



SOLUCIONES ACUÍCOLAS

I&C GEOMEMBRANAS S.A.S

MEDELLÍN

2014

Soluciones acuícolas

Plan de Negocio

I&C Geomembranas S.A.S

Antioquia

Medellín



Escriba su Copyright

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

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

Soluciones acuícolas

Contenido - Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

- 3.1. Nombre de la Empresa
- 3.2. Descripción de la Empresa
- 3.3. Misión y Visión de la Empresa
- 3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo
- 3.5. Ventajas Competitivas
- 3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir
- 3.7. Relación de productos y/o servicios
- 3.8. Justificación del Negocio
- 3.9. Análisis del entorno y del sector
- 3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio

4. ANALISIS DEL MERCADO

- 4.1. Objetivos de Mercadeo
- 4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios
- 4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

- 4.3.1. El Mercado Meta
- 4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor
- 4.4. El Mercado Proveedor
 - 4.4.1. Proveedores
 - 4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor
- 4.5. El Mercado Competidor
 - 4.5.1. Competidores
 - 4.5.2. Estudio del Mercado Competidor
- 4.6. El Mercado Distribuidor
 - 4.6.1. Distribución
 - 4.6.2. Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.3. Distribución Directa (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.4. Manejo de Inventarios
 - 4.6.5. Comunicación
 - 4.6.6. Actividades de promoción y divulgación
- 4.7. Precios de los Productos
 - 4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
 - 4.7.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos
 - 4.7.3. Los Precios de los Productos propuestos
 - 4.7.3.1. Precios de Ventas Internacional, cantidades mínimas de pedidos
 - 4.7.4. Política de Precios
- 4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado

4.10. Plan de ventas

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1. Objetivos de producción

5.2. Descripción del proceso de producción

5.3. Capacidad de producción

5.4. Plan de Producción

5.5. Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1. Locaciones

5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.

5.5.4. Requerimientos de servicios.

5.5.5. Requerimientos de personal.

5.6. Programa de producción

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1. Procesos Administrativos

6.1.1. Descripción de los procesos administrativos

6.1.2. Procesos administrativos externalizados

6.2. Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1. Organigrama

6.2.2. Descripción funcional de la Organización

6.3. Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1. Locaciones

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

6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.

6.3.4. Requerimientos de servicios.

6.3.5. Requerimientos de personal

6.4. Programa de administración

7. ASPECTOS LEGALES

7.1. Tipo de Organización empresarial

7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1. Estructura Financiera del proyecto

8.1.1. Recursos Propios

8.1.2. Créditos y Prestamos Bancarios

8.2. Ingresos y Egresos

8.2.1. Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

8.2.1.2 Otros Ingresos

8.2.2. Egresos

8.2.2.1.Inversiones

8.2.2.2.Costos

8.2.2.3.Gastos

8.2.2.4.Gastos Financieros

8.3. Estados Financieros Proyectados

8.3.1. Flujo de Caja

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

8.3.3. Balance General

8.4. Evaluación financiera del proyecto

8.4.1. Valor Presente Neto

8.4.2. Tasa Interna de Retorno

8.4.3. Indicadores Financieros proyectados

8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

Partiendo de una necesidad que se detectó en el sector de la piscicultura, se creó la empresa I&C Geomembranas S.A.S, una compañía colombiana dedicada a la importación y comercialización de geomembranas, un producto fabricado con resinas de alta calidad sin aditivos que puedan migrar o producir fragilidad, utilizada en los estanques piscícolas para lograr estanques con un nivel de asepsia superior, sin necesidad de filtros, lo que resulta mucho más económico para sus dueños y mucho más saludable para los alevinos.

De acuerdo al estudio de mercado realizado se observó que Colombia tiene en los departamentos de Huila, Meta, Valle y Antioquia la mayor concentración de industria piscícola del país. En la gran parte de las piscícolas, son utilizados estanques para la cría de los peces, lo que requiere una gran inversión constante para su mantenimiento.

Las geomembranas tienen una garantía de 20 años, lo cual les asegura a nuestros clientes que le estamos brindando un producto de excelente calidad.

De acuerdo a todo el estudio financiero realizado, teniendo en cuenta información consultada y los valores que se establecieron tenemos la siguiente información:

- La rentabilidad esperada del negocio es del 45%
- Los activos exigibles de la empresa son de \$13.451.74, de los cuales tiene disponible \$2.000.000
- Los gastos pre operativos de la empresa son \$6.320.400
- El capital de trabajo exigible de la empresa es de \$294.142.621

- La empresa cuenta con 2 socios iniciales, los cuales realizaran una inversión total de \$75.000.000 (Socio 1 realizará inversión de \$45.000.000 y socio 2 realizará inversión de \$30.000.000)
- El VPN de la empresa es -\$138.570.990 y la TIR es del 16,65%
- Se espera que para el año 5 de la empresa, tenga un flujo de caja de \$ 2.303.169.300, con un VPN de -\$ 209.466.194 y una TIR del 233,23%.

INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Nombre y Apellidos Mileidis Yuliet Miranda Baldovino					
Identificación:	1.214.718.294	Teléfono:	2145919	Celular:	3014208986
Dirección:	Calle 56E N° 17B-40			Barrio:	Boston
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Miranda_mile@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	X	Tecnológicos	X	Universitarios
Otros Estudios:	Técnica en comercio internacional				

Nombre y Apellidos					
Identificación:		Teléfono:	9999999	Celular:	
Dirección:	Calle o Carrera 99999 No 99-99			Barrio:	
Ciudad		Correo electrónico:			
Estudios:	Técnicos		Tecnológicos		Universitarios
Otros Estudios:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX				

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Este proyecto se está realizando con la finalidad de incursionar en el sector de la acuicultura con las geomembranas en la industria pesquera, y poner en práctica lo visto a lo largo de la tecnología, recordando conceptos para aplicarlos a la investigación que llevaremos a cabo demostrando así los proceso de aprendizaje que se tuvo durante todo este proceso e identificando posibles oportunidades para llevar a cabo este proyecto.

Adicional a esto, está encaminado a contribuir al desarrollo del país ayudando a mejorar el empleo y crecimiento del sector agropecuario acogiendo para un futuro nuevos inversionistas que ayuden a las empresas a expandirse no solo a nivel departamental si no a nivel nacional e internacional teniendo como guía nuestra misión y visión.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

Figura #1. Registro único empresarial

Contáctenos ¿Qué es el RUES? Cámaras de Comercio

RUES Registro Único Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Confecámaras
Red de Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Reporte de Veedurías Acceso privado

➤ Realice aquí su consulta empresarial o social

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

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

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

Razón social: I&C Geomembranas S.A.S Consultar

Advertencia:
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

Fuente: Cámara y comercio, 2014

3.2 Descripción de la Empresa

I&C Geomembranas es una empresa 100% Colombiana ubicada en la ciudad de Medellín Antioquia dedicada al sector de la acuicultura. Nuestra principal función es la importación y comercialización de geomembranas, desde México.

La empresa se caracteriza por la alta calidad en sus productos, así como por ofrecer un servicio al cliente contando con un nivel de excelencia que satisface las necesidades de nuestros clientes al momento de la distribución y comercialización del producto.

Con la posibilidad de ir ampliando progresivamente nuestro portafolio de productos con tecnologías que garantizan la calidad y funcionalidad de nuestros productos, con precios competitivos, el respeto por el medio ambiente, el desarrollo integral de nuestro equipo humano y la completa satisfacción de nuestros clientes, cumpliendo siempre los más altos estándares de calidad en nuestros productos.

