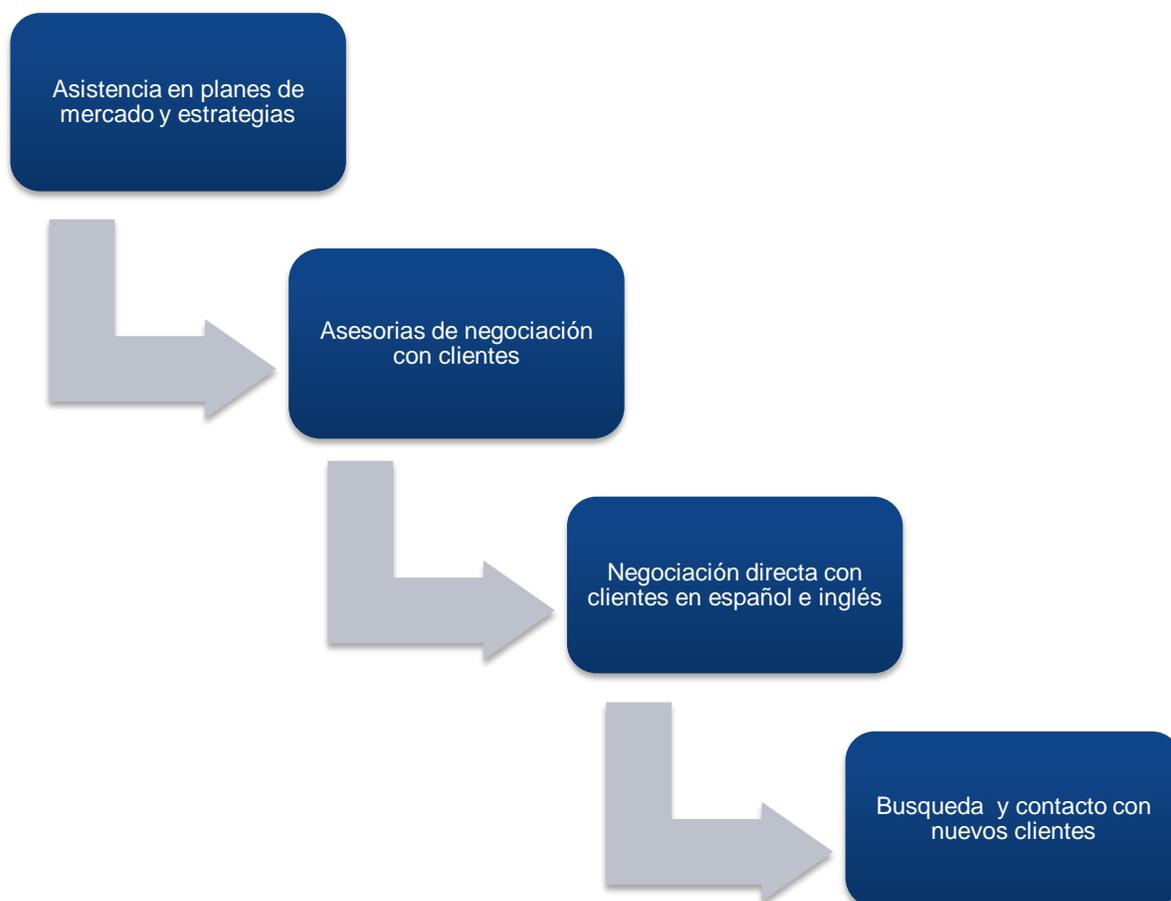
CUADRO 8 Gerencia de comercio exterior

EMPRESA	OFERTA	DESCRIPCIÓN	VALOR COP POR OPERACIÓN	FRECUENCIA DE OPERACIÓN	PLAZOS A PAGAR POR VALOR DEL SERVICIO
EMPRESAS PEQUEÑAS	GERENCIA DE COMERCIO EXTERIOR	Preparación técnica y aduanera del producto. Consolidación de precios de Exportación	\$ 200.000	SEMANTAL - MENSUAL	10 - 15 DIAS
		Condiciones internas de la empresa, capacidad de producción y oferta.	\$ 200.000		
		Viabilidad según condiciones macro y micro en nichos para el producto y comparación de precios.	\$ 300.000		
		Negociación, estudio de cliente, validación de Incoterms, acuerdos de pago y entrega.	\$ 400.000		
		Administración de la Distribución Física Internacional y Análisis del Régimen Cambiario	\$ 500.000		
TOTAL			\$ 1.600.000		
EMPRESAS MEDIANAS-GRANDES	GERENCIA DE COMERCIO EXTERIOR	Preparación técnica y aduanera del producto. Consolidación de precios de Exportación	\$ 300.000	SEMANTAL - MENSUAL	15-30 DIAS
		Condiciones internas de la empresa, capacidad de producción y oferta.	\$ 200.000		
		Viabilidad según condiciones macro y micro en nichos para el producto y comparación de precios.	\$ 400.000		
		Negociación, estudio de cliente, validación de Incoterms, acuerdos de pago y entrega.	\$ 500.000		
		Administración de la Distribución Física Internacional y Análisis del Régimen Cambiario	\$ 600.000		
TOTAL			\$ 2.000.000		

Fuente: elaboración propia.

➤ Servicios comerciales

Ilustración 3 Flujo grama de servicios comerciales a ofrecer



Fuente: Elaboración propia.

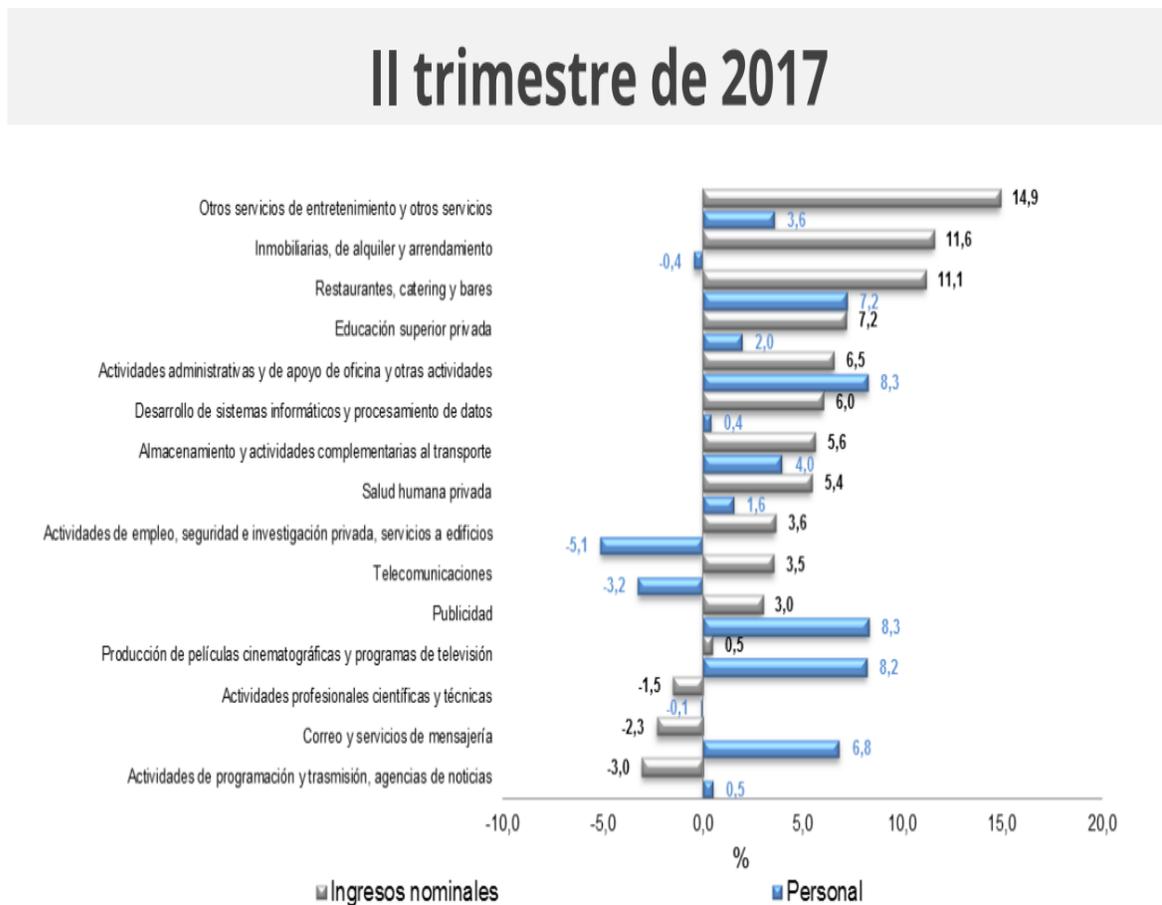
CUADRO 9 Servicios Comerciales

EMPRESA	OFERTA	DESCRIPCIÓN	VALOR COP POR OPERACIÓN	FRECUENCIA DE OPERACIÓN	PLAZOS A PAGAR POR VALOR DEL SERVICIO
EMPRESAS PEQUEÑAS	SERVICIOS COMERCIALES	Asistencia en planes de mercado y estrategias	\$ 400.000	SEMANAL - MENSUAL	10 - 15 DIAS
		Asesorías de negociación con clientes	\$ 200.000		
		Negociación directa con clientes en español e inglés	\$ 500.000		
		Búsqueda y contacto con nuevos clientes	\$ 400.000		
TOTAL			\$ 1.500.000		
EMPRESAS MEDIANAS-GRANDES	SERVICIOS COMERCIALES	Asistencia en planes de mercado y estrategias	\$ 700.000	SEMANAL - MENSUAL	15-30 DIAS
		Asesorías de negociación con clientes	\$ 600.000		
		Negociación directa con clientes en español e inglés	\$ 800.000		
		Búsqueda y contacto con nuevos clientes	\$ 500.000		
TOTAL			\$ 2.600.000		

Fuente: Elaboración propia.

3.2.SECTOR Servicios

Ilustración 4 Comportamiento sector servicios 2 trimestre 2017



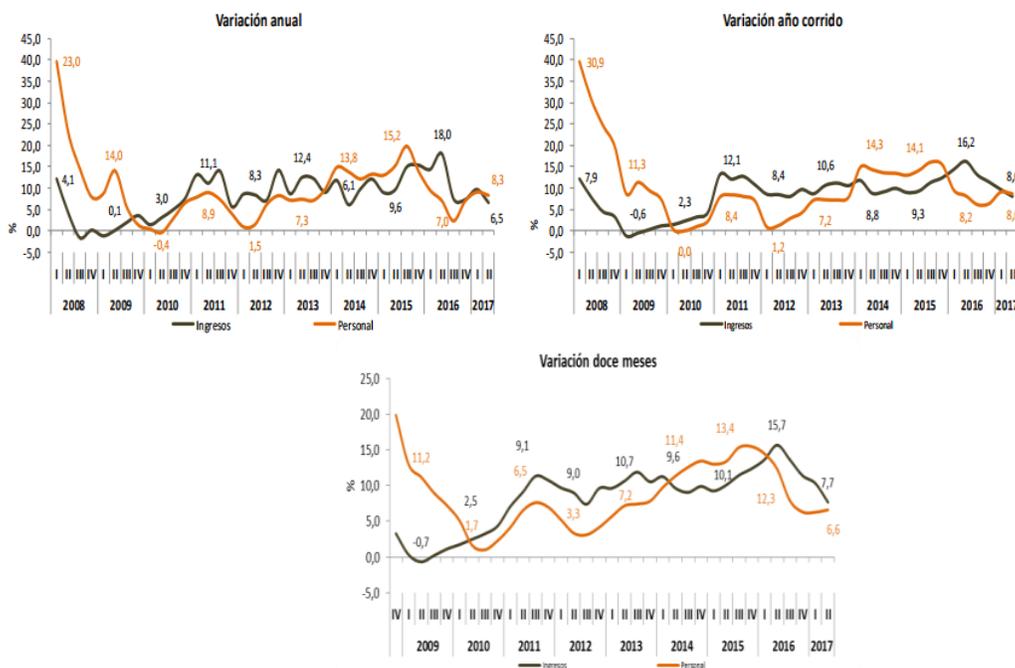
En el segundo trimestre de 2017 los mayores incrementos en los ingresos nominales se presentaron en los servicios de otros servicios de entretenimiento y otros servicios (14,9%), inmobiliarias, de alquiler y arrendamiento (11,6%) y restaurantes, catering y bares (11,1%), respecto al mismo trimestre del año anterior.

Los mayores incrementos en el personal ocupado se presentaron en los servicios de publicidad (8,3%), actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades (8,3%) y producción de películas cinematográficas y programas de televisión (8,2%), respecto al mismo trimestre del año anterior. (DANE, 2017)

Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades

En el segundo trimestre de 2017, los servicios de actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades registraron un crecimiento de 6,5% en los ingresos nominales y de 8,3% en el personal ocupado respecto al mismo periodo de 2016. En lo corrido del año, hasta el segundo trimestre de 2017, el crecimiento de los ingresos nominales fue de 8,0% y de 8,6% en el personal ocupado. En los últimos doce meses, hasta el segundo trimestre de 2017 los ingresos crecieron 7,7% y el personal ocupado aumentó 6,6%, respecto al año precedente.

Ilustración 5 Variación anual, año corrido y doce meses de los ingresos nominales y el personal ocupado



La variación anual de 6,5% en los ingresos totales, se explica por el incremento de 5,7% de los ingresos por servicios, y por el incremento de 29,7% de otros ingresos operacionales. La variación anual de 8,3% en el personal total, se explica por el incremento de 6,5% en el personal permanente y de 12,4% en el personal temporal directo. (DANE, 2017)

Ilustración 6 Exportaciones del sector servicio Colombia 2017

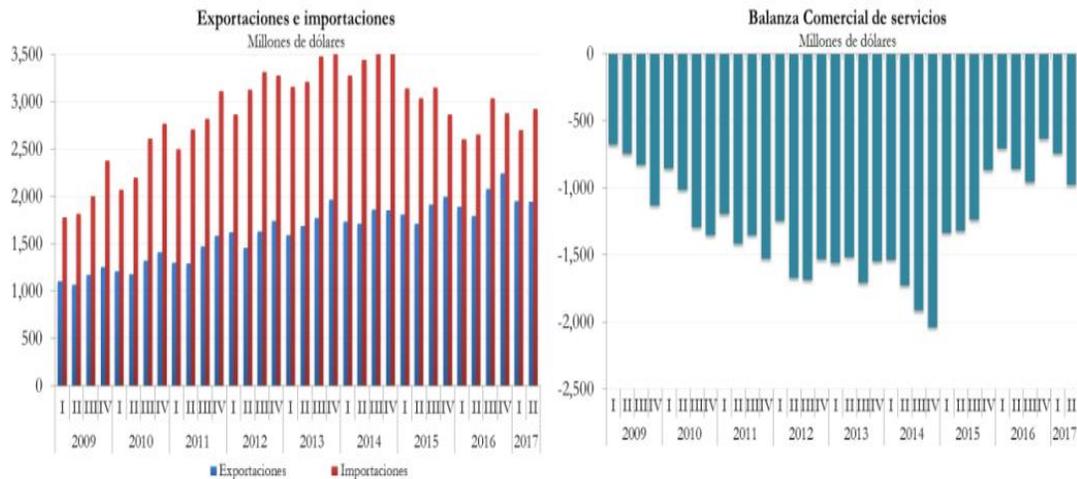


Cuadro 2
BALANZA DE PAGOS DE COLOMBIA
CUENTA CORRIENTE
US\$ Millones

	2016 (ene-jun)	2017 (ene-jun)	Variación (USD)
CUENTA CORRIENTE (A+B+C)	-5,992	-6,119	127
Ingresos	25,045	28,103	3,058
Egresos	31,037	34,222	3,185
A. Bienes y servicios	-6,553	-5,682	-871
1. Bienes	-4,984	-3,988	-996
Exportaciones FOB	15,730	17,924	2,194
Importaciones FOB	20,714	21,912	1,198
2. Servicios	-1,570	-1,694	125
Exportaciones	3,688	3,900	213
Importaciones	5,257	5,595	338
a. Exportaciones	3,688	3,900	213
Transporte	798	835	37
Viajes	2,168	2,247	79
Comunicaciones, información e informática	162	137	-25
Seguros y financieros	36	46	10
Empresariales y de construcción.	393	475	82
Otros servicios	129	159	29

Durante el período de análisis, las exportaciones de servicios aumentaron anualmente 5.8% (US\$ 213 m), impulsadas especialmente por los mayores ingresos recibidos por concepto de servicios de seguros y financieros, empresariales y de construcción (US\$ 92 m), de viajes (US\$ 79 m), de servicios de transporte (US\$ 37 m) y otros servicios (US\$ 29 m) . (BANREP.GOV.CO, 2017)

Gráfico 4
Comercio exterior de servicios
 Millones de dólares 2009-2017



Fuente: Banco de la República.

Las importaciones de servicios registraron un incremento anual de 6.4% (US\$ 338 m), debido a los mayores egresos asociados con los gastos por seguros y servicios financieros (US\$ 170 m), los gastos de viajes (US\$ 157 m) y el pago de servicios de transporte (US\$ 100 m). En contraste, disminuyeron las compras externas asociadas a servicios de comunicaciones, información e informática (US\$ 42 m), empresariales y de construcción (US\$26 m), y otros servicios (US\$21 m). Durante el primer semestre de 2017, los principales egresos corresponden a gastos por viajes al exterior⁶ (US\$ 2,007 m) y servicios de transporte (US\$ 1,332 m) aportando en conjunto el 60% de este rubro. (BANREP.GOV.CO, 2017).

Mercado objetivo

Este negocio va dirigido para el sector agroindustrial que tenga sentido exportador, debido a que es un sector que está en crecimiento en la economía colombiana, además de que en mercados extranjeros es el principal sector que vende y llama la atención a nivel internacional.

Ilustración 8 Exportaciones del sector Agroindustrial de Colombia 2017

BOLETÍN TÉCNICO

Exportaciones (Julio 2017)



1. COMPORTAMIENTO GENERAL DE LAS EXPORTACIONES

Cuadro 1. Valor FOB de las exportaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC) Enero - julio

Grupos de productos (OMC)	Julio					Enero - julio				
	2016	2017	Variación (%)	Contribución a la variación (pp)	Participación 2017 (%)	2016	2017	Variación (%)	Contribución a la variación (pp)	Participación 2017 (%)
	(Millones de dólares FOB)					(Millones de dólares FOB)				
Total	2.227,6	3.065,0	37,6		100,0	16.725,8	20.523,8	22,7		100,0
Agropecuarios, alimentos y bebidas ¹	398,6	631,0	58,3	10,4	20,6	3.918,6	4.396,5	12,2	2,9	21,4
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	1.281,0	1.627,2	27,0	15,5	53,1	8.178,7	10.802,3	32,1	15,7	52,6
Manufacturas ³	460,0	679,0	47,6	9,8	22,2	4.011,4	4.197,0	4,6	1,1	20,4
Otros sectores ⁴	88,1	127,9	45,2	1,8	4,2	617,1	1.128,1	82,8	3,1	5,5

Fuente: DIAN – DANE (EXPO)

* Cifra preliminar

¹ Incluye las secciones de la Clasificación Uniforme del Comercio Internacional (CUCI) correspondientes a: productos alimenticios y animales vivos, bebidas y tabacos, materiales crudos no comestibles y aceites grasas y ceras, excluidos los capítulos de abonos en bruto y menas y desechos de metales.

² Incluye la sección de combustibles y lubricantes minerales y productos conexos de la CUCI y los capítulos correspondientes a abonos en bruto, menas y desechos de metales y metales no ferrosos.

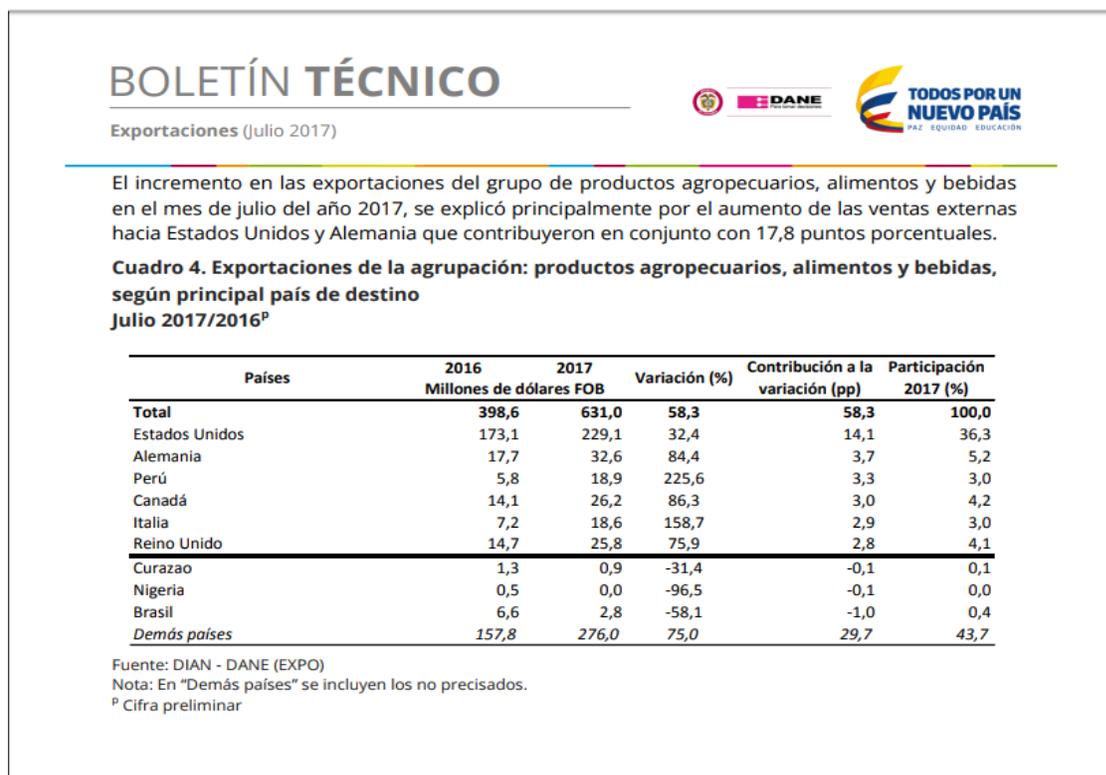
³ Incluye las secciones de la CUCI correspondientes a productos químicos, artículos manufacturados clasificados según el material, maquinaria y equipo

Agropecuarios, alimentos y bebidas Las ventas externas de productos agropecuarios, alimentos y bebidas presentaron un aumento de 58,3% al pasar de US\$398,6 millones FOB en el mes de julio de 2016 a US\$631,0 millones FOB en el mismo mes de 2017.

