



**DISEÑO, FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SILLAS DE
LUJO PARA MONTAR A CABALLO**

EQUO SILLAS S.A.S
Facultad de Estudios Internacionales
Junio 10 de 2014

EQUO SILLAS
Plan de Negocios

EQUO SILLAS S.A.S.
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín, Junio, 2015

EQUO SILLAS S.A.S.

EQUO SILLAS

Contenido - Plan de Negocio

LISTA DE TABLAS

LISTA DE FIGURAS

LISTA DE GRÁFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1. Nombre de la Empresa

3.2. Descripción de la Empresa

3.3. Misión y Visión de la Empresa

3.4. Objetivo general y objetivos específicos

3.5. Ventajas Competitivas

3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir

3.7. Relación de productos y/o servicios

3.8. Justificación del Negocio

3.9. Análisis del entorno y del sector

3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1. Objetivos de Mercadeo

4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1. El Mercado Meta

4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor

4.4. El Mercado Proveedor



- 4.4.1. Proveedores
- 4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor
- 4.5. El Mercado Competidor
 - 4.5.1. Competidores
 - 4.5.2. Estudio del Mercado Competidor
- 4.6. El Mercado Distribuidor
 - 4.6.1. Distribución
 - 4.6.2. Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.3. Distribución Directa (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.4. Manejo de Inventarios
 - 4.6.5. Comunicación
 - 4.6.6. Actividades de promoción y divulgación
- 4.7. Precios de los Productos
 - 4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
 - 4.7.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos
 - 4.7.3. Los Precios de los Productos propuestos
 - 4.7.3.1. Precios de Ventas Internacional, cantidades mínimas de pedidos
 - 4.7.4. Política de Precios
- 4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado
- 4.10. Plan de ventas
- 5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)**
 - 5.1. Objetivos de producción
 - 5.2. Descripción del proceso de producción
 - 5.3. Capacidad de producción
 - 5.4. Plan de Producción
 - 5.5. Recursos materiales y humanos para la producción
 - 5.5.1. Locaciones
 - 5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.
 - 5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.

5.5.4. Requerimientos de servicios.

5.5.5. Requerimientos de personal.

5.6. Programa de producción

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1. Procesos Administrativos

6.1.1. Descripción de los procesos administrativos

6.1.2. Procesos administrativos externalizados

6.2. Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1. Organigrama

6.2.2. Descripción funcional de la Organización

6.3. Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1. Locaciones

6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.

6.3.4. Requerimientos de servicios.

6.3.5. Requerimientos de personal

6.4. Programa de administración

7. ASPECTOS LEGALES

7.1. Tipo de Organización empresarial

7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1. Estructura Financiera del proyecto

8.1.1. Recursos Propios

8.1.2. Créditos y Préstamos Bancarios

8.2. Ingresos y Egresos

8.2.1. Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

8.2.1.2 Otros Ingresos

8.2.2. Egresos

8.2.2.1. Inversiones

8.2.2.2. Costos

8.2.2.3. Gastos

8.2.2.4. Gastos Financieros

8.3. Estados Financieros Proyectados

8.3.1. Flujo de Caja

8.3.2. Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

8.3.3. Balance General

8.4. Evaluación financiera del proyecto

8.4.1. Valor Presente Neto

8.4.2. Tasa Interna de Retorno

8.4.3. Indicadores Financieros proyectados

8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LISTA DE TABLAS

- 3.1. SECTOR INDUSTRIAL EN COLOMBIA
- 3.2. IMPORTACIONES EN COLOMBIA DE CUERO EN EL AÑO 2013
- 4.1. PRINCIPALES PRODUCTOS
- 4.2. RESULTADO DE ESTUDIO DE PROVEEDORES
- 4.3. APLICACIÓN DE MEDIOS, ESTUDIO DE COMPETIDORES
- 4.4. RESULTADO DE ESTUDIO DE COMPETIDORES
- 4.5. ESTRATEGIAS Y MEDIOS PARA EL ESTUDIO DE MERCADOS DEL DISTRIBUIDOR
- 4.6. APLICACIÓN DE MEDIOS
- 4.7. COSTOS DE ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN NACIONAL
- 4.8. COSTOS DE ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN INTERNACIONAL
- 4.9. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS
- 4.10. PRECIOS DE LOS PRODUCTOS TOMANDO COMO BASE LOS COSTOS (NACIONAL)
- 4.11. PRECIOS DE LOS PRODUCTOS TOMANDO COMO BASE LOS COSTOS (INTERNACIONAL)
- 4.12. COSTOS ASOCIADOS A LAS ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACIÓN
- 5.1. PLAN DE PRODUCCIÓN
- 5.2. REQUERIMIENTOS DE MAQUINAS, EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES
- 5.3. MESAS DE TRABAJO Y CORTE
- 5.4. REQUERIMIENTOS DE MATERIALES E INSUMOS
- 5.5. SALARIO INGENIERO DE PRODUCCIÓN
- 5.6. SALARIO DISEÑADOR GRAFICO
- 5.7. SALARIO TALABARTERO
- 5.8. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN
- 6.1. REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS, SOFTWARE, MUEBLES Y ENSERES PARA GERENCIA

- 6.2. REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS, SOFTWARE, MUEBLES Y ENSERES PARA LA SECRETARIA
- 6.3. REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS, SOFTWARE, MUEBLES Y ENSERES PARA EL VENDEDOR
- 6.4. REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS, SOFTWARE, MUEBLES Y ENSERES PARA CONTABILIDAD
- 6.5. REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS, SOFTWARE, MUEBLES Y ENSERES PARA EL ASISTENTE
- 6.6. REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS, SOFTWARE, MUEBLES Y ENSERES PARA EL PUENTO DE VENTA
- 6.7. REQUERIMIENTOS DE MATERIALES DE OFICINA Y ASEO
- 6.8. REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS
- 6.9. SALARIO GERENTE GENERAL
- 6.10. SALARIO ASITENTE GENERAL
- 6.11. SALARIO CONTADOR
- 6.12. SALARIO DIRECTOR DE VENTAS
- 6.13. SALARIO DIRECTOR DE COMERCIO EXTERIOR
- 7.1. CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PÚBLICAS
- 7.2. COSTOS DE TRÁMITES, PERMISOS O LICENCIAS PARA EXPORTACIÓN
- 8.1. RECURSOS PROPIOS
- 8.2. CRÉDITOS Y PRÉSTAMOS BANCARIOS
- 8.3. AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO (ANUAL)
- 8.4. INGRESOS PROPIOS DEL NEGOCIO
- 8.5. INVERSIONES
- 8.6. GASTOS PREOPERATIVOS
- 8.7. NÚMERO DE DÍAS A CUBRIR EN COSTOS VARIABLES Y FIJOS
- 8.8. COSTO SILLA DE RODEO O DE LUJO
- 8.9. COSTO SILLA DE RODEO O DE LUJO PARA EXPORTACIÓN
- 8.10. COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN
- 8.11. GASTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES

- 8.12. GASTOS DE DISTRIBUCIÓN Y VENTAS
- 8.13. GASTOS AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS
- 8.14. GASTOS FINANCIEROS
- 8.15. FLUJO DE CAJA (INVERSIONISTA)
- 8.16. FLUJO DE CAJA (PROYECTO)
- 8.17. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (ESTADO DE RESULTADOS)
- 8.18. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO (INVERSIONISTA)
- 8.19. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO
- 8.20. ANALISIS SENSIBILIDAD (VARIACIÓN DE LA DEMANDA)
- 8.21. ANALISIS SENSIBILIDAD (VARIACIÓN DEL PRECIO)

LISTA DE FIGURAS

- 4.1. INFORMACIÓN TALABARTERIA SAN FERMIN.
- 4.2. LOGO VITAEQUINOS.
- 4.3. LOGO EMCONCLAVOS.
- 4.4. LOGO SAN FERMIN.
- 4.5. LOGO EQUO SILLAS S.A.S.
- 4.6. LOGO EXPOFINCA.
- 4.7. LOGO FEDEQUINAS.
- 4.8. LOGO FLORIDA PASO FINO HORSE ASSOCIATION.
- 5.1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.
- 5.2. LOCACIONES.
- 6.1. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS.
- 6.2. PROCESOS DE APOYO.
- 6.3. ORGANIGRAMA.
- 7.1. CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PÚBLICAS.

LISTA DE GRÁFICAS

3.1. VARIACIÓN ACUMULADA ANUAL.

3.2. CRECIMIENTO ANUAL DEL SECTOR VS CRECIMIENTO DEL PUB COLOMBIANO
E INDUSTRIA MANUFACTURERA.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio se trata del diseño, fabricación y comercialización de sillas de lujo para montar a caballo, elaboradas en cuero bovino. En base a la inteligencia de mercados y al estudio de la demanda realizado, se pudo determinar el aumento de la tenencia de equinos ha ido en aumento en los últimos años y también los productos asociados a las actividades que se realizan con dichos animales, como las sillas, e indumentaria entre otros. También se detectó la carencia y a su vez la demanda de los caballistas de detalles que demarquen la exclusividad en los artículos, como las sillas, que utilizan para montar.

Es por esto, que este plan de negocio, ofrece una silla de lujo con detalles exclusivos que pueden ser requeridos por cada cliente, dando así un valor agregado y plus a la silla para montar común, y teniendo en cuenta que una de las innovaciones de la silla de este proyecto es la inclusión de un fuste de carbono en vez de uno de madera, comúnmente utilizado, lo que le da comodidad al caballista y al equino. Este producto con todos sus detalles e innovaciones pretende iniciar la empresa en el mercado y conseguir que sea viable en base a todos los estudios realizados.

Para la realización del proyecto se necesita una inversión de \$ 463'471.718, que incluye los pre-operativos, Activos fijos y 90 días de sostenimiento inicial en los costos de producción, administración, comercialización y ventas.

La asignación sería de la siguiente forma:

Gastos pre-operativos: \$3'188.814.



Activos fijos: \$73´743.700.

Capital de trabajo: \$386´539.204,4.

Los ingresos, costos, gastos y rentabilidad del proyecto serían los siguientes:

La proyección de ventas para el primer año es de:\$939´600.046.

Las ventas mensuales son de \$78´300.004.

Los costos variables mensuales son de: \$36´024.872.

Los costos fijos mensuales son de: \$36´491.399.

Luego de que el proyecto lleve 5 años de puesta en marcha, la tasa interna de retorno sería de 9,64% lo que evidencia la no viabilidad del proyecto; el valor presente neto es de 121´802.872, que al darnos un valor negativo confirma la no viabilidad del proyecto ya que nos muestra un importe económico inferior al esperado.

Los emprendedores de este proyecto son: John Alexander Aristizabal Bautista, graduando en Tecnología en Comercio Internacional, con experiencia en la comercialización de productos de cacharrería y demás; Natalia Correa Gil, graduando en Tecnología en Comercio Internacional y Técnica graduada en Comercio Internacional; Yakeline Bohórquez Jaramillo, graduando en Tecnología en Comercio Internacional y Yeisón Esteban Pineda Castañeda, graduando en Tecnología en Comercio Internacional, Técnico graduado en Administración de Empresas y con amplia experiencia en la comercialización de productos bovinos en el exterior, manejo de clientes y aspectos administrativos en general de una empresa.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

John Alexander Aristizabal bautista					
Identificación:	1'036.651.661	Teléfono:	5804750	Celular:	3044630902
Dirección:	Calle 48 #94-40	Barrio:	Santa Mónica		
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	xnd_aristizabal@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios		
Otros Estudios:					

Natalia Correa Gil					
Identificación:	1'035.431.469	Teléfono:	6016058	Celular:	3174425156
Dirección:	Calle 51 #43-50	Barrio:	Plazuelas		
Ciudad		Correo electrónico:	nataliacorrea.25@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	X	Tecnológicos	Universitarios	
Otros Estudios:					

Yakeline Bohórquez Jaramillo					
Identificación:	1'035.860.572	Teléfono:	4423877	Celular:	3043930515
Dirección:	Calle 83 #67ª-82	Barrio:	Córdoba		
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	yakebohorquez.23@gmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios		
Otros Estudios:					

Yeisón Esteban Pineda Castañeda				
Identificación:	1'035.303.471	Teléfono:	4360511	Celular: 3128183227
Dirección:	Calle 65 No.80ª-28 Apto 1103		Barrio:	Robledo
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	yestebanpc@gmail.com	
Estudios:	Técnicos	X	Tecnológicos	Universitarios
Otros Estudios:				



2. PROPÓSITO PLAN DE NEGOCIOS

La motivación inicial para la realización de este proyecto es culminar la etapa de estudios tecnológicos en comercio internacional para aspirar a continuar con nuestra formación en la etapa profesional en negocios internacionales. Adicionalmente, otro motivo es el interés latente de los integrantes del grupo en el tópico del proyecto, los caballos y los artículos relacionados con ello.

Por último se debe tener en cuenta, que en este proyecto se aplican y reúnen gran cantidad de los conocimientos previamente adquiridos durante el proceso de formación que se pretende culminar, además de adquirir nuevos conocimientos acerca de los temas de emprendimiento y creación de empresa en Colombia y todos los desafíos que esto conlleva, pues se han planteado un abanico de posibilidades y herramientas creativas que incrementan la visión emprendedora y empresarial de la mano de los docentes y recursos propuestos por la universidad.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

Equo Sillas S.A.S

3.2 Descripción de la Empresa

Equo Sillas S.A.S es una empresa dedicada al diseño, producción y comercialización a nivel nacional e internacional de sillas de lujo elaboradas en cuero bovino. Es una empresa que enfoca su factor diferenciador en el diseño exclusivo de sus sillas, la calidad de las mismas y el establecimiento de relaciones a largo plazo con sus proveedores y clientes.

3.3 Misión y Visión de la Empresa

MISIÓN

Equo Sillas S.A.S es una empresa perteneciente al sector manufacturero del cuero dedicada a la fabricación y comercialización de sillas de lujo para montar a caballo.

Somos una organización que produce sillas de la más alta calidad y que ofrece un valor agregado brindando un excelente servicio postventa y teniendo siempre presente que el objetivo es satisfacer las necesidades de nuestros clientes. La compañía es destacada en el mercado nacional con amplias perspectivas de crecimiento internacional, basados en políticas de producción limpia y un comportamiento justo y ético hacia nuestros clientes, empleados, proveedores y competidores.

VISIÓN

En el 2020 Equo Sillas S.A.S., será reconocida como una empresa líder en el mercado nacional gracias al trabajo, servicio al cliente, calidad, diseños vanguardistas y tecnológicos, expandiendo nuestra presencia en el mercado internacional.

3.4 Objetivo General y Objetivos Específicos

Objetivo General:

Diseñar un plan de negocios para determinar la viabilidad del proyecto de diseño, elaboración y comercialización de sillas de lujo para montar a caballo tanto a nivel nacional e internacional.

Objetivos Específicos

- ✓ Realizar estudios de mercados que permita la ubicación del mercado meta y la demanda potencial de los productos que se planean diseñar y elaborar para los equinos y caballistas.
- ✓ Investigar detalladamente acerca del comportamiento del sector de la industria de las mascotas en los últimos años con el fin de tener una idea más clara del negocio.
- ✓ Determinar los requisitos legales que se deben cumplir para la ejecución del proyecto.
- ✓ Establecer las condiciones técnicas de la maquinaria para la elaboración de los productos.
- ✓ Determinar el diseño organizacional óptimo, para la ejecución del proyecto.
- ✓ Hacer un estudio financiero con el fin de observar la viabilidad o no del proyecto.

3.5 Ventajas Competitivas

Equo Sillas S.A.S elabora sillas de lujo para montar a caballo con cuero bovino, el diseño exclusivo de la silla para cada cliente y que esta cuenta con un fuste de carbono en vez de uno de madera, lo que la hace más liviana y a su vez más cómoda para el equino y su jinete, marcan la diferencia con otras compañías y constituyen un valor agregado para la empresa y el cliente.