La empresa tiene una proyección con objetivos a suplir las necesidades del sector de la acuicultura, que por sus antecedentes y alta demanda demuestran que cada vez son más las necesidades del ser humano, por obtener productos con menos químicos y conservantes mejorando su salud y a su vez su calidad de vida.

3.3 Misión y Visión de la Empresa

Misión

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes a través de la importación y comercialización de geomembranas de alta calidad, amigables al medio ambiente, con un equipo de trabajo idóneo, entrenado y dispuesto a asesorar a nuestros clientes, ofreciéndoles asesoría, capacitación, precios asequibles. Siendo uno de los mejores en el mercado nacional, con un eficiente uso de los recursos productivos y financieros, trabajando en el desarrollo integral de nuestro talento humano y generando desarrollo en las pequeñas y medianas piscícolas con responsabilidad social.

Visión

I&C Geomembranas S.A.S será para el 2019 la compañía líder en la importación y comercialización de geomembranas con capacidad de respuesta frente a los cambios, con la mejora continua en la calidad de nuestros productos y servicios, empleando para ello la experiencia, integridad, puntualidad, respeto, empatía y un espíritu de mejora continua, cumpliendo los requisitos para el cuidado del medio ambiente y desarrollo social.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivos a corto plazo

- Tener presencia en el mercado local, vendiendo los productos que ofrece nuestra empresa en las principales piscícolas.
- Posesionar un plan industrial ecológico, brindando ventajas competitivas, con el fin de atraer un mayor número de clientes.

Objetivos a mediano plazo

- Crear sucursales en distintas ciudades a nivel nacional que nos permita el desarrollo y crecimiento de nuestra empresa.
- Desarrollar un nuevo portafolio de productos para la comercialización, incrementando la rentabilidad de la empresa.
- Crear programas de capacitación para nuestros empleados, que les permitan estar actualizados en normatividad y producto, en la misma medida de crecimiento de nuestro portafolio.

Objetivos a largo plazo

- En 10 años ser la empresa líder a nivel nacional en importación y comercialización de geomembranas, con un amplio portafolio para el área de la acuicultura.
- Incursionar en el mercado latinoamericano, supliendo las necesidades de diferentes países, brindando soluciones rápidas y efectivas.

3.5 Ventajas Competitivas

- Geomembranas fabricadas con resinas de alta calidad sin aditivos que puedan migrar o producir fragilidad.
- Con el uso de los Geo tanques circulares fabricados en geomembrana es posible resolver problemas en la retención de agua; el movimiento en el estanque ofrece una mayor eficiencia en los equipos de aireación lo cual significa mejores condiciones en la calidad del agua y por consiguiente mayor productividad y ahorro de energía. Por lo que se puede concluir que los estanques piscícolas en Geomembranas, reúnen las condiciones necesarias de un estanque para acuicultura, para tener la calidad del agua y el confinamiento que requieren los organismos en el cultivo y crianza, como son:
 - Resistencia
 - Durabilidad
 - Permeabilidad
 - Limpieza
 - Control de entradas y salidas de agua
 - Control de la calidad de variables fisicoquímicas del agua
 - Control de la sanidad y aplicación de tratamientos de prevención y remediación de enfermedades

- Adaptación de equipos de aireación
- Adaptación a sistemas de recirculación de agua
- Adecuados al uso de redes de captura
- Protección contra depredadores

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

La acuicultura es un sector desatendido a nivel general, dado que en Colombia ha bajado la producción piscícola de forma controlada, haciendo la pesca artesanal, en periodos de reproducción, no cuando los peces están aptos en tamaño y peso para el consumo humano; se ha vuelto una actividad individual, la idea es que se pueda encontrar en Colombia el desarrollo de una industria que es rentable.

Con los tanques de geomembrana, se pueden tener más animales en espacios más reducidos, se optimiza el espacio (por cada metro cuadrado 5 alevinos normalmente, mientras que con geomembrana se pueden tener de 10 a 15 alevinos), se logra una eficiente alimentación, la limpieza de los microorganismos que afectan el agua, dada la forma circular, se mejora la circulación de oxígeno que necesitan los peces para su crecimiento y engorde.

Para los productores y distribuidores, que hacen el proceso de reversión de las gónadas reproductivas de los alevinos, es indispensable tener nuestro producto, ya que en éste tipo de tanques pueden usar una hormona que suprime la formación de éstas, para que las hembras no conviertan la comida en producción de huevos sino en producción de carne y permita que se engorden y sea más rentable su negocio.

Dicha demanda conlleva la necesidad de generar tecnologías más eficientes para obtener mayores rendimientos en el menor espacio y posibilidades de inversión con un beneficio / costo factible, control de la sanidad acuícola y el cumplimiento del impacto ambiental para cuando los suelos no son propicios para este fin, considerando también su conservación. (Corporación Colombia internacional – CCI y ministerio de agricultura y desarrollo rural, 2012)

3.7 Relación de productos y/o servicios

La empresa inicialmente ofrecerá al mercado solo geomembranas.

3.8 Justificación del Negocio

La importación y comercialización de geomembranas para empresas piscícolas posee grandes oportunidades comerciales dada su versatilidad, durabilidad y el carácter de material reciclable que ayuda de manera significativa el impacto ambiental.

A nivel nacional el aumento de la actividad de la acuicultura constituye la creación de mercados potenciales para estos productos ya que existen pocas piscícolas y se espera que no solo sean grandes empresas dedicadas a la cría comercialización de peces sino también las pymes

Este producto, tiene como valor agregado la diferenciación ante los sistemas conocidos y aplicados por pequeñas y medianas empresas, contamos con un equipo de avanzada tecnología e innovador, para ingresar al mercado local se debe implementar una buena capacitación de este para así identificar y suplir las necesidades del mercado y poder generar una estrategia de ventas y ampliar nuestro mercado, lo que nos permitirá adquirir un alto nivel de diferenciación.

3.9 Análisis del entorno y del sector

El desarrollo de las prácticas y técnicas en la acuicultura dependerá del diseño y construcción de estanques piscícola, su principal dispositivo tecnológico, siendo este el espacio donde el agua es el sustrato del cultivo y crianza de plantas y animales acuáticos. Por lo que es importante considerar los elementos que lo integran para un control seguro del cultivo y que incluyen también a la inocuidad y sanidad acuícola para obtener mejores rendimientos económicos, así como también, un manejo adecuado del agua siendo este un recurso natural indispensable para la vida y en particular para la producción agropecuaria. (Corporación Colombia internacional – CCI y ministerio de agricultura y desarrollo rural, 2012)

El sector tiene nuevos lineamientos trazados por el Min agricultura y está en consecuencia con las exigencias y las tendencias que exige la industria mundial. Este sector es un rubro de enorme potencial productivo, seguridad alimentaria y generación de empleo, al que se está dando la importancia que merece.

Según el estudio diagnóstico de la acuicultura en Colombia, que desarrolló, el Plan Nacional de Desarrollo de la Acuicultura Sostenible en Colombia FAO – INCODER, 2011, la acuicultura en la última década ha crecido a una tasa del 8% y su producción alcanza las 70 mil toneladas anuales entre camarón, trucha y cachama, entre otros.

También en el estudio, hallamos que Colombia está catalogada como uno de los países con mayor oferta hídrica del Mundo e indudablemente, la disponibilidad del recurso agua es absolutamente determinante para el desarrollo de la acuicultura, aunque es necesario atender algunos desbalances que pueden llegar a convertirse en limitantes para el desarrollo de este tipo

de actividades.

Mapa #1 Grandes Cuencas Hidrográficas de Colombia



Fuente: FAO – INCODER, 2011

Colombia ocupa entre el primer y tercer lugar a nivel global, como es el caso de los peces de agua dulce que con 2,230 especies ocupa el segundo lugar en el Mundo, como lo muestra la tabla # 1.

