



PROYECTO DE GRADO

INNOVACREAS.A.S
DEPARTAMENTO O DEPENDENCIA
FECHA

PROYECTO DE GRADOS
Plan de Negocios

Innovacreas.a.s

Nombre del Departamento, División o Dependencia
Ciudad, Mes, Año



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

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

PROYECTO DE GRADOS

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 y Visión 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

- 4.7.3.1. Precios de Ventas Internacional, cantidades mínimas de pedidos
- 4.7.4. Política de Precios
- 4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado
- 4.10. Plan de ventas

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

- 5.1. Objetivos de producción
- 5.2. Descripción del proceso de producción
- 5.3. Capacidad de producción
- 5.4. Plan de Producción
- 5.5. Recursos materiales y humanos para la producción
 - 5.5.1. Locaciones
 - 5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.
 - 5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.
 - 5.5.4. Requerimientos de servicios.
 - 5.5.5. Requerimientos de personal.
- 5.6. Programa de producción

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

- 6.1. Procesos Administrativos
 - 6.1.1. Descripción de los procesos administrativos
 - 6.1.2. Procesos administrativos externalizados
- 6.2. Estructura Organizacional del Negocio
 - 6.2.1. Organigrama
 - 6.2.2. Descripción funcional de la Organización
- 6.3. Recursos materiales y humanos para la administración
 - 6.3.1. Locaciones
 - 6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.
 - 6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.
 - 6.3.4. Requerimientos de servicios.
 - 6.3.5. Requerimientos de personal
- 6.4. Programa de administración

7. ASPECTOS LEGALES

- 7.1. Tipo de Organización empresarial
- 7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

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

Innovacrea es un proyecto que se pensó desde la necesidad neta y creciente de los hogares, en donde cada vez más los espacios se reducen y por ende estos deben maximizarse y aprovecharse completamente.

La empresa producirá y comercializará sala - comedores convertibles o modulares, que se recogen para formar una mesa o "puff" cuando no sean utilizadas y que al abrirse forman una sala completa con 4 sillas y una mesa y así poderse utilizar para lo que fueron creadas.

Al principio se contará con 4 líneas de este producto, enfocadas especialmente para los hogares y oficinas, la línea Apple que tiene un diseño especializado para hogares modernos, la línea flagon está diseñada para hogares un poco más pequeños, la línea round está pensada para personas con gustos un poco más tradicionales pero igual aventureros, y la línea prupose es especial para parejas jóvenes o solteros con una idea de diseño un poco más extravagante.

Inicialmente se planea vender a nivel local, con un punto de venta ubicado en el sector de Belén, sector que se identificó como especial para la venta de muebles de madera y similares.

Aunque este lugar cuenta con mucha competencia, esta es básicamente indirecta puesto que el producto vendido por innovacrea atiende necesidades diferentes al mobiliario tradicional.

También se contará con una página web para atender la demanda potencial identificada del resto de la ciudad que el punto de venta por sí solo no puede cubrir. Se planea asimismo, a nivel comercial, comenzar a realizar exportaciones en un primer escenario a Chile, país que se encontró como potencial a través de una inteligencia de mercado realizada al interior de la empresa. En Chile se plantea vender unas 100 unidades mensuales, suficientes para suplir las necesidades de este mercado; en cuanto a las ventas nacionales se determinó que se necesitan en promedio unas 60 unidades mensuales para que la empresa pueda continuar actividades comerciales.

En el plano económico, Innovacrea como proyecto cuenta con ciertos problemas: el primero es que la empresa pertenece a un sector que requiere alto personal para poder mantener una producción y funcionamiento constante y con buena calidad, por lo tanto los requerimientos de empleados son altos, sobre todo en el área productiva, cosa que para una empresa nueva puede ser complicado de sostener a nivel monetario; el segundo problema se deriva directamente del primero, aunque la materia prima utilizada (balsa) es económica, la maquinaria y personal requeridos es de alto valor, por lo cual el capital inicial de la empresa y el capital de trabajo exigible inicial es increíblemente alto para un principiante.

Si se analizan las proyecciones de la empresa, se puede observar que el proyecto como tal es tanto rentable como favorable, dejando ganancias casi desde el primer mes de operación, pero retomando los problemas anteriormente mencionados se encuentra una inviabilidad de realización a menos que se cuente con una de las 2 siguientes opciones, que el proyecto lo realice no una empresa primeriza, sino una empresa con trayectoria, que pueda realizar el préstamo necesario para comenzar con las actividades, o que en su defecto posea el capital líquido para hacerlo; o que se pueda realizar por una empresa novata pero con ayuda económica de una empresa más grande.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Juanita Aristizábal Ochoa					
Identificación:	1.017.158.936	Teléfono:	2508164	Celular:	3044887801
Dirección:	Calle 32EE#78-39		Barrio:	Laureles	
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Juanis88@gmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	X	Universitarios	
Otros Estudios:					

Natalia Arteaga Agudelo					
Identificación:	1.032.328.227	Teléfono:	5866385	Celular:	3122893552
Dirección:	Carrera 69ª # 93- 54		Barrio:	poblado	
Ciudad	Medellin	Correo electrónico:	arteagudelo@gmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	X	Universitarios	
Otros Estudios:					

Lorena López González					
Identificación:	1.035.866.684	Teléfono:	4678779	Celular:	3045500375
Dirección:	Diagonal 60ª#27BB-24		Barrio:	Niquia	
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	loren.lopez693@gmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	X	Universitarios	
Otros Estudios:					

Lorena Mazo Osorno					
Identificación:	1.035.433.383	Teléfono:	4012547	Celular:	3113236845
Dirección:	Carrera 47#43-23		Barrio:	La Pedrera	
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	lorenamazo.30@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	X	Universitarios	
Otros Estudios:					

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Las razones por las cuales realizamos este proyecto son, en primera medida, académicas buscando afianzar los conocimientos adquiridos durante el transcurso de nuestra carrera, ya que a través de este proyecto podemos acercarnos de manera directa a lo que realmente requiere y significa la realización de una empresa partiendo desde una idea innovadora de negocio y cómo desarrollarla. Sin embargo buscamos ir más allá de pensar en una idea sólo para un proyecto estudiantil, pues nuestro propósito es contar con un producto de uso cotidiano cuyas características y usos no cambien pero con un valor agregado, innovador, y llamativo para cualquier persona y tener de esta manera una posible oportunidad de crear empresa en un futuro.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

INNOVACREA



Contáctenos ¿Qué es el RUES? Cámaras de Comercio

RUES Registro Único Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Confecámaras
Red de Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Reporte de Veedurías Acceso privado

➤ Realice aquí su consulta empresarial o social

Consulte si [una empresa](#) o persona natural está inscrita en el registro [mercantil](#) de las [cámaras de comercio del](#) país. Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades.

Razón Social Nombre Razón Social Palabra Clave Número de Identificación Matrícula Mercantil Registro Nacional de Turismo

Los [resultados](#) de la consulta por [nombre](#) siempre se mostrarán en orden alfabético, y retorna todos aquellos comerciantes cuya razón social o sigla inicie con las palabras ingresadas.
Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia y Condiciones de Uso

Razón social:

Advertencia:
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

RM - Registro Mercantil **RUP** - Registro Único de Proponentes **ESAL** - **Entidad** Sin Animo de Lucro **RNT** - **Registro Nacional** de Turismo

Es la unión de dos factores importantes que caracterizan la empresa: innovación y creación de productos diferentes que facilitan la vida de los consumidores. Estos artículos no sólo hacen la vida más sencilla sino que proporcionan elegancia con un diseño único que los diferencian de los demás. Este nombre representa la misión de la empresa de una manera muy general, la cual es buscar productos cotidianos e innovarlos sin dejar de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

3.2 Descripción de la Empresa

Es una empresa pequeña dedicada a la producción, distribución y exportación de artículos de uso cotidiano como lo son las salas, con un toque diferenciador e innovador que los hace únicos en el mercado; llamando de esta manera, la atención de nuestros consumidores y persuadiéndolos de salir de lo común, sin dejar de proveerles lo que buscan en cada uno de los artículos.

Innovacrea aparte de caracterizarse por ser una empresa dedicada a la innovación y mejora de este producto cotidiano, también quiere llegar a los hogares brindándoles seguridad en su calidad y sobretodo en el excelente servicio que ofrece día a día a su mercado, pues somos conscientes de la importancia que tiene el buen servicio si queremos lograr la fidelización del consumidor, ya que no basta con ofrecer un producto bonito y diferente, si no sabemos cómo tratar y mantener al cliente.

3.3 Misión y visión

MISIÓN

Somos una empresa dedicada a la producción, comercialización y exportación de artículos mobiliarios con un diseño único y características especiales en diseño, plegables y lo más importante, que optimizan espacio.

Llegamos a nuestros clientes no sólo con los productos que les ofrecemos, sino con un servicio de calidad a través de una atención adecuada, un seguimiento durante y después de la compra del artículo, con personal totalmente capacitado en la parte técnica de cada mueble (material, cuidados, garantías, durabilidad, funciones) transmitiendo seguridad al comprador, sin dejar a un lado el respeto y la honestidad al momento de tener una relación con cada uno de ellos.

En Innovacrea somos conscientes de la importancia de contribuir a la sociedad de alguna u otra manera, por esta razón contamos con una responsabilidad social que impacta al medio ambiente, pues consiste en usar materiales amigables para el mismo al momento de realizar cada artículo, tales como el bambú.

Nuestra idea central será siempre pensar en mejorar, cambiar o innovar un producto que cualquier persona pueda usar sin cambiar sus funciones principales.

VISIÓN

En el 2017, Innovacrea será la empresa líder en el mercado a nivel nacional gracias a su exploración y trabajo constante en la originalidad de cada uno de los artículos que ofrecemos, todo con un único fin: la satisfacción total del cliente.

Asimismo, buscará estar presente en el mercado latinoamericano en países como Chile, Perú, Brasil, Argentina, Costa Rica, Panamá y Nicaragua como principal empresa importadora y comercializadora de productos innovadores.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivos a corto plazo:

- Enfocarnos en primer lugar, en nuestro mercado objetivo a nivel nacional, buscando el posicionamiento de nuestra marca y el reconocimiento por parte de nuestros clientes.
- Innovar constantemente en nuestro portafolio de diseño para ofrecer gran variedad.

Objetivos a mediano plazo:

- Nos enfocaremos en buscar un mercado internacional potencial para nuestros productos a través de un estudio de mercados a nivel Latino Americano apoyándonos en entidades del gobierno como Proexport y Cámara de Comercio.
- Entrar fuertemente al mercado suramericano a países como Brasil, Chile, Perú y Argentina con el fin de posicionarnos y mantenernos. Dos años después tener presencia en los países como Costa Rica, Panamá y Nicaragua; aprovechando los acuerdos que existen con estos países centroamericanos.

Objetivos a largo plazo:

- Mantenernos en el mercado sin perder el ideal de la empresa el cual es estar siempre en proceso de innovación y de esta manera ampliar nuestro portafolio con diferentes productos que no solo faciliten la vida en el hogar si no también la institucional (empresas, restaurantes, centros comerciales, hoteles, entre otros) captando así otros nichos del mercado.
- Buscaremos estar certificados a la norma ISO 9001 con el fin de brindar confianza y seguridad a nuestros consumidores a través de un producto con indudable calidad.
- Asistir a ferias internacionales buscando oportunidad de negocio con países europeos para empezar a tener presencia en este continente.

3.5 Ventajas Competitivas

La sala convertible tiene ciertas características que la diferencian de cualquier sala:

- Cuenta con un valor agregado en su diseño, lo que permite que sea mucho más práctica, el cual consta de una mesa en el centro con cuatro muebles del mismo tamaño e igual forma, que se pueden adecuar a cualquier espacio.
- Su diseño permite que no sólo sirva de sala sino que al momento de no utilizarse como tal, se adecua siendo una figura que decora el lugar.
- Otra de las características que hacen especial este producto es que se trata de algo que se ajusta a diferentes espacios, es decir, no sólo sirve de sala para una oficina o apartamento, también de comedor para el mismo, o para restaurantes, quizá pueda ser el mejor lugar para que los niños hagan sus tareas, lo que el cliente prefiera y de acuerdo a sus necesidades.
- Al ser todo en uno, se hace demasiado fácil su manipulación, pues en vez de mover 5 piezas (muebles y mesa), se mueve una.
- Innovacrea se diferenciará de la competencia con su calidad en servicio, en las locaciones, en el personal y obviamente en el producto que son el complemento perfecto para satisfacer a nuestros clientes con este novedoso objeto.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

La realización del producto innovador surge porque se ha observado que los espacios de viviendas, oficinas y otros lugares son demasiado pequeños, lo que ocasiona diversas problemáticas al momento de adquirir productos mobiliarios. Lo que quiere Innovacrea es ayudar a optimizar espacios mediante elementos nuevos en el mercado que brinden comodidad y diseños únicos, los cuales son unos de los elementos principales que quiere satisfacer la compañía.

3.7 Relación de productos y/o servicios

Innovacrea también tiene como misión acabar con esos incómodos casos en los que por falta de buen espacio no se puede gozar de un ambiente cómodo y bonito en su diseño; estos casos se pueden presenciar en los hogares, oficinas, centros comerciales y diferentes áreas sociales donde los lugares son muy reducidos y no es fácil disfrutar de una sala de espera, un comedor, una sala de juego; esta práctica y novedosa sala convertible resuelve todos estos factores negativos siendo un producto que se adecua según a las necesidades del usuario; por ejemplo, si el comedor no se usa en el momento, se puede convertir en una novedosa figura que reduce el espacio que ocupa y lo decora con sus innovadores diseños; Otro de los principales factores que beneficia nuestro producto es el fácil desplazamiento permitiendo mover una sola pieza sin necesidad de complicar el proceso con 5 piezas por aparte.

3.8 Justificación del Negocio

Cada vez más las ciudades crecen a un ritmo acelerado y los espacios disponibles en las grandes urbes son a su vez más pequeños, necesitando expandirse hacia arriba en aéreas reducidas y generando la necesidad de aprovechar al máximo el poco espacio disponible. No todos los apartamentos modernos poseen espacio para un comedor completo y una sala, o para una sala completa y una mesa.

La idea de este proyecto nace de esta necesidad de simplificar tanto el aprovechamiento del espacio (que cada vez es más pequeño debido a los rápidos crecimientos de las urbes), como de la necesidad de facilitar la vida de los compradores al momento de desplazar los mobiliarios, brindándoles estilo y diseño en un producto compacto y útil.

Nuestro producto se diferencia de los demás en el diseño innovador, en la facilidad que le brinda al consumidor y en el cumplimiento de las necesidades.

¿Cómo nuestro producto será capaz de satisfacer las necesidades detectadas en el consumidor?

* Con diseño de vanguardia: Que permite al usuario acomodar el mobiliario de acuerdo a su necesidad momentánea, volviéndose un sala completa si se tienen visitas en el hogar, o compactándose para volverse una sola silla para aprovechar el espacio disponible cuando las personas hayan salido.

* Diseño práctico: Fácil de movilizar, desarmar y armar en el momento.

* Materiales livianos: Fáciles de limpiar, que aparte lo hace económico y duradero.

3.9 Análisis del entorno y del sector

ANÁLISIS DEL SECTOR

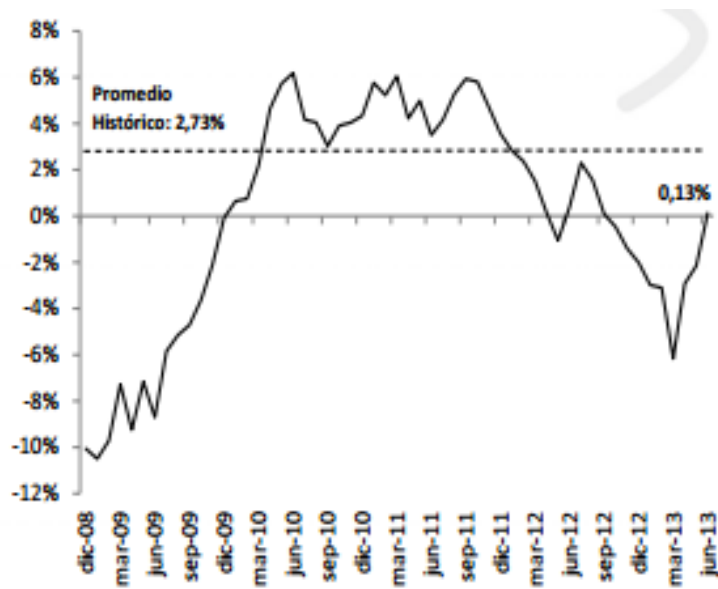
Nuestra empresa y nuestros productos se encuentran en el macro sector de las manufacturas más específicamente en el sector madera y muebles, lo cual nos permite analizar de manera eficiente las fuerzas externas que pueden afectar o beneficiar nuestro negocio.

Histórico de sector manufacturero:

Durante el periodo comprendido entre los años 2010 y 2013 el crecimiento anual promedio de la producción manufacturera tuvo unas variaciones significativas pasando del 4% al -3% respectivamente; variaciones causadas por un déficit de mano de obra calificada que afecta directamente a la productividad y la competitividad;

Esto se debe según Misas (2014) a la alta competencia y la mano de obra barata de países como Tailandia, Filipinas y China, la tercerización de la producción y la subcontratación, particularmente de los servicios industriales que junto con la revaluación del peso generaron la baja del empleo y la reducción de la producción.

Gráfico 1. Histórico Producción Industria Manufacturera



Fuente: DANE, 2013 y Cálculo Davivienda-DEEE

Establecimientos del sector manufacturero :

De acuerdo con las estadísticas provistas por el DANE en la Encuesta Anual Manufacturera (2011); dentro de los diferentes grupos industriales, el sector manufacturero representa un 70,4% de establecimientos; encabezado con un 10,6% por la producción de la prendas de vestir y con los productos plásticos ocupando un 6,9%; la fabricación de muebles como lo muestra el grafico participa con un 5,2% porcentaje que equivales a 506 establecimientos a nivel Colombia ocupando el 5to puesto de los diferentes grupos.

Gráfico 2. Establecimientos del Sector Manufacturero

Grupo industrial CIIU Rev.3	Descripción	Número de establecimientos	Part. %
Total	17 grupos	6.906	70,4
181	Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel	1.037	10,6
252	Fabricación de productos de plástico	679	6,9
242	Fabricación de otros productos químicos	643	6,6
155	Productos de panadería	589	6,0
361	Fabricación de muebles	506	5,2
289	Fabricación de otros productos elaborados de metal	435	4,4
269	Fabricación de productos minerales no metálicos ncp	411	4,2
222	Actividades de impresión	367	3,7
281	Fabricación de productos metálicos para uso estructural,	310	3,2
292	Fabricación de maquinaria de uso especial	300	3,1
192	Fabricación de calzado	287	2,9
291	Fabricación de maquinaria de uso general	267	2,7
221	Actividades de edición	243	2,5
154	Elaboración de productos de molinería, almidones	234	2,4
151	Producción, procesamiento y conservación de carne y pescado	216	2,2
158	Elaboración de otros productos alimenticios	194	2,0
369	Industrias manufactureras ncp	188	1,9

Fuente: DANE, Encuesta Anual Manufacturera

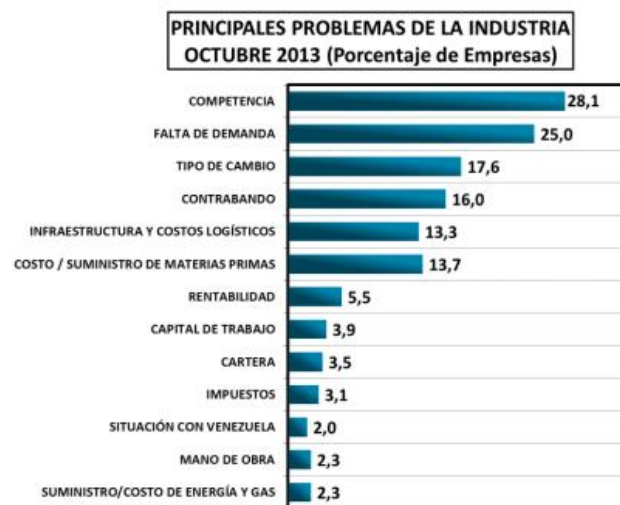
Fuente: DANE, Encuesta Anual Manufacturera

Obstáculos en el desarrollo de la industria:

De acuerdo a la Encuesta de Opinión Industrial Conjunta, en adelante EOIC (2013), dirigida a empresarios de dicho sector se halla que ellos han percibido como los principales factores que dificultan el normal desarrollo de su actividad son:

"alta competencia en el mercado, baja demanda, tipo de cambio, contrabando, infraestructura y costos logísticos, costo y suministro de materias primas y bajos márgenes de rentabilidad" (ANDI, 2013).

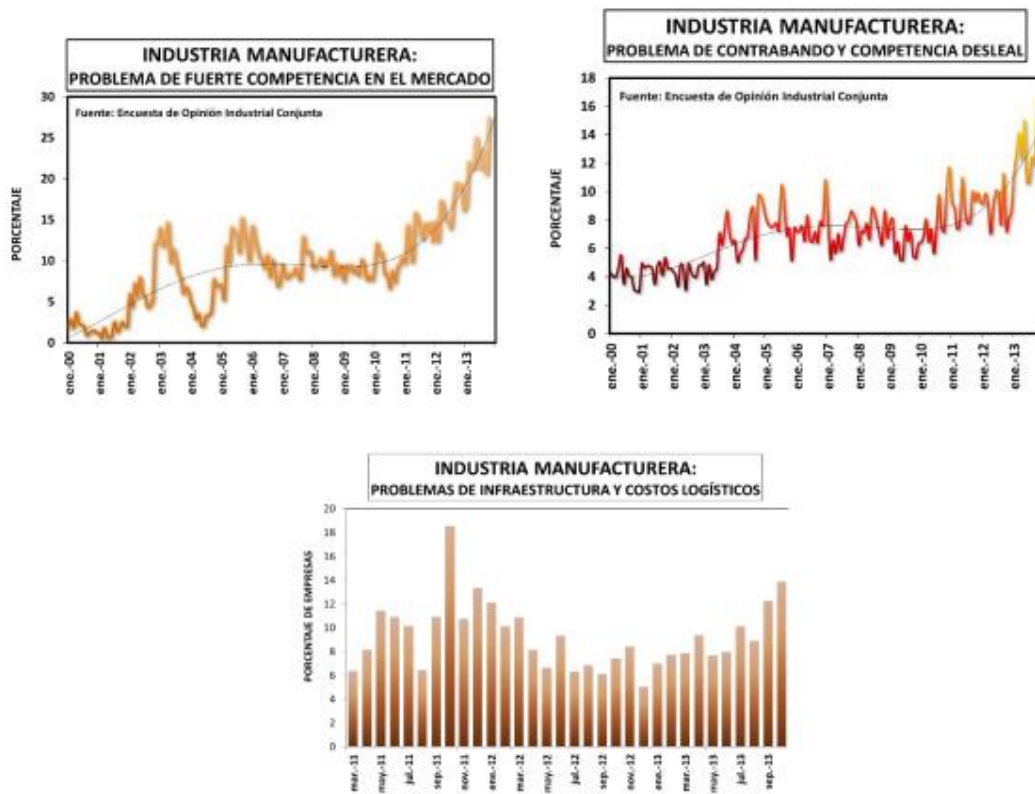
Gráfico 3. Principales Problemas de la Industria



Fuente: ANDI, 2013

Continuando con el análisis de la EOIC Estos problemas identificados por los empresarios del sector, muestran tendencias al crecimiento. Caso claro son el contrabando, la infraestructura, los costos logísticos y una fuerte competencia en el mercado (ANDI, 2013).

Gráfico 4. Detalle Problemas de la Industria.



Fuente: ANDI, 2013

Actualidad del sector:

Actualmente, a pesar de la caída del sector en los últimos años, en el primer trimestre del año 2014 según el Ministro de Hacienda Mauricio Cárdenas “la industria manufacturera continuó mostrando signos de recuperación y durante el periodo creció 3,3%.” (El País, 2014). El empleo en este sector también creció, contribuyendo al aumento inesperado que sufrió la economía

colombiana en el periodo enero – abril de 2014.

Acorde con la información de Proexport (2014) esta industria es la tercera más importante del país representando un 12% del PIB (2012), demandando anualmente más de \$897.000 millones en productos de madera, específicamente en el sector “muebles y madera”, las ventas anuales son de \$319.594 millones a nivel nacional, en donde, conforme a Sevenoticias (2014), el mobiliario es el principal producto de exportación con unas ventas en los primeros meses del 2013 de más de 32,2 millones de muebles madera.

La misma fuente especifica lo siguiente:

Según el DANE, la producción de la cadena forestal-madera-muebles, en Colombia fue de \$3,08 billones, con una contribución total a la industria manufacturera del 1,49%. Minagricultura estima que nuestro país cuenta con 17 millones de hectáreas aptas para la reforestación comercial en el Eje Cafetero, Caribe y Orinoquia. Hasta agosto del año anterior, el país tenía 453 mil hectáreas comerciales reforestadas, es decir el 2,6% del total de las tierras viables para ese fin, según cálculos de Fedemaderas. Entre 66 sectores industriales, por número de establecimientos, la fabricación del mueble ocupa el quinto lugar en el país (Sevenoticias,2014).

En cuanto al sector en Chile, en los últimos años, se destacado por su gran industria manufacturera, que se había venido sosteniendo entre el 2012 y 2013.

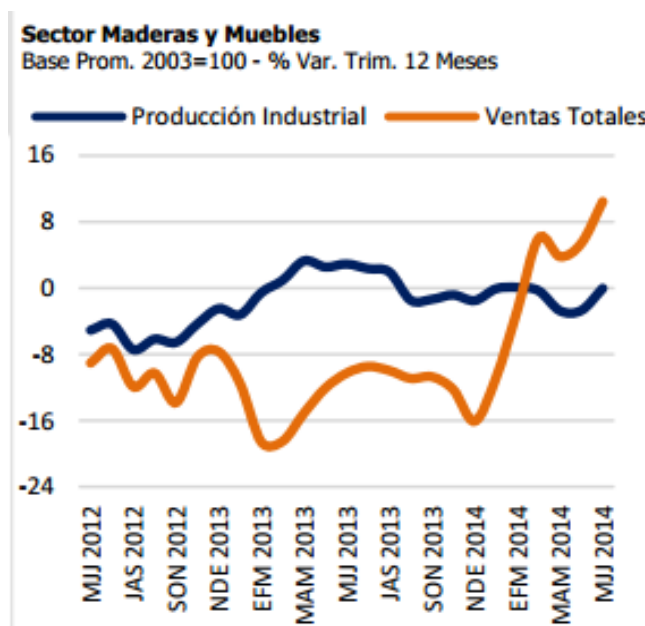
El año 2014 por otra parte es una historia diferente, de acuerdo con la Gerencia de Estudios de la Sociedad de Fomento Fabril SOFOFA (2014) la producción física del sector cayó un 1.1%, en parte este pobre comportamiento se debe a que el mismo periodo del año anterior fue uno de los más fuertes con una producción física y ventas del 4.8%.