(DANE, Exportes por sector, 2017).

Estos datos nos confirman que este sector está teniendo un crecimiento importante en la economía colombiana a través de las exportaciones.

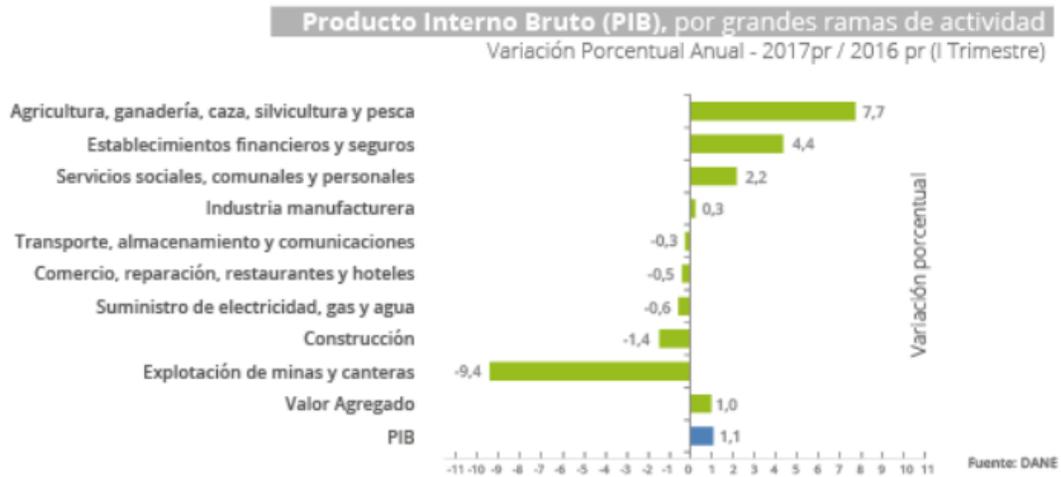
Ilustración 9 Principales destinos de exportación en el sector Agroindustrial:



(DANE, Exportes por sector, 2017)

Esta imagen nos muestra los principales destinos de las exportaciones colombianas, donde se ve reflejado que Estados Unidos es el principal socio comercial de Colombia, por consiguiente se deberá tener un conocimiento pleno de los requerimientos técnicos y aduaneros para realizar operaciones de comercio exterior con este país, por otro lado se evidencia el crecimiento de las relaciones con Alemania, Perú, Canadá, Italia y Reino Unido, esto se debe al crecimiento que ha tenido este sector agroindustrial en el mercado extranjero.

Ilustración 10 Producto Interno Bruto Por sector 2017



La rama con mayor crecimiento en el primer trimestre de 2017 fue Agricultura, caza, silvicultura y pesca con 7,7%, el resultado más alto para un primer trimestre desde el 2001. Por su parte, la rama de Explotación de minas y canteras registró una variación de -9,4% explicado, fundamentalmente, por la caída de la Extracción de petróleo crudo y gas natural (-12,3%). (DANE, P.I.B POR SECTOR, 2017).

Con las estadísticas que proporciona el DANE (Departamento administrativo nacional de estadística) se puede evidenciar que el sector exportador más fuerte que tiene Colombia es el Agro, principalmente en mercados como el de Estados Unidos y Europa, debido a esta demanda tan grande que hay en estos mercados se debe seguir vendiendo productos agrícolas e industriales al exterior, lo que resta decir es que se necesita potenciar el sector con innovación ofreciendo productos procesados que garanticen un mayor ingreso por operación.

3.3. CLIENTE

3.3.1. Segmentación y caracterización del consumidor.

Empresas exportadoras principalmente en la región de Risaralda.

3.3.1.1. Descripción geográfica

Ilustración 11 Risaralda – Colombia



En 2015, Risaralda registró una población de 952 mil personas (DANE, RISARALDA-COLOMBIA, 2015)

3.3.1.2. Descripción demográfica del grupo objetivo

Ilustración 12 Descripción público objetivo

SERVICIO OUTSOURCING		SEVICIO CONSULTORIA	
DEBEN SER EMPRESAS		SIN REQUERIMIENTO	
1.	REGIMÉN COMÚN	EMPRESA JURIDICAS	MIPYMES- GRANDES
2.	GRANDES CONTRIBUYENTES	PERSONAS NATURALES	Personas entre los 18 y 70 años de edad

Fuente: elaboración propia.

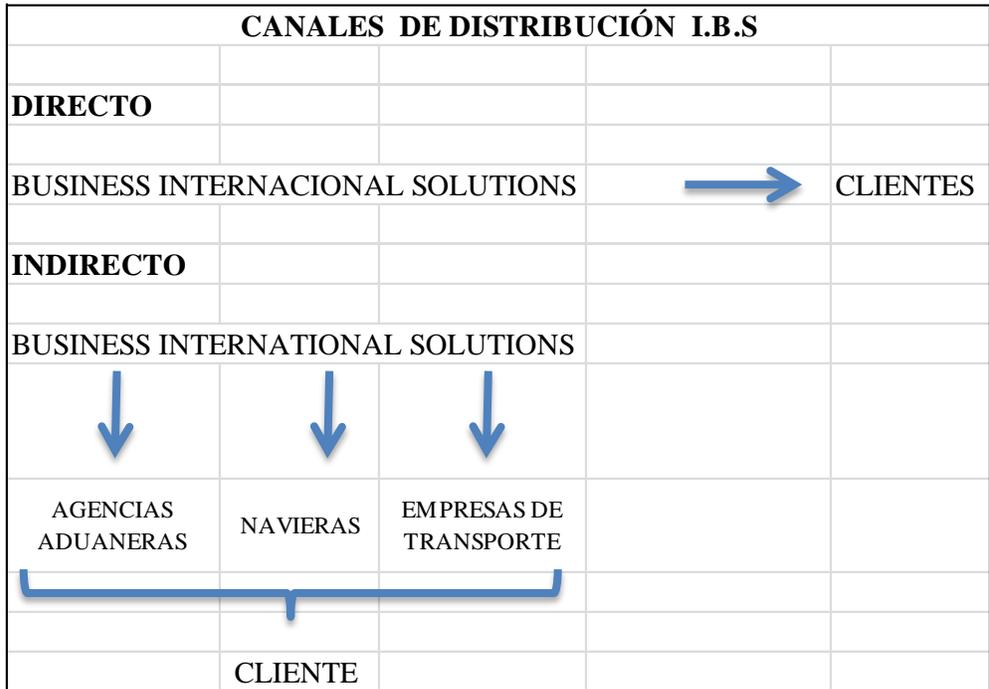
3.3.1.3.Descripción socio económica

Según un artículo publicado en la página web de la revista Dinero “Por qué Fracasan las Pymes en Colombia”, habla de que las pymes en Colombia aportan cerca del 38% del PIB total, una cifra considerablemente baja teniendo en cuenta que en algunas economías desarrolladas estas pueden participar hasta en el 50% o 60% de la producción nacional.

Según la Dian y la súpersociedades, entre el año 2000 y 2009 solo 25 de 1.500 empresas lograron mantenerse como exportadoras. Las empresas medianas no son tan tímidas para entrar al mercado internacional, mientras que las pequeñas si lo son, no logran mantenerse en el mercado internacional porque fallan en la innovación, fallan en el estudio de los mercados a los que le apuestan a ir y en buscar otros tipos de producto u otras aplicaciones para establecerse en estos. (DINERO, 2015)

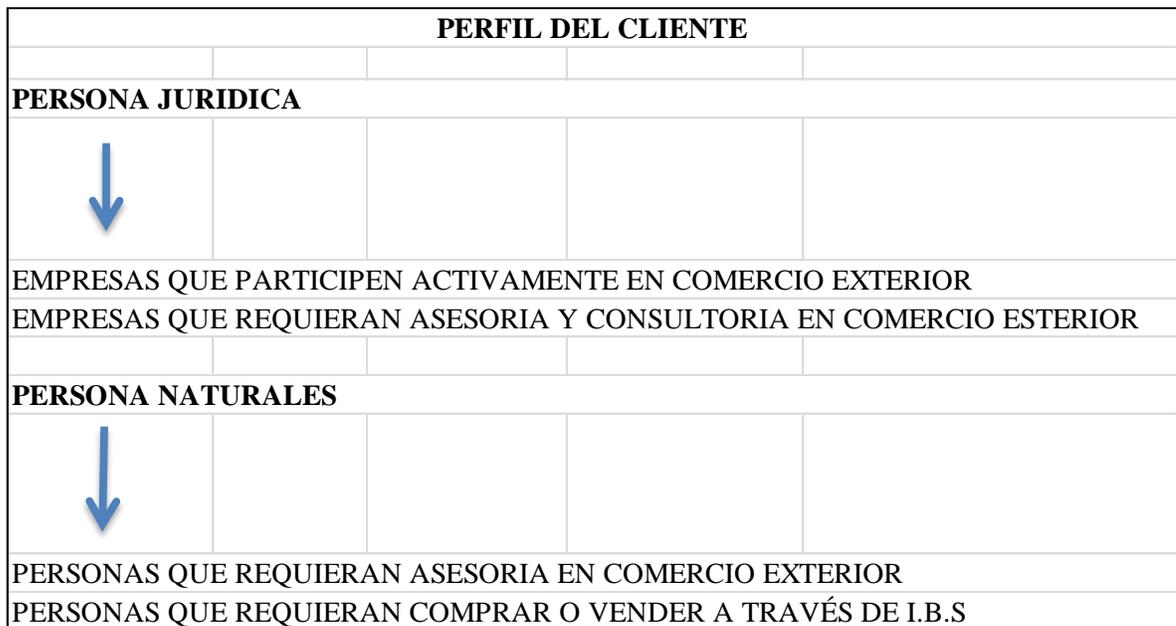
Según el artículo anterior el principal problema de las pymes en Colombia es su situación económica, la falta de inversión y de conocimiento para realizar investigaciones de mercado hacen que estas empresas fracasen, además de esto las pymes desconocen mucho los mecanismos que ofrece el gobierno nacional para el fomento del sector empresarial a través de instrumentos como el fondo emprender entre otras, además la falta de innovación hace que estos productos y servicios no logren competir con las demás empresas o crear valor para los clientes potenciales.

3.3.2. Sistema de distribución



Fuente: Elaboración propia

3.3.3. Perfil del cliente



Fuente: elaboración propia.

3.3.3.1. Necesidades del cliente.

NECESIDADES DEL CLIENTE	
4.	ESTABLECER LA CAPACIDAD INSTALADA DE SU EMPRESA
5.	REALIZAR LAS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR SIN DESVIACIONES LOGISTICAS
6.	PRECIOS LOGISTICOS COMPETITIVOS
7.	MANEJO CAMBIARIO DE LAS OPERACIONES
8.	TIEMPOS DE TRÁNSITO CONTROLADOS
9.	NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES INTERNACIONALES
10.	NEGOCIACIÓN CON CLIENTES INTERNACIONALES
11.	BUSQUEDA DE MERCADOS ATRACTIVOS PARA SUS PRODUCTO O SERVICIOS
12.	CONTROL DE LAS OPERACIONES DETALLADAMENTE CON INFORMES Y ESTADISTICAS
13.	ESTABLECER PRECIOS COMPETITIVOS
14.	ELABORAR ESTUDIOS DE MERCADO
15.	OFERTAR EL PRODUCTO O SERVICIO INTERNACIONALMENTE.

Fuente: elaboración propia.

3.3.3.2. Comportamiento de compra.

Se tiene un precio estándar por operaciones pero cuando las empresas realizan más de 3 operaciones mensuales se les dará un precio especial.

- 1 operación → 1'600.000
- De 3 a 5 operaciones → 1'200.000
- Más de 5 operaciones → 1'000.000

3.3.3.3. Motivaciones de compra.

- 10% Descuento por pago antes de la fecha de vencimiento de la factura del servicio
- 5 Descuento por pago cumplidamente cada mes
- Si el servicio es constante se brindara un servicio de capacitación en comercio exterior para los empleados de la empresa.
- Se ofrecerá crédito por el servicio de outsourcing de 15 a 30 días dependiendo la característica de cada cliente.

3.4. INVESTIGACION DE MERCADO

CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA CONOCIENDO EL TAMAÑO DE LA POBLACIÓN

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde, N = tamaño de la población Z = nivel de confianza, P = probabilidad de éxito, o proporción esperada Q = probabilidad de fracaso D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

$$N = \frac{1,96 * 400 * 0,5}{0,05(2) (400-1) + 1,96^a (2) * 0,5}$$

$$N = \frac{392}{2,975}$$

$$N = 131,76$$

Elaboración propia

3.4.1. Listado de Clientes Potenciales.

Ilustración 13 Clientes potenciales

EMPRESA	Ciudad domicilio
COATS CADENA ANDINA S A	PEREIRA
INGENIO RISARALDA S A	PEREIRA
AMERICANA DE CURTIDOS LTDA Y CIA S C A	SANTA ROSA DE CABAL
AVOFRUIT	PEREIRA
C I PRODUCTOS BASICOS IMPORT Y EXPORT S A - C I PROBA S A	PEREIRA
ALPACA LTDA	DOSQUEBRADAS
IXTAPA S A S	DOSQUEBRADAS
C I LATIN PRODUCTS TRADING E U	PEREIRA
IMAAS LTDA	PEREIRA
INDUSTRIA DE LA MODA COLOMBIANA IMCOL S A S	DOSQUEBRADAS
FRUVAL S A S	PEREIRA
PRODTORA NACIONAL DE ALIMENTOS PRONAL S A	DOSQUEBRADAS
C I TREJOS Y ESPANA S A S	PEREIRA
AYCO LTDA	PEREIRA
MANUFACTURAS INFANTILES S A	PEREIRA
FOLLAJES LA ILUSION C I E U	PEREIRA
C I GIO S INTL LTDA	PEREIRA
FLOR DE APIA S A S	PEREIRA
INDS SALGARI E U	PEREIRA
UREUS COLOMBIA C I - S A S	DOSQUEBRADAS
THIS FRUTA S A S	SANTA ROSA DE CABAL
PSI ESPECIALIZADOS S A S	PEREIRA
INTEGRANDO LTDA	PEREIRA
INVS Y DESTINOS S A S	PEREIRA
INVES FASHION TV S A	DOSQUEBRADAS

Fuente: elaboración propia

3.4.2. Preferencias del consumidor y/o cliente.

Estadísticos

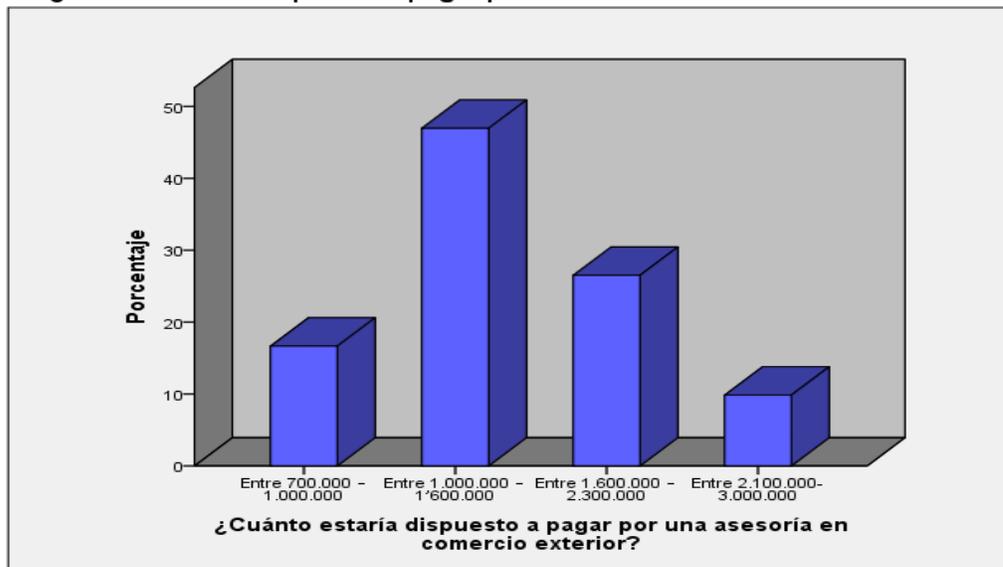
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una asesoría en comercio exterior?

N	Válido	132
	Perdidos	0

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una asesoría en comercio exterior?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Entre 700.000 – 1.000.000	22	16,7	16,7	16,7
Entre 1.000.000 – 1'600.000	62	47,0	47,0	63,6
Entre 1.600.000 – 2.300.000	35	26,5	26,5	90,2
Entre 2.100.000- 3.000.000	13	9,8	9,8	100,0
Total	132	100,0	100,0	

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una asesoría en comercio exterior?



Fuente: Encuesta.

Análisis:

Se analiza que el mayor porcentaje de los encuestados se encuentran dispuestos a pagar por una asesoría comercial entre 1.000.000 pesos y 2.300.000, por lo cual vemos que es muy viable los precios propuestos.

Estadísticos

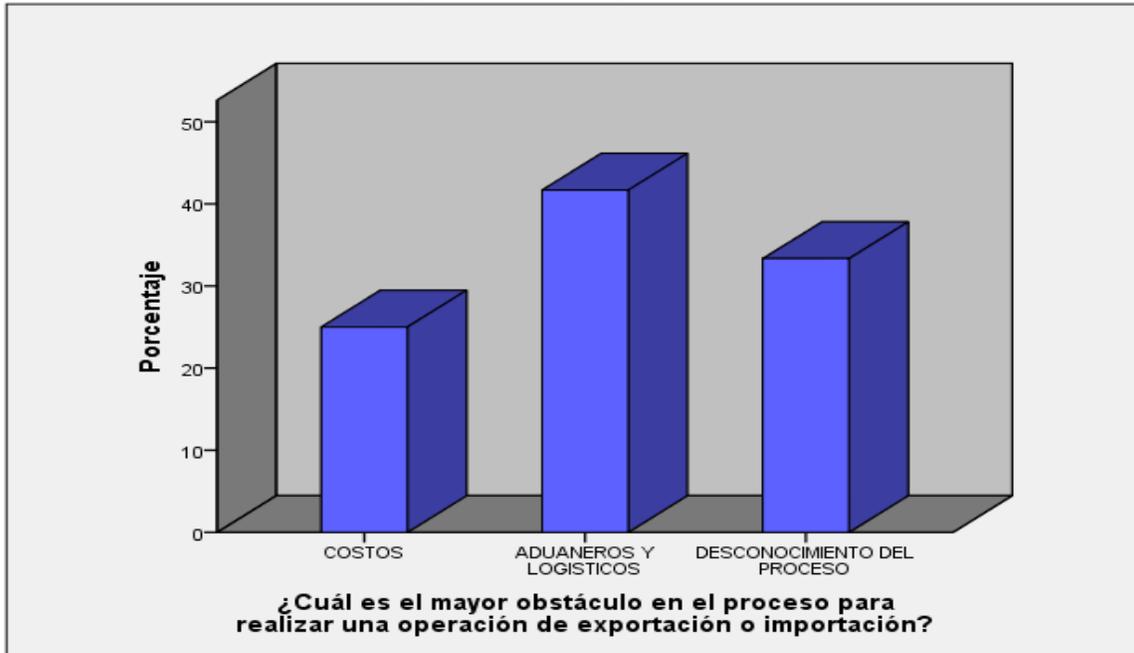
¿Cuál es el mayor obstáculo en el proceso para realizar una operación de exportación o importación?

N	Válido	132
	Perdidos	0

¿Cuál es el mayor obstáculo en el proceso para realizar una operación de exportación o importación?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido COSTOS	33	25,0	25,0	25,0
ADUANEROS Y LOGISTICOS	55	41,7	41,7	66,7
DESCONOCIMIENTO DEL PROCESO	44	33,3	33,3	100,0
Total	132	100,0	100,0	

¿Cuál es el mayor obstáculo en el proceso para realizar una operación de exportación o importación?



Fuente: Encuesta.

Análisis:

Se analiza que el mayor porcentaje de los encuestados tienen como mayor obstáculo los procesos aduaneros y logísticos, como el desconocimiento del proceso, por lo cual la idea de negocio planteada nos da factibilidad en esta investigación de mercado, siendo el menor obstáculo el costo del proceso.

CRUZADAS

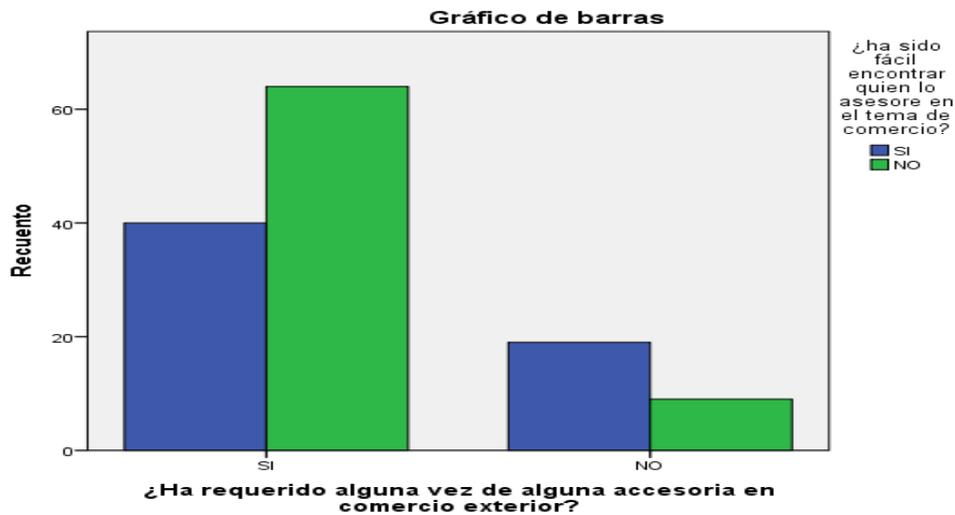
Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Ha requerido alguna vez de alguna accesoría en comercio exterior? * ¿ha sido fácil encontrar quien lo asesore en el tema de comercio?	132	100,0%	0	0,0%	132	100,0%

Tabla cruzada ¿Ha requerido alguna vez de alguna accesoría en comercio exterior?* ¿ha sido fácil encontrar quien lo asesore en el tema de comercio?

Recuento

	¿Ha sido fácil encontrar quien lo asesore en el tema de comercio?		Total
	SI	NO	
¿Ha requerido alguna vez de alguna accesoría en comercio exterior?	40	64	104
	19	9	28
Total	59	73	132



Análisis:

Se analiza que el mayor porcentaje de los encuestados han requerido alguna vez de alguna asesoría de comercio exterior, pero no le ha sido fácil encontrar quien le asesore en este tema, dándonos como análisis el que tenemos un mercado objetivo que posee una necesidad, con lo cual podemos suplirla.