TABLA # 1 Diversidad o riqueza en especies animales en Colombia

Grupo	Riqueza	Endemismo	Posición Global
Anfibios	700	367	1
Aves	1,850	145	1
Peces de agua dulce	2,230	ND	2
Mamíferos	468	ND	2 ó 3
Reptiles	510	123	3
Mariposas	3,019	369	3
Coleópteros	6,000	ND	ND
Cangrejos de agua dulce	97	ND	ND
Suma	14,874	1,004	

Fuente: FAO – INCODER, 2011

Es importante anotar que, a pesar de la gran diversidad de especies, las actividades pesqueras y acuícolas sólo logran aprovechar estos recursos de manera muy limitada. Es así como en pesca sólo se explotan 126 familias de peces de agua dulce (entre pescado para consumo y peces ornamentales), mientras que en piscicultura sólo se explotan 2 especies (cachama *Piaractus brachypomus* y bocachico *Prochilodus* spp), aunque se ha experimentado con unas pocas más, como por ejemplo, con el yamú *Brycon* spp y algunos bagres en Huila y en Meta, así como con la arawana *Arawana* spp, como pez ornamental. (Plan Nacional de Desarrollo de la Acuicultura Sostenible en Colombia FAO – INCODER, 2011). Ver tabla # 2.

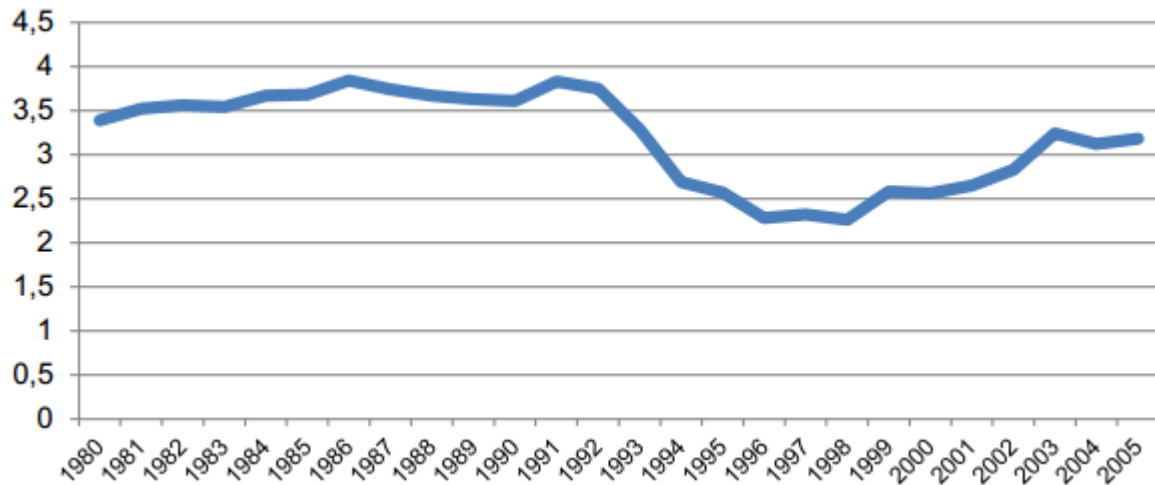
TABLA #2 Biodiversidad en la acuicultura y pesca colombianas

Pesca y Acuicultura Comerciales y Artesanales					
Cuenca o Litoral	Pescado Consumo		Peces Ornamentales (Solo Agua Dulce)	Crustáceos	Moluscos y otros
	Agua Dulce	Agua Salada			
Amazonas	10		24		
Atrato	9				
Magdalena	20				
Orinoco	19		53		
Mar Caribe (*)		21		5	6
Pacífico		24		8	4
Sinú	8				
Total Especies (**)	66	45	60	9	8
(*) Incluye la Ciénaga Grande de Santa Marta					
(**) El Total de Especies realmente explotadas es menor que la suma vertical, pues hay especies que se repiten en las cuencas y litorales					

Fuente: FAO – INCODER, 2011

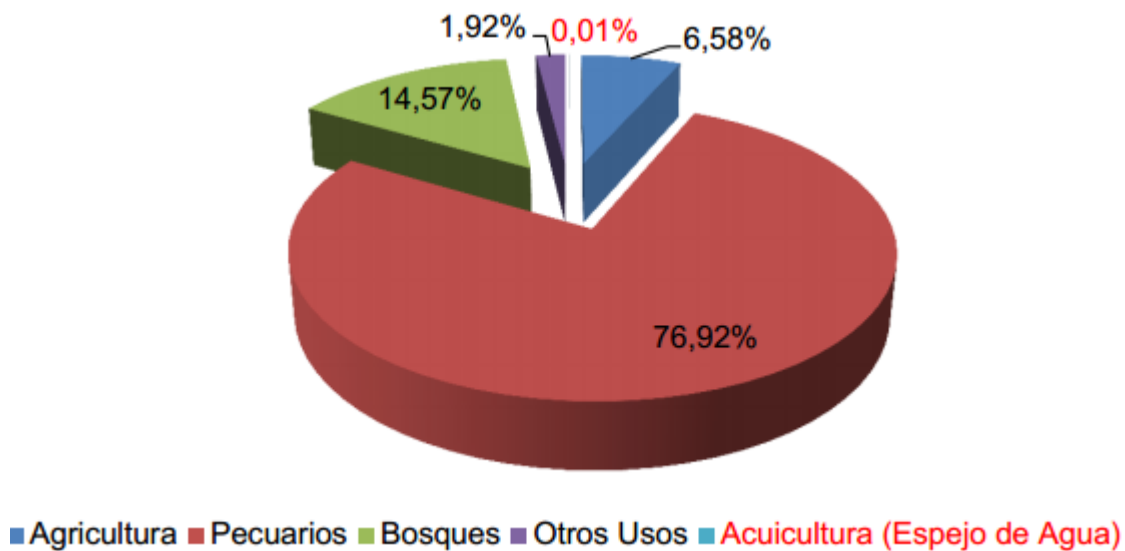
En las siguientes gráficas y tablas tomadas del Diagnóstico del Estado de la Acuicultura en Colombia, realizado por el Plan Nacional de Desarrollo de la Acuicultura Sostenible en Colombia FAO – INCODER, en 2011, podemos encontrar variables que afectan al sector de la acuicultura. Ver las gráficas y tablas del punto

Grafica # 1 PIB Pesca y acuicultura / PIB agropecuario - Serie histórica - (Series en pesos constantes de 1994 con cultivos ilícitos)



Fuente: FAO – INCODER, 2011

Grafica # 2 Superficie agropecuaria en Colombia – Calculada por ENA



Fuente: FAO – INCODER, 2011

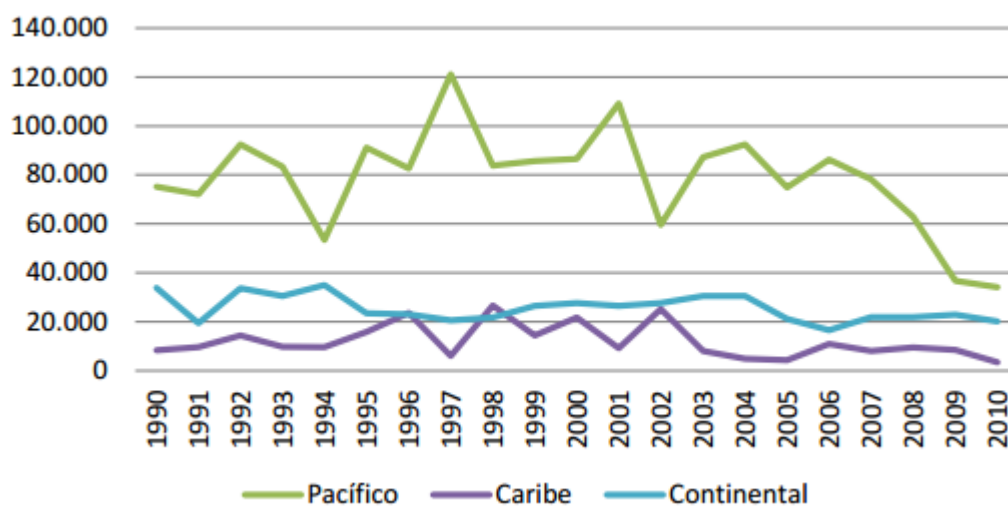
TABLA # 3 Producción agropecuaria 2009 (toneladas)