Adicional a esto, Equo Sillas S.A.S participa en ferias equinas a lo largo del país, lo que hace que sea cada vez más conocida y mejora sus status en el gremio. El servicio postventa genera una estrecha relación cliente-empresa, lo que se traduce en calidad en el servicio y acompañamiento.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

Al definir al equino como una mascota que al igual que el perro acompaña a su amo a realizar diferentes actividades como el deporte o simplemente ser un miembro más de la familia como culturalmente se ha venido dando en la sociedad actual, así mismo observamos que el caballo aunque no tiene la facilidad de estar al interior de la casa debido a su tamaño y que requiere de espacios más amplios toma protagonismo dentro de las personas que disfrutan de diferentes actividades que se pueden desarrollar al lomo del animal. El crecimiento del uso del equino ha sido notable en los últimos cuatro años, desde el 2009 el crecimiento ha sido sostenible en cifras de 4.5% hasta un máximo de un 6% anual, esto según el informe del año 2014 de Fedequinas Colombia, en el cual también muestra los beneficios que brinda las actividades con fines terapéuticos, “La Equinoterapia busca generar oportunidades de rehabilitación para personas

con discapacidades físicas, psíquicas, sensoriales, y así mejorar sus condiciones de vida, al hacer uso del caballo como herramienta terapéutica, cuenta con un grupo interdisciplinario conformado por médico, fisioterapeuta, psicólogo y equinoterapeuta” EQUUS, escuela de equitación.

Partiendo de esta información que aún carece de profundidad y que está basada en las vivencias particulares de cada uno de los integrantes, los cuales practican algunas de las actividades anteriormente mencionadas, hemos podido visualizar que en el mercado de caballistas aún carecen de productos exclusivos, teniendo como referentes los productores actuales que intervienen en el mercado, los cuales han dirigido su estrategia comercial a la satisfacción de necesidades primarias sin realizar desarrollos enmarcados por la comodidad tanto del animal o el jinete pensando solo en la actividad comercial enfocando sus líneas de negocio a las sillas de Vaquería y trabajo. El mercado actual requiere de diseño en pequeñas escalas o personalizados que marquen un sello distintivo de las demás personas que tienen un caballo y que como ellos consideran a los equinos como una mascota que merece tener aperos diseñados a partir de las emociones y vivencias que permiten los animales.

3.7 Relación de productos y/o servicios

- ✓ Silla de lujo para exportación
- ✓ Silla de lujo para mercado nacional

3.8 Justificación del Negocio

Al observar el creciente número de equinos tanto en el mercado local como en mercados internacionales como Argentina, Panamá, Chile y la Unión Europa se genera la intención de crear un plan de negocios que satisfaga la necesidad de los caballistas y sus mascotas diseñando y elaborando productos personalizados y acordes a cada una de las actividades que se desarrollen con el animal, un producto con la capacidad de brindar experiencias y que claramente comunique la relación que tenemos con el equino, generando así una mayor satisfacción. De lo anterior se genera una oportunidad de mercado ya que se pretende producir y vender aperos y accesorios tanto para el caballo como su jinete de excelente calidad con unos factores diferenciadores y exclusivos para cada animal. Estos aperos y accesorios serán productos con materias primas de excelente calidad involucrando procesos productivos limpios y usando una tecnología de la más óptima calidad.

3.9 Análisis del entorno y del sector

3.9.1 Macro entorno

Para el estudio del macro entorno nos remitiremos a ítems indispensables para tener una visión clara del entorno macro que enmarca políticas, indicadores de crecimiento económico (PIB), capacidad tecnológica, políticas ambientales y requisitos legales que son un factor determinante para el correcto funcionamiento de las compañías en Colombia y aunque son factores que se gestan en las actividades externas y a las cuales se debe adaptar.



Sistema político colombiano: Colombia es un Estado social de derecho organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad a prevalencia del interés general. La Constitución vigente fue adoptada en 1991 que reformó la de 1886, es "norma de normas."

Son ramas del poder público, la legislativa, la ejecutiva y la judicial. Los diferentes órganos del Estado tienen funciones separadas pero colaboran armónicamente para la realización de sus fines.

Fuente. www.colombiain.org, Sistema Político.

3.9.2 Análisis Económico.

La información que relacionaremos está sintetizada en el comportamiento del PIB de los últimos 3 años desde el trimestre 4 del año 2011 hasta el trimestre 4 del año 2014. En el cuarto trimestre del año 2014, el PIB creció 3,5% con relación al mismo trimestre de 2013. En el año 2014 aumentó 4,6%. Los mayores crecimientos se presentaron en las siguientes actividades: construcción con 5,9% y comercio, reparación, restaurantes y hoteles con 4,5%. Durante el año 2014, el Producto Interno Bruto creció en 4,6% respecto al año 2013. En este periodo, los mayores crecimientos se presentaron en las siguientes actividades: construcción con 9,9% y actividades de servicios sociales, comunales y personales con 5,5%.

Fuente. Dane.

Grafica No.3. 1, Variación Acumulada anual.

**Cuentas Trimestrales - Colombia
Producto Interno Bruto (PIB)
Cuarto Trimestre de 2014**



Fuente: DANE, Boletín Técnico cuentas Nacionales 2014.

3.9.3 Tecnología e infraestructura

Algunos de los aspectos más importantes para la competitividad colombiana en el comercio internacional son los avances tecnológicos y de infraestructura, actualmente Colombia ocupa el puesto 60 a nivel mundial entre 133 naciones. Los líderes de este ranking son Suecia, Singapur y Dinamarca. En la región andina destacan países como Chile ocupando el puesto 40. Así pues, Colombia ha avanzado 4 puestos en dicha lista y ocupa la posición 40 con 3.80 puntos junto con Brasil. (MinTic, 2014).

3.9.4 Microentorno

Sector Industrial Manufacturero y de Transformación en Colombia: A continuación y en base a datos previamente estudiados, se presenta un análisis del comportamiento del sector industrial manufacturero en los últimos 5 años, tomando en cuenta variables económicas y además se tomarán en cuenta aspectos que se relacionen directamente con el mercado de sillas para equinos y los diferentes procesos que la fabricación de las mismas incluya.

Tabla No 3.1. Sector Industrial en Colombia

		SECTOR INDUSTRIAL EN COLOMBIA				
		2010	2011	2012	2013	2014
MILLONES U\$	EXPORTACIONES	6.532	7.412	7.925	8.352	7.800
	IMPORTACIONES	32.163	42.220	43.369	43.458	42.475
NUMERO DE PERSONAS EMPLEADAS	EMPLEO	CIFRA NO DISPONIBLE	2444	2738	2509	2532
MILES DE MILLONES DE PESOS	APORTE AL PIB	69.527	76.497	79.973	79.534	CIFRA NO ACTUALIZADA
MILLONES U\$	IED-SECTOR	CIFRA NO DISPONIBLE		1.985	2.590	1.728

Fuente: Elaboración propia, en base a información de: Procolombia, Dane, Andi, Banco de la República, Minhacienda, MinCIT.

En Colombia, el sector industrial manufacturero en los últimos años no ha presentado un crecimiento significativo, ya que según cifras oficiales no ha tenido crecimientos más altos al 3% anual; sin embargo, esto no sucede solo en este sector ya que sectores como el agrario y el de minería también han disminuido considerablemente su aporte al PIB del país, lo que hace un

contraste sugestivo frente a las cifras de crecimiento de sectores como el de servicios financieros y el de turismo.(diario el tiempo, 2014).

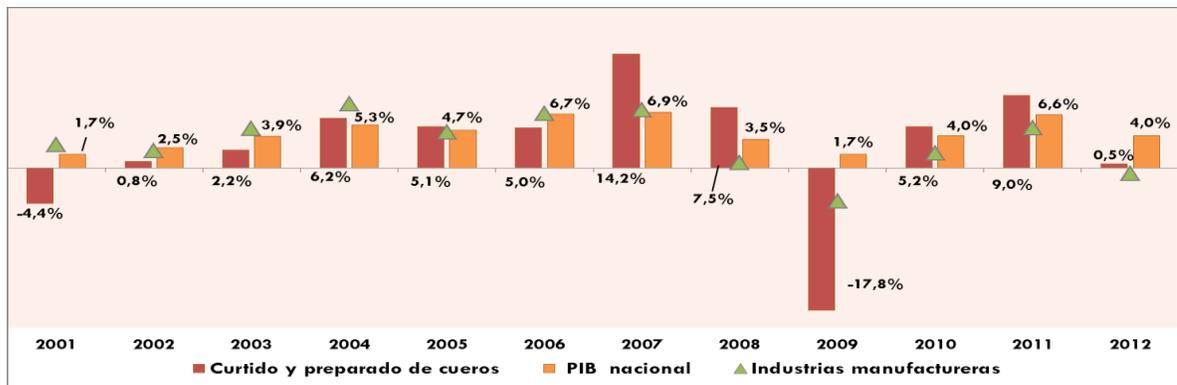
América latina y el caribe es el tercer exportador de productos del sector industrial manufacturero a nivel mundial, después de Asia oriental y Europa (ONUDI 2013-2014).

Sector Cuero: Este sector tiene un lugar muy representativo en la economía Colombiana, el tratamiento de las pieles y en general todo su proceso, es uno de los trabajos con mayor tradición en nuestra cultura; la estructura de la cadena productiva del cuero está compuesta por seis procesos y no siempre están en manos del mismo actor productivo pero se deben aliar para lograr un resultado final de excelente calidad, como: la cría del ganado, sacrificio del animal, proceso de curtiembre, la elaboración del calzado, y la manufactura de otros productos fabricados en cuero, marroquinería y talabartería.

En los últimos años ha incrementado la demanda a nivel nacional e internacional de materiales como el cuero, la producción está destinada principalmente para la elaboración de calzado y marroquinería, en el año 2000 esta demanda creció por parte de los países productores de materiales en cuero, y este fenómeno ocasionó que los precios de dichos materiales aumentaran en forma sustancial, lo que ocasionó un desabastecimiento en la industria local.

El sector del cuero es uno de los más representativos en la industria Colombiana, con una participación del 0,27% en el PIB nacional y del 2,17% en el manufacturero, en el empleo nacional es del 0,6% según a la Gran Encuesta Colombiana Integrada de Hogares.

Gráfica No.3. 2 Crecimiento anual del sector vs crecimiento del PIB colombiano e industria manufacturera



Fuente nacional: DANE

En el año 2013 la producción registró una variación de -7.6 %, respecto al empleo hubo un decrecimiento de -8.2% frente al año anterior , y las exportaciones de cuero en este mismo año ascendieron 196.5 millones de dólares con una variación de 22.5% respecto al año 2012 , ya para el año 2014 según la Muestra Mensual Manufacturera del DANE , la producción de cuero en el país registro un crecimiento de 18%, y respecto a las ventas se encuentra una variación de 17% en total, el empleo mostro un incremento de 3.9%, y las exportaciones siguieron ascendiendo a 200.2 millones de dólares con una variación de 10.1% respecto al 2013.

Tabla No.3.2 **Las importaciones en Colombia de cuero en el año 2011-2013**

Capitulo	2011	2012	2013	Var 2013-12
Cuero	6.603.810	6.583.058	7.903.050	20%
Marroquinería	49.870.996	68.546.544	77.754.596	13%

Fuente Dian, ACICAM.

Conclusiones

- ✓ Según las cifras del DANE este es un sector que cada vez aumenta más su demanda tanto en el mercado interno como en el externo.
- ✓ De acuerdo a las cifras y proyecciones el sector industrial manufacturero, tanto a nivel nacional como mundial posee una tendencia al crecimiento en los siguientes años.
- ✓ El sector es uno de los mayores generadores de empleo en el país.
- ✓ La industria manufacturera en el país atrae cifras considerables de inversión extranjera lo que puede constituir una oportunidad clara de negocio y/o fortalecimiento de empresa.
- ✓ La producción y comercialización de sillas de lujo para equinos, presenta una proyección positiva a futuro, dado el aumento en la tenencia de equinos y de eventos relacionados con los mismos, tanto a nivel nacional como internacional.

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

- ✓ Estudio de Mercado: permite estudiar los posibles mercados meta de la empresa tanto a nivel nacional como internacional, y así finalmente determinar el nicho de mercado al que se quiere llegar.
- ✓ Estudio del entorno y el sector: estos estudios permiten conocer el comportamiento del sector y de variables que afectan el producto como el PIB, la inflación, el empleo entre otros, durante los últimos años.
- ✓ Estudio Técnico: este estudio permite determinar los equipos necesarios para un proceso óptimo de producción, además de los tiempos y actividades del proceso productivo.
- ✓ Estudio administrativo: permite definir el organigrama, la estructura de la compañía y las tareas que se deben realizar para el correcto funcionamiento de esta.
- ✓ Estudio Legal: brinda los requisitos y pautas legales a las que se debe acoplar la empresa para que pueda comenzar a operar.
- ✓ Estudio Financiero: este estudio se realiza para determinar la inversión necesaria para la puesta en marcha del negocio o tal sea el caso, la cantidad de dinero a financiar para el mismo. Y se determina también la viabilidad o no del proyecto de acuerdo al aspecto financiero.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

4.1.2 Objetivo a corto plazo.

- ✓ Comenzar a incursionar en el mercado doméstico, logrando un posicionamiento a través de alianzas estratégicas con Talabarterías o tiendas dedicadas total o parcialmente a la comercialización de elementos para equinos, los cuales ya tienen

una recordación y un mercado definido en cada uno de los entornos en los que se desarrollan, facilitando la entrada de las sillas exclusivas el mercado, también es importante tener como mercado objetivos las diferentes escuelas de quitación existentes y con las cuales se puede lograr desarrollar campañas comerciales que generen recordación en los consumidores.

- ✓ Participar en ferias equinas a nivel nacional, donde se propicia el encuentro adecuado de los amantes de los equinos y en las cuales se puede interactuar de una forma más cercana y masiva.

4.1.3 Objetivo de Mediano Plazo.

- ✓ Materializar las alianzas comerciales con los distribuidores nacionales como Talabartería San Fermín, Agro tiendas Colanta, Encoclavos y el fortalecimiento de las estrategias comerciales con las escuelas de equitación como As de Sillas, la Maestranza, Equus entre otros. Estrategias que nos garanticen una debida rotación de los productos contemplando la tenencia de inventarios de seguridad estipulados por la compañía.
- ✓ Lograr ser una de las líneas exclusivas de MUSTAD permitiendo el ingreso de nuestros productos a más países, esto gracias a su amplia participación en más de 40 países.

4.1.4Objetivo de largo plazo.

- ✓ Lograr la extensión de nuestros mercados internacionales, logrando exportaciones de 20 sillas mensuales.
- ✓ Aumentar la comercialización a nivel nacional e internacional con la marca Mustad.

- ✓ Registrar la marca en el país de mayor aceptación de los productos apoyado en la comercialización a través de terceros y la extensión de los mercados en el exterior como pilares fundamentales para el sostenimiento de un punto de venta propio.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

El portafolio tendrá dos productos con características exclusivas desarrolladas e inspiradas a partir de los gustos, expectativas, vivencias y motivaciones propias de cada Caballista, brindando un producto elaborado con los más estrictos procesos de calidad, con cueros cortados y tallados finamente a mano por Cada uno de nuestros talabarteros. A continuación describiremos nuestras líneas.

Todos nuestros productos estarán diseñados a partir de tres materiales fundamentales, el fuste en fibra de carbón más liviano y adaptable al lomo del equino, brindando comodidad y evitando que el animal sufra lecciones producidas por el uso de la silla, cuero curtido con trabajos de tintura duraderos que permitan ser moldeadas o talladas, y herrajes en acero inoxidable que hagan un contraste sobrio y elegante para el accesorio que llevara el equino.

Las sillas estarán orientadas en la línea de lujo usadas principalmente en actividades de rodeo, cabalgata y competencia, ambas diseñadas y producidas para usuarios infantiles y adultos, con Fustes de 10 a 16 pulgadas.

Tanto en la silla para el mercado nacional e internacional, pueden variar detalles como el color de la silla, los hilos y colores en que se elabora la pechera, el diseño y forma del cacho y los estribos, entre otros detalles.

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta.

El producto está dirigido a todas las personas que practiquen alguna actividad de equitación Cabalgata, Rodeo, Competencia o Equino-terapia, ubicados en estratos socioeconómicos 4, 5 y 6, con rangos de edades entre los 12 y los 70 años sin importar su género.

En el exterior el mercado meta serán las personas entre 12 y 70 años que al igual que en el mercado doméstico practiquen actividades de equitación y un poder adquisitivo entre medio y alto.

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

El diseño y producción de Sillas con características exclusivas se convierten en una necesidad de las personas en la actualidad, ya que la práctica de actividades de equitación y la tenencia de equinos se convierte en una cultura que toma más fuerza, con mercados crecientes que requieren que sus caballos sean distinguidos por ser de razas puras y paso fino pero más que un ejemplar con cualidades propias de su naturaleza, ellos deben ser identificados por tener un aforo acorde a la actividad pero sin duda que les genere elegancia y distinción entre los demás participantes. Es por esto que el caballo necesita de un accesorio sobrio y elegante que brinde una idea clara de la personalidad de su Jinete guiada por la experiencia de comodidad y satisfacción tanto del caballista y el equino. Las sillas estarán guiadas a personas en edades entre los 12 y 70 años y en un nicho socio económico de estratos 4, 5 y 6.

