

**INSTITUCION UNIVERSITARIA ESUMER  
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**Propuesta de tesis “Practica, proyecto y plan de negocio”**

**Por**

**Tahiana Marcela Amaya Gallego  
Mateo Márquez Acevedo  
Sebastián Puerta Mora  
Valeria Gil Arcila**



---

**Acabados y comercialización de sombreros aguadeños- Palmato**

---

**PALMATO**

ÁREA COMERCIAL

01/12/2011

**PALMATO**

**Sombreros de Aguadas**

**Plan de Negocios**

**PALMATO**

**AREA COMERCIAL**

**Bogotá, Diciembre, 2011**

**DERECHOS RESERVADOS 2011 Valeria Gil Arcila – Estudiante de tecnología  
comercio internacional ESUMER. [valegil\\_1592@hotmail.com](mailto:valegil_1592@hotmail.com). calle3 n° 52 15. Medellín-  
Colombia.3172322069.**

# **ACABADOS Y COMERCIALIZACIÓN DE SOMBREROS AGUADEÑOS PALMATO**

## **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**

3.1.1 Nombre de la Empresa

3.1.2 Descripción de la Empresa

3.1.3 Misión de la Empresa

3.1.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

3.1.5 Ventajas Competitivas

3.1.5.1 Características físicas y técnicas del producto

3.1.5.2 Características intangibles, subjetivas o simbólicas

3.1.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

3.1.7 Relación de productos y/o servicios

3.2 Justificación del Negocio

3.3 Análisis del entorno y del sector

3.4 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
    - a) Objetivos del estudio del mercado consumidor
    - b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor
- 4.4 El Mercado Proveedor
  - 4.4.1 Proveedores
  - 4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor
    - a) Variables estudiadas del mercado proveedor
    - b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor
    - c) Aplicación de la Medios
    - d) Resultados del estudio de los proveedores
- 4.5 El Mercado Competidor
  - 4.5.1 Competidores
  - 4.5.2 Estudio del Mercado Competidor
    - a) Variables estudiadas del mercado Competidor
    - b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

c) Aplicación de la Medios

d) Resultados del Estudio de la Competencia

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Manejo de Inventarios

4.6.2 Comunicación

4.7 Actividades de promoción y divulgación

4.7.1 Precios de los Productos

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

4.7.3 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

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 Recursos materiales y humanos para la 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 Locales

5.5.2 Requerimiento de de maquinaria, equipos, muebles y enseres

5.5.3 Requerimiento de de materiales e insumos:

5.5.4 Requerimiento de Servicios

5.5.5 Requerimiento de personal

5.5.6 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 Préstamos Bancarios

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

8.2.1.2 Otros Ingresos

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

8.2.2.2 Costos

8.2.2.3 Gastos

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

8.3.2 Flujo de Caja (Anual – Años) y Evaluación Financiera

8.3.3 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

## 8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

8.4.3 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

## **9. CONSIDERACIONES FINALES**

### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

### **ANEXO 1**

## RESUMEN EJECUTIVO

Palmato es una empresa dedicada a la compra y terminación de sombreros de fibra de palma de iraca en Aguadas- Caldas, el proceso consiste en cortar las ramas que quedan sueltas de la palma y darle las ultimas aplicaciones, cuando este es terminado se procede a comercializar en el mercado; Según nuestro estudio de mercado realizado el año 2010 en España (nuestro mercado objetivo), la demanda de sombreros tejidos o trenzados fue de USD \$5126.74 FOB con una cantidad aproximada de 1974 sombreros vendidos, esto enfocado en un mercado de personas de estratos medio alto y alto, de ambos sexos, entre las edades de 20 a 50 años como consumidor final y como cliente las tiendas artesanales encontradas en Madrid-España, pues al ser nuestro producto un bien de gran valor agregado y alta gama cultural se quiere ubicar en este mercado especifico, La ventas estimadas para esto se encuentran aproximadamente entre los \$19'433.333, con una inversión de capital de trabajo exigible de \$21'577.232 y con una rentabilidad esperada del 4% por mes sobre las ventas. En nuestro estudio podemos ver que el sombrero además de ser representativo cultural y tradicional, representa un alto valor para las comunidades latinas en España que atiende necesidades de moda pero hace énfasis en las raíces culturales latinas lo que hace que nuestro producto sea altamente gustoso en el mercado al que nos queremos centrar.

Tenemos en cuenta y entendemos la gran competencia en cuanto a productos similares o sustitutos, sabiendo el gran mercado competitivo; Sin embargo sin dejar a un lado nuestros propósitos resaltamos el valor intangible del sombrero que no solo por su valor tradicional se muestra como exclusivo por la oferta en cuanto a pedidos en particular y que tienen fácil

acceso por la gran oportunidad de interactividad con el cliente de manera virtual a través de su página de internet y como mencionamos anteriormente da mayor valor agregado por la exclusividad y relación mutua con el cliente y así de este con el consumidor.

Como lo apreciamos con los estudios trabajados, el mercado en general es demandante y tiene altibajos independientemente del lugar al que se quiera dirigir se debe entender y saber que afrontar dichos obstáculos e implementar estrategias de todo ámbito sin perder el horizonte permitirán seguir con el proyecto adelante.

## 1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Mateo Márquez Acevedo

**Identificación:** 1017184290      **Teléfono:** 2633332      **Celular:** 3128712359  
**Dirección:** Carrera 41 n° 83 28      **Barrio:** Manrique  
**Ciudad** Medellín      **Correo electrónico:** Mateomar911@hotmail.com  
**Estudios:**      **Técnicos**      **Tecnológicos** x      **Universitarios**  
**Otros Estudios:** Bachiller del colegio Fray Rafael de la serna

Valeria Gil Arcila

**Identificación:** 1128443033      **Teléfono:** 2857445      **Celular:** 3172322068  
**Dirección:** Calle3 N° 52 15      **Barrio:** Guayabal  
**Ciudad** Medellín      **Correo electrónico:** Valegil\_1592@hotmail.com  
**Estudios:**      **Técnicos**      **Tecnológicos** x      **Universitarios**  
**Otros Estudios:** Bachiller de la universidad Pontificia Bolivariana

Sebastián puerta Mora

**Identificación:** 1.036.639.963      **Teléfono:** 2815270      **Celular:** 3136929026  
**Dirección:** Calle 66 A N° 52 E 03      **Barrio:** Santa maría  
**Ciudad** ITAGUÍ      **Correo electrónico:** Spm\_128@hotmail.com



## **2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS**

El propósito en común de este proyecto es la presentación del trabajo de grado en nuestro último semestre y poder alcanzar el título tecnólogos en comercio internacional, además no solo lo hacemos por este motivo sino que además lo hacemos para saber la viabilidad y factibilidad del mismo para las exportaciones en el mercado meta al cual nos queremos dirigir , ya que esto nos serviría más adelante para el desarrollo de la empresa que nos ha confiado sus datos para tener un plan de comercio exterior a futuro que pueda mejorar su empresa y hacerla crecer no solo a nivel nacional, sino también a nivel internacional.

### **3 INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA**

#### **3.1.1 Nombre de la Empresa**

PALMATO-Sombreros de aguadas

#### **3.1.2 Descripción de la Empresa**

Palmato es una microempresa familiar que quiere convertirse en una economía solidaria en conjunto con las tejedoras, es una empresa comercial ubicada en Bogotá (Punto de venta y distribución) sin embargo las tejedoras se encuentran en aguadas caldas donde se realizan los sombreros en rama; Palmato además de su comercialización hace los acabados del sombrero como tal y va dirigida al sector artesanal y moda pues se crean productos tradicionales representativos y de uso personal

#### **3.1.3 Misión de la Empresa**

Palmato es una empresa encargada del acabado y comercialización de los sombreros aguadeños en Colombia y el resto del mundo.

Enmarcados en el concepto de economía solidaria, Palmato es una empresa creada para posicionar el sombrero aguadeño en mercados nacionales e internacionales con énfasis a Madrid España para dar a conocer la tradición y cultura a través de productos que satisfagan la necesidad como el arte y la moda en estos mercados, dignificando el trabajo de la mujer artesana siguiendo con las costumbre y un arduo trabajo comprometido para ofrecer al mundo un sombrero de excelente calidad.

#### **3.1.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo**

Verificar la aceptabilidad en el mercado Europeo específicamente en España; en las

principales ferias artesanales realizadas frecuentemente durante un año en Madrid España, lo cual permita dar a conocer la empresa Palmato en ese tiempo con los sombreros de Aguadas y así posicionar el sombrero aguadeño como un producto de alto nivel en calidad y diseño de grande trayectoria e historia cultural, aumentando las ventas tanto nacionales como internacionales a un mediano plazo de 3 años.

Para esto contamos con todas la ferias artesanales que se vienen realizando en el país todos los años donde los extranjeros o turistas conocen el producto y nos impulsa a participar en ferias en el exterior esto impulsa a la empresa a dar sus primeros pasos de formación exportadora.

A largo plazo se considera posicionarse en un plazo de 5 o más años en adelante, donde nuestra participación en ferias no sea casual si no regular y frecuente por estandarización y pedido de nuestros clientes, además de la expansión de la empresa no solo en estas ferias si no en todos los lugares donde nos queremos posicionar; los objetivos específicos son:

Satisfacer la necesidad del mercado en cuanto a su decisión de compra tanto por necesidades culturales o de moda, hasta para ambientes laborales (enfoques del producto), desde el primer año de posicionamiento en el mercado para seguir compitiendo año tras año.

Cumplir con todas las normas legales nacional e internacionalmente para poder acceder a mercados extranjeros sin ningún problema y de esta manera abastecer el mercado específico al cual nos queremos dirigir, se quiere cumplir con este desde el inicio de ingreso de nuestro producto a dicho mercado, sin embargo ir renovando a

medida que pasa el tiempo no solo por las especificaciones y exigencias legales si no por la mejora constante a largo plazo.

Tener la capacidad financiera y los recursos para mantener la producción del producto y por lo tanto su distribución, de igual manera una eficaz y excelente remuneración que haga valido la exportación y comercialización internacional del producto; La capacidad financiera se ve a corto plazo, donde las ventas y conocimiento del producto sea masiva en nuestro mercado meta, se lograría esto con créditos financieros y ajustes desde los costos hasta los recursos contables para que el proyecto pueda proyectarse y mantenerse a largo plazo.

Que el proyecto sea válido y viable para la empresa desde el corto plazo, ya que tiene un gran potencial, porque tiene experiencia en el campo de desempeño, una buena idea de negocios y por su puesto un excelente producto que puede cumplir con estándares internacionales que si se cumplen con la visión del proyecto sean cumplidas a corto plazo para seguir con el proyecto a largo plazo.

### **3.1.5 Ventajas Competitivas**

Por ser un producto artesanal, hace que el producto sea más de moda y de lujo, que de necesidad propiamente pero lo que hace que nuestro producto sea diferente de los demás podemos dividirlo por características físicas y técnicas del producto y características intangibles, subjetivas o simbólicas del producto:

#### **3.1.5.1 Características físicas y técnicas del producto:**

Sombrero hecho a mano, de iraca que primero son transformadas en pequeñas y finas

ramas (fibras) fáciles de manipular y tejer. Con forma cónica y unas alas de entre 5 y 8cm que sobresalen del semicírculo. Adornado con una cinta en material textil, y en algunos casos con otros accesorios como errajes y adornos.

### **3.1.5.2 Características intangibles, subjetivas o simbólicas:**

Características enfocadas más en lo cultural, en la tradición de un pueblo y de conocedores del mismo. Inicialmente, utilizado por trabajadores del campo para protegerse del sol. De Duque el at. (2010) afirman que “Para los guambianos, habitantes de las tierras altas del Cauca, el sombrero sirve para guardar pensamiento pues, “Guambiano sin sombrero no puede pensar” como dicen ellos” Duque, C, 2010.

Artesanías de Colombia. Recuperado de <http://www.artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/General/sectorPublicacion.jsf?publicacion=1359>

### **3.1.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir**

Este producto por ser considerado de lujo atiende las necesidades de moda y cultura, las cuales están dirigidas a Europa, Madrid España a personas de estratos medio alto y alto de ambos sexos, entre las edades de 20 a 50 años, esto se comprueba en nuestro estudio de mercado, donde descubrimos la necesidad del producto por su material, ya que este es escaso por su falta de producción y siembra, lo cual se convierte en una ventaja para nosotros y por lo tanto un beneficio no solo por la venta y producción sino por la conservación de la ya mencionada tradicionalidad que hacen que el producto sea de alta calidad; Además se quiere resaltar la ventaja en saber que en el territorio Español al que nos queremos dirigir hay alta concentración de población latina que demanda productos

tradicionales, que demandan estos no solo por sus raíces si no por la representación del mismo en el mercado.