Las ventas industriales y las internas también se disminuyeron, con un 1.9% y 3.6% menos respectivamente.

En total la producción industrial y las ventas totales en el primer semestre del año cayeron un 1.1% y un 2.2% con respecto a el mismo periodo del año anterior.

Si bien la industria chilena está viendo una pequeña recesión, el subsector de la madera y los muebles no parece, por ahora, tener muchos cambios radicales en cuanto a ventas y producción.

Gráfico 5. Producción y Ventas, Muebles y Madera en Chile.



Fuente: SOFOFA (2014)

Tomando como base la investigación realizada por la Gerencia de Estudios de la Sociedad de Fomento Fabril SOFOFA (2014) podemos encontrar que la variación en la producción entre junio de 2013 y enero de 2014 fue de solo el -0.7, mientras que la variación en las ventas en el mismo periodo fue del 4.0.

Viendo así entonces una tendencia al crecimiento de las ventas, mientras que la producción se mantiene estable.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

Variables Económicas:

Crecimiento PIB:

El PIB durante los últimos años ha registrado una tendencia al crecimiento, el cual se ve reflejado en las cifras. De acuerdo con lo citado en los periódicos El Heraldo (2013) y Portafolio (2014), entre enero y septiembre de 2013 el PIB tuvo un crecimiento del 3.9% y el gobierno tenía una meta de un crecimiento del 4.5% para principios del año 2014. El primer trimestre del año presente el PIB tuvo un crecimiento porcentual del 6.4 superando por mucho las metas propuestas desde el estado.

Por este lado el crecimiento de la economía colombiana es positivo debido a lo mencionado antes, la tendencia es al crecimiento.

Por otro lado, ya centrándonos en el sector de la industria la historia va por otro lado. Desde hace varios años el sector ha ido disminuyendo tanto en producción como en representación en el PIB, y aunque en el primer trimestre del 2014 tuvo un crecimiento del 3.3%, la tendencia es algo inestable y esto es algo que inevitablemente nos afecta de manera directa.

Inflación:

En cuanto a este factor podemos encontrar que la tendencia es a la baja, según El País (2014) la inflación del año pasado fue de 1.94% Esta tasa es inferior en 0,50 puntos porcentuales a la registrada en 2012 (2,44%), cumpliéndose la meta de inflación fijada por el Banco de la República.

Estos datos nos muestran un punto a favor debido a que entre menor sea la inflación junto con el crecimiento de la economía, encontramos que el poder adquisitivo mejorará y el precio final al consumidor será favorable y competitivo.

Inversión extranjera:

Según el periódico El Espectador (2014), el ministro de Hacienda, Mauricio Cárdenas Santamaría, asegura: “uno de los grandes objetivos de este cuatrienio será mantener el ritmo de crecimiento de la economía. Para lograrlo es necesario acelerar la inversión, que es actualmente 30% del Producto Interno Bruto, por lo que la meta para el 2018 será llevarla al 32%. Es una declaración que a simple vista parece conservadora, porque el comportamiento de algunos indicadores macroeconómicos, como el PIB que creció 6,4% en el primer trimestre del 2014, o el desempleo que se encuentra en niveles cercanos al 9%, pueden representar las condiciones ideales para cumplir con el objetivo, sin embargo, las cifras indican que la realidad en este aspecto es otra”.

También se muestra que la IED disminuyó aproximadamente un 5%, lo cual se explica por una reducción en la producción petrolera, ya que casi el 80% de la inversión entrante llega al sector minero-energético.

Si la tendencia de la baja en la producción del petróleo sigue, la IED seguirá disminuyendo

afectando de manera negativa la economía colombiana y de igual manera el sector de las manufacturas que, de por sí, ya está muy aporreado.

TRM:

Este factor afecta enormemente a cualquier sector de la economía, especialmente por la alta volatilidad de este, con variaciones de \$2500 por dólar en 2009 a \$1798 en 2012, a una leve alza a inicios del 2014, y luego a la baja de nuevo a mediados del mismo año.

Se mantiene por ahora una tendencia a la baja del dólar, pero esto puede cambiar en un segundo con la desaceleración de la economía estadounidense.

Esa inestabilidad es la que más afecta al sector puesto que la consecución de materia prima puede pasar de económica a costosa en cuestión de días.

Consumismo:

Los productos manufactureros son adquiridos principalmente por las personas que tienen constituida una familia, donde se encuentra madre, padre e hijos, que cada vez se deben suplir las necesidades de estos; pero es importante resaltar que las personas que vive solas también son consumidoras de elementos manufacturados los cuales brindan confort y calidad de vida.

Género:

En el sector manufacturero las mujeres son las principales personas que se involucra en la

toma de decisiones, ya que se involucran en todas las características como lo son el diseño, calidad, precio y color.

Edades:

Las principales edades de consumismo son entre los veinte años a los cuarenta años, puesto que entre estas edades prevalecen las tendencias, innovación y moda de la actualidad.

Estratificación y poder adquisitivo de las familias:

Los hogares entre los estratos 3,4,5 y 6 son los mayores adquiridores de mueble, ya que siempre buscan la comodidad y diversos diseños de calidad.

Variables Ambientales:

Deforestación:

Esta variable es de gran importancia para nuestra empresa puesto que mediante los arboles obtenemos la madera. Además pensamos en que la adquisición de esta materia prima sería en árboles, que su tiempo de crecimiento sea más corto con respecto a los demás, como lo es el caso del balsa, que su crecimiento es de aproximadamente entre tres a cuatro años y no es una especie en peligro lo cual es nuestro principal objetivo en el cuidado del medio ambiente.

Sequía:

Este factor es bastante influyente para el crecimiento de nuestra principal materia prima, puesto que la sequía provocaría mayor probabilidad de escasez de árboles y naturaleza.

Cambio Climático:

Es primordial conocer esta variable puesto que de acuerdo a esta sabemos los tiempos climáticos durante los cuales se presencia el mayor crecimiento de árboles de balsa, para podernos abastecer y producir nuestro bien.

Ley 1731 de Julio 31 del 2014: Esta ley regula todas las medidas en materia de financiación para la reactivación del sector agropecuario, pesquero, acuícola, forestal y agroindustrial.

De acuerdo con el portal Gestarsalud (2014), su principal propósito es fomentar la gestión de riesgo en todos los aspectos ambientales, además cuenta con incentivos para aquellas entidades o personas que generen e implementen esta gestión.

Otro de los puntos importantes a tener en cuenta que esta ley regula son los problemas fitosanitarios o plagas que afecten de manera general y en forma severa a cultivos o productos agropecuarios, pesqueros y forestales.

Esta es una de nuestras principales leyes a tener en cuenta, porque es la reguladora en el tema forestal, de donde procede nuestra primordial fuente de materia prima para la producción segura de nuestro producto.

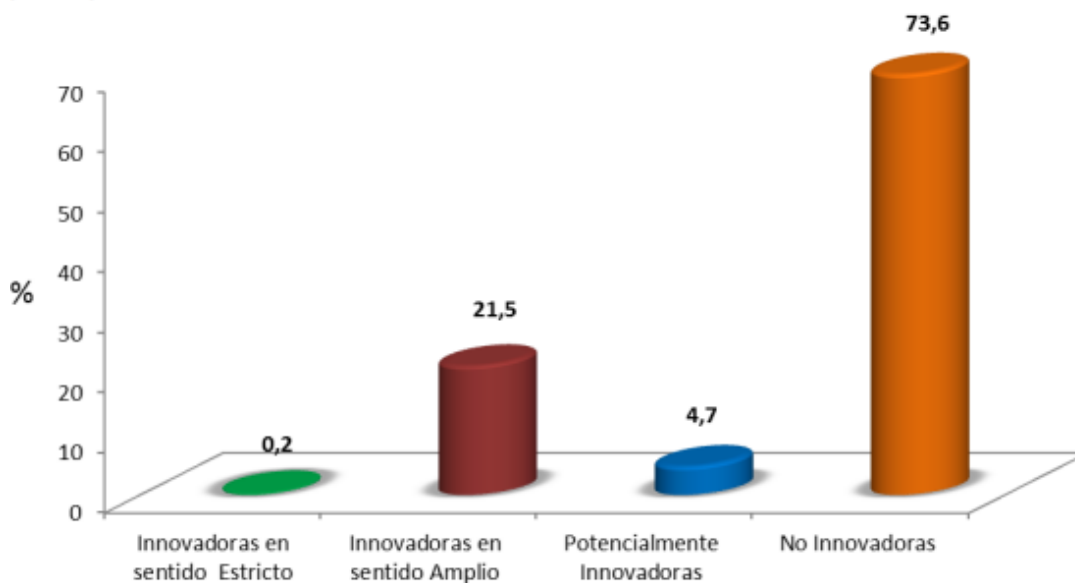
Variables Tecnológicas:

El desarrollo de la tecnología en el sector manufacturero:

El desarrollo tecnológico va íntimamente ligado a la innovación. En un mundo donde la buena calidad es un requisito y no un "valor agregado", las empresas cada día más deben implementar cambios tecnológicos acordes al sector y al mundo.

En conformidad con las investigaciones proporcionadas por el DANE, y de acuerdo con su tipología de empresas "Para el periodo 2011 - 2012, 0,2% de las empresas se clasifican como innovadoras en sentido estricto; 21,5% en sentido amplio; 4,7% como potencialmente innovadoras y 3,6% se clasifican como no innovadoras"(DANE, 2013).

Gráfico 6. Distribución de las Empresas Industriales por Tipología Definida en Función de Resultados de Innovación

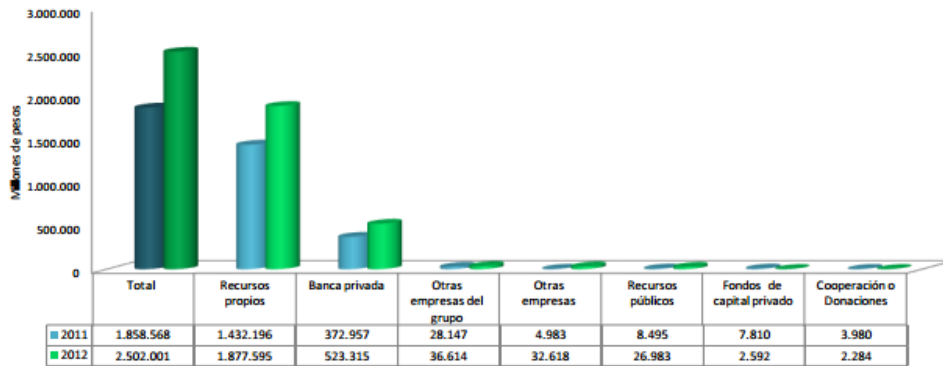


Fuente: DANE (2013)

Otro factor importante es la procedencia de los fondos para la financiación de las Actividades Científicas, Tecnológicas y de Innovación (ACTI), tal como lo muestra la Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica en la industria manufacturera (o EDIT) realizada por el DANE " De los \$1,9 billones que las empresas destinaron a la realización de ACTI en 2011, \$1,4 billones fueron recursos propios; de los \$2,5 billones que invirtieron en 2012, \$1,9 billones

correspondieron a recursos propios" (DANE, 2013).

Gráfico 7. Montos Financiados con Recursos Públicos para Realizar ACTI Distribuidos por Líneas de Cofinanciación Total Nacional 2011 y 2012



Fuente: DANE - Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica en la industria manufacturera – EDIT VI

www.dane.gov.co

Fuente: DANE (2013)

De esta información podemos determinar que el mercado colombiano, especialmente el sector manufacturero carece enormemente de tecnificación y apoyo de inversión, lo que dificulta la competencia con empresas y productos de países desarrollados, en donde la tecnología es *Musthave*.

Variable Cultural:

A pesar de que los muebles se han construido tradicionalmente con madera y que hoy por hoy esta materia prima sigue siendo una de las más usadas en la industria del mueble debido a sus múltiples ventajas (generalmente es de fácil manipulación, resistente, existe gran variedad), actualmente existe una preferencia por el uso de materiales en la producción de salas, que ayuden al cuidado y sostenimiento del medio ambiente buscando *“reducir notablemente la utilización de la madera y de los químicos que intervienen en el proceso productivo de los muebles convencionales; los cuales tienen reproceso que consumen energía”* (Castro, 2012) sin dejar a un lado la innovación en el diseño.

El mercado de este producto es cada vez más exigente, ya que no sólo desea un mueble con un eco-diseño en el cual sentarse y sentirse cómodo, sino que sea práctico y de fácil manipulación al momento de moverlo de un lugar a otro; es decir, se hace necesario la combinación entre elementos funcionales amigables con el medio ambiente pero de un alto nivel innovativo.

Innovacrea no tiene una competencia directa debido a que el diseño de nuestro producto no existe en el mercado, por lo tanto para conocer cuáles serían nuestros competidores indirectos, será necesario investigar aquellas empresas que comercializan una línea de muebles diferentes a

los convencionales. Tugo, Muebles Juventud, Falabella, entre otras, serían nuestra competencia a nivel nacional; dentro de nuestra competencia en Chile se encuentran Muebles Sur, Easy, Masisa S.A.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

- Una de nuestras estrategias para hacernos reconocer en el mercado durante los primeros meses es participar en ferias empresariales con el fin de buscar excelentes oportunidades de negocio, especialmente con los almacenes de grandes superficies, con la idea de tener unas ventas mensuales de 20 salas convertibles inicialmente.
- Atraeremos la atención de nuestro mercado meta (hogares, empresas) mediante de una publicidad llamativa que nos permita llegar a él con el fin de hacer conocer nuestro producto estrella en un lapso de tiempo de menos de seis meses. También nos apoyaremos en un comercio electrónico para tener una comunicación más directa entre Innovacrea y sus clientes, aprovechando las diferentes redes sociales.
- En un año, Innovacrea tendrá sedes propias en las principales ciudades del país, pues para este tiempo contará con varias líneas en su producto estrella (infantil, ejecutiva, industrial) las cuales se ofrecerán allí. Y de esta manera llegará a tener ventas anuales de 1000 salas.

- En un plazo de 2 años aproximadamente, tendremos una captación de un 80% del mercado nacional gracias a los diferentes canales de distribución que permiten llegar a cualquier cliente del país, a las tiendas propias y a todas las adecuaciones que a través del paso del tiempo se van realizando al producto debido a las exigencias del mercado según el momento.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Sala Convertible Apple:



Google (2014)

Es una pequeña sala; cuenta con una mesa en el centro redonda de color blanco, con Diámetro de 50cm Alto 60cm , cuatro sillas de color rosa o rojo dependiendo el gusto, su forma circular encaja en la mesa formando la silueta de una manzana, sus medidas son iguales para las 4 sillas Ancho de 40cm, Alto 90cm.

Sala convertible Flagon:



Google (2014)

Esta sala convertible consiste en dos pequeños asientos en forma circular con Diámetro 50cm y alto de 45cm, una mesa de centro con Diámetro 40cm Alto 30cm; al unir estas piezas una sobre la otra formamos la forma de un jarrón.

Sala convertible Round:



Google (2014)

Una mesa redonda con Diámetro de 60cm y Alto de 70cm, con 4 sillas ovaladas en su espaldar y base para el asiento con una forma que en caja en la mesa, juntas las piezas forma una mesa de centro.

Sala convertible Purpose:



Google (2014)

Esta sala consta de una mesa cuadrada de puntas redondas con Ancho de 60cm Alto 70cm y cuatro asientos de 30cm de Ancho y 60cm de Alto, con la forma de las esquinas de la mesa que permite unir las piezas y formar una mesa de centro semi cuadrada, de la parte trasera baja de las sillas se despliegan unos cajones.

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Perfil de la demanda:

- Mujeres - Hombres (Familias)
- En estratos 3-4-5-6
- Que vivan en apartamento

Demanda en Medellín:

- 1) Mujeres: 1'253.359
- 2) Hombres: 1'114.923
- 3) Hogares: 714.909
- 4) Hogares por estrato:
 - estrato 3: 206.650 hogares
 - estrato 4: 78.514 hogares
 - estrato 5: 58.132 hogares
 - estrato 6: 31.190 hogares

- *Total hogares: 374.486*

5) Porcentaje de hogares que viven en apartamento: 68,29%

Demanda:

$$\begin{array}{c} 374.486 \longrightarrow 100\% \longrightarrow 255.736 \text{ hogares que viven en apartamento (aprox)} \\ x \longleftarrow 68,29\% \end{array}$$

Demanda Nacional:

1) Población actual: 48.202.617 (est. 2015)

2) Porcentaje de hogares por estrato:

- Estrato 3: 27,1% (12.841.906 personas)
- Estrato 4: 6,3% (2.985.388 personas)
- Estrato 5: 1,9% (900.355 personas)
- Estrato 6: 1,2% (568.646 personas)
- *Total personas: 17.296.295*

3) Promedio de personas por hogar: 3,9 personas.

4) Cantidad de hogares en Colombia:

$$17.296.295 / 3,9 = 4.434.947 \text{ hogares (Aprox)}$$

5) Porcentaje de personas a nivel nacional que viven en apartamento: 24,8%

$48.202.617 \times 24,8\% = 11.954.249$ Personas que viven en apartamento (aprox)

$11.954.249/4.434.947 = 2,7 \rightarrow 2,7\%$ de los hogares viven en apartamento (aprox)

Demanda:

$11.954.249 \times 2,7\% = 303.885$ hogares que viven en apartamento (aprox).

Total demandas:

Medellín: 255.736 (aprox)

Nacional: 303.885 (aprox)

Demanda internacional:

Se estudiaron 4 países para determinar nuestro mercado meta; Chile, Ecuador, Perú y Argentina son los 4 países suramericanos que nos brindan una oportunidad de negocio considerable para el tipo de producto que deseamos exportar (sala convertible); pero es Chile quien ofrece mejores condiciones para llegar allí debido a los siguientes factores:

1. Su PIB está dentro de los más altos entre los 4 países seleccionados, quiere decir que el desarrollo de su economía es bueno.
2. Los ingresos de los chilenos son más altos que los ecuatorianos, argentinos y peruanos, es

decir, tienen un mejor estilo de vida.

3. Su inflación es del 1,7%, la más baja entre Argentina, Ecuador y Perú; Lo cual nos beneficia debido a que hay más probabilidades de que adquieran nuestras salas.

4. El arancel de Chile es tan sólo del 6% y aunque en Argentina es del 0%, este último tiene un riesgo muy alto de no pago porque su entorno político y económico es muy inseguro, a diferencia de Chile, que es el que brinda poca probabilidad de no pago.

Demanda de Chile:

División socioeconómica en Chile:

La población se divide en 6 estratos

* ABC1: Clase alta, haría las veces del estrato 6 en Colombia.

* C2: Clase media alta, haría las veces del estrato 5.

* C3: Clase media, haría las veces del estrato 4.

* D: Clase media baja, haría las veces del estrato 3.

* E: Clase baja, haría las veces del estrato 2.

* F: Pobreza, Haría las veces del estrato 1.

Perfil del consumidor en Chile.

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE – ESUMER - Carlos Mario Morales C

Hogares de los estratos socioeconómicos ABC1, C2, C3 y D; que vivan en apartamento.

Demanda:

Población total en Chile: 17.363.894

Información recopilada de "WorldFactbook". CIA.

Porcentaje de personas que viven en cada estrato:

* ABC1: 5%

* C2: 12%

* C3: 19%

* D: 41%

* Total: 77%

Promedio de habitantes por hogar: 3,7 personas.

Estadísticas recopiladas de "Informe actualización grupos socioeconómicos, 2013".

InteractiveAdvertising Bureau.

Porcentaje de habitantes que viven en apartamento: 12%

Estadísticas recopiladas de "Censo 2002". INE

$17.363.894 \times 77\% = 13.370.198$ personas que viven en estratos ABC1, C2, C3 y D.

$13.370.198/3,7 = 3.613.567$ hogares en los estratos ABC1, C2, C3 y D.

$3.613.567 \times 12\% = 433.628$ hogares en los estratos ABC1, C2, C3 y D que habitan en apartamento (aprox).

Gráfico 8. Demanda del Mercado

Demanda del mercado	Nacional	MEDELLIN	CHILE
Mujeres y hombres (familias)			
Mujeres		1'253.359	
Hombres		1'114.923	
Hogares		714.909	
Hogares por estrato			
estrato 3	12.841.906	206.650	
estrato 4	2.985.388	78.514	
estrato 5	900.355	58.132	
estrato 6	568.646	31.190	
TOTAL	17.296.295	374.486	
Porcentaje de hogares q viven en apartamentos	303.885	255.736	433.628

Creación propia (2014)

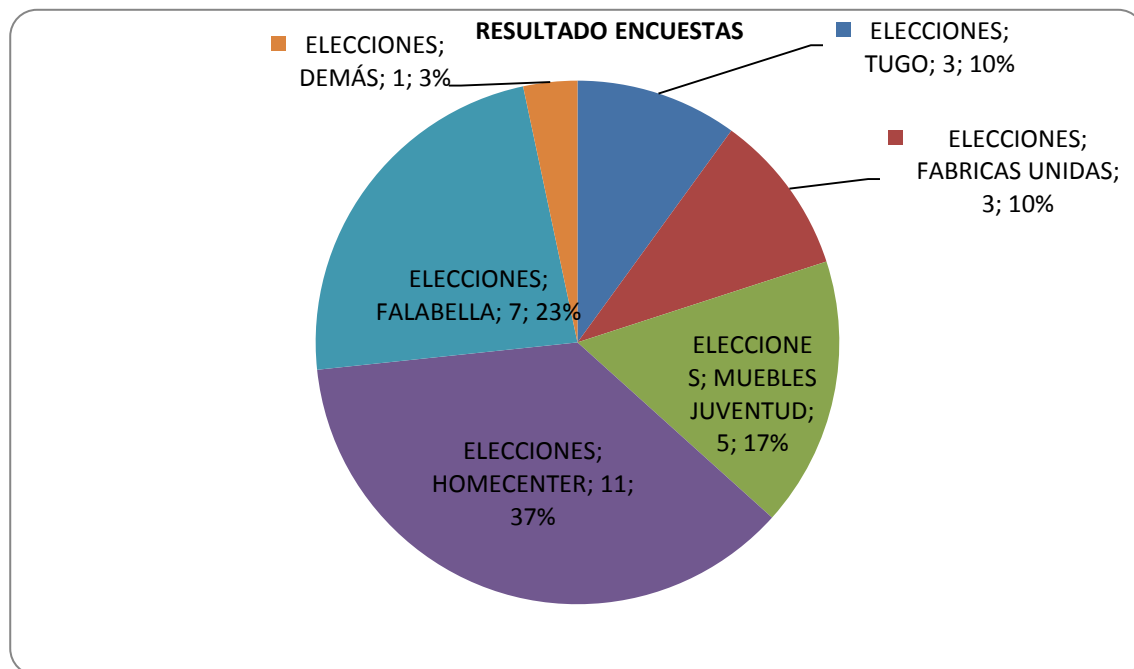
A través de una encuesta se segmentaron los mercados competidores de la siguiente manera (Ver anexo 1):

Gráfico 9. Competencia

EMPRESAS	ELECCIONES	PORCENTAJE
TUGÒ	3	10%
FABRICAS UNIDAS	3	10%
MUEBLES JUVENTUD	5	16,70%
HEMOCENTER	11	36,70%
FALABELLA	7	23,40%
DEMÁS	1	3,40%
TOTAL	30	100%

Creación propia (2014)

Gráfico 10. Resultados Encuesta Aplicada



Creación propia (2014)

De acuerdo con estos resultados, agrupamos los de menor porcentaje para crear la proporción

del mercado denominada "Otros", donde, según tamaño de mercado, estamos ubicados nosotros.

Según esto obtuvimos los siguientes resultados:

Gráfico 11. A. Resultados encuesta aplicada.

EMPRESAS	ELECCIONES	PORCENTAJE
MUEBLES JUVENTUD	5	16,70%
HEMOCENTER	11	36,70%
FALABELLA	7	23,40%
DEMÁS	7	23,40%
TOTAL	30	100%

Creación propia (2014)

Gráfico 12. Secciones del Mercado.



Creación propia (2014)

Con esta información podemos determinar nuestra demanda potencial de 2 maneras:

1) Si nos ubicamos dentro de la segunda sección "demás" que representa el 23% del mercado, tendríamos una demanda potencial en Medellín de 58.819 familias, y en Colombia de 69.893 familias, determinadas de esta manera:

Demanda Medellín sin filtro: *255.736 hogares*

$255.736 \times 23\% = 58.819$ hogares potenciales.

Demanda Colombia sin filtro: *303.885 hogares*

$303.885 \times 23\% = 69.893$ hogares potenciales.

2) Si nos ubicamos dentro de la primera sección "demás" que representa el 3,4% tendríamos una demanda potencial en Medellín de 8.439 hogares y en Colombia de 10.028 hogares.

Demanda Medellín sin filtro: *255.736 hogares*

$255.736 \times 3.4\% = 8.439$ hogares potenciales

Demanda Colombia sin filtro: *303.885 hogares*

$303.885 \times 3.40\% = 10.028$ hogares potenciales.

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

Como anteriormente se ha misionado las salas convertibles van dirigidas para las familias que se encuentran en los estratos 3,4,5 y 6, donde quieren suplir las necesidades como lo son la comodidad, diseños sofisticados y claramente buena calidad. Además es importante que al estar ubicados dentro de estos estratos también buscan la economía sin dejar atrás los factores ya mencionados, de los cuales la empresa tiene como objetivo principal.

Las variables que se tuvieron en cuenta para el estudio de las principales necesidades a satisfacer del consumidor fueron:

- Diseño
- Calidad
- Buen servicio
- Innovación
- Precio

Estas variables son determinantes para la empresa, porque de esta manera se conoce a fondo los objetivos de la compañía.

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

Los principales medios que tuvo en cuenta la empresa para el análisis de los gustos del consumidor, fue mediante la realización de una encuesta, donde se analizaron cuales son los principales factores en el que se centra el consumidor al momento de comprar muebles para su hogar.

c) Aplicación de la Medios

La encuesta se realizó a diversas personas, dentro de las cuales se encuentran las amas de casa y estudiantes, esta se llevó a cabo físicamente, el día 30 de agosto del 2014. Donde la compañía logro identificar los principales competidores y gustos del consumidor.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Tipo de consumidor: Innova crea, quiere llegarle al cliente directamente, puesto que de esta manera la empresa brindara un servicio de calidad, conociendo así las fortalezas y debilidades a mejorar en cuanto al producto y al servicio prestado.