Fue indispensable realizar este estudio, porque permite segmentar el mercado

objetivo, haciendo más efectiva la inversión y el direccionamiento que se realice en estrategias publicitarias y promoción del producto, además de tener una exitosa cadena de distribución teniendo como consecuencia una aceptación, recordación y la generación de utilidades para los inversionistas.

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor

Para la aplicación de este estudio se tomó como base principal la información publicada por Fedequinas Colombia a través de sus diferentes boletines en el años 2014, estructurados a partir de las diferentes ferias orientadas a la comunidad equina en Colombia como ExpoFinca, Exposiciones Equinas, Expocolanta, paso fino y trocha colombiana entre otras. Además de la investigación realizada al micro entorno utilizando como principales fuentes como el DANE y el sector talabartero y alimentos para equinos.

Con respecto al mercado internacional se tomó como fuente de información la visita a la talabartería San Fermín, en el cual se de manera informativa nos brindaron la oportunidad de conocer los mercados internacionales en los que tiene presencia sus productos de manera propia o a través de la alianza Mustad, adicional a la anterior fuente se verifico información en las páginas de entidades como Procolombia, camaras de comercio y la súper intendencia de sociedades.

c) Aplicación de la Medios

De acuerdo a la información recopilada de los canales anteriormente mencionados, se realizó un análisis y una clasificación, esto con el fin de segmentar el sector al cual se dirige el proyecto.

Esta información nos facilita al final determinar cifras de crecimiento del mercado objetivo, tendencias, e información de ventas en periodos y temporadas determinados.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Nicho de potencial de consumo.

Clase de Consumidor: El proyecto se dirige claramente al segmento de personas que disfrutan de la tenencia de los equinos y los consideran como una mascota y por los cuales están dispuestas a invertir una cantidad de dinero y tiempo mensual en su cuidado y sostenimiento; Teniendo en cuenta que el estrato socioeconómico y la edad en el que se encuentran segmentados influirá directamente en sus costumbres de consumo.

Criterios de compra de los consumidores: Los productos a comercializar son de características exclusivas, con excelente presentación, y a un precio de mercados competitivos, esto con el objetivo de captar un mercado exclusivo y con poder adquisitivo.

Perfil del consumidor: Personas sin importar el género que se encuentre en edades entre 12 y 70 años, de cualquier estado civil o religión que tengan o practiquen actividades que tengan una relación directa con los equinos.

Inicialmente interesan las personas de los estratos socioeconómicos 4, 5, 6.

Ubicación de los Consumidores: Los clientes están situados en Colombia, en ciudades principales o intermedias como Bogotá, Medellín, Cali, Montería, Manizales, Pereira, Ibagué y Neiva, estas ciudades son potenciales ya que tienen un alto poder adquisitivo y son los lugares donde se ha tenido un impacto y una adaptación a las tendencias globalizadas que definen prototipos y características de los nuevos consumidores.

Adicionalmente en los mercados internacionales, en primera instancia el de Panamá y posteriormente Costa Rica, y Puerto Rico los cuales se posicionan como una alternativa adecuada para la comercialización.

Determinación de la Demanda

Demanda Nacional: En el país un 15% de las personas cuenta con un equino según los Boletines de Fedequina de Colombia en el 2013.

De ellos el 48% corresponde a estratos socioeconómicos 4, 5 y 6

Para determinar cuál es la demanda potencial de este sector se tomaron los datos de la población total colombiana y se multiplicaron por el porcentaje de las personas encuestadas, encuesta realizada por Fedequina de Colombia, la investigación fue direccionada directamente para las personas que practican una actividad relacionada con los equinos.

Colombia cuenta con 47.120.770 personas para el 2013 según fuentes del DANE, de estos el 15% tiene o práctica una actividad relacionada con los equinos, es decir 706.915.50

De esos 706.915.50 el 48% están ubicados en estrato socioeconómico 4, 5, 6, es decir el 339.319.44.

Considerando los resultados de la demanda potencial y la importancia que tienen los equinos en las personas se define que 339.319.44 sería el número de personas que podrían ser las principales compradoras del producto anteriormente mencionados.

Adicional a esto, también se encuentra en la encuesta de Fedequina de Colombia cuales serían los principales canales de distribución para los productos.

Determinación de la demanda internacional: Para determinar la demanda internacional se realizó una selección de 4 países que son afines a la importación de productos relacionados con el mercado de los equinos, estos son:

Costa Rica

Chile

Panamá

Puerto Rico

Preselección: El procedimiento que se efectuó para la inteligencia de mercados fue seleccionar de forma estándar 5 factores a los que se les asignó una calificación. Los resultados arrojados en la calificación de cada país se computaron y luego procesados en una tabla de Excel, los dos mayores puntajes fueron escogidos para realizar el proceso de selección final.

Las variables que fueron objeto de estudio son:

Las exportaciones desde Colombia hacia el país destino, la Balanza Comercial, las preferencias Arancelarias, oficinas y agregados de Procolombia en el país de estudio y la afinidad cultural tomando como referente la información de los últimos 3 años.

Nota. Para ver el análisis de la inteligencia de mercado consultar el archivo anexo en Excel.

Luego de realizar la ponderación correspondiente, seleccionamos los países con los dos puntajes más altos, los cuales fueron Panamá y Costa Rica.

Selección: En este punto del proceso se confrontó la importancia en aspectos fundamentales del desarrollo interno de cada país, abarcando una serie de elementos y componentes de los mismos, como los son:

I. Economía = aspectos como la inflación y mercado tecnológico

II. Política = tipo de gobierno, tendencias políticas, estabilidad y tendencias comerciales

III. Acceso al mercado = preferencias arancelaria, índices logísticos, índices de facilidad

IV. Transporte = eficiencia aduanera, calidad de la infraestructura, costos de importación para hacer negocios, y tiempos en entrega de importaciones y exportaciones por contenedor, número de documentos para exportar, capacidad en Plan de Negocios (Nombre de La Empresa)

Las preferencias arancelarias y acuerdos comerciales que se tengan vigentes con dichos países.

La presencia de oficinas y agregados nacionales en los países destino que faciliten el contacto y la fluidez de las relaciones tanto políticas como comerciales.

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INTERNACIONAL EN PAÍS SELECCIONADO.

Luego de haber realizado la calificación del país con el más alto puntaje se procede a seleccionar el mercado objeto; para el proyecto se escogió a Panamá con la ciudad de Panamá ya que según una encuesta realizada por el portal liderendeportes.com en el año 2013 esta ciudad figura una de las comunidades de deportistas equinos más antiguos de Latinoamérica y una cultura en crecimiento sobre todo en la población joven.

Adicional a esto se consideraran a futuro la ciudad de San José de Costa Rica y Heredia puesto que ocupan lugares relevantes y demuestran un crecimiento significativo en la cultura equina.

La tenencia de los caballos en la ciudad de Panamá está distribuida entre media milla con un 45%, paso fino 38% y el 17% restante está distribuidos en equinos para trabajo y correteo turístico al interior de la ciudad. Para determinar cuál es la demanda potencial de este sector se tomaron los datos de la población total encuestada en Ciudad de Panamá y se multiplicaron por el porcentaje de los equinos y sus diferentes usos. La población encuestada de Ciudad de Panamá fue de 956 personas, este dato se multiplico por el porcentaje de caballos paso fino el cual representa un 38% lo cual nos da como público potencial para para el proyecto 364 personas, porcentaje considerable teniendo en cuenta que Ciudad de Panamá cuenta con 3.864 habitantes para el año 2013 según un informe del Banco Mundial de Desarrollo.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores.



a) Proveedor 1: Leather Confort.

Ubicación: este proveedor se encuentra ubicado en la ciudad de Bogotá D.C, el producto tendría costos de incremento debido al transporte a la ciudad de Medellín.

Capacidad de respuesta: es una empresa sólida con 15 años de experiencias en el mercado de los cueros curtidos de bovino y búfalo especializados en talabartería en Colombia y el exterior con una capacidad de piezas de 50 piezas mensuales.

Precio: el precio de venta de estos productos es de \$700 pesos colombianos por decímetro.

Tiempo de entrega: el tiempo de entrega es de 5 a 10 días calendario.

Calidad: de excelente calidad.

Política De Pago: 50% anticipado y 50% al recibir en conformidad el producto.

b) Proveedor 2: Carbonos y complementos S.A.S.

Ubicación: este proveedor se encuentra ubicado en la ciudad de Cali, Valle del Cauca, el producto tendría costos de incremento debido al transporte a la Ciudad de Medellín.

Capacidad de respuesta: Es una empresa nueva con una experiencia de dos años, con ventajas competitivas y posicionamiento en el mercado gracias al desarrollo del fuste a partir de la fibra de carbono, con una capacidad de abastecimiento de 24 fustes mensuales.

Precio: El precio de venta de estos productos es de \$380.000 pesos colombianos por fuste Incluido el transporte a la ciudad de Medellín.

Tiempo de entrega: el tiempo de entrega es de 5 a 25 días hábiles.

Calidad: de excelente calidad.

Política de pago: 100% anticipado con posibilidad de financiación a partir de la

tercera compra continua.

c) Proveedor 3: Surtiherrajes S.A.

Ubicación: este proveedor se encuentra ubicado en la ciudad de Medellín, él los productos tendrían ventajas competitivas para el tema del transporte ya que más rápido y económico.

Capacidad de respuesta: es una empresa sólida con 25 años de experiencias en el mercado de los errajes, hilos, pegantes y suplementos para la talabartería, con materiales tanto nacionales como importados y una capacidad de respuesta diaria.

Precio: El precio de venta de estos productos es variable depende de las escalas y su origen (nacional o importados).

Tiempo de entrega: El tiempo de entrega es diario sujeto a la existencia de los productos.

Calidad: de excelente calidad.

Política de pago: ventas de contado y financiadas.

Tabla No.4.1 Principales productos.

Surtiherrajes S.A	
Argolla 4 milímetros	\$ 2.800
Argolla 16ml	\$ 3.200
Argolla 26 ml	\$ 5.000
Argolla de 40ml	\$ 8.000
Hilo industrial	\$ 4.000
pega Industrial	\$ 13

Fuente Elaboración

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Las principales variables que se tuvieron en cuenta para la selección de los proveedores fueron las siguientes: Ubicación geográfica, trayectoria en el mercado, precio de venta de los insumos, capacidad de respuesta, tiempos de entrega y calidad de las materias de los insumos.

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor

El acercamiento se realizó a través de la empresa de la Talabartería San Fermín la cual tiene relaciones comerciales sólidas y de largo plazo con los proveedores evaluados las materias primas consideradas en la calificación del proveedor.

c) Aplicación de los Medios

Consecución de cita personal a través de llamadas telefónicas a los gerentes de las compañías.

Visita a Realizada a la Talabartería San Fermín el día 17 de marzo a las 9 de la mañana, la visita fue atendida por el Señor Nicolás Gaviria Jefe de compras de la talabartería.

Figura No.4.1 Información Talabartería san Fermín



DIRECCIÓN:

Carrera 41 N° 14 - 58

Antioquia - Poblado - Colombia

TEL: +57 448 2110

d) Resultados del estudio de los proveedores

Tabla No.4.2 Resultado de Estudio de proveedores.

Nombre	Ubicación	Contacto	Prodcutos	Forma de pago	Confiabilidad
Leather Confort	Carrera 18B #58A Sur-36	(57) (1) 599-1516	Cueros curtidos	50% anticipado Y 50% a contra entrega	Muy Alta
Carbonos y complementos	Cali, Valle del Cauca	(57) (2) 580-4650	fusten en carbonos	100% anticipado	Alta
Surtierrajes S.A.	Carrera 50 #46-70	(57) (4) 511-84-19	Herrajes	Financiación a 60 días	Muy Alta

Fuente Elaboración Propia.

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

- ✓ Talabartería San Fermín, con 25 años en el mercado y con una gama de productos ampliamente segmentada y estructurada con confiabilidad para el consumidor.

Dirección Web. www.talabarteriasanfermin.com

Ubicada en la Ciudad De Medellín

Cra. 41 N° 14-58 sector el Poblado.

Teléfono: (4)448 21-10

- ✓ Mesacé, empresa Creada desde 1.910 con líneas de productos conservadoras y posicionadas en el consumidor, generando confiabilidad basados en su experiencia y trayectoria en el mercado.

Dirección Web. www.mesace.co

Ubicada en el Municipio de Itagüí.

Calle 86 N° 51-11

Teléfono (4) 361-45-11

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor.

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Básicamente se tuvieron en cuenta variables como:

- ✓ Precio de los productos
- ✓ Participación en el mercado
- ✓ Posicionamiento de marca
- ✓ Calidad de los productos
- ✓ Tiempos de entrega
- ✓ Trayectoria

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Los medios utilizados fueron:

- ✓ Visitas físicas a las talabarterías.
- ✓ Entrevistas telefónicas.
- ✓ Visitas a páginas web.

c) Aplicación de la Medios

Tabla No. 4.3 Aplicación de medios, estudio de competidores.

Empresa	% de Participación	Posicionamiento de marca	Tiempo de Entrega	Lugar
Talabarteria San Fermin	35%	Muy reconocido	5 a 45 días	Planta de Producción
Mesace	20%	Reconocido	1-25 días	Pagina Web

Fuente: elaboración propia

Tabla No.4.4 Resultados del Estudio de la Competencia

Empresa	Fecha	Contacto	Lugar	Portafolio	Precios comerciales	Imagen corporativa	Calidad	Diseño
Talabarteria San Fermin	17/03/2015	Nicolas Gaviria	Punto de venta	Sillas de rodeo o lujo	\$ 4.200.000	Imagen llamativa, logo adecuado	Excelente	Genericos, producción en escala
Mesace	17/03/2015	N/A	Página web	Sillas de rodeo o lujo	\$ 3.825.400	Imagen basica, poco llamati y conservadora	Buena	Genericos, producción en escala

Fuente: elaboración propia

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

Para la comercialización y exportación de sillas de lujo para montar a caballo, hemos optado por implementar una distribución tanto directa como a través de terceros, ya que con ambas opciones se tiene mayor visión del cliente y de sus requerimientos, conocer la comunidad caballista es muy importante a la hora de ofrecer nuestros productos, puesto que esto es más que una pasión o hobbies, es un estilo de vida. Cada día se está innovando más en estos artículos y accesorios necesarios para el disfrute de montar a caballo.

4.6.2 a través de terceros (En caso de ser aplicable)

En la distribución nacional e internacional, nosotros vamos aliarnos con empresas reconocidas en el gremio como lo son:

- Vita equinos
- Emconclavos
- San Fermín

Realizaremos entrevistas y mesas de negociación ofreciendo nuestras sillas, enseñando la calidad y el proceso, porque somos una empresa que no está posicionada en el mercado a través de ellos lo podemos hacer.

Lo propuesto para la comercialización a través de estas empresas es tener mercancía en consignación, así que ellos permiten que nuestras sillas se exhiban en el almacén sin gastos de estantería, se realiza un contrato por escrito donde se especifiquen las ganancias por silla vendida, si se llegan a vender, el almacén se gana el 20% ó 30% de cada silla según su diseño y precio y, si en caso contrario no llegan hacer ventas se devuelve la mercancía y no se efectúan gastos por ninguno de los dos.

Los pagos se deben de realizar máximo a los 8 días de la venta de la silla.

Los distribuidores encuestados no cubren costos por transporte de la mercancía hasta los almacenes.

La mercancía debe cumplir con normas de calidad implementadas por los almacenes.

Algunas de estas condiciones pueden ser variadas en el momento de negociaciones y están sujetas a cambios en caso de necesitarlo y es determinado por la gerencia.

Información de contactos:

VITAEQUINOS

Contacto: dirección calle 6 Sur # 43 A -254 oficina 301

Teléfono: (4) 444 84 82

Celular: 320 835 92 80

Email: info@vitaequinos.com

Medellín – Colombia

Figura No. 4.2 Logo Vita equinos.



EMCONCLAVOS S.A

Contacto: cr 106 A 153 A-11

Teléfono: (57) (1) 639 1350

Página web: www.emconclavos.com

Bogotá – Colombia

Figura No. 4.3 Logo Emcoclavos.