Productos	Producción	% participación
Carne	936,302	9.143
Leche entera	7,436,000	72.614
Cerdo	108,143	1.056
Pollo	1,044,453	10.199
Huevos	569,514	5.561
Acuicultura	77,941	0.761
Pesca	68,159	0.666
Total Producido	10,240,512	100.000

Fuente: FAO – INCODER, 2011

Colombia cuenta con tres espacios pesqueros muy amplios y diferentes que son el Océano Pacífico, el mar Caribe y las áreas continentales; en la Gráfica # 4 se muestra la producción pesquera del país en los últimos 20 años.

Gráfica # 3 Evolución de las capturas pesqueras

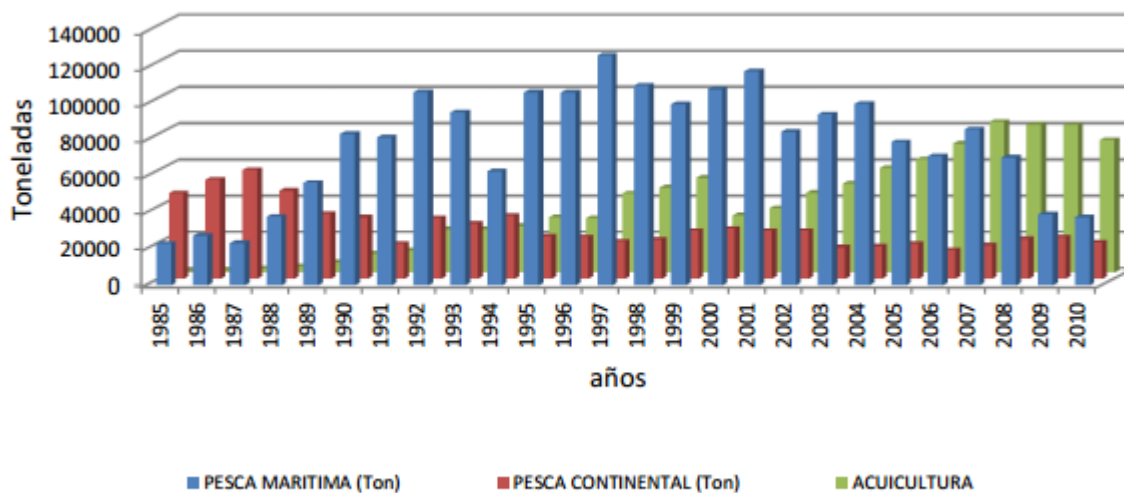


Fuente: FAO – INCODER, 2011

En la gráfica # 4, según el Plan Nacional de Desarrollo de la Acuicultura Sostenible en Colombia FAO – INCODER, 2011, podemos observar que los volúmenes de captura en los tres espacios han presentado una clara tendencia decreciente, que se explica entre otras razones por:

- Reducción en la captura de algunas especies marinas especialmente por reducción en las empresas armadoras.
- Baja competitividad de la pesca industrial y de la artesanal moderna por elevados costos de operación.
- Reducción de la cantidad de peces en las áreas continentales.

Gráfica # 4 Producción pesquera en Colombia 1985 – 2010



Fuente: FAO – INCODER, 2011

Para el año 2010 la pesca industrial fue muy reducida, se tiene que para el Pacífico la productividad media por pescador artesanal sería de 2.62 toneladas año, mientras que en el caribe apenas alcanza a 0.99 Toneladas año. Ver tabla #4.

Tabla # 4 Producción pesquera nacional en el año 2010

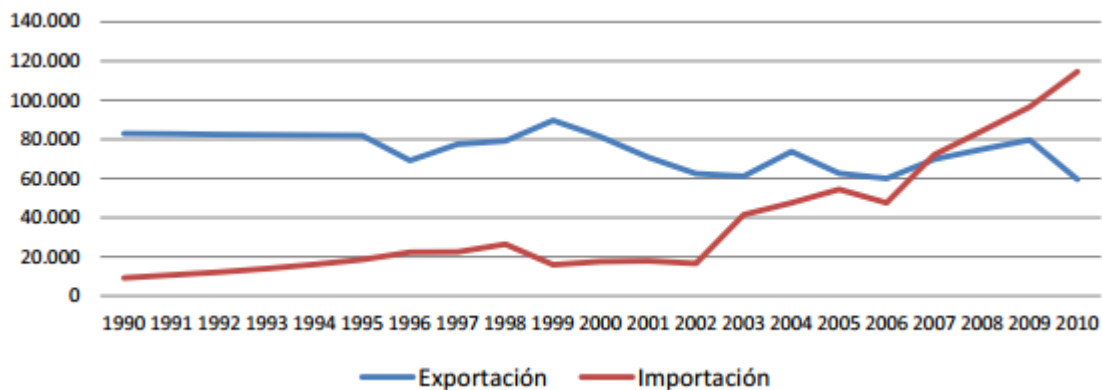
Área Pesca	Cuenca	Volumen capturas (ton)	%	Número Pescadores Artesanales	Productividad Media (Toneladas año por pescador)	Principales especies pescadas
Océano Pacífico	Pacífico	34,121	59.01	13,000	2.62	Atún, camarón y jureles
Mar Caribe	Caribe	3,476	6.01	3,500	0.99	Atún, bagre, camarón, jurel y pargo
Aguas Continentales	Magdalénica	8,753	15.14	30,000	0.29	Bocachico, capaz, nicuro y bagre
	Amazónica	8,096	14.00	1,500	5.40	Bagres
	Orinoquia	1,094	1.89	5,000	0.22	Bocachico y bagres
	Atrato	2,036	3.52	1,000	2.04	Bocachico y mojarra
	Otras cuencas	242	0.42	n.d.	n.d.	n.d.
Totales		57,818	100.00	54,000	1.07	

Fuente: FAO – INCODER, 2011

Ante la pérdida de competitividad de la pesca industrial, Colombia cuenta con pescadores artesanales a los cuales hay que fortalecer en aspectos organizativos, tecnológicos, financieros y de mercadeo.

El comercio internacional de los productos pesqueros de Colombia muestra un importante cambio de tendencia en los últimos cinco años. Entre 1990 y 2000 Colombia era un exportador neto, es decir las exportaciones superaban ampliamente a las importaciones. Pero a partir del año 2000 las exportaciones comenzaron a decrecer mientras que las importaciones crecieron muy rápidamente. Ya en el año 2007 las importaciones superaron en volumen a las exportaciones, tendencia que se conserva hasta ahora. (Diagnóstico del Estado de la Acuicultura en Colombia) Ver grafica #6.

Grafica # 6 Exportaciones e importaciones – Productos pesqueros (toneladas)



Fuente: FAO – INCODER, 2011

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

Es importante conocer el mercado al cual se pretende atender. Conocer la cantidad y las verdaderas necesidades de las granjas acuícolas que trabajan con estanques piscícolas para la cría de alevinos de peces.