### **3.1.7 Relación de productos y/o servicios**

Los sombreros aguadeños llegan al mercado Español, resaltando la cultura latina con una tendencia modernista de lo que antes era un sombrero típico para el sol hecho en iraca y ahora presentado como una tradición de unas raíces americanas que no solo destacan la cultura si no también la moda pues estos sombreros destacan las personalidades y ánimos de las personas que quieran usarlo tanto por la misma tradición o por su estilo modernista sin perder el costumbrismo, por eso creemos que el sombrero aguadeño más que un protector contra el sol puede ser un símbolo representativo hasta un look radiante de acuerdo a cada persona que desee usarlo.

Los sombreros aguadeños son artesanías elaboradas con fibras trenzadas de Iraca, de origen vegetales cultivadas en zonas templadas como Aguadas – Caldas y utilizada para la elaboración de múltiples artículos artesanales como son los sombreros.

Estos, vienen en diferentes estilos tal como el Extra Fino, el cual es el tipo de producto que se utiliza por nuestra empresa Palmato para exportar. Este elemento tiene un tratamiento en el cual se le da una forma específica, utilizando una maquina prensadora, pasando luego por un proceso de acabado o detalles finales, como es la pulida del sombrero y la colocación de las marquillas; quedando así, después de este último proceso, listo para su comercialización.

### **3.2 Justificación del Negocio**

Como de hablaba anteriormente los sombreros aguadeños podrán satisfacer esta necesidad por el impacto de sus diseños que se quedan en las costumbres de la tierra colombiana pero que resaltan la modernidad, la calidad de los materiales y además de la protección que necesita la persona cuando usa un sombrero no solo por look o cultura si no por protección ( reflejado como prenda de atuendo),

Son productos con varios procesos de ensamble y revisión, que permiten que cada producto este en buen estado, se hace pensando en la necesidad y estilo de vida del cliente y lo que quiere reflejar cuando tenga el producto, además con buen agenciamiento, pedidos y transportes a tiempo, buen servicio de manipuleo, buen manejo de recursos y costos por parte interna de la empresa y satisfacción de los clientes actuales nos muestra como el negocio es viable.

### **3.3 Análisis del entorno y del sector**

#### Sobre el entorno

El entorno en el cual nos queremos desempeñar siempre van a haber riesgos por parte de lo cultural y social, siempre estamos expuestos a cambios de ideas o tendencias que año tras año más aún para nuestra clase de producto que va enfocado en moda y artesanías o cultura pero esto no solo se refiere a nuestro producto si no en tendencias mundiales.

Por la parte Interna de la empresa sabemos que los procesos que distinguen la empresa

con las demás es por la elaboración de sus productos a mano por medio de las tejedoras con métodos regionales aprendidos de generación en generación lo que le da al sombrero el valor agregado, por ello al referirnos a tecnología no estamos previendo un factor que podría afectar nuestra empresa, ya que es esta parte lo que hace especial a cada sombrero.

En la parte ambiental hay un factor de riesgo muy importante y son las lluvias para la plantación de la iraca ya que esta época de lluvias tiende a ahogar las plantaciones haciendo que el crecimiento de la planta no se produzca por lo tanto daña la iraca y no se puedan sacar las ramas en el estado en el que deben estar para tejer y así no habría producción, cosa que llevaría a perjuicios en pedidos, tiempos de entrega y otras variables como carreteras y conexiones que por la misma situación se vean deterioradas y se falten con acuerdos y compromisos con el cliente.

En cuanto a la economía Colombiana se ve como desde dentro del país se están haciendo esfuerzos y esto se refleja cada vez más con estadísticas “habiéndose logrado atraer inversión extranjera al país aumentado hasta un 250% la inversión desde el año 2000” según datos encontrados en Wikipedia.org, aunque no se puede decir que Colombia tenga entre sus principales exportaciones las artesanías por ser el sombrero un producto también de gama de la moda se tiene muy en cuenta por este mercado así se adapta y se termina exportando el producto como tal.

En cuanto a las exportaciones realizadas, los principales destinos como lo vemos a continuación hace que nuestras exportaciones sean mucho más beneficiosas y presenten una mayor ventaja:

Tabla 1

Destino de Exportaciones	Porcentaje
 <a href="#">Estados Unidos</a>	42,2%
 <a href="#">Unión Europea</a>	12,3%
 <a href="#">Comunidad Andina</a>	7,7%
 <a href="#">China</a>	5,9%
 <a href="#">Venezuela</a>	3,7%
 <a href="#">Brasil</a>	3,6%
Otros	15,3% (2010) <sup>13</sup>

*Nota:*Exportaciones de Colombia a otros países (2010) Tomado de:

[http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa\\_de\\_Colombia](http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Colombia)

Se puede observar que las restricciones para el producto son mínimas, puesto que como soporte solo se pide la descripción de las mercancías que en este caso serían: nombre comercial, otras características y cantidad de unidades comerciales.

### Sobre el sector

En la economía podemos observar el gran factor crisis que se ha presentado en España desde el 2008 por la crisis económica y que aún hoy se refleja en España, ([http://es.wikipedia.org/wiki/Crisis\\_econ%C3%B3mica\\_de\\_2008-2011](http://es.wikipedia.org/wiki/Crisis_econ%C3%B3mica_de_2008-2011)) Este es un factor que podría afectar enormemente la negociación, pues aunque nuestro mercado meta no sea muy amplio, al ser un nicho como Madrid España epicentro de comercio en España influye mucho en la compraventa de nuestro producto y afecta también por el

hecho de que la empresa trabaja sobre pedidos lo que afecta la continuidad o balance, sin embargo según reportes recientes de la base de comercio exterior de mincomercio muestran como algunas empresas han hecho exportaciones a España:

Tabla 2:

Nit	Razón Social	Vr. FOB	Ir a..
000811023986	COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL ONDA DE M	492.00	<a href="#">DOCUMENTOS</a>
000830041850	ANAIDA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFIC	3,190.61	<a href="#">DOCUMENTOS</a>
000890985438	PROMOTORA DE COMERCIO SOCIAL	1,375.13	<a href="#">DOCUMENTOS</a>
000900147696	COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL YESS CONT	69.00	<a href="#">DOCUMENTOS</a>

*Nota:* Exportaciones hacia España de la partida 65.04.00.00.00 desde el resto del mundo (2010).

Tomado de [http://bacexcp.mincomercio.gov.co/cgi-bin/bacex\\_cgi.sh/bacex.r](http://bacexcp.mincomercio.gov.co/cgi-bin/bacex_cgi.sh/bacex.r)

Esto nos refleja que aún así siguen importando productos similares a nuestro producto y que podríamos entrar.

Aunque allí se reflejan también nuestra competencia internacional con productos similares o sustitos que al final podrían poner en riesgo mi producto en el mercado:

### **Productos sustitutos y/o complementarios:**

Productos que tengan fines culturales y de recordación en el mercado madrileño; tales como sombreros con otros diseños, como el sombrero vueltaio, el sombrero y también otros bienes culturales que sirvan como accesorios, como lo es el poncho, un bolso tejido y bisutería, entre otros.

### **Nacionales**

- *Comercializadora internacional onda de mar s.a.* Sombreros a base de productos naturales, accesorios y ropa para dama y caballeros.
- *Anaida sociedad por acciones simplificada c i.* Sombreros trenzados y demás accesorios.

### **Internacionales**

- *Alfaro Hats.* Sombreros diseñados en Ecuador de un producto natural como la paja de toquilla.
- *Artesanías de Oaxaca.* Productos artesanales de México, productos tradicionales y típicos, elaborados en telar de pedal, con hilo de lana, al natural y teñida con tintes naturales.

Las variaciones políticas y legales son muy cambiantes ambos países tiene políticas y condiciones, también barreras para la entrada y salida de mercancías, si es por política interior hacia nuestro mercado meta, tendríamos que estar al día con las regulaciones del comercio exterior y los estatutos cambiarios para la legalidad de todo los procesos externos e internos que se manejen, Por ejemplo nuestro país tiene un convenio con la unión europea (véase [http://europa.eu/about-eu/countries/index\\_es.htm](http://europa.eu/about-eu/countries/index_es.htm)) que en este caso nos beneficia, pero para llegar al mercado con nuestro producto tendríamos que actualizarnos constantemente sobre las barreras, costos y permisos para entrada y salidas de mercancías de ambos países pues tanto lo legal como las políticas y relaciones exteriores afectar mi negociación, entrada y salida de mercancías y negociaciones con el mercado objetivo.

Nota: Los datos proporcionados sobre los requisitos pueden ser encontrados en la página de la dirección de impuestos y aduanas nacionales como Sombreros y demás tocados, trenzado o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos. Allí se podrá observar los requisitos para la exportación y en ellos la sección y países que necesitan de lo anteriormente mencionado.

### **3.4 Conocimientos para entrar en el Negocio**

- Gustos culturales y creencias
- Requisitos medioambientales
- Licencias, vistos buenos, barreras arancelarias, no arancelarias y demás documentación como requisito de la entrada del producto al mercado externo
- Tasas de financiación para préstamos en entidades crediticias
- Especificaciones e información técnica del producto; materiales de composición, procesos que intervienen en la transformación de las materias primas y acabados que se le dan para poder llegar al producto final.
- Ferias artesanales o ferias relacionadas con el sector
- Demanda y oferta del mercado existente
- Competencia
- Productos sustitutos
- Precios de referencia

## **4 ANALISIS DEL MERCADO**

### **4.1 Objetivos de Mercadeo**

Verificar la factibilidad y aceptabilidad de comercializar los sombreros aguadeños en el mercado madrileño, específicamente enfocados en un mercado de principios culturales.

Fabricando el producto con materias primas e insumos provenientes de la región de Caldas a muy buena calidad, marcando una diferencia competitiva en el mercado actual para poder cumplir con los requerimientos de los consumidores finales, los cuales serán atendidos por distribuidores competentes.

### **4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios**

**Producto:** Sombreros aguadeños. Producto de consumo final

**Partida arancelaria :** 65.04.00.00.00

#### **Necesidad que atiende:**

Por ser un producto artesanal, hace que el producto sea más de moda y de lujo, que de necesidad propiamente.

#### **Características físicas y técnicas del producto:**

Sombrero hecho a mano, de iraca que primero son transformadas en pequeñas y finas ramas (fibras) fáciles de manipular y tejer. Con forma cónica y unas alas de entre 5 y 8cm que sobresalen del semicírculo. Adornado con una cinta en material textil, y en algunos casos con otros accesorios como errajes y adornos.

**Características intangibles, subjetivas o simbólicas:**

Características enfocadas más en lo cultural, en la tradición de un pueblo y de conocedores del mismo. Inicialmente, utilizado por trabajadores del campo para protegerse del sol. “Para los guambianos, habitantes de las tierras altas del Cauca, el sombrero sirve para guardar pensamiento pues, “Guambiano sin sombrero no puede pensar” como dicen ellos”. Ibídem

**Usos:**

Por moda como accesorio complementario de algún atuendo, para cubrirse del sol y para presentaciones culturales y eventos.

**Productos sustitutos y/o complementarios:**

Productos que tengan fines culturales y de recordación en el mercado madrileño; tales como sombreros con otros diseños, como el sombrero vueltaio, el sombrero y también otros bienes culturales que sirvan como accesorios, como lo es el poncho, un bolso tejido y bisutería, entre otros.

### **Precio del producto:**

Tabla 3:

<b>CARACTERISTICAS DEL TEJIDO</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>
<b>EXTRAFINO</b>	<b>Pesos</b>	<b>USD</b>
EXW	\$ 60.000	USD 31.58
CIP	\$110.000	USD 57.89

*Nota:* Tabla realizada por los responsables del trabajo, en base a información de referencia encontrada.

En España, un gorro o sombrero Ronda entre los 20 a los 35 dólares, sin embargo si el gorro o sombrero es artesanal (nuestro producto objetivo) cuesta entre los USD57.89 (CIP) dólares por el valor agregado que se le da. Y con una tasa de cambio de 1.900 \$/USD

El producto es un producto de lujo por lo que el precio es un poco elevado, sin embargo la demanda nacional es muy buena, ya que al ser una artesanía las personas ya conocen el costo del producto y lo compran; Es decir en nuestro caso en particular la oferta de sombreros según el valor del producto y la demanda del mismo están en equilibrio. Para el trabajo a partir de este punto se hablará del sombrero extrafino con un valor de USD 31.58 precio EXW.

