



DECORACIÓN CON MADERA

ARTEDEKMA

TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL

DICIEMBRE 2009



DECORACIÓN CON MADERA

Plan de Negocios



ARTEDEKMA
TECNOLOGIA EN COMERCIO
INTERNACIONAL
MEDELLIN, DICIEMBRE 2009



Escriba su Copyright

El uso de esta plantilla esta limitada a los estudiantes autorizados que estén realizando Planes de Negocios, ya sea para cursos regulares o a nombre propio con el aval de la Institución. De cualquier forma, al hacer uso de ésta, debe citarse la fuente. No esta permitida la reproducción total o parcial de esta plantilla por cualquier medio, sin el permiso previo y por escrito del titular del Copyright

Ninguna parte de esta publicación puede ser duplicada, copiada, transcrita, traducida, reproducida o almacenada, mecánica o electrónicamente, sin expresa autorización sus autores.

DERECHOS RESERVADOS © 2007 Carlos Mario Morales C – UEEM -Coordinador de Emprendimiento ESUMER.
carlos.morales@esumer.edu.co. Calle 76 No 80-126 Carretera al Mar Medellín –Colombia Teléfonos 2646011 Extensión 225

DECORACION CON MADERA

Contenido - Plan de Negocio

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 de la Empresa
- 3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo
- 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
- 4.7.4. 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 Prestamos 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 Perdidas 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

RESUMEN EJECUTIVO

Artedekma es una empresa Industrial y Comercial dirigida al sector de la decoración, dedicada a la fabricación y comercialización de productos decorativos hechos con madera como son los percheros, portavasos, marcos, repisas, cuadros infantiles; enfocados principalmente a la decoración de los hogares. Nuestros productos satisfacen las necesidades del mercado, con elevados estándares de calidad y servicio, que nos permitan mantener un lugar de liderazgo en el mercado nacional y la oportunidad de presentar y comercializar estos productos en el exterior.

Debido a la continua expansión del mercado y a la diversidad de medios publicitarios, las empresas nacionales e internacionales, desean productos y servicios innovadores, de calidad y que generen recordación y fidelidad del cliente hacia el producto y/o marca, es aquí donde Artedekma ofrece productos que cumple las características exigidas y se acopla a todos los estratos sociales.

Artedekma cuenta con una ventaja competitiva primordial que es la constante innovación de sus productos, el cual crea diferenciación entre sus competidores y el nicho comercial al cual va dirigido, adicional a esto tiene una distinción competitiva por su calidad, durabilidad y su especial interés por la protección y conservación del medio ambiente, fabricando la mayor parte de sus productos con material reciclado de la madera.

Artedekma desea proyectarse a nivel internacional comenzando por el mercado de Estados Unidos ya que este es el primer importador del mundo de muebles.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

JUAN JOSE MONTOYA HERNANDEZ

Identificación: 15'506.994
Teléfono: 401 5073
Celular: 314604 0828
Dirección: CALLE 52 N° 46 – 20
Barrio: LA PEDRERA
Ciudad: COPACABANA
Correo Electrónico: jjmontoya@pintuco.com
Estudios
Tecnológicos: TECNOLOGIA EN SISTEMAS
Otros Estudios: PROGRAMACION DE COMPUTADORES,
CONTADURIA

MARIA JOHANA MONTOYA ZAPATA

Identificación: 1.037'573.587
Teléfono: 474 5777
Celular: 310434 1849
Dirección: CALLE 76 N° 80 – 205
Barrio: ROBLEDO
Ciudad: MEDELLIN
Correo Electrónico: m_joha_m@hotmail.com

MARLY YUDEMI CANO LOAIZA

Identificación: 21'527.813
Teléfono: 239 1519
Celular: 310895 4732
Dirección: CALLE 48 N° 39 – 86 APTO 302
Barrio: CENTRO
Ciudad: MEDELLIN
Correo Electrónico: marliyu_lacano@hotmail.com
Estudios
Técnicos: TECNICO COMERCIO INTERNACIONAL

PAOLA ANDREA ECHEVERRI BUITRAGO

Identificación: 32'350.277
Teléfono: 453 3154
Celular: 313235 0277
Dirección: CARRERA 63 N° 94 – 04 CASA 529
Barrio: EL PEDREGAL
Ciudad: COPACABANA
Correo Electrónico: paolaecheverri@italcol.com
Estudios Tecnológicos: TECNOLOGIA EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

El propósito con el presente plan de negocios fueron motivados tanto laboral como académicamente; laborales ya que este proyecto se planea llevar a cabo de manera real, crear empresa e incursionar en el mercado nacional e internacional de manera eficiente y eficaz; y académico ya que en este proyecto se implementaron los conocimientos adquiridos a lo largo de nuestro aprendizaje y paso por la institución; y el cual se presentará como proyecto de grado para obtener el título de Tecnólogo en Comercio Internacional.

La realización del proyecto nos permitirá conocer más a fondo los aspectos generales para la creación de una empresa comercializadora de artículos de madera a nivel nacional e internacional, basándose en la estructura legal, los aspectos administrativos, de mercados, organizacionales y financieros, los cuales constituyen el desarrollo lógico de este objetivo con aspectos principales para la visión que la empresa necesita.

Se ha analizado que la mayoría de las personas, no encuentran artículos de madera que satisfaga sus necesidades, se ven obligadas a comprar lo que el mercado en ese momento ofrece sin tener en cuenta lo que realmente quieren tener; pensando en esto se estará innovando constantemente con los diseños para presentarle al consumidor ideas nuevas que logren satisfacer sus necesidades de decoración en madera.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

ARTEDEKMA.

3.2 Descripción de la Empresa

Somos una empresa orientada a la fabricación, diseño, comercialización y distribución de soluciones para la decoración y organización del hogar con productos funcionales en madera basados en las tendencias y exigencias de nuestros consumidores.

3.3 Misión de la Empresa

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes a través de excelentes artículos hechos en madera para la decoración de hogares y oficinas, basados en tendencias y diseños innovadores buscando la plena satisfacción de sus expectativas y el crecimiento de nuestros trabajadores y de la compañía.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivos a Corto Plazo (De 6 meses a 1 año)

- ▶ Proporcionar nuevas tendencias en los artículos convencionales de decoración con mano de obra especializada.
- ▶ Estar en busca de materiales innovadores.
- ▶ Contar con el equipo adecuado para garantizar productividad y excelencia el producto y en la postventa.
- ▶ Tener disponibilidad en la variedad de los productos.

Objetivos a Mediano Plazo (De 1 a 5 años)

- ▶ Penetrar en el mercado de los Estados Unidos en el año 2012 con los principales artículos decorativos de madera de forma directa a los diferentes clientes, posteriormente diversificar la distribución a medida que nuestro producto vaya ganando reconocimiento en el mercado.

- ▶ Establecer nuestra marca como especialista en los artículos de decoración en madera.
- ▶ Tener posicionamiento en el mercado.
- ▶ Entrar a nuevos mercados gracias a lo innovador ya la variedad de nuestros productos.

Objetivos a Largo Plazo (De 5 a 10 años)

- ▶ Adquirir 10 maquinas más y mayor mano de obra para alcanzar un alto nivel de producción que permita abastecer los nuevos mercados a incursionar.
- ▶ Ampliar las instalaciones con un local con mayor capacidad de almacenamiento que facilite una mejor operación de ingreso y salida de productos, teniendo en cuenta que el volumen será mucho mayor.
- ▶ Para el 2020 se pretende Incursionar en algunos países suramericanos como: Argentina, Brasil, Perú, Chile.

3.5 Ventajas Competitivas

Somos una empresa con un amplio portafolio en productos para la decoración, en los que los clientes se pueden acomodar fácilmente, tienen gran variedad para elegir.

Tenemos diseños para cada rincón del hogar, diseños modernos, clásicos, rústicos, tenemos como satisfacer los gustos del cliente.

Somos una empresa que cuida el medio ambiente ya que nuestra principal materia prima son prácticamente residuos de la madera (aglomerados y afines).

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

La producción nacional de artículos decorativos en madera es baja, limitándose únicamente a productores artesanales en almacenes especializados de decoración, que son importantes por su calidad y diseño, pero no por volumen de producción y con tiempos altos en la entrega de los pedidos. Debido a esta situación, se pensó en la creación de una empresa que pueda desarrollar estos artículos con un trabajo en línea que genere un gran volumen de producción y a la vez un gran rebaja significativa de los costos de fabricación para así dar respuesta oportuna a los pedidos con un precio competido en el mercado.

3.7 Relación de productos y/o servicios

Con estos productos encontraras variedad de formas para decorar tu hogar u oficina y embellecer sus espacios:

LINEA HOGAR

- ▶ Individuales
- ▶ Portavasos
- ▶ Servilleteros
- ▶ Repisa oval
- ▶ Repisa flotante
- ▶ Repisa flotante cubo
- ▶ Repisa lateral flotante
- ▶ Percheros
- ▶ Percheros pomos
- ▶ Perchero expansor
- ▶ Perchero MDF

LINEA INFANTIL

- ▶ Repisa lateral flotante infantil
- ▶ Repisa flotante cubo infantil
- ▶ Repisa oval
- ▶ Perchero infantil
- ▶ Perchero solitario infantil
- ▶ Perchero doble infantil
- ▶ Perchero infantil sensaciones
- ▶ Cuadros

3.8 Justificación del Negocio

Arte Dekma, es una pequeña empresa que contará con las normas legales y herramientas necesarias para la fabricación y comercialización de de productos decorativos de madera, estos no solo prestan un servicio para la decoración de los hogares y oficinas, sino que por medio de los nuevos diseños que se generan constantemente, se busca abarcar la mayor parte de las necesidades en decoración que tengan las consumidores finales de todos los estratos sociales para así surgir en el mercado y llegarle a la sociedad como una opción primordial y relevante a la hora de elegir sus productos.

3.9 Análisis del entorno y del sector

La cadena productiva de madera y muebles de madera comprende las actividades de explotación de la madera, aserrado y fabricación de muebles y accesorios.

Las condiciones climatológicas existentes en los países del trópico hacen que se potencien los resultados productivos de los bosques. Colombia obtiene, gracias a su ubicación, beneficios especiales derivados de esta industria. De la superficie total reforestada (comercial y protectora) en Colombia se estimó en cerca de 500.000 hectáreas, de las cuales 200.000 se reforestaron con fines industriales. Los departamentos líderes en esta actividad fueron Antioquia (17,1%), Valle (13,2%), Cundinamarca (11,9%), Cauca (10,2%) y Boyacá (7,3%).

Debido a la segmentación del mercado y a la alta diversidad de productos y diseños, esta industria se caracteriza por tener un importante número de grandes y pequeñas empresas donde se exhiben diversos productos para todos los gustos y niveles económicos. Las principales empresas son: Pizano S.A. Muebles y Almacenamiento Técnico, Carvajal S.A. Tableros, Maderas de Caldas S.A., Ima-Industria de Artículos de Madera S.A., Industrias Spring S.A., Industria de Muebles del Valle Ltda., Inval Muebles y Accesorios Ltda., Manufacturas Terminadas S.A. y Maderas del Darién S.A.

El principal destino de los productos colombianos de madera y muebles de madera es Estados Unidos, adonde se dirige 41,5% de las exportaciones totales de la cadena. Le siguen en importancia Venezuela (20,0%), República Dominicana (10,9%) y Panamá (5,0%). El eslabón de muebles para el hogar concentra 67,7% de las exportaciones a Estados Unidos.

En cuanto a la situación competitiva de Colombia frente a sus competidores en el mercado estadounidense, la participación de Colombia como proveedor en relación con el resto del mundo es bastante reducida, aun cuando se le compara con otros países y regiones del hemisferio, puesto que se ve superada de lejos por la CAN, Centroamérica (Honduras, Nicaragua, El Salvador, Guatemala y Costa Rica), México y Chile y apenas es comparable a la del resto de países del ALCA. Sin embargo, el valor de las exportaciones hacia Estados Unidos es importante.

Oportunidades y fortalezas del producto terminado colombiano

- ▶ El mercado estadounidense representa una gran oportunidad para el producto colombiano. Una de las fortalezas del producto colombiano es la utilización de mano de obra especializada en la tradición del carpintero ebanista tallador, que ofrece productos con pocos volúmenes exclusivos y finos acabados.

El Gobierno puede participar y apoyar

- ▶ Facilitando el manejo de los bosques naturales de manera sostenible.
- ▶ Reduciendo los aranceles para la importación de tecnologías de punta.
- ▶ Apoyando al gremio en su visión sectorial de largo plazo y manejo integral de todas las empresas involucradas.
- ▶ Incentivando el desarrollo de plantaciones comerciales profesionalmente ligadas a procesos productivos y a una demanda internacional.

Debilidades

- ▶ El principal obstáculo para el crecimiento o adquisición de compromisos comerciales, del sector industrial colombiano del mueble con clientes del exterior, es la incertidumbre sobre el suministro de materias primas. Se trabaja sobre este tema fuertemente en la nueva legislación y el gremio está agrupando a las comunidades forestales de las regiones madereras, para articularlas a la industria nacional y normalizar los suministros de maderas.
- ▶ Se requiere impulsar la formalización del sector y adquirir más tecnologías en varios niveles.

Cultura exportadora

- ▶ El mercado nacional aparentemente es autosuficiente y cerrado y, además, hay temor frente a la exportación. Hay debilidades a nivel gerencial en aprendizaje sobre negociación internacional y grandes contratos.
- ▶ Presentación de proyectos productivos ante la banca u organismos internacionales de apoyo.

Amenazas

- ▶ Competir en el mercado nacional con países exportadores mundiales de muebles y maderas y acabados arquitectónicos y materias primas sin ningún arancel (Estados Unidos, España, China y Chile).
- ▶ El gremio lleva poco tiempo, procura ahorrar tiempo capitalizando las experiencias de gremios influyentes y exitosos, y de los casos no exitosos para no repetir.
- ▶ En Estados Unidos vamos a competir con el mueble italiano y el mueble español y con los productos madereros de Canadá, Chile, Guatemala y México (estos países llevan una ventaja en clusters, inversión y preparación que Colombia no ha tenido, pero se trabaja en todos esos frentes).