Debemos tener presente la posición arancelaria del producto, para cumplir con los requisitos de ingreso al país con los que este cuenta.

Se debe considerar el hecho de que es un producto relativamente nuevo en el mercado, por lo que es de vital importancia contar con asesores que tengan todo el conocimiento y la información técnica del producto.

Ofrecer el servicio de instalación y mantenimiento del producto para evitar posibles daños en la instalación por personas que no conocen las geomembranas.

ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

Objetivos a corto plazo

- Contactar las principales empresas piscícolas y ofrecer nuestro portafolio de productos.
- Participar en ferias nacionales para dar a conocer nuestra empresa y el producto que ofrecemos, consecución de nuevos proveedores y hacer negocios con otras empresas.

Objetivos a mediano plazo

- Visitar empresas piscícolas ubicadas en otras ciudades para dar a conocer tanto la empresa como el producto.
- Crear nuevas estrategias de capacitación para los clientes.

Objetivos a largo plazo

- Participar en ferias latinoamericanas para conocer nuevos productos y nuestra competencia.

- Consolidar la internacionalización y concretar negocios en sociedad con nuestros proveedores, donde se pueda obtener un GANA-GANA que abarque más del 60% de las piscícolas del país.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

TABLA # 5. Ficha técnica Geomembranas

	<p>NOMBRE TÉCNICO: GEOMEMBRANAS</p>
<p>USO:</p>	<p>principalmente en la acuicultura o piscicultura, para el engorde y levante de alevinos de peces</p>
	<p>Estanque de geomembrana de alta densidad.</p>

<p>DESCRIPCIÓN GENERAL</p>	<p>estructura de malla electro soldada de acero galvanizado, tubo de acero galvanizado para postes de contención, fleje de acero galvanizado súper reforzado para cinturones de fijación perimetral de la estructura de los tanques, tapón de acero galvanizado para tapar la parte alta del tubo y evitar la entrada de agua (oxido), opresores industriales tipo (perro) de acero galvanizado para unión de la malla y cuerpo de la estructura, remacho de aluminio con rondanas (arandelas) de acero</p>
<p>COLORES</p>	<p>negro, azul, rojo, verde, amarillo ó azul Caribe</p>
<p>PRESENTACIÓN</p>	<p>-12M CON 137000 LITROS. - 9M CON 77000 LITROS. - 6M CON 35000 LITROS. - 4M CON 16000 LITROS.</p>
<p>GARANTÍA</p>	<p>material certificado con 20 años</p>

Fuente: elaboración propia

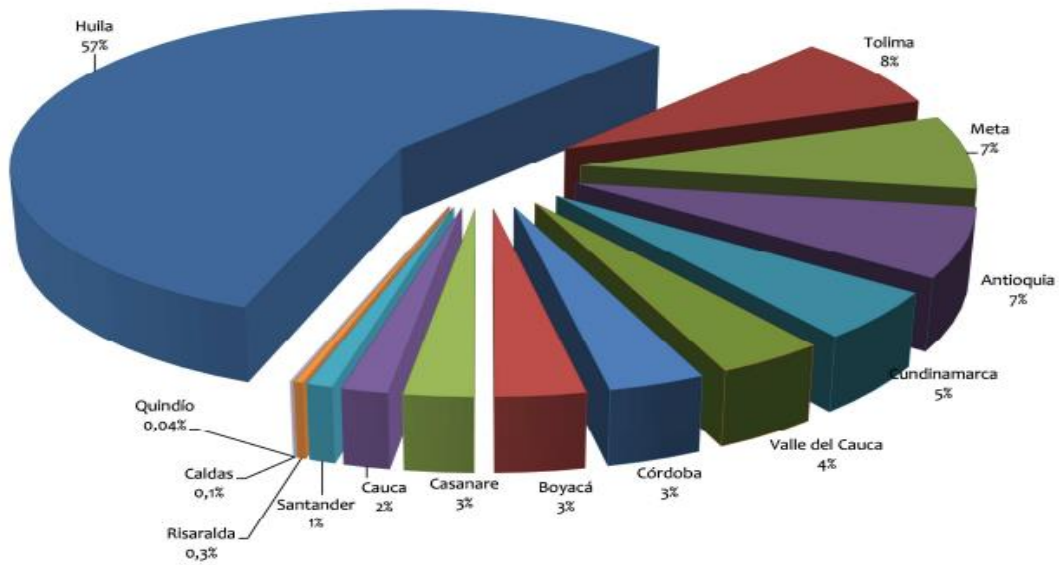
4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

En I&C Geomembranas, vamos a llegar a las grandes piscícolas en Colombia, pero de igual forma nuestro potencial mercado abarca aún más, las geomembranas pueden ser usadas para proteger cualquier tipo de estanque que quiera tener los grandes beneficios de higiene, optimización de espacio, aprovechamiento de los recursos, por esto estamos haciendo un análisis general del territorio Colombiano.

Según el resultado de la encuesta piscícola 2012, la producción piscícola, para el primer semestre de 2012 se estimó una producción piscícola de 28.454,2 t, destacando la producción del departamento de Huila con un aporte de 16.158 t, seguido de Tolima con 2.120 t.

Grafica # 6 Aporte por departamento en la producción piscícola, para el periodo enero – junio 2012



Fuente: CCI – MAD, 2012

La producción para el primer semestre de 2012 presenta una disminución en un 3%, respecto a la producción estimada para este mismo periodo del 2011. (Encuesta nacional piscícola) Ver tabla # 6.

Tabla # 6 Variación de la producción piscícola por departamento, entre el primer semestre de 2011 y el primer semestre de 2012

Departamento	2.011	2.012	Variación
Huila	14.488	16.158	10
Tolima	1.723	2.149	20
Meta	4.816	2.120	- 56
Antioquia	2.037	2.015	- 1
Cundinamarca	607	1.404	57
Valle del Cauca	1.321	1.107	- 16
Córdoba	489	993	51
Boyacá	1.347	928	- 31
Casanare	746	714	-4
Cauca	479	479	0
Santander	980	272	- 72
Risaralda	225	90	- 60
Caldas	90	17	- 81
Quindío	49	10	- 79
Total general	29.397	28.454	-3

Fuente: CCI – MAD, 2012

En el Diagnóstico del Estado de la Acuicultura en Colombia, se encontró al unir la información de la Encuesta Acuícola de CCI-MADR (granjas encuestadas) con la suministrada por la Secretaría de Agricultura y Medio Ambiente de la Gobernación de Nariño, se muestra un total de 4,994 granjas piscícolas (sin incluir las granjas ubicadas en “otros departamentos”), las cuales emplean dos sistemas productivos bien diferenciados. La gran mayoría de las granjas (98%) usan estanques en tierra, mientras que el 2% restante producen con el sistema de jaulas en diferentes cuerpos de agua. En la Tabla # 7, se presenta la información departamental relativa al número de granjas, cantidad de estanques y jaulas y el espejo de agua correspondiente.

TABLA # 7 Cantidad de granjas, por sistemas de producción en estanques y jaulas por departamentos.