### **4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios**

#### **4.3.1 El Mercado Meta**

El proyecto va dirigido a Europa, a Madrid España a personas de estratos medio alto y alto de ambos sexos, entre las edades de 20 a 50 años

#### **4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor**

##### **a) Objetivos del estudio del mercado consumidor**

Ellos como empresa mantiene un número aproximado de 100 unidades como stock en el almacén de Bogotá, el cual abren solamente los fines de semana, y la venta que se realiza es invertida en el mismo negocio. Cubriendo con entrada de más mercancía esos sombreros que salen por venta. Sin embargo para las ventas internacionales, ellos realizaron inicialmente una exportación a Estado Unidos, y se manejó esta por orden de pedido, para este proyecto se tomara como base unas 200 unidades.

Por ser un producto artesanal y no un bien de consumo masivo los niveles de inventario y de oferta son mínimos, comparados con otros productos de la canasta familiar, prácticamente todo se maneja por órdenes de pedido por lo que la oferta depende más de la demanda y de la rotación que tenga el inventario.

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

###### **Publicidad:**

La estrategia comercial más utilizada es vía internet, por medio de la página web

propia de la empresa:

<http://www.sombrerosdeaguadas.org/>

Fotografía 1:



*Nota:* Imagen extraída de página web de Palmato Sombreros aguadeños. Recuperado de

<http://www.sombrerosdeaguadas.org/>

También son muy utilizadas las redes sociales tales como:

<http://www.facebook.com/pages/Palmato-Sombreros-de>

[Aguadas/148289191910950?sk=info](http://www.facebook.com/pages/Palmato-Sombreros-de-Aguadas/148289191910950?sk=info)

Fotografía 2:



*Nota:* Imagen extraída de perfil de Facebook. Recuperado de

<http://www.facebook.com/Palmato-Sombreros-de-Aguadas/148289191910950?sk=info>

También ha tenido publicaciones en la revista DON JUAN y a cada cliente que visita la tienda se le da una tarjeta con todos los datos esto se toma como publicidad punto de venta.

## Aplicación de los Medios

Un medio de promocionar sus productos es por medio de las ferias artesanales y de exposición de estos tipos de productos con valor agregado. Los eventos se podrán observar también en su página web, por lo que este también es un medio de promoción

de dichos eventos.

Al ser un producto de moda y lujoso, sus canales de distribución no pasan por etapas, el producto va directamente desde la empresa hasta el cliente, en este caso las tiendas artesanales.

## **Resultados del estudio de los consumidores**

### Población Consumidora

Debemos aclarar que nuestro cliente no es el mismo consumidor ya que nosotros pretendemos llegar a consumidores finales mediante un distribuidor que gane comisión por ventas realizadas, encargado de la importación como tal, y que vaya dirigido a tiendas artesanales en Madrid, España, tales como “la tienda del museo”, “Casa de Diego” e “Hidalgo”, que son tiendas importantes en la venta de artesanías Españolas.

Su principal término de negociación es el FOB o FCA, siendo el transporte aéreo el mayor transporte utilizado para este tipo de producto.

Nuestro consumidor ya es diferente ya que es el consumidor el que comprará el producto a nuestro cliente principal; Nuestro producto va dirigido a consumidores de estratos medio alto y alto de ambos sexos, entre las edades de 20 a 50 años que les guste la moda, la estética lo tradicional y la elaboración manual.

### Determinación de la Demanda

En el territorio Español en el año 2010 la demanda de sombreros tejidos o trenzados fue de USD \$5126.74 FOB (Bacex.2010. Recuperado de <http://bacexcp.mincomercio.gov.co/cgi-bin/bacex CGI.SH/bacex.r>) con una cantidad

aproximada de 1974 sombreros vendidos Según el banco de datos de comercio exterior del ministerio de comercio, industria y turismo. De las cuales pretendemos cubrir un 10% del mercado meta, cuyo objetivo es la venta aproximada de unos 100 sombreros mensuales.

#### **4.4 El Mercado Proveedor**

##### **4.4.1 Proveedores**

Tejedoras del área de Aguadas Caldas lideradas las cuales venden el sombrero a base de Iraca en rama.

Una persona de la empresa compra los sombreros en rama a los cuales se les da un acabado de corte de fibras sueltas, se prensa con la maquina prensadora especial y se cose con máquina de coser plana para darle una mayor resistencia.

Los insumos como la cinta y las tallas son comprados en la empresa Jorge Valencia localizados en Bogotá allí se venden todos los insumos necesarios para la elaboración de sombreros.

##### **4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor**

###### **a) Variables estudiadas del mercado proveedor**

Los proveedores son proveedores estratégicos, los cuales cuentan con una gran experiencia en el campo de desempeño que son las tejedoras e insumos, la empresa ha trabajado mucho tiempo con estas dos empresas las cuales han demostrado tener una excelente calidad.

La forma de pago es en Giros directos y no cuentan aún con certificados, Los tiempos de entrega son dependiendo de los pedidos sin embargo se manejan tiempos quincenales.

Los costos de Materias primas e insumos por unidad son:

Tabla 4:

<b>COSTOS PROVEEDORES</b>	
<b>Por pedido</b>	
<b>Insumos y materias primas</b>	<b>\$</b>
Sombrero en rama extrafino	\$ 40.000,00
Insumos por sombrero	\$ 2.222,00

*Nota:* Tabla realizada por los responsables del trabajo, en base a información de referencia encontrada.

La calidad de los sombreros a pesar de no tener certificación cuenta con la experiencia necesaria y aprovisionada por el conocimiento empírico de una cultura experta en la elaboración de este producto y esto permite un mejor trabajo.

Los suministros serán recogidos de la producción en una semana, con el aprovechamiento de estos.

Los transportes son pagados a parte con compañías transportadoras en este caso DHL, FEDEX o UPS.

Como es un vegetal inmediatamente con acabados y terminados en fabrica no manejan garantías.

Con una margen del 4% se pretende que el precio sea de más o menos EUR68.67 (de tipo exportación) con una TRM de 1900\$/USD y tasa de cambio de 0.73USD/EUR.

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

Se realizó una entrevista a contactos quienes tienen relación directa con compras y proveedores.

#### **c) Aplicación de la Medios**

El señor Juan Diego Muñoz Arias quien es hermano del gerente general y uno de los dueños fue entrevistado para poder realizar este trabajo y recopilar toda la información y que esta fuera una información acertada.

#### **d) Resultados del estudio de los proveedores**

Las tejedoras de la región aguadeña le venden el sombrero en rama a Palmato, estos se lo compran a un precio de \$ 35.000 claro está dependiendo que tan bueno sea el tejido este precio puede variar pero por lo general el tejido es bueno, se les paga de contado, pero una de las debilidades de las tejedoras es la capacidad de producción ya que la elaboración de este es a mano y puede durar varios días en un solo sombrero ósea que esta es baja por ende este producto tiene un muy alto valor agregado y un alto precio.

### **4.5 El Mercado Competidor**

#### **4.5.1 Competidores**

Los principales competidores de la empresa son:

Tabla 5:

Nit	Razón Social	Vr. FOB	Ir a..
000811023986	COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL ONDA DE M	492.00	<a href="#">DOCUMENTOS</a>
000830041850	ANAIDA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFIC	3,190.61	<a href="#">DOCUMENTOS</a>
000890985438	PROMOTORA DE COMERCIO SOCIAL	1,375.13	<a href="#">DOCUMENTOS</a>
000900147696	COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL YESS CONT	69.00	<a href="#">DOCUMENTOS</a>

*Nota:* Exportaciones hacia España de la partida 65.04.00.00.00 desde el resto del mundo (2010).

Tomado de <http://bacexcp.mincomercio.gov.co/cgi-bin/bacex CGI.SH/bacex.r>

#### 4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

##### a) Variables estudiadas del mercado Competidor

###### Nacionales

- *Comercializadora internacional onda de mar s.a.* Sombreros a base de productos naturales, accesorios y ropa para dama y caballeros. Sombrero similar con un valor de USD52,00

<http://www.ondademar.com/hats-stp-7/>

Fotografía 3:



*Nota:* muestra de sombrero recuperado de

<http://www.ondademar.com/hats-stp-7/>

- *Anaida sociedad por acciones simplificada c i.* Sombreros trenzados y demás accesorios.

<http://exiexplorer.nosis.com.ar/exiinformes/agentes/ANAIDA-SOCIEDAD-POR-ACCIONES-SIMPLIFICADA-C-I-000830041850-COLOMBIA-50394-ES.aspx>

### **Internacionales**

- *Alfaro Hats.* Sombreros diseñados en Ecuador con innovadores propuestas, de un producto natural como la paja de toquilla. Un valor de USD60,00

<https://www.facebook.com/people/Alfaro-Hats/100000499224964>

Fotografía 4:



*Nota:* muestra de sombrero recuperado de  
<https://www.facebook.com/people/Alfaro-Hats/100000499224964>

- *Artesanías de Oaxaca.* Productos artesanales de México, productos tradicionales y típicos, elaborados en telar de pedal, con hilo de lana, al natural y teñida con tintes naturales.

<http://www.oaxaca-mio.com/artesantias.htm>

Fotografía 5:



*Nota:* muestra de sombreros recuperado de

<http://www.oaxaca-mio.com/artesantias.htm>

**b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor**

Se realizó una búsqueda en internet de la información relacionada y de interés, la cual fue depurada y se encontró estas competencias. Además se tomó información de una base de datos de uso restringido, en la cual se proporciona las cifras de exportaciones de empresas hacia un país por partida arancelaria.

**c) Aplicación de la Medios**

El estudio se aplicó a las páginas web de las competencias.

**d) Resultados del Estudio de la Competencia**

e) Tabla 4:

<b>NOMBRE</b>	<b>NIT</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>PRECIO</b>
C.I. Onda de Mar S.A.	811,023,986-8	Centro comercial Palatino, Bogotá Cr 7 No.139 07 Local 209	Sombrero a base de productos naturales	USD 52,00
Anaida	830,041,850-0	Bogotá	Sombrero trenzado	USD 55,00
Alfaro Hats		Cuenca, Ecuador	Sombrero en paja	USD 60,00

Artesanías de Oaxaca		Cl 20 de Noviembre entre las casas y Luján. Juárez, México	Productos Artesanales	USD 72,00
----------------------	--	------------------------------------------------------------------------	--------------------------	-----------

*Nota:* Tabla realizada por los responsables del trabajo, en base a información de referencia encontrada.

#### **4.6 El Mercado Distribuidor**

##### **Distribución**

La empresa Pretende a adecuarse a la distribución *Mixta* en la cual se pueda llegar a negociar directamente con un cliente y una vez allá pueda contactar o contratar un tercero para que no solo pueda hacerse una distribución directa si no por medio de terceros. Al cual sea ventas de contado o crédito de cartera a 30 días fecha de la factura.

En conclusión, comercialmente se puede llegar a penetrar el mercado con un producto estético de muy buena calidad, y que a pesar del precio puede cumplir con las expectativas de un consumidor final.

##### **4.6.1 Manejo de Inventarios**

Mensualmente el aproximado de producción es de 300 sombreros tejidos, de los cuales, 100 están dedicamos para el mercado nacional, y los otros 200 para el mercado de exportación, en este caso, Madrid – España.

Además de esto se estará comprando constantemente sombreros a las tejedoras y por venta o pedido que haya de algún cliente será dinero que va a ser invertido en más sombreros para así poder suplir con los pedidos extraordinarios.