SAN FERMIN

Contacto: cr 41 # 14 58

Teléfono: (57) 448 21 10

Página web: www.talaberteriasanfermin.com

El poblado Medellín – Colombia

Figura No. 4.4 Logo Talabartería San Fermín..



a) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor.

Tabla No. 4.5 Estrategias y medios para el estudio del mercado del distribuidor.

Empresa	Método de investigación
Vitaequinos	Entrevista
Emconclavos	Entrevista
San Fermín	Entrevista

Fuente: elaboración propia.

b) Aplicación de medios

Tabla No.4.6 Aplicación de medios.

almacén	Quien	Como	Donde	cuando
vitaequinos	Esteban pineda	Entrevista física	empresa	25/03/2015
Emconclavos	Esteban pineda	Entrevista física	empresa	29/03/2015
San Fermín	Esteban pineda	Entrevista física	almacén	22/03/2015

Fuente: elaboración propia.

4.6.3 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

Las ventas propias se realizaran por dos medios

1. En la empresa (almacén)

La empresa está ubicada en el norte de la ciudad de Medellín, esta acondicionado para la producción de las sillas y para la exhibición de las mismas, donde el cliente puede llegar libremente a escoger o diseñar su silla, color y terminado. Con la asesoría adecuada de nuestros vendedores.

2. Página web

Es una página en la q el consumidor encuentra nuestra historia misión , visión y los productos que se elaboran , la página cuenta con un simulador que ayuda a permitir a diseñar y

visualizar la silla que el cliente desea, y de esta manera hacen su pedido vía online y los pagos también puede ser realizados por este mismo medio.

4.6.4 Manejo de Inventarios

Los manejos de inventarios en la empresa tanto de materia prima y de las sillas terminadas se va a utilizar tablas en Excel actualizando cada entrada y salida.

En las materias primas el fuste (esqueleto de la silla) y el cuero son los materiales que más se utilizan para la elaboración y se debe de tener más de lo necesitado, porque se toman más tiempo para obtenerlos. En las sillas, ya que es un producto costoso no con mucha demanda y están sujetas a cambios y diseños nuevos, ya que el cliente escoge como la desea, no debemos de tener almacenadas más de 50 sillas.

4.6.5 Comunicación

Nombre comercial: sillas de lujo.

Equo Sillas S.A.S, porque el confort no tiene precio.

Especificaciones de empaque: es una bolsa no tejida preferiblemente en tonos oscuros, y con el logo y nombre de la empresa, con un espacio donde el cliente pueda marcarla con sus datos personales y especificando que tipo de silla se está guardando.

Colores: los más representativos son los tonos oscuros o tierra, utilizados con frecuencia en los accesorios o productos para las líneas de equinos.

Figura No.4.5 Logo Equo Sillas S.A.S



Fuente Elaboración Propia.

4.6.6 Actividades de promoción y divulgación.

- 5 Para las actividades de promoción y divulgación, vamos a estar presentes en diferentes ferias que realiza el departamento de Antioquia como lo es Expo finca, Expocolanta, ferias equinas en los diferentes departamentos que se realizan durante todo el año.
- 6 También para dar a conocer la empresa vamos hacer uso del internet, con la utilización de las redes sociales, que estén más cercas y a la mano de las personas, hacer uso de espacios publicitarios de estos y otras páginas donde se pueda hacer promoción, participación en foros relacionados al producto que salgan al mercado donde se pueda dejar los links o página web donde encontrarnos.
- 7 Ferias
- 8 A nivel nacional
- 9 Expofinca.

Participaremos en las ferias anuales de Expo finca, se realizara a través de un stand que cuesta dependiendo de los metros cuadrados que se necesiten, los precios oscilan entre \$250.000 y \$400.000

Figura No.4.6 Logo Expofinca.



Fuente. <http://www.plazamayor.com.co/galerias/expofinca-2014>

El ideal sería uno de 12 metros cuadrados y su valor de \$ 310.000, se deben inscribirse por internet con anterioridad, consignar a nombre de plaza mayor (Medellín – Antioquia), con los datos de la empresa nombre NIT y numero del stand.

- 10 Festivales y ferias equinas (fedequinas)

En los festivales y ferias equinas (FEDEQUINAS) la participación también es con stand, que tienen un valor alrededor de 330.000 y cubre los días en que está vigente la feria que son máximo 2, se inscribe con anterioridad.

El transporte desde la empresa a las ferias es de \$200.000 en Antioquia fuera de Antioquia es de \$500,000.

Figura No.4.7 Logo Fedequinas.



Fuente. Fedequina Colombia.

Tabla No. 4.7 Costo de actividades de promoción y divulgación nacional.

Ferias / eventos	Inscripción	Transporte	Refrigerios (vendedores)
Expofinca	\$ 310.000 (incluye stand)	\$ 200.000	\$ 40.000
Ferias/festivales (Fedequinas)	\$ 330.000 (incluye stand)	\$ 500.000	\$ 40.000

Fuente Elaboración Propia

4.6.7 Actividades de promoción y divulgación internacional.

Es una feria equina que se realiza anual en Miami (EE.UU.) en la que la empresa se hará notar a través de una valla publicitarita con un valor de \$ 500.000, la inscripción a la feria cuesta USD 500 flete interno en origen hasta el aeropuerto es de \$ 30.000, flete internacional USD 52 y el interno en destino es de USD 20

Con un total de \$ 1 788.400.

Figura No.4.8 Logo Florida paso fino horse association.



Fuente. floridapfha.org

Tabla No.4.8 Costo de actividades de promoción y divulgación internacional.

Feria	Inscripción	Flete interno Origen	Flete internacional	Flete interno destino	Valla Publicitaria
Florida paso fino Horse association	USD 500	\$ 30.000	USD 52	USD 20	\$ 500.000

Fuente Elaboración Propia.

4.7 Precios de los Productos.

4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos.

Tabla No. 4.9 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos.

FACTORES	VALOR AGREGADO Y FACTORES DIFERENCIADORES
	CALIDAD DEL PRODUCTO
	PRECIOS DEL MERCADO
	USO Y BENEFICIOS DEL PRODUCTO
	MERCADO META Y CLIENTE POTENCIALES

Fuente. Elaboración Propia.

- i. El valor agregado y otros factores diferenciadores de las sillas son una parte principal de la determinación del precio del producto partiendo de lo siguiente: diseño exclusivo, materiales en pro de la comodidad del equino y el montador, producto elaborado casi en su totalidad a mano.
- ii. Los precios del mercado constituyen la base principal para la fijación del precio, pues actualmente no se compite con factores como calidad dado que esta debe estar por sentada en cualquier producto que este o quiera ingresar a un mercado y además se debe buscar un precio que permita que el producto y la empresa sean competitivos en el mercado.
- iii. En este factor se parte de que la percepción del beneficio la da cada cliente, ya que este puede ir desde la exclusividad, el estatus social, el confort y la comodidad hasta el simple hecho de la posesión de un artículo de lujo.
- iv. Este ítem resalta la importancia de la satisfacción de los gustos de cada cliente, teniendo en cuenta que nuestro mercado meta son personas con altos poderes adquisitivos y ubicados en un estrato socioeconómico alto, por lo que se infiere que las preferencias y los estándares son más específicos que los del resto de la población.

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos.

Tabla No.4.10 Los Precios de los productos tomando como base los Costos (Nacional)

COSTOS UNITARIOS DE UNA SILLA DE LUJO			
Insumo/Materia prima	Costo unitario	Cantidad necesaria para cada silla	Costo total
Argolla 4 mm	2800	6	16800
Argolla 16 mm	3200	2	6400
Argolla 26 mm	5000	3	15000
Argolla 40 mm	8000	3	24000
Tarabas metalico	10200	2	20400
espuma mt	450	1,5	675
tinta industrial ml	4380	0,5	2190
Fuste/Esqueleto en carbono	350000	1	350000
Cuero procesado(dm)	700	400	280000
Hilo industrial(m)	4000	10	40000
Pega industrial (Cm3)	13,34	750	10005
Diseño y detalles	300000	1	300000
M.O	400000	1	400000
Bolsa de Lona Sintetica	20000	1	20000
Transporte Nacional	70000	1	70000
Costo total una silla			1555470

Elaboración Propia.

Tabla 4.11 Los Precios de los productos tomando como base los Costos (Internacional)

COSTOS UNITARIOS DE UNA SILLA DE LUJO-EXPORTACIÓN			
Insumo/Materia prima	Costo unitario	Cantidad necesaria para cada silla	Costo total
Argolla 4 mm	2800	6	16800
Argolla 16 mm	3200	2	6400
Argolla 26 mm	5000	3	15000
Argolla 40 mm	8000	3	24000
Tarabas metálico	10200	2	20400
espuma mt	450	1,5	675
tinta industrial ml	4380	0,5	2190
Fuste/Esqueleto en carbono	350000	1	350000
Cuero procesado(dm)	700	400	280000
Hilo industrial(m)	4000	10	40000
Pega industrial (Cm3)	13,34	750	10005
Diseño y detalles	300000	1	300000
M.O	400000	1	400000
Bolsa de Lona Sintética	20000	1	20000
Costo total una silla			1485470
Transporte y seguro	580000	1	580000
Recargos y documentos	50000	1	50000
Costo silla exportación			2115470

Fuente Elaboración Propia.

4.7.4 Los Precios de los Productos propuestos.

El precio en el mercado nacional va a ser 2'991.288 pesos, teniendo en cuenta que el costo de producción por unidad es de 1'485.470 pesos y se pretende obtener una utilidad del 48%.

Y en el mercado internacional el precio será de 4'068.211 pesos, teniendo en cuenta que los costos de esta silla, incluyendo los del transporte internacional y demás costos que esto acarrea, son de 2'115.470 con una utilidad del 48%.

4.7.4 Política de Precios

Dado que el producto es un bien de lujo y que no se compra en grandes cantidades la política de precios a aplicar será la siguiente:

- ✓ Para exportaciones: el pago será de 70% anticipado y 30% 5 días luego del arribo del contenedor.
- ✓ Ventas nacionales: un pago anticipado del 40% y el 60% restante contra entrega.
- ✓ No se aplica ningún tipo de descuento.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización.

Tabla No.4.12 Costos asociados a las Actividades de Comercialización.

Costos de comercialización			
Descripción	costo unitario	cantidad necesaria	costo total
Asesor de ventas y comercio exterior	900000	1	900000
Estante para exhibición en punto de venta propio	105000	1	105000
Asesor y encargado de ventas y pagina web	850000	1	850000
Software y simulador de diseño	620000	1	620000
Expofinca	55000	1	55000
Fedequinas	870000	1	870000
Feria Internacional	1788400	1	1788400
Totales			5188400

Fuente Elaboración Propia.

Riesgos y Oportunidades del mercado.



De acuerdo al estudio de mercado realizado, se encontraron unos riesgos que pueden constituir un impedimento para el éxito del presente proyecto, a continuación se mencionan los más relevantes:

- ✓ El posicionamiento de marcas como por ejemplo, Guillermo Londoño y Mesacé, lo que podría dificultar el ingreso del producto de este proyecto al mercado.
- ✓ La no aceptación de la empresa y el producto por parte de los consumidores, por ser una empresa totalmente nueva.
- ✓ Los múltiples requerimientos que pueden tener los clientes, en cuanto al diseño y exclusividad del producto.
- ✓ Las ventas a nivel internacional, partiendo de los requerimientos, documentos, permisos, etc. que se exijan los países destino de las exportaciones.
- ✓ El incumplimiento y desconfianza por parte de los proveedores, ya que para ellos este proyecto constituye un cliente nuevo y aun no se cuenta con reconocimiento en el mercado.

Sin embargo y a pesar de los riesgos que se puedan percibir, el hecho de que el proyecto sea nuevo e innovador se vislumbran un sin número de oportunidades:

- ✓ El aumento de la adquisición y tenencia de equinos en la actualidad, lo que puede aumentar la demanda del producto ofrecido por el proyecto.
- ✓ La posibilidad de posicionar la marca tanto a nivel nacional como internacional por la calidad del producto y la exclusividad en sus diseños.
- ✓ De acuerdo con la aceptación que genere el producto en los clientes, se puede ampliar el portafolio del proyecto, dada la maleabilidad de los componentes del producto y la innovación en cuanto al diseño del mismo.
- ✓ El incremento de eventos equinos (ferias, cabalgatas, etc.), pues constituye una oportunidad para dar a conocer la marca, promocionar el producto y la consecución de clientes.

4.9 Plan de ventas.

Basados en la investigación de la demandas realizada en los numerales 4.2.2, se determinó que la demanda potencial nacional fue de 339.319 personas y la internacional de 956 personas

La capacidad máxima mensual de la planta de producción es de 16 unidades; de las cuales se hará la siguiente distribución:

Para el mercado nacional se designara una cantidad mensual de 10 unidades, con esta cantidad se atenderá el 0.003% de la demanda potencial.

Para el mercado internacional se designara una cantidad mensual de 6 unidades. Exportando esta cantidad se atenderá el 0.062% de la demanda potencial internacional.

Se enfatiza en dar prioridad al mercado internacional ya que a través de este se puede obtener una mayor rentabilidad, proyección y posicionamiento de la empresa, contando con formas de mas agiles y efectivas.

5 ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

5.1.2 Objetivos de producción.

- ✓ Acondicionar la empresa para la producción de sillas para montar a caballo, con maquinaria y un equipo de excelente calidad y optima efectividad
- ✓ Poseer un proceso, estandarizado eficaz y eficiente para la producción de sillas para montar a caballo, que posibilite un flujo constante de producción con el que se pueda cumplir con todos los pedidos.
- ✓ Fabricar sillas para montar a caballo que cumplan todos los estándares de calidad esperado por los clientes.

5.1.3 Objetivos a mediano plazo.

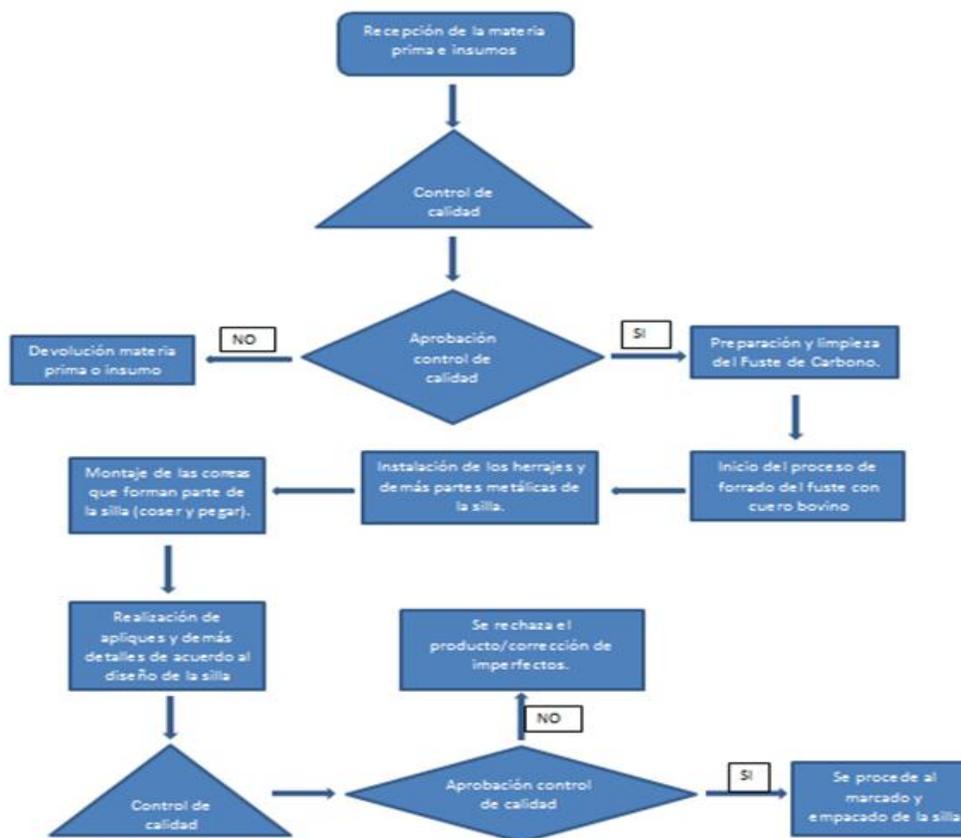
- ✓ Estar produciendo un lote mensual con destino a exportación.
- ✓ Tener un desperdicio en el proceso productivo de solo el 1%.
- ✓ Innovar e implementar la producción de nuevos diseños que permita ampliar el portafolio de la empresa.