Sistema de Producción	Departamento	Cantidad de Granjas	Cantidad de Estanques o Jaulas	Superficie de Espejo de Agua (m ²)	Tamaño promedio de los Estanques o Jaulas (m ²)	Número Promedio de Estanques por Granja	Área promedio en Espejo de Agua por Granja (m ²)
Estanques	Meta	812	5,055	9,601,777	1,899	6	11,825
	Huila	623	3,573	4,238,725	1,186	6	6,804
	Córdoba	206	1,141	2,675,369	2,345	6	12,987
	Valle	377	1,306	2,017,903	1,545	3	5,353
	Tolima	1,201	3,338	2,006,812	601	3	1,671
	Casanare	196	1,429	1,151,106	806	7	5,873
	Santander	525	2,243	1,053,977	470	4	2,008
	Cundinamarca	363	1,632	790,899	485	4	2,179
	Antioquia	205	2,433	635,824	261	12	3,102
	Boyacá	199	1,374	211,765	154	7	1,064
	Nariño	186	527	4,663	9	3	25
Subtotal Estanques		4,893	24,051	24,368,820	1,014	5	4,984
Jaulas y Jaulones	Huila	77	1,029	361,264	351	13	4,692
	Nariño	52	640	11,670	18	12	224
	Tolima	6	101	8,828	87	17	1,471
	Boyacá	9	142	4,618	33	16	513
	Córdoba	6	39	691	18	7	115
	Antioquia	3	59	464	8	20	155
	Santander	1	17	100	6	17	100
	Meta	1	9	50	6	9	50
Subtotal Jaulas y Jaulones		101	2,036	387,685	190	20	3,838
Total		4,994	26,087	24,776,505	950	5	5,153

Fuente: FAO – INCODER, 2011

Según el informe de resultados de la encuesta nacional piscícola en el año 2012, en la producción piscícola en el País se utilizan dos tipos de infraestructura, los estanques y las jaulas

(o jaulones). La piscicultura en estanques se desarrolla en todo el país, a diferencia del uso de las jaulas, que se reporta en los departamentos de Huila, Tolima, Meta Antioquia y Boyacá (Tabla #8).

TABLA # 8. Cantidad de granjas, estanques, jaulas o jaulones y superficie de espejo de agua (m2), utilizados y no utilizados, para la producción piscícola para el período enero - junio de 2012.

Departamento	Estanques					Jaulas o jaulones				
	Cantidad granjas	Estanques usados	Espejo de agua usado (m ²)	Estanques no usados	Espejo de agua no usado (m ²)	Cantidad granjas	Jaulas o jaulones usados	Espejo de agua usado (m ²)	Jaulas o jaulones no usados	Espejo de agua no usado (m ²)
Huila	864	2.292	2.740.184,3	999	633.861,6	88	1.301	590.602,8	26	7.600,1
Tolima	1.214	2.180	1.445.206,7	613	206.923,0	4	228	450.002,0	-	-
Meta	888	3.150	5.572.909,9	1.441	1.498.777,6		3	36,0	3	36,0
Antioquia	419	2.053	705.851,9	663	78.515,8	4	35	584,0	25	376,0
Cundinamarca	602	1.076	462.305,4	695	243.656,9					
Valle del Cauca	427	1.081	884.116,0	614	631.727,1					
Córdoba	290	735	6.194.689,8	257	530.708,7					
Boyacá	257	1.199	130.044,8	581	30.876,8	11	203	8.609,9	29	1.181,1
Casanare	256	872	856.749,6	520	305.116,0					
Cauca	343	1.571	228.744,6	162	46.371,9					
Santander	529	1.135	491.426,0	617	177.729,6					
Risaralda	232	252	97.915,6	210	74.425,2					
Caldas	64	76	11.427,1	12	411,6					
Quindío	278	164	12.389,7	164	10.391,9					
Total	6.663	17.836	19.833.961,3	7.546	4.469.493,7	107	1.770	1.049.834,7	84	9.193,2

Fuente: CCI – MAD, 2012

TABLA # 9 Producción piscícola (t) por especie y departamento para el período enero - junio de 2012

Departamento	Especie								Total (t)
	Tilapia roja	Tilapia plateada	Cachama	Trucha	Yamú	Bocachico	Carpa	Otros*	
Huila	8.878,9	6.363,2	608,4	52,4	177,3	59,6	16,7	1,2	16.157,6
Tolima	1.228,3	15,7	794,2	26,9	21,8	60,0	2,6		2.149,5
Meta	1.040,6	7,3	1.044,3		25,4	2,1	0,6		2.120,4
Antioquia	701,0		350,4	954,2	5,4	3,0	1,0		2.014,9
Cundinamarca	135,9	0,0	163,1	1.093,0	2,1		9,5		1.403,6
Valle del Cauca	536,1		396,8	160,2	6,6		6,8	0,3	1.106,7
Córdoba	61,0	2,5	847,2			81,9			992,7
Boyacá	265,5	20,0	8,8	632,8			0,4		927,5
Casanare	596,9		107,2		9,5		0,0		713,6
Cauca	117,9	20,3	16,8	312,4	11,9				479,2
Santander	74,3	0,5	179,7	5,1	1,5	3,5	0,1	6,9	271,5
Risaralda	68,0	8,8	7,8	4,2			1,4		90,2
Caldas	13,8	2,1	0,3			0,5			16,7
Quindío	7,4	1,2	0,5		0,4	0,0	0,5		10,1
Total general	13.725,6	6.441,5	4.525,5	3.241,2	261,9	210,7	39,5	8,4	28.454,2

Fuente: CCI – MAD, 2012

Dada la investigación anterior nuestro mercado meta lo podemos apreciar en la tabla # 10.

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

Objetivos a corto plazo.

- Identificar de qué manera los clientes buscan información y que metodología o estrategia es la más adecuada para escoger sus productos que les satisfaga su necesidad.
- Determinar las razones de la decisión de compra del producto.

Objetivos a mediano plazo

- Encontrar a través del cliente el tipo de producto que le ofrecen los competidores, para poder calificar sus fortalezas y debilidades frente a nuestro producto.
- Hacer seguimiento post venta a nuestros clientes, revisando que sus necesidades si se hayan cumplido con la compra de nuestros productos y ofrecer nuevos productos o servicios para el mantenimiento de los anteriores.

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

El estudio se hizo con fuentes encontradas en internet, como la encuesta nacional piscícola y el diagnóstico del estado de la piscicultura en Colombia.

c) Aplicación de la Medios

Información obtenida de internet.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

Principales empresas piscícolas en los departamentos de Huila, Valle y Meta

Determinación de la Demanda

TABLA # 10 MERCADO META PARA I&C GEOMEMBRANAS S.A.S

Piscícolas en Colombia (estanques, jaulas y jaulones)	26.087,0
Departamentos de Huila, Valle, Meta	10.972,0
Piscicolas con estanques	9.934,0
Produccion de Tilapia y Cachama (toneladas)	18.875,6

Fuente: elaboración propia.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

- **Insumos para organización de oficina, comprados para crear la empresa como inversión inicial.**

TABLA #11 Proveedor Office depot 1

PROVEEDOR OFFICE DEPOT			
INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Archivador dosdavduo 82 x 50 x 45	1	\$ 184.900	\$ 184.900
Tablero innova blanco 60 x 90	1	\$ 114.900	\$ 114.900
Telefono inalambrico ts-80	3	\$ 90.000	\$ 270.000
Computador portatil	3	\$ 1.000.000	\$ 3.000.000
Multifuncional samsung scx-3405f/xax	1	\$ 359.000	\$ 359.000
Grapadora mediana super	3	\$ 6.500	\$ 19.500
Perforadora 2 huecos	1	\$ 9.500	\$ 9.500
Calculadora escritorio	3	\$ 15.000	\$ 45.000
Tijera oficina	1	\$ 5.300	\$ 5.300
Bandeja sablon lateral tam.oficio 4 niveles	3	\$ 39.000	\$ 117.000
Legajador az oficio azul plastificado lomo ancho	4	\$ 6.900	\$ 27.600
TOTAL			\$ 4.152.700