## 4.6.2 Comunicación

**Nombre comercial :** sombrero aguadeño

Fotografía 6:



*Nota:* imagen de sombrero de perfil de Facebook recuperada de

<http://www.facebook.com/photo.php?fbid=153035138103022&set=a.148291478577388.37581.148289191910950&type=3&theater>

Fotografía 7:

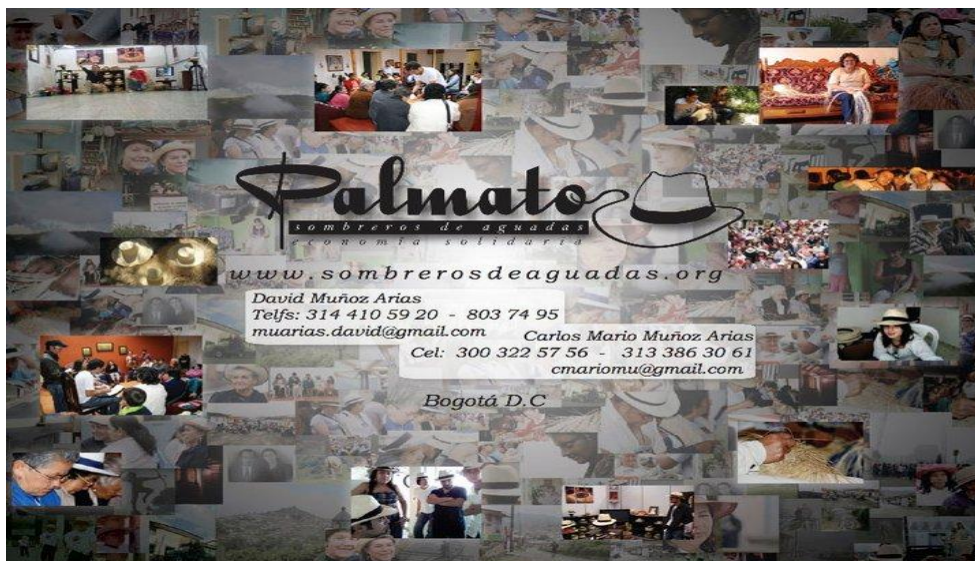


*Nota:* imagen de sombrero de perfil de Facebook recuperada de

<http://www.facebook.com/photo.php?fbid=163326203740582&set=a.148291478577388.375>

[81.148289191910950&type=3&theater](http://81.148289191910950&type=3&theater)

Fotografía 8:



Nota: : imagen de sombrero de perfil de Facebook recuperada de

<http://www.facebook.com/photo.php?fbid=153415918064944&set=a.1534136313>

[98506.39719.148289191910950&type=3&theater](http://98506.39719.148289191910950&type=3&theater)

Fotografía 9:



*Nota:* : imagen de sombrero de perfil de Facebook recuperada de

<http://www.facebook.com/photo.php?fbid=148724031867466&set=o.148289191910950&type=3&theater>

#### **4.6.3 Actividades de promoción y divulgación**

La estrategia que utiliza Palmato para divulgar o mostrar y dar a conocer sus productos es en las ferias nacionales donde constantemente están Participando por todo el país y todo el año. Palmato participa en una de las ferias más importantes de latino América como lo es EXPOFERIAS BOGOTA.

### **4.7 Precios de los Productos**

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

- Valor agregado del producto, trabajo a mano
- Precios de la competencia
- Calidad del producto
- Transporte de mercancías

#### **4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos**

Los costos unitarios por sombrero tienen un total de \$51.274,11, los cuales se encuentran discriminados en la siguiente tabla:

Tabla 5:

<b>Costos Unitarios de los Componentes del Producto</b>				
<b>Componente</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidades</b>	<b>Valor Total</b>

				<b>Por Componente</b>
Sombrero Terminado	\$ 40.000,00	1,00	Unidades	\$ 35.000,00
Acabados	\$ 5.000,00	1,00	Unidades	\$ 5.000,00
Insumos	\$ 2.222,00	1,00	Unidades	\$ 2.222,00
Fletes y gastos de exportación	\$ 9.052,11	1,00	varias	\$ 9.052,11

*Nota:* recuperada de simulador financiero

#### 4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

Tabla 6:

<b>CARACTERISTICAS DEL TEJIDO</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>
<b>EXTRAFINO</b>	<b>Pesos</b>	<b>USD</b>
EXW	\$ 60.000	USD 31.58
CIP	\$110.000	USD 57.89

*Nota:* elaboración propia por los integrantes del trabajo

#### 4.7.4 Política de Precios

En caso de que los pedidos a la empresa sean muy voluminosos se hará un descuento del 10% o 15 % y el pago siempre será de contado

#### 4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Tabla 7:

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>ALCANCE</b>	<b>PERSONAS INVOLUVRADAS</b>	<b>PRECIO ESTIMADO</b>
Administración	<p>Se deberá administrar los recursos, activos y gastos generados por la actividad social de la empresa; y es función de esta persona la planificación estratégica de las actividades a desarrollar para una optimización de los procesos y un mejor desempeño de la empresa, lo cual ayude a la toma de decisiones que se presenten durante cualquier proceso.</p> <p>Archivar y administrar toda la documentación importante</p>	1	\$ 1.000.000
Contabilidad y finanzas	<p>Llevar el registro de las operaciones contables y financieras en libros de Excel y en un Kardex. Efectuar los diferentes pagos causados por</p>	1	Compartido con el trabajo administrativo

	gastos y estar pendiente de los cobros y recuperación de la cartera.		
Comercial y mercadeo	Ventas directas en el almacén y búsqueda de clientes potenciales para la creación de negocios que mejoren los ingresos de la empresa y la participación de los sombreros de Palmato tanto a nivel nacional como internacional.  Gestionar el asunto de publicidad y mercadeo externo de la empresa. Brochures, volantes, etc.	4	\$ 735.000
Compras	Negociar con las tejedoras la compra de los lotes producidos de sombreros	2	\$ 6.195.000 (Gastos por compra de sombreros)
Terminaciones del producto	Dar los últimos acabados al producto comprado a las tejedoras	1	\$ 885.000

Despachos	Despachar los lotes comprados a las tejedoras y ya terminados. Desde Aguadas-Caldas al almacén principal por medio de una empresa de transportes	1	\$ 120.000,00 (Gastos por transporte de mercancías)
	<b>TOTAL</b>		\$ 8.893.000

*Nota:* elaboración propia por integrantes del trabajo

#### 4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

Riesgos del mercado se podría decir que es la falta de materia prima y de mano de obra ya que la iraca es una plana por lo tanto es un recurso que puede escasear. Y la mano de obra es un riesgo ya que las tejedoras se están acabando por que la juventud hoy en día no quiere seguir con esta cultura o tradición y si a eso se le suma que su mano de obra no es bien recompensada por otras empresas.

Las oportunidades son claras ya que el producto tiene un gran valor agregado una historia y cultura también una buena participación en las ferias artesanales y se da a conocer muy bien además en mercado español donde lo queremos dirigir EL se inclinan mucho por la cultura y es más que eso, es moda y podernos ser competitivos en comparación de precios con la competencia

#### 4.10 Plan de ventas

Las ventas dependerán de la capacidad de producción que se tenga por parte de las tejedoras, sin embargo actualmente se está tratando de formar una alianza comercial con

ellas para que a la larga, nos beneficiemos de que las ventas no se vean afectadas por la carencia de inventarios, y que las tejedoras den una especie de exclusividad con nosotros y la venta de sus productos.

Tabla 8:

<b>Mes – 2012</b>	<b>Ventas</b>
<b>Enero</b>	<b>75</b>
<b>Febrero</b>	<b>75</b>
<b>Marzo</b>	<b>80</b>
<b>Abril</b>	<b>90</b>
<b>Mayo</b>	<b>90</b>
<b>Junio</b>	<b>100</b>

*Nota:* elaboración propia por integrantes del trabajo

## **5 ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)**

### **5.1 Recursos materiales y humanos para la producción**

Objetivos de producción: investigar cual es la factibilidad de todas las actividades que intervienen en la fabricación y producción de los sombreros Aguadeños mediante la transformación de las fibras de iraca y análisis de la información obtenida de personas involucradas en el proceso por lo cual se concluye una viabilidad a nivel de localización y una posible cobertura de la oferta sobre la demanda.

### **5.2 Descripción del proceso de producción**

Aunque Palmato terceriza el proceso de producción, este no es de nuestro desconocimiento. Primero que todo, los palmicultores extraen de la palma de iraca los cogollos - hojas de palma sin abrir-. Las fibras de la de iraca, son compradas por las tejedoras, las cuales, empiezan a tejer las, dándole forma al sombrero; luego Palmato lo compra en rama sin darle las terminaciones. Estas terminaciones son hechas por los dueños, en donde los operarios cortan el fleco sobrante y luego lo pasan por la máquina de coser adecuada con hilos a tres cabos que le dan el amarre y el ajuste necesario, después se prensa en una máquina para darle la forma y horma al sombrero, también se le aplica una goma especial para endurecer un poco el sombrero y que con el pasar del tiempo no vaya perdiendo su forma; por último, se le hacen las aplicaciones necesarias como es pegarle la cinta y las tallas con silicona y los últimos acabados. De esta forma el sombrero ya está listo para comercializarlo.

### **5.3 Capacidad de producción**

Mensualmente el aproximado de producción es de 300 sombreros tejidos, de los cuales, 100 están dedicados para el mercado nacional, y los otros 200 para el mercado de exportación, en este caso, Madrid – España.

### **5.4 Plan de producción**

Teniendo en cuenta que nuestro proceso de producción es tercerizado, se ha querido formar una alianza comercial junto con las tejedoras, donde ellas van a tener segura la venta y de igual manera nosotros también; así podremos tener unos niveles de comercialización más altos.

### **5.5 Recursos materiales y humanos para la producción**

#### **5.5.1 Locales**

Inicialmente se habla donde trabajan las tejedoras las cuales venden el sombrero en rama. Se cuenta con un taller en la casa de los comercializadores para poder dar el acabado y el pulimiento a los sombreros; todos estos lugares se encuentran en aguadas y luego son transportados hasta el centro comercial Usaqué en la ciudad de Bogotá donde se venden en maniquís en forma de cabeza para una mejor visualización al público.

Bogotá es un punto estratégico para la empresa, ya que de cierto modo ayuda que esta ciudad es una ciudad grande, la capital del país por esto mismo hay una gran fluidez de turistas. Otra cosa que influye en la localización es que uno de los dueños se fue a vivir a Bogotá y desde allí abrió el mercado y con el paso del tiempo logro posicionar el sombrero y este se mantiene.

### **5.5.2 Requerimiento de de maquinaria, equipos, muebles y enseres**

Se cuenta con dos maquinas que ayudan agilizar los procesos de producción; una es la prensadora y la otra el tornillo, ambas cumplen con la misma función, sin embargo a pesar de que el tornillo es una tecnología más antigua le brinda una mejor calidad y estabilidad al sombrero. Con estas dos maquinas se puede contar con una mayor agilidad de hacer las terminaciones de los lotes.

#### **MAQUINARIA:**

Prensadora

Máquina de coser

El tornillo

### **5.5.3 Requerimiento de de materiales e insumos**

Aguadas tiene una gran cantidad de hectáreas destinada para el cultivo de la palma de iraca lo que facilita la disponibilidad de las materias primas en las temporadas lluviosas se consiguen frutos de mejor calidad (estas temporadas van desde octubre hasta diciembre). Los insumos son comprados en almacenes especializados en sombreros estos se traen desde Manizales dependiendo de la demanda o de lo que se espera producir.

#### **UTENCILIOS:**

- Tijeras
- Depilador
- Molde
- Cuchillas

#### **5.5.4 Requerimiento de Servicios**

Tal como se ha citado en varias ocasiones, como el almacén donde se comercializa este producto está ubicado en la ciudad de Bogotá, se debe incurrir en un servicio de transporte, ya que estos sombreros son despachados desde Aguadas – Caldas, a Bogotá.

#### **5.5.5 Requerimiento de personal**

La mano de obra depende de las tejedoras que vallan a Palmato a vender el sombrero en rama. Sin embargo, actualmente Palmato cuenta con aproximadamente 16 tejedoras asociadas las cuales solamente le venden el producto a la empresa, Y sumados a estas 5 personas encargadas de darles las terminaciones y distribuir el sombrero.

#### **5.5.6 Programa de producción**

Según la información suministrada por las tejedoras, esta sería la programación para el próximo año. De igual manera, debemos tener en cuenta que esta información puede estar sujeta a cambios tanto por condiciones climáticas, por condiciones comerciales.