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

Para el buen funcionamiento de la compañía y las bases necesarias para su desarrollo, en conocimiento de su personal tanto administrativo como operativo debe estar centrado en:

- ▶ Administración.
- ▶ Finanzas.
- ▶ Procesos Productivos.
- ▶ Diseño.
- ▶ Comercio Exterior.
- ▶ Recursos Humanos.
- ▶ Derecho.
- ▶ Mercadeo.
- ▶ Contabilidad.
- ▶ Logística.
- ▶ Carpintería.
- ▶ Pintura.
- ▶ Cerrajería.
- ▶ Ensamble.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

- ▶ Determinar que factores influyen en la comercialización de artículos hechos en madera, en los mercados de Colombia y estados unidos.
- ▶ Establecer en que nicho de mercado, es más rentable la introducción de estos productos.
- ▶ Hallar nuevas formas de comercialización y distribución de estos productos.
- ▶ Buscar oportunidades de mercado nacional y norteamericano.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Productos decorativos y funcionales para el hogar.

Producidos en tableros de partículas, tableros aglomerados recubiertos con papel melaminico, tableros de MDF en diferentes medidas y madera; con gran variedad de herrajes, accesorios y decorados, que hacen de cada diseño un estilo diferente. Con nuestros productos encontraras variedad de formas para decorar tu hogar y embellecer tus espacios.

LINEA HOGAR

- ▶ Individuales
- ▶ Portavasos
- ▶ Servilleteros
- ▶ Repisa oval
- ▶ Repisa flotante
- ▶ Repisa flotante cubo
- ▶ Repisa lateral flotante
- ▶ Percheros
- ▶ Perchero pomos
- ▶ Perchero expansor
- ▶ Perchero MDF

LINEA INFANTIL

- ▶ Repisas
- ▶ Repisa lateral flotante infantil
- ▶ Repisa flotante cubo infantil
- ▶ Repisa oval

- ▶ Perchero solitario infantil
- ▶ Perchero doble infantil
- ▶ Perchero infantil sensaciones
- ▶ Cuadros

Para más información ver Anexo 1

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Visión general del sector en EEUU

El mercado de muebles de Estados Unidos registró en 2007 una producción cercana a US\$65.000 millones, lo que permitió que ese país mantuviera su participación (21%) como el primer productor a nivel mundial.

Estados Unidos destina la mayor parte de la producción al mercado interno debido a la fuerte demanda y a las características propias de los diseños ofrecidos. Lo que explica que este país, con el fin de dar respuesta al mercado interno de manera eficiente, se posicione también como el primer importador del mundo, con un total de US\$34.121 millones en 2007, y expanda su operación productiva hacia otros países como China, donde el costo de mano de obra es menor.

Tamaño del mercado

Oferta

La oferta de muebles está compuesta por la producción local menos las exportaciones más las importaciones. En 2007 esta alcanzó un valor de US\$94.050 millones.

Producción local

En los últimos cinco años la producción local de muebles ha presentado un comportamiento positivo, con un crecimiento de 3,8%4 anual, el cual hizo posible que la producción pasara de US\$56.401 millones en 2003 a US\$65.412 millones en 2007.

Del total producido, el segmento hogar, que incluye el mobiliario de cocina, participa con 65%. Al interior de este segmento los muebles de madera representan cerca del 70%. Por su parte, los muebles de oficina, con una participación de 35% en la producción del sector, se caracterizan por una distribución en la que los muebles metálicos y los mobiliarios como vitrinas

participan cada uno con 42%, y en menor proporción los muebles elaborados en madera, que lo hacen con 16%.

Ventas

Las ventas al detal de muebles alcanzaron un total de US\$118.657 millones en 2007, cifra que a pesar de ser la más alta de los últimos años, empieza a evidenciar un menor ritmo de crecimiento, pasando de tasas de crecimiento de 5,3% en 2006 a 0,8% en 2007. A julio de 2008, las ventas alcanzaron un total de US\$63.352 millones, es decir, 5,2% menos de lo registrado en el mismo período de 2007, situación que está acorde con el menor ritmo de crecimiento de las importaciones.

Generalidades del sector en Colombia

El sector de muebles en Colombia registró en 2007 un Producto Interno Bruto (PIB) de \$748 mil millones, 11,4% por encima de lo obtenido en 2006. Este total representa 2% del total del PIB de la industria manufacturera, y es resultado de la tendencia creciente que esta ha vivido desde 2004; situación que se deriva de la recuperación de la economía y del reciente dinamismo del sector de la construcción nacional.

La industria del mueble en Colombia está compuesta por más de 945 empresas que se ubican en su mayoría en Bogotá, Antioquia y Valle del Cauca. Estas empresas ofrecen diversos productos que buscan dar respuesta tanto al mercado nacional como al internacional.

En el caso de los productos exportados hacia Estados Unidos, estos pertenecen en su mayoría a los segmentos conocidos como custom made y high end, es decir, muebles de diseño exclusivo y de gama alta que están fabricados según las necesidades del cliente. Estos muebles, además de su diseño, proponen la mezcla de materiales originales (como maderas exóticas, con enchapes fabricados de materiales naturales como pergamino, caña flecha, hueso, cacho, conchas, semillas, cueros, coco, telas texturizadas, etc.) con técnicas artesanales y/o sofisticadas que permiten recrear ambientes exclusivos y acogedores. Algunos de estos muebles son diseñados en el exterior y fabricados en Colombia.

El sector de las artesanías es muy diverso, estas se realizan con diferentes materiales tales como cerámicas, paja, mimbre, bambú, madera, piedra, mármol, conchas, huesos, hierbas acuáticas, pelo de animales, fibras vegetales, tintes vegetales, piedras preciosas y semipreciosas y materiales reciclados entre otros.

Es difícil estimar el volumen del mercado de las artesanías debido a su enorme variedad y a que resulta complicado diferenciar en las estadísticas aquellos productos hechos a mano y aquellos fabricados de manera industrial.

Según la clasificación de posiciones arancelarias que puedan contener productos artesanales, las importaciones que se ven de Estados Unidos, cabe reiterar que estos valores no son exclusivamente generados por productos artesanales, sino que pueden incluir productos de fabricación industrial, ya que no existe una posición arancelaria exclusiva para estos artículos artesanales.

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

- ▶ Determinar si la demanda de los artículos hechos en madera utilizados para la decoración de hogares y oficinas, tienen aceptación tanto en el mercado Colombiano como en el de los Estados Unidos.
- ▶ Dirigir los productos a un nicho de mercado específico.
- ▶ Observar el poder adquisitivo de los consumidores y determinar si el costo de los artículos de madera para la decoración puede ser adquirido por este mercado.
- ▶ Identificar factores que inciden en la compra de artesanías hechas en madera en Colombia y Estados Unidos.

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

Encuesta
Ver Anexo 2

c) Aplicación de la Medios

TABULACION ENCUESTA DE MERCADEO NACIONAL

EDAD ENTRE	SEXO		PROMEDIO
	MASCULINO	FEMENINO	
18 - 25	1	6	17,95
26 - 35	4	11	38,46
36 - 45	7	3	25,64
MAS DE 46	0	7	17,95

TOTAL	12	27	100
-------	----	----	-----

SEXO

INGRESOS	MASCULINO	FEMENINO	PROMEDIO
HASTA 2SMLV	2	5	26,92
ENTRE 2 - 4SMLV	6	9	57,69
MAS DE 4SMLV	1	3	15,38
TOTAL	9	17	100

SEXO

ARTICULOS	MASCULINO	FEMENINO	PROMEDIO
PORTAVASOS	0	1	2,08
INDIVIDUALES	1	5	12,5
SERVILLETEROS	0	2	4,17
COFRES	1	4	10,42
MESAS PARA EL DESAYUNO	6	3	18,75
PORTARETRATOS	2	4	12,5
CUADROS	1	15	33,33
PERCHEROS	1	2	6,25
TOTAL	12	36	100

SEXO

PRECIO \$	MASCULINO	FEMENINO	PROMEDIO
HASTA 10.000	0	1	2,44
HASTA 20.000	2	8	24,39
HASTA 50.000	5	11	39,02
HASTA 100.000	2	3	12,2
MAS DE 100.000	3	6	21,95
TOTAL	12	29	100

SEXO

PUBLICIDAD	MASCULINO	FEMENINO	PROMEDIO
TV	2	10	25,53
RADIO	0	1	2,13
REVISTAS	6	15	44,68
PRENSA	1	0	2,13
INTERNET	1	4	10,64
OTRO	3	4	14,89

ALMACENES
CCIAL
FERIAS

TOTAL	13	34	100
-------	----	----	-----

SEXO

COMPRA	MASCULINO	FEMENINO	PROMEDIO
ALMACENES DE CADENA	8	11	40,42
INTERNET	0	0	0
BAZARES	1	6	14,89
CATALOGOS	1	8	19,15
TIENDAS	3	5	17,02
OTRO	1	3	8,51
TOTAL	14	33	100

MARQUETERIAS
CARPINTERIAS
FERIAS

SEXO

ANTES DE LA COMPRA	MASCULINO	FEMENINO	PROMEDIO
ACABADO	4	12	30,19
PRECIO	5	8	24,53
DISEÑO	5	6	20,75
CALIDAD DE LA MADERA	4	9	24,53
OTROS	0	0	0
TOTAL	18	35	100

SEXO

TIEMPO DE COMPRA	MASCULINO	FEMENINO	PROMEDIO
CADA AÑO	1	8	21,95
CADA 2 AÑOS	6	4	24,39
CADA 3 AÑOS	2	4	14,63
CADA 5 AÑOS	3	8	26,83
NUNCA	0	4	9,76
CUANDO HAYA LA NECESIDAD	0	1	2,44
TOTAL	12	29	100

SEXO

PREFERENCIA	MASCULINO	FEMENINO	PROMEDIO
NACIONAL	3	13	42,1
IMPORTADO	0	3	7,89

INDIFERENTE	9	10	50
TOTAL	12	26	100

SEXO

ARTICULOS PARA ADQUIRIR	MASCULINO	FEMENINO	PROMEDIO
JARRONES	0	2	5,88
ESPEJOS	0	2	5,88
RELOJES	0	1	2,94
MUEBLES DE BAÑO	0	2	5,88
REPISAS	1	3	11,76
ALCOBAS	0	2	5,88
CANDELABROS	0	1	2,94
FIGURAS	0	2	5,88
MESAS	1	2	8,82
MUEBLES	1	0	2,94
LAMPARAS	0	1	2,94
SECRETER	1	0	2,94
NINGUNO	5	3	23,53
CLOSETS	1	0	2,94
JUGUETES EN MADERA	1	0	2,94
BIBLIOTECAS	1	0	2,94
ORGANIZADORES	0	1	2,94
TOTAL	12	22	100

SEXO

CONOCE EMPRESAS	MASCULINO	FEMENINO	PROMEDIO
SI	3	9	34,28
NO	9	14	65,71
TOTAL	12	23	100

CARPINTERIAS
MUEBLERIAS
ALMACEN
REVISTAS

d) Resultados del estudio de los consumidores

Actualmente, la gran mayoría de creaciones de muebles se destinan a la decoración de lugares Exclusivos como hoteles, fincas y mansiones. Se destacan productos como closets, paneles decorativos, comedores, salas, alcobas, muebles especiales, centros de entretenimiento, cocinas, baños, bares, puertas, entre otros.

Esto muestra que la tendencia nacional, especialmente con miras a los mercados internacionales, está enfocada cada vez más a especializarse en el diseño interior, donde la mezcla de lo tradicional, lo contemporáneo y lo multifuncional, así como el manejo inteligente de colores, de texturas y de espacios con sellos de identidad, son aspectos fundamentales para posicionarse en mercados como el de Estados Unidos.

Además de los muebles de gama alta, el segmento de muebles Ready To Assemble (RTA), con énfasis en muebles de oficina, se identifica como otra oportunidad para Colombia. Sin embargo, en este segmento la diferenciación e innovación son aspectos clave para poder entrar a competir con los países orientales, que hoy tienen una fuerte presencia en el mercado estadounidense.

Sin importar la región o el producto, los consumidores tienen cierto presupuesto disponible para decorar sus hogares cada dos años. Los consumidores estadounidenses gastan más en regalos y artículos decorativos que los que gastan en ropa.

Los consumidores de artículos artesanales toman una decisión casi instantánea acerca de si van a detenerse o no frente a un determinado producto para verlo de más cerca. Esta decisión se basa en los elementos visuales de los puestos en las ferias artesanales o de las vitrinas en los almacenes.

Para lograr la aceptación en el mercado, los artesanos deben concentrarse mucho más en quienes pueden ser sus consumidores potenciales de sus mercancía, que en el producto en si mismo. Otro aspecto que llama la atención de los consumidores es la historia que hay detrás de cada pieza artesanal. Los consumidores estadounidenses se sienten especialmente atraídos hacia piezas con alguna carga emocional, de tal manera que puedan ser apreciadas más que por su aspecto. Por eso es importante a la hora de exponer la mercancía, mostrar de alguna manera su proceso de elaboración, ya sea a través de fotografías o videos.

Del mismo modo, ya sea ya en una feria de distribuidores al por mayor, centros artesanales o almacenes de manualidades, los artesanos deben incluir artículos

de diferentes precios de tal manera que se puedan balancear sus ventas entre diversos grupos de consumidores.

Los segmentos más vendidos dentro del mercado de regalos son los accesorios decorativos para el hogar, siendo los artículos decorativos para el comedor, floreros, cajas decorativas y artículos de decoración los más importantes.

El consumidor estadounidense de artesanías tiene el siguiente perfil:

- ▶ Tiene altos ingresos (PIB Per cápita \$46.000), lo que le permite tener la libertad de comprar bienes no básicos.
- ▶ Tiene un amplio espacio disponible para poder exhibir los objetos artesanales que adquiere.
- ▶ Tiene elevada sensibilidad por los productos hechos a mano y provenientes de materias primas sostenibles.
- ▶ Tiene un nivel cultural elevado, lo cual le genera interés por diversas culturas diferentes a la propia, y las considera valiosa como expresión cultural, religiosa o histórica.
- ▶ Considera que los productos artesanales le permiten desarrollar su propia personalidad y comunicar a los demás sus conocimientos.