Fuente: creación propia

TABLA#12 Proveedor Homecenter

PROVEEDOR HOMECENTER			
INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Silla ejecutiva cromada negra asenti	3	\$ 159.900	\$ 479.700
Silla interlocutora malla	6	\$ 49.900	\$ 299.400
TOTAL			\$ 779.100

Fuente: creación propia

TABLA # 13 Proveedor Easy

PROVEEDOR EASY			
INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Estacion de trabajo	3	\$ 139.920	\$ 419.760
TOTAL			\$ 419.760

Fuente: creación propia

TABLA # 14 Proveedor Claro

PROVEEDOR CLARO			
INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Celular Avvio Pad 2	3	\$ 292.444	\$ 877.332
TOTAL			\$ 877.332

Fuente: creación propia

➤ **Insumos de compra trimestral**

TABLA # 15 Proveedor Office depot

PROVEEDOR OFFICE DEPOT			
Corrector	3	\$ 4.000	\$ 12.000
Boligrafo tinta negra x 12	1	\$ 2.500	\$ 2.500
Pegante colbon universal	2	\$ 1.600	\$ 3.200
Reprograf 75 gr. tamaño carta resma	6	\$ 7.000	\$ 42.000
TOTAL			\$ 59.700

Fuente: creación propia

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

- Reconocimiento en el mercado
- Calidad de los productos
- Precios
- Garantía
- Descuentos
- Tiempo de entrega
- Confiabilidad

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

El estudio se realizó, vía internet directamente desde la página web de cada proveedor.

c) Aplicación de la Medios

Gracias a toda la información verificada en las páginas de internet de los proveedores, encontramos, que no en un solo lugar están los productos que requerimos, de ésta forma pudimos determinar el proveedor más eficiente en cada producto.

d) Resultados del estudio de los proveedores

La selección y evaluación de nuestros proveedores es proceso importante dentro de la empresa ya que lo utilizamos para obtener mayor calidad y competitividad; al mismo tiempo nos permite reducir la incertidumbre al momento de tomar una decisión y gestionar una compra.

Nuestra empresa cuenta con un mínimo de información acerca de sus proveedores, lo que nos permite proceder a la selección de los mismos y tomar decisiones a la hora de una compra, Los criterios en que nos basamos tanto para la selección como para la evaluación de los proveedores es la calidad, servicio al cliente, tiempo de respuesta, precios, entre otros, deben ser valorados según el orden de importancia. la correcta selección de los proveedores permitió

conocer cuales se encuentran mejor posicionados, cuales satisfacen todos los requerimientos solicitados, cuales nos brindan buenos precios, mirar sus debilidades y fortalezas de esta forma se tomó la decisión de cuales serían nuestros proveedores.

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

TABLA # 16 Competidores

COMPETIDOR	PAGINA WEB	CIUDAD
Geosinteticos Ltda.	www.geosinteticosltda.com	Bogotá
Alfa Co S.A.S	http://www.alfacoltda.com/	Bogotá
Electromanfer Ltda.	http://www.electromanfer.com/	Bogotá
Grupo Geosoluciones (Geomembranas S.A.S)	http://www.geomembranas.com.co	Chía

Fuente: creación propia

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

- Participación en el mercado
- Presentación de los productos (Empaque, valor agregado)

- Imagen corporativa
- Reconocimiento de la marca
- Precios de los productos
- Fabrica que los provee
- Servicio al cliente
- Trayectoria en el mercado

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

A través de las páginas web de las empresas directamente.

c) Aplicación de la Medios

El estudio de la competencia se realizó principalmente por medio de internet teniendo en cuenta los precios, los productos y el tipo de atención que brindan y su cobertura.

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Nuestro competidor se encuentra estratégicamente ubicado en Colombia con cobertura para la altiplanicie de Cundinamarca y aledaños.

Las geomembranas que comercializan no representan una competencia directa ya que la textura del material que usa es de menos calidad y a muy alto costo lo que hace que el consumidor opte por comprar productos importados de mejor calidad y precio.

Estas empresas competidoras no se centran en comercializar para piscicultores sino que su mayor fuerza de ventas está en el sector petrolero, de construcción, agroindustrial y ambiental.

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

Se realizará una distribución directa a nuestros clientes.

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

No se realizará distribución a través de terceros. La distribución de los productos se realizará de forma directa.

4.6.3 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

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

Venderemos nuestros productos directamente a nuestros clientes contando con una excelente fuerza de ventas conformada por dos Asesores comerciales y un analista de ventas que se encargaran de hacer las negociaciones a nivel nacional y determinar buenas condiciones de pago.

También daremos la opción de venta de los productos al consumidor final, por medio de redes sociales y nuestra página web.

b) Fuerza de ventas

TABLA # 17 Descripción fuerza de ventas

CARGO	FUNCIONES	PERFIL
Analista de ventas e importaciones	Reporte nivel de ventas, supervisar vendedores y ventas, obtener clientes, manejo de importaciones.	Profesional bilingüe en negocios internacionales
REQUERIMIENTO	ACTIVIDAD	SALARIO
Portátil	Supervisar ventas e importaciones	\$ 1.600.000
Celular		
CARGO	FUNCIONES	PERFIL
Asesor Comercial	Conseguir clientes, vender a nivel nacional y administrar asesorías.	Tecnólogo en mercadeo, especializado en ventas, con 1 año de experiencia
REQUERIMIENTO	ACTIVIDAD	SALARIO
Portátil y celular	Ventas y asesorías	\$ 800.000

Fuente: creación propia

TABLA # 18 Desglose de salario y costo para la empresa del Analista de Ventas e Importaciones

Concepto	Base / Empleado	Total
Salario Base	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000
Prima de Servicios	8,33%	\$ 133.333
Cesantias	8,33%	\$ 133.333
Int. Cesantias	1%	\$ 16.000
Vacaciones	4,17%	\$ 66.667
Pension	12%	\$ 192.000
Salud	8,50%	\$ 136.000
Riesgos profesionales	0,52%	\$ 8.355
Parafiscales	9%	\$ 144.000
	Costo Mensual Analista	\$ 2.429.689

Fuente: creación propia

TABLA # 19 Desglose de salario y costo para la empresa de los asesores comerciales

Concepto	Base / Empleado	Total
Salario Base	\$ 800.000	\$ 800.000
Prima de Servicios	8,33%	\$ 66.667
Cesantias	8,33%	\$ 66.667
Int. Cesantias	1%	\$ 8.000
Vacaciones	4,17%	\$ 33.333
Pension	12%	\$ 96.000
Salud	8,50%	\$ 68.000
Riesgos profesionales	0,52%	\$ 4.178
Parafiscales	9%	\$ 72.000
	Costo Mensual Asesor	\$ 1.214.844
	Asesores 2	\$ 2.429.688

Fuente: creación propia

4.6.4 Manejo de Inventarios

TABLA # 20 Registro de control de inventarios

REGISTRO DE CONTROL DE INVENTARIOS											
NOMBRE DE LA EMPRESA:						PERIODO:					
NOMBRE DEL PROVEEDOR:						NACIONALIDAD:					
ARTICULO											
EXISTENCIA MAXIMA :						EXISTENCIAS MINIMAS:					
			ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
No.	FEC	CONC	CA	C.	C.TOT	CA	C. UNI	C.TOT	CA	C. UNI	C.TOT

	HA	EP	N	UNI	AL	N		AL	N		AL

Fuente: creación propia

El inventario de geomembranas estará conformado por alrededor de 10 a 20 unidades por referencias de 4mts, 6mts, 9mts y 12mts.