Tabla 9:

<b>Mes – 2012</b>	<b>Capacidad de producción</b>
<b>Enero</b>	<b>80</b>
<b>Febrero</b>	<b>130</b>
<b>Marzo</b>	<b>190</b>
<b>Abril</b>	<b>220</b>
<b>Mayo</b>	<b>250</b>
<b>Junio</b>	<b>300</b>

*Nota:* elaboración propia por integrantes del trabajo

## 6 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

### 6.1 Procesos Administrativos

#### 6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Tabla10:

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>ALCANCE</b>	<b>PERSONAS INVOLUVRADAS</b>	<b>PRECIO ESTIMADO</b>
Administración	Se deberá administrar los recursos, activos y gastos generados por la actividad social de la empresa; y es función de esta persona la planificación estratégica de las actividades a desarrollar para una optimización de los procesos y un mejor desempeño de la empresa, lo cual ayude a la toma de decisiones que se presenten durante cualquier proceso.  Archivar y administrar toda la documentación importante	1	\$ 1.000.000

Contabilidad y finanzas	Llevar el registro de las operaciones contables y financieras en libros de Excel y en un Kardex. Efectuar los diferentes pagos causados por gastos y estar pendiente de los cobros y recuperación de la cartera.	1	Compartido con el trabajo administrativo
Comercial y mercadeo	Ventas directas en el almacén y búsqueda de clientes potenciales para la creación de negocios que mejoren los ingresos de la empresa y la participación de los sombreros de Palmato tanto a nivel nacional como internacional.  Gestionar el asunto de publicidad y mercadeo externo de la empresa. Brochures, volantes, etc.	4	\$ 735.000

Compras	Negociar con las tejedoras la compra de los lotes producidos de sombreros	2	\$ 6.195.000,00 (Gastos por compra de sombreros)
Terminaciones del producto	Dar los últimos acabados al producto comprado a las tejedoras	1	\$ 885.000
Despachos	Despachar los lotes comprados a las tejedoras y ya terminados. Desde Aguadas-Caldas al almacén principal por medio de una empresa de transportes	1	\$ 120.000,00 (Gastos por transporte de mercancías)
	<b>TOTAL</b>		\$ 5.620.000

*Nota:* elaboración propia por integrantes del trabajo

### 6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Nuestro proveedor estratégico y principal de materias primas son las tejedoras nativas de Aguadas-Caldas. Las cuales por su tradición, experiencia y empirismos en la elaboración y tejido de sombreros, son elegidas por nuestra empresa para el suministro de los sombreros en rama. Todo este conocimiento asegura que el producto sea con un gran valor agregado y una excelente calidad.

Actualmente se está trabajando en alianzas comerciales para crear una cooperación y asociación con las tejedoras con la intención de desarrollar con ellas una economía

solidaria y así fidelización entre ambas empresas con el fin de dignificar su trabajo y crear nuevos espacios de comercialización.

Tabla 11:

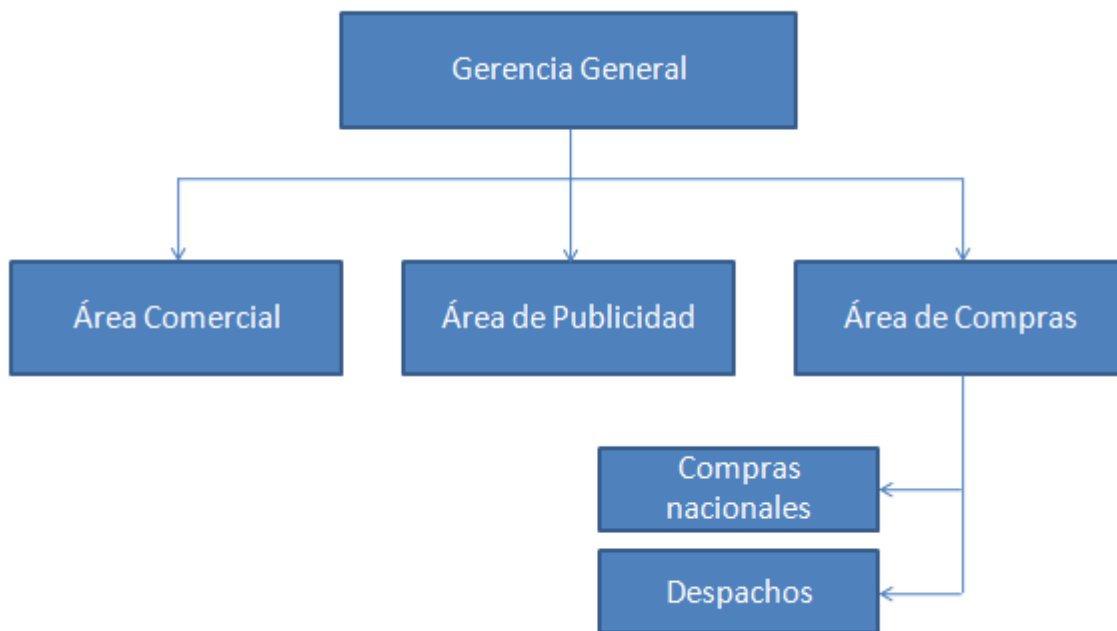
Producción	Tejer los sombreros con las fibras de la iraca.	Tercerizado con amas de casa y tejedoras nativas de la región.	Tercerizado
------------	-------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------	-------------

*Nota:* elaboración propia de los integrantes del grupo

## 6.2 Estructura Organizacional del Negocio

### 6.2.1 Organigrama

Grafico 1:



*Nota:* elaboración propia por integrantes del trabajo

## **6.2.2 Descripción funcional de la Organización**

### **Gerencia General:**

La persona está encargada de representar legalmente la empresa ante todo trámite judicial que se presente. Además de esto es aquí recae toda la toma de decisiones y responsabilidades generadas en el desarrollo del objeto social de la empresa.

### **Contabilidad:**

La misma persona encargada de la administración y gerencia general, tendrá la responsabilidad de llevar a cabo el registro contable de operaciones como lo es el aumento y disminución de activos, pasivos, patrimonio, ingresos, costos y gastos generados por el desarrollo del objeto social de la empresa.

### **Comercial:**

Las personas encargadas de ventas estarán contratadas para trabajar 4 veces al mes, cada domingo, en el punto de venta directo de la empresa. Además una persona estará encargada, siempre y cuando sea necesario, realizar todas las actividades relacionadas con la publicidad y manejo de materiales necesarios para ferias, stands, punto de venta y promoción.

### **Compras y despachos:**

La persona encargada de esta área, se dedicará a comprar el producto sin darle la última terminación, procediendo a revisarlo y efectuar los cortes pertinentes a las fibras y prensamiento para poder darle forma al sombrero. Posterior a esto se procede a enviarla

desde la parte de acabados hasta el punto de venta directo.

## 6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

### 6.3.1 Locaciones

El punto de venta directo es un almacén comercial ubicado en un centro comercial en Usaquén, por el cual se paga un arriendo de \$ 360.000. Y para dar los acabados se cuenta con una casa de familia, de los propietarios de la empresa.

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

En la siguiente tabla se expresa en general cuales son los requisitos para cada dependencia o área de la empresa.

Tabla 12:

ACTIVIDADES AGRUPADAS	FUNCIONES	PERFIL	CARGO	REQUERIMIENTOS TECNOLOGICOS	SALARIO	RECURSOS
Administración/Contabilidad y cartera	Planear proyectos de mejoras Tomar decisiones Manejo adecuado de recursos Contabilizar las cuentas financieras Recuperar cartera Pagar a proveedores y trabajadores	Administrador profesional con conocimiento en contabilidad	Gerente General y representante legal	Computador, silla, escritorio, libro de kardex, impresora multifuncional, papel resma, lapiceros, sellos, cosedora, perforadora, carpetas de cartón, teléfono, celular y marcador	\$1'000.000	Papelería: \$189.600 Equipos de trabajo: \$1.609.600
Comercial, mercadeo y Publicidad	Asesorar los clientes en el almacén Imprimir los brochures y documentos publicitarios de la empresa Recibir la mercancía del proveedor Despachar la mercancía	Tecnólogos en mercadeo o con experiencia en ventas Tecnólogo en Diseño gráfico	Asesores comerciales y Publicista	Computador, silla, escritorio, impresora laser multifuncional, papelería de la empresa (facturas y remisiones), un celular, teléfono, lapiceros, cinta adhesiva, brochures, tarjetas de presentación, vitrinas y pendon	\$ 735.000,00	\$ 1.580.000,00
Compras/Terminación del producto/Despachos	Compras el sombrero en rama (sin las últimas terminaciones) Darle los últimos acabados al sombrero: Cortar las puntas de las fibras, poner la cinta decorativa, prensar el sombrero y coserlo para fijarlo Despachar el sombrero terminado a al almacén principal	Con experiencia en tejeduría de sombreros	Tejedor	Prensadora, cinta decorativa, tijeras, máquina de coser, hilos, pistola de silicona y silicona en barra	\$ 200.000,00	\$ 4.571.200,00

Nota: elaboración propia por integrantes del trabajo

### 6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Costos y requisitos para el uso aproximado del almacén y el área de acabados:

Tabla 13:

<b>MATERIA L O INSUMO</b>	<b>UNIDA D</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>USO</b>	<b>PROVEEDO R</b>	<b>PRECIO</b>
Silla	1	Sillas Giratorias Para Escritorios U Oficinas	Administrador/Vendedores	Mercado Libre	\$ 50.000,00
Silla	1	Silla plástica	Administrador/Vendedores	Rimax	\$ 20.000,00
Escritorio	1	Escritorio de oficina	Administrador/Vendedores	Mercado Libre	\$ 110.000,00
Computador	1	Dell Latitude D620 Corporativo	Administrador/Vendedores	A.S.C. Sistemas & CÍA. Ltda.	\$ 583.000,00
Kardex	1	Libro para llevar el control de inventarios	Administrador	Papelería	\$ 15.000,00
Impresora	1	Impresora Hp	Administrador/Vendedores	Quality	\$

multifuncional		2050 Multifuncional Todo En Uno	res	Copiers	140.000,00
Resma de papel	1	Resma De Papel Reprograf X 75gr	Administrador/Vendedor res	Offiesco	\$ 7.900,00
Lapiceros	5	Tinta negra	Administrador/Vendedor res	Offiesco	\$ 4.500,00
Sellos	2	Sello con logo de la empresa y de remisionado	Administrador/Vendedor res	AB fabrica de sellos	\$ 13.000,00
Cosedora	1		Administrador/Vendedor res	Offiesco	\$ 5.000,00
Perforadora	1		Administrador/Vendedor res	Offiesco	\$ 4.000,00
Carpetas de cartón	5	Carpetas de cartón para legajador	Administrador	Offiesco	\$ 2.500,00
Teléfono	1	Teléfono Inalámbrico Panasonic Dect 6.0 Kx-	Administrador/Vendedor res	Mercado Libre	\$ 110.000,00

		tg6411lb con dos teléfonos			
Celular	2	Blackberry Curve 8520 Gemini 2gb Wi-Fi Mp3 Estuche Gratis.	Administrador/Vendedores	Moviestar	\$ 900.000,00
Marcador	2	Tinta negra	Administrador/Vendedores	Offiesco	\$ 3.000,00
Impresora	1	Impresora Epson Lx 1180 Matriz De Punto Carro Ancho	Administrador/Vendedores	Quality Copiers	\$ 150.000,00
Facturas y remisiones	1	Con Resolución y timbradas	Administrador/Vendedores	Color Copias Ltda.	\$ 360.000,00
Cinta adhesiva	2		Administrador/Vendedores	Offiesco	\$ 4.700,00
Brochures, tarjetas de presentación, vitrinas y	varios		Administrador/Vendedores	Color Copias Ltda.	\$ 200.000,00

pendón					
Tijeras o depilador	1		Acabados	Offiesco	\$ 3.000,00
Pistola de silicona	1	Grande	Acabados	Offiesco	\$ 4.000,00
<b>TOTAL</b>					\$ 3.289.600, 00

*Nota:* elaboración propia por integrantes del trabajo

#### 6.3.4 Requerimientos de servicios.

Tabla 14:

<b>Servicios</b>	<b>Valor</b>	<b>Proveedor</b>
Acueducto	\$ 30.000,00	Empresa de acueducto y sanidad de Bogotá
Energía	\$ 70.000,00	Empresa de Energía
Telefonía	\$ 100.000,00	Empresa de telefonía
Transporte	\$ 120.000,00	Empresa transportadora y de envíos
Vigilancia al almacén	\$ 336.000,00	Empresa de Servicio de Vigilancia

*Nota:* elaboración propia por integrantes del trabajo

#### 6.3.5 Requerimientos de personal

Tabla 15:

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>ALCANCE</b>	<b>PERSONAS</b>	<b>SALARIO</b>
------------------	----------------	-----------------	----------------

		<b>INVOLUVRADAS</b>	
Administración	Estudios profesionales en administración de empresas	1	\$ 1.000.000
Contabilidad y finanzas	Estudios profesionales en contabilidad y finanzas	1	Compartido con el trabajo administrativo
Comercial y mercadeo	Conocimiento en ventas y atención al cliente. Con experiencia en manejo de clientes y se requiere la capacitación del portafolio de productos	4	\$ 735.000
Compras	No se necesita ningún tipo de conocimiento ni de capacitación	2	Compartido con terminaciones del producto y despachos
Terminaciones del producto	Tener conocimiento en corte y bordado de sombreros en fibras	1	\$ 500.000
Despachos	No se requiere ningún conocimiento	1	Compartido con terminaciones del producto y compras
	<b>TOTAL</b>		\$ 5.620.000

*Nota:* elaboración propia por integrantes del trabajo

#### **6.4 Programa de administración**

Inicialmente para el funcionamiento de la empresa, el gerente general, entrevistará a personas que no tengan ningún vínculo familiar, para cargos como asesores comerciales u otro oficio que aparezca como necesidad de cumplir una nueva actividad dentro del organigrama. El cual deberá capacitar sobre los tipos de productos, cuidados, tiempos de entrega, precios y clientes, para poder atender al mercado con la información suficiente y pertinente.