Estadísticos

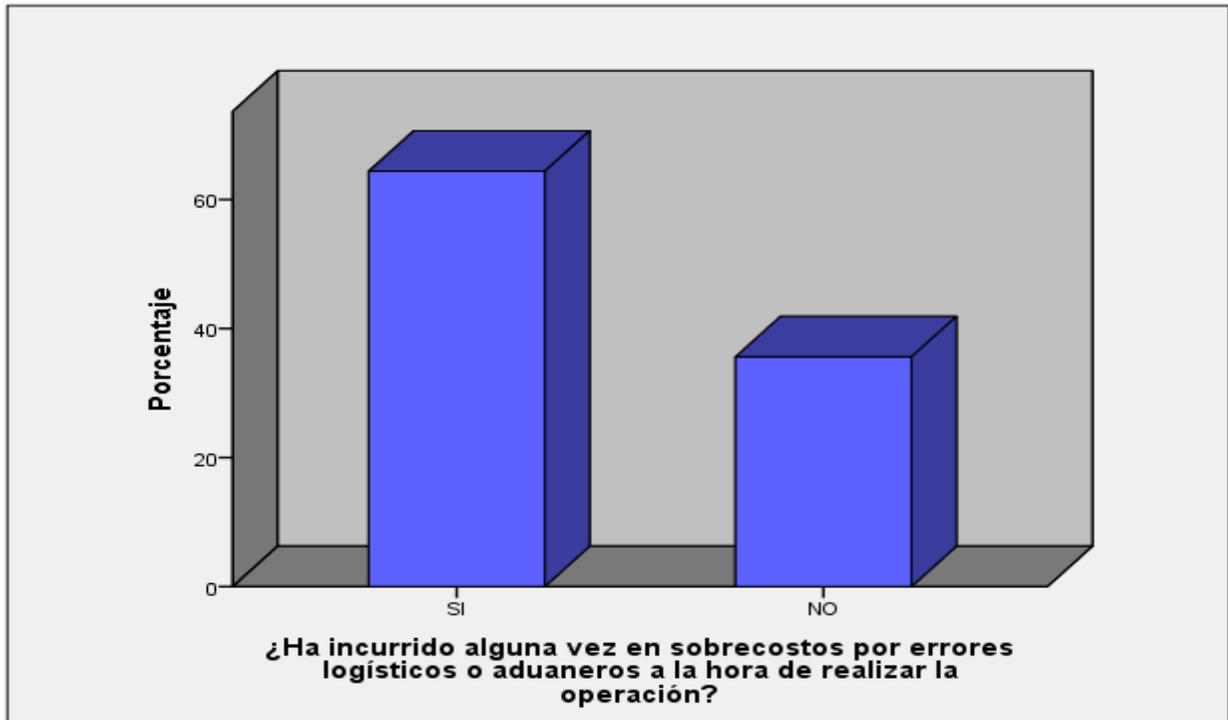
¿Ha incurrido alguna vez en sobrecostos por errores logísticos o aduaneros a la hora de realizar la operación?

N	Válido	132
	Perdidos	0

¿Ha incurrido alguna vez en sobrecostos por errores logísticos o aduaneros a la hora de realizar la operación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	85	64,4	64,4	64,4
	NO	47	35,6	35,6	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

¿Ha incurrido alguna vez en sobrecostos por errores logísticos o aduaneros a la hora de realizar la operación?



Fuente: Encuesta

Análisis:

Se analiza que el mayor porcentaje de los encuestados ha incurrido en sobre costos por errores logísticos o aduaneros a la hora de realizar la operación de comercio exterior, con lo cual podemos dar soporte a estas empresas para minimizar estos costos y así hacerlas más rentables, por ende, estaríamos supliendo la necesidad que el mercado solicita.

Estadísticos

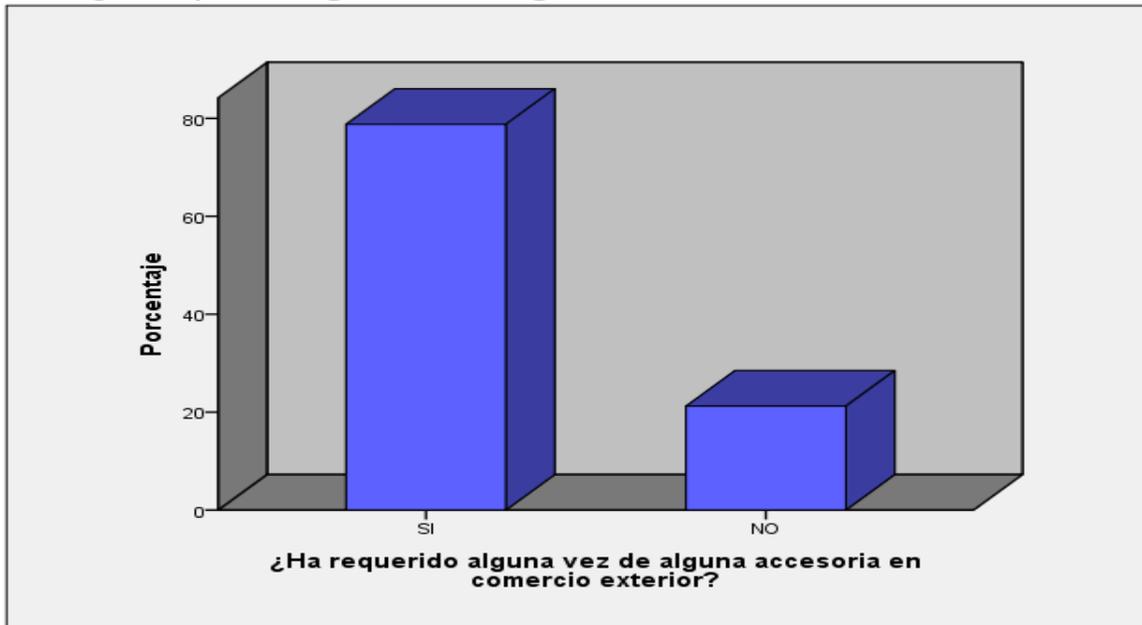
¿Ha requerido alguna vez de alguna accesoria en comercio exterior?

N	Válido	132
	Perdidos	0

¿Ha requerido alguna vez de alguna asesoría en comercio exterior?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	104	78,8	78,8	78,8
	NO	28	21,2	21,2	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

¿Ha requerido alguna vez de alguna accesoria en comercio exterior?



Fuente: Encuesta.

Análisis:

Se analiza que el mayor porcentaje de los encuestados, es decir, 132 empresas que manejan comercio exterior, en un total de 78,8 % ha requerido alguna accesoria en comercio exterior, por lo cual, vemos que la mayoría de estas están solicitando que haya un lugar fiable en donde puedan hacer sus consultas de comercio exterior.

Estadísticos

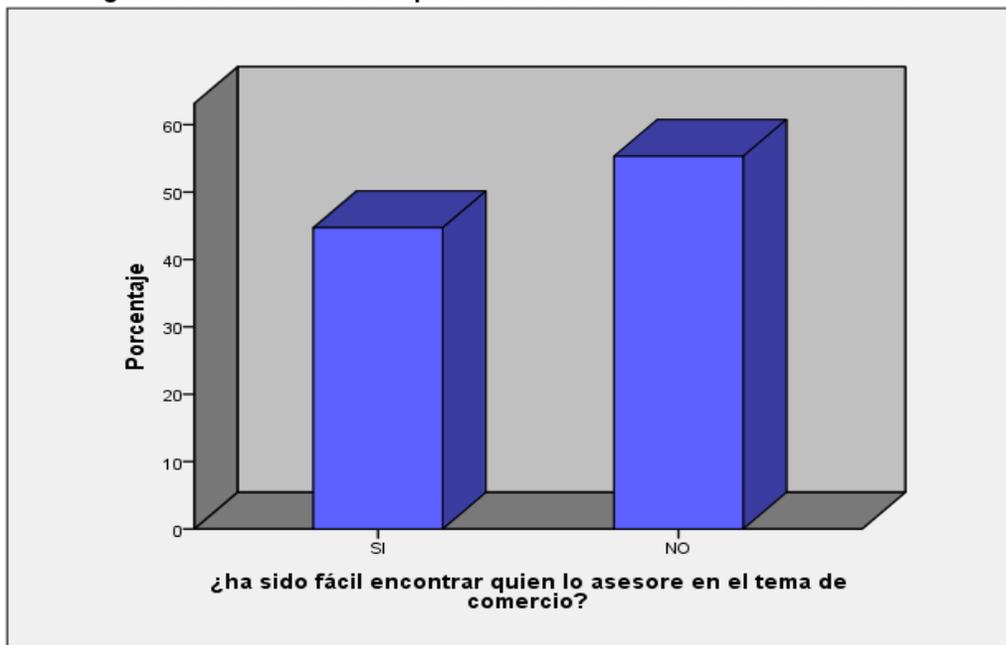
¿ha sido fácil encontrar quien lo asesore en el tema de comercio?

N	Válido	132
	Perdidos	0

¿Ha sido fácil encontrar quien lo asesore en el tema de comercio exterior?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	59	44,7	44,7	44,7
	NO	73	55,3	55,3	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

¿ha sido fácil encontrar quien lo asesore en el tema de comercio?



Fuente: Encuesta

Análisis:

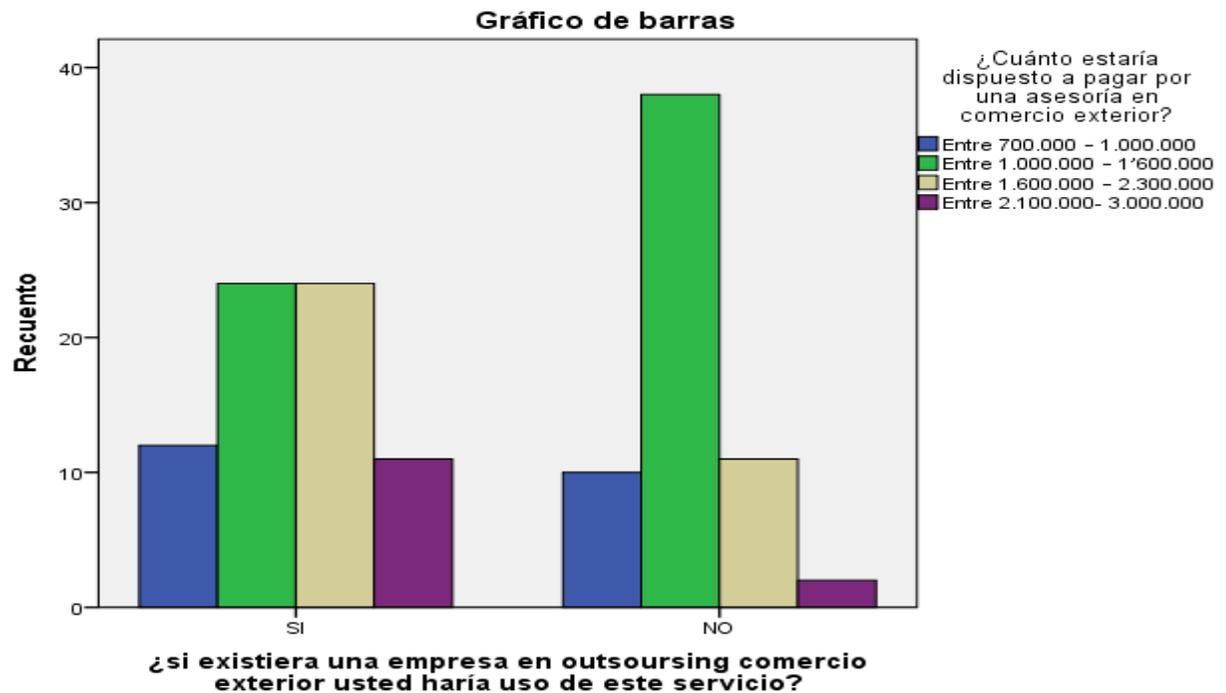
Se analiza que el mayor porcentaje de los encuestados no le fue fácil encontrar quien lo asesorara en temas de comercio exterior, por ende, vemos que existe una oportunidad de negocio para darles facilidad a la hora de que estas empresas puedan encontrar un sitio donde les puedan dar estas asesorías.

CRUZADAS

Tabla cruzada ¿si existiera una empresa en outsourcing comercio exterior usted haría uso de este servicio?*¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una asesoría en comercio exterior?

Recuento

		¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una asesoría en comercio exterior?				Total
		Entre 700.000 – 1.000.000	Entre 1.000.000 – 1'600.000	Entre 1.600.000 – 2.300.000	Entre 2.100.000- 3.000.000	
¿Si existiera una empresa en outsourcing comercio exterior usted haría uso de este servicio?	SI	12	24	24	11	71
	NO	10	38	11	2	61
Total		22	62	35	13	132



Análisis:

Se analiza que el pico más alto de los encuestados se encuentran en el sector NO, con un total de 38 empresas, pero cabe resaltar en el siguiente pico lo marca el SI, en un total de 48, siendo así mayor el SI, que está dispuesto a usar una empresa en outsourcing de comercio exterior, es decir que el porcentaje está dividido y que se debe de trabajar con planes de mercadeo y publicidad, como de planes de acción y estrategias, para capturar los clientes-empresas potenciales.

RESULTADOS ESTUDIO DE MERCADO

Las encuestas indicaron que:

- las 132 empresas encuestadas realizan operaciones de comercio exterior.
- 62 empresas realizan operaciones frecuentemente, 59 empresas muy frecuentemente y 11 empresas realizan muy pocas operaciones de comercio exterior.
- De las 132 empresas encuestadas 98 han cometido errores a la hora de realizar operaciones de comercio exterior
- De las 132 empresas encuestadas 85 empresas has incurrido en sobrecostos por errores logísticos o aduaneros mientras las 47 empresas restantes respondieron que no.
- Con respecto a quien realiza las operaciones de comercio exterior en la empresa, 105 empresas tienen un profesional en comercio exterior, 18 empresas tienen personal de otras áreas encargado del comercio exterior y sólo 9 empresas han contratado un outsourcing.
- 55 empresas respondieron que el mayor obstáculo que tienen las empresas para realizar operaciones de comercio exterior es en el aspecto logístico y aduanero, mientras que 44 empresas respondieron que es el desconocimiento del proceso y 33 empresas dicen que los costos son el mayor obstáculo.
- 104 empresas han requerido asesoría en comercio exterior y sólo 28 empresas respondieron que no la han requerido.
- 59 empresas respondieron que ha sido fácil encontrar asesoría en comercio exterior, mientras que 73 empresas respondieron que no les ha sido fácil encontrar quien los asesore en temas de comercio exterior.
- 71 empresas respondieron que si existiera una empresa que brindara el servicio de outsourcing de comercio exterior harían uso de este servicio, mientras que 61 empresas respondieron que No.
- Con relación a cuanto estarían dispuestas a pagar las empresas por los servicios de outsourcing en comercio exterior, 22 empresas respondieron entre 700.000 – 1'000.000, 62 empresas respondieron entre 1'000.000 – 1'600.000, 35 empresas respondieron entre 1'600.000 – 2'300.000 y 13 empresas respondieron entre 2'100.000 y 3'000.000.
- 70 empresas respondieron que conocen todos los instrumentos de comercio exterior, mientras que 31 empresas respondieron que no conocen a fondo los instrumentos de comercio exterior, 13 empresas conocen muy bien cómo funcionan las zonas francas, otras 13 empresas conocen las comercializadoras internacionales y sólo 5 empresas conocen bien cómo funciona en plan vallejo.

CONCLUSIONES ESTUDIO DE MERCADO

Con las encuestas realizadas se evidenció que las empresas del departamento de Risaralda requieren de un servicio especializado que garantice resultados óptimos y eficaces a la hora de realizar las operaciones de comercio exterior, la gran mayoría de empresas encuestadas han tenido inconvenientes que han hecho retrasar la operación e incurrir en sobre costos; por otro lado se encontró que es un servicio viable y factible debido a que muchas empresas están dispuestas a contratar el servicio de comercio outsourcing en comercio exterior para enfocarse en su actividad económica principal, además uno de los mayores obstáculos que tienen las empresas para exportar o importar es la falta de experiencia y conocimiento en el tema, también se encontró que las empresas resaltan que otros de los inconvenientes para realizar comercio exterior es los costos y todos los procesos logísticos y aduaneros, y estos aspectos son los que IBS pretende controlar, desviaciones logísticas y sobre costos por errores en la operación.

3.5.LA COMPETENCIA

1. Central del comercio internacional:

Brinda servicios integrales de Comercio Exterior a empresas y personas naturales a través de procedimientos claramente definidos que buscan generar soluciones a problemas aduaneros, logísticos, cambiarios y de inversión. Ofrecemos un concepto profesional a cada una de las necesidades de nuestros clientes, haciendo de nuestro trabajo una labor certera, impecable y eficiente.

Servicios:

a. Transferencia Tecnológica: Alcance competitividad global

Central de Comercio Internacional por medio del servicio Premium+ ofrece la posibilidad a las empresas de acceder a tecnología de punta, la cual permitirá rediseñar sus técnicas productivas, obtener competitividad, reducir costos, adaptarse a los estándares internacionales y tener la posibilidad de abrir nuevos mercados no alcanzables bajo los medios de producción tradicionales.

b. Outsourcing en Comercio Exterior: Ocuparse de producir en lugar de la logística

Central de Comercio Internacional ofrece el servicio de Outsourcing a empresas extranjeras que desean llegar al mercado colombiano, también a empresas colombianas que desean llegar al exterior. Algunas de estas empresas se encuentran limitadas debido a su capacidad de realizar una logística a costos competitivos, la falta de conocimientos específicos que pueden tornar la operación excesivamente riesgosa.

c. Inteligencia Comercial: La información es fundamental para decidir bien

El Informe de Inteligencia Comercial Internacional presenta de forma clara, concisa y directa diferentes factores claves para el éxito de su empresa. Conocer otros importadores de productos similares o sustitutos, conocer los clientes de su competencia en el exterior, conocer los proveedores de su competencia, volumen en el tiempo de importaciones y exportaciones, es información valiosa que le permite tomar decisiones de inversión, distribución e incluso, negociación.

d. Consultoría en Comercio Exterior: Todo proceso es susceptible de mejorar

Nuestra compañía ofrece este servicio de consultoría a pequeñas, medianas y grandes empresas, la finalidad del servicio es encontrar ineficiencias que generen retrasos en tiempo o costos excesivos posiblemente injustificados, medir la efectividad actual del departamento, encontrar posibles fugas de capital en sus procesos de Comercio Exterior y optimizar las relaciones de su departamento de Comercio Exterior.

2. Acceso internacional:

Acceso Internacional tiene como principal propósito el promover e impulsar la actividad de crecimiento comercial y productivo de los pequeños y medianos empresarios de Colombia. Para ello nos valemos de métodos logísticos que optimizan el rendimiento de la cadena de suministro internacional así como de modelos de expansión comercial para la internacionalización de sus productos.

Servicios:

- a. Outsourcing en exportación
- b. Outsourcing en importación

3. Cargo master:

Cargomaster s.a., agencia de carga internacional IATA, certificada BASC, inició sus operaciones en el año 1987 en la ciudad de Bogotá, Colombia, especializándose en el manejo de exportaciones e importaciones.

Servicios:

- a. Transporte Aéreo
- b. Transporte Marítimo
- c. Transporte terrestre

Logística en:

- Manejo de perecederos
- Servicios de aduana
- Bodegajes
- Seguros

3.6. VENTAJA COMPETITIVA

CUADRO 10 Matriz de competencia

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	PONDERACION	Central del Comercio Internacional		Acceso Internacional		Cargo Master	
		Calificación	Resultado	Calificación	Resultado	Calificación	Resultado
PARTICIPACION EN EL MERCADO	10%	4,0	0,3	4,0	0,4	5,0	0,5
COMPETITIVIDAD EN PRECIOS	10%	4,0	0,4	3,0	0,5	4,0	0,4
DISTRIBUCION Y LOGISTICA	20%	4,0	0,8	3,0	1,0	4,0	0,8
CALIDAD DEL SERVICIO	40%	5,0	1,6	4,0	2,0	5,0	2,0
OFERTA EN SERVICIOS	20%	5,0	0,6	3,0	0,8	4,0	0,8
TOTAL RESULTADO PONDERADO	100%	--	4,9	--	3,2	--	4,5

Fuente: elaboración propia.

CUADRO 11 Matriz de competencia propia

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	PONDERACION	I.B.S International Business Solutions	
		Calificación	Resultado
PARTICIPACION EN EL MERCADO	10%	5,0	0,5
COMPETITIVIDAD EN PRECIOS	10%	5,0	0,5
DISTRIBUCION Y LOGISTICA	20%	5,0	1,0
CALIDAD DEL SERVICIO	40%	5,0	2,0
CAPACIDAD DE OFERTA EN SERVICIOS	20%	5,0	1,0
TOTAL RESULTADO PONDERADO	100%	--	5,0

Fuente: elaboración propia

3.7.FACTORES CRITICOS DEL EXITO

CUADRO 12 Factores críticos del éxito

ITEM	POSITIVO	NEGATIVO
TASA DE CAMBIO	X	X
CONTRABANDO		X
REGLAMENTACIÓN GUBERNAMENTALES	X	X
POLITICAS ECONOMICAS		X
SECTOR	X	X

Fuente: elaboración propia

- Tasa de cambio: Es un factor crítico que depende de las variaciones en el mercado para saber si una empresa gana o pierde, por ejemplo si se está exportando y el dólar se revalúa frente al peso hay un beneficio por la diferencia en cambio, pero si se está importando y el dólar se revalúa se perjudica la empresa que esté realizando la importación debido a que tendrá que pagar más por el producto.
- Contrabando: Este es un factor crítico de mucho riesgo, ya que puede afectar la distribución física internacional de la mercancía, por eso es importante implementar actores en la logística debidamente certificados.
- Reglamentación gubernamental: El cambio de la normatividad gubernamental puede afectar o beneficiar a las empresas dependiendo de los cambios en normativa que afecte la actividad empresarial de las empresas.
- Políticas económicas: Este factor es de vital importancia para que las empresas puedan desarrollar su actividad de manera factible.
- Sector: Este es un factor crítico de éxito, debido a que si el sector está fortalecido y en crecimiento será mejor para la empresa, de igual forma si el sector está en crisis pues afectará de una manera directa a la empresa.