Dentro del mercado de las artesanías existen épocas preferenciales para efectuar compras por parte de los consumidores, estas se clasifican así:

- ▶ El periodo de vacaciones entre octubre y diciembre, este es el período mas importante ya que se generan más del 40% de las ventas totales.
- ▶ Los meses de julio a septiembre es la segunda época más activa, con alrededor del 25% de las ventas totales, ya que es en esta época durante la cual se realizan la mayoría de los matrimonios.
- ▶ Jalonado por Valentine`s day, Pascua y el día de la Madre; el período de abril a junio cuenta con el 20% de las ventas totales.
- ▶ Finalmente, tan solo el 15% del total de las ventas se realiza entre enero y marzo.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

MAQUINAS

Empresa: CASA FERRETERA
Dirección: CARRERA 51 N° 45 – 68
Teléfono: 511 2388

Contacto: OSCAR ARANGO

Empresa: DISTRICONDOR S.A.
Dirección: CALLE 46 N° 55 – 40
Teléfono: 251 7979
Contacto: HORACIO LARGO

Empresa: INDUSTRIAL FERRETERA
Dirección: CARRERA 50 N° 40 – 90
Teléfono: 232 1362
Contacto: CARLOS MARTINEZ

Empresa: ALMACENES HJ
Dirección: CARRERA 50 N° 42 – 108
Teléfono: 232 7271
Contacto: YULIANA LONDOÑO

Empresa: INDUSTRIAS OVELMA S.A.
Dirección: CALLE 25ª N° 43B 150
Teléfono: 232 4929
Contacto: MARTHA JIMENEZ
ovelma@industriasovelma.com

HERRAMIENTAS

Empresa: CASA FERRETERA
Dirección: CARRERA 51 N° 45 – 68
Teléfono: 511 2388
Contacto: OSCAR ARANGO

Empresa: INDUSTRIAS OVELMA S.A.
Dirección: CALLE 25ª N° 43B 150
Teléfono: 232 4929
Contacto: MARTHA JIMENEZ
ovelma@industriasovelma.com

HERRAJES

Empresa: DISTRICONDOR S.A.
Dirección: CALLE 46 N° 55 – 40
Teléfono: 251 7979
Contacto: HORACIO LARGO

MADERA

Empresa: DISTRICONDOR S.A.
Dirección: CALLE 46 N° 55 – 40
Teléfono: 251 7979
Contacto: HORACIO LARGO

VINILOS Y PINTURA

Empresa: COMPAÑÍA GLOBAL DE PINTURAS S.A.
Dirección: VIA MEDELLIN – BOGOTA
Teléfono: 569 8276
Contacto: JUAN JOSE MONTOYA

CAJAS DE CARTON

Empresa: ANTIOQUEÑA DE CARTONES
Dirección: CARRERA 84ª N° 36 - 338
Teléfono: 482 9411
Contacto: ANGELICA MARIA DAVID

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

- ▶ Tiempos de entrega
- ▶ Precios
- ▶ Transporte
- ▶ Variedad
- ▶ Tiempos de pago
- ▶ Créditos
- ▶ Confiabilidad
- ▶ Reconocimiento en el mercado
- ▶ Cumplimiento

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

Cotizaciones y visitas
Ver Anexo 3

c) Aplicación de la Medios

Las visitas fueron realizadas para ver la variedad de los productos y el servicio, que las diferentes empresas le podrían brindar a Artedekma; en esta misma se conoció personalmente el contacto y se le solicitaron las diferentes cotizaciones, para tomar las decisiones correspondientes.

d) Resultados del estudio de los proveedores

MAQUINAS

Empresa: CASA FERRETERA
Dirección: CARRERA 51 N° 45 – 68
Teléfono: 511 2388
Contacto: OSCAR ARANGO
Observaciones: Para la maquinaria e insumos de producción, Casa Ferretera, presenta una gran variedad en utensilios a precios competitivos, como valor agregado ellos poseen créditos a través de diferentes instituciones, con términos, y plazos muy variados y asequibles.
Adicional todos los productos que se adquieran con ellos llegan hasta el lugar indicado, puesto que presentan el servicio de transporte de mercancías por un bajo costo.

Empresa: INDUSTRIAS OVELMA S.A.
Dirección: CALLE 25ª N° 43B 150
Teléfono: 232 4929
Contacto: MARTHA JIMENEZ
ovelma@industriasovelma.com
Observaciones: Para los túneles termo encogibles, no son muchas las empresas que los distribuyen, entre las que hay se encuentra Industrias Ovelma S.A. la cual no solo presenta una gran variedad de túneles, que se adaptan a las diferentes

necesidades que una empresa presente; si no que también posee un gran servicio crediticio y post – venta.

HERRAMIENTAS

Empresa: CASA FERRETERA
Dirección: CARRERA 51 N° 45 – 68
Teléfono: 511 2388
Contacto: OSCAR ARANGO
Observaciones: Para la maquinaria e insumos de producción, Casa Ferretera, presenta una gran variedad en utensilios a precios competitivos, como valor agregado ellos poseen créditos a través de diferentes instituciones, con términos, y plazos muy variados y asequibles.
Adicional todos los productos que se adquieran con ellos llegan hasta el lugar indicado, puesto que presentan el servicio de transporte de mercancías por un bajo costo.

Empresa: INDUSTRIAS OVELMA S.A.
Dirección: CALLE 25ª N° 43B 150
Teléfono: 232 4929
Contacto: MARTHA JIMENEZ
ovelma@industriasovelma.com
Observaciones: Industrias Ovelma S.A. no solo distribuye los túneles, adicional a este, también distribuye el plástico termo encogible, esto le da un valor agregado, ya que estos poseen los mismos beneficios de venta.

HERRAJES

Empresa: DISTRICONDOR S.A.
Dirección: CALLE 46 N° 55 – 40
Teléfono: 251 7979
Contacto: HORACIO LARGO
Observaciones: Posee una gran variedad

MADERA

Empresa: DISTRICONDOR S.A.
Dirección: CALLE 46 N° 55 – 40
Teléfono: 251 7979
Contacto: HORACIO LARGO

VINILOS Y PINTURA

Empresa: COMPAÑÍA GLOBAL DE PINTURAS S.A.
Dirección: VIA MEDELLIN – BOGOTA
Teléfono: 569 8276
Contacto: JUAN JOSE MONTOYA

CAJAS DE CARTON

Empresa: ANTIOQUEÑA DE CARTONES
Dirección: CARRERA 84ª N° 36 - 338
Teléfono: 482 9411
Contacto: ANGELICA MARIA DAVID

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

Empresa: ARTEFAMA ACCESORIOS
Dirección: CARRERA 27 N° 15 – 07 (BOGOTA – COLOMBIA)
Teléfono: 277 0003 / 277 0004
Contacto: comercial@artefama.com

Empresa: MODUART
Dirección: CALLE 122 N° 7ª 69 PISO 5 (BOGOTA – COLOMBIA)
Teléfono: 612 2888

Empresa: ARTEUTIL
Dirección: CALLE 15 N° 21 – 64 (BUCARAMANGA – ANTIOQUIA)
Teléfono: 671 6616
Contacto: 300268 8315

Empresa: REJIPLAS
Dirección: CARRERA 50 N° 97B SUR 141
Teléfono: 309 4000
Contacto: rejiplas@rejiplas.com / servicioalcliente@rejiplas.com

Empresa: GEOPOLIEDROS
Dirección: CARRERA 64 N° 42 – 31
Teléfono: 448 5088

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

- ▶ Diseño
- ▶ Variedad
- ▶ Inventarios
- ▶ Precios
- ▶ Calidad de las materias primas
- ▶ Presentación de los productos
- ▶ Capacidad de producción
- ▶ Canal de distribución
- ▶ Mercado al que pertenece
- ▶ Participación en el mercado

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

- ▶ Visitas
- ▶ Análisis en el mercado
- ▶ Estudio a través de las paginas webs

c) Aplicación de los Medios

- ▶ Se realizaron visitas a almacenes de cadena y almacenes donde la competencia participa, de allí se detecto la participación, la aceptación, y la reacción de los clientes frente a sus productos.
- ▶ Se realizaron visitas a los puntos de ventas de las empresas que se encuentran en el departamento.
- ▶ Se hablo vía telefónica con las empresas de la competencia del país.
- ▶ Se investigo y estudio a la competencia a través de las paginas webs.

Ver Anexo 4

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Empresa: ARTEFAMA ACCESORIOS
Dirección: CARRERA 27 N° 15 – 07 (BOGOTA – COLOMBIA)
Teléfono: 277 0003 / 277 0004
Contacto: comercial@artefama.com

Observaciones: Empresa de gran participación en el mercado, con ventas nacionales e internacionales, gran variedad en sus productos, precios competitivos y muy buena capacidad de producción.

Empresa: MODUART
Dirección: CALLE 122 N° 7ª 69 PISO 5 (BOGOTA – COLOMBIA)
Teléfono: 612 2888

Observaciones: Empresa de gran participación en el mercado, con ventas nacionales e internacionales, gran variedad en sus productos, precios competitivos y muy buena capacidad de producción.

Empresa: ARTEUTIL
Dirección: CALLE 15 N° 21 – 64 (BUCARAMANGA – ANTIOQUIA)
Teléfono: 671 6616
Contacto: 300268 8315

Observaciones: Empresa de gran participación en el mercado, con ventas nacionales e internacionales, gran variedad en sus productos, precios competitivos y muy buena capacidad de producción.

Empresa: REJIPLAS
Dirección: CARRERA 50 N° 97B SUR 141
Teléfono: 309 4000
Contacto: rejiplas@rejiplas.com / servicioalcliente@rejiplas.com

Observaciones: Empresa de gran participación en el mercado, con ventas nacionales e internacionales, gran variedad en sus productos, precios competitivos y muy buena capacidad de producción.

Empresa: GEOPOLIEDROS
Dirección: CARRERA 64 N° 42 – 31
Teléfono: 448 5088

Observaciones: Empresa de gran participación en el mercado, con ventas nacionales e internacionales, gran variedad en sus productos, precios competitivos y muy buena capacidad de producción.

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

La forma como se comercializaría nuestros productos sería a través de una comercializadora internacional, LA COMERCIALIZADORA, ellos se especializan en exportar artículos de decoración, hogar y artesanías.

4.6.2 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

La distribución directa solo se hace en el mercado nacional.

4.6.3 Manejo de Inventarios

La empresa es pequeña y no se tiene una capacidad de gran producción, como para manejar inventarios muy altos.

4.6.4 Actividades de promoción y divulgación

Las estrategias que implementaríamos para la divulgación de los productos sería participación en ferias, ruedas de negocios y exposiciones comerciales en lugares estratégicos.

4.7 Precios de los Productos

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

- ▶ Costos
- ▶ Porcentaje de Utilidad
- ▶ Demanda
- ▶ Mercado
- ▶ Competencia

- ▶ Calidad de los Productos
- ▶ Valor Agregado

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

PRODUCTO		PRECIO
LINEA HOGAR	Individuales	1.615,70
	Portavasos	807,56
	Servilleteros	1.119,22
	Repisa Flotante	7.749,77
	Repisa Flotante Cubo	42.063,57
	Repisa Lateral Flotante	28.060,97
	Perchero Pomos	16.042
	Perchero Expansor	21.669
	Perchero MDF	10.456
LINEA INFANTIL	Repisa Lateral Flotante	28.235
	Repisa Cubo Flotante	41.680
	Perchero Solitario	5.998
	Perchero Doble	9.840
	Perchero Sensaciones	13.683
	Cuadros	3.869

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

PRODUCTO		PRECIO
LINEA HOGAR	Individuales	2.100
	Portavasos	1.050
	Servilleteros	1.455
	Repisa Flotante	10.075
	Repisa Flotante Cubo	54.683
	Repisa Lateral Flotante	36.479
	Perchero Pomos	20.855
	Perchero Expansor	28.170
	Perchero MDF	13.593
LINEA INFANT	Repisa Lateral Flotante	36.706
	Repisa Cubo Flotante	54.184
	Perchero Solitario	7.797
	Perchero Doble	12.792

	Perchero Sensaciones	17.788
	Cuadros	5.030

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

► Se cuenta con el Gerente Comercial y con el Auxiliar de Mercadeo, personas que se encuentran incluidas en el personal de administración. La Comercialización se hará através de una comercializadora.

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

Antes de adentrarse en las oportunidades comerciales es importante entender las tendencias actuales del mercado estadounidense. En él sobresale el segmento de muebles domésticos, que concentra más del 50% del consumo de muebles de Estados Unidos y que se abastece en buena parte de producto importado. Situación que, como se mencionó, se explica en buena medida por el traslado de parte de la producción local hacia mercados con menores costos de fabricación.

Dada la situación económica actual de Estados Unidos y las restricciones presupuestales del consumidor, la compra de muebles es hoy una decisión más pausada y exigente. Las tendencias más comunes se asocian a conceptos de lujo y simplicidad; funcionalidad, flexibilidad y confort (muebles multifuncionales), así como de diseño y globalización (mezcla de diferentes culturas). Sin embargo, la comodidad en precios sigue siendo una tendencia notable en segmentos como el de oficinas.

Dentro de este contexto, en el caso de los muebles para hogar, los muebles hechos a la medida (custom made) han ganado posicionamiento, pues no sólo incorporan mayor valor agregado, sino que se destacan por sus materiales y diseños, factores que elevan su precio, y se dirigen a mercados más exclusivos.

En el segmento de oficina, bajo una gama de precios cómodos, se encuentran los muebles listos para armar (Ready to Assemble), que a través de sistemas de paneles o estaciones de trabajo han logrado posicionarse como una solución fácil, rápida y funcional. En este mismo segmento, ha aparecido recientemente la línea de muebles Home office o Small office, que como resultado de la evolución del mercado laboral, busca dar respuesta a la dinámica de trabajar en casa. En este sentido, y teniendo en cuenta que cada vez aumenta el número de personas que

realizan sus labores desde el hogar, se espera que este segmento tenga un buen desarrollo y represente así una oportunidad interesante en el mediano plazo.

Adicionalmente, sin importar el segmento analizado (hogar u oficina), aparece otra tendencia que se caracteriza por la elaboración de productos que dan respuesta a la onda ecológica de los últimos años. Estos productos, denominados Green Furniture, promueven la utilización de insumos ambientalmente sostenibles. En esta materia existen algunas certificaciones, como la del US Green Building Council y la Sustainable Furniture Council de la Asociación de Fabricantes de Muebles de Hogar. Estas certificaciones tienen como objetivo promover las buenas prácticas empresariales y el buen uso del medio ambiente para el desarrollo del sector.

Después de conocer las tendencias del mercado de muebles estadounidense, se identifican para Colombia algunas oportunidades en los “Muebles para hogar”, “Muebles para cocina” y “Muebles de oficina”. Al interior de estos segmentos se encuentran algunos productos competitivos en el segmento high end, high design:

- ▶ Muebles para hogar
- ▶ Muebles de madera para habitaciones
- ▶ Mesas de madera
- ▶ Muebles de cocina en madera
- ▶ Muebles de oficina en madera

En el segmento de “Muebles para hogar” las oportunidades identificadas no se asocian a la venta masiva; por el contrario, estas se evidencian en nichos de mercado donde el precio no es un factor decisivo y en donde el cliente final valora más el concepto de diseño y calidad. Estos clientes se conocen como almacenes especializados en producto europeo, almacenes ubicados en zonas o distritos de diseño (como son reconocidos en las ciudades de Nueva York, Los Ángeles y Miami), empresas que venden productos por catálogo y diseñadores que ordenan el producto custom made.