Criterios de compra del consumidor: el precio, la calidad del producto y servicio, los diseños,

las tendencias actuales, las garantías del producto que brinda la empresa y la comodidad del bien. Perfil del consumidor: para innova crea es de gran importancia conocer al cliente, porque de esta manera se conocen las principales necesidades, el rango de edad al cual la empresa le quiere llegar son los hombres y mujeres entre los 20 a los 40 años, puesto que dentro de estas edades prevalece el buen gusto por los objetos modernos, la comodidad que puede brindar el producto y los estilos según los gustos.

Ubicación de los consumidores: inicialmente se pretende vender los productos en el sector de la 80, comuna 16 Belén, en la ciudad de Medellín, Colombia.

A futuro la empresa tiene como objetivo ubicarse en la ciudad de Santiago de Chile, Chile

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

Gráfico 13. Proveedores y Cantidades Necesarias por Mes

DISTRIORU			
PRODUCTOS	CANT/MES	PRECIOS	TOTAL
Servilletas	8	\$1.100	\$8.800
Limpiavidrios Líquido x 360 mm	2	\$3.500	\$7.000
Trapeadora x 300 gr	2	\$4.500	\$9.000
Escoba	2	\$4.200	\$8.400
Cepillo para pisos	2	\$4.000	\$8.000
Recogedor	2	\$3.200	\$6.400
Limpiones	5	\$1.000	\$5.000
Esponjilla	2	\$1.000	\$2.000
Papel Higiénico und	48	\$1.500	\$72.000
Jabón Líquido para manos	2	\$4.200	\$8.400
Límpido garrafa	2	\$7.800	\$15.600
Guantes	4	\$3.250	\$13.000
Ambientador	4	\$4.000	\$16.000
Axión	3	\$4.500	\$13.500
Café bolsa x 5 libras	3	\$41.000	\$123.000

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE-
Plan de Negocios

Aromatica	3	\$2.100	\$6.300
Azúcar x 5 libras	3	\$5.100	\$15.300
TOTAL			\$337.700

HOMECENTER			
Escritorios	14	\$379.900	\$5.318.600
Sillas Ejecutivas	14	\$159.900	\$2.238.600
Persianas	5	\$29.900	\$149.500
Mueble archivadores 4 módulos	4	\$29.900	\$119.600
sillas intelocutoras	6	\$49.900	\$299.400
silla para sala de reuniones	6	\$49.900	\$299.400
mesa para sala de reuniones	1	\$1.200.000	\$1.200.000
Vajilla	1	\$72.000	\$72.000
Jarra	2	\$20.000	\$40.000
Hielera	4	\$13.000	\$52.000
Cubiertos	1	\$31.000	\$31.000
Nevera	2	\$919.000	\$1.838.000
Microondas	2	\$95.000	\$190.000
Cafetera	2	\$69.000	\$138.000
Espejo	2	\$25.000	\$50.000
Cuadros	3	\$36.000	\$108.000
Reloj	3	\$35.000	\$105.000
Floreros	2	\$20.000	\$40.000
Iluminación	5	\$500.000	\$2.500.000
Telefono	14	\$140.000	\$1.960.000
Papeleras	15	\$17.900	\$268.500
Botiquin P.Auxilios	2	\$100.000	\$200.000
TOTAL			\$17.217.600

PAPELERIA PINGÜINO			
Resma papel carta	5	\$6.000	\$30.000
Lapiceros caja x 12 und	2	\$14.400	\$28.800
Grapadoras	14	\$7.800	\$109.200
Ganchos para grapadora	10	\$1.200	\$12.000
Perforadora	14	\$8.000	\$112.000
Lápiz 12 und	3	\$8.400	\$25.200

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE-
Plan de Negocios

Carpetas legajadoras	20	\$1.000	\$20.000
Sellos	4	\$8.000	\$32.000
Hueller	4	\$3.000	\$12.000
Humedecedor	4	\$2.200	\$8.800
Tijeras	14	\$4.100	\$57.400
Resaltadores	14	\$1.500	\$21.000
Reglas	14	\$800	\$11.200
Chinchas x 50 und	14	\$800	\$11.200
Calendarios	14	\$1.200	\$16.800
Liquid Paper	14	\$4.000	\$56.000
Marcadores	14	\$1.400	\$19.600
Borradores	14	\$1.000	\$14.000
Calculadoras casio	14	\$13.000	\$182.000
Quita ganchos	14	\$1.100	\$15.400
Folder archivador	4	\$4.200	\$16.800
Clips	6	\$700	\$4.200
Clips mariposa	6	\$900	\$5.400
Cintas transparente escritorio	14	\$1.000	\$14.000
Pegastick	5	\$2.200	\$11.000
Sobres de manila carta	15	\$250	\$3.750
sobres de manila oficio	15	\$300	\$4.500
Tinta sellos negro	5	\$4.800	\$24.000
A-Z tamaño carta	4	\$5.100	\$20.400
Legajadores x 30 und	5	\$2.000	\$10.000
Caja Menor	1	\$8.700	\$8.700
recibos de caja menor	10	\$1.000	\$10.000
Bisturí	4	\$4.600	\$18.400
Cuchillas x 12 und	2	\$3.000	\$6.000
Portaminas	14	\$2.200	\$30.800
Minas 0.7	14	\$1.100	\$15.400
TOTAL			\$997.950

FALABELLA			
Computadores de mesa	11	\$279.990	\$3.079.890
Computador portatil	4	\$509.000	\$2.036.000
Televisor LED 40"	1	\$319.990	\$319.990
Impresora multifuncional	2	\$184.990	\$369.980
TOTAL			\$5.805.860

DROGERIA MAS DESCUENTO			
Dolex Forte	6	\$11.000	\$66.000
Ibuprofeno	6	\$2.500	\$15.000
Curas x caja	2	\$2.000	\$4.000
Algodón	2	\$2.200	\$4.400
Microporo	2	\$3.000	\$6.000
Agua Oxigenada	2	\$3.000	\$6.000
TOTAL			\$101.400

Creación propia (2014)

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Los insumos son una parte importante en la empresa aunque no es un material primario, son objetos que hacen parte y facilitan un proceso, por esto es muy importante tener buenos proveedores, tener buenas relaciones y negociaciones con ellos ya que es fundamental conseguir insumos de buena calidad y buen precio.

Para realizar un estudio de proveedores debemos tener presente unos factores importantes:

- * Las características del producto, que satisfaga las funciones para las que se requiere.
- * La calidad, uno de los más importantes factores que a su vez nos determina un precio, el cual debe ser acorde a lo que se está pidiendo, accesible y justo.
- * Las facilidades de pago como plazos de pago, pagos en línea.
- * El servicio, las relaciones con nuestros proveedores a pesar que la relación es de negocios

también se busca tener acercamiento, donde se beneficien las dos partes y se puedan tener alianzas estratégicas que nos permita negociar términos de pago y precios.

* A pesar de que no es conveniente depender de un solo proveedor, se busca un proveedor que tenga la mayoría de productos para poder tener una negociación completa.

* Un proveedor mayorista que no tenga muchos intermediarios.

Lo que se busca con estos factores es facilitar en proceso de abastecimiento de insumos de la empresa, buenos precios y buena calidad.

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

Fue necesario realizar diferentes investigaciones a través de visitas a su página web, la solicitud de cotizaciones para comparar las variables que buscábamos entre un posible proveedor y otro, asimismo nos basamos en las referencias de colegas en el mundo empresarial, logrando de esta manera identificar cuál sería el proveedor más conveniente para cumplir con las necesidades que tiene Innovacrea en cuanto a papelería, utensilios de aseo y cocina, muebles de oficina y decoración.

c) Aplicación de la Medios

El día sábado 30 de Agosto del presente año, se solicitaron diferentes cotizaciones vía telefónica a cada uno de los posibles proveedores, entre ellos se encuentran Distrioru que sería la

empresa que nos suministrará los elementos de aseo y cafetería, Papelería Pingüino para los artículos de papelería, Elementos y Complementos proveedor de artículos de oficina y Homecenter para todos los objetos de decoración, cuyos precios se sacaron de su página web.

d) Resultados del estudio de los proveedores

Gráfico 14. Evaluación de los Proveedores

NOMBRE	DIRECCIÓN	CONTACTO	PRODUCTOS	PRECIOS	FORMA DE PAGO	TIEMPO DE ENTREGA	CALIDAD
Distrioru	Cr 51 # 41-144	Olga Cruz	Aseo y Cafetería	Accesibles	Contado	Inmediata	Muy buena
Elementos y Complementos	Cr 29D # 6A-05 Transv Inferior. Mall Piazza Bella	Diana Agudelo	Muebles de Oficina	Favorables	60% Anticipo y 40% entrega	De 50 a 60 días	Excelente
Homecenter	Cll 31A con Cr 82. CC Los Molinos.	Johan Restrepo	Decoración	Accesibles	Contado	Inmediata	Excelente
Papelería Pingüino	Cr 52 # 45-64 Centro	Mary Luz Lopera	Papelería	Económicos	Contado	Inmediata	Buena
Droguería Más Descuentos	Cll 58n # 47-47 Poblado	Gonzalo Rúa	Medicinas	Favorables	Contado	Inmediata	Muy buena

Creación propia (2014)

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

Gráfico 15. Competidores

Analizando la competencia, encontramos como principales competidores(indirectos)de nuestro producto a nivel nacional:

NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	CIUDAD	PRODUCTO
TUGÓ	Costado oriental - Autopista norte calle 193	2405880	Medellín	Muebles de diseño
FABRICAS UNIDAS	Autopista sur n 31-45	3731313	Itagüí	Muebles de madera tradicionales
MUEBLES JUVENTUD	Autopista norte cra 64 aa n 113 ^a	2737579	Bello	Muebles tradicionales y de diseño
HOMECENTE	Cll 44 n 65-100		Medellín	Muebles RTA

R				
FALABELLA	Cil 99n 114-132		Bogotá	Muebles tradicionales
EASY	Cil 60n 56-77	6043744	Medellín	Muebles RTA

En nuestro mercado internacional objetivo (Chile):

NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	PRODUCTO
EASY	Avda Kennedy 9001, Piso 5to. Santiago.	6006003279	Muebles RTA
FALABELLA	Manuel Rodríguez 730, Santiago de Chile.	2238020000	Muebles de diseño
MUEBLES SUR S.A	Orrego Luco 150, Santiago de Chile.	227700420	Muebles de diseño
RIPLEY	Avda Kennedy 5413, piso 6. Santiago.	6006000202	Muebles de diseño
MASISA S.A	Av Apoquindo 3650, piso 10. Santiago	23506000	Muebles de diseño
CENTEC S.A	ZenobioGutiérrez, lote G1. Lautaro	45996865	Muebles tradicionales

Creación propia (2014)

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Dentro de nuestros competidores nacionales se analizaron varios aspectos, entre ellos cual era el principal medio de comunicación por el cual se hacen conocer a los clientes, aquí encontramos por medio de una encuesta realizada que entre todos los medios de comunicación utilizados por estas empresas, los más atractivos para los compradores son: las vallas publicitarias, comerciales de televisión y las redes sociales.

Otro de los puntos a analizar es cuáles son sus ventajas o diferenciaciones en cuanto a valor y diseño, la calidad del producto final y las estrategias publicitarias que utilizan para atraer y fidelizar a los clientes.

En cuanto a nuestros competidores chilenos se analizaron las tendencias que utilizan en el momento de diseñar el mobiliario, para determinar cuáles son los preferidos por los consumidores de ese país, el nivel de ventas de tiendas fuertes como Cencosud (Easy) y Falabella; y la cantidad de importaciones de muebles y de qué países los importan.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Los puntos a analizar de los competidores a nivel nacional se analizaron de 2 maneras, la primera fue, como se menciona anteriormente, a través de una encuesta realizada a 30 personas de diferentes edades para conocer sus preferencias y gustos de cada empresa y porqué; otra de las formas utilizadas fue la lectura de los estados financieros para analizar la capacidad de ventas de cada uno de ellos.

c) Aplicación de la Medios

Se le realizó la encuesta los días 31 de agosto y 1° de septiembre, a una muestra de 30 personas entre ellas:

- amas de casa
- estudiantes
- solteros
- familia

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Gráfico 16. Evaluación Competidores.

NOMBRE	DIRECCION	CIUDAD
TUGÓ	Costado oriental - Autopista norte calle 193	Medellín
FABRICAS UNIDAS	Autopista sur n 31-45	Itaguí
MUEBLES JUVENTUD	Autopista norte cra 64 aa n 113 ^a	Bello
HOMECENTER	Cll 44 n 65-100	Medellín
FALABELLA	Cll 99n 114-132	Bogota
EASY	Cll 60n 56-77	Medellín

Creación propia (2014)

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

La distribución de las salas convertibles, se va a realizar a través de la venta directa, contado con establecimientos propios y buscando de esta manera un contacto directo con el consumidor, ya que es importante para Innovacrea, brindar comodidad, satisfacción y un servicio de calidad hacia el cliente.

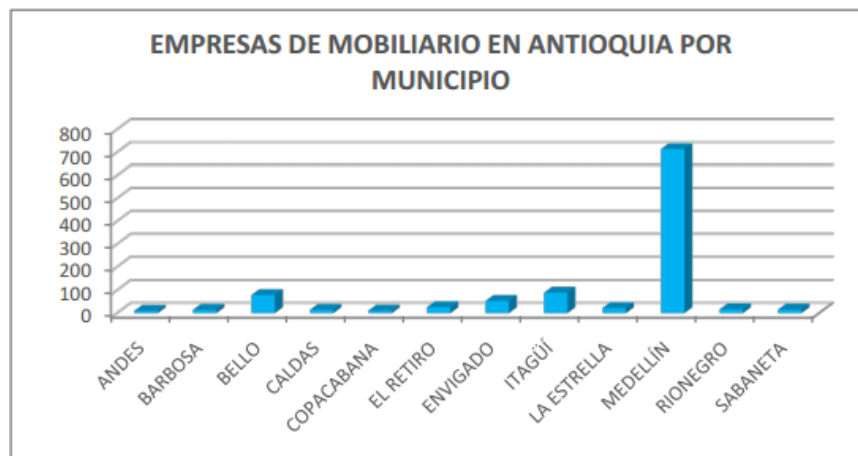
Asimismo tendremos a disposición de nuestros consumidores, una página web por la cual será posible conocer nuestros productos, sus precios y comprar online pagando en línea.

4.6.2 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

a) Describa los medios a través de los cuales se hará la distribución del producto

Segmentación de las empresas de mobiliario en Antioquia según los municipios:

Gráfico 17. Número de Empresas Mobiliarias en Antioquia por Municipio



Creación propia (2014)

Los municipios de Antioquia cuentan con un nivel de participación de empresas relacionadas con el sector mobiliario de un 40% y de éste Medellín es el municipio más representativo con un 60%; en Medellín las empresas relacionadas con el sector mobiliario se dividen así:

Gráfico 18. Porcentaje de Empresas del Sector Mobiliario.

Mueblerías	33,19%
Carpinterías y ebanisterías	21,71%
Varios	12,47%
Clósets, muebles para cocina y para	6,02%

baño	
otros	26,61%
Total	100,00%

Fuente Montoya Duque & Producto, 2009

Basados en el estudio realizado en la Universidad Eafit la mayor concentración de comercializadores y fabricantes de muebles se encuentran en las avenidas 80 y 30 donde allí encontramos una población de estrato variables entre medios y altos, en cuanto a la competencia *“los muebles fabricados a nivel local, se encuentra básicamente lo mismo en casi todos los almacenes. En lo referente al diseño, la mayoría ofrecen una línea clásica, donde se trabajan productos más gruesos y con gran cantidad de talla; y una línea moderna con formas más simples y rectas”*; Los principales distribuidores taren productos de China, Indonesia, entre otros. (Montoya Duque & Producto, 2009).

Grafico 19. Tienda propia en Medellín

Valores -INNOVACREA 80	Sub –valores	valor total
Áreas de Apoyo		5.735.541
Gastos de Personal		3.924.318
Arrendamientos		2.000.000
Poliza de seguros incendio, robo, terremoto.		57.000
Servicio de Vigilancia	624.894	
Servicio de Acueducto y Alcantariallado	18.400	
Servicio de Energía Eléctrica	561.884	
Servicio de Telefono	80.000	
Servicio de Correos y Portes	12.837	
Transporte	2.122.765	
Servicios de Impresión	34.171	

Publicidad	39.187	
Otros Servicios	21.207	
Servicios Publicos		3.515.345
Gastos Legales		5.030
Matenimiento y Reparaciones		228.400
Obsequios a Clientes	117.781	
Diversos		117.781
Impuestos		166.043
Otros gastos (proveedores)		3.978.550
TOTAL		19.216.006

Creación propia (2014)

Grafico 20. Áreas de apoyo

Area de apoyo	Salario
Gerente de Mercadeo	6.792.088
Auxiliar de ventas	1.207.482
Auxiliar de ventas	1.207.482
Diseñador de producto (muebles)	2.264.030
Total	11.471.082
La Tienda propia cubrirá solo la mitad de este costo, debido a que la otro mitad la cubrirá las ventas por página Web	5.735.541

Creación propia (2014)

Grafico 21. Gastos de personal

Gastos de personal	Salario
Asesor comercial	1.962.160
Asesor comercial	1.962.160
Total	3.924.318

Creación propia (2014)

El sector avenida de la 80 y calle 30 Belén, comuna N° 11 de la ciudad de Medellín; apoyados en la encuesta (Encuesta calidad de vida, Medellín, 2010) segmentamos nuestro mercado objetivo dividido en estrato por hogares. En Medellín hay 255.736 hogares y en Belén los hogares de estratos 3,4,5 y 6 son de un 7,41% equivalente a 18.950 hogares de los cuales se toma el 3,4% pertenecientes a la línea “otros” como se puede ver en la gráfica 15 hallando de esta manera el número de hogares a los cuales llegaríamos con nuestra tienda propia que serían 644.

(Encuesta calidad de vida, Medellín, 2010).

Ventas online

Las página Web, será un sitio virtual en donde nuestros clientes podrán acceder de una forma más fácil y directa a nuestro servicio, allí pueden observar nuestros productos y hacer compras en línea; por medio de esta página podremos llegar a 294 hogares de Medellín segmentados así: de 255.736 hogares de Medellín sacamos el 45.20% que es el porcentaje de hogares que tienen Internet que equivale a 115.592 hogares en Medellín según la Alcaldía de

Medellín (2011), y también le sacamos el 7.4% que son los números de hogares que hacen compras por Internet correspondiente a 8.669 según el Dane (2010), con respecto a la influencia de nuestra competencia aplicamos el 3.4% pertenecientes a la línea “otros” como se puede ver en la gráfica 15 hallando de esta manera el número de hogares a los cuales llegaríamos con nuestros productos.

En primer lugar la empresa desarrollará una página web, para poder atender al resto de los consumidores potenciales que no se desplazan hasta el punto de venta, para esto se implementarán 2 aspectos básicos: Carrito de compras (e-commerce) y posicionamiento SEO.

Para la implementación de la página se deben tener en cuenta los siguientes costos:

- Comprar un dominio (www.innovacrea.com.co) que tiene un valor aproximado de \$35.000 anuales.
- Conseguir un hosting (alojamiento) preferiblemente dedicado para que la página no se caiga si hay altos flujos de personas al mismo tiempo, con un costo aproximado de \$3.000.000 anuales.
- El diseño de la página, que se hace con una empresa externa, son aproximadamente \$2.000.000 por cuatro pantallas (una sola vez).
- Desarrollo de la página, conectada con pagos online (carrito de compras) son aproximadamente \$5.000.000 (una sola vez), en este valor va incluido el posicionamiento (SEO).
- Cada transacción (compra) cuesta aproximadamente \$1.000 - \$2.000 más el 4x1000 del total de la transacción.

- Se necesita una persona fija para hacerle el mantenimiento de la página, cambiar la disponibilidad de los productos, subir productos nuevos, ofertas etc. Esto tiene un costo de aproximadamente \$8.625 por hora.
- Hacer pautas en Facebook y Google para promocionar y mostrar la empresa con un valor aproximado de entre \$2.000.000 - \$3.000.000 mensuales, dependiendo de cuantas veces se paute.
- También se deben tener en cuenta ciertas alianzas para poder realizar los envíos de producto satisfactoriamente. En primer lugar una empresa de mensajería que envíe los productos hasta la dirección especificada y que determine el valor del envío.
- También considerar el empaque y tener en cuenta el proveedor para entregar el producto bien embalado a la empresa de mensajería y que este llegue en buen estado.

También se ubicarán páginas en las principales redes sociales, como Facebook e Instagram, con el nombre InnovaCrea – *Estilo y confort para cada ocasión*

b) Fuerza de ventas

Grafico 22. Perfiles del personal

PERFILES DEL PERSONAL EN EL ÁREA DE MERCADEO	
Gerente	
Descripción	La persona será responsable por planear, coordinar y administrar las actividades de mercadeo y ventas para alcanzar los objetivos de la compañía en términos de rentabilidad y participación en los mercados y ventas que se atienden en Colombia. Responsable por las actividades de gestión de ventas y mercadeo, desarrollando estrategias de precios y posicionamiento para los productos de la Compañía.
Profesión	Administración de empresas, publicidad y especialización en

**DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE-
Plan de Negocios**

	mercadeo.	
Años de Experiencia	TOTALES	Entre 5 y 10 años.
	EN EL CARGO	5 años.
Tipo de Contrato	Indefinido.	

Diseñador de Muebles		
Descripción	El candidato elegido participará activamente en el diseño, la manufactura y la comercialización de los muebles desarrollados por la empresa. Deberá manejar diferentes programas tales como INVENTOR y que tenga conocimiento en lectura e interpretación de planos técnicos.	
Profesión	Técnico en Diseño de interiores o gráfico. Arte y decoración.	
Años de Experiencia	TOTALES	Mín 1 año
	EN EL CARGO	Mín 6 meses.
Tipo de Contrato	Indefinido.	

Auxiliar de Ventas		
Descripción	Se requiere persona que sirva de apoyo en el área de ventas y planeación comercial, ágil, rápida, activa y con destreza en excel. Capaz de trabajar bajo presión y con disposición de tiempo.	
Profesión	Bachillerato Académico, Bachillerato Comercial o Bachillerato Técnico.	
Años de Experiencia	TOTALES	2 años.
	EN EL CARGO	Mínimo 1 año.
Tipo de Contrato	Indefinido.	

Asesor Comercial		
Descripción	Personal con capacidad de cumplimiento en ventas, con excelentes competencias comerciales e interpersonales.	
Profesión	Bachillerato Académico, Bachillerato Comercial o Bachillerato Técnico.	
Años de Experiencia	TOTALES	Mínimo 1 año.
	EN EL CARGO	Sin experiencia.
Tipo de Contrato	Indefinido.	

Community Manager- Mantenimiento Página Web		
Descripción	Es necesaria una persona con experiencia en medios web, quien será el encargado de crear, gestionar, dinamizar la comunidad de usuarios en internet, manejando las redes sociales y con conocimiento en el mantenimiento constante de la página web de la compañía.	
Profesión	Comunicación Social y Periodismo, Publicidad y Mercadeo.	
Años de Experiencia	TOTALES	2 y 3 años.
	EN EL CARGO	3 años.
Tipo de Contrato	Indefinido.	

Creación propia (2014)

Gráfico 23 salarios personal mercadeo

PERSONAL MERCADEO					
No. Trabajadores	Cargos	Salario Mensual	Aportes Parafiscales	Prestaciones Sociales	Total
1	Gerente de Mercadeo	\$4.500.000	\$1.350.990	\$941.099	6.792.089
1	Diseñador Producto	\$1.500.000	\$450.330	\$313.700	2.264.030
2	Asesores Comerciales	\$2.600.000	\$780.572	\$543.746	3.924.318
1	Community Manager	\$1.500.000	\$450.330	\$313.700	2.264.030
2	Auxiliar de Ventas	\$1.600.000	\$480.352	\$334.613	2.414.965
TOTAL		\$11.700.000	\$3.512.574	\$2.446.586	17.659.432
TOTAL COSTOS		\$17.659.430			

Creación propia (2014)

4.6.3 Manejo de Inventarios

De acuerdo a los estudios hechos, se encontró que la demanda promedio del punto de venta de belén es de 644, con una demanda promedio mensual de 53.

Tomando esta información como base, se determinó que se iniciará con un stock inicial de 200 unidades.

También se determinó que el stock de seguridad que se debe tener para atender situaciones de picos de demanda o tardanzas en las entregas es de 27 unidades según el siguiente calculo:

Ss: Stock de seguridad.

PME: Plazo máximo de entrega

PE: Plazo de entrega

DM: Demanda media (demanda/365 días)

$$SS = (PME - PE) \times DM$$

$$SS = (45 \text{ días} - 30 \text{ días}) \times (644/365)$$

$$SS = 26.46 \text{ Aproximado: } 27 \text{ unidades.}$$

PP: Punto de pedido.

$$PP = SS + (PE \times DM)$$

$$PP = 27 + (30 \times (644/365))$$

$$PP = 79,93 \text{ aproximado } 80.$$

Esto quiere decir que cuando se lleguen a aproximadamente 80 unidades en el inventario se debe realizar pedido para mantener el stock y poder suplir la demanda, sin tener que utilizar el de

seguridad y poderlo dejar para cubrir eventualidades.

Si se toma esta demanda promedio de 53 unidades por mes, como un demanda regular, se necesitaría hacer pedido aproximadamente cada mes y medio.

4.6.4 Comunicación

1. Los productos tienen cada uno su nombre característico de acuerdo a su forma final una vez esta apilada, evocando figuras y formas que inspiran sus denominaciones.

En la primera colección se tienen 4 sala-comedores apilables: Apple, Flagon, Round y Purpose

2. La empresa se llamará “InnovaCrea” mostrando con su nombre la razón de ser de esta: Innovar y Crear. El slogan de la compañía es “*estilo y confort para toda ocasión*”.

3. Los colores corporativos serán el azul y el morado porque se quiere inspirar lo que estos dos colores representan seguridad, madurez y exclusividad.

La empresa se enfocará en ferias nacionales y macrorruedas internacionales para posicionarla como una opción entre los compradores empresariales.

Se tiene pensado asistir a Expocamacol, feria nacional dedicada a la construcción, la arquitectura y el diseño. Esta feria se realiza cada 2 años, por lo cual la próxima sería en el 2016.