Para manejos de proveedores, se hará contacto directo y telefónico para seguir el proceso de productividad y mejorar las relaciones bilaterales entre ambas empresas.

## 7 ASPECTOS LEGALES

### 7.1 Tipo de Organización empresarial

Sociedad Anónima

### 7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Para la constitución de la empresa es necesario cumplir con los siguientes requisitos y documentos:

#### Gastos de constitución

- Certificado mercantil y de existencia y representación legal...\$1.600
- Certificado de Homonimia...\$2.500 por cada nombre buscado
- Rut y Nit...\$3.000
- Minuta de constitución de la empresa...No tiene costo
- Escritura pública de constitución ante notaria...\$2.000 por cada hoja + \$3.000 para el fondo del notariado y superintendencia de notariado y registro público + \$5.730 + \$2.7/\$1000 registrado de capital
- Información y documentos de avisos y tableros...Se liquida bajo los impuestos ya pagados
- Exigencias del Banco para la apertura de la Cuenta Corriente de la Empresa.
- Certificado de uso de suelo...\$17.700 + \$13.700
- Certificado de SAYCO y ACIMPRO...\$2.500

#### Carga impositiva

a) Impuestos nacionales:

- Impuesto de valor agregado...16%
  - Impuesto a las ganancias...35%
  - Impuesto de registro...Depende de la asamblea departamental
  - Impuesto sobre la renta gravable...35%
  - Impuestos Regionales o Departamentales:
  - Impuesto de timbre...0.5%
- b) Impuestos municipales:
- Impuesto predial...0.1%- 1.6%
  - Impuesto de avisos y tableros...15% sobre
  - Impuesto de industria y comercio

Relación de aspectos legales que eventualmente podrían generar costos

- Certificado mercantil y de existencia y representación legal...\$1.600
- Certificado de Homonimia...\$2.500 por cada nombre buscado
- Rut y Nit...\$3.000
- Minuta de constitución de la empresa...No tiene costo
- Escritura pública de constitución ante notaria...\$2.000 por cada hoja + \$3.000 para el fondo del notariado y superintendencia de notariado y registro público + \$5.730 + \$2.7/\$1000 registrado de capital
- Información y documentos de avisos y tableros...Se liquida bajo los impuestos ya pagados
- Exigencias del Banco para la apertura de la Cuenta Corriente de la Empresa.
- Certificado de uso de suelo...\$17.700 + \$13.700

- Certificado de SAYCO y ACIMPRO...\$2.500
- Impuesto de valor agregado...16%
- Impuesto a las ganancias...35%
- Impuesto de registro...Depende de la asamblea departamental
- Impuesto sobre la renta gravable...35%
- Impuesto de timbre...0.5%
- Impuesto predial...0.1%- 1.6%
- Impuesto de avisos y tableros...15% sobre Impuesto de industria y comercio

## 8 ASPECTOS FINANCIEROS

### 8.1 Estructura Financiera del proyecto

#### 8.1.1 Recursos Propios

Tabla 16:

<b>SOCIOS</b>	<b>% DE PARTICIPACION</b>	<b>APORTE</b>	<b>FECHA DE APORTE</b>
DAVID FERNANDO MUÑOZ ARIAS	20%	computador mac	abr-08
CARLOS MARIO MUÑOZ ARIAS	25%	escritorio, sillas impresora multifuncional, impresora de punto, teléfono inalámbrico	ene-07
JUAN DIEGO MUÑOZ ARIAS	10%	blackberries	jun-11
LUZ ELENA ARIAS	15%	maquina cosedora	dic-06
LIBARDO MUÑOZ	30%	maquina prensadora y el tornillo	dic-06

*Nota:* elaboración propia por integrantes del trabajo

#### 8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

En una entidad financiera se tomará un préstamo al 1.5% mes vencido con un plazo de 36 meses, tasa variable; también representado a una tasa de el DTF+14 puntos. El cual está representado en el siguiente plan de amortización.

Tabla 17:

Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)				
Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 21.577.232
1	\$ 3.835.952	\$ 3.236.585	\$ 599.368	\$ 20.977.865
2	\$ 3.746.047	\$ 3.146.680	\$ 599.368	\$ 20.378.497
3	\$ 3.656.142	\$ 3.056.775	\$ 599.368	\$ 19.779.130
4	\$ 3.566.237	\$ 2.966.869	\$ 599.368	\$ 19.179.762
5	\$ 3.476.332	\$ 2.876.964	\$ 599.368	\$ 18.580.394
6	\$ 3.386.427	\$ 2.787.059	\$ 599.368	\$ 17.981.027
7	\$ 3.296.522	\$ 2.697.154	\$ 599.368	\$ 17.381.659
8	\$ 3.206.616	\$ 2.607.249	\$ 599.368	\$ 16.782.292
9	\$ 3.116.711	\$ 2.517.344	\$ 599.368	\$ 16.182.924
10	\$ 3.026.806	\$ 2.427.439	\$ 599.368	\$ 15.583.557
11	\$ 2.936.901	\$ 2.337.533	\$ 599.368	\$ 14.984.189
12	\$ 2.846.996	\$ 2.247.628	\$ 599.368	\$ 14.384.822
13	\$ 2.757.091	\$ 2.157.723	\$ 599.368	\$ 13.785.454
14	\$ 2.667.186	\$ 2.067.818	\$ 599.368	\$ 13.186.086
15	\$ 2.577.281	\$ 1.977.913	\$ 599.368	\$ 12.586.719
16	\$ 2.487.375	\$ 1.888.008	\$ 599.368	\$ 11.987.351
17	\$ 2.397.470	\$ 1.798.103	\$ 599.368	\$ 11.387.984
18	\$ 2.307.565	\$ 1.708.198	\$ 599.368	\$ 10.788.616

19	\$ 2.217.660	\$ 1.618.292	\$ 599.368	\$ 10.189.249
20	\$ 2.127.755	\$ 1.528.387	\$ 599.368	\$ 9.589.881
21	\$ 2.037.850	\$ 1.438.482	\$ 599.368	\$ 8.990.513
22	\$ 1.947.945	\$ 1.348.577	\$ 599.368	\$ 8.391.146
23	\$ 1.858.039	\$ 1.258.672	\$ 599.368	\$ 7.791.778
24	\$ 1.768.134	\$ 1.168.767	\$ 599.368	\$ 7.192.411
25	\$ 1.678.229	\$ 1.078.862	\$ 599.368	\$ 6.593.043
26	\$ 1.588.324	\$ 988.956	\$ 599.368	\$ 5.993.676
27	\$ 1.498.419	\$ 899.051	\$ 599.368	\$ 5.394.308
28	\$ 1.408.514	\$ 809.146	\$ 599.368	\$ 4.794.941
29	\$ 1.318.609	\$ 719.241	\$ 599.368	\$ 4.195.573
30	\$ 1.228.704	\$ 629.336	\$ 599.368	\$ 3.596.205
31	\$ 1.138.798	\$ 539.431	\$ 599.368	\$ 2.996.838
32	\$ 1.048.893	\$ 449.526	\$ 599.368	\$ 2.397.470
33	\$ 958.988	\$ 359.621	\$ 599.368	\$ 1.798.103
34	\$ 869.083	\$ 269.715	\$ 599.368	\$ 1.198.735
35	\$ 779.178	\$ 179.810	\$ 599.368	\$ 599.368
36	\$ 689.273	\$ 89.905	\$ 599.368	\$ 0

*Nota: Tabla de amortización para cánones de préstamo financiero. Extraída de simulador financiero*

## **8.2 Ingresos y Egresos**

### **8.2.1 Ingresos**

### 8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

Tabla 18:

<b>VENTAS TOTALES POR PRODUCTO</b>		
<b>Ventas</b>		<b>Participación del total Ventas</b>
Sombrero Extrafino	\$ 19.433.333,4	100,00%
<b>VENTAS TOTALES (VT)</b>	<b>\$ 19.433.333,4</b>	<b>100,00%</b>

*Nota: Ventas totales por mes. Extraída de simulador financiero*

### 8.2.1.2 Otros Ingresos

La empresa no recibe otro tipo de ingresos.

## 8.2.2 Egresos

### 8.2.2.1 Inversiones

Las inversiones para el desarrollo pleno de la empresa se encuentran discriminadas en la siguiente tabla, según los activos fijos, gastos Preoperativos y el capital de trabajo.

Tabla 19:

<b>INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)</b>			
<b>Inversiones</b>	<b>Exigibles (Valor)</b>	<b>Disponible</b>	<b>Requerimiento Financiero</b>
<b>Activos Fijos</b>	\$ 7.189.600,0	\$ 7.189.600,0	\$ 0,0
<b>Gastos Preoperativos</b>	\$ 600.000,0	\$ 600.000,0	\$ 0,0
<b>Capital de Trabajo</b>	\$ 21.577.232,3	\$ 0,0	\$ 21.577.232,3
<b>Total Requerimientos Financieros</b>			<b>\$ 21.577.232,3</b>

*Nota:* Inversiones exigibles y disponibles. *Extraída de simulador financiero*

Los gastos pre operativos se hará con una amortización mensual de \$10.000:

Tabla 20:

<b>Gastos pre operativos</b>		
<b>Gastos Pre operativos Exigibles</b>	<b>Valor</b>	<b>Amortización</b>
Constitución y registro	\$ 600.000,0	\$ 10.000,0

*Nota:* Gastos preoperativos. *Extraída de simulador financiero*

Los costos variables y fijos con cobertura de pago a 30 días a proveedores:

Tabla 21:

<b>CUENTA</b>	<b>DIAS DE COBERTURA</b>	<b>VALOR</b>
Costos Variables	30	\$ 5.064.670
Costos Fijos de Producción	30	\$ 820.000
Costos Fijos de Administración	30	\$ 2.294.160
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	30	\$ 1.346.600

*Nota:* Cobertura para costos. Extraída de simulador financiero

A las ventas se les dará un crédito de 30 días para el pago de las mismas por parte de los clientes:

Tabla 22:

<b>CUENTA</b>	<b>DIAS DE COBERTURA</b>	<b>VALOR</b>
Cuentas por Cobrar	0	\$ 0
Inventarios productos	30	\$ 5.884.670
Inventario de Materia Prima	0	\$ 0

*Nota:* Cobertura para ventas e inventarios. Extraída de simulador financiero

Los gastos administrativos y de ventas serán a 15 días. Ya que se pagará la nomina en este periodo:

Tabla 23:

<b>CUENTA</b>	<b>DIAS DE COBERTURA</b>	<b>VALOR</b>
Materia Prima	0	\$ 0
Fijos de Producción	0	\$ 0
Administrativos	15	\$ 1.147.080
Comercialización y Ventas	15	\$ 673.300

*Nota:* Cobertura de pago a proveedores. Extraída de simulador financiero

### 8.2.2.2 Costos

Por unidad de producto, con base en ventas mensuales

Tabla 24:

<b>Total Costos Variables por</b>		<b>Ventas Unidades</b>	<b>Costo Variable</b>
<b>Producto</b>			<b>total</b>
Sombrero	\$ 51.274,1	177	\$ 9.058.426,2
Extrafino			
<b>COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)</b>			\$ 9.058.426,2

*Nota:* Costos variables totales por sombrero. Extraída de simulador financiero

Costos involucrados en el desarrollo del objeto mensualmente para la empresa:

Tabla 25:

<b>RESUMEN COSTOS</b>		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 9.058.426,2	67,00%
Total Costos fijos de producción	\$ 820.000,0	6,07%
Total Costos fijos de administración	\$ 2.294.160,0	16,97%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 1.346.600,0	9,96%
Costos Totales	\$ 13.519.186,2	100,00%

*Nota:* Tabla de costos totales del producto. Extraída de simulador financiero

### 8.2.2.3 Gastos

#### Gastos Administrativos y legales

Los gastos administrativos contemplan los salarios y prestaciones sociales del área administrativa, además todos los gastos generados por la misma.

Tabla 26:

<b>COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES</b>	
Salarios	\$ 1.000.000

Prestaciones Sociales	\$ 560.000
Gastos de representación	\$ 0
Papelería	\$ 189.600
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	
Seguros	\$ 0
Administración	\$ 0
Varios (Vigilancia, aseo, etc.)	\$ 336.000
Imprevistos	\$ 208.560
<b>TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$ 2.294.160</b>

*Nota:* Costos fijos administrativos por mes. Extraída de simulador financiero

Los gastos legales generados por el negocio al inicio, son esencialmente para la constitución de la empresa y legalización de su objeto y razón social como tal.