5.1.4 Objetivos a largo plazo.

- ✓ Diseñar una política de calidad asegurada que está fundamentada en un sistema de gestión de procesos y certificación en las normas.
- ✓ Producir y exportar un lote de sillas para montar a caballo mensual a Costa Rica.

5.2 Descripción del proceso de producción.

Figura No. 5.1 Descripción del proceso de producción



Fuente Elaboración Propia.

5.3 Capacidad de producción

Se tiene una capacidad de producción mensual de 10 sillas, con lo cual se ofrecen para exportación con frecuencia mensual y dejando una parte para el mercado nacional, por lo que es mercancía en consignación y se deben realizar pedido con 1 mes mínimo de anticipación.

La capacidad instalada permite fabricar 1 silla en 3 días, 5 sillas en 15 días y 10 sillas en un mes, en una jornada de 8 horas aproximadamente.

Se elabora diariamente y se produce los 30 días del mes, dependiendo de pedidos y demanda los talabarteros deciden trabajar los domingos o festivos.

5.4 Plan de Producción.

Tabla No. 5.1 Plan de Producción

Capacidad de producción			
	Mensual	Semestral	Anual
Cantidad de producto	10	60	120

Fuente: Elaboración propia.

La capacidad instalada, permite la fabricación de una silla en 3 días en una jornada de 8 horas diarias.

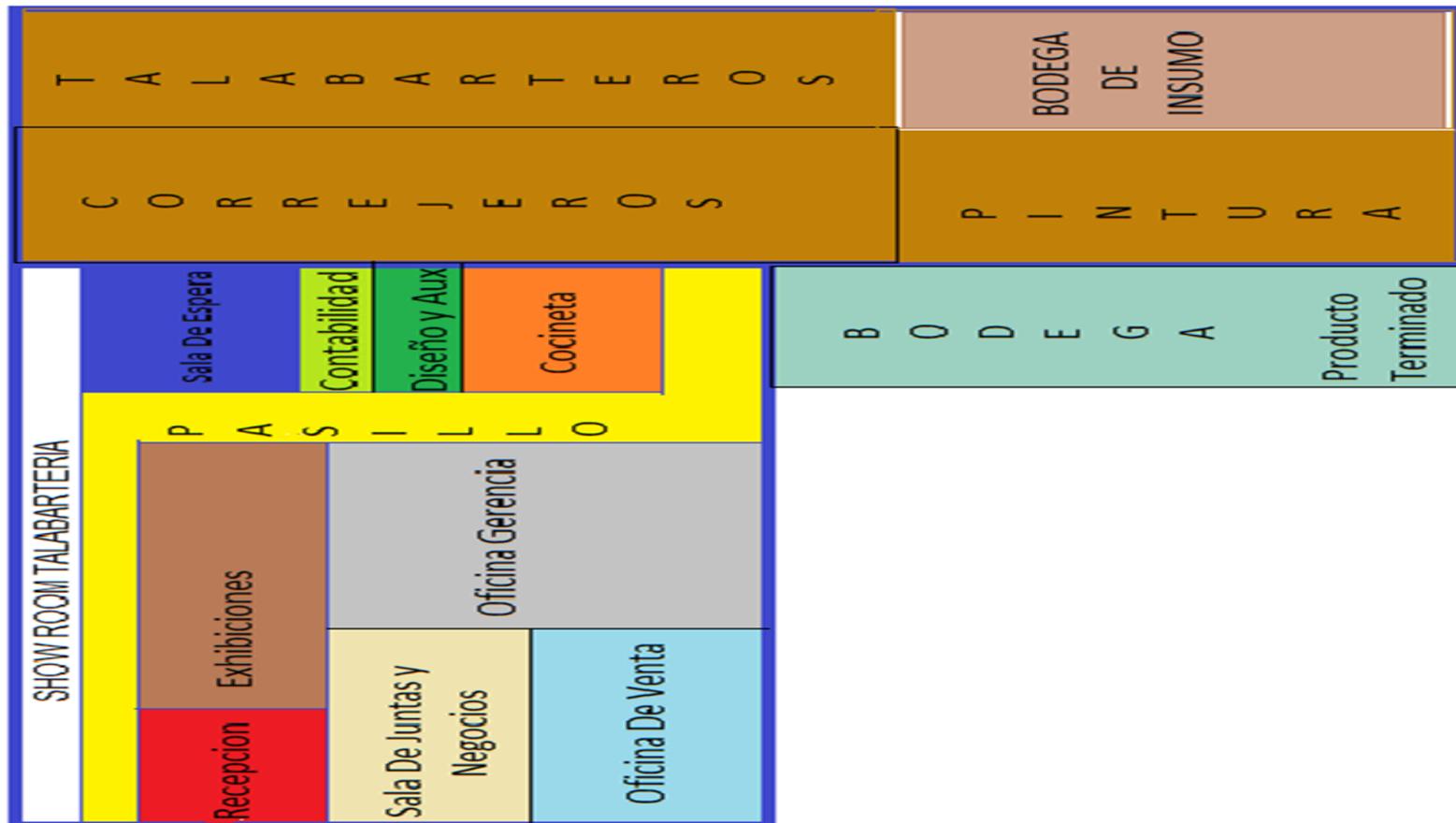
Se debe tener en cuenta que la cantidad de sillas producidas puede variar de acuerdo al comportamiento de la demanda, tanto a nivel nacional como internacional, por lo que se pueden presentar variaciones en el modelo y capacidad de producción y en consecuencia, esto repercutiría directamente en la rentabilidad deseada por la empresa.

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones.

Se requiere una un local de 180 mt² aproximadamente con un valor del canon de arrendamiento en el mercado de \$22.222 por metro cuadrado para un valor total de \$4.000.000/ mes.

Figura No.5.2 Locaciones.



Fuente Elaboración Propia.

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Tabla No.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo Unitario	Costo Total
MARCADORA DE CUERO LASER	1	Metromaquinas	\$30.000.000	\$30.000.000
Desbastadora	1	Metromaquinas	\$2.600.000	\$2.600.000
Maquinas de Codo	2	Metromaquinas	\$2.300.000	\$4.600.000
Maquinas Industriales Plana	2	Metromaquinas	\$1.500.000	\$3.000.000
Maquinas Dos agujas	2	Metromaquinas	\$4.500.000	\$9.000.000
Total				\$49.200.000

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla No.5.3 Mesas de Trabajo y Corte.

Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo Unitario	Coto Total
Sillas de Madera	\$ 10	Homecenter	\$ 139.900	\$1'399.900
Mesas de Madera para Talabarteros	\$ 10	Homecenter	\$ 220.000	\$2'200.00
Total				\$3'599.00

Fuente Elaboración propia.

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Tabla No. 5.4 Requerimientos de materiales e insumos.

Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo Unitario	Costo Total
Cuero curtido	4000 dcm	Leather Confort.	\$700	\$2'800.000
Fuste en fibra de carbono	10 u	Carbonos y Complementos S.A.S.	\$380.000	\$3'800.000
Taraba Metalica	26 pares	William Martinez.	\$10.200	\$ 265.200
Herrajes en acero inoxidable, cacho y gosnes (delantero y trasero)	160 und.	Surtiherrajes S.A.	\$3.750	\$ 600.000
Espuma 8mm	12 mt.	Surtiherrajes S.A.	\$450	\$ 5.400
Pega industrial	20 lt.	Surtiherrajes S.A.	\$450	\$ 9.000
Tinta Industrial	10 tarros	Surtiherrajes S.A.	\$4.380	\$ 43.800
Hilasa (Hilo industrial)	10 mt.	Hilasa Medellín S.A.S.	\$4.000	\$ 40.000
Total				\$7'563.400

Elaboración Propia.

5.5.4 Requerimientos de servicios.

Servicios Públicos como Gas, Electricidad y Agua. El consumo mensual puede promediar en 1.150.000/ meses.

Subcontratación de transporte de carga (Ingreso de Insumos y entregas). El transporte de las materias primas de los proveedores a la planta de producción tendrá un costo de \$320.000/mes. Lo que representa un costo anual de \$3.840.000.

5.5.5 Requerimientos de personal.

- a) Nombre: jefe de planta: Descripción: Sera la persona encargada del direccionamiento del personal en las funciones básicas de trabajo, evaluara rendimientos, monitoreare tiempos de proceso, manejava los puntos críticos de la producción y será el responsable por cumplir los objetivos de Producción de la empresa.

Profesión: Ingeniero de Producción: Perfil: Sera un profesional integral y competente en la gestión de la productividad y la calidad en todas las áreas de los sistemas organizacionales, a través del diseño, planeación, ejecución, control y acciones de mejoras de los procesos, con criterios de responsabilidad social, equidad, transparencia y respeto generando y garantizando sostenibilidad en los procesos.

Experiencia y habilidades requeridas: Tener mínimo 3 años de experiencia. Haber desempeñado cargos en el sector cuero marroquinería y tener conocimientos en manejo de productos de Talabartería. Para el manejo del producto en particular se capacitara por parte de los accionistas; por medio de cursos prácticos a la persona seleccionada.

Tabla No.5.5 Salario Ingeniero de Producción

INGENIERO DE PRODUCCIÓN		
Salario	\$ 1.600.000	Mensual
Salud 8,5%	\$ 136.000	Mensual
Pensión 12%	\$ 192.000	Mensual
Prima	\$ 133.280	Mensual
Cesantías	\$ 133.280	Mensual
Intereses a las Cesantías	\$ 15.994	Mensual
Vacaciones	\$ 66.667	Mensual
Parafiscales	\$ 144.000	Mensual
ARL (0,522%)	\$ 8.352	Mensual
Total a pagar Empleador	\$ 2.429.572	

Fuente. Elaboración Propia.

b) **Nombre: Diseñador:** Descripción: Sera la persona encargada del diseño de cada una de las líneas de negocio, la adecuación y personalización del producto para los clientes, también deberá diseñar el material publicitario de la empresa, de igual manera deberá mantener actualizadas las vitrinas donde la compañía tenga comercialización nacional ya sea propios o en consignación.

Profesión: Diseñador Gráfico: Perfil: Sera un profesional integral y competente en la gestión del diseño y estilo de los sistemas organizacionales, a través del diseño, planeación, ejecución, control y acciones de mejoras de los procesos, con criterios de responsabilidad social, equidad, transparencia y respeto generando y garantizando sostenibilidad en los procesos.

Tabla No. 5.6 Salario Diseñador gráfico.

DISEÑADOR GRAFICO		
Salario	\$ 1.900.000	Mensual
Salud 8,5%	\$ 161.500	Mensual
Pensión 12%	\$ 228.000	Mensual
Prima	\$ 158.270	Mensual
Cesantías	\$ 158.270	Mensual
Intereses a las cesantías	\$ 18.992	Mensual
Vacaciones	\$ 79.167	Mensual
Parafiscales (9%)	\$ 171.000	Mensual
ARL (0,522%)	\$ 9.918	Mensual
Total a pagar empleador	\$ 2.885.117	

Fuente Elaboración Propia.

- c) **Nombre: Talabartero:** Descripción: Sera la persona encargada del corte, marcados laser del cuero, pespunte, correaje y monte del fuste, (actividades de producción)

Profesión: Técnico en cuero Marroquinería: Perfil: Sera un talabartero integral y competente en el corte y elaboración de las sillas de una forma integral, a través de las directrices dadas por el jefe de producción, con capacidad de trabajo en equipo, con criterios de responsabilidad social, equidad, transparencia y respeto generando y garantizando sostenibilidad en los procesos.

Tabla No. 5.7 Salario Talabarteros.

TALABARTEROS		
Salario	\$ 1.500.000	Mensual
Salud 8,5%	\$ 127.500	Mensual
Pensión 12%	\$ 180.000	Mensual
Prima	\$ 124.950	Mensual
Cesantías	\$ 124.950	Mensual
Intereses a las cesantías	\$ 14.994	Mensual
Vacaciones	\$ 62.500	Mensual
Parafiscales (9%)	\$ 135.000	Mensual
ARL (2,436%)	\$ 36.540	Mensual
Total a pagar empleador	\$ 2.306.434	

Fuente Elaboración Propia.

5.6 Programa de producción

Tabla No.5.8 Programa de producción.

	Semana No.1	Semana No.2	Semana No.3	Semana No.4	Semana No.5	Semana No.6	Semana No.7
Busqueda de local							
Firma de Contrato de arrendamiento							
Busqueda personal administrativo							
Contratación de personal							
Cotización de maquinaria							
Compra de equipos							
Adecuación de local							
Instalación de maquinaria							
Aseo de local							
Contratación de prestación de servicios							
Capacitación de Personal							
Posesión de cargos							

Elaboración Propia.

6 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.

6.1 Procesos Administrativos.

Descripción de los procesos administrativos.El flujo de actividades en el proceso administrativo empieza por la segmentación y ubicación de los clientes tanto a nivel nacional como internacional, de igual manera también se aplica el diseño de las campañas acordes al proceso mercadeo y publicidad para asegurar la captación masiva de los clientes potenciales.

Una vez ubicados los clientes, hacemos contacto directo, se plantean las negociaciones y finalizan las negociaciones con las especificaciones de cada cliente, posteriormente se envían las órdenes de producción, se verifica la disposición de inventarios y se generan inmediatamente la gestión y adquisición de las materias primas faltantes y poder de esta manera iniciar el ciclo de producción.

Culminando la cadena se realiza la documentación pertinente para que la silla esté dispuesta para el transportador para la distribución física nacional e internacional según los sitios



de entrega convenidos con el cliente.

Como proceso agregado se realiza una vigilancia a los mecanismos de servicio al cliente y su efectividad, esto con el propósito de fidelizar, asegurar la continuidad de los futuros negocios y generar acciones correctivas si hay lugar.

Figura No. 6.1 Descripción de los procesos administrativos



Fuente: Elaboración propia.

Procesos de apoyo: Como áreas de soporte que complementen el proceso de adquisición, producción y distribución se soporta la cadena de procesos con el área contable, recursos humanos y demás asesores externos que se puedan requerir en el momento determinado; esto nos asegura la mejora integral y continúa en todas fases del proceso.

Figura 6.2 procesos de apoyo



Fuente: Elaboración Propia.

6.1.1 Procesos administrativos externalizados

Junta de Socios: Conformada por los dueños de la organización, su función principal es la de planear, organizar y verificar el cumplimiento de los objetivos y responsabilidades de los administrativos de la compañía.

Gerencia: Conformada por el gerente de la empresa, el cual tendrá como función principal la representación de la sociedad frente a terceros cualquiera que sea su naturaleza, planear, comunicar, desarrollar y entregar proyecciones de los objetivos trazados periódicamente para el estudio y aprobación por parte de la junta de socios, gestionar y administrar cada uno de los recursos a través de la organización a través de procesos de planeación, organización, dirección y control a todo orientado al cumplimiento de las metas establecidos, realizar verificaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos que integran la compañía, designar con claridad y autonomía posiciones gerenciales, velar porque todas las funciones designadas de la empresa así como las metas se cumplan día tras día.

Asistente: El asistente tendrá dos labores fundamentales definidas estratégicamente de acuerdo a las capacidades y competencias de la persona que se encuentre responsable del cargo. La actividad principal es asistencia y apoyo de la gerencia desempeñando el manejo de recursos e implementos para el desarrollo de las actividades administrativas, gestión

documental de la compañía, la organización y coordinación de las actividades de los administrativos de la compañía, y todas las labores inherentes a la asistencia de la gerencia y el apoyo al personal administrativo de la Empresa.

Departamento De Contabilidad: Establecer y ejecutar y administrar los parámetros contables necesarios para garantizar un eficiente manejo y fiscalización de los activos, pasivos y patrimonio de la compañía, administrar el sistema de nómina de los empleados de las diferentes áreas segmentados por centros de costos, asignar partidas presupuestales a cada uno de los departamentos de la empresa, vigilar que en temas fiscales y de impuestos se presente cumplidamente la información y el pago de los mismos.

Departamento De Producción: Es el responsable de todos los procesos de producción que se involucren en la elaboración de los productos o líneas de negocio de la compañía. También estarán encargados de la gestión, compra y administración de las materias primas al igual que del embalaje de cada uno de los productos, de igual manera estarán a cargo del diseño e innovación de las líneas de productos de la empresa, el departamento será responsables de la elaboración de planes de trabajo así como la designación de las tareas de cada uno de los operarios que intervienen en el proceso.