Se ha hecho un presupuesto con el tarifario del 2014, teniendo en cuenta que los precios subirán para la feria en la que se participará. De acuerdo con el tarifario un área de hasta 32 mts² cuesta \$540.000 el mt², lo que en total sería entre los \$13.500.000 por un área de 25 mts² hasta

\$17.280.000 por un área de 32 mts².

De 32 mts² en adelante las tarifas varían, teniendo en cuenta el tamaño de la empresa, solo se ha contado con ese metraje.

Adicionalmente se participará en macrorruedas de negocios organizadas por Proexport, para potencializar nuestra demanda internacional.

En cualquiera de sus colores: Full color o en escala de grises.

Grafico 24. Logo grande full color.



Creación propia (2014)

4.6.5 Actividades de promoción y divulgación

La empresa participará en ferias nacionales y Macrorruedas internacionales con el fin de ser reconocido en el mercado y posicionarse como un fuerte competidor.

Grafico 25. Actividades

MES	FECHA	EVENTO	LUGAR	COSTO
ENERO FEBRERO MARZO ABRIL MAYO JUNIO	13/02/2015	BAZAR	BELEN	490,000
JULIO AGOSTO	16/03/2015	MACRORUEDAS	BOGOTA	1.100.000
SEPTIEMBRE OCTUBRE NOVIEMBRE DICIEMBRE	22,23,24/2015	INEXMODA	PLAZA MAYOR	4.345.000
TOTAL	10/09/2016	EXPOCAMACOL	PLAZA MAYOR	17.280.000
				23`215.000

Creación propia (2014)

COLOMBIA MODA (INEX MODA)

El costo del stand de Colombia moda (Inexmoda), es cobrado por metro cuadrado el cual es de 499.000, la empresa necesita 8 m² al cual corresponde a un valor de aproximadamente de 4000.000, el uso de energía es de 115000, el cual el evento tiene un tiempo de duración de 3 días dando un total de 345.000 más IVA obteniendo un valor aproximadamente de \$4.345.000 donde ese valor incluye unas características básicas que son:

- Stand
- Panelearía divisora en cartón blanco
- Cenefa con nombre de la marca
- Numeración el stand
- Iluminación

- Escarapelas
- Ficha técnica de la empresa.

RUEDAD DE NEGOCIOS PROEXPORT

Las ruedas de negocios que realiza Proexport no tiene un costo para asistir a este, pero la empresa internamente se encarga de los gastos que le genera la asistencia al evento donde un aproximado costo es de 1.100.000 de los que se desprenden:

- Tiquetes (cuando se requiera, según el lugar del evento)
- Transporte hasta el aeropuerto
- Costos de hospedaje de la persona en representación de la empresa
- Costos de alimentos
- Viáticos.

BAZAR

Innova crea quiere ser una empresa reconocida por los productos que vende, es por esto que va a realizar bazares en el almacén principal ubicado en la ciudad de Medellín, en el barrio belén para llamar la atención de los consumidores.

Al realizar este tipo de eventos deben tener en cuenta una serie de costos como lo son:

- 3 Empleados que ofrezcan el producto, aproximadamente de 80.000 cada trabajador.
- Brochures con la información básica de la empresa y un catálogo de productos con un costo de aproximadamente 250.000

EXPOCAMACOL

Se tiene pensado asistir a Expocamacol, feria nacional dedicada a la construcción, la arquitectura y el diseño. Esta feria se realiza cada 2 años, por lo cual la próxima sería en el 2016.

Se ha hecho un presupuesto con el tarifario del 2014, teniendo en cuenta que los precios subirán para la feria en la que se participará. De acuerdo con el tarifario un área de hasta 32 mts² cuesta \$540.000 el mt², lo que en total sería entre los \$13.500.000 por un área de 25 mts² hasta \$17.280.000 por un área de 32 mts².

De 32 mts² en adelante las tarifas varían, teniendo en cuenta el tamaño de la empresa, solo se ha contado con ese metraje.

Adicionalmente se participará en Macro ruedas de negocios organizadas por Proexport, para potencializar nuestra demanda internacional.

Innova crea al asistir a los diversos eventos ya mencionados tendrá como costos 23.215.000, lo que es un alto valor para una compañía que apenas inicia en las actividades de producción y comercialización de sus productos; pero estos son de gran importancia ya que de esta manera se dará a conocer en el mercado nacional e internacional.

4.7 Precios de los Productos

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

Grafico 26. Determinación del precio.

IMPORTANCIA	
ALTA	Diseño
	Calidad
	Valor agregado (material ecológico)
	Materia prima
MEDIA	Precios de la competencia
	Ubicación del punto de venta
	Costos fijos de la empresa
	Número de competidores

BAJA	Comisiones (página web)
-------------	-------------------------

Creación propia (2014)

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Grafico 27. Precios y costos de los producto

SALA ROUND EXPORTACION	
Madera balsa lamina 70x70x20	\$ 29.400,00
Tela antifluidos 1,60	\$ 95.537,60
Madera balsa bloque 80x60x30	\$ 172.800,00
Madera balsa 55x50x1.0	\$ 33.000,00
Relleno siliconado	\$ 3.200,00
Clavos cabeza 2-1/2 pulgadas	\$ 3.021,00
Pegante para madera	\$ 4.550,00
Esmalte protector	\$ 9.990,00
Deslizadores	\$ 42.310,00
Inmunizante	\$ 9.310,50
Laca catalizadora	\$ 66.300,00
Papel Stretch (105 mts)	\$ 8.970,00
Costo de exportacion	\$445.736,10
TOTAL	\$ 924.125,20

SALA APPLE EXPORTACION	
madera balsa lamina 70x70x20	\$ 29.400,00
tela antifluidos 1,60	\$ 98.832,00
madera balsa 80x60x30	\$ 172.800,00
madera balsa 55x50x1.0	\$ 33.000,00
relleno siliconado	\$ 3.200,00
clavos cabeza 2-1/2 pulgadas	\$ 3.180,00
Pegante para madera	\$ 1.820,00
Esmalte protector	\$ 9.990,00
Deslizadores	\$ 42.310,00
Inmunizante	\$ 9.310,50
Laca catalizadora	\$ 66.300,00
Papel Stretch (105 mts)	\$ 8.970,00
Costo de exportacion	\$445.736,10
TOTAL	\$ 924.848,60

SALA FLAGON EXPORTACION	
madera balso 50x20x30	\$ 32.500,00
tela antilfluidos 1,60	\$ 23.060,80
madera balso 1,00x70x30	\$ 200.000,00
madera balso 55x50x1.0	\$ 33.000,00
relleno siliconado	\$ 3.200,00
clavos cabeza 2-1/2 pulgadas	\$ 3.021,00
Pegante para madera	\$ 4.095,00
Esmalte protector	\$ 9.990,00
Deslizadores	\$ 42.310,00
Inmunizante	\$ 9.310,50
Laca catalizadora	\$ 66.300,00
Papel Stretch (105 mts)	\$ 8.970,00
Costo de exportacion	\$445.736,10
TOTAL	\$ 881.493,40

SALA PRUPOSE EXPORTACION	
madera balso70x70x20	\$ 29.400,00
tela antilfluidos 1,60	\$ 32.944,00
madera balso 80x60x30	\$ 172.800,00
madera balso 55x50x1.0	\$ 33.000,00
relleno siliconado	\$ 3.200,00
clavos cabeza 2-1/2 pulgadas	\$ 3.180,00
Pegante para madera	\$ 1.820,00
Esmalte protector	\$ 9.990,00
Deslizadores	\$ 42.310,00
Inmunizante	\$ 9.310,50
Laca catalizadora	\$ 66.300,00
Papel Stretch (105 mts)	\$ 8.970,00
Costo de exportacion	\$445.736,10
TOTAL	\$ 858.960,60

SALA PRUPOSE	
madera balso70x70x20	\$ 29.400,00
tela antifluidos 1,60	\$ 32.944,00
madera balso 80x60x30	\$ 172.800,00
madera balso 55x50x1.0	\$ 33.000,00
relleno siliconado	\$ 3.200,00
clavos cabeza 2-1/2 pulgadas	\$ 3.180,00
Pegante para madera	\$ 1.820,00
Esmalte protector	\$ 9.990,00
Deslizadores	\$ 42.310,00
Inmunizante	\$ 9.310,50
Laca catalizadora	\$ 66.300,00
Papel Stretch (105 mts)	\$ 8.970,00
TOTAL	\$ 413.224,50

SALA FLAGON	
madera balso 50x20x30	\$ 32.500,00
tela antifluidos 1,60	\$ 23.060,80
madera balso 1,00x70x30	\$ 200.000,00
madera balso 55x50x1.0	\$ 33.000,00
relleno siliconado	\$ 3.200,00
clavos cabeza 2-1/2 pulgadas	\$ 3.021,00
Pegante para madera	\$ 4.095,00
Esmalte protector	\$ 9.990,00
Deslizadores	\$ 42.310,00
Inmunizante	\$ 9.310,50
Laca catalizadora	\$ 66.300,00
Papel Stretch (105 mts)	\$ 8.970,00
TOTAL	\$ 435.757,30

SALA APPLE	
madera balsa lamina 70x70x20	\$ 29.400,00
tela antilfluidos 1,60	\$ 98.832,00
madera balsa 80x60x30	\$ 172.800,00
madera balsa 55x50x1.0	\$ 33.000,00
relleno siliconado	\$ 3.200,00
clavos cabeza 2-1/2 pulgadas	\$ 3.180,00
Pegante para madera	\$ 1.820,00
Esmalte protector	\$ 9.990,00
Deslizadores	\$ 42.310,00
Inmunizante	\$ 9.310,50
Laca catalizadora	\$ 66.300,00
Papel Stretch (105 mts)	\$ 8.970,00
TOTAL	\$ 479.112,50

SALA ROUND	
Madera balsa lamina 70x70x20	\$ 29.400,00
Tela antilfluidos 1,60	\$ 95.537,60
Madera balsa bloque 80x60x30	\$ 172.800,00
Madera balsa 55x50x1.0	\$ 33.000,00
Relleno siliconado	\$ 3.200,00
Clavos cabeza 2-1/2 pulgadas	\$ 3.021,00
Pegante para madera	\$ 4.550,00
Esmalte protector	\$ 9.990,00
Deslizadores	\$ 42.310,00
Inmunizante	\$ 9.310,50
Laca catalizadora	\$ 66.300,00
Papel Stretch (105 mts)	\$ 8.970,00
TOTAL	\$ 478.389,10

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

Grafico 28. Precios de los productos

SALA ROUND	
VALOR	\$ 1.600.000,00
SALA APPLE	

VALOR	\$ 1.850.000,00
SALA FLAGON	
VALOR	\$ 1.750.000,00
SALA PRUPOSE	
VALOR	\$ 1.700.000,00
SALA ROUND EXPORTACION	
VALOR	\$ 2.155.605,00
SALA APPLE EXPORTACION	
VALOR	\$ 1.850.000,00
SALA FLAGON EXPORTACION	
VALOR	\$ 1.750.000,00
SALA PURPOSE EXPORTACION	
VALOR	\$ 1.700.000,00

Creación propia (2014)

4.7.4 Política de Precios

POLÍTICA DE PRECIOS

La empresa implementará el sistema de ventas a crédito para los usuarios, donde a través de data-crédito se revisará el historial crediticio y su capacidad de endeudamiento, se hará una firma de un contrato de compraventa, donde se comprometa al pago en las fechas estipuladas por el almacén, con una tasa de interés del 0.6% mensual.

También habrá ventas de contado y a plazos, donde el cliente entregará el 50% del valor total, y se procederá a hacer una firma de un pagaré donde se comprometa a pagar el otro 50% en los plazos determinados, ya sea a 1 a 2 y hasta 6 meses.

Además a los clientes que compren 2 o más productos se les dará el 20% del segundo artículo (el segundo se toma como el más económico), oferta válida solo por épocas del año y solo un descuento por cliente.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Grafico 29. Tienda propia

TIENDA PROPIA BELÉN	
Áreas de Apoyo	\$ 5.431.541
Personal (Asesores Comerciales)	\$ 3.716.316
Arriendo	\$ 2.000.000
Seguro	\$ 57.000
Servicios	\$ 3.515.345
Gastos Legales	\$ 5.030
Obsequios a Clientes	\$ 117.781
Impuestos	\$ 166.043
Mantenimiento y Reparaciones	\$ 228.400
Otros Gastos (Proveedores)	\$ 3.978.550
TOTAL	\$ 19.216.006

Creación propia (2014)

Grafico 30. Página Web

PÁGINA WEB	
Áreas de Apoyo	\$ 5.431.541
Personal (Community Manager)	\$ 2.144.030
Dominio	\$ 2.917
Hosting	\$ 250.000
Diseño de página	\$ 2.000.000
Carrito de compras	\$ 5.000.000
Promocionar por Fb y Google	\$ 2.500.000
Otros Gastos (Proveedores)	\$ 3.978.550
TOTAL	\$ 21.307.038

Creación propia (2014)

Grafico 31. Cotos de servicios del áreas de mercadeo 10%

EMPRESA CONTRATO	SERVICIOS	VALOR
Serán contratados los siguientes servicios con la empresa EPM Empresa de Servicios Públicos de Colombia. Valores determinados por los gasto de la planta mensual de cada uno de ellos.	Servicio de Acueducto y Alcantarillado	\$35.000
	Servicio de Energía Eléctrica	\$490.000

	Servicio de Teléfono	\$28.000
Para el envío de paquetes pequeños, documentos se maneja un contrato con la empresa Deprisa.	Servicio de Correos y Portes	\$14.000
Para el envío de mercancía se contratará con la empresa Suramericana.	Transporte	\$210.000
Para las impresiones se comprará una impresora que su mantenimiento tendrá un valor mensual, compra de tinta y hojas con la empresa Tink	Servicios de Impresión	\$7.000
Para el mantenimiento de los computadores del área de producción se contratará con Mercomputo LTDA	Mantenimiento Copadoras	\$5.800
Para la contratación de personal de Vigilancia se tendrá un convenio con la empresa Dogman de Colombia LTDA, que tendrá un costo mensual.	Vigilancia	\$187.468
Impuestos	Impuestos	\$91.000
TOTAL		\$1.068.268

Creación propia (2014)

Grafico 32 Costos de locación mercadeo 10%

LOCACION	
Valor Bodega (Arriendo)	\$200.000
Área Const	18,00 m ²
Sector	Centro
Estrato	5
Adecuación	\$700.000
TOTAL	\$900.000

Creación propia (2014)

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

En el estudio de los mercados tanto nacional como internacional se encontraron diferentes oportunidades y riesgos.

En el mercado nacional:

Oportunidades:

Se encontró que en Medellín los apartamentos tienden a ser cada vez más pequeños, por lo que un producto como el nuestro se demandará más satisfaciendo la necesidad de aprovechar al máximo los pocos espacios disponibles en los hogares modernos.

También una oportunidad creciente es que los muebles con diseños únicos y exclusivos son tienen un precio alto y poco asequible a la población de estratos medio alto, el cual es el mercado al que se tendrá como objetivo. Con esto dicho, se encontró que la principal ventaja de Innovacrea es que aunque ofrece diseños exclusivos con materiales innovadores y ecológicos el precio es accesible para este tipo de mercado.

Riesgos:

El principal riesgo son los almacenes de grandes superficies que venden muebles RTA importados, casi todos de la China, con precios muy bajos. Aunque las 2 categorías de mobiliario son muy distintas, la población general prefiere comprar este tipo de muebles por conveniencia.

Otro de los grandes riesgos es la cantidad de competidores, si miramos un lugar como el sector de la 80 (que determinamos para ubicar el punto de venta), encontramos que está plagado de almacenes de venta de muebles, que como se dijo anteriormente son de categorías diferentes a la del producto a desarrollar, sigue siendo competencia porque aunque el producto es muy innovador el pensamiento del colombiano sigue yendo hacia lo más tradicional.

En el mercado chileno:

Oportunidades:

Una de las mejores oportunidades encontradas en Chile es el sostenimiento y poca variación de la demanda del sector industrial - muebles y madera, que como se vio en el estudio del sector, la demanda aumenta pero el sector disminuye, dejando un brecha que se la empresa espera cubrir.

Otra oportunidad es que la población chilena, al está en un país un poco más desarrollado, tiene y cada vez adquiere más gusto por lo innovador y exclusivo, teniendo en cuenta que tienen una mentalidad más "verde", o sea que se interesan más por el cuidado del medio ambiente.

También se conoce que el chileno está dispuesto a pagar un poco mas por lo que consideran "premium".

Riesgos:

Uno de los riesgos, y uno muy importante es el TLC con China, donde el ingreso de producto chino es más frecuente y probablemente con preferencias arancelarias, así que es un poco más complicado competir a nivel precio en Chile.

El más grande de los factores es que Chile es la madre patria de unos de los grandes competidores indirectos de la empresa como son Cencosud, Sodimac y Falabella, lo que genera la pregunta Si en Colombia estas 3 cadenas venden a precios económicos ¿Cómo entrar a competir con precio y recordación con un gigante como ellos?.

4.10 Plan de ventas

Grafico 33. Demanda Tienda Belén

DEMANDA TIENDA PROPIA BELÉN	
Demanda en Medellín	255.736 hogares
Belén estratos 3,4,5 y 6	18.950 hogares
Demanda Total línea "otros"	644 hogares

Creación propia (2014)

Grafico 34. Demanda Pagina Web

DEMANDA PÁGINA WEB	
Demanda en Medellín	255.736 hogares
Hogares con Internet en Medellín	115.592 hogares
Hogares que compran online	8.669 hogares
Demanda Total línea "otros"	294 hogares

Creación propia (2014)

Grafico 35. Pronostico de ventas

MES	MUEBLES CONVERTIBLES
dic-14	113
ene-15	40
feb-15	35
mar-15	60

abr-15	78
may-15	96
jun-15	100
jul-15	100
ago-15	105
sep-15	110

Creación propia (2014)

Se determinó que de acuerdo con las demandas del punto de venta y la página web la venta media son 78 unidades, con esto dicho entonces para determinar la cantidad mínima de ventas de la empresa se supuso que si se vende el 45% del 100% estipulado sería lo mínimo que se podría soportar económicamente, esto representa unas 35 unidades.

Para el máximo de ventas, por el contrario, se aumentó el 45% vendiendo así el 145% del total para una cantidad máxima de 113 unidades.

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

OBJETIVOS A CORTO PLAZO.

- * Afianzar el proceso productivo y personal para suplir de manera eficiente la demanda potencial, sin retrasos ni inconvenientes.
- * Identificar cuál de los 4 modelos ofrecidos tiene más acogida dentro del mercado objetivo para mejorar el proceso de producción y calidad.

OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO

- * Aumentar la maquinaria de producción para producir más muebles en menor tiempo.
- * Aumentar el personal para poder separar las áreas de producción.

OBJETIVOS A LARGO PLAZO

- * Crear otra área de producción diferente a la principal, para mejorar la capacidad instalada de la empresa.

* Contemplar la posibilidad de hacer la importación de la maquinaria directamente, para reducir costos de intermediación y poder mejorar los precios.

5.2 Descripción del proceso de producción

Grafico 36. Proceso de producción

Proceso de producción
1. Inmunizar la madera para que no tenga comején. Tiene un tiempo de 3 días para que quede completamente limpia
2. tomar las medidas con los formones dependiendo del tamaño que se quiere hacer el mueble. Con duración de máximo 2 horas por pieza
3. cortar la madera con la circular con las medidas ya trazadas. Tiene un tiempo de 1 una hora ya que tiene las medidas.
4. pasar la madera con los cortes realizados para enderezar la madera y que quede pulida. Este procesos tiene duración de 1 día por la madera debe pasar varias veces por la maquina
5. realizar las curvas de la madera según el estilo del mueble. Este proceso tiene un tiempo estimado entre 5 horas a 1 día ya que la madera pasa por una transformación
6. lijar la madera con la lijadora para pulir imperfecciones y quede lisa la madera. Tiempo de 1 a 2 horas
7. realizar las perforaciones con el taladro, donde se van a meter los clavos. Tiempo de 1 hora para que las perforaciones queden correctas y con la medida estándar
8. pasar cada pieza de madera por el cepillo eléctrico para que estas queden completamente listas para pintarlas. Tiene una duración de 4 horas porque el proceso es manual y lento
9. pintar los muebles con el compresor generando que la pintura quede uniforme. Tiempo de 2 días porque los muebles se le debe dar dos capas de pintura y cada una debe dejarse secar
10. unir todas las piezas con los tornillos. Toma un tiempo de un día
11. pegar los deslizadores a las patas de los muebles. Corresponde a un tiempo de media hora
12. rellenar el lugar donde se sientan con relleno siliconado. Tiempo de media hora para que el asentó que totalmente cubierto
13. poner la tela cubridora al mueble. Consta con un tiempo de un 1 día
15. aplicar las lacas catalizadoras que protegen la madera del agua y el sol. Toma un tiempo de dos días porque se aplica de manera uniforme y se dan dos capas para mayor seguridad

Creación propia (2014)

5.3 Capacidad de producción

Según lo investigado, se encontró que una persona se demora entre 20 a 30 días en producir una sala tradicional con madera pesada y dura. Según la demanda del punto de venta se podrá vender 53 unidades mensuales aproximadamente y según el pronóstico de ventas, estas se aumentarán gradualmente hasta llegar a su pico en diciembre. Si se tiene en cuenta que se contará con un inventario inicial de 200 unidades, y contando con las demandas especificadas, se necesitaría un aproximado de 60 unidades mensuales para suplir la demanda efectivamente sin afectar el inventario y dejando un stock de seguridad, necesario por si el pronóstico de ventas se dispara más de lo esperado.

5.4 Plan de Producción

Tomando en cuenta que las salas que produce InnovaCrea son mucho más pequeñas, una persona puede producir 2 salas cada día, para hacer el proceso más eficiente se dividirán las labores en grupos de acuerdo a los procesos que se necesitan para realizar el mobiliario.

El primer grupo se encargaría de toda la parte de inmunización, pintado, y esmaltado del mueble. Aproximadamente 2 personas.

El segundo grupo constaría de 3 personas que se encarguen del proceso de corte y lijado.

El tercer grupo se ocuparía de la parte de ensamble. 3 personas.

El cuarto grupo, de 3 personas, se encargarían del relleno y forrado del mueble.

Y una última persona que sería el jefe de operaciones, que realizaría en proceso.

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

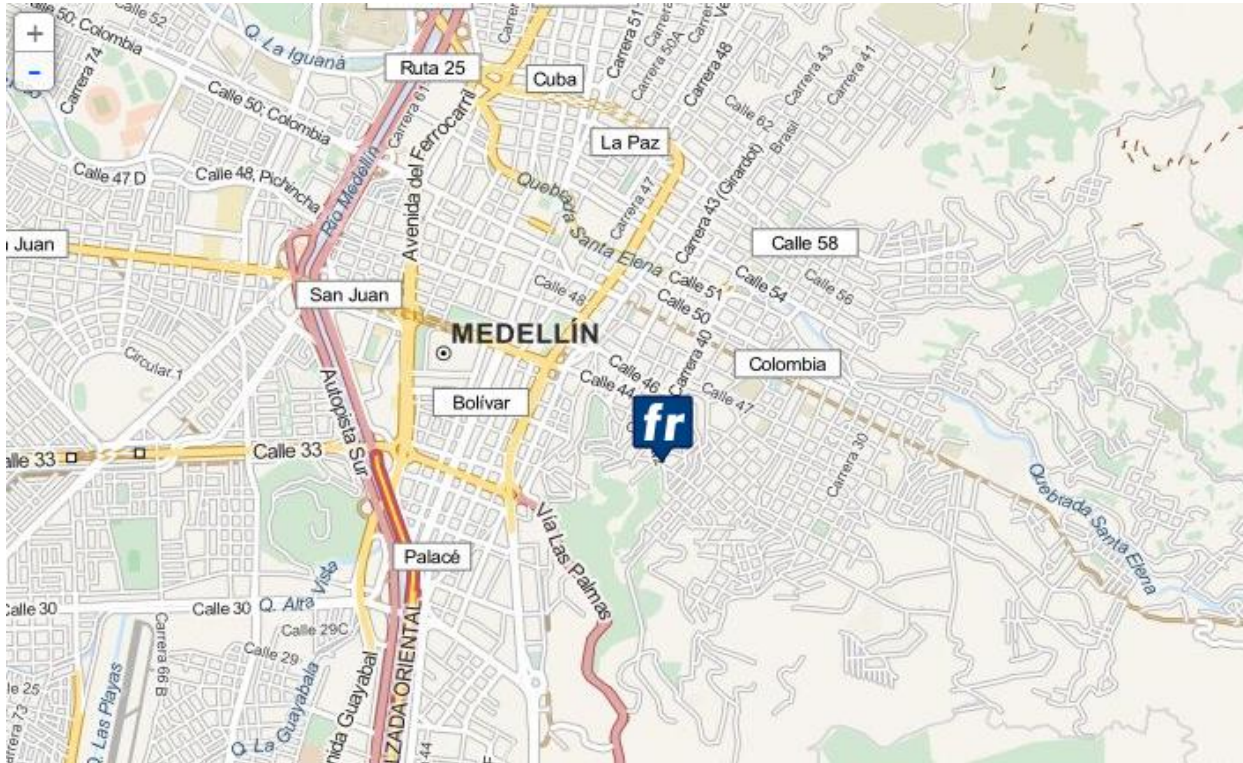


Gráfico 37. Costos de la locación producción 70%

LOCACION	
Valor Bodega (Arrendo)	1.400.000
Área Const	126,00 m ²
Sector	Centro
Estrato	5
Adecuación	4.900.000
TOTAL	6.300.000

Creación propia (2014)

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Grafico 38. Costos y proveedores maquinas

**DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE-
Plan de Negocios**

MAQUINARIA	PROVEEDOR	UN	PRECIO	TOTAL
Sierra Circular	H Ujueta S.A	3	900.000	2700000
Canteadora	A y J S.A.S	2	1.000.000	2000000
Lijadora	H Ujueta S.A	4	200.000	800000
Sierra Sin fin	H Ujueta S.A	2	500.000	1000000
Taladro	H Ujueta S.A	4	300.000	1200000
Compresor de pintura	Homecenter	4	217.900	871600
Cepillo de carpintería	H Ujueta S.A	4	400.000	1600000
Formones	H Ujueta S.A	4	100.000	400000
Brocas	Homecenter	8	40.900	327200
Grapadora Industrial	Homecenter	4	84.900	339600
TOTAL			3.743.700	11.238.400

Creación propia (2014)

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Grafico 39. Costos y proveedores de materiales e insumos

5,5,3 Insumos	proveedor	Precio
Inmunizante para madera (20 KLS)	Homecenter (Sika)	206.900
Lacas catalizadas (Cuñete)	Pintuquimicos Tricolor (Distribuidor Pinturas Tonner)	221.000
Deslizadores (X4)	Homecenter	8.450
Pegante para madera (1 kl)	Homecenter (Carpincol)	9.100
Esmalte protector (5KLS)	Homecenter	99.900
madera balso lamina 70x70x20 (UNIDAD)	C.I Balsur LTDA	29.400
tela antifluidos 1,60 (MTS)	Excellency Lunny	8.230
madera balso 80x60x30 (UNIDAD)	C.I Balsur LTDA	43.200
relleno siliconado (KILO)	Excellency Lunny	6.400
clavos cabeza 2-1/2 pulgadas (5 KLS)	Homecenter	15.900
TOTAL		648.480

Creación propia (2014)

5.5.4 Requerimientos de servicios.

Grafico 40. Costos y proveedores de servicios producción 70%

EMPRESA CONTRATO	SERVICIOS	VALOR
Serán contratados los siguientes servicios con la empresa EPM Empresa de Servicios Públicos de Colombia. Valores determinados por los gasto de la planta mensual de cada uno de ellos.	Servicio de Acueducto y Alcantarillado	245.000
	Servicio de Energía Eléctrica	3.430.000
	Servicio de Teléfono	196.000
Para el envío de paquetes pequeños, documentos se maneja un contrato con la empresa Deprisa.	Servicio de Correos y Portes	98.000
Para el envío de mercancía se contratara con la empresa Suramericana.	Transporte	1.470.000
Para el mantenimiento se contratara con Mercomputo LTDA	Mantenimeinto Coputadoras	40.600
Para el mantenimiento de los maquinaria del área de producción se contratara Técnico de mantenimiento de maquinaria tercerizado	Mantenimiento Maquinaria	67.000
Para las impresiones se comprara una impresora que su mantenimiento tendrá un valor mensual, compra de tinta y hojas con la empresa Tink	Servicios de Impresión	49.000
Impuestos	Impuestos	637.000
Vigilancia		1.312.277
TOTAL		7.544.877

Creación propia (2014)

5.5.5 Requerimientos de personal.

Gráfico 41. Perfiles Personal

Operarios de Planta (11)		
Descripción	Se requiere personal para el ensamble de muebles que tenga conocimientos en manejo de herramientas de armado y/o elaboración de muebles de exhibición, carpintería, forrado y otras actividades necesarias para la producción de muebles.	
Profesión	Bachilleres	
Años de Experiencia	TOTALES	Entre 1 y 2 años
	EN EL CARGO	Mín 1 año
Tipo de Contrato	Indefinido.	
Salario	\$ 616.000	
Prestaciones Sociales	\$ 64.413	

Jefe de Planta (1)		
Descripción	El candidato elegido deberá contar con una experiencia en: Manejo de producción, manejo riguroso de personal, estructuración de programación de piso según planeación, estructuración y seguimiento de mantenimiento de equipos, experiencia en producción de muebles. Conocimientos en programas de diseño. Indispensable contar con excelente manejo de las herramientas ofimáticas (Power Point, Excel y Word), y sistema de gestión de calidad.	
Profesión	Ingeniería Industrial, Mecánica o Electromecánica	
Años de Experiencia	TOTALES	Entre 3 y 4 años
	EN EL CARGO	Mín 3 años
Tipo de Contrato	Indefinido.	
Salario	\$ 2.500.000	
Prestaciones Sociales	\$ 261.416	

Auxiliar de Aseo (1)		
Descripción	Buscamos una persona cuyo trabajo será dedicarse a oficios generales, que sea responsable, respetuosa y comprometida con su trabajo.	