Tabla 27:

<b>Inversiones</b>	<b>Exigibles (Valor)</b>	<b>Disponible</b>	<b>Requerimiento Financiero</b>
<b>Gastos Preoperativos</b>	\$ 600.000,0	\$ 600.000,0	\$ 0,0

*Nota:* Inversiones legales. Extraída de simulador financiero

#### Gastos Distribución y Ventas

Al igual que los gastos administrativos, los costos de distribución y comercialización del producto y la empresa, están contemplados por los salarios de los asesores comerciales, las prestaciones sociales y los demás gastos generados por esta área.

Tabla 28:

<b>COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS</b>	
Salarios	\$ 735.000
Prestaciones Sociales	\$ 411.600
Publicidad y Mercadeo	\$ 200.000
<b>TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS</b>	<b>\$ 1.346.600</b>

*Nota:* Costos fijos de comercialización. Extraída de simulador financiero

Hasta el momento no existe ningún calendario de gastos de distribución de ventas, ni capacitaciones, ni gastos de viaje y representación. Con respecto a la papelería, este gasto es compartido con el área administrativa. Y como son envíos por currier, no se relacionan tampoco gastos por contenedores. Con respecto a los fletes y empaques varían dependiendo de la orden de compra generada por el comprador.

Gastos Amortización de diferidos

Tabla 29:

<b>Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)</b>	<b>Valor</b>	<b>Depreciación Mensual</b>
Terrenos	\$ 35.000.000,0	\$ 0,0

Edificios (20 años)	\$ 0,0	\$ 0,0
Equipos (5 años)	\$ 3.189.600,0	\$ 53.160,0
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 0,0	\$ 0,0
Maquinaria (5 años)	\$ 4.000.000,0	\$ 66.666,7
Herramienta (5 años)	\$ 0,0	\$ 0,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 0,0	\$ 0,0
Vehículos (5 años)	\$ 0,0	\$ 0,0
<b>Total Activos Fijos Exigibles</b>	<b>\$ 42.189.600,0</b>	
<b>Total Depreciación Mensual</b>		<b>\$ 119.826,7</b>

*Nota: Activos exigibles. Extraída de simulador financiero*

Tabla 30:

<b>Gastos pre operativos Exigibles</b>	<b>Valor</b>	<b>Amortización</b>
Constitución y registro	\$ 600.000,0	\$ 10.000,0
Diseño organizacional	\$ 0,0	\$ 0,0
Presentación y Promoción	\$ 0,0	\$ 0,0
Estudios financieros	\$ 0,0	\$ 0,0
Investigación y estudios	\$ 0,0	\$ 0,0
Salarios	\$ 0,0	\$ 0,0
Costos financieros	\$ 0,0	\$ 0,0
Viaje y representación	\$ 0,0	\$ 0,0
Costos de Capacitación	\$ 0,0	\$ 0,0

Honorarios de Asesores	\$ 0,0	\$ 0,0
Publicidad y Promoción	\$ 0,0	\$ 0,0
Puesta en Marcha	\$ 0,0	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0
Adecuaciones Locativas	\$ 0,0	\$ 0,0
Gastos de Registro	\$ 0,0	\$ 0,0
Certificados de salud y Bomberos	\$ 0,0	\$ 0,0
	\$ 0,0	\$ 0,0
<b>Total Gasto pre operativos Exigibles</b>	<b>\$ 600.000,0</b>	
<b>Total Amortización Mensual</b>		<b>\$ 10.000,0</b>

*Nota:* Gastos preoperativos exigibles. Extraída de simulador financiero

#### 8.2.2.4 Gastos Financieros

Los gastos financieros tienen una tasa variable del 1.50% mes vencido (Véase el numeral 8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios) a un plazo de 36 cuotas y abono a capital fijo de \$599.368.

Tabla 31:

<b>DATOS GENERALES DEL PROYECTO</b>	
Préstamo Bancario (Financiación)	
Monto del Préstamo:	\$ 21.577.232
Intereses (efectivo Mensual):	1,50%
Plazo (meses):	36

Modalidad del Préstamo:	Mes vencido
Requerimientos Financieros	\$ 21.577.232,30
Préstamo Bancario	\$ 21.577.232
Recursos Propios	\$ 0,00

*Nota: Datos del préstamo. Extraída de simulador financiero*

### 8.3 Estados Financieros Proyectados

#### 8.3.1 Flujo de Caja

Tabla 32:

<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>Inversión</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Mes 7</b>	<b>Mes 8</b>	<b>Mes 9</b>	<b>Mes 10</b>	<b>Mes 11</b>	<b>Mes 12</b>
<b>+ Ingresos por venta</b>		\$ 19.43	\$ 19.43	\$ 19.43	\$ 19.43	\$ 19.43	\$ 19.43	\$ 19.43	\$ 19.433	\$ 19.43	\$ 19.43	\$ 19.43	\$ 19.43
		3.333	3.333	3.333	3.333	3.333	3.333	3.333	.333	3.333	3.333	3.333	3.333
<b>- Costos variables</b>		\$ 9.058.	\$ 9.058.	\$ 9.058.	\$ 9.058.	\$ 9.058.	\$ 9.058.	\$ 9.058.	\$ 9.058.	\$ 9.058.	\$ 9.058.	\$ 9.058.	\$ 9.058.
		426	426	426	426	426	426	426	426	426	426	426	426
<b>- Costos fijos</b>	\$ 0	\$ 4.460.	\$ 4.460.	\$ 4.460.	\$ 4.460.	\$ 4.460.	\$ 4.460.	\$ 4.460.	\$ 4.460.	\$ 4.460.	\$ 4.460.	\$ 4.460.	\$ 4.460.
		760	760	760	760	760	760	760	760	760	760	760	760
<b>Costos fijos de</b>		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$

Producción		820.0 00	820.0 00	820.0 00	820.0 00	820.0 00	820.0 00	820.0 00	820.00 0	820.0 00	820.0 00	820.0 00	820.0 00
Costos fijos de Administración		\$ 2.294. 160	\$ 2.294. 160	\$ 2.294. 160	\$ 2.294. 160	\$ 2.294. 160	\$ 2.294. 160	\$ 2.294. 160	\$ 2.294. 160	\$ 2.294. 160	\$ 2.294. 160	\$ 2.294. 160	\$ 2.294. 160
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.346. 600	\$ 1.346. 600	\$ 1.346. 600	\$ 1.346. 600	\$ 1.346. 600	\$ 1.346. 600	\$ 1.346. 600	\$ 1.346. 600	\$ 1.346. 600	\$ 1.346. 600	\$ 1.346. 600	\$ 1.346. 600
<b>- No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 129.8 27	\$ 129.8 27	\$ 129.8 27	\$ 129.8 27	\$ 129.8 27	\$ 129.8 27	\$ 129.8 27	\$ 129.82 7	\$ 129.8 27	\$ 129.8 27	\$ 129.8 27	\$ 129.8 27
<b>- Intereses Crédito</b>	\$ 0	\$ 3.236. 585	\$ 3.146. 680	\$ 3.056. 775	\$ 2.966. 869	\$ 2.876. 964	\$ 2.787. 059	\$ 2.697. 154	\$ 2.607. 249	\$ 2.517. 344	\$ 2.427. 439	\$ 2.337. 533	\$ 2.247. 628
<b>= Utilidad Antes de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 2.547.	\$ 2.637.	\$ 2.727.	\$ 2.817.	\$ 2.907.	\$ 2.997.	\$ 3.087.	\$ 3.177.	\$ 3.266.	\$ 3.356.	\$ 3.446.	\$ 3.536.

		736	641	546	451	356	261	167	072	977	882	787	692
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		840.7	870.4	900.0	929.7	959.4	989.0	1.018.	1.048.	1.078.	1.107.	1.137.	1.167.
<b>- Impuestos</b>	\$ 0	53	22	90	59	28	96	765	434	102	771	440	108
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
<b>= Utilidad después de Impuestos</b>	\$ 0	1.706.	1.767.	1.827.	1.887.	1.947.	2.008.	2.068.	2.128.	2.188.	2.249.	2.309.	2.369.
		983	219	456	692	929	165	402	638	874	111	347	584
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
<b>+ Ajuste por No Desembolsables</b>	\$ 0	129.8	129.8	129.8	129.8	129.8	129.8	129.8	129.82	129.8	129.8	129.8	129.8
		27	27	27	27	27	27	27	7	27	27	27	27
	\$												\$
<b>+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)</b>	21.577.2												27.80
	32	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	8.912
	\$												
<b>Prestamos</b>	21.577.2												
	32												

Recuperación Capital de trabajo													\$ 21.57 7.232
Valor de Salvamento													\$ 6.231. 680
<b>- Otros Egresos no deducibles de impuesto</b>	\$ 29.366.8 32	\$ 599.3 68	\$ 599.3 68	\$ 599.3 68	\$ 599.3 68	\$ 599.3 68	\$ 599.3 68	\$ 599.3 68	\$ 599.3 68	\$ 599.36 8	\$ 599.3 68	\$ 599.3 68	\$ 599.3 68
Activos Fijos	\$ 7.189.60 0												
Pago Crédito (Capital)		\$ 599.3 68	\$ 599.3 68	\$ 599.3 68	\$ 599.3 68	\$ 599.3 68	\$ 599.3 68	\$ 599.3 68	\$ 599.36 8	\$ 599.3 68	\$ 599.3 68	\$ 599.3 68	\$ 599.3 68
Gastos	\$												

PREOPERATIVOS	600.000												
	\$												
	21.577.2												
Capital de Trabajo	32												
	-\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
FLUJO DE CAJA	7.789.60	1.237.	1.297.	1.357.	1.418.	1.478.	1.538.	1.598.	1.659.	1.719.	1.779.	1.839.	29.70
	0	442	679	915	151	388	624	861	097	334	570	806	8.955

Nota: Flujo de cartera. Extraída de simulador financiero

### 8.3.2 Flujo de Caja (Anual – Años) y Evaluación Financiera

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

Tabla 33:

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 233.200.001	\$ 233.200.001	\$ 233.200.001	\$ 233.200.001	\$ 233.200.001
- Costos variables		\$ 108.701.114	\$ 108.701.114	\$ 108.701.114	\$ 108.701.114	\$ 108.701.114
- Costos fijos		\$ 53.529.120	\$ 53.529.120	\$ 53.529.120	\$ 53.529.120	\$ 53.529.120
Costos fijos de Producción		\$ 9.840.000	\$ 9.840.000	\$ 9.840.000	\$ 9.840.000	\$ 9.840.000

Costos fijos de Administración		\$ 27.529.920	\$ 27.529.920	\$ 27.529.920	\$ 27.529.920	\$ 27.529.920
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 16.159.200	\$ 16.159.200	\$ 16.159.200	\$ 16.159.200	\$ 16.159.200
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.557.920	\$ 1.557.920	\$ 1.557.920	\$ 1.557.920	\$ 1.557.920
- Intereses Crédito		\$ 32.905.279	\$ 19.958.940	\$ 7.012.600	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 36.506.568	\$ 49.452.908	\$ 62.399.247	\$ 69.411.848	\$ 69.411.848
- Impuestos	\$ 0	\$ 12.047.168	\$ 16.319.460	\$ 20.591.752	\$ 22.905.910	\$ 22.905.910
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	\$ 24.459.401	\$ 33.133.448	\$ 41.807.495	\$ 46.505.938	\$ 46.505.938
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.557.920	\$ 1.557.920	\$ 1.557.920	\$ 1.557.920	\$ 1.557.920
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 21.577.232	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 21.577.232
Prestamos	\$ 21.577.232					

Recuperación Capital de trabajo						\$ 21.577.232
Valor de Salvamento						\$ 0
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 29.366.832	\$ 7.192.411	\$ 7.192.411	\$ 7.192.411	\$ 0	\$ 0
Activos Fijos	\$ 7.189.600					
Pago Crédito (Capital)		\$ 7.192.411	\$ 7.192.411	\$ 7.192.411	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 600.000					
Capital de Trabajo	\$ 21.577.232	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 7.789.600</b>	<b>\$ 18.824.910</b>	<b>\$ 27.498.957</b>	<b>\$ 36.173.005</b>	<b>\$ 48.063.858</b>	<b>\$ 69.641.090</b>

Nota: Flujo de Caja a 5 años. Extraída de simulador financiero

### 8.3.3 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

Tabla 34:

ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES												
CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12

Ingresos por concepto de Ventas	19.433.333	19.433.333	19.433.333	19.433.333	19.433.333	19.433.333	19.433.333	19.433.333	19.433.333	19.433.333	19.433.333	19.433.333
Costo Variables	9.058.426	9.058.426	9.058.426	9.058.426	9.058.426	9.058.426	9.058.426	9.058.426	9.058.426	9.058.426	9.058.426	9.058.426
Costos Fijos Producción	820.000	820.000	820.000	820.000	820.000	820.000	820.000	820.000	820.000	820.000	820.000	820.000
Gastos Depreciación	119.827	119.827	119.827	119.827	119.827	119.827	119.827	119.827	119.827	119.827	119.827	119.827
Utilidad Bruta en Ventas	9.435.081	9.435.081	9.435.081	9.435.081	9.435.081	9.435.081	9.435.081	9.435.081	9.435.081	9.435.081	9.435.081	9.435.081
Costos fijos de Administración	2.294.160	2.294.160	2.294.160	2.294.160	2.294.160	2.294.160	2.294.160	2.294.160	2.294.160	2.294.160	2.294.160	2.294.160
Costos Fijos de Ventas y Distribución	1.346.600	1.346.600	1.346.600	1.346.600	1.346.600	1.346.600	1.346.600	1.346.600	1.346.600	1.346.600	1.346.600	1.346.600

Amortización de diferidos	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
Utilidad Operativa	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21
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	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21	5.784.3 21
Impuestos	1.908.8 26	1.908.8 26	1.908.8 26	1.908.8 26	1.908.8 26	1.908.8 26	1.908.8 26	1.908.8 26	1.908.8 26	1.908.8 26	1.908.8 26	1.908.8 26
UTILIDAD NETA	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95
Utilidades Repartidas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

(Dividendos)												
Utilidades no Repartidas	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95	3.875.4 95
Utilidades no Repartidas Acumuladas	3.875.4 95	7.750.9 90	11.626. 484	15.501. 979	19.377. 474	23.252. 969	27.128. 464	31.003. 959	34.879. 453	38.754. 948	42.630. 443	46.505. 938

*Nota:* Estado de resultados mensuales por doce año. Extraída de simulador financiero

## 8.4 Evaluación financiera del proyecto

### 8.4.1 Valor Presente Neto

Tabla 35:

Valor Presente Neto	24.039.285
---------------------	------------

*Nota:* Valor presente neto. Extraída de simulador financiero

### 8.4.2 Tasa Interna de Retorno

Tabla 36:

Tasa Interna de Retorno	23,56%
-------------------------	--------

*Nota:* Tasa interna de retorno. Extraída de simulador financiero

### 8.4.3 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Con una variación en ventas del 10%

Tabla 37:

Cambio Porcentual en las Ventas	10,00%
Tasa de Retorno	4,00%
Valor Presente Neto	29.882.914
Tasa Interna de Retorno	25,73%

*Nota:* Simulación de variación en demanda del 10%. Extraída de simulador financiero

#### 8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Con un cambio en el precio del 5%

Tabla 38:

Cambio Porcentual en el Precio	5,00%
Tasa de Retorno	4,00%
Valor Presente Neto	30.149.124
Tasa Interna de Retorno	29,89%

*Nota:* Simulación de variación en el precio del 5%. Extraída de simulador financiero

## 9 CONSIDERACIONES FINALES

Después de haber desarrollado el trabajo y haber alcanzado los objetivos generales, los cuales eran comprobar o desaprobar la viabilidad que tenía en si el desarrollo del proceso de exportación de sombreros de palma de iraca hacia el exterior, para ser más puntuales al mercado de Madrid-España, concluimos que el proyecto es viable.

Desde el punto de vista comercial también es posee ya que actualmente existe una plaza en el exterior a la cual se podría abordar, y también cumple con los requisitos técnicos y legales que se necesitan para poner en marcha el proyecto.

Financieramente se tiene una buena utilidad por lo cual se pagaría mensualmente el crédito ordinario que se tomó y el resto de las ganancias sería invertidas en el mismo objeto social de la empresa.

Como es un producto de difícil rotación, puesto que no es de consumo masivo, se estaría dependiendo de varios factores como los gustos, la estabilidad económica, la conservación y preservación de la palma de iraca, entre otros aspectos que directamente benefician o perjudican las ventas del producto.

Actualmente y como está la situación global frente a unas economías que vienen recuperándose y algunas, aún estancadas, este producto no es tan apetecible para ser comercializado en este país. Y más cuando las tasas de desempleo e indicadores económicos han desmejorado en los últimos años como por ejemplo sucedió con la tasa de desempleo del 18.10% (2009) a 20.00% (2010). CIA World Factbook (2010). Recurado de [http://www.indexmundi.com/es/espana/tasa\\_de\\_desempleo.html](http://www.indexmundi.com/es/espana/tasa_de_desempleo.html)

El proyecto se puede llevar a cabo, pero siempre teniendo cuidado de cualquier paso que se vaya dar o cual suceso pueda afectar la viabilidad del mismo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

aguadas, P. s. (s.f.). *Facebook*. Recuperado el Agosto de 2011, de <http://www.facebook.com/pages/Palmato-Sombreros-de-Aguadas/148289191910950?sk=info>

Alfarohats. (s.f.). *FACEBOOK*. Recuperado el Septiembre de 2011, de <https://www.facebook.com/people/Alfaro-Hats/100000499224964>

Anthropologic. (2010). *Onda de mar*. Recuperado el Agosto de 2011, de <http://www.ondademar.com/hats-stp-7/>

Colombia, A. d. (s.f.). *Artesanias de Colombia*. Recuperado el Agosto de 2011, de <http://www.artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/Catalogo/CatalogoProducto.jsf>

Colombia, P. d.-P. (s.f.). *Proexport Colombia*. Recuperado el Octubre de 2011, de <http://www.inviertaencolombia.com.co/como-invertir/impuestos-y-deduccin/impuestos.html>

copiers, Q. (s.f.). *Quality copiers*. Recuperado el Octubre de 2011, de <http://www.qccolombia.com/>

Esco, O. (2010). *Offi- esco calidad y diseño*. Recuperado el Octubre de 2011, de <http://comercializadoraestelar.com/>

group, A. N. (1999). *Bussinescol*. Recuperado el Octubre de 2011, de <http://www.businesscol.com/empresarial/tributarios/tributarios.htm>

Impuesto Industria y Comercio, A. y. (s.f.). *Guía de tramites y servicios*. Recuperado el Octubre de 2011, de [http://www.bogota.gov.co/portel/libreria/php/x\\_frame\\_detalle\\_scv.php?h\\_id=23168](http://www.bogota.gov.co/portel/libreria/php/x_frame_detalle_scv.php?h_id=23168)

mio, O. (2000). *Oaxaca mio*. Recuperado el Agosto de 2011, de <http://www.oaxaca-mio.com/artesantias.htm>

Network, L. A. (Octubre de 2011). *Lataxnet*. Recuperado el Noviembre de 2011, de [http://www.lataxnet.net/partners/Colombia/colombia-informacion\\_tributaria/default.html](http://www.lataxnet.net/partners/Colombia/colombia-informacion_tributaria/default.html)

org, S. d. (2009). *Sombreros de aguadas*. Recuperado el Agosto de 2011, de <http://www.sombrerosdeaguadas.org/>

Publicar. (2010). *Paginas amarillas*. Recuperado el Octubre de 2011, de <http://www.paginasamarillas.com/litografia/Bogota/Colombia/1-3.aspx>

s.a, M. l. (s.f.). *Mercado libre*. Recuperado el Octubre de 2011, de <http://www.mercadolibre.com.co/>

s.as., A. (s.f.). *Exportaciones e importaciones*. Recuperado el Agosto de 2011, de <http://exiexplorer.nosis.com.ar/exiinformes/agentes/ANAIDA-SOCIEDAD-POR-ACCIONES-SIMPLIFICADA-C-I-000830041850-COLOMBIA-50394-ES.aspx>

Venecia, L. H. (12 de junio de 2007). Recuperado el Octubre de 2011, de <http://www.monografias.com/trabajos46/impuestos-colombia/impuestos-colombia2.shtml#departam>

XE. (1995). *The world`s Favorite currency site*. Recuperado el Octubre de 2011, de <http://www.xe.com/ucc/convert/?Amount=1&From=USD&To=EUR>

## ANEXOS 1



Medellín, Marzo 18 de 2011

222

Señora:

**XXXXXXXXXXXXXXXXXX**

Medellín

Reciba un cordial saludo. Atendiendo a su amable solicitud nos permitimos enviar nuestra propuesta, Para los servicios del AVIATUR GRUPO LOGISTICO CARGA, así:

### 1. TRANSPORTE TERRESTRE MEDELLIN – RIONEGRO

<b>KILOGRAMO</b>	
<b>S</b>	<b>TARIFA</b>
1 - 500	\$ 122.000
501 - 1000	\$ 160.000
1001 - 1500	\$ 217.000
1501 - 2000	\$ 276.000
2001 - 2500	\$ 334.000
2501 - 3000	\$ 376.000
3001 - 3500	\$ 407.000

**NOTA:** La anterior tarifa no incluye cargue ni descargue

## **2. SERVICIO DE INTERMEDIACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN AEREA**

Intermediación Aduanera integral	\$110.000
Gastos operativos	\$ 40.000
Elaboración DEX	\$ 17.000
Elaboración Certificado de Origen VUCE	\$ 30.000
Planilla traslado zona primaria	\$ 20.000
Incorporación al MUISCA	\$ 20.000
Formularios Oficiales	Al Costo.
Comunicaciones y Papelería	\$ 25.000

### **OPCIONAL CRITERIO DE ORIGEN:**

Forma 02 suministrada y normas de aprobación del criterio vencido	COP \$ 100.000
Forma 02 suministrada	COP \$ 150.000
Forma 02 no suministrada	COP \$ 200.000

## **3. TRANSPORTE INTERNACIONAL AEREO**

Aeropuerto de origen	Rionegro
Aeropuerto de destino	<b>Madrid</b>
Tiempo de transito	1 día aprox.
Aerolínea	<b>CENTURION</b>
Frecuencia	Diaria
Vía	Directa



costo por concepto de IVA del 16% sobre nuestros servicios.

A la fecha Agencia de Aduanas Aviatur S.A Nivel 1., está certificada por la Alianza para un Comercio Seguro BASC Capítulo Antioquia (certificado de aprobación COLMDE00002-1-9) por haber alcanzado los niveles de seguridad exigidos por la coalición en beneficio de la prevención del contrabando al interior de nuestras empresas y del Comercio Exterior en Colombia.

Las anteriores tarifas no son validas para mercancías peligrosas y/o sobredimensionadas, sujetas a recargo por riesgo de guerra.

Carga que no sea asegurada con la póliza de transporte de Aviatur, se entiende que viaja asegurada por cuenta del cliente.

Favor tener en cuenta que si se ocasionan bodegajes en puerto, estos corren por cuenta del cliente y no por la línea marítima.

Las tarifas están sujetas a cambios sin previo aviso.

Cualquier servicio adicional que no este considerado en la presente oferta se analizará y presentara su respectiva cotización para aprobación y ejecución.

Las multas o sanciones aduaneras que se originen por información errónea por parte del exportador, serán asumidas por el mismo.

En caso de aceptación del seguro solicitamos su aceptación por vía escrita, suministrando el valor total a asegurar de la carga. Este seguro se toma por cuenta de Agencia de Carga AVIATUR S.A. y en cabeza del cliente, por lo tanto se trasladan los deducibles y demás condiciones de la aseguradora. En caso de no tomar el seguro, la responsabilidad será de los transportistas, de acuerdo con las cláusulas estipuladas al reverso de los documentos de transporte dado que AVIATUR Carga S.A. obra en calidad de agente de carga, sugerimos tomar un seguro contra todo riesgo desde origen a destino final de la mercancía.

En caso de tener asegurada la mercancía le solicitamos nos envíe copia de la carta de la aseguradora.

Las tarifas terrestre están libres de cargue y descargue sujetas a variaciones y alzas autorizadas por el gobierno nacional.

Las frecuencias y tiempos de transito mencionadas son los existentes en las rutas y se dan como información general. No constituyen garantía de espacio hasta tanto verifiquemos con nuestros agentes y/o proveedores.

Esperamos la anterior sea de su completo agrado y podamos seguir contando con tan importante compañía.

Cordialmente,

DIANA PAOLA CIRO GIRALDO

Asistente Comercial

AVIATUR GRUPO LOGISTICO CARGA