Departamento de ventas: es el responsables de la ventas de los productos, la administración de los simuladores online y las diferentes herramientas de comercialización que implemente la empresa, correcto manejo de las bases de datos existentes en él entorno, coordinación de la participación en ferias así como la administración de los puntos de exhibición dentro de los diferentes eventos, creación, seguimiento y fidelización de los clientes, coordinar las diferentes campañas de publicitarias en los mercados domésticos como internacionales, diseñar estrategias, promociones y ofertas para la apertura de nuevos mercados, representación de la compañía ante los clientes, manejo de toda la fuerza de ventas, investigación de mercado, diseño y estrategias para la gestión de sistemas de servicio al cliente.

Departamento De Comercio Exterior: Estará a cargo de la documentación pertinente y la distribución de los productos tanto nacional como internacional, se le asignaran tareas directa e indirectamente relacionadas y derivadas de la comercialización internacional de los

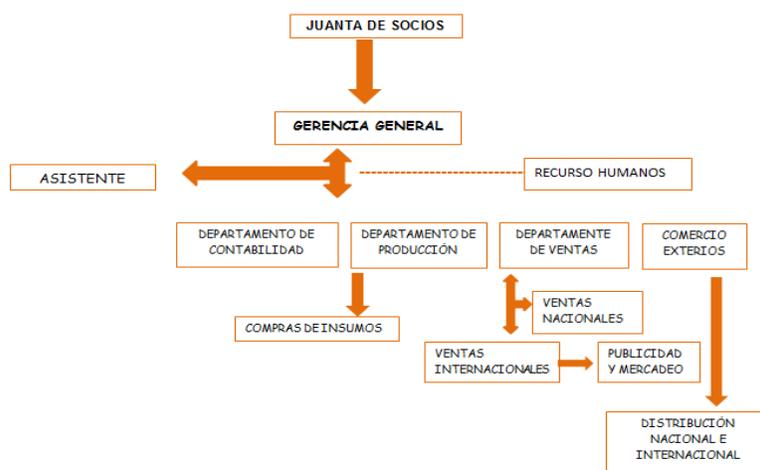
productos, como: contratación de agentes de carga (en caso de ser necesarios), intermediación aduanera, adicionalmente deberá ser un apoyo para el departamento de ventas para las estrategias de penetración de nuevos mercados a nivel internacional.

Se realizara la contratación de los procesos de selección de personal a través de la empresa de seguridad Manpower Group.

6.2 Estructura Organizacional del Negocio.

6.2.1 Organigrama.

Figura No.6.3 Organigrama.



Fuente Elaboración Propia.

Descripción funcional de la Organización.

Junta de Socios: Conformada por los dueños de la organización, su función principal es la de planear, organizar y verificar el cumplimiento de los objetivos y responsabilidades de los administrativos de la compañía.

Gerencia: Conformada por el gerente de la empresa, el cual tendrá como función principal la representación de la sociedad frente a terceros cualquiera que sea su naturaleza,

planear comunicar, desarrollar y entregar proyecciones de los objetivos trazados periódicamente para el estudio y aprobación por parte de la junta de socios, gestionar y administrar cada uno de los recursos a través de la organización a través de procesos de planeación, organización, dirección y control a todo orientado al cumplimiento de las metas establecidos, realizar verificaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos que integran la compañía, designar con claridad y autonomía posiciones gerenciales, velar porque todas las funciones designadas de la empresa así como las metas se cumplan día tras día.

Asistente: El asistente tendrá dos labores fundamentales definidas estratégicamente de acuerdo a las capacidades y competencias de la persona que se encuentre responsable del cargo. La actividad principal es asistencia y apoyo de la gerencia desempeñando el manejo de recursos e implementos para el desarrollo de las actividades administrativas, gestión documental de la compañía, la organización y coordinación de las actividades de los administrativos de la compañía, y todas las labores inherentes a la asistencia de la gerencia y el apoyo al personal administrativo de la Empresa.

Departamento De Contabilidad: Establecer y ejecutar y administrar los parámetros contables necesarios para garantizar un eficiente manejo y fiscalización de los activos, pasivos y patrimonio de la compañía, administrar el sistema de nómina de los empleados de las diferentes áreas segmentados por centros de costos, asignar partidas presupuestales a cada uno de los departamentos de la empresa, vigilar que en temas fiscales y de impuestos se presente cumplidamente la información y el pago de los mismos.

Departamento De Producción: Es el responsable de todos los procesos de producción que se involucren en la elaboración de los productos o líneas de negocio de la compañía. También estarán encargados de la gestión, compra y administración de las materias primas al igual que del embalaje de cada uno de los productos, de igual manera estarán a cargo del diseño e innovación de las líneas de productos de la empresa, el departamento será responsables de la elaboración de planes de trabajo así como la designación de las tareas de cada uno de los operarios que intervienen en el proceso.

Departamento de ventas: es el responsables de la ventas de los productos, la administración de los simuladores online y las diferentes herramientas de comercialización que implemente la empresa, correcto manejo de las bases de datos existentes en el entorno, coordinación de la participación en ferias así como la administración de los puntos de exhibición dentro de los diferentes eventos, creación, seguimiento y fidelización de los clientes, coordinar las diferentes campañas de publicitarias en los mercados domésticos como internacionales, diseñar estrategias, promociones y ofertas para la apertura de nuevos mercados, representación de la compañía ante los clientes, manejo de toda la fuerza de ventas, investigación de mercado, diseño y estrategias para la gestión de sistemas de servicio al cliente.

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones.

Se requiere una un local de 360 mt² aproximadamente con un valor del canon de arrendamiento en el mercado de \$22.222 por metro cuadrado para un valor total de \$8.000.000/ mes.

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Tabla No. 6.1 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres para gerencia.

Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo Unitario	Costo Total
Asenti Silla de escritorio negra cromada	1	Homecenter	\$229.900	\$229.900
Escritorio Nova cajón archivador roble	1	Homecenter	\$399.900	\$399.900
Archivador metálico 4 gavetas negro	2	Homecenter	\$529.900	\$1.059.800
Computador Allin One C260 P - C260 LENOVO	1	Éxito	\$999.000	\$999.000
Telefono Inalambrico Dect 6.0 - 6229-6729 VITECH	1	Éxito	\$127.900	\$127.900
Reloj De Pared Color Negro - EG6911A-CU	1	Éxito	\$17.900	\$17.900
Impresora Multif. Laser Hp S	1	Éxito	\$499.000	\$499.000
Software	1	Reymontstore	\$620.000	\$620.000
Total				\$3.953.400

Elaboración Propia.

Tabla No.6.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres para la secretaria.

Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo Unitario	Costo Total
Asenti Silla cajero negra	1	Homecenter	\$164.900	\$164.900
Escritorio Nova cajón archivador roble	1	Homecenter	\$399.900	\$399.900
Computador Allin One C260 P - C260 LENOVO	1	Éxito	\$999.000	\$999.000
Telefono Inalambrico Dect 6.0 - 6229-6729 VTECH	1	Éxito	\$127.900	\$127.900
Reloj De Pared Color Negro - EG6911A-CU	1	Éxito	\$17.900	\$17.900
Software	1	Reymontstore	\$620.000	\$620.000
Total				\$2.329.600

Fuente Elaboración Propia.

Tabla No. 6.3 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres para el Vendedor.

Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo Unitario	Costo Total
Asenti Silla cajero negra	1	Homecenter	\$164.900	\$164.900
Office Chair Silla interlocutora isósceles gríssku 60907	2	Homecenter	\$57.900	\$115.800
Finetable Centro de trabajo en metal vidrio	1	Homecerte	\$349.900	\$349.900
Computador Allin One C260 P - C260 LENOVO	1	Éxito	\$999.000	\$999.000
Telefono Inalambrico Dect 6.0 - 6229-6729 VTECH	1	Éxito	\$127.900	\$127.900
Software	1	Reymontstore	\$620.000	\$620.000
Total				\$2.377.500

Elaboración Propia.

Tabla No.6.4 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres para Contabilidad.

Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo Unitario	Costo Total
Computador Allin One C260 P - C260 LENOVO	1	Éxito	\$999.000	\$999.000
Software	1	Reymontstore	\$620.000	\$620.000
Escritorio Nova cajón archivador roble	1	Homecenter	\$399.900	\$399.900
Archivador metálico 4 gavetas negro	1	Homecenter	\$529.900	\$529.900
Asenti Silla cajero negra	1	Homecenter	\$164.900	\$164.900
Impresora Multif. Laser Hp S	1	Éxito	\$499.000	\$499.000
Total				\$3.212.700

Fuente Elaboración Propia.

Tabla. No.6.5 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres para el Asistente

Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo Unitario	Costo Total
Computador Allin One C260 P - C260 LENOVO	1	Éxito	\$999.000	\$999.000
Software	1	Reymontstore	\$620.000	\$620.000
Escritorio Nova cajón archivador roble	1	Homecenter	\$399.900	\$399.900
Asenti Silla cajero negra	1	Homecenter	\$164.900	\$164.900
Telefono Inalambrico Dect 6.0 - 6229-6729 VTECH	1	Éxito	\$127.900	\$127.900
Total				\$2.311.700

Fuente Elaboración Propia.

Tabla No. 6.6 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres para el punto de Venta.

Descripción	cantidad	Proveedor	Costo Unitario	Costo Total
Plicosas Banca jardín madera/metal tejido	2	Homecenter	\$179.900	\$359.800
Home Collection Silla Irlanda Negro	3	Homecenter	\$139.900	\$419.700
tv Led 152 Cms 3d Fhd Smart t	1	Éxito	\$799.900	\$799.900
Horno Microondas 0.7 Pc Blanc	1	Éxito	\$124.900	\$124.900
Cafetera Latte Y Capuccino	1	Éxito	\$479.000	\$479.000
Mesa de Juntas de 7 piezas	1	Éxito	\$2.050.000	\$2.050.000
Total				\$4.233.300

Fuente Elaboración Propia.

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Tabla No.6.7 Requerimientos de materiales de oficina y aseo.

Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo unitario	Costo total
trapero encaba cabo plastific	2	Éxito	\$10.400	\$20.800
Escoba zulia suave cabo metal	2	Éxito	\$8.850	\$17.700
Recogedor Reforzado Task	2	Éxito	\$10.480	\$20.960
Papelera Metalica 12l FINLANDEK	7	Éxito	\$30.000	\$210.000
Resma carta 500 hojas 75 grm	4	Éxito	\$11.240	\$44.960
Caja de lapicero(por 36)	2	Éxito	\$14.300	\$28.600
Caja de lápiz(por 3)	3	Éxito	\$3.200	\$9.600
Caja de borradores(por 2)	2	Éxito	\$1.200	\$2.400
Marcador Ultrafine Surtido Tx4	3	Éxito	\$9.400	\$28.200
Detergente Regular 4500gr	2	Éxito	\$29.750	\$59.500
Tinta Negra de Impresora	6	Éxito	\$47.400	\$284.400
Tinta de Color para impresora	6	Éxito	\$98.000	\$588.000
Caja de bombillos (por 3)	4	Éxito	\$8.000	\$32.000
Papel higiénico (por 15)	2	Éxito	\$16.950	\$33.900
Jabón (por 5)	2	Éxito	\$3.880	\$7.760
Toalla(por 3)	2	Éxito	\$7.000	\$14.000
Total				\$1.402.780

Fuente Elaboración Propia.



6.4 4 Requerimientos de servicios

Tabla No.6.8 Requerimientos de servicios.

Servicio	Descripción	Proveedor	Precio	Frecuencia
Servicios Públicos	Prestación de servicios como agua, luz, telefonía e internet	Empresas Públicas De Medellín y Une telecomunicaciones	\$ 2.875.000	Mensual
Selección y administración de personal.	Selección y administración del area de recursos humanos	Manpoer Group	N/A	Mensual

6.3.5 Requerimientos de personal.

Nombre: Gerente General.

Descripción: tendrá el grado más alto de responsabilidad y teniendo a su cargo la estructuración, vigilancia y desempeño de todos los procesos de la Empresa

.

Profesión: Administrador de Empresas - Ingeniero Industrial – Negociador Internacional.

Perfil: Debe ser un profesional integro con actitudes y capacidades para realizar la gestión estratégica de los factores de producción, garantizando estándares de calidad en la organización, componente transversal de los procesos y proyectos de la empresa. A si mismo deberá diseñar, planear, gestionar, ejecutar, controlar y efectuar planes de mejoras continuas a los procesos así como un alto grado de compromiso y transparencia con los procesos de gestión, evolución y auditaría de los proyectos. Estar en la capacidad de generar consultorías de sistemas de gestión, con responsabilidad social y ambiental con miras a lograr la competitividad de la organización.

Experiencia y Habilidades Requeridas: Tener 3 años de experiencia. Haber desempeñado cargo en el sector Cuero marroquinería. Hablar a la perfección el idioma Inglés.

Tipo de contrato: Término indefinido.

Periodo de Prueba: 6 Meses.

Tabla No.6.9 Salario Gerente General

GERENTE GENERAL		
Salario	\$ 2.100.000	Mensual
Salud 8,5%	\$ 178.500	Mensual
Pensión 12%	\$ 252.000	Mensual
Prima	\$ 174.930	Mensual
Cesantías	\$ 174.930	Mensual
Intereses a las cesantías	\$ 20.992	Mensual
Vacaciones	\$ 87.500	Mensual
Parafiscales (9%)	\$ 189.000	Mensual
ARL (0,522%)	\$ 10.962	Mensual
Total a pagar empleador	\$ 3.188.814	

Fuente elaboración Propia.

Nombre: Asistente De General.

Descripción: será la encargada de brindar apoyo a las áreas administrativas y asistencia general a la gerencia.

Profesión: Técnico o tecnólogo en carreras administrativas o afines.

Perfil: Debe manejar el Ingles a la perfección, manejo Excel, tener un curso en gestión del talento humano y gestión documental.

Experiencia: Mínimo 1 años de experiencia.

Tipo de contrato: Término indefinido.

Periodo de Prueba: 3 Meses.

Tabla No.6.10 Salario Asistente General.

ASISTENTE GENERAL		
Salario	\$ 900.000	Mensual
Salud 8,5%	\$ 76.500	Mensual
Pensión 12%	\$ 108.000	Mensual
Prima	\$ 74.970	Mensual
Cesantías	\$ 74.970	Mensual
Intereses a las cesantías	\$ 8.996	Mensual
Vacaciones	\$ 37.500	Mensual
Parafiscales (9%)	\$ 81.000	Mensual
ARL (0,522%)	\$ 4.698	Mensual
Total a pagar empleador	\$ 1.366.634	

Fuente Elaboración Propia.

Descripción: será en responsables de la administración de la información financiera de la empresa, tener disponibilidad en el momento que se necesita y que su objetividad y transparencia permita la toma oportuna de decisiones de manera efectiva.

Profesión: Contador.

Perfil: Profesional íntegro y competitivo para diagnosticar la situación contable, financiera y administrativa del ente económico, con capacidades de plantear soluciones pertinentes y enmarcadas dentro de la legalidad de la normatividad para cada una de las situaciones que se presenten.

Experiencia: 5 años de experiencia.

Tipo de contrato: Término indefinido

Periodo de Prueba: 3 Meses.

Tabla No.6.11 Salario Contador.

CONTADOR		
Salario	\$ 1.200.000	Mensual
Salud 8,5%	\$ 102.000	Mensual
Pensión 12%	\$ 144.000	Mensual
Prima	\$ 99.960	Mensual
Cesantías	\$ 99.960	Mensual
Intereses a las cesantías	\$ 11.995	Mensual
Vacaciones	\$ 50.000	Mensual
Parafiscales (9%)	\$ 108.000	Mensual
ARL (0,522%)	\$ 6.264	Mensual
Total a pagar empleador	\$ 1.822.179	

Fuente Elaboración Propia.

Descripción: tendrá la responsabilidad de manejar la fuerza de ventas, realizar los planes de acción, apertura de nuevos mercados y todos los eventos que impulsen la comercialización de las líneas de negocio de la compañía a nivel nacional e internacional

Profesión: Profesional en Mercadeo.

Perfil: Profesional integro, con dominio del idioma inglés, con conocimientos en el diseño de estrategias de ventas y marketing; que ayude al posicionamiento de la compañía tanto en mercados domésticos como internacional.

Experiencia: 3 años de experiencia.

Tipo de contrato: Término indefinido.

Periodo de Prueba: 6 Meses

Tabla No.6.12 Salarios Director de Ventas.