3.8. IMPACTOS

3.8.1. Sociales

- Generación de empleo (Personas de edad y vulnerables)
- Fortalecimiento del sector exportador colombiano
- Capacitación constante de personas en las empresas
- Estabilidad laboral

3.8.2. Económicos

- Crecimiento monetario de las empresas y personas
- Aumento de las exportaciones que afectará de manera positiva la balanza de pagos de Colombia

3.8.3. Ambientales

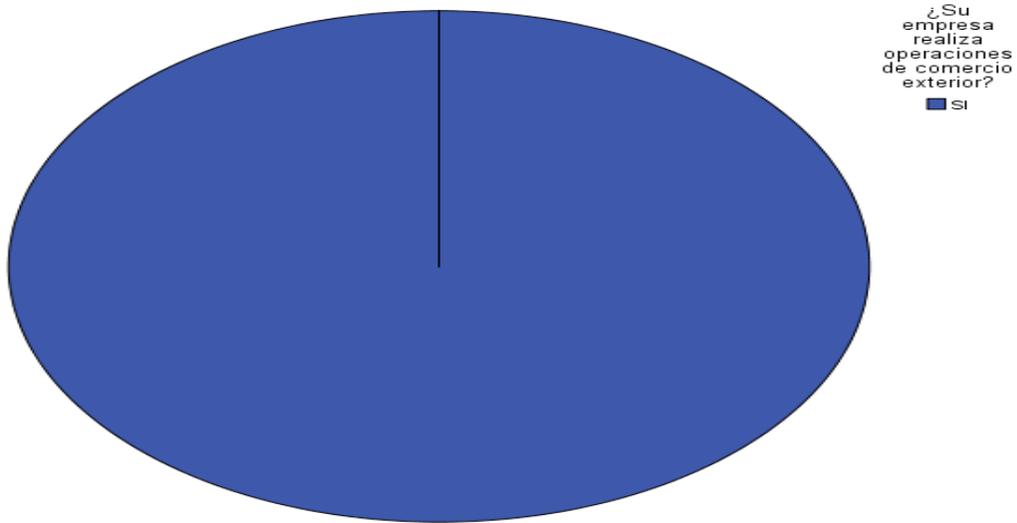
1. Toda la actividad empresarial se hará de una manera sostenible, siempre buscando reciclar, ahorrar energía y agua dentro de la empresa, capacitando al personal para el uso de los equipos electrónicos para que el uso de estos no sea excesivo.

3.8.4. Financieros

Para el caso del plan de negocio el valor presente neto es positivo lo que indica que el proyecto será rentable y es factible desde el punto de vista financiero y por tal razón la decisión a tomar según este resultado sería la de ejecutar el plan de negocio. El VPN positivo quiere decir que el proyecto es capaz de generar suficiente dinero para que recuperar la inversión inicial y además genera ganancias.

La TIR del proyecto es 177,40% por lo que el proyecto analizado devuelve el capital invertido más una ganancia adicional, siendo rentable.

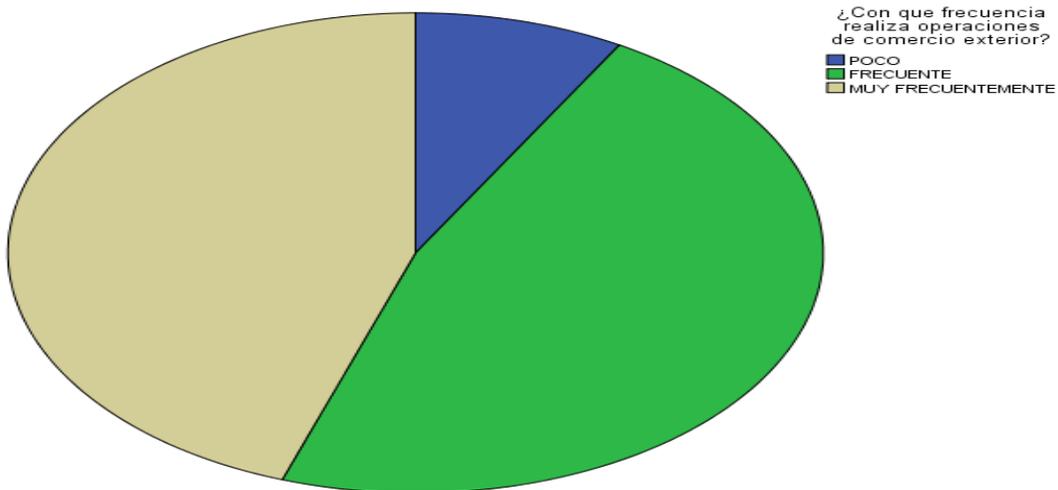
3.9.TAMAÑO DEL MERCADO



El 100% de las empresas encuestadas realizan operaciones de comercio exterior

3.10. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

Las empresas encuestadas el 60% realiza operaciones de comercio exterior muy frecuentemente, el 50 muy frecuente y sólo el 10% realiza operaciones muy poco.



3.10.1. PLAN DE VENTAS NACIONALES

CUADRO 13 Proyección de venta

PROYECCIÓN DE VENTAS ANUAL AÑO 1							
MESES	NÚMERO DE SERVICIOS		VALOR PROMEDIO DE LOS SERVICIOS		TOTAL		TOTAL MENSUAL AÑO 1
	GERENCIA COMERCIO EXTERIOR	GERENCIA COMERCIAL	GERENCIA COMERCIO EXTERIOR	GERENCIA COMERCIAL	COMERCIO EXTERIOR	GERENCIA COMERCIAL	
ENERO	\$ 14	\$ 8	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 22.400.000	\$ 16.000.000	\$ 38.400.000
FEBRERO	\$ 15	\$ 7	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000	\$ 14.000.000	\$ 38.000.000
MARZO	\$ 12	\$ 11	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 19.200.000	\$ 22.000.000	\$ 41.200.000
ABRIL	\$ 15	\$ 8	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000	\$ 16.000.000	\$ 40.000.000
MAYO	\$ 13	\$ 7	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 20.800.000	\$ 14.000.000	\$ 34.800.000
JUNIO	\$ 14	\$ 7	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 22.400.000	\$ 14.000.000	\$ 36.400.000
JULIO	\$ 14	\$ 8	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 22.400.000	\$ 16.000.000	\$ 38.400.000
AGOSTO	\$ 9	\$ 6	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 14.400.000	\$ 12.000.000	\$ 26.400.000
SEPTIEMBRE	\$ 16	\$ 9	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 25.600.000	\$ 18.000.000	\$ 43.600.000
OCTUBRE	\$ 17	\$ 10	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 27.200.000	\$ 20.000.000	\$ 47.200.000
NOVIEMBRE	\$ 18	\$ 9	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 28.800.000	\$ 18.000.000	\$ 46.800.000
DICIEMBRE	\$ 18	\$ 10	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 28.800.000	\$ 20.000.000	\$ 48.800.000
TOTAL					\$ 280.000.000	\$ 200.000.000	\$ 480.000.000

Fuente: elaboración propia

3.11. PLAN DE MERCADEO

3.11.1. Análisis D.O.F.A

CUADRO 14 Matriz D.O.F.A

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
1) Sostener la operación en temas de costos para otorgar créditos a los clientes	1) Crecimiento de las Pymes exportadoras
2) Falta de presupuesto para contratar personal y atender la demanda en el mercado	2) servicio pionero, demanda grande de empresas que requieren el servicio
3) Carencia de un plan que determine la labor y funciones para cada cargo dentro de cada área	3) mercados muy atractivos para las exportaciones a través del TLC
4) Falta de experiencia en la gestión humana dentro de la empresa.	4) Planes de incentivos al comercio exterior por parte del gobierno, que permiten financiar las operaciones.
FORTALEZAS	AMENAZAS
1) Precios competitivos en el mercado.	1) Competencia.
2) Servicio innovador de alta calidad	2) Desconocimiento de los empresarios en el servicio
3) Personal altamente capacitado	3) Tasa de cambio
4) Aliados estratégicos en el exterior	4) Tasas impositivas e impuestos para las empresas
5) Las empresas solo pagaran un monto por el servicio y no tendrán que pagar aportes parafiscales, salud, pensión etc...	5) Infraestructura vial mala y la falta de tecnología en los puertos, procesos logísticos demorados.
	6) Altos costos de los servicios logísticos
	7) inestabilidad política

Fuente: elaboración propia.

- Debilidad 1 → Oportunidad 4
- Amenaza 1 → Fortaleza 1
- Debilidad 4 → Fortaleza 3
- Amenaza 2 → Fortaleza 5
- Debilidad 2 → Oportunidad 4
- Amenaza 6 → Fortaleza 4

Estrategias:

D1O4: Buscar opciones de crédito para los clientes, en donde puedan financiarse. Preferiblemente una empresa que sea outsourcing de varios bancos o cooperativas.

A1F1: Hacer un plan de publicidad, en donde se enmarque la experiencia y los beneficios como precios competitivos, y demás, para entrar al mercado con fuerza, y evitar la competencia desleal.

D4F3: Realizar un plan de capacitación por parte de Gerencia, para tener control sobre el personal capacitado, firmando actas de compromiso, y estar haciendo seguimiento de estas.

A2F5: Realizar un plan de visitas mensuales a las empresas, mostrando los beneficios de tener un aliado como outsourcing.

D2O4: Presentar el proyecto ante entidades que posean planes de incentivos al comercio exterior por parte del gobierno para suplir las necesidades de la empresa y los presupuestos requeridos.

A6F4: Presentar un benchmarking ante las empresas-clientes para mostrar que se tiene precios competitivos y beneficios ante la competencia.

3.11.2. Estrategia mezclas de mercadeo

3.11.2.1. Estrategias de producto o servicio

Establecer un sistema de control y medición de la calidad del servicio para identificar la satisfacción del cliente, además de esto comparar el servicio de los principales competidores, para así determinar sus principales falencias y fortalezas, con el fin de buscar un servicio que sea excelente.

3.11.2.2. Estrategias de precio

Se tiene un precio estándar por operaciones pero cuando las empresas realizan más de 3 operaciones mensuales se les dará un precio especial.

- 1 operación \longrightarrow 1'600.000
- De 3 a 5 operaciones \longrightarrow 1'200.000
- Más de 5 operaciones \longrightarrow 1'000.000

3.11.2.3. Estrategias de publicidad

Distribuir volantes por las empresas que sean debidamente identificadas como objetivas, además trabajar de la mano con las cámaras de comercio y las entidades fomentadoras de comercio exterior como por ejemplo Procolombia para establecer relaciones que permitan que estas entidades promocionen nuestros servicios.

3.11.2.4. Estrategias de promoción

- 10% Descuento por pago antes de la fecha de vencimiento de la factura del servicio
- 5 Descuento por pago cumplidamente cada mes
- Si el servicio es constante se brindara un servicio de capacitación en comercio exterior para los empleados de la empresa.
- Se ofrecerá crédito por el servicio de outsourcing de 15 a 30 días dependiendo la característica de cada cliente.

3.11.2.5. Estrategia de distribución

Se pretende llegar a través de un canal directo donde sea contacto en primera persona con el cliente, lo que consistirá en visitar sus instalaciones, estar en constantes reuniones, para que los clientes sientan que el servicio es especializado.

3.11.2.6. Estrategia de ventas

Ir a las principales ferias internacionales de comercio exterior para ofrecer el servicio, hablar al cliente del valor de nuestra empresa para la suya.

3.11.2.7. Estrategia de servicio

Visitar las empresas 2 veces por semana medio tiempo donde se manejaran directamente las operaciones, presentando informes semanales y un balance por operación, de igual forma para resolver todas las inquietudes y requerimientos precisos en cada visita.

3.11.3. Presupuesto mezcla de mercadeo

CONCEPTO	VALOR
Estrategia de producto o servicio	500.000
Estrategia de precio	1'000.000
Estrategia de publicidad	1'500.000
Estrategia de promoción	1'200.000
Estrategia de distribución	800.000
Estrategia de ventas	5'000.000
Estrategias de servicio al cliente	300.000
TOTAL	10'300.000

Fuente: Elaboración propia

4. CAPSULA TÉCNICA

4.1.FICHA TECNICA

FICHA TÉCNICA GERENCIA DE COMERCIO EXTERIOR	
NOMBRE DE LA EMPRESA:	I.B.S. INTERNATIONAL BUSINESS SOLUTIONS
DIRECCIÓN:	CRA 19 # 11-58 OFI. 502 PARQUE BOLIVAR
CIUDAD:	PEREIRA - RISARALDA
CONTACTOS:	ANDRES MAURICIO GOMEZ GUARIN - LARRY JULIAN GONZALES
TELEFONOS:	3225349519- 3004880400
EMAIL:	CONTACTO@IBS.COM.CO
	SERVICIOS:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. ANALIS DE OFERTA Y CAPACIDAD INSTALADA 2. VIABILIDAD Y FACTIBILIDAD DE LA OPERACIÓN 3. PREPARACIÓN TECNICA Y ADUANERA DE LA EMPRESA Y EL PRODUCTO 4. VALIDACIÓN DE INCOTERMS Y TERMINOS DE PAGO 5. ADMINISTRACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL DEL PRODUCTO Y CANALIZACIÓN DE DIVISAS

FICHA TÉCNICA GERENCIA COMERCIAL	
NOMBRE DE LA EMPRESA:	I.B.S. INTERNATIONAL BUSINESS SOLUTIONS
DIRECCIÓN:	CRA 19 # 11-58 OFI. 502 PARQUE BOLIVAR
CIUDAD:	PEREIRA - RISARALDA
CONTACTOS:	ANDRES MAURICIO GOMEZ GUARIN - LARRY JULIAN GONZALES
TELEFONOS:	3225349519- 3004880400
EMAIL:	CONTACTO@IBS.COM.CO
	SERVICIOS:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. ASISTENCIA EN PLANES DE MERCADO Y ESTRATEGIA 2. ASESORIA DE NEGOCIACIÓN CON CLIENTES 3. NEGOCIACIÓN DIRECTA CON CLIENTES EN ESPAÑOL E INGLES 4. BUSQUEDA Y CONTACTO DE NUEVOS CLIENTES

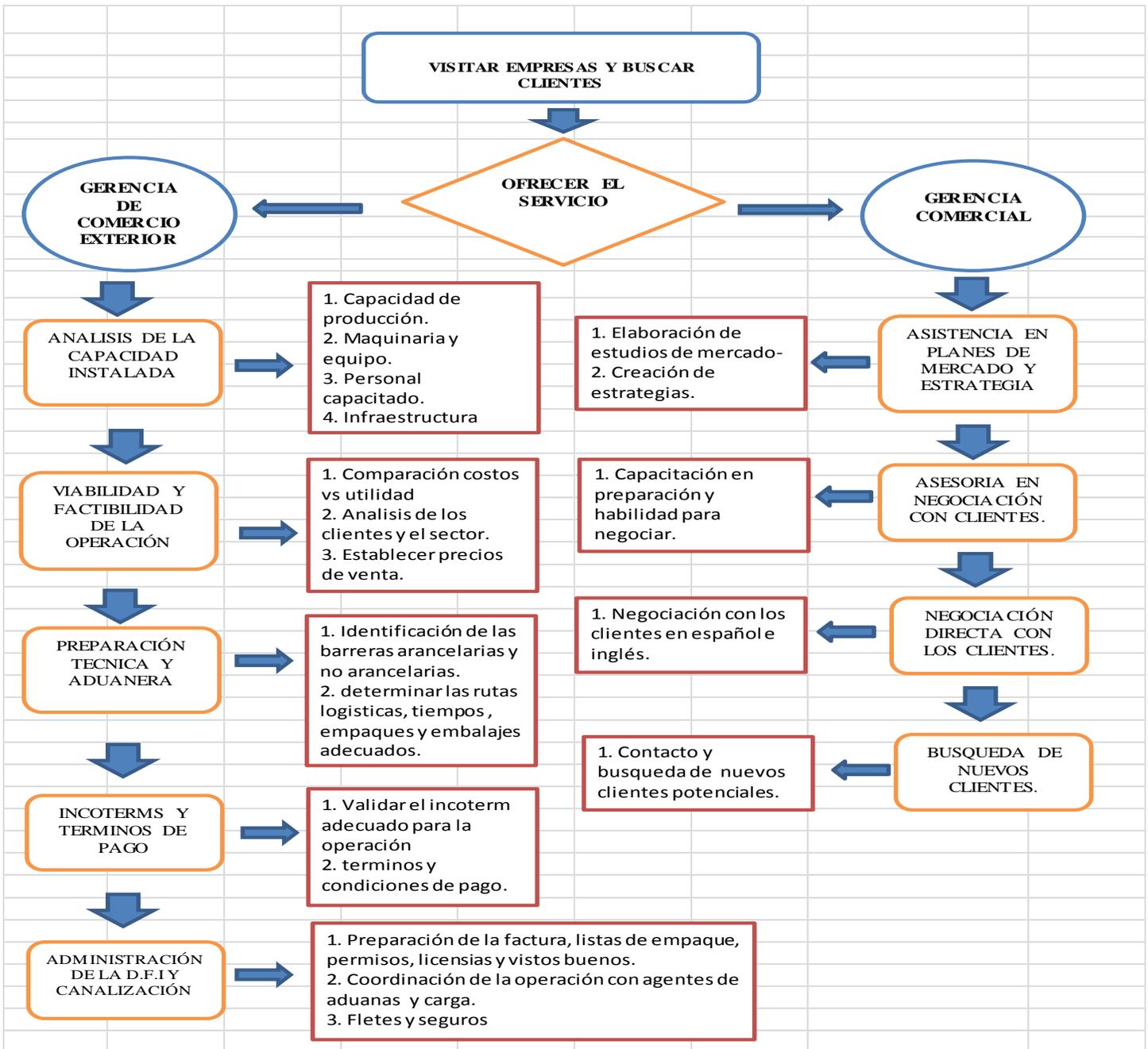
Fuente: elaboración propia

Términos y condiciones

- Tarifas e itinerarios sujetos a cambios sin previo aviso por parte de los operadores logísticos (naviero, agentes de aduana, agentes de carga, bancos entre otros).
- No iniciará operaciones hasta tanto no sean aportados todos los documentos exigidos por la circular 170 ó las normas que la sustituyan.
- I.B.S, se compromete a poner todo su conocimiento y cuidado en pro de lograr los mejores resultados en la coordinación logística en comercio exterior del cliente.
- La presente oferta se considera aceptada, una vez se reciba la instrucción/confirmación de efectuar la compra o venta por parte del cliente, declarando ó reconociendo su carácter de Contratante en todas las obligaciones.
- Al aceptar la oferta, se reconoce el carácter ejecutivo de las obligaciones que se derivan de la misma, reconociendo como título ejecutivo, todas las facturas y cuentas de cobro que emita I.B.S ., bien sea conceptos facturados directamente o en nombre de terceros. Incluye las variaciones en los precios u otras condiciones, que no siendo parte de la oferta inicial, se causen como gastos asociados a los servicios prestados.
- El importador-exportador asumirá las multas o sanciones aduaneras originadas por la información errónea o inexacta dada por parte del importador/exportador ó proveedor al igual que el costo de bodegajes y/o alquiler del contenedor dentro del marco normal operativo, pero no de eventos ajenos a I.B.S. como por ejemplo: Huelgas, festivos, reinados etc. I.B.S. Se exime de responsabilidad en estos casos.
- Conceptos como descargue de mercancía del vehículo a puerto, zunchado y armado después de inspección antinarcóticos, embalaje o re embalaje de la carga, fumigaciones, uso de instalaciones portuarias o extra costos a que haya lugar; serán facturados al costo con sus respectivos soportes.
- I.B.S no se responsabiliza por el embarque de cargas que hayan sido recibido por fuera de los plazos establecidos para el cierre de los consolidados, igualmente queda eximido del pago de los extra costos que por dicho retraso puedan generarse.
- I.B.S. no es responsable por cambios, demoras, imprevistos o fuerzas mayores que tengan las líneas involucradas en sus diversos movimientos.
- El no pago oportuno de las facturas mensuales, causará intereses por mora a la tasa de interés más alta permitida por la ley, sin perjuicio de las acciones legales a que haya lugar.

4.2. DIAGRAMA DE FLUJOS Y MATRIZ DE RECURSOS.

CUADRO 15 Diagrama de flujos y procesos



El servicio se pagara en 50 % por adelantado y 50% después de finalizado el servicio

Para gerencia en comercio exterior se puede dar crédito en el servicio de outsourcing pero no en servicios por costos aduaneros o logísticos.