Con relación al segmento de “Muebles de cocina en madera”, a pesar de la crisis inmobiliaria del mercado estadounidense, existe una oportunidad clara con los contratistas que se encargan de remodelaciones y/o construcciones, cuyo nicho de mercado son casas de más de US\$1 millón.

En el caso de “Muebles de oficina en madera” la situación no es distinta, este segmento cuenta con una oportunidad en el mercado estadounidense sólo si logra diferenciarse y vender beneficios que no se deriven del precio, aspecto en el que la oferta asiática lleva la delantera.

De manera paralela a la oportunidad identificada en los productos personalizados o hechos a la medida, surge otra asociada a la creación de diseños de alta calidad para los muebles RTA de armarios y estanterías, ofreciendo productos que se diferencien del nicho regular de RTA.

Es válido mencionar que para tener éxito en un mercado tan complejo como el estadounidense, es importante conocer el segmento de mercado que se quiere penetrar y tener un plan de negocios estructurado. Asimismo, se debe estar en la capacidad de ofrecer un producto diferenciado, ya sea en diseño, innovación, calidad, material o algún otro atributo como adaptabilidad, confort, servicio al cliente o tiempos de entrega, dando respuesta a nichos más sofisticados y de mayor valor agregado.

Los Artículos artesanales tienen preferencias arancelarias e ingresan a Estados Unidos con un arancel cero. Adicionalmente, existen otros incentivos a las exportaciones artesanales, tales como el CERT (Certificado de Reembolso Tributario). Con este mecanismo se pretende mejorar las exportaciones por medio del reintegro de sumas iguales a la totalidad o a una porción de los impuestos indirectos, tasas y contribuciones pagadas por el exportador.

Amenazas

Los principales productores de artesanías importadas dentro del mercado de Estados Unidos provienen de Asia Oriental (China, Vietnam, Tailandia, Bali y Java e India), seguidos en menor importancia por América Latina (México, Perú y Brasil) y Africa (Ghana, Gabón, Nigeria y Mali), debido al menor desarrollo de infraestructura que estos tienen.

4.10 Plan de ventas

El plan de ventas nacionales se establecerá a través de la distribución directa, y para la exportación a estados unidos se hará una alianza estratégica con LA COMERCIALIZADORA S.A. para dar a conocer la línea de productos en el mercado internacional.

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

- ▶ Objetivos de producción
- ▶ Desarrollo de todos los productos decorativos y funcionales en madera basados en un plan de producción.
- ▶ Diseñar un plan de producción que maximice tiempo, espacio, costo en todo el proceso.
- ▶ Programar la producción de acuerdo al nivel de ventas mensual.

5.2 Descripción del proceso de producción

ASERRAR

Nivelar caras y canto, dar largo y ancho; Maquinas: canteadora, sierra radial, sierra circular, cepilladora.

MAQUINADO

Dar forma a las tortas, perforar, unir y pegar; Maquinas: ruteadora, taladro, caladora.

LIJADO

Lijar y limpiar; Maquinas: lijadoras

PINTURA

Aplicar sellador y laca o vinilo; Maquinas: pistolas o compresor y extractores.

ENSAMBLE

Colocar apliques o herrajes; Maquinas: taladro.

DECORACIÓN

Hacer los detalles, motivos, figuras, imágenes y estilos con vinilos.

EMPAQUE

Limpiar y empacar los diferentes productos en plástico termo encogible, colocar etiquetas, pasarlos por el horno de termo encogido; Maquinas: Selladora, horno.

ALMACEN

Poner los productos listos y empacados en estanterías.

PERCHEROS

PROCESO	EQUIPO	RESPONSABLE	TIEMPO DE PROCESO
Maquinado Selección de las piezas De madera Nivelar cara y canto Cortar largo Cortar ancho Dar forma a las tortas Perforar y hacer soportes De chazos	Canteadora Sierra radial Sierra circular Ruteadora Taladro	Carpintería	0,2 Horas
Lijado Lijar	Lijadora gramo # 150	Lijado	0,07 Horas
Pintura Aplicar sellador Lijar Aplicar 2 capas de Laca o vinilos Pasar a secado	Pistola Lijadora gramo # 320	Pintura	0,5 Horas
Empaque Colocar herrajes Decorar los infantiles Empacar en plástico	Herramientas Pinceles Horno Termo Encogible	Terminación Decoración Terminación	0,5 Horas
Almacenar Despachar		Almacén Almacén	

REPISAS

PROCESO	EQUIPO	RESPONSABLE	TIEMPO DE PROCESO
---------	--------	-------------	-------------------

Maquinado		Carpintería	0,2 Horas
Selección de las piezas De madera			
Nivelar cara y canto	Canteadora		
Cortar largo	Sierra radial		
Cortar ancho	Sierra circular		
Dar forma a las tortas	Ruteadora		
Perforar y hacer soportes De chazos	Taladro		
Lijado		Lijado	0,07 Horas
Lijar	Lijadora gramo # 150		
Pintura		Pintura	0,5 Horas
Aplicar sellador	Pistola		
Lijar	Lijadora gramo # 320	Lijado	
Aplicar 2 capas de Laca o vinilos		Pintura	
Pasar a secado			
Empaque			0,5 Horas
Colocar herrajes	Herramientas	Terminación	
Decorar los infantiles	Pinceles	Pintura	
Empacar en plástico	Horno Termo Encogible	Terminación	
Almacenar		Almacén	
Despachar		Almacén	

UTENCILIOS DE COCINA (Portavasos, Individuales, y Servilleteros)

PROCESO	EQUIPO	RESPONSABLE	TIEMPO DE PROCESO
Maquinado		Carpintería	0,25 Horas
Selección de las piezas De madera			
Nivelar cara y canto	Canteadora		
Cortar largo	Sierra radial		
Cortar ancho	Sierra circular		
Dar forma a las tortas	Ruteadora		
Perforar y hacer soportes De chazos	Taladro		

Ensamble Hacer uniones y pegas	Pegamentos, Clavos		
Lijado Lijar	Lijadora gramo # 150	Lijado	0,07 Horas
Pintura Aplicar sellador Lijar	Pistola Lijadora gramo # 320	Pintura Lijado	0,5 Horas
Aplicar 2 capas de Laca o vinilos Pasar a secado		Pintura	
Empaque Decorar Empacar en plástico	Pinceles Horno Termo Encogible	Pintura Terminación	0,4 Horas
Almacenar Despachar		Almacén Almacén	
CUADROS			
PROCESO	EQUIPO	RESPONSABLE	TIEMPO DE PROCESO
Maquinado Selección de las piezas De madera Nivelar cara y canto Cortar largo Cortar ancho Dar forma a las tortas	Canteadora Sierra radial Sierra circular Ruteadora	Carpintería	0,2 Horas
Lijado Lijar	Lijadora gramo # 150	Lijado	0,07 Horas
Pintura Aplicar sellador Lijar	Pistola Lijadora gramo # 320	Pintura Lijado	0,5 Horas

Aplicar 2 capas de Laca o vinilos Pasar a secado		Pintura	
Empaque Decorar Empacar en plástico	Pinceles Horno Termo Encogible	Pintura Terminación	0,5 Horas
Almacenar Despachar		Almacén Almacén	

5.3 Capacidad de producción

MENSUAL

- ▶ 1.600 Percheros
- ▶ 1.000 Repisas
- ▶ 1.000 Portavasos
- ▶ 800 Servilleteros
- ▶ 1.000 Individuales
- ▶ 800 Cuadros

5.4 Plan de Producción

La planta tiene una capacidad de producción mensual, pero se desea trabajar con el 80% de su capacidad, para evitar los excesos de inventarios.

MENSUAL

- ▶ 1.280 Percheros
- ▶ 800 Repisas
- ▶ 800 Portavasos
- ▶ 640 Servilleteros
- ▶ 800 Individuales
- ▶ 640 Cuadros

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

El área necesaria para el desarrollo de la compañía está estimada en 500 mt² de los cuales se necesitaran para la parte administrativa (oficinas, baño, cocineta, sala de espera y reuniones), 60 mt².

Se está ubicando una bodega para arrendar en las afueras de la ciudad de Medellín (dentro del área metropolitana).

Empresa: Coltebienes
Dirección: Calle 07 N° 45 – 11
Teléfono: 268 4000
Pagina Web: www.coltebienes.com

Empresa: Acrecer
Dirección: Calle 11b N° 31^a 64
Teléfono: 266 3200
Pagina Web: www.acrecer.com

Empresa: Confiarriendos
Teléfono: 266 5066
Pagina Web: www.confiarriendos.com

En el municipio de Sabaneta se cotizó una bodega por \$ 7.000.000 mensual.

Ver Anexo 5

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

- ▶ 7 Mesas (2 para carpintería, 1 para lijado, 1 para ensamble, 2 para decoración, 1 para empaque)
Provistas por los carpinteros de la empresa
- ▶ 6 Estanterías o gabinetes organizadores (1 para carpintería, 1 para lijado, 2 para pintura, 1 para ensamble, 1 para decoración)
Provistas por los carpinteros de la empresa
- ▶ 2 Bases para pintar
Provistas por los carpinteros de la empresa

- ▶ Sistema de aire (requerimiento según diseño arquitectónico de bodega)
- ▶ Sistema de extracción (requerimiento según diseño de planta de producción)

Empresa: Térmical Clima y Confort
Dirección: Av. Los Industriales Carrera 48 N° 16 – 05
Teléfono: 312 1294

Empresa: Aire Ambiente S.A.
Dirección: Carrera 50gg N° 12 sur 103
Teléfono: 285 7217

Estas empresas hacen el montaje del aire y su extracción, pero su cobro es según el requerimiento de la planta.

- ▶ 3 Carros para transportar productos en planta

Empresa: Industria Sobre Ruedas
Dirección: Carrera 56 N° 29 – 52
Teléfono: 265 7326
Observaciones: Plataformas de 80cm x 120cm \$ 360.000, capacidad de 1.000kg
Carros doble Piso 80cm x 120cm \$ 380.000.

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Cemento de contacto
Brocas de madera
Fresas para rutiadora
Martillos (3)
Destornilladores (5 de estrella, 5 de pala)
Formones (3 de cada medida)
Alicates (3)
Llave de expansión
Cortafíos
Mazos de goma
Atornillador eléctrico (2)
Pinceles (2 de cada numero)

Porta pinceles

Empresa: DISTRICONDOR S.A.
Dirección: CALLE 46 N° 55 – 40
Teléfono: 251 7979
Contacto: HORACIO LARGO
Observaciones: Posee una gran variedad

Empresa: CASA FERRETERA
Dirección: CARRERA 51 N° 45 – 68
Teléfono: 511 2388
Contacto: OSCAR ARANGO
Observaciones: Para los insumos de producción, Casa Ferretera, presenta una gran variedad en utensilios a precios competitivos, como valor agregado ellos poseen créditos a través de diferentes instituciones, con términos, y plazos muy variados y asequibles.
Adicional todos los productos que se adquieran con ellos llegan hasta el lugar indicado, puesto que presentan el servicio de transporte de mercancías por un bajo costo.

Ver Anexo 3

5.5.4 Requerimientos de servicios.

Son servicios básicos y brindados por empresas públicas, por el sector donde se encuentran las bodegas más opcionadas e información de los vecinos y de los mismos arrendatarios, en promedio se maneja un costo mensual de \$ 12'000.000, donde \$ 10.000.000 son equivalentes al área de producción.

Energía
Agua
Telecomunicaciones
Aseo

Para el servicio de vigilancia se contrata con Alfa Electro, el servicio de monitoreo de las alarmas tiene un costo mensual de \$ 38.000.

5.5.5 Requerimientos de personal.

IDENTIFICACION DEL CARGO

Nombre del Cargo: Carpintero
 Cargo Jefe Inmediato: Supervisor

PERFIL
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Conocimientos en carpintería y madera ▶ Responsable, Ágil, Disposición de trabajo en equipo ▶ Actitud al cambio, Proactivo, Innovador, comunicativo

IDENTIFICACION DEL CARGO

Nombre del Cargo: Lijador
 Cargo Jefe Inmediato: Supervisor

PERFIL
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Responsable, Ágil, Disposición de trabajo en equipo ▶ Actitud al cambio, Proactivo, Innovador, comunicativo

IDENTIFICACION DEL CARGO

Nombre del Cargo: Pintor
 Cargo Jefe Inmediato: Supervisor

PERFIL
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Conocimientos en pintura, mezclas, colores, herramientas ▶ Responsable, Ágil, Disposición de trabajo en equipo ▶ Actitud al cambio, Proactivo, Innovador, comunicativo

IDENTIFICACION DEL CARGO

Nombre del Cargo: Decorador
 Cargo Jefe Inmediato: Diseñador

PERFIL
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Conocimientos en pintura, diseño, arte country, manualidades ▶ dibujo, pulidas, detalladas, observadoras ▶ Responsable, Ágil, Disposición de trabajo en equipo ▶ Actitud al cambio, Proactivo, Innovador, comunicativo

IDENTIFICACION DEL CARGO

Nombre del Cargo: Ensamble / Terminación
 Cargo Jefe Inmediato: Supervisor

PERFIL
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Responsable, Ágil, Disposición de trabajo en equipo ▶ Actitud al cambio, Proactivo, Innovador, comunicativo

IDENTIFICACION DEL CARGO

Nombre del Cargo: Empaque
 Cargo Jefe Inmediato: Supervisor

PERFIL
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Responsable, Ágil, Disposición de trabajo en equipo ▶ Actitud al cambio, Proactivo, Innovador, comunicativo

IDENTIFICACION DEL CARGO

Nombre del Cargo: Almacenista
 Cargo Jefe Inmediato: Jefe de Planta e Inventarios

PERFIL
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Conocimientos en bodegaje y almacén, ordenado ▶ Responsable, Ágil, Disposición de trabajo en equipo ▶ Actitud al cambio, Proactivo, Innovador, comunicativo

IDENTIFICACION DEL CARGO

Nombre del Cargo: Patinador
 Cargo Jefe Inmediato: Jefe de Planta e Inventarios

PERFIL
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Responsable, Ágil, Disposición de trabajo en equipo ▶ Actitud al cambio, Proactivo, Innovador, comunicativo

IDENTIFICACION DEL CARGO

Nombre del Cargo: Despachador
 Cargo Jefe Inmediato: Jefe de Planta e Inventarios

PERFIL
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Responsable, Ágil, Disposición de trabajo en equipo ▶ Actitud al cambio, Proactivo, Innovador, comunicativo

IDENTIFICACION DEL CARGO

Nombre del Cargo: Supervisor
 Cargo Jefe Inmediato: Jefe de Planta e Inventarios

PERFIL

- ▶ Conocimientos en tiempos de producción, calidad humana
- ▶ tiempos de entrega, manejo de personal, calidad
- ▶ Responsable, Ágil, Disposición de trabajo en equipo
- ▶ Actitud al cambio, Proactivo, Innovador, comunicativo

IDENTIFICACION DEL CARGO

Nombre del Cargo: Diseñador
 Cargo Jefe Inmediato: Gerente Comercial

PERFIL

- ▶ Estudiante o graduado, Creativo,
- ▶ Responsable, Ágil, Disposición de trabajo en equipo
- ▶ Actitud al cambio, Proactivo, Innovador, comunicativo

CARGO	SEXO	VACANTES	SALARIO	AUX. TRANSP.	SEGURIDAD SOCIAL	PARA FISCALES	PRESTACIONES SOCIALES
Carpintero	Masculino	2	496.900	59.300	104.458,32	44.721	121.418,46
Lijador	Masculino	8	496.900	59.300	104.458,32	44.721	121.418,46
Pintor	Indiferente	2	496.900	59.300	104.458,32	44.721	121.418,46
Decoración	Femenino	4	496.900	59.300	104.458,32	44.721	121.418,46
Ensamble	Indiferente	2	496.900	59.300	104.458,32	44.721	121.418,46
Empaque	Indiferente	3	496.900	59.300	104.458,32	44.721	121.418,46
Almacenista	Masculino	1	496.900	59.300	104.458,32	44.721	121.418,46
Patinador	Masculino	2	496.900	59.300	104.458,32	44.721	121.418,46
Despachador	Masculino	2	496.900	59.300	104.458,32	44.721	121.418,46
Supervisor	Indiferente	2	995.000	0	183.736,90	89.550	217.208,50
Diseñador	Indiferente	1	1.300.000	0	273.286,00	117.000	283.790

Observaciones:

Debemos tener en cuenta que el salario básico es fijo mensual, pero se tiene programado dar bonificación a cada cargo por sobre producción dada, estas bonificaciones, son entre 10 y 200 pesos por productos según sea el caso de lo que se este produciendo y el área en el que se encuentra.
 Estas bonificaciones serán otorgadas según el desarrollo y crecimiento de la empresa.