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE-
Plan de Negocios

Profesión	Bachilleres	
Años de Experiencia	TOTALES	Mín 1 año
	EN EL CARGO	Mín 6 meses
Tipo de Contrato	Indefinido.	
Salario	\$ 750.000	
Prestaciones Sociales	\$ 78.425	

Creación propia (2014)

PERSONAL PRODUCCIÓN				
No. Trabajadores	Cargos	Salario Mensual	Aportes Parafiscales	Prestaciones Sociales
1	Auxiliar de Aseo	\$750.000	\$268.396	\$186.964
1	Jefe Planta	\$2.500.000	\$750.550	\$522.832
11	Operarios de Planta	\$6.776.000	\$2.509.848	\$1.748.362
	TOTAL	\$10.026.000	\$3.528.794	\$2.458.158
	TOTAL COSTOS	\$16.012.952		

5.6 Programa de producción

Grafico 42. Cronograma

Meses	Septiembre				Octubre				Noviembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Compra de Bodega												
Contratación de Servicios Públicos												
Compra de implementos de aseo entre otro												
Compra de maquinaria												
Acondicionamiento (área de trabajo) Grafico												
Estudio y selección de proveedores												
Compra de materiales e insumos												
Contratación de personal												
Capacitación de personal												
Producción												

Creación propia (2014)

Grafico 43. Gastos pre operativos

Semanas	VALOR
Costos previos de Arrendamiento de Bodega	50.000

Contratación de Servicios Públicos	100.000
Compra de implementos de aseo entre otro	50.000
Compra de maquinaria	300.000
Estudio y selección de proveedores	100.000
Compra de materiales e insumos	150.000
Contratación de personal:	200.000
Capacitación de personal	115.000
TOTAL	1.065.000

Creación propia (2014)

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Gerencia: esta área se encargara de la planificación estratégica y organización de todos los procesos de empresa. Los procesos serán realizados por el gerente general quien por medio de su profesión tiene la capacidad de liderarlos.

Producción: esta área se encargara de la producción, empaque y distribución de las salas multifuncionales. La empresa contara con un personal previamente capacitado, de aproximadamente 13 operarios y un jefe de producción.

Mercadeo: esta área se encargara realización de toda la publicidad y las estrategias de venta de distribución y producción. Se contara con una cantidad de 7 trabajadores en esta área quienes desarrollaran todo el proceso anteriormente descrito.

Comercio exterior: esta área va ligada y trabaja de la mano con el área de mercadeo porque tendrá como función todo el desarrollo de internacionalización de la compañía. Tendrá 2 personas en esta área una quien se encargue de coordinar y negociar y un auxiliar que se encargue de la parte operativa.

Recursos humanos: esta área se encargara de realizar el proceso de entrevistas, contratación y vinculación directa del personal a la empresa. se contara con una persona quien realice toda la actividad de contratación.

Contabilidad: se encargara de asegurar la exactitud del proceso contable de la empresa. Para realizar este proceso se contara con dos auxiliares capacitadas para realizar este proceso.

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

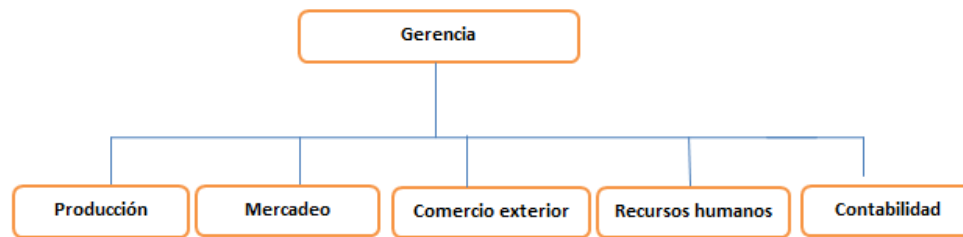
Grafica 44 proceso tercerizados

PROCESO A TERCERIZAR	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR Y COSTO ESTIMADO
CONTADOR	Aunque la empresa tendrá un área financiera con auxiliares contables, contratara una persona que se encargue de toda la contabilidad y firmas pertinentes.	El proveedor será una persona natural que cuente con tarjeta profesional para poder realizar todas las labores legalmente. Costo aproximado: \$1.500.000
CONTRATACION DE TEMPORALES	Se utilizara una empresa que realice los procesos de contratación de los empleados temporales.	El proveedor será la empresa FUTESA (http://www.futesa.com/). Costo estimado:
TRANSPORTE Y ENVIOS	Se contará con el apoyo de una empresa de mensajería para hacer los envíos de la mercancía y documentación a nivel nacional.	El proveedor del servicio será Suramericana. Costo estimado: 2.240.000
VIGILANCIA	Se contará con vigilancia armada para proteger el área de intrusos y personas no deseadas.	El proveedor del servicio será Dogman de Colombia Ltda. Costos estimado: \$1.874.682
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA	Se contará con los servicios de una persona experta en el mantenimiento de la maquinaria para la producción de los muebles.	El proveedor será un técnico con conocimientos en mantenimiento y reparación de maquinaria. Costo estimado: \$200.000 trimestral.
MANTENIMIENTO DE COMPUTADORES	Se utilizará personal para el mantenimiento continuo de los equipos para prolongar su vida útil.	El proveedor será Mercóputo Ltda. Costo estimado: \$58.000 mensual.

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama

Grafico 45. Organigrama



Creación propia 2014

6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Ver anexo 6.

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

Grafico 46 costos de locación administrativo 20%

LOCACION	
Valor Bodega (Arrendo)	400.000
Área Const	36,00 m ²
Sector	Centro
Estrato	5
Adecuacion	1.400.000
TOTAL	1.800.000

Creación propia (2014)

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Grafico 47. Proveedores Costos de equipos muebles y enseres

HOMECENTER			
Escritorios	14	\$379.900	\$5.318.600
Sillas Ejecutivas	14	\$159.900	\$2.238.600
Persianas	5	\$29.900	\$149.500
Mueble archivadores 4 módulos	4	\$29.900	\$119.600
sillas intelocutoras	6	\$49.900	\$299.400
silla para sala de reuniones	6	\$49.900	\$299.400
mesa para sala de reuniones	1	\$1.200.000	\$1.200.000
Vajilla	1	\$72.000	\$72.000
Jarra	2	\$20.000	\$40.000
Hielera	4	\$13.000	\$52.000
Cubiertos	1	\$31.000	\$31.000
Nevera	2	\$919.000	\$1.838.000
Microondas	2	\$95.000	\$190.000
Cafetera	2	\$69.000	\$138.000
Espejo	2	\$25.000	\$50.000
Cuadros	3	\$36.000	\$108.000
Reloj	3	\$35.000	\$105.000
Floreros	2	\$20.000	\$40.000
Iluminación	5	\$500.000	\$2.500.000
Telefono	14	\$140.000	\$1.960.000
Papeleras	15	\$17.900	\$268.500
Botiquin P.Auxilios	2	\$100.000	\$200.000
TOTAL			\$17.217.600

Creación propia 2014

FALABELLA			
Computadores de mesa	11	\$279.990	\$3.079.890
Computador portátil	4	\$509.000	\$2.036.000
Televisor LED 40"	1	\$319.990	\$319.990
Impresora multifuncional	2	\$184.990	\$369.980
TOTAL			\$5.805.860

Creación propia (2014)

Grafico 48 resultado de división de costos

DIVISION DE COSTOS DE EQUIPOS MUEBLES Y ENSERES

MERCADEO 10%	TIENDA PROPIA 10%	PRODUCCION 20%	AREAS ADMINISTRATIVAS 60%
2.302.346	2.302.346	4.604.692	13.814.076

Creación propia (2014)

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Grafico 49. Costos de materiales de oficina

PAPELERIA PINGÜINO			
Resma papel carta	5	\$6.000	\$30.000
Lapiceros caja x 12 und	2	\$14.400	\$28.800
Grapadoras	14	\$7.800	\$109.200
Ganchos para grapadora	10	\$1.200	\$12.000
Perforadora	14	\$8.000	\$112.000
Lápiz 12 und	3	\$8.400	\$25.200
Carpetas legajadoras	20	\$1.000	\$20.000
Sellos	4	\$8.000	\$32.000
Hueller	4	\$3.000	\$12.000
Humedecedor	4	\$2.200	\$8.800
Tijeras	14	\$4.100	\$57.400
Resaltadores	14	\$1.500	\$21.000
Reglas	14	\$800	\$11.200
Chinches x 50 und	14	\$800	\$11.200
Calendarios	14	\$1.200	\$16.800
Liquid Paper	14	\$4.000	\$56.000
Marcadores	14	\$1.400	\$19.600
Borradores	14	\$1.000	\$14.000
Calculadoras casio	14	\$13.000	\$182.000
Quita ganchos	14	\$1.100	\$15.400
Folder archivador	4	\$4.200	\$16.800
Clips	6	\$700	\$4.200
Clips mariposa	6	\$900	\$5.400
Cintas transparente escritorio	14	\$1.000	\$14.000
Pegastick	5	\$2.200	\$11.000
Sobres de manila carta	15	\$250	\$3.750
sobres de manila oficio	15	\$300	\$4.500
Tinta sellos negro	5	\$4.800	\$24.000
A-Z tamaño carta	4	\$5.100	\$20.400

**DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE-
Plan de Negocios**

Legajadores x 30 und	5	\$2.000	\$10.000
Caja Menor	1	\$8.700	\$8.700
recibos de caja menor	10	\$1.000	\$10.000
Bisturí	4	\$4.600	\$18.400
Cuchillas x 12 und	2	\$3.000	\$6.000
Portaminas	14	\$2.200	\$30.800
Minas 0.7	14	\$1.100	\$15.400
TOTAL			\$997.950

DISTRIORU			
PRODUCTOS	CANT/MES	PRECIOS	TOTAL
Servilletas	8	\$1.100	\$8.800
Limpiavidrios Líquido x 360 mm	2	\$3.500	\$7.000
Trapeadora x 300 gr	2	\$4.500	\$9.000
Escoba	2	\$4.200	\$8.400
Cepillo para pisos	2	\$4.000	\$8.000
Recogedor	2	\$3.200	\$6.400
Limpiones	5	\$1.000	\$5.000
Esjonjilla	2	\$1.000	\$2.000
Papel Higiénico und	48	\$1.500	\$72.000
Jabón Líquido para manos	2	\$4.200	\$8.400
Límpido garrafa	2	\$7.800	\$15.600
Guantes	4	\$3.250	\$13.000
Ambientador	4	\$4.000	\$16.000
Axión	3	\$4.500	\$13.500
Café bolsa x 5 libras	3	\$41.000	\$123.000
Aromatica	3	\$2.100	\$6.300
Azúcar x 5 libras	3	\$5.100	\$15.300
TOTAL			\$337.700

DROGUERIA MAS DESCUENTO			
Dolex Forte	6	\$11.000	\$66.000
Ibuprofeno	6	\$2.500	\$15.000
Curas x caja	2	\$2.000	\$4.000
Algodón	2	\$2.200	\$4.400
Microporo	2	\$3.000	\$6.000
Agua Oxigenada	2	\$3.000	\$6.000
TOTAL			\$101.400

--	--

Grafico 50 total división costos de oficina

DIVISION DE COSTOS DE MATERIALES DE OFICINA			
MERCADEO 10%	TIENDA PROPIA 10%	PRODUCCION 20%	AREAS ADMINISTRATIVAS 60%
143.705	143.705	287.410	862.230

Creación propia (2014)

6.3.4 Requerimientos de servicios.

Grafico 51. Costos de servicios administrativo 20%

EMPRESA CONTRATO	SERVICIOS	VALOR
Serán contratados los siguientes servicios con la empresa EPM Empresa de Servicios Públicos de Colombia. Valores determinados por los gasto de la planta mensual de cada uno de ellos.	Servicio de Acueducto y Alcantarillado	\$70.000
	Servicio de Energía Eléctrica	\$980.000
	Servicio de Teléfono	\$56.000
Para el envío de paquetes pequeños, documentos se maneja un contrato con la empresa Deprisa.	Servicio de Correos y Portes	\$28.000
Para el envío de mercancía se contratara con la empresa Suramericana.	Transporte	\$420.000
Para las impresiones se comprara una impresora que su mantenimiento tendrá un valor mensual, compra de tinta y hojas con la empresa Tink	Servicios de Impresión	\$14.000
Para el mantenimiento de los computadores del area de produccion se contratara con Mercomputo LTDA	Mantenimeinto Coputadoras	\$11.600

Para la contratación de personal de Vigilancia se tendrá un convenio con la empresa Dodman de Colombia LTDA, que tendrá un costo mensual.	Vigilancia	\$374.936
Impuestos	Impuestos	\$182.000
TOTAL		\$2.136.536

Creación propia (2014)

6.3.5 Requerimientos de personal

Grafico 52. Perfiles de personal Área administrativa.

PERFILES DEL PERSONAL EN LAS ÁREAS		
Gerente general		
Descripción	La persona será responsable por planear, coordinar y administrar las actividades de mercadeo y ventas para alcanzar los objetivos de la compañía en términos de rentabilidad y participación en los mercados y ventas que se atienden en Colombia. Responsable por las actividades de gestión de ventas y mercadeo, desarrollando estrategias de precios y posicionamiento para los productos de la Compañía.	
Profesión	Administración de empresas, publicidad y especialización en mercadeo y gerencia de proyectos.	
Años de Experiencia	TOTALES	Entre 5 y 10 años.
	EN EL CARGO	5 años.
Tipo de Contrato	Indefinido.	
Auxiliares de contabilidad (2)		
Descripción	El candidato elegido participará activamente en el proceso de regulación de ingreso y salida de dineros que manejará la empresa. Se encargará de asegurar la exactitud del proceso contable de la empresa.	

**DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE-
Plan de Negocios**

Profesión	Técnica o Tecnología en finanzas y contabilidad	
Años de Experiencia	TOTALES	Mín 2 año
	EN EL CARGO	Mín 6 meses.
Tipo de Contrato	Indefinido.	
Coordinador de Comercio exterior(1)		
Descripción	Personal capacitado para liderar, planear y coordinar todos los procesos de internacionalización de una empresa	
Profesión	Negociador internacional con especialización en gerencia de proyectos.	
Años de Experiencia	TOTALES	Mínimo 1 año.
	EN EL CARGO	Mínimo 1 año
Tipo de Contrato	Indefinido.	
Auxiliar en comercio exterior(1)		
Descripción	Personal con capacidad a atender con agilidad todos los requerimientos de una empresa, con capacidad de escucha y buena atención.	
Profesión	Tecnólogo en comercio internacional.	
Años de Experiencia	TOTALES	Mínimo 6 año.
	EN EL CARGO	Mínimo 6 meses
Tipo de Contrato	Indefinido.	
Analista Recursos humanos (1)		
Descripción	Personal con capacidad de orientación a la solución de problemas y en contratación de personal	

Profesión	Administrador de empresas con énfasis en gestión humana	
Años de Experiencia	TOTALES	Mínimo 1 año.
	EN EL CARGO	Mínimo 2 años
Tipo de Contrato	Indefinido.	
Asistente Administrativa (1)		
Descripción	La persona responsable de este cargo será técnica o tecnóloga con conocimientos en administración de documentos en la parte gerencial, organización de agendas y manejo de herramientas de office, con excelente presentación personal y manejo de información confidencial y organizada	
Profesión	Secretariado, Técnica o Tecnóloga en administración de empresas	
Años de Experiencia	TOTALES	
	EN EL CARGO	
Tipo de Contrato	Indefinido.	

Creación propia 2014

Gráfico 53. Costos mensuales en salarios Personal Administrativo

Creación Propia 2014

PERSONAL ADMINISTRATIVO					
No. Trabajadores	Cargos	Salario Mensual	Aportes Parafiscales	Prestaciones Sociales	Total
2	Aux Contable	\$2.200.000	\$660.484	\$460.092	\$3.320.576

**DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE-
Plan de Negocios**

1	Coordinador Comercio Exterior	\$4.300.000	\$1.290.946	\$899.272	\$6.490.218
1	Aux Comercio Exterior	\$800.000	\$240.176	\$167.306	\$1.207.482
1	Analista Recursos Humanos	\$2.350.000	\$705.518	\$491.462	\$3.546.980
1	Asistente Administrativa	\$750.000	\$268.396	\$186.965	\$1.205.361
1	Gerente General	\$3.000.000	\$900.660	\$627.399	\$4.528.059
	TOTAL	\$13.400.000	\$3.615.850	\$2.518.796	\$19.534.646
	TOTAL COSTOS		\$19.534.646		

6.4 Programa de administración

Grafico 54. Programación

PROCESO	SEMANAS											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
CÁMARA DE COMERCIO	■	■										
RUT	■	■										
COMPRAS Y CONTRATACIÓN	■	■	■	■	■	■	■	■				
PAGINA WEB	■	■	■									
CERTIFICACION PARTIDA ARANCELARIA	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
RESOLUCIÓN FACTURACIÓN Y CONSECUTIVO	■	■										
APERTURA CUENTA BANCARIA	■											
VISTOS BUENOS	■	■	■	■								
PROCESO ADUANERO	■	■	■									

Creación propia 2014

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

Inovacrea S.A.S como su nombre lo dice es por acciones simplificadas, lo cual cuenta con múltiples ventajas que facilita la iniciación y desarrollo de la actividad empresarial. Además cuenta con unos beneficios los cuales son: que los empresarios (socios) pueden fijar las reglas que establecen el funcionamiento de la empresa, lo cual garantiza las condiciones y

requerimientos especiales que los empresarios quieran para la sociedad. La constitución de una sociedad por acciones simplificadas se puede crear por documento privado, este proceso es muy económico y no requiere de mucha tramitología. Mediante la formalización de las SAS se pueden acceder a los beneficios de limitación de responsabilidades de los socios sin tener que estar en la complicada estructura de sociedades anónimas.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Grafica 55. Proceso de formalización

PROCESO	DESCRIPCION	COSTO
Consultar nombre (control de homonimia).	Verificación de que el nombre de la empresa a registrar no se encuentre registrado en ninguna cámara de comercio	No tiene costo
Consulta de clasificación por actividad económica - Código CIU	Identificar el número por el cual se va reconocer la actividad se va realizar por parte de la empresa.	No tiene costo
Consulta de uso de suelo	Es la investigación que debe realizar la empresa para analizar si el lugar donde se va a poner el local sea adecuado y cumpla con los requisitos	No tiene costo
Inscripción en el Registro Único Tributario y posterior asignación del Número de Identificación Tributaria, NIT.	Se tramita para cumplir con la legalidad de inscripción de empresas y darles el número de identificación	No tiene costo
Inscripción/Registro como exportador	Registra a través de códigos en el RUT a la empresa como una empresa exportadora, para poder realizar las actividades de comercio exterior	No tiene costo
Inscripción en el registro público mercantil Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia	Estar inscritos como empresarios legalmente para identificar sus actividades y establecimientos.	\$1.097.000 (\$899.000 registro y \$198.000 nombramiento del representante legal)
Matrícula de Industria y Comercio Municipal-Subsecretaría de rentas municipales.	Es un impuesto obligatorio, donde se especifica claramente las actividades industriales, comerciales, de servicios y financiera	No tiene costo
Informar a la oficina de Planeación correspondiente el inicio de las actividades.	Los comerciantes deberán reportar a la oficina de planeación la apertura de la actividad económica	No tiene costo
Poder/mandato agente de aduanas	Se le otorga el poder al agente de aduanas para interceder por la empresa en las operaciones de comercio	No tiene costo

**DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE-
Plan de Negocios**

	exterior y en las operaciones aduaneras.	
Certificado de origen	Certifica la nacionalidad de la mercancía para acceder a preferencias arancelarias por medio de un TLC (lo realiza el agente de aduanas).	\$50.000
Declaración de exportación	Documento por el cual se constata la exportación de un producto. (Lo realiza el agente de aduanas)	\$60.000
Declaración de cambio N°2	Formulario que se diligencia en el banco para demostrar y permitir la entrada de divisas.	No tiene costo

Creación propia (2014)

ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

Cada socio hará un aporte económico por un valor total de \$20.000.000, de los cuales \$16.272.000 serán destinados para los gastos pre-operativos, distribuidos de la siguiente manera:

Grafico 56 distribución de recursos

	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				OPERATIVOS TOTAL	IMPREVISTOS TOTAL				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4						
Lorena Mazo	1.207.000								2.300.000				50.000												3.557.000	1.443.000
Natalia Arteaga									5.000.000																5.000.000	-
Juanita Aristizabal								50.000			100.000			115.000			3.500.000							3.765.000	1.235.000	
Lorena Lopez								100.000			200.000			150.000			3.500.000							3.950.000	1.050.000	
TOTAL																					16.272.000	3.728.000				

Creación propia (2014)

Donde el aporte de cada socio será destinado para diferentes actividades necesarias antes de empezar a operar. De cada aporte sobrará una suma de dinero, la cual será destinada para cualquier imprevisto que pueda ocurrir.

Lorena mazo, invertirá en el mes de Agosto a la Constitución y registro de la empresa \$1'207.000, a mediados de mes de Septiembre e iniciando Octubre asumirá el costo de \$ 300.000 del gasto preparativo de compra de maquinaria y a su vez al acondicionamiento del área de trabajo (bodega, almacén) con un monto de \$2'000.000, a finales de Octubre y en la primera semana de Noviembre corrió con los gastos pre-operativos de 50.000 pesos de compra de implementos de aseo entre otros; dando un total de 3'557.000 dejando para cualquier imprevisto \$1'443.000.

Natalia Arteaga, a finales de Septiembre, aporto al acondicionamiento del área de trabajo (bodega, almacén) \$5'000.000.

Juanita Aristizábal en el mes de Septiembre invirtió en gastos pre-operativos de \$50.000 pesos de la compra de bodega; en la semana dos y tres de Octubre Juanita contribuye con los gastos de estudio y selección de proveedor por un valor de \$100.000, y a finales de Octubre y principios de Noviembre invierte \$115.000 en la capacitación de personal, para la compra de la página Web invirtió \$3'500.000, invirtiendo un total de \$ 3'765.000 dejando \$1'235.000 para cualquier imprevisto.

Lorena López, para finales de Septiembre aporto para la contratación de servicios públicos \$100.000, y el mes de Octubre para la contratación de personal invirtió \$200.000, para la compra de materiales e insumos se aportó \$150.000 pesos, finalizando Octubre y empezando Noviembre, para la compra de la página Web invirtió \$3'500.000 dando un total de \$3'950.000 y dejando para cualquier gasto imprevisto \$1'050.000.

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

Grafico 57. Información préstamo

Fecha de desembolso	14-ago-14
Entidad	Bancolombia
Monto del Préstamo:	\$640.221.195
Intereses (efectivo Mensual):	2,13%
Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	Libre Inversión
Activos Fijos Exigibles (Vida Util)	\$31.688.600
Capital de Trabajo	\$608.532.595
TOTAL	\$640.221.195

Creación Propia (2014)

InnovaCrea S.A.S realizara un préstamo con Bancolombia por un monto de \$ 640.221.195 con una tasa de 2,13% mensual, a un plazo de 60 meses es decir 5 años los cuales serán destinados al capital de trabajo y a los activos fijos exigibles.