4.3.INVERSIONES

4.3.1. Maquinaria y equipo

ITEM	No	Precio Unitario	Precio Total
Teléfonos	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Celulares	3	\$ 400.000	\$ 1.200.000
Cámaras de seguridad	3	\$ 1.600.000	\$ 4.800.000
Adecuación de la oficina	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
TOTAL			\$ 7.200.000

4.3.2. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
ITEM	No	Precio Unitario	Precio Total
Escritorios	3	\$600.000,00	\$1.800.000,00
Sillas escritorio	3	\$200.000,00	\$600.000,00
Sillas atención	10	\$150.000,00	\$1.500.000,00
Equipos- computadores	3	\$2.000.000,00	\$6.000.000,00
Impresoras	2	\$400.000,00	\$800.000,00
TOTAL			\$10.700.000,00

4.3.3. Mano de Obra Operativa

SMLV
\$737.717

PRESTACIONES	
VACACIONES	50%
CESANTIAS	100%
I CESANTIAS	12%
PRIMA LEGAL	100%
TOTAL	262%

SUDDSIDIO TRANSPORTE
\$83.140

MANO OBRA DIRECTA AÑO 1	N° Colaboradores	SMMLV	SALARIO TRABAJADORES	Aux. Transporte	Pensiones
					12%
Director Comercial	1	5	\$ 42.418.727,50	\$ 0,00	\$ 5.090.247,30
Director Comercio Exterior	1	5	\$ 42.418.727,50	\$ 0,00	\$ 5.090.247,30
TOTAL			\$ 84'837.455		\$ 10'180.494,6

Salud	ARL	Sena	ICBF	Confamiliar	Vacaciones	Cesantias	I Cesantias	Prima
8,50%	0,52%	2%	3%	4%	4,17%	8,33333333%	12,0000000%	salario+aux+vacaciones /12
\$ 3.605.591,84	\$ 221.425,76	\$ 848.374,55	\$ 1.272.561,83	\$ 1.696.749,10	\$ 1.767.446,98	\$ 3.682.181,21	\$ 441.861,74	\$ 3.682.181,21
\$ 3.605.591,84	\$ 221.425,76	\$ 848.374,55	\$ 1.272.561,83	\$ 1.696.749,10	\$ 1.767.446,98	\$ 3.682.181,21	\$ 441.861,74	\$ 3.682.181,21
\$7'211.183,68	\$442.851,52	\$1'696,749,1	\$ 2'545.123,66	\$ 3'393,498,2	\$ 3'534.893,96	\$ 7'364.362,42	\$ 883.723,48	\$ 7'364.362,42

**TOTAL COSTOS M.O
OPERATIVA ANUAL**

\$ 129'454.698,04

4.3.3. Preoperativos.

TOTAL COSTOS PREOPERATIVOS	
M.O DIRECTA	\$ 129.454.698,04
OTROS COSTOS	\$30.450.000,00
TOTAL	\$159'904.698,00

ITEMS	COSTO	AÑO 1
ARRENDAMIENTO	\$1.000.000,00	\$12.000.000,00
SERVICIOS PUBLICOS	\$300.000,00	\$3.600.000,00
PAGO INDUSTRIA COMERCIO	\$500.000,00	\$3.000.000,00
PAGO CAMARA Y COMERCIO	\$1.000.000,00	\$1.000.000,00
APERTURA CUENTA BANCARIA	\$50.000,00	\$50.000,00
ASESORIA JURIDICA	\$200.000,00	\$2.400.000,00
ASESORIA CONTABLE	\$300.000,00	\$3.600.000,00
IMPREVISTOS Y OCULTOS	\$200.000,00	\$2.400.000,00
ELEMENTOS DE OFICINA	\$200.000,00	\$2.400.000,00
PAGO DEL CREDITO	\$1.519.986,89	\$18.239.842,62
TOTAL		\$30.450.000,00

4.3.4. Resumen de inversiones

RESUMEN DE INVERSIONES	
ARRENDAMIENTO	\$12.000.000,00
SERVICIOS PUBLICOS	\$3.600.000,00
PAGO INDUSTRIA COMERCIO	\$3.000.000,00
PAGO CAMARA Y COMERCIO	\$1.000.000,00
GASTOS DE MOVILIDAD	\$6.000.000,00
APERTURA DE CUENTA BANCARIA	\$50.000,00
ASESORIA JURIDICA	\$2.400.000,00
ASESORIA CONTABLE	\$3.600.000,00
IMPREVISTOS Y OCULTOS	\$2.400.000,00
ELEMENTOS DE OFICINA	\$1.200.000,00
PEPELERIA	\$2.560.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$9.900.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	7.200.000,00
MANO DE OBRA	171.666.175,72
DEPRECIACIÓN	\$1.070.000,04
GASTO DE PUBLICIDAD	\$10.300.000,00
PAGO DEL CREDITO AÑO 1	\$18.239.842,68
TOTAL AÑO 1	\$256.186.018,44

Fuente: Elaboración propia.

4.4. MATERIA PRIMA E INSUMOS

4.4.1. Proveedores

NAVIERAS



PRINCIPALES EN LOS PUERTOS DE COLOMBIA

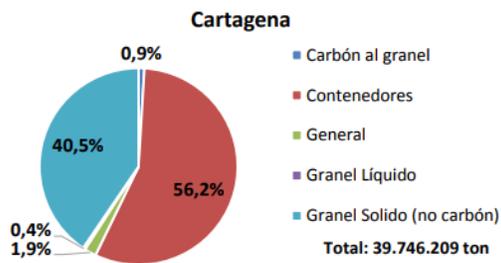


PRINCIPALES PUERTOS DE COLOMBIA

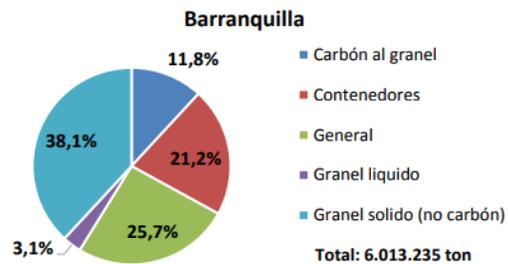


TIPOS DE CARGAS POR PUERTO:

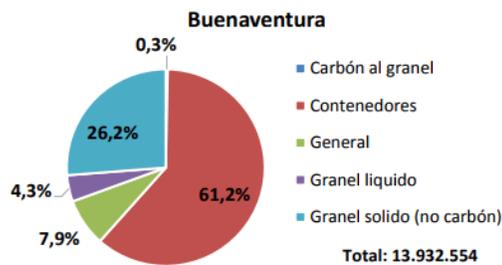
Tipos de carga por las Sociedades Portuarias de uso público



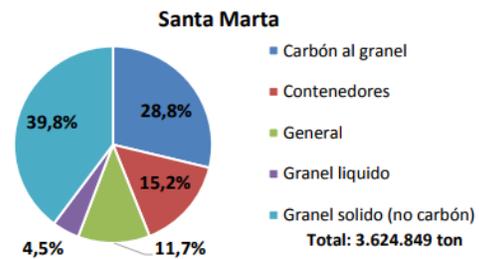
Incluye información de SPR Cartagena, CONTECAR y terminal de Cartagena GRUPO COMPAS



Incluye información de SPR Barranquilla, Palermo SP y BITCO



Incluye información de SPR Buenaventura y TC BUEN S.A

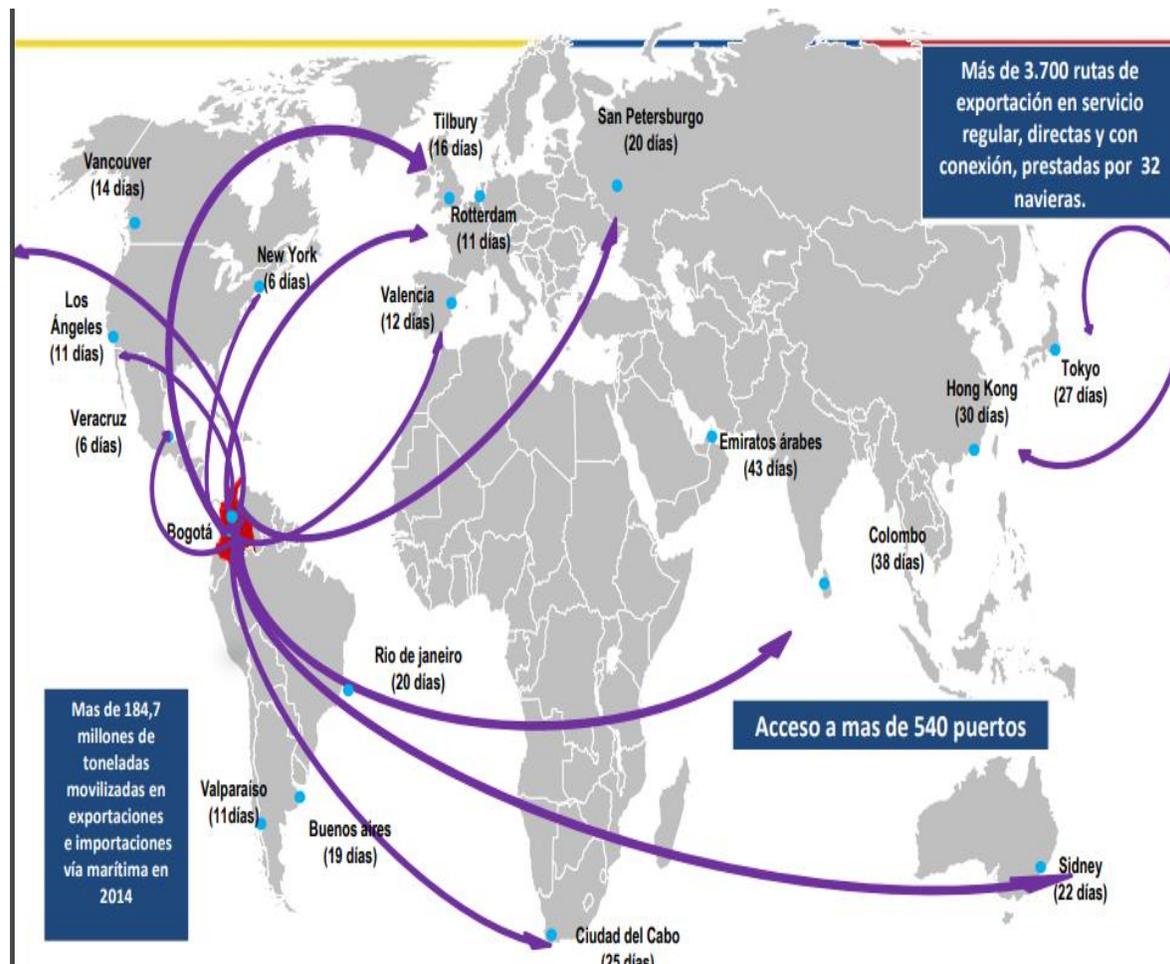


Incluye información de SPR Santa Marta

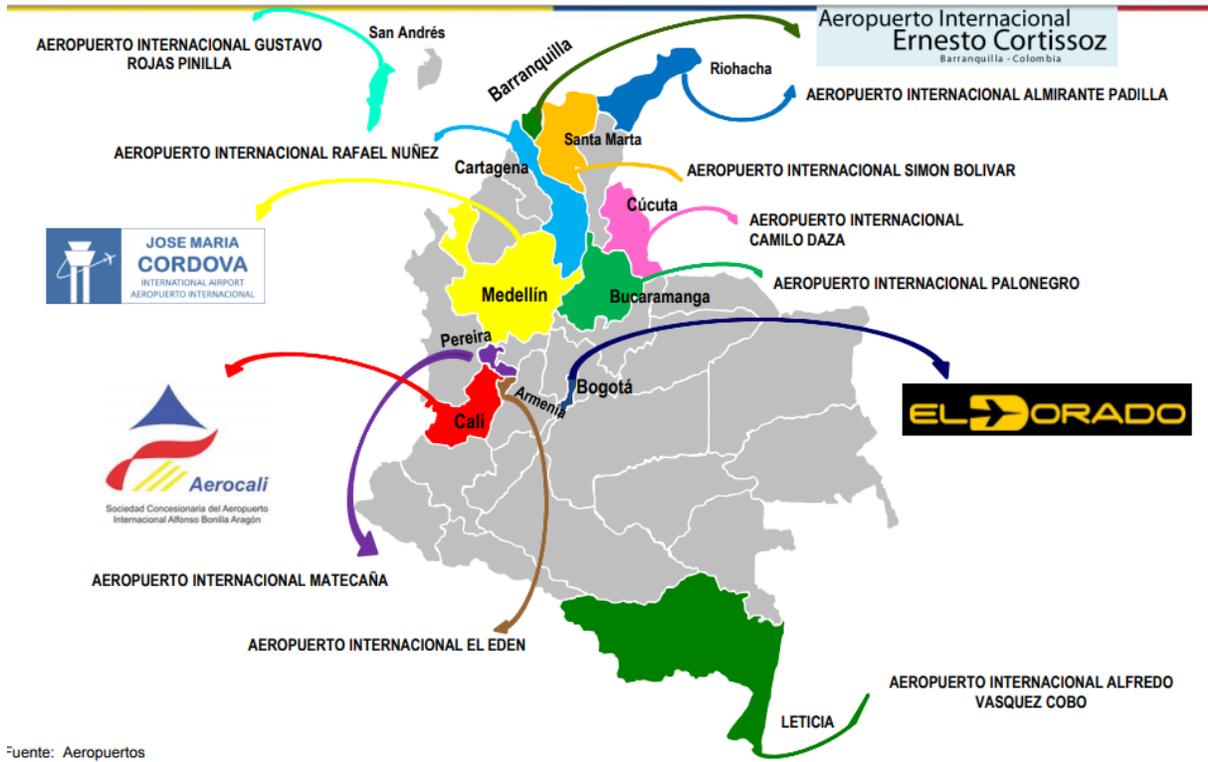
PARTICIPACIÓN DE PUERTOS:

Zona Portuaria	Navieras	Consolidadores	Rutas	Puertos de destino	% Participación (Rutas)
*CARTAGENA	26	8	1.652	472	44,11%
**BUENAVENTURA	21	6	1.146	404	30,60%
***BARRANQUILLA	16	3	697	320	18,61%
SANTA MARTA	11	0	244	190	6,52%
TURBO	2	0	6	5	0,16%

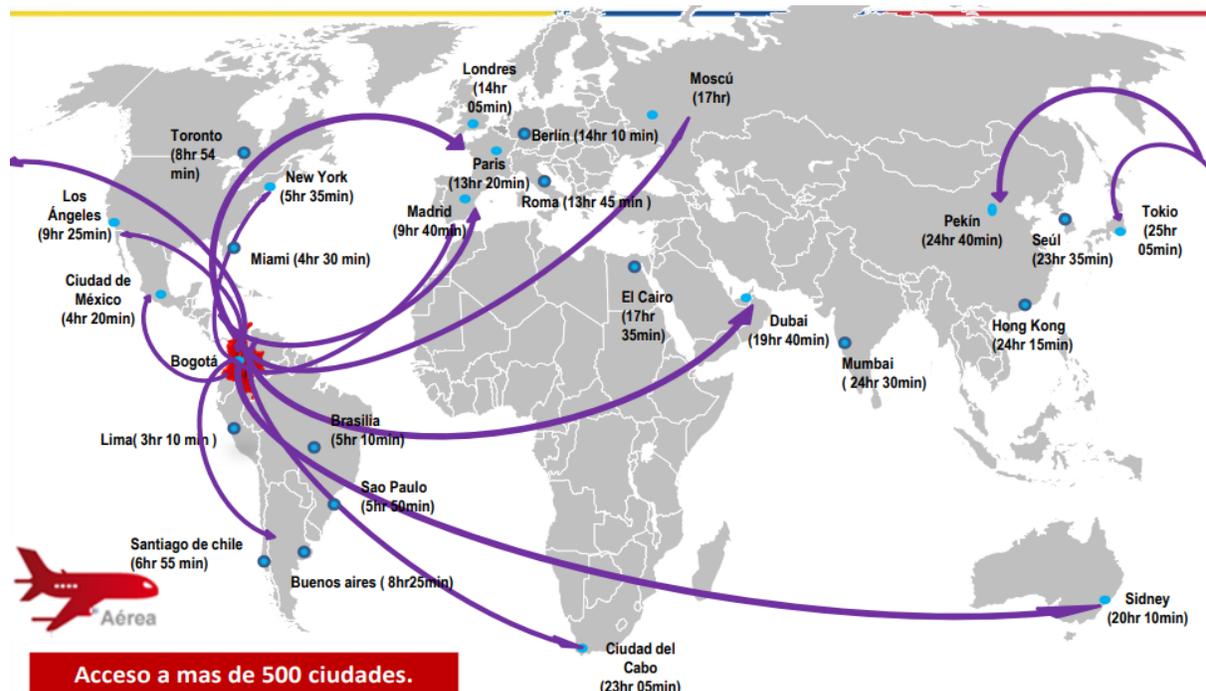
CONEXIONES MARITIMAS AL RESTO DEL MUNDO



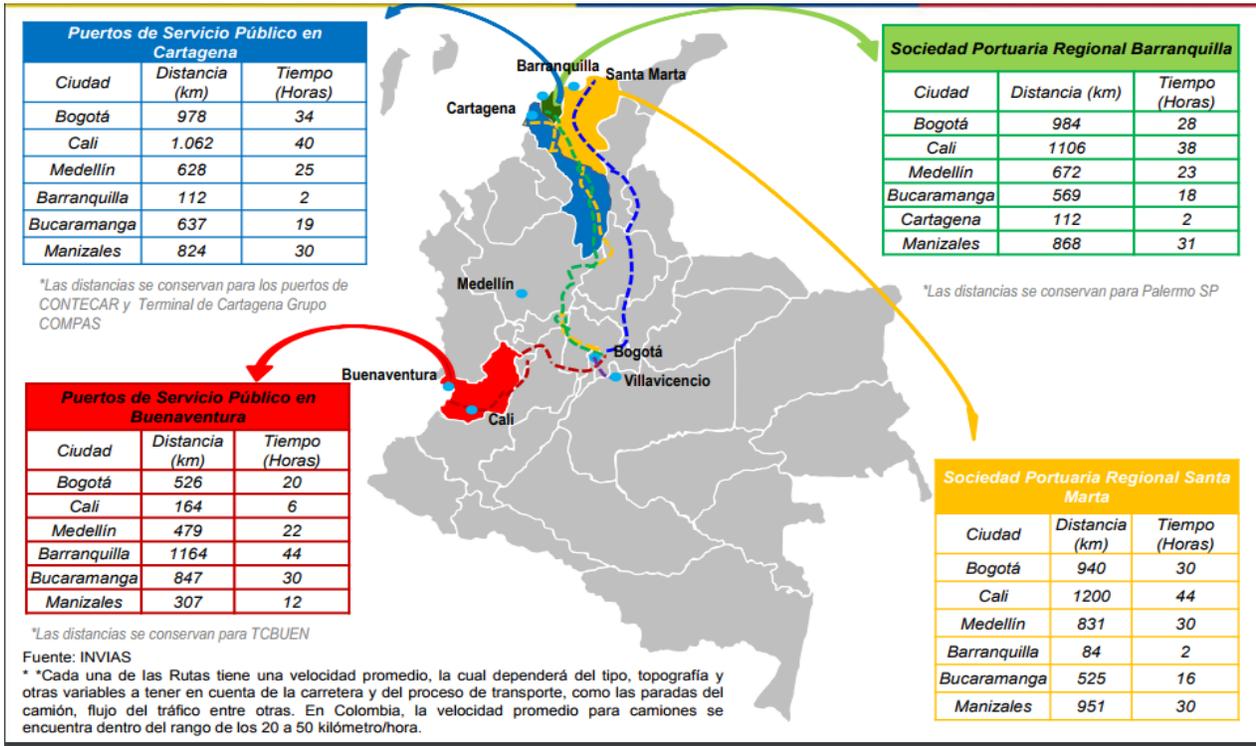
INFRAESTRUCTURA AEROPORTUARIA COLOMBIA



CONEXIONES AEREAS AL RESTO DEL MUNDO



TRANSPORTE TERRESTRE – DISTANCIA Y TIEMPO DESDE LOS PUERTOS A LAS PRINCIPALES CIUDADES



COSTOS DE FLETES

Puertos de Servicio Público en Cartagena

Destino	Tipo de Camión	Costo por tonelada (USD)	Costo total del viaje (USD)
Bogotá	Camión Sencillo	133,06	1.197,56
	Doble Troque	91,00	1.456,07
	Tracto Camión	66,22	2.251,46
Cali	Camión Sencillo	161,14	1.450,26
	Doble Troque	108,72	1.739,48
	Tracto Camión	78,74	2.677,07
Medellín	Camión Sencillo	98,33	884,96
	Doble Troque	65,24	1.043,84
	Tracto Camión	47,10	1.601,35

**Las tarifas aplican para CONTECAR y Muelles el Bosque*

Puertos de Servicio Público en Buenaventura

Ciudad	Tipo de Camión	Costo por tonelada (USD)	Costo total del viaje (USD)
Bogotá	Camión Sencillo	87,40	786,56
	Doble Troque	59,32	949,04
	Tracto Camión	43,31	1.472,60
Cali	Camión Sencillo	25,28	227,50
	Doble Troque	17,04	272,57
	Tracto Camión	12,41	422,10
Medellín	Camión Sencillo	82,67	744,04
	Doble Troque	55,51	888,20
	Tracto Camión	40,26	1.368,87

**Las tarifas aplican para TCBUEN*



Fuente: (COLOMBIATRADER, 2015)

AGENCIAS DE ADUANAS

- Agencia de aduanas global aduanas Ltda.
- Agencia de aduana Carlos E. campuzano
- Magnum logistics
- Agencia de aduanas profesional
- Blu logistics
- Kuehne- Nagel
- Serviworld logistics
- Cargo master
- Agencia de aduanas Global G5

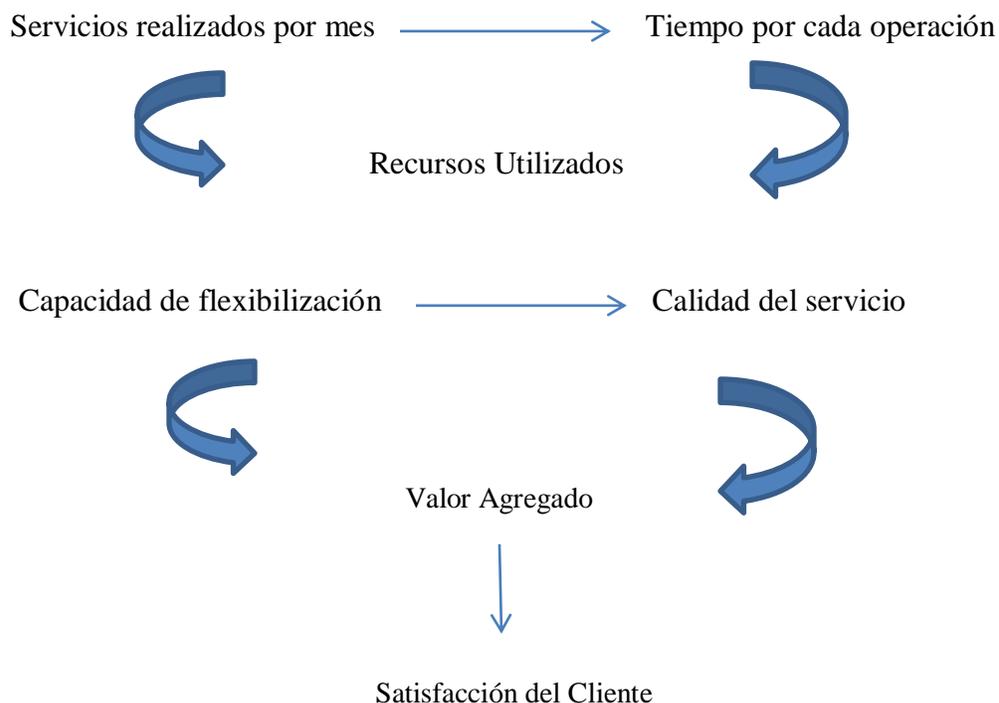
COSTOS GENERALES DE AGENCIAMIENTO ADUANERO

CONCEPTO	VALOR
REPRESENTACIÓN ADUANERA	(Comisión 0.35% Valor EXW o FOB mínima de 350.000)
ELABORACIÓN DE (DEX - DIM)	\$60.000,00
ELABORACIÓN CERTIFICADOS Y TRÁMITES DE VISTOS BUENOS	\$60.000,00
GASTOS VARIOS	\$90.000,00
TRASMISIÓN ELECTRONICA	\$15.000,00
ELABORACIÓN DE LA SAE Y PLANILLA DE INGRESO O SALIDA	\$60.000,00

4.5. SISTEMA DE CONTROL

La empresa I.B.S (International business solutions) tiene sistemas de control de calidad que permiten medir el desempeño de la empresa frente a los servicios prestado, a continuación un ejemplo:

EFICACIA Y EFICIENCIA



4.6. COSTOS POR SERVICIO

COSTOS FIJOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
ARRENDAMIENTO	\$ 1.000.000,00	\$ 12.000.000,00
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 300.000,00	\$ 3.600.000,00
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	\$ 89.166,67	\$ 1.070.000,04
NOMINA	\$ 14.305.514,64	\$ 171.666.175,68
PAGO MENSUAL DEL CREDITO	\$ 1.519.986,89	\$ 18.239.842,68
VALOR COSTOS FIJOS	\$ 17.214.668,20	\$ 206.576.018,40

COSTOS VARIABLES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GASTOS DE MOVILIDAD	\$ 500.000,00	\$ 6.000.000,00
PAPELERIA Y UTILES	\$ 200.000,00	\$ 2.400.000,00
VALOR COSTOS VARIABLE	\$ 700.000,00	\$ 8.400.000,00

TOTAL (Costos fijos + Costos Variables)	\$ 17.914.668,20	\$ 214.976.018,40
--	-------------------------	--------------------------

DEPRECIACIÓN METODO LINEA RECTA		DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
MUEBLES Y ENSERES VIDA UTIL 10 AÑOS	VALOR	10,00	
Escritorios	\$ 1.800.000,00	\$ 180.000,00	\$ 15.000,00
Sillas escritorio	\$ 600.000,00	\$ 60.000,00	\$ 5.000,00
Sillas atención	\$ 1.500.000,00	\$ 150.000,00	\$ 12.500,00
Equipos- computadores	\$ 6.000.000,00	\$ 600.000,00	\$ 50.000,00
Impresoras	\$ 800.000,00	\$ 80.000,00	\$ 6.666,67
TOTAL		\$ 1.070.000,00	\$ 89.166,67

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
COSTOS FIJOS GERENCIA COMERCIO EXTERIOR	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20
No PROMEDIO DE SERVICIOS A REALIZAR POR MES	14	15	12	15
TOTAL COSTOS POR SERVICIO REALIZADOS MENSUAL	\$11.400.243,40	\$12.214.546,50	\$10.236.953,26	\$12.214.546,50
	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
COSTOS FIJOS GERENCIA COMERCIO EXTERIOR	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20
No PROMEDIO DE SERVICIOS A REALIZAR POR MES	13	14	16	9
TOTAL COSTOS POR SERVICIO REALIZADOS MENSUAL	\$12.257.404,56	\$12.540.267,74	\$12.462.377,88	\$12.402.462,60
	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
COSTOS FIJOS GERENCIA COMERCIO EXTERIOR	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20
No PROMEDIO DE SERVICIOS A REALIZAR POR MES	16	17	18	18
TOTAL COSTOS POR SERVICIO REALIZADOS MENSUAL	\$11.465.387,65	\$11.279.605,90	\$11.943.112,13	\$11.516.572,41

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
COSTOS FIJOS GERENCIA COMERCIAL	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20
No PROMEDIO DE SERVICIOS A REALIZAR POR MES	8	7	9	7
TOTAL POR SERVICIOS REALIZADOS MENSUAL	\$6.514.424,80	\$5.700.121,70	\$7.677.714,94	\$5.700.121,70
	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
COSTOS FIJOS GERENCIA COMERCIAL	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20
No PROMEDIO DE SERVICIOS A REALIZAR POR MES	6	6	7	4
TOTAL POR SERVICIOS REALIZADOS MENSUAL	\$5.657.263,64	\$5.374.400,46	\$5.452.290,32	\$5.512.205,60
	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
COSTOS FIJOS GERENCIA COMERCIAL	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20
No PROMEDIO DE SERVICIOS A REALIZAR POR MES	9	10	9	10
TOTAL POR SERVICIOS REALIZADOS MENSUAL	\$6.449.280,55	\$6.635.062,30	\$5.971.556,07	\$6.398.095,79

Resumen:

N# de servicios Gerencia de comercio exterior: 177  valor de los servicios: \$141.933.480,53

N# de servicios Gerencia de comercio exterior: 92  valor de los servicios: \$73.042.537,87

Total: \$141.933.480,53 + \$73.042.537,87: \$ 214.976.018,40

La fórmula para saber el costo mensual de cada servicio es: N# de servicios realizados (por cada servicio) * valor de costos mensuales / cantidad de servicios mensuales totales.

4.7. LOCALIZACIÓN

I.B.S (International business solutions), estará ubicada en el centro de Pereira – Risaralda.

4.7.1. Macrolocalización

Risaralda

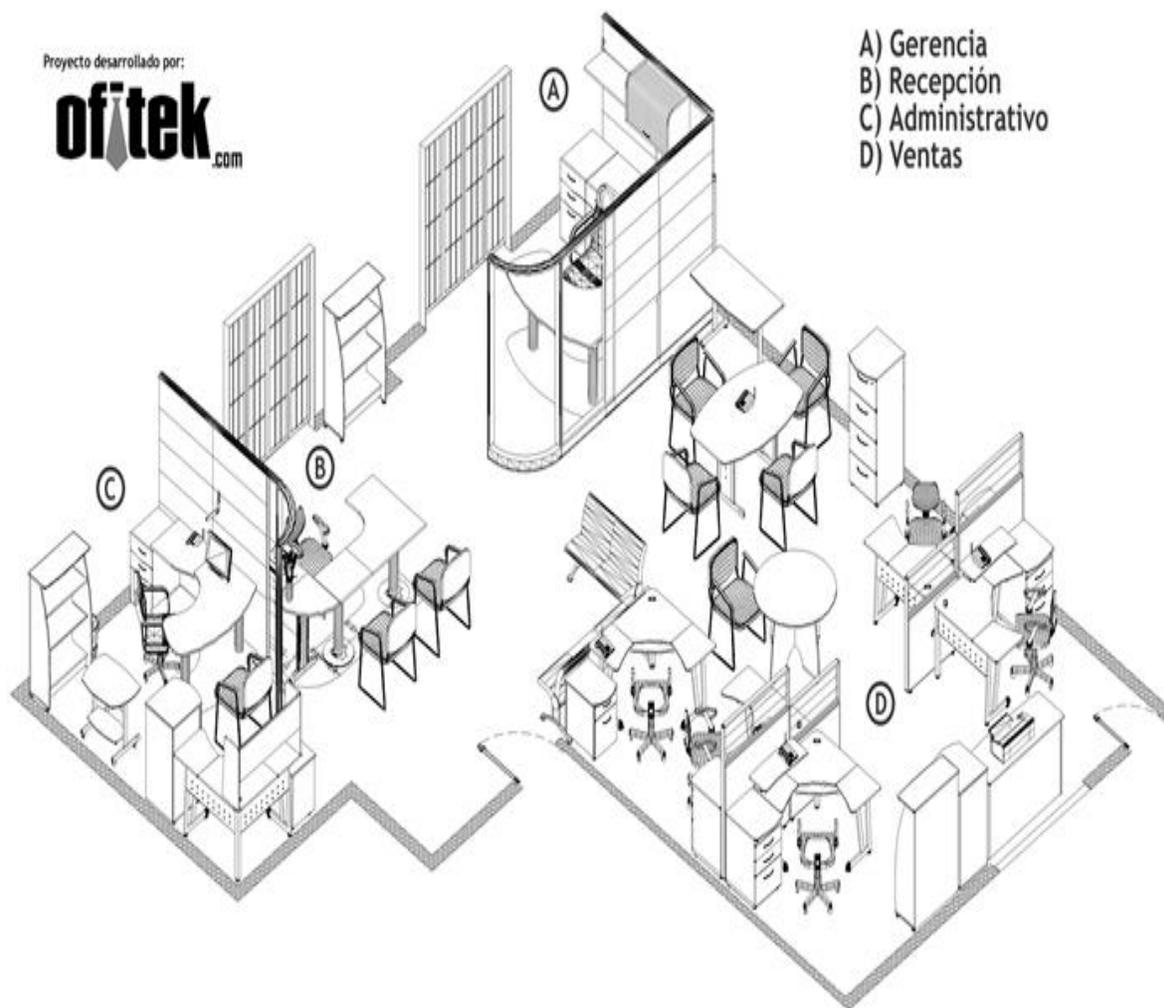


4.7.2. Microlocalización

Pereira



4.8. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA



Fuente: Sacado de Ofitek

4.9. PLAN DE PRODUCCIÓN

MESES	NÚMERO DE SERVICIOS	
	GERENCIA COMERCIO EXTERIOR	GERENCIA COMERCIAL
ENERO	14	8
FEBRERO	15	7
MARZO	12	9
ABRIL	15	7
MAYO	13	6
JUNIO	14	6
JULIO	16	7
AGOSTO	9	4
SEPTIEMBRE	16	9
OCTUBRE	17	10
NOVIEMBRE	18	9
DICIEMBRE	18	10

4.10. PLAN DE COMPRAS

COMPRAS UNA SOLA VEZ

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UND	TOTAL
COSEDORAS	5	\$10.000,00	\$50.000,00
CALCULADORAS	5	\$20.000,00	\$100.000,00
TIJERAS	5	\$2.000,00	\$10.000,00
REGLAS	3	\$2.000,00	\$6.000,00
TOTAL			\$166.000,00

COMPRAS VARIABLES

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UND	TOTAL MESUAL	TOTAL ANUAL
RESMAS DE PAPEL	5	\$ 8.100,00	\$ 40.500,00	\$ 486.000,00
CAJAS DE LAPICEROS	3	\$ 3.000,00	\$ 9.000,00	\$ 108.000,00
SACA GANCHOS	3	\$ 4.000,00	\$ 12.000,00	\$ 144.000,00
SEPARADORES	5	\$ 4.000,00	\$ 20.000,00	\$ 240.000,00
A-Z	30	\$ 3.000,00	\$ 90.000,00	\$ 1.080.000,00
CARPETAS	25	\$ 800,00	\$ 20.000,00	\$ 240.000,00
PEGA STICK	4	\$ 2.000,00	\$ 8.000,00	\$ 96.000,00
TOTAL			\$ 199.500,00	\$ 2.394.000,00

5. CAPSULA ADMISNITRATIVA

5.1. TIPO DE EMPRESA Y OBJETO SOCIAL

Sociedad por acciones simplificada.

I.B.S se crea bajo una sociedad por acciones simplificada debido a que Larry Julián Gonzáles y Andrés Mauricio Gómez deciden establecer que solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes en recursos, conocimiento y equipos físicos.

La Sociedad por Acciones Simplificada tiene las siguientes características:

- La responsabilidad de los accionistas queda limitada hasta el monto de sus aportaciones
- No deberán apartar utilidades para fondo de reserva
- Deberán calificar como micro y pequeña empresa, por lo que se tomarán como referencia sus ingresos anuales (\$5,000,000 de pesos)
- No están sujetas al requisito de escritura pública o cualquier otra formalidad
- Las modificaciones de los estatutos se realizarán a través de fedatario público
- En cualquier momento podrán transformarse en otro régimen societario
- Las controversias entre los accionistas, en principio, deberán resolverse a través de mecanismos alternativos como mediación o conciliación
- Las utilidades se distribuirán en proporción a las aportaciones
- Se establecen obligaciones de transparencia que cumplirán en el Sistema Electrónico de Publicaciones Empresariales.

5.2. MISIÓN

Brindar soluciones en materias de comercio exterior y comerciales a personas naturales y jurídicas a través de la excelencia en nuestros servicios creando valor e innovación, en la búsqueda y satisfacción de las necesidades de los clientes lo cual dará como resultados beneficios económicos de las partes interesadas, siguiendo una ética en los negocios la cual permitirá promover el crecimiento empresarial para nuestros clientes y sus productos o servicios

5.3. VISIÓN

Para el año 2020, ser la empresa líder en el servicio de outsourcing de comercio exterior en la ciudad de Pereira

5.4. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS

OBJETIVO GENERAL

Lograr rentabilidad y sostenibilidad brindando soluciones en comercio exterior en temas logísticos, aduaneros, cambiarios y comerciales generando valor e innovación en el servicio para los clientes.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Captar nuevos clientes a través del departamento comercial.
- tener un capital humano capacitado en los temas específicos de la empresa.
- Formar un equipo de investigación y desarrollo que le permita a I.B.S conocer los requerimientos y necesidades de los clientes
- Generar valor a través de procesos de innovación y calidad.
- Generar empleo.
- Fomentar la internacionalización de las empresas de la región de Risaralda.

5.5. POLITICAS

- **Comunicación:** asegurar una comunicación transparente, oportuna, clara y coherente con los empleados y los clientes.
- **Control:** Establecer las matrices necesarias para el control de las operaciones con cada cliente, al igual que con los procesos internos de la compañía.

- **Gestión de activos:** gestionar los activos con una visión integrada de su ciclo de vida, haciendo reingenierías siempre pensando en la mejoras de procesos.

- **Gestión humana:** permitir que el capital humano se capacite para que tenga un crecimiento dentro de la compañía, cada empleado tendrá voz para expresar lo que le gusta o disgusta y para el aporte de ideas que intervengan en el funcionamiento de la empresa.

- **Salud y seguridad en el trabajo:** proteger y preservar la salud y seguridad de los trabajadores, proveedores, terceros, visitantes y partes, por medio de ambientes de trabajo seguro y saludable, el autocuidado y la aplicación de buenas prácticas de prevención.

- **Servicio:** establecer los principios de actuación para la prestación de servicios de calidad, con oportunidad y a precios competitivos, orientados a satisfacer los clientes y construir relaciones de largo plazo.

- **Social:** realizar una gestión social integral como parte fundamental de la sostenibilidad empresarial, que contribuya a la viabilidad.

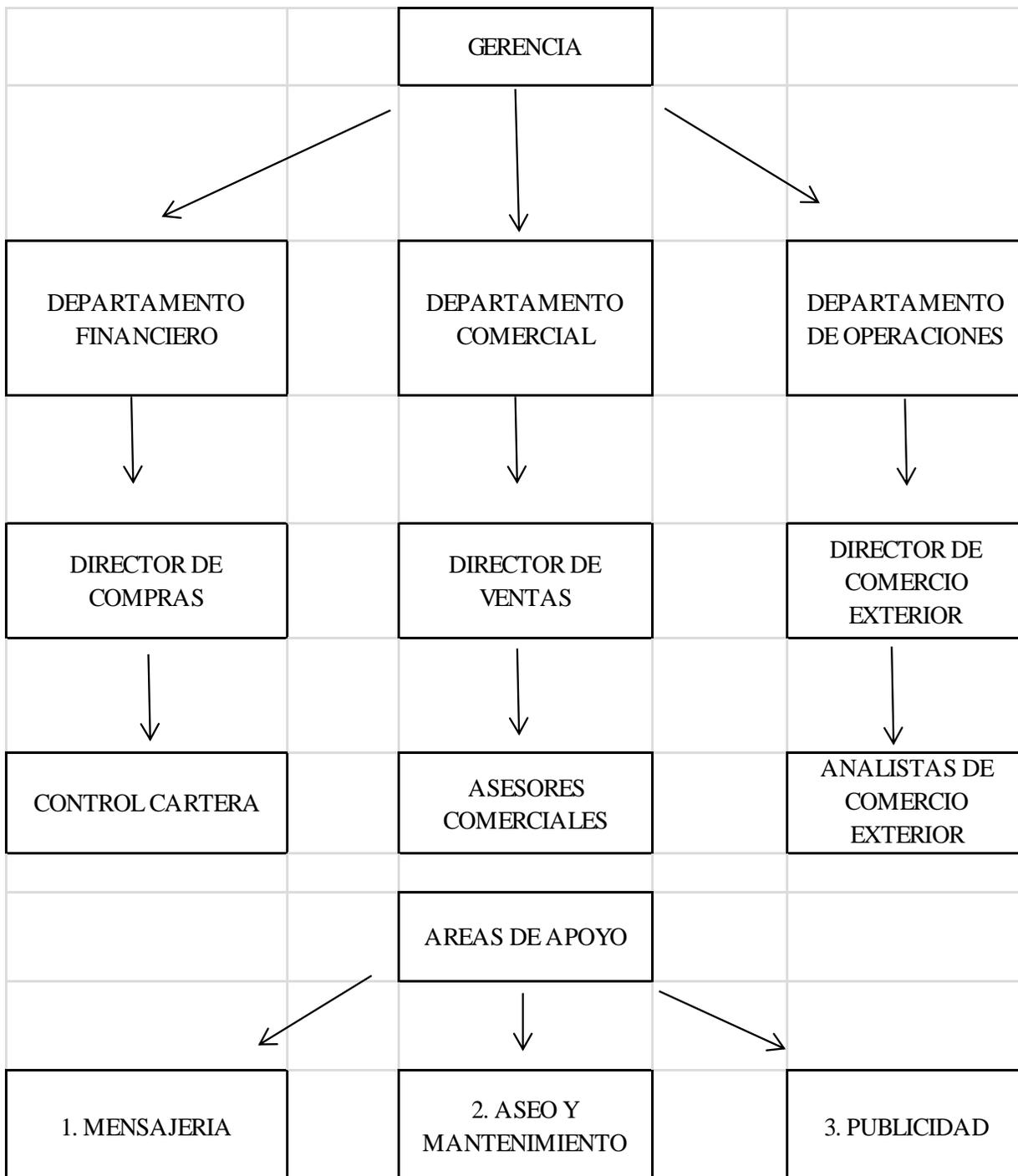
5.6. VALORES CORPORATIVOS

En I.B.S los valores corporativos son:

- Respeto por cada empleado, los compañeros y los clientes.
- Compromiso con cada labor designada
- Responsabilidad en los pagos de honorarios y proveedores.
- cuidado del medio ambiente.
- Cumplir con los contratos establecidos con los clientes y empleados.
- Establecer tiempos de entrega y calidad.
- Respetar los horarios establecidos por la empresa
- Cuidar los equipos de trabajo establecidos para ejercer las funciones designadas.
- Fomentar el trabajo en equipo.

5.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Este es el Organigrama de la empresa I.B.S



5.7.PERFILES DE CARGOS

Director de operaciones:

El gerente de comercio exterior debe ser un profesional, especialista y magíster en negocios internacionales y áreas relacionadas, que tenga 3 años de experiencia en el área, con un nivel de inglés avanzado y que tenga la habilidad de manejar grupos de trabajo, establecer metas y objetivos, planteamiento de mejora y solución de problemas, debe ser un ser humano integro con valores para ser líder en la compañía.

Dentro de sus funciones debe estar:

- Liderar el grupo de profesionales en comercio exterior para ejercer la función operativa de la empresa.
- Establecer los planes de trabajo a seguir para cada empresa.
- Identificar el nivel de rendimiento en el servicio de gerencia en comercio exterior.
- Hacer seguimiento y control en la parte de comercio exterior para cada empresa y para el control interno de la compañía.
- Brindar apoyo en las labores de comercio exterior.
- Contactar a los clientes para resolver inquietudes, quejas y peticiones.
- Representar a la empresa en eventos de ferias internacionales.
- Tomar decisiones basados en los planes de acción diseñados.
- Establecer contacto con los proveedores de servicios logísticos, hacer evaluación en materia de costos y oportunidad para identificar el servicio más adecuado.

En sus conocimientos debe estar:

- Elaboración de facturas comerciales, Listas de empaque, cartas de responsabilidad, Reservas, Instrucciones de embarque, Notas Crédito, Criterios de origen, poderes y mandatos aduaneros.
- Coordinación de despachos de mercancía.
- Elaboración de matriz de costos y presentación de informes por operación.
- Control de inventarios.
- Evaluación de proveedores.
- Perfilamiento de clientes nacionales e internacionales.
- Realización de cotizaciones.
- Identificación norma aduaneras y requisitos para la importación y exportación.
- Contacto con proveedores.
- Contacto con agencias de aduana para el control de las operaciones.
- identificación un Documento de transporte, una declaración de exportación e

importación.

- Control del régimen cambiario.
- Atención de servicio al cliente.

Director Comercial

El director comercial debe ser un profesional, especialista y magíster en mercadeo, negocios internacionales y áreas relacionadas, que tenga 3 años de experiencia en el área, con un nivel de inglés avanzado y que tenga la habilidad de manejar grupos de trabajo, establecer metas y objetivos, planteamiento de mejora y solución de problemas, debe ser un ser humano integro con valores para ser líder en la compañía.

Dentro de sus funciones debe estar:

- Dinamizar los equipos de trabajos La innovación en la gestión de equipos y clientes.
- Manejar las nuevas tecnologías y sistemas de información.
- Capacitar a las personas que enfocan su actividad profesional a la venta.
- Apertura a nuevos canales de distribución.
- Habilidades Para las Ventas: Este tipo de habilidades, a diferencia de las habilidades personales, pueden irse desarrollando con esfuerzo, disciplina y el apoyo de la empresa.

Entre las principales habilidades para las ventas, se encuentran:

- encontrar clientes
- generar y cultivar relaciones con los clientes
- reconocer las necesidades y deseos de los clientes
- hacer presentaciones de venta eficaces
- cerrar la venta
- brindar servicios pos-venta
- retro-alimentar a la empresa de lo que sucede en el mercado

Auxiliar administrativa

La auxiliar administrativa debe ser deber ser técnica en el área comercial con una experiencia mínima de 6 meses, dentro de sus funciones debe estar:

- Agendar citas
- Llamar clientes
- Llevar control de los servicios prestados mensuales
- Hacer facturas
- Realizar y tener control de formatos se satisfacción de clientes
- Realizar cotizaciones, solicitar servicios logísticos y aduaneros.
- Realizar control de cartera

Auxiliar contable

La persona auxiliar contable debe tener un técnico en áreas contables, con experiencia mínima de 6 meses, dentro de sus funciones debe estar:

- Llevar el control de la facturación
- Legalizar los anticipos y demás gastos
- Apoyar en el tema de compras
- Contabilizar los movimientos financieros, como por ejemplo los pagos a proveedores, nomina.