5.6 Programa de producción

ACTIVIDAD	SEMANAS															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Aspectos legales	■	■	■	■												
Consecución de la bodega	■	■	■	■	■	■										
Compra de maquinaria					■	■	■	■	■							
Adecuación de oficinas y área de producción					■	■	■	■	■	■						
Contratación de personal						■	■	■	■	■	■					
Búsqueda de clientes.								■	■	■	■	■	■	■		
Compra de equipos, muebles y enseres					■	■	■	■	■	■						
Capacitación de las distintas funciones								■	■	■	■	■				
Capacitación del manejo de los equipos y la maquinaria.								■	■	■	■	■				
Compra de materiales para la producción									■	■	■	■	■	■	■	
Arranque de producción											■	■	■	■	■	■

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los Procesos Administrativos

Gerencia General

La Gerencia General, es el órgano de administración y gestión de la Empresa de mayor jerarquía, teniendo la competencia y atribuciones que le señala los accionistas.

Son funciones de la Gerencia General las siguientes:

- ▶ Llevar la representación legal de la Sociedad.
- ▶ Dirigir, organizar y controlar las actividades de la Sociedad de conformidad con las directrices trazadas por la Junta Directiva y las disposiciones legales.
- ▶ Ejecutar las decisiones que adopte la Junta Directiva.
- ▶ Adoptar el Reglamento Interno de Trabajo, el Manual de Procedimientos, el Manual de Funciones y Requisitos y todos los necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la Sociedad.

Departamento Financiero

Se encarga del área de contabilidad que realiza los procesos de costos, ejecución presupuestal, se encarga además del área de cartera y estudia posibles créditos. También debe asesorar al Gerente General en la formulación de políticas, normas y procedimientos para la administración de los recursos humanos, físicos, económicos y financieros de la Entidad, controlar los inventarios y coordinar la elaboración del programa anual de compras, dirigir, programar y coordinar los procesos de adquisición, almacenamiento y custodia de bienes muebles e inmuebles de la Empresa. Proponer y ejecutar las políticas, planes y programas y demás acciones relacionadas con la gestión financiera y presupuestal de la Empresa.

Departamento de Mercadeo y Ventas

Es el responsable del cumplimiento de los presupuestos por ventas, a través de la consecución de nuevos mercados y clientes.

Elaborar, organizar y controlar los planes de comercialización en el ámbito nacional e internacional. Controlar el adecuado desempeño de las funciones de

las dependencias a su cargo que garanticen el buen manejo de las compras, el inventario de los almacenes y las ventas de productos.

Participar en la organización de eventos en los cuales se exponen y comercializan productos artesanales. Identificar conjuntamente con la Gerencia General las posibilidades de comercio artesanal en los mercados nacional e internacional.

Este departamento se encarga además del diseño de nuevos productos para la diversificación del portafolio de productos.

Departamento Compras

Se encarga de las compras de materias primas, insumos, maquinaria y equipos, dotación entre otros, necesarios para el buen funcionamiento de la compañía.

Debe ser el responsable de los proveedores: homologar y evaluar proveedores y subcontratistas, gestión de precios y condiciones, gestión de plazos de entrega, solicitud y selección de ofertas, seguimiento de pedidos y conformidad a las facturas de los proveedores.

Recursos Humanos

Gestión de Recursos Humanos: contratación de personal, promoción y formación, evaluación de puestos de trabajo, normas de seguridad y riesgos laborales.

Administración de los recursos humanos: nóminas y seguridad social, control de presencia y ausencias, enfermedad y accidentes, horarios y calendario laboral.

Operación Logística

Se encarga de coordinación de recibo de insumos, almacenamiento y distribución de producto terminado y debe planificar, implementar y controlar el flujo eficiente y efectivo de materiales y el almacenamiento de productos, así como la información asociada desde el punto de origen hasta el de consumo con el objeto de satisfacer las necesidades de los consumidores

6.1.2 Procesos Administrativos Externalizados

Es una gran alternativa para que la organización para no desgastar los recursos económicos y administrativos en funciones que pueden ser delegadas a terceras personas expertas en la materia y con menores costos para las compañía.

Outsourcing Contable y de Impuestos

El valor de este servicio se cotizó en \$600.000

El servicio de Outsourcing Contable y de Impuestos, desarrollará todas las funciones propias del departamento contable de la empresa, lo cual incluye desde el registro contable de los movimientos efectuados por la compañía, hasta la elaboración de los estados financieros finales e intermedios que la compañía requiera, así como la presentación de las declaraciones tributarias del orden nacional y territorial.

En desarrollo del servicio de Outsourcing Contable y de Impuestos, presentará mensualmente los siguientes estados financieros y declaraciones tributarias:

- ▶ Estados Financieros
- ▶ Balance General.
- ▶ Estado de Resultados mensual.
- ▶ Estado de resultados analítico.
- ▶ Anexos de cada una de las cuentas
- ▶ Informe sobre deficiencias de Control Interno.
- ▶ Declaraciones Tributarias:
- ▶ IVA. – Bimestral
- ▶ Retención en la fuente Impuestos Nacionales
- ▶ Industria y Comercio
- ▶ Retención en la fuente

Transporte

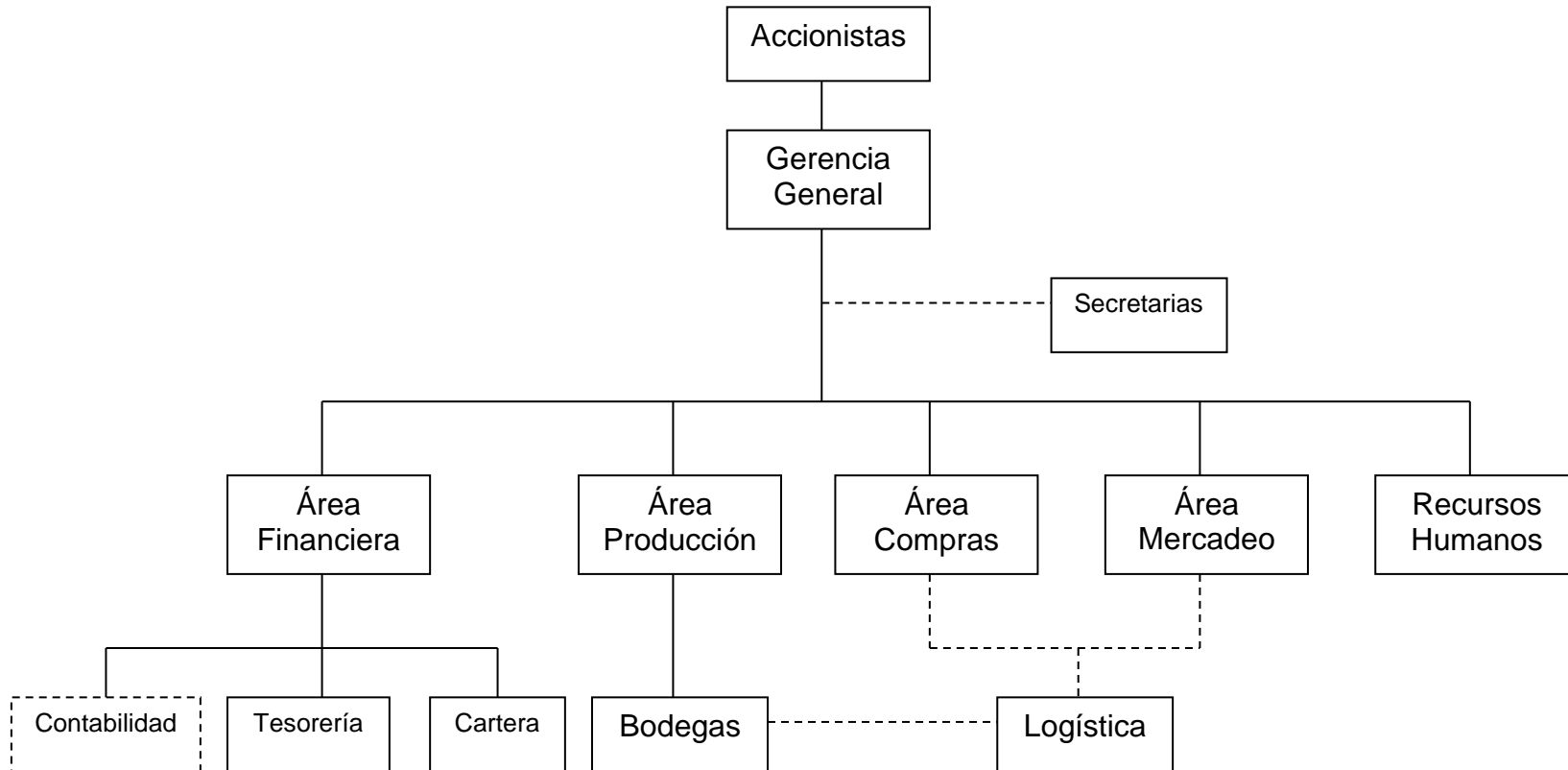
Para este servicio no se tiene definido un costo mensual ya que todo depende del volumen que se maneje en un periodo determinado, se tiene una tabla del cobro por kilo hacia distintos destinos del país. El acuerdo que se hace se refiere al crédito que nos den, formas de pago, descuentos por manejo de volúmenes.

Envíos Nacionales

Entrega en corto tiempo de mercancía a varios destinos, que incluyen ciudades capitales y áreas metropolitanas, ciudades intermedias y poblaciones, además en poblaciones lejanas, que denominamos reexpediciones.

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

- ▶ Gerente: encargado de toda la parte administrativa, contabilidad, ventas y mercadeo. Es quien formula y desarrolla los objetivos a seguir en la empresa.
- ▶ Secretaria: persona encargada de las labores administrativas de apoyo, tales como documentación, archivo, envío y recepción de paquetes, coordinación de la agenda, juntas y citas.
- ▶ Asistente: persona encargada de la coordinación de la producción y el despacho de los pedidos, apoyo fundamental a la labor administrativa y encargado de la supervisión y control de los operarios.
- ▶ Operarios: son los obreros encargados de la producción, empaque y despacho de las mercancías.

IDENTIFICACION DEL CARGO

Nombre del Cargo: Gerente

Cargo Jefe Inmediato: Junta de Socios

HOJA DE ANALISIS OCUPACIONAL GERENTE
LABORES PRINCIPALES
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Dirigir y representar legalmente a la empresa. Organizar, planear, supervisar, coordinar y controlar los procesos productivos de la empresa; la ejecución de las funciones administrativas y técnicas; la realización de programas y el cumplimiento de las normas legales de la Empresa. ▶ Asignar y supervisar al personal de la empresa los trabajos que deben realizarse de acuerdo con las prioridades que requieran las distintas actividades e impartir las instrucciones necesarias para su desarrollo. ▶ Autorizar y ordenar los respectivos pagos. ▶ Presentar informes a la Junta de Socios de planes a realizar mensualmente. ▶ Elaborar presupuestos de ventas mensuales. ▶ Mantenerse actualizado de todo tipo de ferias y eventos donde se puedan exhibir los productos y sean sitio de conglomeración de clientes potenciales. Además, cerrar los negocios que se presenten con ellos. ▶ Supervisar, controlar y medir la eficiencia del personal de ventas. ▶ Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
LABORES SECUNDARIAS

<ul style="list-style-type: none"> ▶ Coordinar actividades de integración con todos los empleados, para consolidar la convivencia en el equipo de trabajo. ▶ Visitar clientes y proveedores nacionales e internacionales, con el fin de fortalecer las relaciones comerciales con ellos. 		
<p>LABORES OCASIONALES</p>		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Promover actividades para ayudar a mejorar el bienestar social del país. ▶ Desarrollar campañas para la conservación del medio ambiente. 		
<p>EXIGENCIAS DEL CARGO</p>	<p>DE CONOCIMIENTO</p>	<p>GRADO DE INSTRUCCIÓN: Profesional graduado en administración financiera o carreras afines.</p>
	<p>DE CONOCIMIENTO</p>	<p>EXPERIENCIA: Manejo de recursos humanos y financieros. Mínimos tres años en cargos administrativos.</p>
	<p>DE CONOCIMIENTO</p>	<p>CONOCIMIENTOS ESPECIALES: Conocimientos en mercadeo. Nivel alto de inglés.</p>
	<p>DE HABILIDAD</p>	<p>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Habilidades técnicas: Involucra el conocimiento y experticia en determinados procesos, técnicas o herramientas propias del cargo o área específica que ocupa. ▶ Habilidades humanas: Interactúa efectivamente con los clientes y proveedores. Se relaciona y coopera con los empleados a su cargo. ▶ Resuelve problemas en forma creativa. ▶ Habilidades conceptuales: Formula ideas, desarrolla nuevos conceptos. Mente abierta a los cambios del entorno y dispuesta a innovar para adaptarse a estos.