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

Grafico 58 Ingresos por producto al negocio

Producto	Promedio de ventas mensual	Precio unitario	Total esperado mensual	Total ventas Anual	Total esperado anual
Sala convertible Round	30	\$ 1.600.000	\$ 48.000.000	360	\$ 576.000.000
Sala convertible Apple	19	\$ 1.850.000	\$ 35.150.000	228	\$ 421.800.000
Sala convertible Flagon	15	\$ 1.200.000	\$ 18.000.000	180	\$ 216.000.000
Sala convertible Propuse	11	\$ 1.700.000	\$ 18.700.000	132	\$ 224.400.000
Sala convertible Round (exportación)	28	\$ 2.155.605	\$ 60.356.940	336	\$ 724.283.280
Sala convertible Apple (exportación)	21	\$ 1.850.000	\$ 38.850.000	252	\$ 466.200.000
Sala convertible Flagon (exportación)	20	\$ 1.750.000	\$ 35.000.000	240	\$ 420.000.000
Sala convertible Propuse (exportación)	20	\$ 1.700.000	\$ 34.000.000	240	\$ 408.000.000
Total	164	\$ 13.805.605	\$ 288.056.940	1.968	\$ 3.456.683.280

Creación propia (2014)

La empresa espera tener ventas mensuales con un promedio de \$288.056.940, es decir, deberá vender en total 164 unds al mes. Si las ventas de todos los meses durante 1 año fueran las mismas, Innovacrea tendrá unos ingresos de \$3.456.683.280.

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Grafico 59. Inversiones al negocio

Egresos	Costos	Período
Inversiones activos fijos	\$ 41.910.340	del 15 al 20 de agosto
Inversiones gastos pre operativos	\$ 16.272.000	Del 1 al 8 de agosto
Inversión capital de trabajo	\$ 608.532.595	del 15 al 20 de agosto
Total	\$ 666.714.935	

Creación propia (2014)

Durante el mes de agosto se harán las inversiones de activos fijos, los gastos pre-operativos y el capital de trabajo, dando un total de egresos de \$656.493.195, de los cuales hay que tener en cuenta que el costo de las inversiones de los gastos pre-operativos fue el aporte de total de los inversionistas.

8.2.2.2 Costos

Grafico 60. Monto costos

Costos	Total
Costos Fijos	\$ 105.210.890
Costos Variables	\$ 114.404.084
Total	\$ 219.614.974

Creación propia(2014)

Los costos fijos representan los salarios, arrendamientos, los materiales de las oficinas, servicios públicos de las diferentes áreas, con un total de \$105.210.890 y los variables son la sumatoria de los costos de la materia prima necesaria para la producción de los muebles, es decir \$114.404.084, dando un total de costos de \$219.614.974.

8.2.2.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

Grafico 61 gastos para el funcionamiento del negocio

Gastos Administrativos y Legales	Total Mensual	Total Anual
Salarios	\$13.400.000	\$160.800.000
Prestaciones Sociales	\$2.518.796	\$30.225.552
Aportes Parafiscales	\$3.615.850	\$43.390.200
Costos Servicios Administrativos	\$4.620.000	\$55.440.000
Locación	\$2.700.000	\$32.400.000
Materiales de oficina 60%	\$862.230	\$10.346.760
Imprevistos	\$2.293.341	\$27.520.092
Total	\$30.010.217	\$360.122.604

Creación propia (2014)

En esta área tendremos unos gastos mensuales de \$30.010.217 distribuidos de la siguiente manera: Los gastos en materiales de oficina se dividieron entre las 3 áreas (distribución,

administrativo y producción) con un porcentaje del 20, 60 y 20

Grafico 62 Gastos Distribución y Ventas

Costos de Distribución	Total Mensual	Total Anual
Materiales de oficina área de mercadeo 10%	\$143.705	\$1.724.460
Salarios	\$11.700.000	\$129.168.000
Prestaciones Sociales	\$2.446.586	\$29.362.273
Aportes Parafiscales	\$3.512.574	\$42.150.888
Página Web costos mensuales	\$2.752.917	\$33.035.004
Tienda Propia Belén	\$9.556.147	\$120.133.788
Publicidad y Mercadeo	\$23.214.996	\$278.579.952
Materiales de oficina tienda propia 10%	\$143.705	\$1.724.460
Locaciòn	\$200.000	\$2.400.000
Servicios Pùblicos	\$1.068.268	\$12.819.216
Total	\$54.738.898	\$651.098.041

Creación propia (2014)

El área de distribución está constituida por las tiendas propias y la página Web, con costos anuales de \$651.098.041, es decir \$54.738.898 mensual. Estos costos pertenecen a todos los gastos necesarios para la venta de los productos.

8.2.2.4 Gastos Financieros

Grafico 63 datos financieros y préstamo

Periodo	Cuota Prestamo	Intereses
0		
1	\$ 19.305.495	\$ 13.854.435
2	\$ 19.305.495	\$ 13.738.327
3	\$ 19.305.495	\$ 13.619.746
4	\$ 19.305.495	\$ 13.498.640
5	\$ 19.305.495	\$ 13.374.954
6	\$ 19.305.495	\$ 13.248.633
7	\$ 19.305.495	\$ 13.119.622
8	\$ 19.305.495	\$ 12.987.863
9	\$ 19.305.495	\$ 12.853.297
10	\$ 19.305.495	\$ 12.715.866
11	\$ 19.305.495	\$ 12.575.506
12	\$ 19.305.495	\$ 12.432.158
13	\$ 19.305.495	\$ 12.285.756
14	\$ 19.305.495	\$ 12.136.235
15	\$ 19.305.495	\$ 11.983.530
16	\$ 19.305.495	\$ 11.827.572
17	\$ 19.305.495	\$ 11.668.292
18	\$ 19.305.495	\$ 11.505.620
19	\$ 19.305.495	\$ 11.339.482
20	\$ 19.305.495	\$ 11.169.806
21	\$ 19.305.495	\$ 10.996.516
22	\$ 19.305.495	\$ 10.819.535
23	\$ 19.305.495	\$ 10.638.784
24	\$ 19.305.495	\$ 10.454.183
25	\$ 19.305.495	\$ 10.265.650
26	\$ 19.305.495	\$ 10.073.101
27	\$ 19.305.495	\$ 9.876.451
28	\$ 19.305.495	\$ 9.675.613
29	\$ 19.305.495	\$ 9.470.496
30	\$ 19.305.495	\$ 9.261.011
31	\$ 19.305.495	\$ 9.047.063
32	\$ 19.305.495	\$ 8.828.559
33	\$ 19.305.495	\$ 8.605.400
34	\$ 19.305.495	\$ 8.377.488
35	\$ 19.305.495	\$ 8.144.721
36	\$ 19.305.495	\$ 7.906.997
37	\$ 19.305.495	\$ 7.664.209
38	\$ 19.305.495	\$ 7.416.249
39	\$ 19.305.495	\$ 7.163.008
40	\$ 19.305.495	\$ 6.904.373
41	\$ 19.305.495	\$ 6.640.230
42	\$ 19.305.495	\$ 6.370.459
43	\$ 19.305.495	\$ 6.094.943
44	\$ 19.305.495	\$ 5.813.558
45	\$ 19.305.495	\$ 5.526.180
46	\$ 19.305.495	\$ 5.232.681
47	\$ 19.305.495	\$ 4.932.930
48	\$ 19.305.495	\$ 4.626.794
49	\$ 19.305.495	\$ 4.314.138
50	\$ 19.305.495	\$ 3.994.822
51	\$ 19.305.495	\$ 3.668.704
52	\$ 19.305.495	\$ 3.335.641
53	\$ 19.305.495	\$ 2.995.483
54	\$ 19.305.495	\$ 2.648.080
55	\$ 19.305.495	\$ 2.293.277
56	\$ 19.305.495	\$ 1.930.916
57	\$ 19.305.495	\$ 1.560.838
58	\$ 19.305.495	\$ 1.182.877
59	\$ 19.305.495	\$ 796.865
60	\$ 19.305.495	\$ 402.631

Como se ha mencionado anteriormente, Innovacrea hará un préstamo con Bancolombia de \$650.442.935, el cual será financiado a 60 meses (5años). Mensualmente deberá pagarse un monto de \$19'305.495 de los cuales se sacará el 2,13% para el pago de intereses. En la tabla se observa que cada vez que la empresa pague una cuota, se irá disminuyendo el aporte a interés y aumentando el aporte a capital.

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

Ver anexo 8.

Se puede observar que el flujo de caja a medida que pasan los meses va disminuyendo, esto se debe a que aunque el pago de los intereses va rebajando con los meses y por ende la utilidad antes de impuestos aumenta, el pago a capital también va aumentando y es por esto que al final el flujo de caja disminuye y continuará haciéndolo hasta que el préstamo se pague por completo.

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

Gráfico 64. Estado financiero del negocio.

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por concepto de Ventas	287.790.278	287.790.278	287.790.278	287.790.278	287.790.278	287.790.278	287.790.278	287.790.278	287.790.278	287.790.278	287.790.278	287.790.278
- Costo Variables	114.404.084	114.404.084	114.404.084	114.404.084	114.404.084	114.404.084	114.404.084	114.404.084	114.404.084	114.404.084	114.404.084	114.404.084
- Costos Fijos Producción	25.245.239	25.245.239	25.245.239	25.245.239	25.245.239	25.245.239	25.245.239	25.245.239	25.245.239	25.245.239	25.245.239	25.245.239
- Gastos Depreciación	2.832.146	2.832.146	2.832.146	2.832.146	2.832.146	2.832.146	2.832.146	2.832.146	2.832.146	2.832.146	2.832.146	2.832.146
= Utilidad Bruta en Ventas	145.308.809	145.308.809	145.308.809	145.308.809	145.308.809	145.308.809	145.308.809	145.308.809	145.308.809	145.308.809	145.308.809	145.308.809
- Costos fijos de Administración	25.226.753	25.226.753	25.226.753	25.226.753	25.226.753	25.226.753	25.226.753	25.226.753	25.226.753	25.226.753	25.226.753	25.226.753
- Costos Fijos de Ventas y Distribución	54.738.898	54.738.898	54.738.898	54.738.898	54.738.898	54.738.898	54.738.898	54.738.898	54.738.898	54.738.898	54.738.898	54.738.898
- Amortización de diferidos	271.200	271.200	271.200	271.200	271.200	271.200	271.200	271.200	271.200	271.200	271.200	271.200
= Utilidad Operativa	65.071.958	65.071.958	65.071.958	65.071.958	65.071.958	65.071.958	65.071.958	65.071.958	65.071.958	65.071.958	65.071.958	65.071.958
+ Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidad Antes de Impuestos	65.071.958	65.071.958	65.071.958	65.071.958	65.071.958	65.071.958	65.071.958	65.071.958	65.071.958	65.071.958	65.071.958	65.071.958
- Impuestos	22.124.466	22.124.466	22.124.466	22.124.466	22.124.466	22.124.466	22.124.466	22.124.466	22.124.466	22.124.466	22.124.466	22.124.466
= UTILIDAD NETA	42.947.492	42.947.492	42.947.492	42.947.492	42.947.492	42.947.492	42.947.492	42.947.492	42.947.492	42.947.492	42.947.492	42.947.492
- Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidades no Repartidas	42.947.492	42.947.492	42.947.492	42.947.492	42.947.492	42.947.492	42.947.492	42.947.492	42.947.492	42.947.492	42.947.492	42.947.492
Utilidades no Repartidas Acumuladas	42.947.492	85.894.984	128.842.477	171.789.969	214.737.461	257.684.953	300.632.445	343.579.938	386.527.430	429.474.922	472.422.414	515.369.906

Según lo visto en el estado de resultados la empresa no generará pérdidas desde el primer mes, y las utilidades no repartidas irán aumentando a través de los meses.

Este escenario se dará si se cumple con las ventas estipuladas y si se mantienen los precios estables a lo largo del año.

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

El valor presente neto actual es de \$2.407.035.432, Esto significa que la empresa aumentará su valor a través de los años, y que como proyecto de inversión es favorable.

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno calculada para el proyecto fue de 19466.75%

Análisis variaciones porcentuales

Para la realización de las simulaciones se utilizaron varios estimados de crecimiento, la inflación proyectada para el año 2014 es del 3% por lo cual se determinó que la variación de los precios sería de un 3,20%; teniendo en cuenta que la inflación puede subir un poco más de lo estimado y también considerando que con este aumento en la inflación se suben otros precios de factores importantes como lo son la gasolina con un 8.38% que nos afecta en cuanto a los procesos de envío tanto a los lugares de venta como al momento de realizar la exportaciones, el arrendamiento con 3% el cual incrementaría el costo de la utilización del punto de venta de la empresa, servicios públicos del 3% el cual nos afecta directamente por el aumento de gastos que debe tener la compañía para su funcionamiento ya que es un factor importante y determinante para Innovacrea, finalizando con el aumento de los servicios de la eps de un 4.5% la cual debemos tener en cuenta al momento de realizar los pagos de salario sin incumplir con la legalidad. La variación del % en las ventas se calculó teniendo en cuenta el crecimiento del sector del último año en Colombia, el cual fue del 2,5%.

Al realizar la suma de estas variables encontramos un porcentaje promedio del 3.94% las cuales nos influye directamente para el proceso de distribución, producción y exportación de los productos ofrecidos por innovacrea.

En la variación en los costos se llegó a la determinación de sería de un 2% tomando en cuenta el IPP proyectado para el año el cual fue de 1,80%, si se considera que estos valores pueden tanto subir como bajar, se prefirió tomar una opción un poco más alta para cubrir la subida inesperada de esta.

8.4.3 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Ingrese Cambio Porcentual en las Ventas:

Grafico 65 cambio porcentual en las ventas

Cambio Porcentual en las Ventas	0,10%
Tasa de Retorno	1,17%
Valor Presente Neto	882.025.063,3
Tasa Interna de Retorno	1380,28%

Cambio Porcentual en las Ventas	-0,10%
Tasa de Retorno	1,17%
Valor Presente Neto	879.585.871,6
Tasa Interna de Retorno	2164,24%

Creación propia (2014)

Según esto se puede observar que aunque los cambio tanto positivos como negativos son mínimos, VPN no cambia mucho en cuanto a la base (0% de variación), pero por otra parte, la TIR varía considerablemente.

Con esto se puede analizar que entre más aumenten las ventas más vale la empresa, o sea que tiene un VPN más alto.

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Ingrese Cambio Porcentual en el Precio:

Grafico 66 cambio porcentual en el precio

Cambio Porcentual en el Precio	0,10%
Tasa de Retorno	1,17%
Valor Presente Neto	882.920.490
Tasa Interna de Retorno	1694,39%

Cambio Porcentual en el Precio	-0,10%
Tasa de Retorno	1,17%
Valor Presente Neto	878.690.445
Tasa Interna de Retorno	1674,05%

Creación propia (2014)

Según esto se puede observar que aunque los cambio tanto positivos como negativos son mínimos, VPN no cambia mucho en cuanto a la base (0% de variación), pero por otra parte, la TIR varía considerablemente.

Con esto se puede analizar que entre más aumenten las ventas más vale la empresa, o sea que tiene un VPN más alto.

Ingrese Cambio Porcentual Costos Variables:

Grafico 67 cambio porcentual costos

Cambio Porcentual Costos Variables	0,10%
Tasa de Retorno	1,17%
Valor Presente Neto	879.910.040,8
Tasa Interna de Retorno	1371,98%

Cambio Porcentual Costos Variables	-0,10%
Tasa de Retorno	1,17%

Valor Presente Neto	881.700.894,1
Tasa Interna de Retorno	2177,36%

Creación propia (2014)

Según esto se puede observar que aunque los cambio tanto positivos como negativos son mínimos, VPN no cambia mucho en cuanto a la base (0% de variación), pero por otra parte, la TIR varía considerablemente.

Con esto se puede analizar que entre más aumenten los costos variables, más se va a disminuir el VPN. Con esta variación se nota un cambio opuesto a los resultados anteriores.

Ingrese Cambio Porcentual Costos Fijos:

Grafico 68 cambio porcentual costos

Cambio Porcentual Costos Fijos	0,10%
Tasa de Retorno	1,17%
Valor Presente Neto	880.009.500,6
Tasa Interna de Retorno	1536,77%

Cambio Porcentual Costos Fijos	-0,10%
Tasa de Retorno	1,17%
Valor Presente Neto	881.601.434,3
Tasa Interna de Retorno	1862,08%

Creación propia (2014)

Según esto se puede observar que aunque los cambio tanto positivos como negativos son mínimos, VPN no cambia mucho en cuanto a la base (0% de variación), pero por otra parte, la TIR varía considerablemente.

Con esto se puede analizar que entre más se reduzcan los costos fijos más valor (VPN) tendrá la empresa.

Tasa de Rentabilidad Esperada

Grafico 69 rentabilidad esperada

Tasa Interna de Retorno	0,10%
Valor Presente Neto	978.122.482,6
Tasa Interna de Retorno	1684,22%

Tasa Interna de Retorno	-0,10%
Valor Presente Neto	997.742.856,2
Tasa Interna de Retorno	1684,22%

Creación propia (2014)

Aquí se puede observar que entre más se reduzca la tasa de rentabilidad esperada mas valor tendrá la empresa porque disminuye el riesgo, y entre menos riesgosa sea una inversión más valor se puede obtener por ella.

9. CONSIDERACIONES FINALES

Teniendo en cuenta los resultados del estudio se llegó a la conclusión que el proyecto puede ser favorable o no de acuerdo del punto de vista desde el que se vea.

Por una parte en cuanto al estudio de mercado se observa que existe un mercado potencial, tanto nacional como internacional, que demanda cantidades constantes y que la empresa puede suplir, no solo en cuanto a producto sino en cuanto al valor agregado por este.

En cuanto a lo legal, la constitución y requisitos legales no son muchos, y los existentes no son muy complicados de sacar y obtener.

Por otra parte está la parte financiera y es aquí donde se evidencia la dualidad.

Si se observan los resultados arrojados por el análisis financiero, la empresa genera ingresos significativos desde el primer mes con respecto a una empresa de otro sector, y si las ventas se sostienen los ingresos son relativamente altos, y los ingresos proyectados siguen creciendo a medida que la empresa continua trabajando; también se puede observar en el valor presente neto que la empresa vale más de lo que el sector dice que puede valer una empresa con esta actividad económica, lo que nos muestra que puede ser un proyecto de inversión tanto favorable como recomendable.

La duda comienza cuando se mira el préstamo necesario para comenzar las actividades, que es de aproximadamente 651 millones de pesos, que para ser una empresa principiante, se opina no hay ninguna banco que lo realice.

Así que con esto se puede analizar 2 cosas: la primera sería que para ser un proyecto de creación de empresa, tener una inversión así de grande, la viabilidad económica y financiera se vería afectada.

La segunda sería que si este fuera un proyecto de una empresa con trayectoria y con historial crediticio suficiente como para recibir un préstamo de tal magnitud; o un proyecto de creación de una empresa con apoyo financiero de otra más grande, el proyecto sería rentable, viable y positivo

ANEXOS:

Anexo 1:

ENCUESTA

- 1 ¿Cada cuánto compra muebles para su hogar?
 - cada 4 años
 - cada 6 años
 - cada 10 años

- 2 ¿Cuál de los siguientes aspectos tiene en cuenta al momento de comprar muebles?
 - precio
 - diseño
 - calidad
 - está de moda
 - peso

- 3 ¿En cuál de las siguientes tiendas prefiere comprar y porque?
 - tugo
 - fabricas unidas
 - muebles juventud
 - homecenter
 - falabella
 - easy

- 4 ¿A través de qué medio se enteró de la existencia de la tienda comercializadora de mueble?
 - televisión
 - facebook
 - páginas de internet
 - folletos
 - vallas publicitarias
 - anuncios en prensa y revistas

- 5 Si el precio no fuese determinante, ¿cuál de los siguientes muebles compraría y por qué?



tugo



muebles juventud



fabricas unidas



Homecenter



Falabella



Easy

Anexo 2

Cotizaciones

Martes, 30 de septiembre de 2014

Señores

AGENCIA DE ADUANAS MARIANO ROLDAN S.A.

Atn, Señor(a): SANDRA YOLIMA GIRALDO GIL

Ciudad

Ref: Cotización Nro. 1094

Cordial Saludo, A su amable solicitud de cotización, a continuación sirvase encontrar nuestra oferta de servicios para transporte

internacional de su carga bajo las siguientes condiciones:

Descripción de la Carga

General, SALAS EN BALSO

Exportación Marítima FCL

Trayecto: Buenaventura - VALPARAISO : Trayecto 1

Incoterm: CFR, Vigencia de la Tarifa: 31/10/2014

Frecuencia: SEMANAL - Tiempo de Tránsito: 8 días - Días Libres: 8

Notas Aclaratorias

MAREX CARGO S.A. Se limita a la consecución de espacios y reservas actuando como intermediario y por lo tanto no

representa a los dueños de la carga ni a los transportadores y/o sus agentes representantes que intervienen en el 40 PIES HC SECO

FLETE 600.00 USD x Contenedor

Costos en Origen

DOC FEE USD 80 x BL

Costos en Destino

THD USD 120 x Contenedor

INLAND USD 580 x Contenedor

LIBERACION USD 60 x Contenedor

ADUANA 0.40 % x Valor CIF. Mínima USD 150

ARANCEL 6 % x Valor CIF

IVA 19 % x Valor CIF

transporte.

MAREX CARGO S.A. No es responsable por cambios, demoras, imprevistos o fuerzas mayores que tengan las líneas

involucradas en sus diversos movimientos; tampoco es responsable por extravíos, pérdidas, daños, y demás que sufran las

mercancías, pues la responsabilidad es directa de la línea transportadora.

MAREX CARGO S.A. facturara fletes internacionales de acuerdo a la TRM del día + COP \$ 25.00, el cliente debe de cancelar según la tasa de cambio de la factura o del día en que se genere el pago correspondiente, según sea la mayor

entre las dos.

DERECHO DE RETENCION: Independiente de cualquier motivo, Marex Cargo S.A. tiene derecho en general y en particular a retener la mercancía de clientes que no hayan pagado las cuentas pendientes.

INDEPENDENCIA: Los términos de estas condiciones generales son independientes entre sí, y si alguna parte de estas

condiciones se declara invalida no afectara la validez o ejecución del cumplimiento de las otras condiciones.

Para reclamos relacionados con su carga por favor informarnos a más tardar 8 días hábiles después de la llegada de la misma.

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE- Plan de Negocios

Para Para nosotros será un privilegio manejar su carga, contar con su confianza y prestarle nuestros servicios de logística.

Cordialmente,
Astrid Elena Cardona Villa
Coordinadora de Servicio al Cliente
Tel: 4186277 Ext. 20
acardona@marexcargo.com
Marex Cargo S.A.

doris paulina bolivar puerta [dpbolivarp@hotmail.com]

Para:

[JUANITA ARISTIZABAL OCHOA](#)

Bandeja de entrada

lunes, 15 de septiembre de 2014 10:33 a.m.

Hola Juanita.

Adjunto los precios de las piezas que se cotizaron:

- 80x60x30 = \$43.200
- 55x50x1.00 = \$8.250
- 70x70x20 = \$29.400
- 50x20x30 = \$32.500
- 1.00x70x30 = \$50.000

Estos son los precios que manejamos, el peso de estas piezas sería más o menos 40 kilos.

doris paulina bolivar p
cel 3104287467
ci balsur ltda
medellin- colombia

Anexo 3

ITEM	MONEDA	CONT40	COMENTARIOS
Valor pedido EXW	USD	91.408,1	
Flete terrestre nacional	USD	780,0	
Doc fee	USD	80,0	
Valor Pedido FOB	USD	860,0	

Flete internacional	USD	600,0	
Combustible // BAF	USD	0,0	Incluido
Seguro	USD	375,7	
Valor Pedido CIF	USD	975,7	

Gastos en destino	MONEDA	CONT40	COMENTARIOS
THC	USD	120,0	
Liberación	USD	60,0	Por día
Aduana	USD	373,0	0,4%
Arancel	USD	0,0	0,0%
IVA	USD	17.845,1	19,0%
Inland	USD	580,0	
Valor Pedido DDP	USD	18.978,0	

TOTAL FACTURA MAREX		20.813,8	
----------------------------	--	-----------------	--

Anexo 4

LISTA DE PRECIOS TELAS INDUSTRIALES

Suministro de materias primas para la Confección i

DESCRIPCION	COSTO	IVA	TOTAL
PELUCHE IMPORTADO 1,60			
VENUS LARGO	\$ 14.343	\$ 2.295	\$ 16.639
VENUS EXTRA CORTO	\$ 12.931	\$ 2.069	\$ 15.000
MICRO VENUS	\$ 14.655	\$ 2.345	\$ 17.000
MICRO SUAVETINA	\$ 12.758	\$ 2.041	\$ 14.800
REMOLINO	\$ 20.689	\$ 3.310	\$ 24.000
VACA	\$ 18.362	\$ 2.938	\$ 21.300
JIRAFAS AMARRILLA Y CAFE	\$ 17.672	\$ 2.828	\$ 20.500
ESPECIAL 3	\$ 12.500	\$ 2.000	\$ 14.500
ESPECIAL LEOPARDO, JACKUAR Y TIGGER	\$ 14.568	\$ 2.331	\$ 16.900
CRESPITO	\$ 17.844	\$ 2.855	\$ 20.700
BOLITAS	\$ 15.948	\$ 2.552	\$ 18.500
CUADRITOS	\$ 17.672	\$ 2.828	\$ 20.500
ANIMAL LOOKING	\$ 23.017	\$ 3.683	\$ 26.700
CARIÑOSITO	\$ 6.724	\$ 1.076	\$ 7.800
TELAS INDUSTRIALES			
CAMUFLADO FRANELA 1,70	\$ 8.200	\$ 1.312	\$ 9.512
CAMUFLADO IMPERMEABLE 1,60	\$ 11.700	\$ 1.872	\$ 13.572
8002 TELA DEPORTIVA 1,60	\$ 3.300	\$ 528	\$ 3.828
YERSILON TIPO B Y CORTAS 1,50	\$ 3.700	\$ 592	\$ 4.292
YERSILON TIPO A 1,50	\$ 4.300	\$ 688	\$ 4.988
NAUTICA	\$ 4.600	\$ 736	\$ 5.336
VENDAVAL	\$ 7.500	\$ 1.200	\$ 8.700
LYCRA ALGODÓN 1,60 POR KILO (3,1 MT)	\$ 24.200	\$ 3.872	\$ 28.072
FRANELA PUNTO SENCILLO 1,50	\$ 5.600	\$ 896	\$ 6.496
TERCIOPELO 1,20	\$ 9.100	\$ 1.456	\$ 10.556
PERCHADO MONACO 1,60	\$ 8.800	\$ 1.408	\$ 10.208
PERCHADO OLIMPICO 1,60	\$ 6.200	\$ 992	\$ 7.192
FLEECE OVEJERO 1,60	\$ 5.700	\$ 912	\$ 6.612

**DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE-
Plan de Negocios**

FLEECE TROQUELADO 1,70	\$ 7.000	\$ 1.120	\$ 8.120
CARIÑOSITO ESTAMPADO / UNICOLOR1,60	\$ 10.000	\$ 1.600	\$ 11.600
DULCE ABRIGO IMPORTADO 1,10	\$ 6.900	\$ 1.104	\$ 8.004

SEDE PRINCIPAL Carrera 37 N. 8ª - 138
PBX (094) 5149160 FAX 312 83 91 A.A. 50186
Medellín – Colombia
planetcargo@planetcargo.com.co
www.planetcargo.com.co

BOGOTA. CL 44ª N. 78-11 Barrio Modelia PBX (091) 547 27 77 Fax (091) 295 23 15 ** BARRANQUILLA. Calle 79 N. 71-22 Piso 2 Telefax (095) 378 85 52
IPIALES. Cr 9ª N. 12ª-63 Piso 3 Tel (0927) 73 34 41 ** BUENAVENTURA Cr 3ª N. 2 – 13 Ofc 303 Tel (092) 241 22 70 - 241 45 88
PEREIRA. Cr 17 n. 11-48 Edif La Reserva Of 203 Telefax (096) 324 41 69 ** CARTAGENA Barrio Manga Cl 27B N. 24-56 Casa B19 Tel (095) 660 89 15
SANTA MARTA. Cl 11 N. 1C-23 Ofc 601 Telefax (095) 423 30 25 ** CALI. Km 6 Via yumbo Bod 3 Zona Franca Tel (092) 2801059 Fax 280
1040
CUCUTA. Av. 7 N. 0B-104 Via el Salado Telefax (097) 587 53 24
Medellín, 13 de Junio, 2014.