Servicios generales

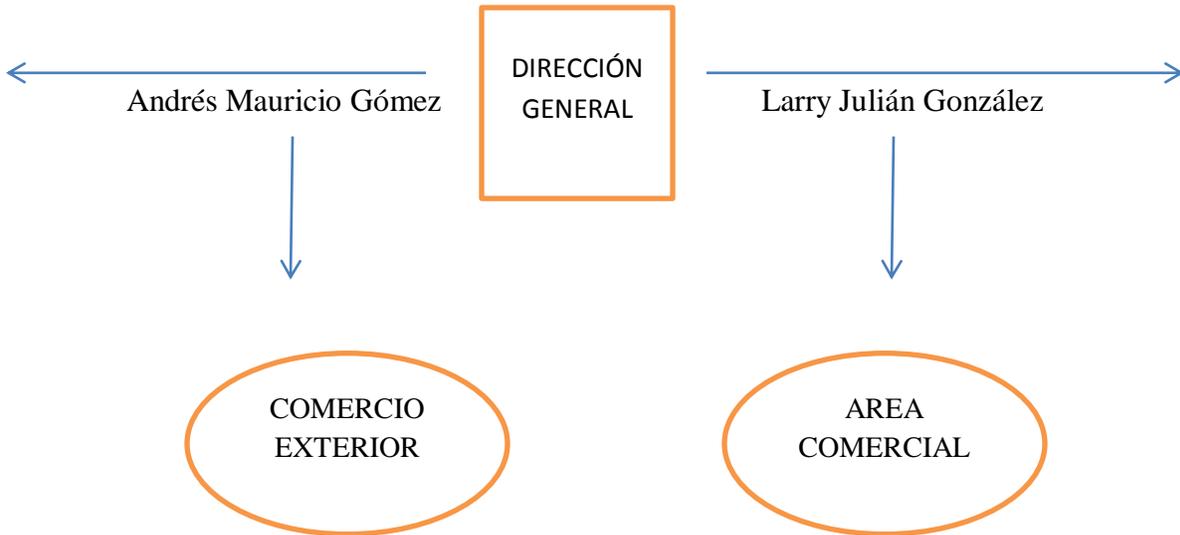
La persona encargada de oficios varios debe ser una persona bachiller, sin requisito de experiencia, entre sus funciones debe estar:

- Mensajería
- Diligencias bancarias
- Llevar facturación a los clientes
- Asear la oficina
- Atender a los empleados

RESUMEN GENERAL DE CARGOS

CARGO	PERFIL	SALARIO	EXPERIENCIA
Director de operaciones	Profesional, Especialista y magister en áreas relacionadas en comercio exterior y logística	\$ 4.000.000,00	3 años en adelante
Director de Comercial	Profesional, Especialista y magister en área relacionadas al mercado y finanzas	\$ 4.000.000,00	3 años en adelante
Asistencia administrativas	técnico o tecnólogo en carreras administrativas	\$ 820.857,00	Mínimo 6 meses
oficios generales	Mínimo bachiller	\$ 820.857,00	Mínimo 6 meses
Auxiliar contable	Técnico en Áreas contables	\$ 820.857,00	Mínimo 6 meses

5.8.MANEJO ADMINISTRATIVO



5.9.ENTIDADES DE APOYO

ENTIDADES DE APOYO:

- PROCOLOMBIA
- BANCOLDEX
- FONDO EMPRENDER – SENA
- EXPOCAMELLO
- JOVENES EMPRENDEDORES Y EXPORTADORES
- DOSQUEBRADAS EMPRENDE
- CAMARA DE COMERCIO

6. CAPSULA LEGAL

6.1. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES

Sociedad por Acciones Simplificada

Denominación	Las a S.A.S deben tener un nombre único que las distinga de otros entes económicos; su nombre debe ir acompañado de las palabras “Sociedad por Acciones Simplificada” o de las letras “S.A.S.” (Numeral 2º del artículo 5º de la Ley 1258 de 2008)
Constitución	Las S.A.S. se constituyen por medio de un documento privado debidamente autenticado, sin embargo en los casos en que los aportes de los socios requieran de escritura pública para poder ser transferidos, la constitución de la compañía también deberá realizarse por medio de escritura pública. (artículo 5º de la Ley 1258 de 2008)
Accionistas	El mínimo de personas naturales o jurídicas exigido para conformar una S.A.S es de uno y el tope máximo es ilimitado. (Artículo 1 de la Ley 1258 de 2008)
Responsabilidad	Las personas naturales o jurídicas que constituyan una S.A.S son responsables solamente hasta el monto de sus respectivos aportes; puesto que según el artículo 2 de la Ley 1258 de 2008 las S.A.S constituirán una persona jurídica independiente y diferente de la personería de sus accionistas; esto pasará cuando la sociedad esté debidamente inscrita en el Registro Mercantil (Artículo 1 de la Ley 1258 de 2008)
Acciones	Las acciones y demás títulos valores que emita una S.A.S. no pueden ser negociadas en bolsas de valores ni tampoco inscritas en el Registro Nacional de Valores y Emisores (artículo 4º de la Ley 1258)
Decisiones	<ul style="list-style-type: none">• Cada accionista tiene derecho a tantos votos como acciones posea• Se tendrá quórum cuando haya presencia de por lo menos la mitad más una de las acciones suscritas (en los estatutos se puede pactar un quórum inferior).• Las decisiones se aprobarán con el voto favorable de los accionistas que representen como mínimo la mitad más uno de acciones presentes (la mayoría decisoria puede ser diferente en los casos en los que se haya indicado en los estatutos).• En lo concerniente a la elección de juntas directivas o de otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto (artículo 22 y 23 de la Ley 1258 de 2008)

<p>Revisoría fiscal</p>	<p>Gracias a lo indicado en el artículo 28 de la Ley 1258 de 2008, las S.A.S no van a requerir tener revisor fiscal en todos los casos. Dicha obligación nacerá en situaciones específicas previamente estipuladas por la Ley, como la indicada en parágrafo 2 del artículo 13 de la ley 43 de 1990, que exige nombrar revisor fiscal cuando las sociedades comerciales superen cierto nivel de activos o ingresos brutos.</p>
<p>Causales de Disolución y Liquidación</p>	<p>Una S.A.S se verá obligada disolverse y liquidarse cuando:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Finalice el término de duración previsto en los estatutos (esta causal puede evitarse si antes de la fecha de expiración, se hubiera registrado una prórroga ante la Cámara de Comercio correspondiente) 2. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social 3. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial 4. Por las causales previstas en los estatutos 5. Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único 6. Por orden de autoridad competente 7. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

(ACTUALICESE, 2016)

6.2.NORMATIVIDAD REGIONAL

Pasos para crear una S.A.S en Colombia

1. COMPILAR DATOS

- Verifica que el nombre que le vas a dar a la sociedad no esté tomado.
- Define a qué tipo de actividades se dedicará la compañía.
- Determina el número de accionistas (o socios) que van a constituir la sociedad.
- Establece cuál será el capital y las acciones que emitirá la sociedad.
- Determina la forma en que se administrará la sociedad.

2. ELABORAR Y AUTENTICA EL DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD

- Coloca el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas (o del accionista) de la sociedad.
- Incluye la forma de administración y el nombre, así como el documento de identidad y facultades de sus administradores.
- Coloca cualquier otra información que te parezca pertinente con respecto a las características de la sociedad, sus actividades y funciones.
- Auténtica el documento de constitución.

3. RADICAR EL DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN EN LA CÁMARA DE COMERCIO

- Solicita los formularios.
- Dirígete a la “sala virtual” de la sede con el instructivo, los formularios y el documento.
- Solicita el registro.
- Realiza los pagos pertinentes

GASTOS LEGALES	VALOR TOTAL
Valor matricula Persona Jurídica	\$ 335.000
Otros (Aporte Estab/Autorización Menores/Formularios)	\$ 5.200
Certificados (DIAN - IND Y CIO - CTE)	\$ 10.400
Inscripción	\$ 39.000
Boleta Fiscal	\$ 210.000
Libros (Actas de asamblea - registro de accionista)	\$ 25.600
Hojas de libros	\$ 7.000
Gastos notariales	\$ 273.000
Cámara y comercio	\$ 300.000
Permiso de funcionamiento	\$ 250.000
Registro de la marca	\$ 640.000
Visita de bomberos	\$ 80.000
VALOR TOTAL	\$ 2.175.200

7. CÁPSULA DE PRESUPUESTOS

7.1.VENTAS NACIONALES EN PESOS

PROYECCIÓN DE VENTAS ANUAL AÑO 1							
MESES	NÚMERO DE SERVICIOS		VALOR PROMEDIO DE LOS SERVICIOS		TOTAL		TOTAL MENSUAL AÑO 1
	GERENCIA COMERCIO EXTERIOR	GERENCIA COMERCIAL	GERENCIA COMERCIO EXTERIOR	GERENCIA COMERCIAL	COMERCIO EXTERIOR	GERENCIA COMERCIAL	
ENERO	\$ 14	\$ 8	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 22.400.000	\$ 16.000.000	\$ 38.400.000
FEBRERO	\$ 15	\$ 7	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000	\$ 14.000.000	\$ 38.000.000
MARZO	\$ 12	\$ 11	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 19.200.000	\$ 22.000.000	\$ 41.200.000
ABRIL	\$ 15	\$ 8	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000	\$ 16.000.000	\$ 40.000.000
MAYO	\$ 13	\$ 7	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 20.800.000	\$ 14.000.000	\$ 34.800.000
JUNIO	\$ 14	\$ 7	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 22.400.000	\$ 14.000.000	\$ 36.400.000
JULIO	\$ 14	\$ 8	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 22.400.000	\$ 16.000.000	\$ 38.400.000
AGOSTO	\$ 9	\$ 6	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 14.400.000	\$ 12.000.000	\$ 26.400.000
SEPTIEMBRE	\$ 16	\$ 9	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 25.600.000	\$ 18.000.000	\$ 43.600.000
OCTUBRE	\$ 17	\$ 10	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 27.200.000	\$ 20.000.000	\$ 47.200.000
NOVIEMBRE	\$ 18	\$ 9	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 28.800.000	\$ 18.000.000	\$ 46.800.000
DICIEMBRE	\$ 18	\$ 10	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 28.800.000	\$ 20.000.000	\$ 48.800.000
TOTAL					\$ 280.000.000	\$ 200.000.000	\$ 480.000.000

7.2.VENTAS EXPORTACIÓN EN PESOS

No se tienen ventas porque el plan de negocios va enfocado a ofrecer un servicio a nivel nacional de outsourcing en comercio exterior.

7.3.VENTAS TOTALES EN PESOS

PROYECCIÓN DE VENTAS A 5 AÑOS											
MESES	NÚMERO DE SERVICIOS		VALOR PROMEDIO DE LOS SERVICIOS		TOTAL		TOTAL MENSUAL AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	GERENCIA COMERCIO EXTERIOR	GERENCIA COMERCIAL	GERENCIA COMERCIO EXTERIOR	GERENCIA COMERCIAL	COMERCIO EXTERIOR	GERENCIA COMERCIAL					
ENERO	\$ 14	\$ 8	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 22.400.000	\$ 16.000.000	\$ 38.400.000	\$ 40.320.000	\$ 42.336.000	\$ 44.452.800	\$ 46.675.440
FEBRERO	\$ 15	\$ 7	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000	\$ 14.000.000	\$ 38.000.000	\$ 39.900.000	\$ 41.895.000	\$ 43.989.750	\$ 46.189.238
MARZO	\$ 12	\$ 11	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 19.200.000	\$ 22.000.000	\$ 41.200.000	\$ 43.260.000	\$ 45.423.000	\$ 47.694.150	\$ 50.078.858
ABRIL	\$ 15	\$ 8	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000	\$ 16.000.000	\$ 40.000.000	\$ 42.000.000	\$ 44.100.000	\$ 46.305.000	\$ 48.620.250
MAYO	\$ 13	\$ 7	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 20.800.000	\$ 14.000.000	\$ 34.800.000	\$ 36.540.000	\$ 38.367.000	\$ 40.285.350	\$ 42.299.618
JUNIO	\$ 14	\$ 7	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 22.400.000	\$ 14.000.000	\$ 36.400.000	\$ 38.220.000	\$ 40.131.000	\$ 42.137.550	\$ 44.244.428
JULIO	\$ 14	\$ 8	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 22.400.000	\$ 16.000.000	\$ 38.400.000	\$ 40.320.000	\$ 42.336.000	\$ 44.452.800	\$ 46.675.440
AGOSTO	\$ 9	\$ 6	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 14.400.000	\$ 12.000.000	\$ 26.400.000	\$ 27.720.000	\$ 29.106.000	\$ 30.561.300	\$ 32.089.365
SEPTIEMBRE	\$ 16	\$ 9	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 25.600.000	\$ 18.000.000	\$ 43.600.000	\$ 45.780.000	\$ 48.069.000	\$ 50.472.450	\$ 52.996.073
OCTUBRE	\$ 17	\$ 10	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 27.200.000	\$ 20.000.000	\$ 47.200.000	\$ 49.560.000	\$ 52.038.000	\$ 54.639.900	\$ 57.371.895
NOVIEMBRE	\$ 18	\$ 9	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 28.800.000	\$ 18.000.000	\$ 46.800.000	\$ 49.140.000	\$ 51.597.000	\$ 54.176.850	\$ 56.885.693
DICIEMBRE	\$ 18	\$ 10	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 28.800.000	\$ 20.000.000	\$ 48.800.000	\$ 51.240.000	\$ 53.802.000	\$ 56.492.100	\$ 59.316.705
TOTAL					\$ 280.000.000	\$ 200.000.000	\$ 480.000.000	\$ 504.000.000	\$ 529.200.000	\$ 555.660.000	\$ 583.443.000

7.4.INGRESOS

GERENCIA DE COMERCIO EXTERIOR

Condiciones de pago:

- Si el cliente es nuevo debe pagar un anticipo del 30% del valor del servicio de pago
- Si el cliente es frecuente se le da crédito en el servicio pero no en los costos por cobros de terceros
- Anticipo total por los costos de transporte nacional, puertos, fletes internacionales, agencias de aduanas y carga.
- Una vez cancelados los anticipos el clientes tendrá un plazo de pago del restante dependiendo del cliente puede ser de 15 a 30 días.

GERENCIA COMERCIAL

Condiciones de pago:

- Si el cliente es nuevo debe pagar un anticipo del 30% del valor del servicio de pago
- Si el cliente es frecuente se le da crédito en el servicio pero no en los costos por cobros de terceros
- Una vez cancelados los anticipos el clientes tendrá un plazo de pago del restante dependiendo del cliente puede ser de 15 a 30 días.

7.5. COSTO DE LOS SERVICIOS VENDIDOS

COSTOS FIJOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
ARRENDAMIENTO	\$ 1.000.000,00	\$ 12.000.000,00
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 300.000,00	\$ 3.600.000,00
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	\$ 89.166,67	\$ 1.070.000,04
NOMINA	\$ 14.305.514,64	\$ 171.666.175,68
PAGO MENSUAL DEL CREDITO	\$ 1.519.986,89	\$ 18.239.842,68
VALOR COSTOS FIJOS	\$ 17.214.668,20	\$ 206.576.018,40

COSTOS VARIABLES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GASTOS DE MOVILIDAD	\$ 500.000,00	\$ 6.000.000,00
PAPELERIA Y UTILES	\$ 200.000,00	\$ 2.400.000,00
VALOR COSTOS VARIABLE	\$ 700.000,00	\$ 8.400.000,00

TOTAL (Costos fijos + Costos Variables)	\$ 17.914.668,20	\$ 214.976.018,40
--	-------------------------	--------------------------

DEPRECIACIÓN METODO LINEA RECTA		DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
MUEBLES Y ENSERES VIDA UTIL 10 AÑOS	VALOR	10,00	
Escritorios	\$ 1.800.000,00	\$ 180.000,00	\$ 15.000,00
Sillas escritorio	\$ 600.000,00	\$ 60.000,00	\$ 5.000,00
Sillas atención	\$ 1.500.000,00	\$ 150.000,00	\$ 12.500,00
Equipos- computadores	\$ 6.000.000,00	\$ 600.000,00	\$ 50.000,00
Impresoras	\$ 800.000,00	\$ 80.000,00	\$ 6.666,67
TOTAL		\$ 1.070.000,00	\$ 89.166,67

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
COSTOS FIJOS GERENCIA COMERCIO EXTERIOR	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20
No PROMEDIO DE SERVICIOS A REALIZAR POR MES	14	15	12	15
TOTAL COSTOS POR SERVICIO REALIZADOS MENSUAL	\$11.400.243,40	\$12.214.546,50	\$10.236.953,26	\$12.214.546,50
	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
COSTOS FIJOS GERENCIA COMERCIO EXTERIOR	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20
No PROMEDIO DE SERVICIOS A REALIZAR POR MES	13	14	16	9
TOTAL COSTOS POR SERVICIO REALIZADOS MENSUAL	\$12.257.404,56	\$12.540.267,74	\$12.462.377,88	\$12.402.462,60
	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
COSTOS FIJOS GERENCIA COMERCIO EXTERIOR	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20
No PROMEDIO DE SERVICIOS A REALIZAR POR MES	16	17	18	18
TOTAL COSTOS POR SERVICIO REALIZADOS MENSUAL	\$11.465.387,65	\$11.279.605,90	\$11.943.112,13	\$11.516.572,41

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
COSTOS FIJOS GERENCIA COMERCIAL	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20
No PROMEDIO DE SERVICIOS A REALIZAR POR MES	8	7	9	7
TOTAL POR SERVICIOS REALIZADOS MENSUAL	\$6.514.424,80	\$5.700.121,70	\$7.677.714,94	\$5.700.121,70
	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
COSTOS FIJOS GERENCIA COMERCIAL	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20
No PROMEDIO DE SERVICIOS A REALIZAR POR MES	6	6	7	4
TOTAL POR SERVICIOS REALIZADOS MENSUAL	\$5.657.263,64	\$5.374.400,46	\$5.452.290,32	\$5.512.205,60
	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
COSTOS FIJOS GERENCIA COMERCIAL	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20	\$17.914.668,20
No PROMEDIO DE SERVICIOS A REALIZAR POR MES	9	10	9	10
TOTAL POR SERVICIOS REALIZADOS MENSUAL	\$6.449.280,55	\$6.635.062,30	\$5.971.556,07	\$6.398.095,79

Total: \$141.933.480,53 + \$73.042.537,87: \$ 214.976.018,40

7.7.COMPRAS E INSUMOS

COMPRAS DE UNICA VEZ

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UND	TOTAL
COSEDORAS	5	\$ 10.000,00	\$ 50.000,00
CALCULADORAS	5	\$ 20.000,00	\$ 100.000,00
TIJERAS	5	\$ 2.000,00	\$ 10.000,00
REGLAS	3	\$ 2.000,00	\$ 6.000,00
TOTAL			\$ 166.000,00

VARIABLES

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UND	TOTAL MESUAL	TOTAL ANUAL
RESMAS DE PAPEL	5	\$ 8.100,00	\$ 40.500,00	\$ 486.000,00
CAJAS DE LAPICEROS	3	\$ 3.000,00	\$ 9.000,00	\$ 108.000,00
SACA GANCHOS	3	\$ 4.000,00	\$ 12.000,00	\$ 144.000,00
SEPARADORES	5	\$ 4.000,00	\$ 20.000,00	\$ 240.000,00
A-Z	30	\$ 3.000,00	\$ 90.000,00	\$ 1.080.000,00
CARPETAS	25	\$ 800,00	\$ 20.000,00	\$ 240.000,00
PEGA STICK	4	\$ 2.000,00	\$ 8.000,00	\$ 96.000,00
TOTAL			\$ 199.500,00	\$ 2.394.000,00

TOTAL AÑO 1	\$ 2.560.000,00
--------------------	------------------------

7.8.PAGOS A PROVEEDORES



Tipo de pagos

- Pago anticipado (parcial o total)
- Pago en el momento (generalmente es total)
- Pago posterior (lo recomendable es hacer un pago total)

Formas de pago

- Pago en efectivo
- Pago en cheque
- Transferencia electrónica
- Cargo en cuenta

Se toma de referencia: (EMPRENDERFACIL, 2017)

7.9.NÓMINA Y COMISIONES

PRESTACIONES		SUDDSIDIO TRANSPORTE	
VACACIONES	50%	\$83.140	
CESANTIAS	100%	SMLV	
I CESANTIAS	12%	\$737.717	
PRIMA LEGAL	100%		
TOTAL	262%		

MANO OBRA INDIRECTA AÑO 1	N° Colaboradores	SMMLV	SALARIO TRABAJADORES	Aux Transporte	Pensiones
					12%
Gerente Comercial	1	5	\$ 42.418.727,50	\$ 0,00	\$ 5.090.247,30
Gerente Comercio Exterior	1	5	\$ 42.418.727,50	\$ 0,00	\$ 5.090.247,30
Asistente administrativa	1	1	\$ 8.483.745,50	\$ 956.110,00	\$ 1.018.049,46
Oficios Generales	1	1	\$ 8.483.745,50	\$ 956.110,00	\$ 1.018.049,46
Auxiliar contable	1	1	\$ 8.483.745,50	\$ 956.110,00	\$ 1.018.049,46
TOTAL			\$ 110.288.691,50	\$ 2.868.330,00	\$ 13.234.642,98

Salud	ARL	Sena	ICBF	Comfamiliar	Vacaciones	Cesantías	I Cesantías	Prima
8,50%	0,52%	2%	3%	4%	4,17%	8,33333333%	12,0000000%	salario+aux+vacaciones /12
\$ 3.605.591,84	\$ 221.425,76	\$ 848.374,55	\$ 1.272.561,83	\$ 1.696.749,10	\$ 1.767.446,98	\$ 3.682.181,21	\$ 441.861,74	\$ 3.682.181,21
\$ 3.605.591,84	\$ 221.425,76	\$ 848.374,55	\$ 1.272.561,83	\$ 1.696.749,10	\$ 1.767.446,98	\$ 3.682.181,21	\$ 441.861,74	\$ 3.682.181,21
\$ 721.118,37	\$ 44.285,15	\$ 169.674,91	\$ 254.512,37	\$ 339.349,82	\$ 353.489,40	\$ 816.112,07	\$ 97.933,45	\$ 816.112,07
\$ 721.118,37	\$ 44.285,15	\$ 169.674,91	\$ 254.512,37	\$ 339.349,82	\$ 353.489,40	\$ 816.112,07	\$ 97.933,45	\$ 816.112,07
\$ 721.118,37	\$ 44.285,15	\$ 169.674,91	\$ 254.512,37	\$ 339.349,82	\$ 353.489,40	\$ 816.112,07	\$ 97.933,45	\$ 816.112,07
\$ 9.374.538,78	\$ 575.706,97	\$ 2.205.773,83	\$ 3.308.660,75	\$ 4.411.547,66	\$ 4.595.362,15	\$ 9.812.698,64	\$ 1.177.523,84	\$ 9.812.698,64

TOTAL NOMINA AÑO 1 \$171.666.175,72

TOTAL NOMINA MENSUAL \$14.305.514,64

7.10. GASTOS DE PUBLICIDAD

CONCEPTO	VALOR
Estrategia de producto o servicio	500.000
Estrategia de precio	1'000.000
Estrategia de publicidad	1'500.000
Estrategia de promoción	1'200.000
Estrategia de distribución	800.000
Estrategia de ventas	5'000.000
Estrategias de servicio al cliente	300.000
TOTAL	10'300.000

7.11. OTROS GASTOS (Gastos de Puesta en Marcha)

RESUMEN DE INVERSIONES	
ARRENDAMIENTO	\$12.000.000,00
SERVICIOS PUBLICOS	\$3.600.000,00
PAGO INDUSTRIA COMERCIO	\$3.000.000,00
PAGO CAMARA Y COMERCIO	\$1.000.000,00
GASTOS DE MOVILIDAD	\$6.000.000,00
APERTURA DE CUENTA BANCARIA	\$50.000,00
ASESORIA JURIDICA	\$2.400.000,00
ASESORIA CONTABLE	\$3.600.000,00
IMPREVISTOS Y OCULTOS	\$2.400.000,00
ELEMENTOS DE OFICINA	\$1.200.000,00
PEPELERIA	\$2.560.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$9.900.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	7.200.000,00
MANO DE OBRA	171.666.175,72
DEPRECIACIÓN	\$1.070.000,04
GASTO DE PUBLICIDAD	\$10.300.000,00
PAGO DEL CREDITO AÑO 1	\$18.239.842,68
TOTAL AÑO 1	\$256.186.018,44

7.12. APLICACIÓN DE CRÉDITOS

Resultado de la Simulación

Los valores resultantes de esta simulación, son informativos, aproximados y podrán variar de acuerdo a las políticas de estudio y aprobación del crédito por parte de Bancolombia.