	<p>RESPONSABILIDAD DE LA SUPERVISION Supervisa constantemente las labores de los demás integrantes del equipo y en caso de ser necesario, retroalimenta los conceptos o prácticas que se deben moldear.</p>
	<p>RESPONSABILIDAD POR CONTACTO Mantiene contacto directo con los clientes y empleados.</p>
	<p>RESPONSABILIDAD POR PROCESOS Sus decisiones afectan directa o indirectamente, las funciones de todos los empleados.</p>
	<p>RESPONSABILIDAD POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS Vigila que se provea el uso adecuado a cada uno de los equipos.</p>
	<p>RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO Maneja diariamente documentos y dinero por distintos valores.</p>
	<p>ESFUERZO MENTAL Durante toda la jornada ejecuta tareas que requieren de gran esfuerzo mental.</p>
	<p>DE ESFUERZO FISICO</p>
<p>ESFUERZO VISUAL Sus actividades no requieren ningún esfuerzo visual específico que pueda llegar a causar daños.</p>	
<p>ESFUERZO FISICO Las actividades inherentes al cargo no demandan fuerza bruta.</p>	

DIFICULTADES DEL CARGO	CONDICIONES AMBIENTALES La jornada laboral se desarrolla en un ambiente de oficina, con todas las comodidades.
	RIESGOS DEL CARGO Cualquier tipo de enfermedad, generada por el estrés.
OBSERVACIONES La junta de socios es quien considera la persona idónea para el puesto. El gerente entra bajo un contrato a término indefinido.	

IDENTIFICACION DEL CARGO

Nombre del Cargo: Secretaria – Auxiliar de Oficina

Cargo Jefe Inmediato: Gerente

HOJA DE ANALISIS OCUPACIONAL SECRETARIA		
LABORES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Facilitar el desarrollo de la función secretarial y de comunicaciones de la Gerencia General. ▶ Estar en contacto con todas las áreas de la Empresa con una relación de comunicaciones que apoyan su gestión. 		
LABORES SECUNDARIAS		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Coordinar actividades de integración con todos los empleados, dispuestas por la Gerencia General. ▶ Organizar y manejar toda la correspondencia y archivo de la documentación de la compañía. 		
EVALUACION DEL	DE CONOCIMIENTO	GRADO DE INSTRUCCIÓN: Técnica o tecnología en secretariado comercial bilingüe o Normas ICONTEC secretariales o Técnica de archivo.

		<p>EXPERIENCIA: Para el normal desarrollo de su cargo se requiere 6 meses o 1 año de experiencia en cargos similares, valida la experiencia de dos años como secretaria de presidencias, vicepresidencias, subgerencias o direcciones de departamentos.</p>
		<p>CONOCIMIENTOS ESPECIALES: Básico en Sistemas e informática, atención y servicio al cliente, programas de formación en redacción y ortografía y manejo de reuniones.</p>
DE HABILIDAD		<p>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Habilidades técnicas: Actitud de servicio y atención al cliente, Comunicación oral y escrita. Redacción y ortografía para Actas e informes. Confidencialidad para el manejo de la información. ▶ Habilidades administrativas para orientar el trabajo bajo el PHVA, Solución de problemas inmediatos. Razonamiento en el pensamiento crítico y creativo usando recursos. ▶ Habilidades humanas: Interactúa efectivamente con los clientes y proveedores. Se relaciona y coopera con todos los empleados de la compañía. ▶ Habilidades conceptuales: Formula ideas, desarrolla nuevos conceptos. Mente abierta a los cambios del entorno y dispuesta a innovar para adaptarse a estos.
		<p>RESPONSABILIDAD POR CONTACTO Mantiene contacto directo con los clientes y empleados.</p>
		<p>RESPONSABILIDAD POR PROCESOS Sus decisiones afectan directa o indirectamente, las funciones de todos los empleados.</p>
		<p>RESPONSABILIDAD POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS Vigila que se provea el uso adecuado a cada uno de los equipos que le sean designados.</p>

		<p>RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO Maneja diariamente documentos y dinero por distintos valores.</p>
		<p>ESFUERZO MENTAL Durante toda la jornada ejecuta tareas que requieren de gran esfuerzo mental.</p>
		<p>ESFUERZO VISUAL Sus actividades no requieren ningún esfuerzo visual específico que pueda llegar a causar daños.</p>
DE ESFUERZO FISICO		<p>ESFUERZO FISICO Las actividades inherentes al cargo no demandan fuerza bruta.</p>
		<p>CONDICIONES AMBIENTALES La jornada laboral se desarrolla en un ambiente de oficina, con todas las comodidades.</p>
DIFICULTADES DEL CARGO		<p>RIESGOS DEL CARGO Cualquier tipo de enfermedad, generada por el estrés.</p>
		<p>RIESGOS DEL CARGO Cualquier tipo de enfermedad, generada por el estrés.</p>
<p>OBSERVACIONES El Gerente General es quien considera la persona idónea para el puesto. La secretaria entra bajo un contrato a término indefinido.</p>		

IDENTIFICACION DEL CARGO**Nombre del Cargo:** Jefe de RRHH**Cargo Jefe Inmediato:** Gerente

HOJA DE ANALISIS OCUPACIONAL JEFE DE RRHH		
LABORES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Conducir el proceso de selección de personal, inducirlo, capacitarlo y velar por su bienestar económico o social, sea este funcionario, ejecutivo, empleado u obrero. ▶ Garantizar que el personal debe ser el mejor o más idóneo para hacer frente a un mercado cada vez más exigente y competitivo y que el equipo humano que forma la empresa, se constituye en el elemento clave sobre el cual se asienta el éxito de la organización. 		
LABORES SECUNDARIAS		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mantener y desarrollar relaciones armoniosas entre el personal, velar por las políticas, planes, programas y procedimientos concordantes con la legislación laboral vigente. ▶ Crear, mantener y desarrollar un conjunto de colaboradores, con habilidades, motivación y satisfacción suficiente para conseguir los objetivos y metas de la organización. 		
EXIGENCIAS DEL CARGO	DE CONOCIMIENTO	GRADO DE INSTRUCCIÓN <ul style="list-style-type: none"> ▶ Instrucción Superior Universitaria ▶ Dominio técnico de las Técnicas y Métodos de Administración de Personal. ▶ Conocimiento de Derecho Laboral ▶ Conocimientos de Computación e informática ▶ Conocimientos de Psicología ▶ Amplia Cultura General.
		EXPERIENCIA <ul style="list-style-type: none"> ▶ Amplia experiencia en Técnicas de Comunicación ▶ Experiencia en el trato y manejo de personal

		<p>CONOCIMIENTOS ESPECIALES Debe de ser un técnico en administración, líder en la dirección de hombres y hábil político empresarial.</p>
DE HABILIDAD		<p>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Habilidades técnicas: Deberá poseer suficiente capacidad para dirigir y mejorar métodos de trabajo. Deberá ser tenaz, pero proceder con rectitud y ser verídico y efectivo en la interpretación de las leyes y reglamentos laborales. ▶ Habilidades humanas: Deberá ser un profesional receptivo, honesto, leal, atento, sincero, humanitario, correcto y deseoso de que se haga las cosas bien. ▶ Habilidades conceptuales: Deberá poseer suficiente capacidad para dirigir y mejorar métodos de trabajo.
		<p>RESPONSABILIDAD POR CONTACTO No deberá tener preferencias y estar, así siempre presto a oír las explicaciones de otros, procurando comprender sus puntos de vista y recibir con benevolencia sugerencias de los demás.</p>
		<p>RESPONSABILIDAD POR PROCESOS Conocimientos necesarios en métodos y técnicas, es decir tener "Know-how" de la actividad o función que desarrolla, actualización permanente y practicar un aprendizaje continuo.</p>
		<p>RESPONSABILIDAD POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS Vigila que se provea el uso adecuado a cada uno de los equipos que le sean designados.</p>
		<p>RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO Maneja diariamente documentos de gran importancia y valores de la compañía.</p>

		ESFUERZO MENTAL Durante toda la jornada ejecuta tareas que requieren de gran esfuerzo mental.
		ESFUERZO VISUAL Sus actividades no requieren ningún esfuerzo visual específico que pueda llegar a causar daños.
DE ESFUERZO FISICO		ESFUERZO FISICO Las actividades inherentes al cargo no demandan fuerza bruta.
		CONDICIONES AMBIENTALES La jornada laboral se desarrolla en un ambiente de oficina, con todas las comodidades.
DIFICULTADES DEL CARGO		RIESGOS DEL CARGO Cualquier tipo de enfermedad, generada por el estrés.
		RIESGOS DEL CARGO Cualquier tipo de enfermedad, generada por el estrés.
OBSERVACIONES El Gerente General es quien considera la persona idónea para el puesto. El Jefe de RRHH entra bajo un contrato a término indefinido.		

IDENTIFICACION DEL CARGO

Nombre del Cargo: Contador

Cargo Jefe Inmediato: Gerente

HOJA DE ANALISIS OCUPACIONAL CONTADOR
LABORES PRINCIPALES
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones establecidas para el manejo de la contabilidad. ▶ Estar al día en las disposiciones tributarias emanadas por el Gobierno Nacional, departamental y municipal.

- ▶ Ejercer estricta vigilancia y cumplimiento en las obligaciones de la empresa de tipo legal tales como: IVA, Rete fuente, Impuestos, Parafiscales, etc.
- ▶ Actuar con integridad, honestidad y absoluta reserva de la información de la empresa.
- ▶ Mantener actualizada la información la cual se ejecutará a las exigencias de la normatividad en materia fiscal y tributaria.
- ▶ Estar atento a las entradas y salidas de dinero de la empresa.
- ▶ Mantener en aviso al gerente sobre el presupuesto que gasta o que necesita periódicamente la empresa.
- ▶ Elaboración de los estados financieros periódicamente y la presentación de esta información de manera clara y precisa.

EXIGENCIAS DEL CARGO	DE CONOCIMIENTO	<p>GRADO DE INSTRUCCIÓN Contador público con tarjeta profesional.</p>
		<p>EXPERIENCIA Tres años de experiencia profesional en unidades u Oficinas del área administrativa y financiera, preferiblemente del área contable.</p>
		<p>CONOCIMIENTOS ESPECIALES No aplica</p>

DE HABILIDAD	<p>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ De adaptación: Habilidad de aplicar el conocimiento contable para resolver problemas del mundo real, aplicarlo en cualquier ambiente (industrias, globalmente o en otras culturas.) ▶ De comunicación: Tiempo apropiado para comunicar, planear proceso de comunicación, comunicación no verbal, con gente de diversas culturas, comunicación para transferir conocimiento. ▶ De negociación: Técnicas de negociación, en ambientes globales y otras culturas, poder y límites de la negociación. ▶ Intelectuales: capacidad de investigación, pensamiento abstracto, lógico, razonamiento, análisis crítico, comprender hechos no ubicados o incompletos, identificar y anticipar problemas, encontrar soluciones, pensamiento inductivo y deductivo, capacidad de juzgar apoyándose en alternativas, hechos y datos. ▶ Interpersonales: Trabajar en equipo, organizar sus labores, motivar y desarrollar, evitar y resolver conflictos, liderazgo, interactuar con la gente. ▶ Personales: Pensamiento y visión creativos, investigación e indagación, conducta ética, Motivación, persistencia, empatía, sensibilidad a lo social, compromiso de aprendizaje para toda la vida.
	<p>RESPONSABILIDAD DE LA SUPERVISION Responsable de revisar las entradas y salidas de dinero y el presupuesto que gasta o que necesita periódicamente la empresa.</p>
	<p>RESPONSABILIDAD POR CONTACTO Al ser contratado por Outsourcing mantiene contacto con varias empresas, por lo que debe ser una persona muy discreta y guardar absoluta reserva de la información de la empresa.</p>

		<p>RESPONSABILIDAD POR PROCESOS Cumplir con las obligaciones legales de la empresa, tales como: IVA, Rete fuente, Impuestos parafiscales, entre otras.</p>
		<p>RESPONSABILIDAD POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS No aplica.</p>
		<p>RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO Es la persona idónea para informar al gerente si es viable o no dar uso al dinero de la empresa.</p>
		<p>ESFUERZO MENTAL Todas sus labores requieren gran esfuerzo mental.</p>
DE ESFUERZO FISICO		<p>ESFUERZO VISUAL Sus actividades no requieren ningún esfuerzo visual específico que pueda llegar a causar daños.</p>
		<p>ESFUERZO FISICO No aplica al cargo</p>
DIFICULTADES DEL CARGO		<p>CONDICIONES AMBIENTALES La jornada laboral se desarrolla en un ambiente de oficina, con todas las comodidades.</p>
		<p>RIESGOS DEL CARGO Cualquier tipo de enfermedad, generada por el estrés.</p>
<p>OBSERVACIONES El gerente es quien considera la persona idónea para el puesto, con aprobación de la junta directiva. Se firmará un contrato a seis meses. Dependiendo de los resultados, se firmaría un contrato a término indefinido directamente con la empresa.</p>		

IDENTIFICACION DEL CARGO

Nombre del Cargo: Auxiliar de Mercadeo

Cargo Jefe Inmediato: Gerente

HOJA DE ANALISIS OCUPACIONAL AUXILIAR DE MERCADEO		
LABORES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Realizar las funciones asignadas por el gerente ▶ Llevar al día los registros requeridos para el control de las ventas. ▶ Promoción, venta y mercadeo de los productos elaborados por la empresa. 		
LABORES SECUNDARIAS		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Informar al gerente de cualquier anomalía que se presente. ▶ Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia. 		
EXIGENCIAS DEL CARGO	DE CONOCIMIENTO	<p>GRADO DE INSTRUCCIÓN Estudiante en curso de mercadeo y ventas o carreras afines.</p> <hr/> <p>EXPERIENCIA Mínimo seis meses en cargos tales como: auxiliar mercadeo, promotor de ventas, asesor comercial u otros cargos similares.</p> <hr/> <p>CONOCIMIENTOS ESPECIALES No aplica</p>