Señora,
JUANITA ARISTIZABAL
CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN
ORIGEN: AEROPUERTO DE MEDELLIN (MED) DESTINO: AEROPUERTO DE MONTREAL
Commodity: CARGA GENERAL Frecuencia: SEMANAL
Carrier: CENTURION CARGO Termino de negociación: CFR
T/T: 5 -6 DIAS APROX. Validez: JUNIO 30 DE 2014

Corte de guía
Due Carrier
Due Agent
Transfer
Collect Fee
USD 35
USD 45
USD 50
USD 0.05
USD 3%
USD 35
USD 35
-100Kg
100 Kg – 300 Kg
300 kg – 500 Kg
+500 kg
USD 2.72 Kg / Vol.
USD 2.67 Kg / Vol.
USD 2.62 Kg / Vol.
USD 2.58 Kg / Vol.
USD 450

TARIFA SUJETA A VARIACION SIN PREVIO AVISO
TARIFA SUJETA A DISPONIBILIDAD DE ESPACIO
TARIFA SUJETA A VERIFICACION DE PESO Y DIMENSIONES
VIA MIAMI
REF: TRANSPORTE AEREO
ORIGEN: AEROPUERTO DE MEDELLIN (MED) DESTINO: AEROPUERTO DE ARUBA
Commodity: CARGA GENERAL Frecuencia: SEMANAL
Carrier: TAMPA CARGO Termino de negociación: CFR
T/T: 2 DIAS APROX. Validez: JUNIO 30 DE 2014

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE- Plan de Negocios

Corte de guía

Due Carrier

Due Agent

Transfer

Collect Fee

USD 35

USD 35

USD 50

USD 0.04

USD 3%

USD 45

USD 35

-100Kg

+100 Kg

Fuel

USD 3.20 Kg / Vol.

USD 2.40 Kg / Vol.

USD 0.20 Kg / Vol

USD 180

USD 10

TARIFA SUJETA A VARIACION SIN PREVIO AVISO

TARIFA SUJETA A DISPONIBILIDAD DE ESPACIO

TARIFA SUJETA A VERIFICACION DE PESO Y DIMENSIONES

MAXIMO PESO POR PIEZA 200 KG

VIA BOGOTA

SEDE PRINCIPAL Carrera 37 N. 8ª - 138

PBX (094) 5149160 FAX 312 83 91 A.A. 50186

Medellín – Colombia

planetcargo@planetcargo.com.co

www.planetcargo.com.co

BOGOTA. CL 44ª N. 78-11 Barrio Modelia PBX (091) 547 27 77 Fax (091) 295 23 15 ** BARRANQUILLA. Calle 79 N. 71-22 Piso 2 Telefax (095) 378 85 52

IPIALES. Cr 9ª N. 12ª-63 Piso 3 Tel (0927) 73 34 41 ** BUENAVENTURA Cr 3ª N. 2 – 13 Ofc 303 Tel (092) 241 22 70 - 241 45 88

PEREIRA. Cr 17 n. 11-48 Edif La Reserva Of 203 Telefax (096) 324 41 69 ** CARTAGENA Barrio Manga Cl 27B N. 24-56 Casa B19 Tel (095) 660 89 15

SANTA MARTA. Cl 11 N. 1C-23 Ofc 601 Telefax (095) 423 30 25 ** CALI. Km 6 Via yumbo Bod 3 Zona Franca Tel (092) 2801059 Fax 280

1040

CUCUTA. Av. 7 N. 0B-104 Via el Salado Telefax (097) 587 53 24

Anexo 5

Imagen 1. Papel stretch

Homecenter.com.co > Ferrería > Empaques > Papel y plástico > Polyetretch Film stretch calibre 6 30 cm 350 metros aproximadamente105 m2



Polyetretch Film stretch calibre 6 30 cm 350 metros aproximadamente105 m2
SKU: 167819

[Ver características del producto](#)

☆☆☆☆☆
Sea el primero en escribir una reseña

Mostrar precio en:
CUNDINAMAR ▾
Precio para Homecenter.com.co y Venta Telefónica
\$29.900 -
CMR Puntos: 29

Métodos de envío y retiro:

✓	424	Despacho a Domicilio	Ver Opciones
X	16	Retiro en Tienda	No Disponible

[Ver disponibilidad](#) de este producto en Tiendas

Conoce más medios de pago, comprando a través de nuestra línea gratuita nacional: 01 8000 12 7373

Imagen tomada de Homecenter.com.co

Imagen 2. Canteadora

The screenshot shows the website 'ARISTIZÁBAL & JINETE' with a green header. The navigation menu includes: Inicio, Productos, Partners, Clientes, ARISTIZÁBAL & JINETE, Soporte, A&J, Blog, and Contacto. The breadcrumb trail is: Inicio > Blog > Productos > simple > Canteadora para madera EG300.

COTIZACIÓN
Canteadora para madera EG300
2 x \$0

Subtotal: \$0
[Ver carrito](#)

TIPO DE TRABAJO

- Extracción
- Corte
- Afilado
- Secado
- Medición
- Sierras
- Molduras y Pisos
- Torno
- Finjer Joint
- Sillas
- Prensado
- Corte de Tableros
- Enchape de Cantos
- Perforado
- Fresado

CORTE

CANTEADORA PARA MADERA EG300

Canteadora para madera de costeros EG300. Línea industrial de gran desempeño y rendimiento, un equipo que le permite aprovechar al máximo sus tablas mediante el corte por disco a una medida fija y con opción de sierra múltiple, posicionador y guía laser.

[COTIZAR](#) [VER VIDEO](#)

Descripción del Producto

Canteadora para madera de costeros EG300. Línea industrial de gran desempeño y rendimiento, un equipo que le permite aprovechar al máximo sus tablas mediante el corte por disco a una medida fija y con opción de sierra múltiple, posicionador y guía laser.

Imagen tomada de ayj.com.co

Imagen 3. Cepillo de carpintería

Recomienda este Producto

Imágenes Adicionales



Categoría: Herramientas Eléctricas > Herramientas Eléctricas Portátiles y accesorios



CRAFTSMAN

CEPILLO DE CARPINTERIA, 5 AMP. REF: 17370

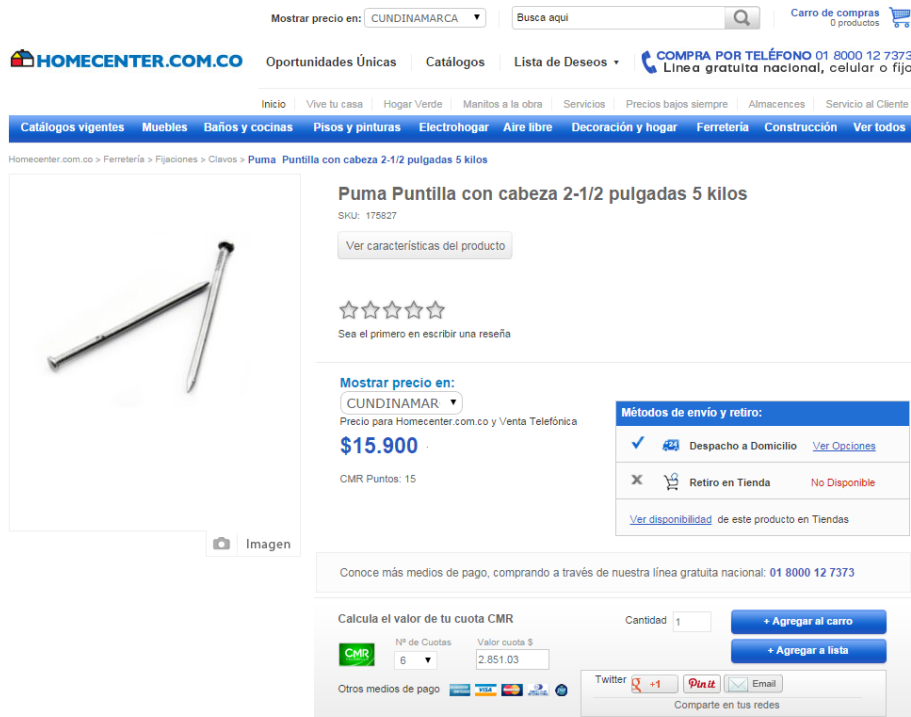
Ágil, eficiente y Versátil.

Potencia de 5.0 amperes Cepilladora ofrece 16,000 rpm/32,000 rpm para cortes limpios y rápidos en una variedad de maderas. Interruptor de gatillo con bloqueo, mango trasero moldeado c/mango en arco frontal sobre moldeado. Zapata frontal acanalada.

- Zapata frontal de aluminio, Zapata trasera de acero
- Zapata frontal acanalada para cortes biselados y sesgados de 45 grados
- El conducto de expulsión de polvo dirige el polvo/las astillas lejos del operador hacia el lado derecho o izquierdo
- Hojas de carburo de doble filo
- Ajustes de las hojas Rapidset™ para cambiar las hojas de manera fácil/precisa
- La guía para bordes se coloca en el lateral izquierdo o derecho
- Llave en T, bolsa para polvo, guía para bordes, guía para ranuras, adaptador para recolección de polvo, estuche, juego adicional de hojas
- El protector para superficies protege la pieza de trabajo

Imagen tomada de ujueta.com.co

Imagen 4.



The screenshot shows the Homecenter.com.co website interface. At the top, there is a search bar and a shopping cart icon. The main navigation bar includes categories like 'Muebles', 'Baños y cocinas', 'Pisos y pinturas', 'Electrohogar', 'Aire libre', 'Decoración y hogar', 'Ferretería', and 'Construcción'. The product page is for a 'Puma Puntilla con cabeza 2-1/2 pulgadas 5 kilos' (SKU: 175827). The price is listed as \$15.900. There are options for delivery ('Despacho a Domicilio') and pickup ('Retiro en Tienda'). The page also features a 'Ver características del producto' button, a star rating system, and a 'Ver disponibilidad' link. At the bottom, there is a section for calculating the value of the CMR (Comprobante de Pago) and a 'Comparte en tus redes' section with social media icons for Twitter, Facebook, and Email.

Imagen tomada de Homecenter.com.co

Imagen 5. Compresor de pintura

The screenshot shows the Homecenter.com.co website interface. At the top, there are navigation links for 'Inicio', 'Vive tu casa', 'Hogar Verde', 'Manitos a la obra', 'Servicios', 'Precios bajos siempre', 'Almacenes', and 'Servicio al Cliente'. Below this is a blue navigation bar with categories like 'Catálogos vigentes', 'Muebles', 'Baños y cocinas', 'Pisos y pinturas', 'Electrohogar', 'Aire libre', 'Decoración y hogar', 'Ferretería', and 'Construcción'. The main content area features a product listing for 'Wagner Pistola para pintar w550' with a price of \$217.900. The product image shows a yellow and black sprayer. Below the image are options for 'Video' and 'Imagen'. The right side of the page displays shipping and payment options, including 'Despacho a Domicilio' and 'Retiro en Tienda'. At the bottom, there is a section for 'Calcula el valor de tu cuota CMR' with a form for 'Nº de Cuotas' (6) and 'Valor cuota \$' (39.071.61).

Imagen tomada de Homecenter.com.co

Imagen 6. Formones

The screenshot shows the UJUETA website interface. The header features the 'UJUETA IMPORTADORES MAYORISTAS' logo and a navigation menu with 'INICIO', 'QUIENES SOMOS', 'PRODUCTOS', 'SERVICIO', and 'CONTACTENOS'. A 'Productos' sidebar is visible on the right. The main content area displays a product listing for 'CRAFTSMAN JUEGO DE FORMONES PARA MADERA DE 5 PZ REF: 36859' with a 'Garantía de por vida'. The product image shows five chisels. Below the product listing is a 'Recomienda este Producto' button.

Imagen tomada de ujueta.com

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE- Plan de Negocios

Imagen 7. Inmunizante

Homecenter.com.co > Pisos y pinturas > Pintura > Barnices, esmaltes y lacas > Sika Merulex i.f.a 20 kilos

Sika Merulex i.f.a 20 kilos
SKU: 30829

Ver características del producto

☆☆☆☆☆
Sea el primero en escribir una reseña

Mostrar precio en: CUNDINAMAR
Precio para Homecenter.com.co y Venta Telefónica
\$206.900

CMR Puntos: 206

Métodos de envío y retiro:
 Despacho a Domicilio [Ver Opciones](#)
 Retiro en Tienda [Ver Opciones](#)
[Ver disponibilidad](#) de este producto en Tiendas

Conoce más medios de pago, comprando a través de nuestra línea gratuita nacional: 01 8000 12 7373

Calcula el valor de tu cuota CMR
 Cantidad: 1
 + Agregar al carro
 + Agregar a lista

CMR Nº de Cuotas Valor cuota \$
 6 37.099.2

Otros medios de pago

Twitter +1 Print Email
 Comparte en tus redes

Imagen tomada de Homecenter.com.co

Imagen 8. Laca Catalizadora

Arquitectónica > Madera > Industrial > Automotriz > Auxiliar

Productos
 ● ARQUITECTÓNICA
 ● MADERA
 ● Poliuretano
 ● Nitrocelulósico
 ● Catalizado
 ● Selladores Catalizados
 ● Lacas Catalizadas
 ● Tintes
 ● INDUSTRIAL
 ● AUTOMOTRIZ
 ● AUXILIAR

Catalizado :: Lacas Catalizadas Para Acabado

Maderable
Laca Catalizada

LACAS CATALIZADAS PARA ACABADO

Las Lacas Catalizadas Brillantes de la línea 700 para Madera, son productos de dos componentes, que dan a la superficie tratada un excelente acabado, con buenas propiedades finales de brillo y dureza.

Usos recomendados
 Solo para uso interior en cualquier clase de madera natural, MDF, o Aglomerados.

» Ver Colores
 » Puntos de venta
PRESENTACION POR CAJA
 • 1 Cuñete
 • 4 Galones
 • 16 Cuartos

REF	PRODUCTO	CUARTO	GALON	CUÑETE
LC-701	Blanca N.A.	\$ 18.000,00	\$ 60.000,00	\$ 0,00
LC-708	Rojo Ingles	\$ 15.200,00	\$ 49.900,00	\$ 0,00
LC-709	Caramelo	\$ 15.200,00	\$ 49.000,00	\$ 0,00
LC-711	Vino Tinto	\$ 15.200,00	\$ 49.000,00	\$ 0,00
LC-723	Nogal Ingles	\$ 15.200,00	\$ 49.000,00	\$ 0,00
LC-729	Miel	\$ 15.200,00	\$ 49.000,00	\$ 0,00
LC-750	Brillante	\$ 14.700,00	\$ 45.500,00	\$ 221.000,00
LC-760	Brillante N.A.	\$ 14.800,00	\$ 47.000,00	\$ 0,00
LC-770	Transparente. Mate	\$ 16.100,00	\$ 53.000,00	\$ 25.900,00
LC-780	Semi Mate	\$ 15.100,00	\$ 49.000,00	\$ 239.000,00
LC-759	Caramelo Ind.	\$ 15.000,00	\$ 48.500,00	\$ 0,00
LC-779	Miel Industrial	\$ 15.000,00	\$ 48.500,00	\$ 0,00
LC-785	Brillante Ind.	\$ 13.300,00	\$ 43.500,00	\$ 212.000,00
LC-778	Wengue Industrial	\$ 15.000,00	\$ 48.500,00	\$ 0,00

Imagen tomada de pinturastonner.com

Imagen 9. Lijadora



Imagen tomada de ujueta.com

Imagen 10. Pegante

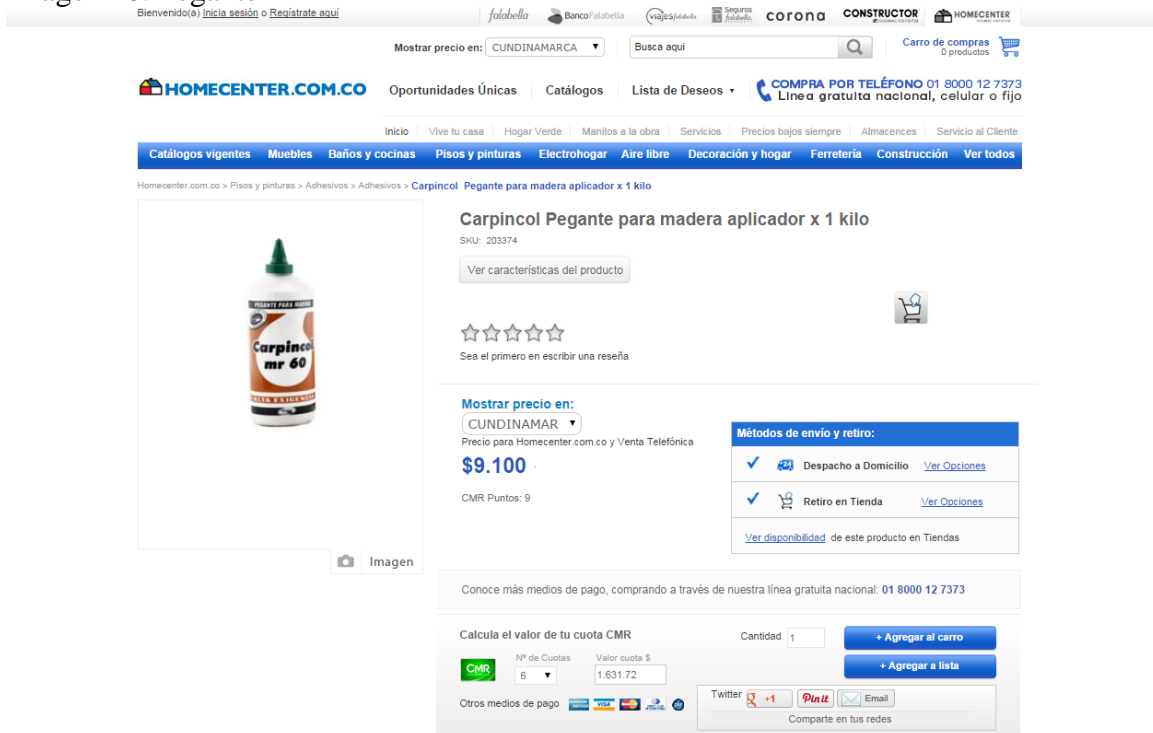


Imagen tomada de Homecenter.com.co

Imagen 11. Sierra circular



The image is a screenshot of the UJUETA website. At the top left is the logo for UJUETA, featuring a red gear icon and the text "UJUETA IMPORTADORES MAYORISTAS". To the right of the logo is a search box titled "Productos" with a dropdown menu set to "Productos" and a text input field labeled "Nombre o Referencia". Below the logo is a navigation menu with the following items: INICIO, QUIENES SOMOS, PRODUCTOS, SERVICIO, and CONTACTENOS. The main content area is divided into two columns. The left column has a section titled "Recomienda este Producto" with a link to "Imagenes Adicionales" and a small image of the circular saw. The right column features a product listing for a Craftsman circular saw. The listing includes the brand name "CRAFTSMAN" in a red box, the product name "SIERRA CIRCULAR DE 7.1/4 MOTOR DE 13 AMP. REF: 10871", and a description: "gran potencia para cortar, rasgar o calar a través de maderas duras o blandas". Below the product listing is a paragraph of text describing the saw's features, such as its 5000 RPM motor and ergonomic handle. At the bottom of the product listing, it says "El Kit. Incluye:" followed by a bullet point: "Disco con bordes de carburo, de 24 dientes".

Imagen tomada de ujueta.com

Imagen 12. Sierra sinfin



The image is a screenshot of the UJUETA website. At the top left is the logo for UJUETA, featuring a red gear icon and the text "UJUETA IMPORTADORES MAYORISTAS". To the right of the logo is a search box titled "Productos" with a dropdown menu set to "Productos" and a field for "Nombre o Referencia". Below the logo is a navigation menu with links: "INICIO", "QUIENES SOMOS", "PRODUCTOS", "SERVICIO", and "CONTACTENOS".

On the left side, there is a section titled "Recomienda este Producto" with a link to "Imágenes Adicionales" and a small thumbnail image of the saw. The main content area features a product card for a Craftsman band saw. The card includes the Craftsman logo, the product name "SIERRA SIN FIN DE 12\" with 1 HP Y 7 AMP. REF: 22400", and the note "Fabricada para uso pesado". Below the product card is a detailed description of the saw's features and a list of two bullet points.

Categoría: Herramientas Electricas > Herramientas Electricas Estacionarias

CRAFTSMAN
SIERRA SIN FIN DE 12" CON 1 HP Y 7 AMP. REF: 22400
Fabricada para uso pesado

Sierra de banda de 12" con armazón con construcción de acero para reducir la desviación bajo la tensión completa de la hoja. Incluye la hoja. Las guías con cojinetes en la parte superior e inferior reducen la fricción e incrementan la durabilidad de la hoja. Los visores para seguimiento de la hoja y verificar la tensión te permiten chequear rápidamente el tensionamiento y seguir la dirección, sin tener que abrir las puertas. Ruedas de aluminio fundido. Las guías de las hojas con cojinetes tienen perillas micro-ajustables que le permiten al usuario colocarlas fácilmente.

- La mesa se inclina 0-45° hacia la izquierda, para cortes angulares.
- Corta maderas duras, suaves y metal no ferroso.

Imagen tomada de ujueta.com

Imagen 13. Taladro neumático

Recomienda este Producto

Imágenes Adicionales



Documentos

→ Manual De Usuario

Categoría: Herramientas Eléctricas > Compresores y Herramientas de Aire



CRAFTSMAN

TALADRO
NEUMÁTICO DE 3/8
SCFM A 90 PSI REF:
19950

Calidad y eficiencia para sus trabajos.

Por su diseño liviano y material compuesto, el acabado de espejo negro y el cómodo agarre moldeado, este taladro reversible de Craftsman es la incorporación perfecta a tu arsenal de herramientas neumáticas. Presenta un sistema reductor de tres engranajes y una construcción sólo de cojinetes.