DIRECTOR DE VENTAS		
Salario	\$ 1.200.000	Mensual
Salud 8,5%	\$ 102.000	Mensual
Pensión 12%	\$ 144.000	Mensual
Prima	\$ 99.960	Mensual
Cesantías	\$ 99.960	Mensual
Intereses a las cesantías	\$ 11.995	Mensual
Vacaciones	\$ 50.000	Mensual
Parafiscales (9%)	\$ 108.000	Mensual
ARL (0,522%)	\$ 6.264	Mensual
Total a pagar empleador	\$ 1.822.179	

Fuente elaboración Propia.

Nombre: Director de Comercio Exterior

Descripción: Sera el responsable de estructurar todas las operaciones de DFN y DFI, así como las intermediaciones aduaneras correspondiente a cada producto, así mismo estará encargado de la comunicación logística con los clientes y agentes en el exterior; deberá monitorear toda del proceso exportación.

Profesión: Tecnólogo en Comercio Internacional.

Perfil: Profesional capaz de diligenciar y gestionar la documentación para las operaciones de exportaciones, adicionalmente debe tener conocimiento en régimen cambiario para los reintegro de los pagos de las Exportaciones. Dominio del idioma inglés.

Experiencia: 3 años mínimo.

Tipo de contrato: Término indefinido

Periodo de Prueba: 3 Meses.

Tabla No.6.13 Salarios Director de Comercio Exterior.

DIRECTOR DE COMERCIO EXTERIOR		
Salario	\$ 1.000.000	Mensual
Salud 8,5%	\$ 85.000	Mensual
Pensión 12%	\$ 120.000	Mensual
Prima	\$ 83.300	Mensual
Cesantías	\$ 83.300	Mensual
Intereses a las cesantías	\$ 9.996	Mensual
Vacaciones	\$ 41.667	Mensual
Parafiscales (9%)	\$ 90.000	Mensual
ARL (0,522%)	\$ 5.220	Mensual
Total a pagar empleador	\$ 1.518.483	

Fuente Elaboración Propia.

7 ASPECTOS LEGALES.

7.1 Tipo de Organización empresarial

Para este proyecto el tipo de organización que elegimos es la S.A.S (sociedad por Acciones Simplificadas) que es una sociedad comercial de capital, innovadora en el derecho societario colombiano y su figura fue creada en el 2008 mediante la Ley 1258 de 2008, además el decreto 2020 de 2009 y se creó basándose en la Ley del emprendimiento 1014 del 2006.

La S.A.S tiene varias ventajas o beneficios, desde que es vigente este tipo de sociedad el 54% de las empresas en Colombia hacen parte de ella, un ejemplo claro es el grupo Nutresa (antes Grupo Antioqueño).

Por las siguientes razones elegimos que el tipo de sociedad utilizado en el proyecto será la S.A.S

Ventajas de ser una S.A.S:

1. Se realiza por documento privado, lo que ahorra tiempo y dinero.
2. No se requiere supervisión fiscal, si los activos brutos no exceden los 3000 SMMLV a

- 31 diciembre del año anterior.
3. Las responsabilidades dependen de los aportes de los socios, y los aportes pueden postergarse a dos años, lo que posibilita a los socios el pago de las acciones.
 4. La sociedad puede ser a largo plazo o infinita, por esto se ahorra costos en renovaciones periódicamente.
 5. Cualquier persona natural jurídica puede participar en contratos con una S.A.S
 6. En una S.A.S las acciones pueden ser ordinarias, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones con voto múltiple, acciones privilegiadas, y acciones con dividendo fijo o de pago, pero es fundamental saber que las acciones de una S.A.S no pueden negociarse en la bolsa.
 7. Para liquidar una S.A.S es más fácil porque no necesitan realizar el trámite de aprobación de inventario que da la superintendencia de sociedades.
 8. Se puede desempeñar en diferentes sectores.
 9. A una S.A.S no se le obliga a formar una junta directiva y si se dispone todas las obligaciones pueden ser tomadas por el representante legal.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.

- A. Consulta del nombre o razón social de la empresa: este trámite se realiza de forma virtual en el aplicativo RUES de la cámara de comercio, con ello se pretende verificar la disponibilidad del nombre de la empresa, verificando que este no esté siendo usado ya y así evitar infringir alguna norma y prevenir cualquier tipo de acción legal y esta diligencia no tiene ningún costo.
- B. Luego del trámite anterior, se realiza la suscripción del acta ante la Cámara de Comercio, documento en el cual debe constar la siguiente información: nombre, documento de identidad, dirección de domicilio de los accionistas; razón social de la sociedad seguida por la frase Sociedad por Acciones Simplificada; el domicilio principal de la sociedad, objeto social; el capital autorizado, suscrito y pagado; número y valor nominal de las acciones; los cargos y las personas que los ocuparan, para certificar en dicho documento la forma como se administrara la empresa. Este trámite se realiza de forma presencial en la Cámara de Comercio del cetro de la ciudad de

Medellín, dado que la empresa estará ubicada en el municipio de Medellín, sobre la autopista Norte.

- C. Siguiendo, se autentican las firmas de las personas que suscriben el documento de constitución de la empresa, dicha autenticación puede hacerse directamente o a través de un apoderado en la cámara de comercio del sitio donde la empresa decida radicar su domicilio.
- D. Luego en cámara de comercio se inscribe el documento privado en el Registro Mercantil, se diligencian los formularios del Registro Único Empresarial RUE, el formulario de inscripción en el RUT (Registro Único Tributario) y el pago de la matrícula mercantil, el impuesto del registro y los derechos de inscripción.
- E. Después, teniendo la constancia de inscripción en cámara de comercio y el recibo de pago, se abre una cuenta bancaria para la empresa en cualquier entidad bancaria, en este caso en Bancolombia, trámite que debe ser realizado por el representante legal de la empresa y no tiene costo alguno.
- F. Enseguida, el representante legal de la empresa se dirige a la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia) con el recibo de la cámara de comercio y el certificado de la entidad bancaria, para gestionar el RUT.
- G. En el Registro Único Tributario, en la casilla 54 de usuario aduanero se deben especificar los numerales 22 y 23 por ser una empresa exportadora y se debe considerar que en un futuro puede ser necesario importar.
- H. Obtención de la resolución de facturación ante la DIAN, el cual debe ser tramitado de forma personal y no tiene ningún costo, esta debe ser renovada cada 2 años calendario.

Luego de realizar todos los tramites anteriores la empresa estaría lista para operar; se debe tener en cuenta los tiempos estipulados por la ley colombiana para la renovación de la documentación de la empresa y los costos que esto conlleve de acuerdo a las tarifas establecidas cada año por las entidades a las que les compete dichas renovaciones o actualizaciones.

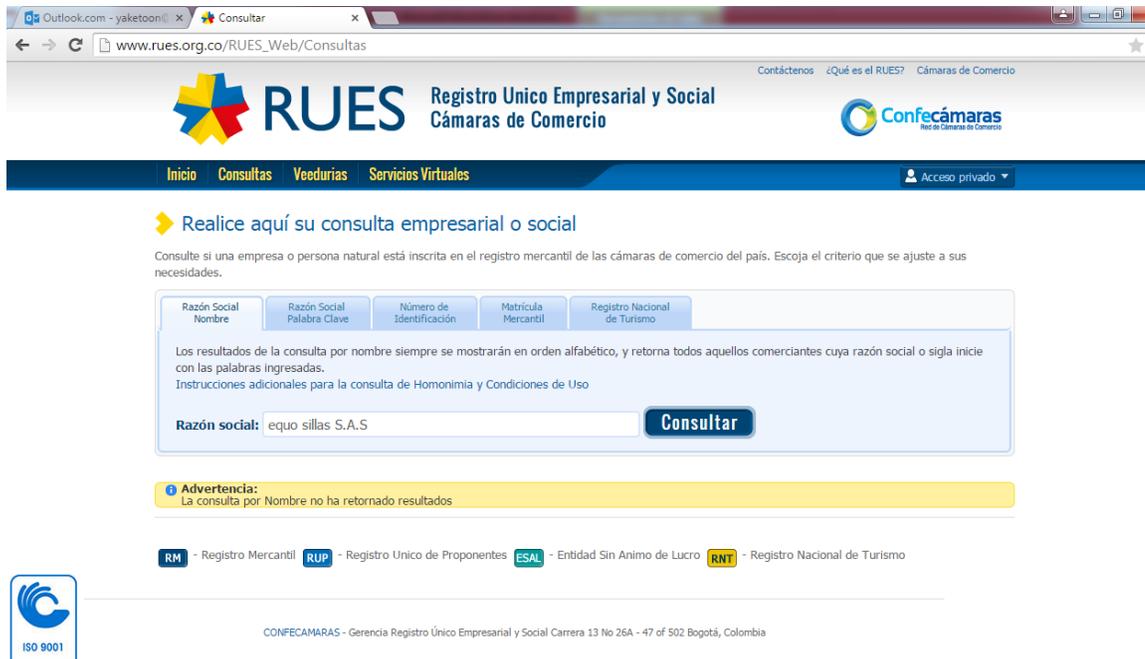
Tabla No.7.1 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.

CERTIFICADOS Y TRAMITES PARA CONSTITUIR LA EMPRESA		
NOMBRE	ENTIDAD	COSTO
Registro Mercantil	Camara de Comercio	
cuenta bancaria	Entidad bancaria	0
RUT	DIAN	0
Resolución de Facturación	DIAN	0

Fuente Elaboración Propia.

Se anexa el comprobante de la consulta del nombre: Equo Sillas S.A.S para constatar que este no es usado actualmente y puede ser utilizado en el presente proyecto.

Figura No.7.1 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.



Fuente www.rues.org.co/RUES_Web

Figura No.7.2 Costos de Tramites, Permisos o Licencias para Exportación.

TRAMITES, PERMISOS Y/O LICENCIAS PARA EXPORTAR		
NOMBRE	ENTIDAD	COSTO
Registro Nacional de Exportadores R.N.E	MINCIT(empresa)	0
Certificado de origen	MINCIT (empresa)	0
Lista de empaque	Empresa	0
Factura Comercial	Empresa	0
Documento y/o guía de transporte	Entidad courier	0

Fuente Elaboración Propia.

8 ASPECTOS FINANCIEROS.

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

El proyecto será financiado en su totalidad a través de un crédito que se hará a través de la entidad Bancolombia, a continuación se detalla la totalidad de la suma requerida para su ejecución.

Tabla No. 8.1 Recursos Propios

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)			
Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	\$ 73.743.700,0	\$ 0,0	\$ 73.743.700,0
Gastos Preoperativos	\$ 3.188.814,0	\$ 0,0	\$ 3.188.814,0
Capital de Trabajo	\$ 386.539.204,4	\$ 0,0	\$ 386.539.204,4
Total Requerimientos Financieros		\$ 463.471.718,4	

Fuente Elaboración Propia.

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

Tabla No. 8.2 Créditos y Préstamos Bancarios.

DATOS GENERALES DEL PROYECTO	
Préstamos Financiado por la Entidad Bancolombia	
Monto del Préstamo	\$ 463.471.718
Intereses (efectivo Mensual)	1,36%
Plazo (meses)	60
Modalidad del Préstamo	Couta Variable

Fuente Elaboración Propia.

Tabla No. 8.3 Amortización Préstamo (Anual)

TABLA DE AMORTIZACIÓN PRESTAMO (Mensual)			
Año	Capital	Valor intereses anuales	saldo
1	\$ 92.694.344	\$ 68.705.048	\$ 370.777.375
2	\$ 92.694.344	\$ 53.577.331	\$ 278.083.031
3	\$ 92.694.344	\$ 23.321.897	\$ 92.694.344
4	\$ 92.694.344	\$ 22.010.700	\$ 87.482.911
5	\$ 92.694.344	\$ 8.194.180	0

Fuente. Elaboración Propia.

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

8.2.1.2 Tabla No. 8.4 Ingresos Propios del Negocio.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas		Participacion del total Ventas
Silla de Rodeo o de Lujo	\$ 50.700.003	64,75%
silla de Exportación	\$ 27.600.000	35,25%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 78.300.004	100,00%

Fuente. Elaboración Propia.

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones.

Tabla 8.5 Inversiones.

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)				
Activos Fijos				
Equipos de Informatica y Comunicaciones (3 años) TODO EL PROYECTO	\$ 11.351.500,00	\$ 315.319,40	Equipos de Informatica y Comunicaciones	\$ 0,00
Maquinaria (10años)	\$ 49.200.000,00	\$ 410.000,00	Maquinaria	\$ 0,00
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 13.192.200,00	\$ 109.935,00	Muebles y Enseres	\$ 0,00
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 73.743.700,00		Total Activos Fijos Disponibles	\$ 0,00
Total Depreciación Mensual		\$ 835.254,40		

Fuente. Elaboración Propia.

Tabla 8.6 Gastos Pre-operativos.

Gastos Preoperativos				
Gastos Pre-operativos Exigibles	Valor	Amortización	Gastos Preoperativos Disponibles	Valor
Salarios	\$ 3.188.814	\$ 53.147	Salarios	\$ 0,00
Total Gasto Pero-operativos Exigibles	\$ 3.188.814		Total Gasto Preoperativos Disponible	\$ 0,00
Total Amortización Mensual		\$ 53.147		

Fuente Elaboración Propia.

Tabla No. 8.7 Numero de días a Cubrir en costos variables y fijos.

Ingreso el Número de días que necesita cubrir sus COSTOS VARIABLES y FIJOS		
Cuenta	Días de Cobertura	Valor
Costos Variables	90	\$ 108.074.615
Costos Fijos de Producción	90	\$ 74.672.715
Costos Fijos de Administración	90	\$ 2.463.582
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	90	\$ 6.280.737
TATAL CAPITAL DE TRABAJO		191491649

Fuente Elaboración Propia.

8.2.2.2 Costos.

Tabla No. 8.8 Costos Silla De Rodeo o de Lujo.

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Argolla 4 milímetros	\$ 2.800,00	6	Unidad	\$ 16.800,00
Argolla 16ml	\$ 3.200,00	2	Unidad	\$ 6.400,00
Argolla 26 ml	\$ 5.000,00	3	Unidad	\$ 15.000,00
argolla de 40ml	\$ 8.000,00	3	unidad	\$ 24.000,00
fuste/ esqueleto en carbono	\$ 350.000,00	1	Unidad	\$ 350.000,00
cuero procesado	\$ 700,00	400	Decímetros	\$ 280.000,00
Hilo industrial	\$ 4.000,00	10	metros	\$ 40.000,00
pega Industrial	\$ 13,34	750	cm3	\$ 10.005,00
bolsa lona sintética	\$ 20.000,00	1	unidad	\$ 20.000,00
diseño y detalles personalizados	\$ 300.000,00	1	Unidad	\$ 300.000,00
mano de obra	\$ 400.000,00	1	Unidad	\$ 400.000,00
tarabas metálico	\$ 10.200,00	2	Unidad	\$ 20.400,00
Espuma	\$ 450,00	1,5	metros	\$ 675,00
tinta industrial	\$ 4.380,00	0,5	ml	\$ 2.190,00
Transporte Nacional	\$ 70.000,00	1	UNID	\$ 70.000,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 1.555.470,00

Fuente Elaboración Propia.

Tabla No. 8.9 Costos Silla De Rodeo o de Lujo Para Exportación.

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Total Por Comp
Argolla 4 milímetros	\$ 2.800,00	6	Unidad	\$ 16.800,00
Argolla 16ml	\$ 3.200,00	2	Unidad	\$ 6.400,00
Argolla 26 ml	\$ 5.000,00	3	Unidad	\$ 15.000,00
Argolla de 40ml	\$ 8.000,00	3	Unidad	\$ 24.000,00
Fuste/ esqueleto en carbono	\$ 350.000,00	1	Unidad	\$ 350.000,00
Cuero procesado	\$ 700,00	400	Decímetros	\$ 280.000,00
Hilo industrial	\$ 4.000,00	10	Metros	\$ 40.000,00
Pega Industrial	\$ 13,34	750	cm3	\$ 10.005,00
Bolsa lona sintética	\$ 20.000,00	1	Unidad	\$ 20.000,00
Diseño y detalles personalizados	\$ 300.000,00	1	Unidad	\$ 300.000,00
Mano de obra	\$ 400.000,00	1	Unidad	\$ 400.000,00
Tarabas metálico	\$ 10.200,00	2	Unidad	\$ 20.400,00
Espuma	\$ 450,00	1,5	Metros	\$ 675,00
Tinta industrial	\$ 4.380,00	0,5	Milímetros	\$ 2.190,00
Transporte y seguro	\$ 580.000,00	1	Unidad	\$ 580.000,00
Recargos y documentos	\$ 50.000,00	1	Unidad	\$ 50.000,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 2.115.470,00

Fuente Elaboración Propia.