	<p>DE HABILIDAD</p>	<p>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ De comunicación: Excelente expresión verbal. Demuestra seguridad cuando se relaciona con los clientes. ▶ De negociación: Tiene capacidad de motivación. Transmite los comportamientos que se pretende comunicar. Empatiza correctamente con la otra parte. Busca soluciones que satisfagan racional y emocionalmente los intereses a través de la asertividad. ▶ Intelectuales: capacidad de investigación, pensamiento abstracto, lógico, razonamiento, análisis crítico, comprender hechos no ubicados o incompletos, identificar y anticipar problemas, encontrar soluciones, pensamiento inductivo y deductivo, capacidad de juzgar apoyándose en alternativas, hechos y datos. ▶ Interpersonales: Trabajar en equipo, organizar sus labores, motivar y desarrollar, liderazgo. ▶ Personales: Pensamiento y visión creativos, investigación e indagación, conducta ética, Motivación, persistencia, empatía, compromiso de aprendizaje para toda la vida.
	<p>DE ESFUERZO FISICO</p>	<p>RESPONSABILIDAD DE LA SUPERVISION No aplica al cargo.</p> <hr/> <p>RESPONSABILIDAD POR CONTACTO Mantiene contacto con los clientes actuales y potenciales, el gerente y el auxiliar de logística.</p> <hr/> <p>RESPONSABILIDAD POR PROCESOS Promoción, venta y mercadeo de los productos elaborados por la empresa.</p>

	<p>RESPONSABILIDAD POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS Se responsabiliza de las herramientas que deba utilizar para la ejecución de sus funciones.</p>
	<p>RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO No aplica al cargo</p>
	<p>ESFUERZO MENTAL Todas sus labores requieren gran esfuerzo mental.</p>
	<p>ESFUERZO VISUAL Sus actividades no requieren ningún esfuerzo visual específico que pueda llegar a causar daños.</p>
<p>DIFICULTADES DEL CARGO</p>	<p>ESFUERZO FISICO No aplica al cargo</p>
	<p>CONDICIONES AMBIENTALES La jornada laboral se desarrolla en un ambiente de oficina, con todas las comodidades.</p>
	<p>RIESGOS DEL CARGO Cualquier tipo de enfermedad, generada por el estrés.</p>
	<p>RIESGOS DEL CARGO Cualquier tipo de enfermedad, generada por el estrés.</p>

IDENTIFICACION DEL CARGO

Nombre del Cargo: Gerente Comercial

Cargo Jefe Inmediato: Gerente

HOJA DE ANALISIS OCUPACIONAL GERENTE COMERCIAL	
LABORES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Realizar las funciones asignadas por el Gerente General ▶ Llevar al día los registros requeridos para el control de las ventas. ▶ Promoción, venta y mercadeo de los productos elaborados por la empresa. 	
LABORES SECUNDARIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Informar al gerente de cualquier anomalía que se presente. ▶ Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia. 	

DE CONOCIMIENTO	GRADO DE INSTRUCCIÓN Estudiante en curso de comercio exterior.
	EXPERIENCIA Mínimo seis meses en cargos tales como: auxiliar de comercio exterior.
	CONOCIMIENTOS ESPECIALES Nivel medio de inglés.

EXIGENCIAS DEL CARGO	DE HABILIDAD	<p>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ De comunicación: Excelente expresión verbal. Demuestra seguridad cuando se relaciona con los clientes. ▶ De negociación: Tiene capacidad de motivación. Transmite los comportamientos que se pretende comunicar. Empatiza correctamente con la otra parte. Busca soluciones que satisfagan racional y emocionalmente los intereses a través de la asertividad. ▶ Intelectuales: capacidad de investigación, pensamiento abstracto, lógico, razonamiento, análisis crítico, comprender hechos no ubicados o incompletos, identificar y anticipar problemas, encontrar soluciones, pensamiento inductivo y deductivo, capacidad de juzgar apoyándose en alternativas, hechos y datos. ▶ Interpersonales: Trabajar en equipo, organizar sus labores, motivar y desarrollar, liderazgo. ▶ Personales: Pensamiento y visión creativos, investigación e indagación, conducta ética, Motivación, persistencia, empatía, compromiso de aprendizaje para toda la vida.
		<p>RESPONSABILIDAD DE LA SUPERVISIÓN No aplica al cargo.</p>
		<p>RESPONSABILIDAD POR CONTACTO Mantiene contacto con los clientes actuales y potenciales, el gerente y el auxiliar de logística.</p>
		<p>RESPONSABILIDAD POR PROCESOS Promoción, venta y mercadeo de los productos elaborados por la empresa.</p>

		<p>RESPONSABILIDAD POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS Se responsabiliza de las herramientas que deba utilizar para la ejecución de sus funciones.</p>	
		<p>RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO No aplica al cargo.</p>	
		<p>ESFUERZO MENTAL Todas sus labores requieren gran esfuerzo mental.</p>	
	DE ESFUERZO FÍSICO	<p>ESFUERZO VISUAL Sus actividades no requieren ningún esfuerzo visual específico que pueda llegar a causar daños.</p>	
		<p>ESFUERZO FÍSICO No aplica al cargo</p>	
	DIFICULTADES DEL CARGO	<p>CONDICIONES AMBIENTALES La jornada laboral se desarrolla en un ambiente de oficina, con todas las comodidades.</p>	
		<p>RIESGOS DEL CARGO Cualquier tipo de enfermedad, generada por el estrés.</p>	
	<p>OBSERVACIONES El gerente es quien considera la persona idónea para el puesto, con aprobación de la junta directiva. Se firmará un contrato a seis meses. Dependiendo de los resultados, se firmaría un contrato a término indefinido directamente con la empresa.</p>		

6.3 Recursos Materiales y Humanos para la Administración

6.3.1 Locaciones

El área necesaria para el desarrollo de la compañía está estimada en 500 mt² de los cuales se necesitaran para la parte administrativa (oficinas, baño, cocineta, sala de espera y reuniones), 60 mt².

Se está ubicando una bodega para arrendar en las afueras de la ciudad de Medellín (dentro del área metropolitana).

Empresa: Coltebienes
 Dirección: Calle 07 N° 45 – 11
 Teléfono: 268 4000
 Pagina Web: www.coltebienes.com

Empresa: Acrecer
 Dirección: Calle 11b N° 31^a 64
 Teléfono: 266 3200
 Pagina Web: www.acrecer.com

Empresa: Confiarriendos
 Teléfono: 266 5066
 Pagina Web: www.confiarriendos.com

En el municipio de Sabaneta se cotizó una bodega por \$ 7.000.000 mensual.

Ver Anexo 5

6.3.2 Requerimientos de Equipos, Software, Muebles y Enseres.

EQUIPOS - MUEBLES Y ENSERES				
Descripción	Cantidad	V/L Unit.	V/I Total	Proveedor
Computadores Pionner (obsequio Impresora)	2	1.190.900	2.381.800	PCK
Portatiles PCK Style Student	5	1.299.900	6.499.500	PCK
Impresoras Multifuncional	2	0	0	PCK (viene con el PC)

Línea Modular (Escritorios y Gabinetes)	7	2.000.000	14.000.000	Equipos y Mantenimiento Ltda.
Sillas Anatómica	7	198.000	1.386.000	Equipos y Mantenimiento Ltda.
Teléfonos Panasonic	7	139.000	973.000	Almacenes Éxito
Archivadores 10 Gavetas	2	1.392.000	2.784.000	Equipos y Mantenimiento Ltda.
Mesa Redonda	1	1.150.000	1.150.000	Líneas y Diseños
Sillas Butterfly	6	110.000	660.000	Equipos y Mantenimiento Ltda.
Greca Eléctrica 30 tintos	1	215.000	215.000	La Feria de la Greca
Nev Haceb Arezzo 209L 1P ALM	1	550.000	550.000	Industrias Haceb
Total	41	8.244.800	30.599.300	

6.3.3 Requerimientos de Materiales de Oficina.

Para el funcionamiento y desarrollo de las distintas áreas, se hacen necesario la consecución de varios insumos para el desarrollo de las distintas actividades.

ARTICULO	CANT.	VALOR UNIDAD	I.V.A.	VALOR TOTAL
VASO DESECHABLE BAR 3.5 ONZ. X 50	60	924	16%	64.310
AROMATICA JAIBEL YERBABUENA X 20 UND.	15	1.338	16%	23.281
PAPEL. INSTITUC. JUMBO NAT. HD X 250 MT.	10	5.886	16%	68.278
TOALLA DE MANO EN "Z" ECOLOGICA X 150 UND	30	3.533	16%	122.948
TOALLA MANOS ECOLOGICA ROLLO	4	9.023	16%	41.867
SERVILLETA CAFET. ECOLOG. X 100	20	889	16%	20.625
JABON FAMILIA SPRAY X 800 C.C.	4	19.600	16%	90.944
JABON HYDRO LIQUIDO MANOS X 20 LT. ESPECIAL	1	52.800	16%	61.248
HIPOCLORITO X 24 KG.	1	37.133	16%	43.074
LAVAPLATOS LOZA CREM TOQUE ROSA X 450 GR	4	2.419	16%	11.224
AJAX POLVO LIMPIA Y DESINFECTA 500 GR.	4	1.789	16%	8.301

DETERGENTE PQP X 20 KG	1	42.918	16%	49.785
ESCOBA	5	3.289	16%	19.076
TRAPEADORA DE PABILO.	5	4.022	16%	23.328
RECOGEDOR BASURA ECONOMICO	5	2.083	16%	12.081
PAÑO ABRASIVO FURIA	5	289	16%	1.676
CAFE LA BASTILLA TIPO 2 X 5 LIBRAS	3	32.430	10%	112.856
FILTRO PARA CAFETERA	3	1	16%	3
AZUCAR MANUELITA X 200 SOBRES	3	2.690	10%	9.361
AZUCAR MANUELITA X 5 LIBRAS	2	3.990	10%	9.257
ALMOHADILLA P/SELLO RANK 74002 13X10CM (252)	2	3.200	16%	7.424
BOLIGRAFO STABILO 14045 NGO (10/2000)	15	385	16%	6.699
CALCULADORA X 8 DIG. CASIO HL-815L BLACK (100)	3	8.125	16%	28.275
CORRECTOR LIQ. PAPER (12/144)	2	1.001	16%	2.322
FOLDER CARTON CARTA HORIZ. CELUG. FABRIF. (600)	20	135	16%	3.132
GANCHO LEGAJ. METAL WINGO X20 (80)	2	1.714	16%	3.976
GRAPA 23X10MM X1000 WINGO GALVANIZADA (60)	3	2.617	16%	9.107
PAPEL CARTA MULTIP. X500 BLCO CARTOPRINT (10)	2	7.400	16%	17.168
PERFORADORA X2H X1.8MM RANK 1040 (120)	2	9.329	16%	21.643
PLUMIGRAFO PELIKAN MICROP.157 NGO (10/1200)	3	615	16%	2.140
PORTAMINAS 0.5 FABER POLY/TRI (12/144)	3	1.971	16%	6.859
REGLA X 30CM ESCRITURA METALICA (10)	3	1.200	16%	4.176
RESALTADOR SANFORD MAJOR AMLLO (10/160)	4	764	16%	3.545
REVISTERO CARTOPLAS 400 AZUL RAYA BLCA (10)	3	5.134	16%	17.866
SACUDIDOR DULCEABRIGO 35X 70 BLCO (10)	3	1.582	16%	5.505
VASO VIDRIO 12 ONZ. X 1 PELDAR- MONTE.2802(72)	7	1.553	16%	12.610
TOTAL	262			945.974

6.3.4 Requerimientos de Servicios.

Servicios Públicos: Agua, luz y telecomunicaciones suministrados por las Empresa Públicas de Medellín. \$ 2'000.000

Servicio de Vigilancia: Alarmas y vigilantes para la seguridad interna y externa de la compañía (por definir la empresa de vigilancia) \$ 35.000

Seguros y pólizas: Se tomaran los mas representativos de acuerdo a un estudio que se haga para determinarlos (robo, incendio, terremoto). \$ 1'200.000

Mantenimiento: se contrataran a medida que se vayan presentando las necesidades y se desarrolle un programa para para tal fin (para los equipos de producción, electricidad, saneamiento de tuberías, pintura, etc.) \$ 320.000

Mensajería: este servicio se cotizará en su momento dependiendo de la necesidad (paquete, sobre, carga pequeña) y la urgencia del mismo. \$ 400.000

6.3.5 Requerimientos de Personal

CARGO	VACANTES	SALARIO	AUX. TRANSP.	SEGURIDAD SOCIAL	PARA FISCALES	PRESTACIONES SOCIALES
Secretaria General y/o Recepcionista	1	496,900	59,300	105,442.18	44,721	121,418.46
Secretaria Aux. Contable (que hable ingles)	1	800,000	59,300	169,760.00	72,000	187,585.19
Contador y Evaluación de Costos (outsource)	1	600,000	0	0	0	0
Compras y Ccio Exterior	1	1,200,000	0	254,640.00	108,000	261,960.00
Ventas	1	1,000,000	0	212,200.00	90,000	218,300.00
Administrador y/o Gerente	1	1,500,000	0	318,300.00	135,000	327,450.00
Recursos Humanos y Personal	1	1,000,000	0	212,200.00	90,000	218,300.00
Jefe de Planta e inventarios	1	1,200,000	0	254,640.00	108,000	261,960.00

6.4 Programa de Administración

ACTIVIDAD	SEMANAS															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Aspectos legales	■	■	■	■												
Consecución de la bodega	■	■	■	■	■	■										
Compra de maquinaria					■	■	■	■	■							
Adecuación de oficinas y área de producción					■	■	■	■	■	■						
Contratación de personal						■	■	■	■	■	■					
Búsqueda de clientes.								■	■	■	■	■	■			
Compra de equipos, muebles y enseres					■	■	■	■	■	■						
Capacitación de las distintas funciones								■	■	■	■	■				
Capacitación del manejo de los equipos y la maquinaria.								■	■	■	■	■				
Compra de materiales para la producción									■	■	■	■	■	■	■	
Arranque de producción											■	■	■	■	■	■

7 ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización Empresarial

S.A.S sociedad por acciones simplificada. Creación empresa conformada por 4 accionistas.

7.2 Certificaciones y Gestiones ante Entidades Publicas

- ▶ Solicitud del Registro Mercantil ante Cámara de Comercio, activos. \$ 30'000.000 costos del tramite \$ 271.000, tiempo tramite 2 días.
- ▶ Escritura Publica de Constitución, realiza ante notaria, costo de \$ 1'400.000, tiempo tramite 30 días.
- ▶ Registro Único Tributario, solicita en la DIAN, es gratis tiempo trámite 1 día.
- ▶ Nit se solicita en la DIAN, tiempo tramite 2 días
- ▶ Registro Industria Comercio, se solicita en la Secretaria de Hacienda de los municipios y no tiene ningún costo. Tiempo tramite 1 día
- ▶ Licencia de funcionamiento o de uso del suelo dependiendo de la actividad económica, \$ 400.000 anuales. Tiempo tramite 4 días.
- ▶ Incomex aplicaría al momento de exportar, inicialmente comercializaremos en el mercado nacional.
- ▶ Afiliación de la figura jurídica como empleador ante el ministerio de protección social y ante las cajas de compensación familiar. Tiempo tramite 1 día.