- Mecanismo de escape por el mango
- Interruptor de avance/retroceso en el gatillo
- Velocidad libre en RPM: 2.200
- SCFM a 90 PSI: 5.5

Especificaciones

Tamaño del portabrocas	3/8"
Peso del artículo	2.25
Tipo de herramienta	Taladro
Color/Acabado	Negro
RPM	2200
Reversible	Sí

Imagen tomada de ujueta.com

Imagen 14. Deslizadores

Mostrar precio en: ANTIOQUIA

Carro de compras
0 productos

homecenter.com.co
Oportunidades Únicas | Catálogos | Lista de Deseos
COMPRA POR TELÉFONO 01 8000 12 7373
Línea gratuita nacional, celular o fijo

Inicio
Vive tu casa
Hogar Verde
Manitos a la obra
Servicios
Precios bajos siempre
Almacenes
Servicio al Cliente

Catálogos vigentes
Muebles
Baños y cocinas
Pisos y pinturas
Electrohogar
Aire libre
Decoración y hogar
Ferretería
Construcción
Ver todos

Homecenter.com.co > Ferrería > Herrajería > Protección de muebles > Ferrenovo Deslizador mueble círculos 42 mm 4 unidades



Ferrenovo Deslizador mueble círculos 42 mm 4 unidades

SKU: 85133

Ver características del producto

☆☆☆☆☆

Sea el primero en escribir una reseña

Mostrar precio en:

ANTIOQUIA

Precio para Homecenter.com.co y Venta Telefónica

\$8.450

CMR Puntos: 8

Métodos de envío y retiro:

✓ Despacho a Domicilio
[Ver Opciones](#)

✗ Retiro en Tienda
No Disponible

[Ver disponibilidad](#) de este producto en Tiendas

Imagen tomada de homecenter.com.co

Anexo 6

MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
I. IDENTIFICACIÓN	
Nivel:	GERENTE
Denominación del Empleo:	GERENTE GENERAL
Código:	2014
Grado:	01
Dependencia:	GERENCIA
Cargo del Jefe Inmediato:	NINGUNO
II. PROPOSITO PRINCIPAL	
Crear, coordinar y planear todos los procesos estratégicos de la empresa.	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Crear estrategias para encaminar el norte de la organización. 2. Coordinar las actividades generales y de expansión nacional e internacional. 3. Planear las estrategias visionales empresariales para definir el quehacer de los demás empleados. 4. Tomar decisiones de carácter importante en cuanto a temas de organización. 5. Representar y estar a cargo de las reuniones de negocios importantes. 6. 	
IV. CONOCIMIENTOS BASICOS O ESENCIALES	
Negociación y relaciones de negocios, procesos administrativos, planificación y ejecución de estrategias, administración general de empresas, contabilidad general, derecho laboral general..	
V. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Título Profesional en Ciencias Económicas, Administración de empresas, Administración Pública, Derecho, Administración Financiera.	5 años de experiencia profesional relacionada

MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
I. IDENTIFICACIÓN	
Nivel:	AUXILIAR
Denominación del Empleo:	AUXILIAR DE CONTABILIDAD
Código:	2014
Grado:	05
Dependencia:	CONTABILIDAD
Cargo del Jefe Inmediato:	CONTADOR
II. PROPOSITO PRINCIPAL	
Causación de los diferentes hechos económicos de la empresa (compras, ventas, sueldos, pago servicios, depreciaciones, etc.),	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
1. Manejo y control de inventarios 2. Manejo o gestión de cartera 3. Conciliaciones bancarias 4. Proyección de estados financieros e informes contables o financieros 5. Preparación y proyección de las declaraciones tributarias y los diferentes informes con destino a las entidades estatales de control 6. Cualquier otra actividad relacionada o afín al aspecto contable.	
IV. CONOCIMIENTOS BASICOS O ESENCIALES	
Contabilidad, finanzas, administración general	
V. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Título Profesional en Ciencias Económicas; Contaduría pública; Tecnología en finanzas, Técnica en costos, precios y presupuestos; y afines.	2 años de experiencia profesional relacionada

MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
I. IDENTIFICACIÓN	
Nivel:	COORDINADOR
Denominación del Empleo:	COORDINADOR DE COMERCIO EXTERIOR
Código:	2014
Grado:	03
Dependencia:	COMERCIO EXTERIOR
Cargo del Jefe Inmediato:	GERENTE GENERAL
II. PROPOSITO PRINCIPAL	
Planear y controlar la ejecución de las estrategias de internacionalización de la empresa.	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar negociaciones con clientes internacionales 2. Hacer estudios y análisis de mercado para determinar la mejor opción para la empresa. 3. Retroalimentar a producción de los cambios pertinentes del producto/empaque para suplir las necesidades internacionales. 4. Hacer el debido proceso de contratación con los intermediarios (agentes de aduana y carga) 5. Llevar control de todo el proceso de exportación 	
IV. CONOCIMIENTOS BASICOS O ESENCIALES	
Comercio exterior, documentación internacional, conocimiento general de legislación aduanera, finanzas, administración general, relaciones internacionales, mercadeo	
V. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Título Profesional en Ciencias Económicas; Comercio exterior, Negocios internacionales, Relaciones internacionales	1 años de experiencia profesional relacionada

MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
I. IDENTIFICACIÓN	
Nivel:	AUXILIAR
Denominación del Empleo:	AUXILIAR DE COMERCIO EXTERIOR
Código:	2014
Grado:	05
Dependencia:	COMERCIO EXTERIOR
Cargo del Jefe Inmediato:	DIRECTOR DE COMERCIO EXTERIOR
II. PROPOSITO PRINCIPAL	
Realizar la parte operativa y documentaria de los procesos de comercio exterior	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Diligenciar documentación pertinente (DEX, Certificados de origen, etc.) cuando aplique. 2. Realizar el proceso cambiario de la mano de las auxiliares contables. 3. Organizar y acoplar facturas para cumplir requisitos internacionales 4. Llevar el control de cómo va la mercancía exportada 5. Cualquier otra operación afín al área 	
IV. CONOCIMIENTOS BASICOS O ESENCIALES	
Comercio exterior, documentación internacional, conocimiento general de legislación aduanera, finanzas, administración general, relaciones internacionales, mercadeo	
V. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Título Profesional en Tecnología en Comercio exterior, Técnica en comercio exterior.	6 meses de experiencia profesional relacionada

MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
I. IDENTIFICACIÓN	
Nivel:	COORDINADOR
Denominación del Empleo:	COORDINADOR DE GESTIÓN HUMANA
Código:	2014
Grado:	02
Dependencia:	RECURSOS HUMANOS
Cargo del Jefe Inmediato:	GERENTE GENERAL
II. PROPOSITO PRINCIPAL	
Contactar, evaluar y contratar personal para vinculación directa de la empresa.	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Seleccionar perfiles y hojas de vida idóneas para los cargos disponibles. 2. Entrevistar a los aspirantes para determinar su capacidad para operar en el cargo aplicado 3. Realizar el proceso de contratación de las personas seleccionadas. 4. Hacer pruebas para verificar la eficacia de la persona en el puesto aspirado. 5. Dar a conocer las políticas de personal y asegurar que se cumpla por completo. 6. Establecer el perfil y diseño de puestos 	
IV. CONOCIMIENTOS BASICOS O ESENCIALES	
El ámbito psicológico, sociológico, financiero, informático y de marketing,	
V. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Título Profesional en Administración de Empresas, Administración de Recursos Humanos, Derecho, Psicología o afines.	1 año de experiencia profesional relacionada

MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
I. IDENTIFICACIÓN	
Nivel:	COORDINADOR
Denominación del Empleo:	COORDINADOR DE MERCADEO
Código:	2014
Grado:	02
Dependencia:	GERENCIA
Cargo del Jefe Inmediato:	GERENTE GENERAL
II. PROPÓSITO PRINCIPAL	
Analizar todas las estrategias de venta y promoción que la empresa quiere implementar para cautivar la atención de los consumidores	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Seleccionar perfiles y hojas de vida idóneas para los cargos disponibles. 2. Entrevistar a los aspirantes para determinar su capacidad para operar en el cargo aplicado 3. Realizar el proceso de contratación de las personas seleccionadas. 4. Hacer pruebas para verificar la eficacia de la persona en el puesto aspirado. 5. Dar a conocer las políticas de personal y asegurar que se cumpla por completo. 6. Establecer el perfil y diseño de puestos 	
IV. CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES	
Conocimiento en áreas administrativas, informática, marketing y ventas	
V. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Título Profesional en áreas administrativas y mercadeo	profesional en áreas administrativas y mercadeo 1 años de experiencia profesional relacionada

Anexo 7

Créditos de consumo

Tasas de interés vigentes desde el 1 de Julio de 2014

Crédito de Consumo
De 12 a 60 meses

	Tasa fija		Tasa Variable	
	MV	EA	T.A	E.A
Preferencial	1,25%	16,08%	DTF + 8,00%	DTF + 8,83%
Personal Plus	2,12%	28,63%	DTF + 17,50%	DTF + 19,64%
Personal	2,13%	28,74%	DTF + 20,00%	DTF + 24,60%
Micropyme	2,13%	28,74%	DTF + 19,95%	DTF + 23,88%

Crédito Pignoración de Pensiones

De 12 a 60 meses

	Tasa fija		Tasa Variable	
	MV	EA	T.A	E.A
Personal	NA	NA	NA	NA
Personal Plus	1,25%	16,08%	DTF + 6,80%	DTF + 7,19%
Preferencial	0,85%	10,69%	DTF + 4,50%	DTF + 4,56%

Prestanómina FOPEP

	Tasa variable EA	
	TA	EA
Preferencial	DTF + 11,00%	DTF + 11,56%
Personal Plus	DTF + 11,00%	DTF + 11,56%
Personal	DTF + 11,00%	DTF + 11,56%

CrediÁgil

Crédito Rotativo Tasa Fija
De 12 a 36 meses

	MV	EA
Preferencial	1,50%	19,56%
Personal Plus	2,13%	28,74%
Personal	2,13%	28,74%
Micropyme	2,13%	28,74%

Prestanómina

De 6 a 72 meses

	Tasa fija	
	MV	EA
Personal	1,49%	19,42%
Personal Plus	1,49%	19,42%
Preferencial	1,49%	19,42%

Potencial de gerenciamiento Consumo

	MV	EA	T.A	E.A
	1,90%	23,87%	DTF + 13,50%	DTF + 14,93%

*** No se cobran comisiones por el estudio de crédito

- Los puntos de la Tasa Variable (DTF) están expresados en E.A
- Comisión mensual CrediÁgil: \$13.300

Segmento Personal: Ingresos inferiores o iguales a 2 SMMLV
 Segmento Personal Plus: Ingresos mayores de 2 SMMLV a 14 SMMLV
 Segmento Preferencial: Ingresos mayores a 14 SMMLV

FINANCIERA MICHOLIBANSA S.A. Establecimiento Bancario
 S.A.

Anexo 8

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 3.453.483.331	\$ 3.742.194.538	\$ 4.055.042.001	\$ 4.394.043.512	\$ 4.761.385.550
- Costos variables		\$ 1.372.849.013	\$ 1.400.305.994	\$ 1.428.312.114	\$ 1.456.878.356	\$ 1.486.015.923
- Costos fijos		\$ 1.262.530.682	\$ 1.287.781.296	\$ 1.313.536.922	\$ 1.339.807.660	\$ 1.366.603.814
Costos fijos de Producción		\$ 302.942.868	\$ 309.001.725	\$ 315.181.760	\$ 321.485.395	\$ 327.915.103
Costos fijos de Administración		\$ 302.721.038	\$ 308.775.459	\$ 314.950.968	\$ 321.249.988	\$ 327.674.987
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 656.866.776	\$ 670.004.112	\$ 683.404.194	\$ 697.072.278	\$ 711.013.723
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 37.240.153	\$ 37.240.153	\$ 37.240.153	\$ 37.240.153	\$ 37.240.153
- Intereses Credito		\$ 158.019.046	\$ 136.825.311	\$ 109.532.550	\$ 74.385.614	\$ 29.124.270
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 622.844.436	\$ 880.041.783	\$ 1.166.420.262	\$ 1.485.731.728	\$ 1.842.401.390
- Impuestos	\$ 0	\$ 211.767.108	\$ 299.214.206	\$ 396.582.889	\$ 505.148.788	\$ 626.416.472
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 411.077.327	\$ 580.827.577	\$ 769.837.373	\$ 980.582.941	\$ 1.215.984.917
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 37.240.153	\$ 37.240.153	\$ 37.240.153	\$ 37.240.153	\$ 37.240.153
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 650.442.935	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 515.084.977
Prestamos	\$ 650.442.935					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 643.103.403
Valor de Salvamento						-\$ 128.018.427
- Otros Egresos no deducibles de impues	\$ 652.310.478	\$ 85.529.462	\$ 106.960.848	\$ 134.496.014	\$ 169.890.202	\$ 202.541.675
Activos Fijos	\$ 41.910.340					
Pago Credito (Capital)		\$ 73.646.899	\$ 94.840.634	\$ 122.133.396	\$ 157.280.331	\$ 202.541.675
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 16.272.000					
Capital de Trabajo	\$ 594.128.138	\$ 11.882.563	\$ 12.120.214	\$ 12.362.618	\$ 12.609.871	
FLUJO DE CAJA	-\$ 1.867.543	\$ 362.788.019	\$ 511.106.882	\$ 672.581.512	\$ 847.932.892	\$ 1.565.768.372

Tasa Interna de Retorno	435,03%
Valor Presente Neto	83.578.859
Tasa Interna de Retorno	19466,77%

[Volver al Menú Principal](#)

Anexo 9

Decoración sin igual para espacios inspiradores

PERSIANA EN ALUMINIO

Color: Titanio o arena

Desde

\$29.900 c/u

COMPRA ONLINE »



Portátil Notebook 14" 500GB

Código producto: 2201927

☆☆☆☆☆ Sé el primero en comentar este producto

\$509.900 

Oferta: \$539.900
Normal: \$549.900

Acumula: 509 CMR Puntos

Ver Promociones


Imagen

la-co/category/cat1821205/?sid=HA1412973096

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE- Plan de Negocios

ENVIO A \$500 EN HOMECENTER.COM.CO Y VENTA TELEFÓNICA ¡Puedes aprovechar hasta 30 puntos de descuento! **VÁLIDO HASTA EL 19 DE OCTUBRE DE 2014**
HASTA LAS 11:59 PM - *APLICA RESTRICCIONES

Homecenter.com.co > Muebles > Muebles oficina y estudio > Bibliotecas y Archivadores > **Moduart Archivador Toscana 4 cajones**



Moduart Archivador Toscana 4 cajones
SKU: 171018

Ver características del producto

★☆☆☆☆

Leer 1 reseña Escribe una reseña

Mostrar precio en:
CUNDINAMAR
Precio para Homecenter.com.co y Venta Telefónica
\$299.900 UND
CMR Puntos: 299

Métodos de envío y retiro:

- Despacho a Domicilio [Ver Opciones](#)
- Retiro en Tienda **No Disponible**

Ver disponibilidad de este producto en Tiendas

Para tu comodidad:

SERVICIO DE ARMADO O INSTALACIÓN
\$39.900 Agregar
[Ver más información](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR CMR Nº de Cuotas Valor cuota \$

Cantidad [+ Agregar al carro](#)
[+ Agregar a lista](#)

Homecenter.com.co > Muebles > Muebles oficina y estudio > Escritorios > **Centro de trabajo en L con archivador**



Centro de trabajo en L con archivador
SKU: 243412

Ver características del producto

☆☆☆☆☆

Sea el primero en escribir una reseña

Mostrar precio en:
CUNDINAMAR
Precio para Homecenter.com.co y Venta Telefónica
\$379.900
CMR Puntos: 379

Métodos de envío y retiro:

- Despacho a Domicilio [Ver Opciones](#)
- Retiro en Tienda [Ver Opciones](#)

Ver disponibilidad de este producto en Tiendas

Para tu comodidad:


SERVICIO DE ARMADO O INSTALACIÓN
\$49.900 Agregar
[Ver más información](#)

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE- Plan de Negocios

ENVÍO A \$500
EN homecenter.com.co Y VENTA TELEFÓNICA

POR COMPRAS IGUALES O MAYORES A \$2.000.000
 VÁLIDO HASTA EL 19 DE OCTUBRE DE 2014
 HASTA LAS 11:59 PM - *APLICA RESTRICCIONES

Homecenter.com.co > Baños y cocinas > Aseo > Canecas y baldes > Papeleras > **Estra Papelera #5 10 litros vaivén blanca, pequeña**



Imagen

Estra Papelera #5 10 litros vaivén blanca, pequeña

SKU: 85129

Ver características del producto

☆☆☆☆☆
Sea el primero en escribir una reseña

Mostrar precio en:
CUNDINAMAR

Precio para Homecenter.com.co y Venta Telefónica

\$17.900

CMR Puntos: 17

Métodos de envío y retiro:

Despacho a Domicilio [Ver Opciones](#)

Retiro en Tienda [Ver Opciones](#)

[Ver disponibilidad](#) de este producto en Tiendas

Conoce más medios de pago, comprando a través de nuestra línea gratuita nacional: 01 8000 12 7373

Calcula el valor de tu cuota CMR

CMR	Nº de Cuotas	Valor cuota \$	
	6	3.000.000	+ Agregar al carro
			+ Agregar a lista

Inicio
Vive tu casa
Hogar Verde
Manitos a la obra
Servicios
Precios bajos siempre
Almacenes
Servicio al Cliente

ENVÍO A \$500
EN homecenter.com.co Y VENTA TELEFÓNICA

POR COMPRAS IGUALES O MAYORES A \$2.000.000
 VÁLIDO HASTA EL 19 DE OCTUBRE DE 2014
 HASTA LAS 11:59 PM - *APLICA RESTRICCIONES

Homecenter.com.co > Sillas, sillones y sofacamás (copy) > Sillas de escritorio y oficina > **Asenti Silla ejecutiva cromada negra y verde**



Imagen

Asenti Silla ejecutiva cromada negra y verde

SKU: 187726

Ver características del producto

☆☆☆☆☆
Sea el primero en escribir una reseña

Mostrar precio en:
CUNDINAMAR

Precio para Homecenter.com.co y Venta Telefónica

\$159.900

CMR Puntos: 159

Métodos de envío y retiro:

Despacho a Domicilio [Ver Opciones](#)

Retiro en Tienda No Disponible

[Ver disponibilidad](#) de este producto en Tiendas

Para tu comodidad:

SERVICIO DE ARMADO O INSTALACIÓN

\$28.900

Agregar

[Ver más información](#)

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE- Plan de Negocios

Inicio | Vive tu casa | Hogar Verde | Manitos a la obra | Servicios | Precios bajos siempre | Almacenes | Servicio al Cliente

Navidad | Muebles | Baños y cocinas | Pisos y pinturas | Electrohogar | Aire libre | Decoración y hogar | Ferreteria | Construcción | Ver todos

ENVÍO A \$500 EN HOMECENTER.COM.CO Y VENTA TELEFÓNICA POR COMPRAS IGUALES O MAYORES A \$200.000 VÁLIDO HASTA EL 19 DE OCTUBRE DE 2014 HASTA LAS 11:59 PM - *APLICA RESTRICCIONES

Homecenter.com.co > Sillas, sillones y sofacomas (copy) > Sillas de escritorio y oficina > Silla Interlocutora malla gris

Silla Interlocutora malla gris
SKU: 243076

☆☆☆☆☆
Sea el primero en escribir una reseña

Mostrar precio en: CUNDINAMAR
Precio para Homecenter.com.co y Venta Telefónica
\$49.900

CMR Puntos: 49

Métodos de envío y retiro:
 Despacho a Domicilio [Ver Opciones](#)
 Retiro en Tienda **No Disponible**
 No hay disponibilidad de este producto en Tiendas

Calcula el valor de tu cuota CMR
 Cantidad: 1 [+ Agregar al carro](#)
[+ Agregar a lista](#)

Otros medios de pago:

Inicio | Mercado | Salud y belleza | Ropa y accesorios | Mundo del Bebé | Tecnología | Deportes y entretenimiento | Electrohogar | Hogar y decoración | Muebles | Juguetería | Ofertas

tecnología > tv y video > televisores > Tv led



Descubre aquí **días de precios especiales**

Tv Led 101.16cms Fhd HYUNDAI

REF:HYLED401E PLU:83816

\$749.900

Antes: \$789.900

- Garantía Extendida por 12 meses + 3 meses gratis **\$62.900**
- No gracias

1 und. [Añadir](#)

Entrega gratis con **PUNTOENTREGA**

Preguntas frecuentes

Pago 100% seguro
Compra en nuestra tienda online con la garantía que sólo éxito.com puede darte.

Devoluciones sin costo
Si no estás satisfecho con tu producto nosotros nos encargamos.

Todos los medios de pago
Paga tus compras de la forma que tu desees, nos gusta hacer tu vida mas fácil.

Doble puntaje
Gana Doble puntaje por tus compras en éxito.com.

[Características](#) | [Especificaciones](#) | [Información de envío](#)

Inicio | Vive tu casa | Hogar Verde | Manitos a la obra | Servicios | Precios bajos siempre | Almacenes | Servicio al Cliente

Navidad | Muebles | Baños y cocinas | Pisos y pinturas | Electrohogar | Aire libre | Decoración y hogar | Ferreteria | Construcción | Ver todos

ENVÍO A \$500 EN HOMECENTER.COM.CO Y VENTA TELEFÓNICA POR COMPRAS IGUALES O MAYORES A \$200.000 VÁLIDO HASTA EL 19 DE OCTUBRE DE 2014 HASTA LAS 11:59 PM - *APLICA RESTRICCIONES

Homecenter.com.co > Electrohogar > Telefonía > Teléfonos alámbricos > Daiku Telefono alambrico escritorio

Daiku Telefono alambrico escritorio

SKU: 232141

☆☆☆☆☆

Sea el primero en escribir una reseña

Mostrar precio en: CUNDINAMAR
Precio para Homecenter.com.co y Venta Telefónica
\$14.900 UND

CMR Puntos: 14

Métodos de envío y retiro:
 Despacho a Domicilio [Ver Opciones](#)
 Retiro en Tienda **No Disponible**
 No hay disponibilidad de este producto en Tiendas

Calcula el valor de tu cuota CMR
 Cantidad: 1 [+ Agregar al carro](#)
[+ Agregar a lista](#)



Multifuncional Láser Monocromo Duplex WiFi Brother

Código producto: 3291707

★★★★★ Sé el primero en comentar este producto

Compartir    

Internet: \$184.990

Precio no incluye costo de despacho
Acumula: 1.233 CMR Puntos

Producto exclusivo [Falabella.com](#)

Opciones de despacho

 **✓ Despacho a Domicilio** [Ver más](#)
Envía tu compra a la dirección que escojas

 **✓ Retiro en Tienda** [Ver más](#)
Despacho GRATIS a tu Tienda Falabella

 **✗ Punto de Retiro**
Servicio no disponible para este producto



Samsung LED 40" Full HD Smart TV 3D

Código producto: 4152748

★★★★★

\$319.990 

Oferta: \$399.990

Acumula: 2.133 CMR Puntos

Anexo 10

Mas Descuento

NIT. 43.517.671-9

DIA	MES	AÑO
15	08	14

RECARGO - PRECIOS FAVORABLES

Calle 58 No. 47 - 47
Tels.: 513 35 32 - 251 55 35
Medellín - Colombia

SEÑOR(ES): Innovacrea S.A.S

DIRECCIÓN: _____ TEL: _____

CANT.	ARTICULO	VR. UNIT.	VR. TOTAL
6	Dolex Forte	\$11.000	\$66.000
6	Ibuprofeno	\$2.500	\$15.000
2	Curas x Caja	\$2.000	\$4.000
2	Algodón	\$2.200	\$4.400
2	Microporo	\$3.000	\$6.000
2	Agua Oxigenada	\$3.000	\$6.000
DROGUERIA Mas Descuentos NIT. 43.517.671-9 513 35 32 - 251 55 35			TOTAL \$ \$101.400

RECIBÍ, _____

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

El país, (2014) Economía colombiana creció 6,4% en el primer trimestre de 2014. El País.

Recuperado el 18 de agosto de 2014 de <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/economia-colombiana-crecio-64-primer-trimestre-2014>

Marín, C. (2014). Actualidad del sector muebles y madera frente al TLC. Revista-mm. 50

Recuperado el 18 de agosto de 2014 de <http://www.revista-mm.com/ediciones/rev51/actualidad.pdf>

Nullvalue, (2012) Exportación de muebles mejorará con los TLC. El tiempo. Recuperado el 18 de agosto de 2014 de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-5449567>

Berrío, J. (2006) Maderas y muebles de madera. Dinero. Recuperado el 18 de agosto de 2014 de <http://www.dinero.com/caratula/edicion-impresa/articulo/maderas-muebles-madera/33871>

Mineducación. (2012) Fortalecimiento de la educación técnica y tecnológica: manufactura. Ministerio de Educación. Recuperado el 18 de agosto de 2014 de <http://www.mineducacion.gov.co/1621/w3-article-299759.html>

Proexport, (2014). Inversión en el sector Manufacturas en Colombia. Invierta en Colombia. Recuperado el 18 de agosto de 2014 de <http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas.html>

Sevenoticias, (2014) Cifras del Sector Forestal-Madera y Muebles. Sevenoticias. Recuperado el 18 de agosto de 2014 de http://www.sevenoticias.com/sn/jo1515/index.php?option=com_content&view=article&id=3167:cifras-del-sector-forestal-madera-y-muebles&catid=37:noticias

ANDI. (octubre de 2013). Encuesta de Opinión Industrial Conjunta - EOIC. Recuperado el 31 de agosto de 2014, de http://www.andi.com.co/pages/proyectos_paginas/proyectos_detail.aspx?pro_id=559&Id=3&clase=8&Tipo=3

Bancomundial. (s.f.). Crecimiento de la población (% anual). Recuperado el 31 de agosto de 2014, de 2013: <http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.GROW>

Castro, M. (2012 de septiembre de 2012). Muebles ecológicos: tres ideas de emprendedores argentinos. Recuperado el 31 de agosto de 2014, de Alternativa Verde: <http://www.alternativa-verde.com/2012/09/25/muebles-ecologicos-tres-ideas-de-emprendedores-argentinos/>

DANE. (5 de diciembre de 2013). Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica en la Industria Manufacturera. Recuperado el 31 de agosto de 2014, de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/edit/boletin_EDIT_Manufacturera_2011_2012.pdf

Dirección Ejecutiva de Estudios Económicos (DEEE) – Banco Davivienda . (2011). LA
DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE – ESUMER - Carlos Mario Morales C

INDUSTRIA MANUFACTURERA. Recuperado el 2014 de agosto de 2014, de <https://www.davivienda.com/wps/wcm/connect/ab1a65ea-2426-43e5-9508-cebf290edca8/Informe+de+Coyuntura+industrial+Jun2013.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ab1a65ea-2426-43e5-9508-cebf290edca8>

El Espectador. (26 de agosto de 2014). Aumentar 2% la inversión extranjera en Colombia, una meta más difícil de lo que parece . Recuperado el 31 de agosto de 2014, de <http://www.elespectador.com/noticias/economia/aumentar-2-inversion-extranjera-colombia-una-meta-mas-d-articulo-512697>

El Heraldo. (30 de diciembre de 2013). Colombia en cifras en el 2013. Recuperado el 31 de agosto de 2014, de <http://www.elheraldo.co/economia/colombia-en-cifras-en-el-2013-137446>

El País. (4 de enero de 2014). La inflación en Colombia durante el 2013 fue de 1,94 %. Recuperado el 31 de agosto de 2014, de <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/inflacion-colombia-durante-2013-fue-194>

Gabriel, M. (2014). Así evoluciona la industria colombiana. Recuperado el 31 de agosto de 2014, de unperiodico.unal.edu.co: <http://historico.unperiodico.unal.edu.co/Ediciones/107/08.html>

Oficial, D. (31 de julio de 2014). Ley 1731 de 2014. Recuperado el 31 de agosto de 2014, de <http://gestarsalud.com/logrosycriterios/images/PDF/Decreto%201438%20de%202014%20Pag%2012.pdf>

Portafolio. (19 de junio de 2014). Crecimiento eleva las apuestas por la economía del 2014. Recuperado el 31 de agosto de 2014, de <http://www.portafolio.co/economia/pib-colombia-junio-2014>

Gran encuesta integral de hogares GEIH (2010).

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/tic/bol_tic_2010.pdf

Encuesta de calidad de vida (2011)

<http://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpcontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Planeaci%C3%B3n%20Municipal/Secciones/Publicaciones/Documentos/Encuesta%20Calidad%20de%20Vida/ECV2010/Hogares%20%20ECV%202010.pdf>

Montoya Duque, L., & Producto, I. d. (24 de 04 de 2009). <http://repository.eafit.edu.co/>. Recuperado el 08 de 09 de 2014, de <http://hdl.handle.net/10784/339>

Encuesta calidad de vida, Medellín (2010).
DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO ENTREGA FINAL 20 DE NOVIEMBRE – ESUMER - Carlos Mario Morales C

<http://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpccontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Planeaci%C3%B3n%20Municipal/Secciones/Publicaciones/Documentos/Encuesta%20Calidad%20de%20Vida/ECV2010/Hogares%20%20ECV%202010.pdf>

Fincaraiz, (2014) <http://www.fincaraiz.com.co/bodega-en-venta/medellin/barrio-las-palmas-det-1146407.aspx>