Tabla No. 8.10 Costos Fijos de Producción.

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 8.000.000
Prestaciones Sociales	\$ 4.300.905
Arriendo	\$ 4.000.000
Servicios	\$ 1.150.000
Transporte	\$ 320.000
Mantenimiento	\$ 4.920.000
Sistema Cerrado de Vigilancia	\$ 2.200.000
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 24.890.905

Fuente Elaboración Propia.

8.2.2.3 Gastos.

Tabla No. 8.11 Gastos administrativos y legales

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 5.200.000
Prestaciones Sociales	\$ 2.696.110
Papelería	\$ 246.540
Varios (ASEO Y CAFETERIA, etc.)	\$ 500.000
Imprevistos 10%	\$ 864.265
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 9.506.915

Fuente Elaboración Propia.

Tabla No.8.12 Gastos de Distribución y ventas.

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	
Salarios (VENDEDOR)	\$ 1.200.000
Prestaciones Sociales	\$ 622.179
Publicidad y Mercadeo SE DIVIDE EL COSTO MENSUAL(FERIAS)	\$ 271.400
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 2.093.579

Fuente. Elaboración Propia.

Tabla No. 8.13 Gastos Amortización de diferidos.

Toatal Amortización Mensual	\$ 53.146,90
------------------------------------	---------------------

Fuente Elaboración Propia.

8.2.2.4 Gastos Financieros.

Tabla No.8.14 Gastos Financieros.

GASTOS DE INTERESES POR PRESTAMO (Anuales)		
Año	Valor intereses anuales	
1	\$	68.705.048
2	\$	53.577.331
3	\$	23.321.897
4	\$	22.010.700
5	\$	8.194.180

Fuente. Elaboración Propia.

8.3 Estados Financieros Proyectados.

8.3.1 Flujo de Caja.



Tabla No.8.15 Flujo de Caja (inversionista).

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 939.600.046	\$ 1.016.177.450	\$ 1.098.995.912	\$ 1.188.564.079	\$ 1.285.432.
- Costos variables		\$ 432.298.461	\$ 466.882.338	\$ 504.232.925	\$ 544.571.559	\$ 588.137.
- Costos fijos		\$ 437.896.788	\$ 472.928.531	\$ 510.762.814	\$ 551.623.839	\$ 595.753.
Costos fijos de Producción		\$ 298.690.860	\$ 322.586.129	\$ 348.393.019	\$ 376.264.461	\$ 406.365.
Costos fijos de Administración		\$ 114.082.980	\$ 123.209.618	\$ 133.066.388	\$ 143.711.699	\$ 155.208.
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 25.122.948	\$ 27.132.784	\$ 29.303.407	\$ 31.647.679	\$ 34.179.
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 10.660.816	\$ 10.660.816	\$ 10.660.816	\$ 10.660.816	\$ 10.660.
- Intereses Credito		\$ 68.705.048	\$ 53.577.331	\$ 38.449.614	\$ 23.321.897	\$ 8.194.
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 9.961.067	\$ 12.128.434	\$ 34.889.743	\$ 58.385.968	\$ 82.686.
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 4.002.383	\$ 11.513.615	\$ 19.267.369	\$ 27.286.
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 9.961.067	\$ 8.126.051	\$ 23.376.128	\$ 39.118.599	\$ 55.399.
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 10.660.816	\$ 10.660.816	\$ 10.660.816	\$ 10.660.816	\$ 10.660.
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 463.471.718	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 549.510.
Préstamos	\$ 463.471.718					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 525.882.
Valor de Salvamento						\$ 23.628.
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 463.471.718	\$ 123.617.480	\$ 126.091.331	\$ 128.763.090	\$ 131.648.590	\$ 92.694.
Activos Fijos	\$ 73.743.700					
Pago Credito (Capital)		\$ 92.694.344	\$ 92.694.344	\$ 92.694.344	\$ 92.694.344	\$ 92.694.34
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.188.814					
Capital de Trabajo	\$ 386.539.204	\$ 30.923.136	\$ 33.396.987	\$ 36.068.746	\$ 38.954.246	
FLUJO DE CAJA	\$ 0	-\$ 122.917.731	-\$ 107.304.464	-\$ 94.726.146	-\$ 81.869.175	\$ 522.876.8

Fuente Elaboración Propia.

Tabla No. 8.16 Flujo de Caja (Proyecto)

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 939.600.046	\$ 1.016.177.450	\$ 1.098.995.912	\$ 1.188.564.079	\$ 1.285.432.051
- Costos variables		\$ 432.298.461	\$ 466.882.338	\$ 504.232.925	\$ 544.571.559	\$ 588.137.284
- Costos fijos		\$ 437.896.788	\$ 472.928.531	\$ 510.762.814	\$ 551.623.839	\$ 595.753.746
Costos fijos de Producción		\$ 298.690.860	\$ 322.586.129	\$ 348.393.019	\$ 376.264.461	\$ 406.365.617
Costos fijos de Administración		\$ 114.082.980	\$ 123.209.618	\$ 133.066.388	\$ 143.711.699	\$ 155.208.635
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 25.122.948	\$ 27.132.784	\$ 29.303.407	\$ 31.647.679	\$ 34.179.493
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 10.660.816	\$ 10.660.816	\$ 10.660.816	\$ 10.660.816	\$ 10.660.816
- Intereses Crédito		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 58.743.981	\$ 65.705.765	\$ 73.339.357	\$ 81.707.865	\$ 90.880.206
- Impuestos	\$ 0	\$ 19.385.514	\$ 21.682.902	\$ 24.201.988	\$ 26.963.595	\$ 29.990.468
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 39.358.467	\$ 44.022.862	\$ 49.137.369	\$ 54.744.270	\$ 60.889.738
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 10.660.816	\$ 10.660.816	\$ 10.660.816	\$ 10.660.816	\$ 10.660.816
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 549.510.753
Préstamos	\$ 0					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 525.882.320
Valor de Salvamento						\$ 23.628.433
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 463.471.718	\$ 30.923.136	\$ 33.396.987	\$ 36.068.746	\$ 38.954.246	\$ 0
Activos Fijos	\$ 73.743.700					
Pago Crédito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.188.814					
Capital de Trabajo	\$ 386.539.204	\$ 30.923.136	\$ 33.396.987	\$ 36.068.746	\$ 38.954.246	
FLUJO DE CAJA	(\$ 463.471.718)	\$ 19.096.147	\$ 21.286.691	\$ 23.729.439	\$ 26.450.840	\$ 621.061.307

Fuente. Elaboración propia.

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

8.3.2 Tabla No.8.17 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

Estado de Resultados, Cifras mensuales.

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por concepto de Ventas	\$ 78.300.004	\$ 78.300.004	\$ 78.300.004	\$ 78.300.004	\$ 78.300.004	\$ 78.300.004	\$ 78.300.004	\$ 78.300.004	\$ 78.300.004	\$ 78.300.004	\$ 78.300.004	\$ 78.300.004
Costo Variables	\$ 36.024.872	\$ 36.024.872	\$ 36.024.872	\$ 36.024.872	\$ 36.024.872	\$ 36.024.872	\$ 36.024.872	\$ 36.024.872	\$ 36.024.872	\$ 36.024.872	\$ 36.024.872	\$ 36.024.872
Costos Fijos Producción	\$ 24.890.905	\$ 24.890.905	\$ 24.890.905	\$ 24.890.905	\$ 24.890.905	\$ 24.890.905	\$ 24.890.905	\$ 24.890.905	\$ 24.890.905	\$ 24.890.905	\$ 24.890.905	\$ 24.890.905
Gastos Depreciación	\$ 835.254	\$ 835.254	\$ 835.254	\$ 835.254	\$ 835.254	\$ 835.254	\$ 835.254	\$ 835.254	\$ 835.254	\$ 835.254	\$ 835.254	\$ 835.254
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 16.548.973	\$ 16.548.973	\$ 16.548.973	\$ 16.548.973	\$ 16.548.973	\$ 16.548.973	\$ 16.548.973	\$ 16.548.973	\$ 16.548.973	\$ 16.548.973	\$ 16.548.973	\$ 16.548.973
Costos fijos de Administración	\$ 9.506.915	\$ 9.506.915	\$ 9.506.915	\$ 9.506.915	\$ 9.506.915	\$ 9.506.915	\$ 9.506.915	\$ 9.506.915	\$ 9.506.915	\$ 9.506.915	\$ 9.506.915	\$ 9.506.915
Costos Fijos de Ventas y Distribución	\$ 2.093.579	\$ 2.093.579	\$ 2.093.579	\$ 2.093.579	\$ 2.093.579	\$ 2.093.579	\$ 2.093.579	\$ 2.093.579	\$ 2.093.579	\$ 2.093.579	\$ 2.093.579	\$ 2.093.579
Amortización de diferidos	\$ 53.147	\$ 53.147	\$ 53.147	\$ 53.147	\$ 53.147	\$ 53.147	\$ 53.147	\$ 53.147	\$ 53.147	\$ 53.147	\$ 53.147	\$ 53.147
Utilidad Operativa	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332
Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332	\$ 4.895.332
Impuestos	\$ 1.615.459	\$ 1.615.459	\$ 1.615.459	\$ 1.615.459	\$ 1.615.459	\$ 1.615.459	\$ 1.615.459	\$ 1.615.459	\$ 1.615.459	\$ 1.615.459	\$ 1.615.459	\$ 1.615.459
UTILIDAD NETA	\$ 3.279.872											
Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidades no Repartidas	\$ 3.279.872	\$ 3.279.872	\$ 3.279.872	\$ 3.279.872	\$ 3.279.872	\$ 3.279.872	\$ 3.279.872	\$ 3.279.872	\$ 3.279.872	\$ 3.279.872	\$ 3.279.872	\$ 3.279.872
Utilidades no Repartidas Acumuladas	\$ 3.279.872	\$ 6.559.745	\$ 9.839.617	\$ 13.119.489	\$ 16.399.361	\$ 19.679.234	\$ 22.959.106	\$ 26.238.978	\$ 29.518.850	\$ 32.798.723	\$ 36.078.595	\$ 39.358.467

Fuente Elaboración Propia.

8.4 Evaluación financiera del proyecto.

8.4.1 Valor Presente Neto.

Tabla No. 8.18 Evaluación financiera del proyecto (inversionista)

Tasa Interna de Rentabilidad esperada	17,18%
Valor Presente Neto	-48.677.088
Tasa Interna de Retorno	9,66%

Fuente Elaboración Propia.

Tabla No.8.19 Evaluación financiera del proyecto.

Tasa Interna de Rentabilidad esperada	17,18%
Valor Presente Neto	-121.802.872
Tasa Interna de Retorno	9,64%

Fuente Elaboración Propia.

8.4.2 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Tabla No.8.20 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Cambio Porcentual en las Ventas	12,00%
Tasa de Retorno	1,33%
Valor Presente Neto	1.932.228
Tasa Interna de Retorno	1,37%

Fuente Elaboración Propia.

8.4.3 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Tabla No.8.21 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Cambio Porcentual en el Precio	6,00%
Tasa de Retorno	1,33%
Valor Presente Neto	3.599.147
Tasa Interna de Retorno	1,40%

Fuente Elaboración Propia.

9. CONSIDERACIONES FINALES

De acuerdo al proceso de elaboración de este proyecto se puede concluir lo siguiente:

- i. Desde la perspectiva comercial, se podría afirmar que el proyecto es viable porque el mercado de los productos de talabartería, en relación con los objetos y demás accesorios para montar a caballo, a lo largo de los últimos años ha presentado un crecimiento considerable. Además se cuenta con amplia información de los clientes nacionales e incluso de los internacionales, de acuerdo con los resultados brindados por el estudio y la inteligencia de mercados. También se cuenta con la información y el apresto de los proveedores de los insumos y las materias primas, de comenzar negociaciones con Equo Sillas S.A.S, si la empresa llegara a concretarse. Sin embargo, las características del producto, por ser un bien de lujo, no permiten que este tenga una alta rotación.
- ii. Desde el enfoque técnico, el proyecto es viable, porque se poseen la información y los conocimientos del proceso productivo de la silla; capacidad de producción, tratamiento de la materia prima y tiempos. por otra parte, se conocen los proveedores de todos los elementos necesarios para la elaboración de las sillas como lo son: materia prima e insumos, maquinaria y demás y se cuenta con la disposición de ellos, para proveer todo ello.
- iii. Desde el punto de vista legal, se poseen todos los conocimientos para la formación y puesta en marcha de la empresa en Colombia, los costos de todos los requisitos no son altos y el procedimiento de estos no toma mucho tiempo para su ejecución; se cuenta también con el aval de entidades como la Cámara de comercio y Procolombia promueven e impulsan la creación de nuevas empresas y el emprendimiento.
- iv. Desde el estudio organizacional, se tiene el conocimiento para la concepción de un arquetipo de empresa que perdure con los años, teniendo en cuenta lo que dicta el mundo empresarial; sin embargo, la mano de obra, dada la experticia y los conocimientos específicos que requiere la labor de talabartería, requiere un tiempo para conseguirla ya que es escasa en Colombia.

- v. Al realizar un análisis y al variar las cantidades a vender en un 12%, se puede apreciar que el proyecto se convierte en viable; ya que esto aumenta las cantidades vendidas mensualmente y se refleja en un aumento considerable en las utilidades de la empresa.
- vi. Una variación del 6% en el precio de los productos también hace viable el proyecto, sin embargo al realizar al mismo tiempo esta variación junto con la variación del 12% en las cantidades el proyecto sigue sin ser viable, por lo que se aprecia que este es más sensible a las cantidades.
- vii. La tasa interna de retorno a 5 años de un 9,64% y un valor presente neto de \$-121'802.872, inferior a lo esperado por la demanda del mercado y la rentabilidad del sector en el país, se aprecia que financieramente el proyecto no es viable.
- viii. El análisis financiero del proyecto, además de validar la no viabilidad del mismo, demuestra la poca flexibilidad económica que posee el producto y las debilidades, basadas principalmente en el precio y las cantidades a vender, frente a los demás competidores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

http://www.colombiain.org/Colombia/sistema_politico.html

<http://www.tlc.gov.co>

http://obiee.banrep.gov.co/analytics/saw.dll?Go&_scid=dzX1iX2naJM

<http://www.banrep.gov.co/pib-base-2000>

<http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD/countries/CO?display=graph>

<http://datos.bancomundial.org/indicador/NE.RSB.GNFS.CD/countries/1W-CO?display=graph>

http://issuu.com/diario_larepublica/docs/lr_agronegocios_mayo_29_de_2013

http://www.larepublica.co/agronegocios/los-mayores-jugadores-del-negocio-de-la-talabarter%C3%ADa-est%C3%A1n-en-antioquia_68461

https://www.ptp.com.co/documentos/PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20CUERO%20CALZADO%20Y%20MARROQUINER%C3%8DA_VF.pdf

http://www.konfirma.com.co/Portals/0/Users/001/01/1/FA_Codigos_CIIU.pdf

http://www.ceecolombia.org/ckfinder/userfiles/files/Anexo_Analisis_del_Desarrollo_Industrial_Colombiano.pdf

<http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=47>

<http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>

<http://www.banrep.gov.co/economia/pli/bie.pdf>

<http://www.minhacienda.gov.co/portal/page/portal/HomeMinhacienda/politicafiscal/reportesmacroeconomicos/Reportes/2014-06-25-Reportes-de-Hacienda-No-14-PIB-1T2014.pdf>

<http://www.dane.gov.co/>

<http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=47>



http://www.andi.com.co/csc/Paginas/Estudios_y_Estadisticas.aspx

<http://www.fedequinas.org/fedepedia/el-caballo-criollo-colombiano/>

www.fedequinas.org

www.camaramedellin.com.co

www.manpowergroupcolombia.co

www.liderendeportes.com

www.iadb.org

www.nueva.talabarteriasanfermin.com

www.sic.gov.co

www.asdesilla.com

www.equus.com.co

www.colombiaun.org

www.dane.gov.co/DANE, Boletín Técnico cuentas Nacionales 2014

www.mintic.gov.co

www.procolombia.co

www.mesace.co

www.plazamayor.com.co/evento/expofinca

www.mustad.com

www.emcoclavos.com

www.leatherconfort.com

<http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/>



<http://www.exito.com/>