7.3 Tipo de Organización Empresarial

Sociedad Acciones Simplificada, esto a razón del número de accionistas y su responsabilidad social.

7.4 Certificaciones y Gestiones ante Entidades Publicas

- ▶ Minuta de constitución de la escritura publica, abogado o contador la realiza por \$ 100.000.
- ▶ Gastos Legales y de constitución
- ▶ Certificado de existencia y representación Legal se realiza ante la DIAN.
- ▶ Carga impositiva inicia a partir de la constitución de la empresa.

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del Proyecto

8.1.1 Recursos Propios

8.1.2 Créditos y Prestamos 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 Perdidas 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

9.1 Anexos

9.1.1 Catalogo

9.1.2 Encuesta

9.1.3 Cotizaciones

9.1.4 Información Mercado Competidor

9.1.5 Mapas de Bodegas





PRODUCTOS DECORATIVOS Y FUNCIONALES PARA EL HOGAR.

PRODUCIDOS EN TABLEROS DE PARTÍCULAS, TABLEROS AGLOMERADOS RECUBIERTOS CON PAPEL MELAMINICO, TABLEROS DE MDF EN DIFERENTES MEDIDAS Y MADERA; CON GRAN VARIEDAD DE HERRAJES, ACCESORIOS Y DECORADOS, QUE HACEN DE CADA DISEÑO UN ESTILO DIFERENTE.

CON NUESTROS PRODUCTOS ENCONTRARAS VARIEDAD DE FORMAS PARA DECORAR TU HOGAR Y EMBELLECCER TUS ESPACIOS.

COCINA

LINEA HOGAR

INDIVIDUALES



Los individuales son fabricados en MDF recubiertos en vinilos y lacas, son inflexibles, vienen de 20cm por 40cm por 0,4cm fácil de limpiar y cómodo para guardar.

PORTAVASOS



Los portavasos tienen iguales características que individuales sus medidas son 10cm por 10cm por 0,4cm viene empacados por 5 y tienen lindos diseños.

**L
I
N
E
A

H
O
G
A
R**

SERVILLETOS



También tienen las mismas características miden 10cm por 5cm por 10cm.

REPISAS

Las repisa que fabricamos tienen un fácil sistema de ensamble y de instalación además tienen diseños nuevos, que además de optimizar espacios le dará un aire diferente a su casa, están fabricadas en materiales de excelente calidad con herrajes y accesorios bonitos y muy resistentes, tiene diferentes medidas colores y diferentes diseños.

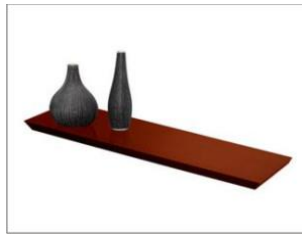
REPISA OVAL



Está fabricada en un tablero de partículas de 1,5cm de espesor recubierto con un papel melaminico de colores miel, wengue y haya, muy resistente y fácil de limpiar tiene un par de piamigos madera es muy fácil de instalar, resiste un peso de 10kg medidas 60cm de largo por 20cm de ancho.

L I N E A

REPISA FLOTANTE



Tiene un par de piamigos internos de acero muy resistentes estos van al interior de la repisa y por esto da la sensación de que flota viene en color caoba y chocolate mide 60cm por 20cm por 3cm, resisten un peso de 20kg, están fabricadas en un tablero de partículas de fibra de madera, recubierto con laca catalizada de color caoba o chocolate.

REPISA FLOTANTE CUBO



H O G A R

Vienen en medidas de 25cm de alto, 20cm de profundidad y el largo tiene varias medidas 25cm, 50cm y 75cm, vienen en un tablero de partículas de 2cm espesor recubierto con papel melaminico muy resistente en color miel, wengue y haya, su sistema de instalación consta de 2 perforaciones en la parte posterior de la repisa, en estos entran 2 chazos y también da la sensación de que flota y resiste un peso de

**L
I
N
E
A

H
O
G
A
R**

20kg.

REPISA LATERAL FLOTANTE



Tiene 2 perforaciones en la parte posterior en estos entran 2 chazos y también da la sensación de que flota y resiste un peso de 20kg, está fabricada en un tablero de partículas de 2cm espesor recubierto con papel melaminico muy resistente en color miel, wengue y haya, el diseño de sus laterales tiene 2 formas, una es cuadrada y la otra es una media luna, mide 20cm de profundo por 20cm de alto y 60cm de largo.

PERCHEROS

Los percheros vienen en diferentes materiales, diseños, colores y tienen gran variedad de herrajes (perchas) son fáciles de instalar y muy seguros, en ellos puedes encontrar comodidad, estética y practicidad.

L I N E A

PERCHERO POMOS



Esta fabricado en madera inmunizada y con procesos de calidad tiene 2 perforaciones en la parte posterior en estos entran 2 chazos que lo soportan cuenta con 5 pomos (perchas) que soportaran un peso de 2kg c/u estos son de acero inoxidable sus medidas son 10cm de ancho por 50cm de largo, este perchero esta recubierto con laca catalizada de color caoba.

PERCHERO EXPANSOR



Le puede ofrecer una variedad de tamaños, tiene 10 perchas este perchero esta diseñado para soportar más cantidad de artículos pero de menor peso, todas sus partes son de madera recubiertas con laca catalizada de color caoba.

H O G A R

LINEA HOGAR

PERCHERO MDF



Este perchero se fabrica a partir de un tablero de fibras de madera se recubre con laca catalizada de color caoba o chocolate tiene 3 ganchos (perchas) de acero inoxidable mide 7cm de ancho por 30cm de largo y tiene 2 perforaciones en la parte posterior en estos entran 2 chazos que lo soportan.

LINEA INFANTIL

REPISAS

Nuestras repisas infantiles son de fácil sistema de ensamble y de instalación además tienen diseños nuevos, vienen en diferentes colores y con diferentes motivos, todos infantiles personalizando el espacio de los niños.

REPISA LATERAL FLOTANTE INFANTIL



Tiene 2 perforaciones en la parte posterior en estos entran 2 chazos y también da la sensación de que flota y resiste un peso de 20kg, está fabricada en un tablero de partículas de 2cm espesor, terminado en pintura vinil y decorado con diferentes diseños y estilos infantiles, el diseño de sus laterales tiene 2 formas, una es cuadrada y la otra es una media luna, mide 20cm de profundo por 20cm de alto y 60cm de largo.

L I N E A I N F A N T I L

REPISA FLOTANTE CUBO INFANTIL



Vienen en medidas de 25cm de alto, 20cm de profundidad y el largo tiene varias medidas 25cm, 50cm y 75cm, vienen en un tablero de partículas de 2cm espesor, su sistema de instalación consta de 2 perforaciones en la parte posterior de la repisa, en estos entran 2 chazos y también da la sensación de que flota y resiste un peso de 20kg. Su terminado en pintura vinilo y decorado con diferentes diseños y estilos infantiles.

L I N E A

REPISA OVAL



Está fabricada en un tablero de partículas de 1,5cm de espesor, tiene un par de piamigos madera es muy fácil de instalar, resiste un peso de 10kg medidas 60cm de largo por 20cm de ancho. Su terminado en pintura vinilo y decorado con diferentes diseños y estilos infantiles.

I N F A N T I L

PERCHEROS

Los percheros vienen en diferentes materiales, diseños, colores y tienen gran variedad de herrajes (perchas) son fáciles de instalar y muy seguros, en ellos puedes encontrar comodidad, belleza y practicidad.

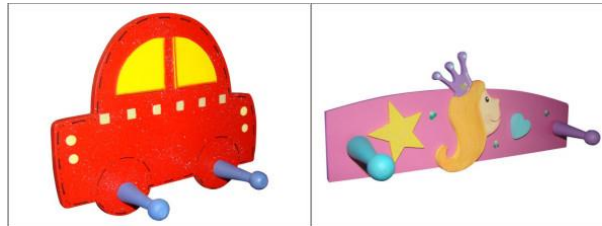
L I N E A I N F A N T I L

PERCHERO SOLITARIO INFANTIL



Este perchero se fabrica a partir de un tablero de fibras de madera, contiene una sola percha que soporta no más de 2kgms, su terminado en pintura vinil y decorado con diferentes diseños y estilos infantiles, tiene 2 perforaciones en la parte posterior en estos entran 2 chazos que lo soportan.

PERCHERO DOBLE INFANTIL



Este perchero se fabrica a partir de un tablero de fibras de madera, contiene 2 perchas que soporta no más de 2kgms cada una, su terminado en pintura vinilo y decorado con diferentes diseños y estilos infantiles, tiene 2 perforaciones en la parte posterior en estos entran 2 chazos que lo soportan.

L
I
N
E
A

I
N
F
A
N
T
I
L

PERCHERO INFANTIL SENSACIONES



Este perchero se fabrica a partir de un tablero de fibras de madera, contiene 3 perchas que soporta no más de 2kgms cada una, su terminado en pintura vinilo y decorado con diferentes diseños y estilos infantiles, tiene 2 perforaciones en la parte posterior en estos entran 2 chazos que lo soportan.

CUADROS



L I N E A I N F A N T I L



Bellos y hermosos cuadros decorativos con motivos infantiles, en una variedad de diseños, estilos y colores que le dan al cuarto del niño un espacio, único, diferente y especial, hechos a partir de un tablero de fibras de madera, en tamaños de 20cm por 20cm, acabados en pintura vinilo, y con diferentes diseños, formas y figuras que le dan el toque especial.

HERRAJES



CUESTIONARIO DE MERCADEO PARA LA DECORACIÓN DE MADERA

Objetivo: Determinar si los artículos hechos en madera para la decoración tienen aceptación en el mercado local y si es rentable su fabricación.

Nombre del encuestado: _____

Sexo: M ___ F ___ Edad entre: 18-25(____) 26-35(____) 36-45(____) más de 46(____)

Ingresos: hasta 2 S.M.L.V (____) entre 2 y 4 S.M.L.V (____) más de 4 S.M.L.V (____)

Ocupación: _____ Ciudad: _____

1. De los siguientes artículos hechos en madera cuál le gusta más? (escoja solo uno)

Portavasos Individuales Servilleteros Cofres
 Mesas para el desayuno Portarretratos
 Cuadros Percheros

2. Hasta qué valor está dispuesto a pagar por un artículo hecho en madera?

hasta \$10.000 hasta \$20.000 hasta \$50.000
 hasta \$100.000 más \$100.000

3. Generalmente porque medios audiovisuales se da cuenta de la existencia de estos artículos de decoración en madera:

TV Radio Revistas Prensa
 Internet Otros cuál? _____

4. En dónde compra los artículos de decoración en madera?

Almacenes de cadena Por Internet Bazares
 Revistas por catálogo Tiendas de Misceláneas
 Otros cuál? _____

5. Qué es lo primero que tiene en cuenta en el artículo de madera antes de hacer la compra?

Acabado Precio Diseño Calidad de la madera
 Otros cuál? _____

6. Cada cuánto compra artículos de madera o cambia la que tiene actualmente?

_____ cada año _____ cada 2 años _____ cada 3 años
_____ cada 5 años _____ Nunca (me muero y ahí quedan de herencia)

7. Al momento de hacer la compra del artículo de madera usted prefiere que sea nacional o importado?

_____ Es Indiferente
_____ Que sea Nacional
_____ Que sea Importado

8. Mencione un artículo de madera para la decoración, diferente a los que están en la primera pregunta, del cual quisiera adquirir.

9. Conoce usted empresas que hagan artículos de madera para la decoración?

_____ SI Cuál? _____
_____ NO

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

MONCAYO CHAVEZ, Diego Fernando “Comercializadora internacional de productos artesanales del departamento de Nariño con énfasis en MOPA-MOPA, ARTS EXPORT”. {En línea}. {10 agosto de 2009} disponible en: (<http://tegra.lasalle.edu.co/dspace/bitstream/10185/1019/1/11022068.pdf>).

MONTEALEGRE H, Carlos E. “Economía de la madera caso Colombia”. {En línea}.2008. {13 agosto de 2009} disponible en: (http://www.redalmamater.edu.co/Memorias.PDF/2.0.Economia.de.la.Madera_Carlos.Montealegre_Coruniversitaria.pdf).

“Madera y Muebles de Madera”. {En línea}.2003. {11 agosto de 2009} disponible en: (http://www.dnp.gov.co/archivos/documentos/DDE_Desarrollo_Emp_Industria/Maderas.pdf).

“Estados Unidos Plan Estratégico Exportador”. {En línea}.2002. {3 septiembre de 2009} disponible en: (<http://www.proexport.gov.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo3874DocumentNo3291.PDF>).

J. E. Austin Associates, Arlington, Virginia. “Estudio de Mercado mundial para marcos, molduras, muebles y puertas de Madera”. {En línea}.2002. {3 septiembre de 2009} disponible en: (http://74.125.47.132/search?q=cache:kYNG0vm8eWwJ:www.iiap.org.pe/promamazonia/SBiocomercio/Upload%255CLineas%255CDocumentos/84.pdf+%22ESTUDIO+DE+MERCADO+MUNDIAL+PARA+MARCOS,+molduras%22&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co&lr=lang_es”

Estudio de Mercado”Artículos de decoración para el hogar en el Ecuador”. {En línea}.2005. {2 septiembre de 2009} disponible en: (www.javeriana.edu.co/biblos/solicitudes/formatos/pedidos2005.xls)

Oportunidades comerciales en Estados Unidos – sector de muebles. {En línea}.2008. {2 septiembre de 2009} disponible en: (<http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo10057DocumentNo7867.pdf>)

ROJAS R, Ferney Augusto. “Instrumentos para la gestión ambiental y mejoramiento productivo del sector muebles y madera”. {En línea}.2007. {15 agosto de 2009} disponible en:
(http://www.acercar.org.co/industria/biblioteca/memorias_2007/recurso_forestal.pdf
)

ZUÑIGA QUEBEDO, Javier. “Estudio para la elaboración de un catalogo para la oferta exportable de ANCASH”. {En línea}.2008. {15 agosto de 2009} disponible en:
(http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/2_Catalogo_deAncash.pdf)

MEDINA CEPEDA, José Gregorio. “Modelo de gestión para las empresas de familia”. {En línea}. {30 agosto de 2009} disponible en:
(http://appserver.lasalle.edu.co/cedef/media/Modelo_de_gestion.pdf)