Tasa efectiva anual utilizada en la simulación	19.28%
Tasa mes vencida utilizada en la simulación	1.48%
Cuota mensual	\$1,462,486.89
Seguro de vida asociado a la deuda por cuota	\$57,500.00
Cuota mensual más seguro(s)	\$1,519,986.89
Plazo	48 meses

Cuota #	Abono a intereses	Abono a capital	Cuota mensual sin seguros	Valor del seguro de vida asociado a la Deuda	Cuota mensual mas seguros	Saldo
0	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$57,500.00	\$0.00	\$50,000,000.00
1	\$740,000.00	\$722,486.89	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$49,277,513.11
2	\$729,307.19	\$733,179.70	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$48,544,333.41
3	\$718,456.13	\$744,030.76	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$47,800,302.66
4	\$707,444.48	\$755,042.41	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$47,045,260.24
5	\$696,269.85	\$766,217.04	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$46,279,043.20
6	\$684,929.84	\$777,557.05	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$45,501,486.15
7	\$673,422.00	\$789,064.90	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$44,712,421.26
8	\$661,743.83	\$800,743.06	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$43,911,678.20
9	\$649,892.84	\$812,594.05	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$43,099,084.15
10	\$637,866.45	\$824,620.45	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$42,274,463.70
11	\$625,662.06	\$836,824.83	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$41,437,638.87
12	\$613,277.06	\$849,209.84	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$40,588,429.04

Cuota #	Abono a intereses	Abono a capital	Cuota mensual sin seguros	Valor del seguro de vida asociado a la Deuda	Cuota mensual mas seguros	Saldo
13	\$600,708.75	\$861,778.14	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$39,726,650.89
14	\$587,954.43	\$874,532.46	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$38,852,118.44
15	\$575,011.35	\$887,475.54	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$37,964,642.90
16	\$561,876.71	\$900,610.18	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$37,064,032.72
17	\$548,547.68	\$913,939.21	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$36,150,093.51
18	\$535,021.38	\$927,465.51	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$35,222,628.01
19	\$521,294.89	\$941,192.00	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$34,281,436.01
20	\$507,365.25	\$955,121.64	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$33,326,314.37
21	\$493,229.45	\$969,257.44	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$32,357,056.93
22	\$478,884.44	\$983,602.45	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$31,373,454.49
23	\$464,327.13	\$998,159.76	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$30,375,294.72
24	\$449,554.36	\$1,012,932.53	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$29,362,362.19

Cuota #	Abono a intereses	Abono a capital	Cuota mensual sin seguros	Valor del seguro de vida asociado a la Deuda	Cuota mensual mas seguros	Saldo
25	\$434,562.96	\$1,027,923.93	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$28,334,438.26
26	\$419,349.69	\$1,043,137.20	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$27,291,301.06
27	\$403,911.26	\$1,058,575.64	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$26,232,725.42
28	\$388,244.34	\$1,074,242.55	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$25,158,482.87
29	\$372,345.55	\$1,090,141.34	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$24,068,341.52
30	\$356,211.45	\$1,106,275.44	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$22,962,066.08
31	\$339,838.58	\$1,122,648.31	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$21,839,417.77
32	\$323,223.38	\$1,139,263.51	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$20,700,154.26
33	\$306,362.28	\$1,156,124.61	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$19,544,029.65
34	\$289,251.64	\$1,173,235.25	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$18,370,794.40
35	\$271,887.76	\$1,190,599.13	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$17,180,195.27
36	\$254,266.89	\$1,208,220.00	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$15,971,975.27

Cuota #	Abono a intereses	Abono a capital	Cuota mensual sin seguros	Valor del seguro de vida asociado a la Deuda	Cuota mensual mas seguros	Saldo
37	\$236,385.23	\$1,226,101.66	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$14,745,873.61
38	\$218,238.93	\$1,244,247.96	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$13,501,625.65
39	\$199,824.06	\$1,262,662.83	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$12,238,962.82
40	\$181,136.65	\$1,281,350.24	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$10,957,612.58
41	\$162,172.67	\$1,300,314.23	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$9,657,298.35
42	\$142,928.02	\$1,319,558.88	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$8,337,739.47
43	\$123,398.54	\$1,339,088.35	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$6,998,651.13
44	\$103,580.04	\$1,358,906.85	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$5,639,744.27
45	\$83,468.22	\$1,379,018.68	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$4,260,725.60
46	\$63,058.74	\$1,399,428.15	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$2,861,297.45
47	\$42,347.20	\$1,420,139.69	\$1,462,486.89	\$57,500.00	\$1,519,986.89	\$1,441,157.76
48	\$21,329.13	\$1,441,157.76	\$1,462,486.89	\$0.00	\$1,462,486.89	\$-0.00

Fuente: Simulador de créditos de Bancolombia.

8. CÁPSULA FINANCIERO

8.1.PUNTO DE EQUILIBRIO

SERVICIOS COMERCIO EXTERIOR

PRECIO	\$ 1.600.000
COSTO FIJO MENSUAL	\$ 11.827.800
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 31.354
RESULTADO PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	8

SERVICIOS COMERCIO EXTERIOR

COSTO FIJO MENSUAL	\$ 11.827.800
COSTO VARIABLE MENSUAL	\$ 462.467
VENTAS MENSUALES	\$ 23.333.333
RESULTADO PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS	\$ 12.066.968

SERVICIOS GERENCIA COMERCIAL

PRECIO	\$ 2.000.000
COSTO FIJO MENSUAL	\$ 6.086.883
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 31.043
RESULTADO PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	3

SERVICIOS GERENCIA COMERCIAL

COSTO FIJO MENSUAL	\$ 6.086.883
COSTO VARIABLE MENSUAL	\$ 237.997
VENTAS MENSUALES	\$ 16.666.667
RESULTADO PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS	\$ 6.175.062

8.2.ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	480.000.000	504.000.000	529.200.000	555.660.000	583.443.000
Compras	2.560.000	2.822.400	3.111.696	3.430.645	3.782.286
Variación de existencias	-	-	-	-	-
Margen	477.440.000	501.177.600	526.088.304	552.229.355	579.660.714
Gastos de personal	171.666.176	187.463.755	195.899.624	204.715.108	213.927.287
Alquileres	12.000.000	12.360.000	12.730.800	13.112.724	13.506.106
Otros gastos	3.600.000	3.654.000	3.708.810	3.764.442	3.820.909
Utilidad antes de intereses, impuestos y amortizaciones	290.173.824	297.699.845	313.749.070	330.637.081	348.406.412
Amortizaciones	-	-	-	-	-
Utilidad antes de intereses e impuestos	290.173.824	297.699.845	313.749.070	330.637.081	348.406.412
Gastos financieros	7.685.581	6.237.966	4.746.924	3.211.150	1.629.303
Utilidad antes de impuestos	282.488.244	291.461.878	309.002.146	327.425.932	346.777.110
Impuesto sobre beneficios	93.221.120	96.182.420	101.970.708	108.050.557	114.436.446
Utilidad Neta	189.267.123	195.279.458	207.031.438	219.375.374	232.340.663

8.3. FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial	256.186.018	377.683.718	522.297.020	677.124.154	842.710.108
+ Beneficio	189.267.123	195.279.458	207.031.438	219.375.374	232.340.663
+ Amortizaciones	-	-	-	-	-
+ Prestamos obtenidos	-	-	-	-	-
+ Ampliaciones de capital	-	-	-	-	-
+ Crédito de proveedores	210.411	21.567	23.778	26.215	28.902
- Crédito a clientes	19.726.027	986.301	1.035.616	1.087.397	1.141.767
- Dividendos	-	-	-	-	-
- Devoluciones de préstamos	48.253.808	49.701.422	51.192.465	52.728.239	54.310.086
- Inversiones	-	-	-	-	-
- Existencias	-	-	-	-	-
Saldo final	377.683.718	522.297.020	677.124.154	842.710.108	1.019.627.820

8.4. BALANCE

BALANCE PREVISIONAL	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
Inmovilizado	-	-	-	-	-	-
Amortizaciones	-	-	-	-	-	-
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	-	-	-	-	-	-
Existencias	-	-	-	-	-	-
Clientes	-	19.726.027	20.712.329	21.747.945	22.835.342	23.977.110
Tesorería	256.186.018	377.683.718	522.297.020	677.124.154	842.710.108	1.019.627.820
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	256.186.018	397.409.745	543.009.349	698.872.099	865.545.450	1.043.604.930
TOTAL ACTIVO	256.186.018	397.409.745	543.009.349	698.872.099	865.545.450	1.043.604.930

PASIVO						
Recursos propios	-	-	-	-	-	-
Reservas		189.267.123	384.546.582	591.578.019	810.953.394	1.043.294.057
Resultados negativos		-	-	-	-	-
Prestamos	256.186.018	207.932.211	158.230.789	107.038.324	54.310.086	-
TOTAL NO CORRIENTE	256.186.018	397.199.334	542.777.371	698.616.344	865.263.479	1.043.294.057
Proveedores		210.411	231.978	255.756	281.971	310.873
Tesorería negativa		-	-	-	-	-
TOTAL CORRIENTE	-	210.411	231.978	255.756	281.971	310.873
TOTAL PASIVO	256.186.018	397.409.745	543.009.349	698.872.099	865.545.450	1.043.604.930

8.5. ANÁLISIS FINANCIERO

	Tasa (%) de Oportunidad	Desembolso inicial del Proyecto	Flujo del 1º año	Flujo del 2º año	Flujo del 3º año	Flujo del 4º año	Flujo del 5º año
PROYECTOS	Tasa de oportunidad	Desembolso Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Revolution Fit	19,00%	-\$256.186.018,44	377.683.718	522.297.020	677.124.154	842.710.108	1.019.627.820

PROYECTOS =	A
Valor Presente Neto VPN =	1.679.346.812
Tasa Interna de Retorno TIR =	177,40%

8.6. CAPITAL DE TRABAJO

Descripción	Valor
Capital de trabajo	\$ -
Insumos Oficina	\$ 2.560.000
Mano de obra	\$ 171.666.176
Arrendamientos	\$ 12.000.000
Servicios públicos	\$ 3.600.000
TOTAL	\$ 189.826.176

9. CÁPSULA ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

ITEM	NEGATIVO
TASA DE CAMBIO	X
CONTRABANDO	X
REGLAMENTACIÓN GUBERNAMENTALES	X
POLITICAS ECONOMICAS	X
SECTOR	X

Fuente: elaboración propia

- **Tasa de cambio:** Es un factor crítico que depende de las variaciones en el mercado para saber si una empresa gana o pierde, por ejemplo si se está exportando y el dólar se revalúa frente al peso hay un beneficio por la diferencia en cambio, pero si se está importando y el dólar se revalúa se perjudica la empresa que esté realizando la importación debido a que tendrá que pagar más por el producto.
- **Contrabando:** Este es un factor crítico de mucho riesgo, ya que puede afectar la distribución física internacional de la mercancía, por eso es importante implementar actores en la logística debidamente certificados.
- **Reglamentación gubernamental:** El cambio de la normatividad gubernamental puede afectar o beneficiar a las empresas dependiendo de los cambios en normativa que afecte la actividad empresarial de las empresas.
- **Políticas económicas:** Este factor es de vital importancia para que las empresas puedan desarrollar su actividad de manera factible.
- **Sector:** Este es un factor crítico de éxito, debido a que si el sector está fortalecido y en crecimiento será mejor para la empresa, de igual forma si el sector está en crisis pues afectará de una manera directa a la empresa.

10. CÁPSULA ANÁLISIS DE RIESGOS

A partir de la información obtenida en las reuniones iniciales, abordaremos la realización de un análisis de riesgos. Estudiamos qué amenazas pueden materializarse afectando a los procesos del alcance, con qué probabilidad, qué impacto tendrían en éstos y qué activos de aquellos que intervienen en los procesos de negocio críticos (por ejemplo, aquellos con un MTD inferior a 24 horas) se verían afectados. Para ello, realizaremos los siguientes pasos:

1. Determinar las amenazas a las que está expuesta la organización: robo de información sensible, inundación, pérdida de suministro eléctrico, caída del servidor de correo, etc. A diferencia de otros casos, en este tipo de proyectos nos centraremos en aquellas amenazas que implican una indisponibilidad de los procesos del alcance.

2. Una vez tenemos el listado de las amenazas, determinaremos la probabilidad y el impacto de cada una de esas amenazas. Esto puede hacerse utilizando una escala variable cualitativa, por ejemplo, de uno a cinco: de “Muy baja” a “Muy alta”. En este caso, nos interesan especialmente aquellos riesgos que impliquen un mayor impacto (y una probabilidad no despreciable), ya que son los que pueden poner en riesgo la continuidad de la organización. Nuestro propósito será identificar aquellos riesgos que pueden poner en peligro la continuidad o la información de los procesos críticos de la organización.

3. Por último, realizaremos el producto de la probabilidad por el impacto de cada amenaza, que nos servirá para identificar aquellos riesgos que debemos tratar con mayor prioridad. De esta manera obtenemos un listado de los riesgos de la organización, donde cada registro será una amenaza, un valor de impacto y uno de probabilidad.

Para cada proceso que hayamos analizado, debemos haber obtenido los siguientes datos: □ Tiempo de recuperación o RTO (Recovery Time Objective). Este es el tiempo que un proceso permanecerá detenido antes de que su funcionamiento sea restaurado. Este valor tiene un gran componente de subjetividad.

Recursos humanos y tecnológicos empleados en el proceso. En este punto debemos determinar las aplicaciones, sistemas, equipamiento y elementos auxiliares (impresora, fax, etc.) que cada proceso necesita para su funcionamiento en una situación de contingencia, así como los tiempos de recuperación que cada una de ellas tenga.

En el caso de los recursos tecnológicos, debemos de considerar las dependencias con otra infraestructura tecnológica. o En el caso de los recursos humanos, debemos identificar personal crítico sin reemplazo, ya sea por limitaciones de personal o por poseer know-how muy específico.

Tiempo máximo tolerable de caída o MTD (Maximum Tolerable Downtime). Este es el tiempo que un proceso puede permanecer caído antes de que se produzcan consecuencias desastrosas para nuestra empresa. Debemos tener en cuenta que esta valoración será en la mayoría de los casos subjetiva, ya que incluso si podemos medir cuantitativamente el

impacto de una contingencia (en clientes no atendidos, ventas de la página web no realizadas, etc.), determinar en qué momento dicho impacto pone en riesgo la continuidad de nuestra empresa es una tarea muy compleja. El MTD está relacionado con el negocio, mientras que el RTO será determinado, por lo general, por personal técnico. En todos los casos, el RTO debe ser inferior al MTD.

Niveles mínimos de recuperación de servicio o ROL (Revised Operating Level). Éste es el nivel mínimo de recuperación que debe tener una actividad para que la consideremos como recuperada, aunque el nivel de servicio no sea el óptimo. Esta variable puede ser establecida tanto en valores absolutos como porcentuales, y debe tener en cuenta el público objetivo o destinatario de la actividad del servicio, cumplimiento de compromisos satisfechos con terceras partes, porcentaje de la actividad habitual que es posible llevar a cabo, etc.

Como respuesta a los riesgos, generaremos un plan de tratamiento de riesgos para cada uno de aquellos que superen el umbral determinado. En algunas ocasiones parte de estas medidas podrán ser consideradas posteriormente para la mejora de la continuidad. Para cada medida, determinaremos:

- descripción de la medida o iniciativa, entendida ésta como un conjunto de controles de la misma naturaleza
- riesgo o riesgos que mitiga
- fecha de la implantación límite
- responsable de la implantación
- recursos necesarios para su implantación

11. CÁPSULA PLAN CONTIGENCIA Y SALIDA

La seguridad al 100% no existe. Las empresas deben estar preparadas protegerse y reaccionar ante posibles incidentes de seguridad que pudieran dañar la capacidad operativa o hacer peligrar la continuidad del negocio. Tenemos que ser capaces para dar una respuesta rápida y eficaz ante cualquier contingencia grave, de manera que podamos recuperar la actividad normal en un plazo de tiempo tal que no se vea comprometido nuestro negocio.

Para ello diseñaremos un Plan de Contingencia y Continuidad de Negocio, donde regularemos los mecanismos a poner en marcha en caso de un incidente grave de seguridad. Estos mecanismos nos ayudarán a mantener el nivel de servicio en unos límites predefinidos, establecerán un periodo de recuperación mínimo, recuperarán la situación inicial anterior al incidente, analizarán los resultados y los motivos del incidente, y evitarán la interrupción de las actividades corporativas.

En caso de desastre, el hecho de tener definido y poder aplicar un Plan de Contingencia y Continuidad de Negocio repercutirá positivamente en nuestra imagen y reputación, además de mitigar el impacto financiero y de pérdida de información crítica ante estos incidentes. En este apartado se tratan los distintos tipos de proyectos de continuidad y las fases necesarias para implantar un plan.

Fase 0. Determinación del alcance. Si nuestra empresa presenta cierta complejidad organizativa, abordar un proceso de mejora de la continuidad puede suponer emplear un número de recursos y un tiempo excesivo. Por tanto, es recomendable comenzar por aquellos departamentos o áreas con mayor importancia y progresivamente ir ampliando la continuidad a toda la organización. Para ello siempre con el compromiso e implicación de la dirección.

Fase 1. Análisis de la organización. Durante esta fase recopilamos toda la información necesaria para establecer los procesos de negocio críticos, los activos que les dan soporte y cuáles son las necesidades temporales y de recursos.

Fase 2. Determinación de la estrategia de continuidad. Conocidos los activos que soportan los procesos críticos, debemos determinar si en caso de desastre, seremos capaces de recuperar dichos activos en el tiempo necesario. En aquellos casos en los que no sea así, debemos establecer las diversas estrategias de recuperación.

Fase 3. Respuesta a la contingencia. A partir de las estrategias de recuperación escogidas, se realiza la selección e implantación de las iniciativas necesarias, y se documenta el Plan de Crisis y los respectivos documentos para la recuperación de los entornos.

Fase 4. Prueba, mantenimiento y revisión. A partir de la infraestructura tecnológica de nuestra empresa, desarrollaremos los planes de prueba y mantenimiento.

Fase 5. Concienciación. Además del análisis y la implantación, es necesario que tanto el personal técnico como los responsables de nuestra empresa conozcan qué es y qué supone el Plan de Continuidad de Negocio así como qué se espera de ellos.

Extendiendo este ejercicio a todos los procesos dentro del alcance y los diferentes ámbitos, debemos determinar qué estrategias seguir para cada uno de los diferentes elementos potencialmente afectados por una contingencia. Es decir, cómo recuperar un sistema para evitar que una contingencia lo degrade de manera irreversible para nuestra empresa. Algunos elementos potencialmente afectables por una contingencia son los siguientes:

- Personal. Según el personal crítico identificado en el BIA, debemos evaluar las diferentes opciones para mitigar su ausencia.
- Locales. Deben evaluarse situaciones en las que no se disponga de ubicación para trabajar.
- Tecnología. Para las diferentes tecnologías implicadas en los activos que dan soporte al proceso se deben valorar posibles alternativas de funcionamiento o medidas complementarias.
- Información. Debemos considerar todos aquellos aspectos relacionados con la disponibilidad y salvaguarda de la información relacionada con los procesos críticos.
- Proveedores. Debemos garantizar que los proveedores críticos tienen unos tiempos de respuesta acordes a las necesidades de nuestra empresa, y que no estamos expuestos a que nos trasladen sus posibles contingencias.
- Medición y Control. Se deben tener una trazabilidad de todo los procesos, y medir el nivel de desempeño de cada uno de estos en cuantos en su cumplimiento y eficiencia.

Como resultado de dicho proceso determinaremos las estrategias de recuperación más adecuadas a cada caso, teniendo en cuenta que algunos procesos pueden requerir varias estrategias de recuperación en función de su naturaleza y características. Estas estrategias debemos implementarlas en una fase posterior, y para cada una de ellas debemos valorar el coste y viabilidad de su implantación, mantenimiento, recursos necesarios, etc., de manera que obtengamos un conjunto de iniciativas a implantar para mejorar la continuidad del proceso. (INCIBE, 2017) .

12 CUADRO DE INVERSIONES TOTALES

RESUMEN DE INVERSIONES	
ARRENDAMIENTO	\$12.000.000,00
SERVICIOS PUBLICOS	\$3.600.000,00
PAGO INDUSTRIA COMERCIO	\$3.000.000,00
PAGO CAMARA Y COMERCIO	\$1.000.000,00
GASTOS DE MOVILIDAD	\$6.000.000,00
APERTURA DE CUENTA BANCARIA	\$50.000,00
ASESORIA JURIDICA	\$2.400.000,00
ASESORIA CONTABLE	\$3.600.000,00
IMPREVISTOS Y OCULTOS	\$2.400.000,00
ELEMENTOS DE OFICINA	\$1.200.000,00
PEPELERIA	\$2.560.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$9.900.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	7.200.000,00
MANO DE OBRA	171.666.175,72
DEPRECIACIÓN	\$1.070.000,04
GASTO DE PUBLICIDAD	\$10.300.000,00
PAGO DEL CREDITO AÑO 1	\$18.239.842,68
TOTAL AÑO 1	\$256.186.018,44