Se va a trabajar sobre pedido en las geomembranas de un tamaño de 9mts y 12mts, debido a la gran cantidad de espacio que éstas llegarían a ocupar en la bodega, lo que generaría un sobrecosto. Se llega a un acuerdo con el cliente que desee adquirir una geomembrana de estas dimensiones sobre el tiempo que esta podría demorarse.

Se prevé lograr cubrir los pedidos extraordinarios con estas cantidades, aunque en caso tal de no lograrlo, se realizaría una venta sobre pedido, tal como si fuese de un tamaño superior a los 6mts.

Se tendrá una geomembrana de 2mts armada como “exhibición” para los clientes que visiten la empresa, con el fin de mostrarles como sería su instalación y funcionamiento, además de permitirle al cliente observar más detalladamente el producto.

4.6.5 Comunicación

TABLA # 21 Comunicación

Presentación del producto	
Nombre comercial del producto	Geomembranas
Especificaciones del producto	El empaque en el que viene la geomembranas es en rollo de 4m, 6m, 9m, 12m.
Nombre de la empresa	I&C Geomembranas S.A.S
Logo de la empresa	
Slogan	Solución para el desarrollo de la industria acuícola
Colores distintivos	Azul y verde, se han catalogado como pureza y limpieza

Fuente: creación propia

4.6.6 Actividades de promoción y divulgación

TABLA # 22 Presupuesto de actividades año 1

I&C Geomembranas	nov-14	dic-14	ene-15	feb-15	mar-15	abr-15	may-15	jun-15	jul-15	ago-15	sep-15	oct-15
Volantes publicitarios	\$ 70.000					\$ 70.000					\$ 70.000	
Tarjetas de presentacion (2 vendedores)	\$ 70.000					\$ 70.000					\$ 70.000	
Viaticos visitas a acuicolas 3 dias en Meta (1 vendedor)		\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
Viaticos visitas a acuicolas 3 dias en Neiva (1 vendedor)		\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
Viaticos visitas a acuicolas 3 dias en Valle (1 vendedor)		\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
Feria expohuila (participacion y viaticos)										\$ 3.000.000		
Pagina web pago unico	\$ 900.000											
hoting dominio pago anual	\$ 200.000											

Fuente: creación propia

4.7 Precios de los Productos

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

TABLA # 23 Factores para la determinación del precio

<input type="checkbox"/>	Productos elaborados con BPM por el productor
<input type="checkbox"/>	Materiales de alta calidad y resistencia
<input type="checkbox"/>	Mejores precios del mercado
<input type="checkbox"/>	Producto avalado y certificado internacionalmente
<input type="checkbox"/>	Producto de fácil manejo , instalación y mantenimiento

Fuente: creación propia

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

TABLA # 24 Costo del producto

Costo Del Producto	
Partida arancelaria	3925900000
Valor EXW	USD: 9.584 COP: 18.932.425
Valor CIF	USD: 12.039,92 COP: 23.783.898,77
Valor DDP	USD: 16.065,528 COP:31.736.165,57

Fuente: creación propia

TABLA # 25 Desglose costo del producto

EN ORIGEN				
TRM:	1975.42		USD	COP
Producto valor unitario 4M			\$379.20	\$749,079.26
Producto valor unitario 6M			\$579.20	\$1,144,163.26
Producto valor total			\$9,584.0	\$18,932,425.3
Agente de carga			\$60	\$118,525.2
Flete marítimo			\$625	\$1,234,637.5
Manejo en el exterior			\$75	\$148,156.5
AMS			\$30	\$59,262.6
Elaboración B/L			\$50	\$98,771.0
Agencia miento Aduanero Origen			\$250	\$493,855.0
Flete terrestre Guadalajara-manzanillo			\$1,026	\$2,026,622.9
Gastos destino			\$265	\$523,486.3
Seguro Transporte			\$75	\$148,156.5
TOTAL GASTOS EN ORIGEN			\$12,040	\$23,783,898.8
EN DESTINO				
TRM	1975.42		USD	COP
Gastos varios importaciones			\$39.84	\$78,705.0
Elaboración declaración importación			\$7.97	\$15,741.0
Elaboración declaración de valor			\$7.97	\$15,741.0
Reconocimiento de mercancía			\$50.47	\$99,693.0
Clasificación arancelaria			\$13.23	\$26,130.0

GEOMEMBRANAS -Plan de Negocios

Servicios de agencia miento aduanero por importación	\$132.72	\$262,174.0
certificado de cámara de comercio	\$4.35	\$8,600.0
Servicio integral pre inspección de contenedor	\$263.24	\$520,000.0
Servicio integral vaciado de contenedor	\$21.38	\$42,236.0
Bodegaje / almacenaje puertos	\$160.91	\$317,857.0
Uso de instalaciones portuarias	\$91.57	\$180,894.0
Servicio integral pesaje contenedor	\$20.34	\$40,181.0
Movilización de contenedor para inspección	\$128.88	\$254,584.0
Cargue / descargue de contenedor	\$34.28	\$67,726.0
Sellos de seguridad	\$6.58	\$13,000.0
Envió documentos	\$3.07	\$6,060.0
Gastos financieros	\$13.62	\$26,907.0
Transporte terrestre Buenaventura-Cali	\$455.60	\$900,000.0
Gravamen 10%	\$931.02	\$1,839,153.0
IVA 16%	\$1,638.58	\$3,236,884.8
TOTAL GASTOS EN DESTINO	\$4,025.61	\$7,952,266.8
TOTAL IMPORTACION	\$16,065.53	\$31,736,165.6

Fuente: creación propia

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

Los precios a los cuales se ofrecerán los productos serán:

Tabla #26. Precios de productos.

PRODUCTO	PRECIO DE VENTA
GEOMEMBRANA 4 MTS	\$ 1.700.000
GEOMEMBRANA 6 MTS	\$ 3.100.000
INSTALACIÓN GEOMEMBRANA 4 MTS	\$ 270.000
INSTALACIÓN GEOMEMBRANA 6 MTS	\$ 400.000
<i>GEOMEMBRANA 9 MTS</i>	<i>\$ 4.500.000</i>
<i>GEOMEMBRANA 12 MTS</i>	<i>\$ 7.600.000</i>
<i>INSTALACIÓN OTRAS GEOMEMBRANA</i>	<i>\$ 550.000</i>

Fuente: Creación propia

Los productos que se encuentran en negrita, no se tendrán en stock de inventario, pero se ofrecerán al público sobre pedidos.

4.7.4 Política de Precios

- **Descuentos por pagos anticipados:** El descuento aplicara si el anticipo es igual o superior al 60% del valor de la mercancía, el descuento seria máximo del 12% del valor de la mercancía, ya dependerá del tipo de cliente y del volumen de compra.

- **Descuentos por pago al contado:** El descuento aplicara si el pago es inmediato a la entrega de la mercancía, el descuento aplicado seria máximo del 5% sobre el valor de la mercancía, ya dependerá del tipo de cliente y del volumen de compra.
- **Descuentos por pronto pago:** El descuento aplicaría si según los términos de venta el pago se realiza antes de la fecha pactada de entrega de la mercancías , el descuento aplicado seria máximo del 8% sobre el valor de la mercancía, ya dependerá del tipo de cliente y del volumen de compra.
- **Ventas a crédito:** En el caso de ventas a crédito no se aplicaría ningún descuento pero se pueden manejar plazos de pago a 30, 60 y 90 dias, según el tipo de cliente será el monto de crédito aprobado y el tiempo de pago.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

TABLA # 27 RECURSOS Y GASTOS ASOCIADOS A LA COMERCIALIZACION DE GEOMEMBRANAS

Datos por un mes

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PERSONAL DE VENTAS			
Asesores	2	\$ 1.214.844	\$ 2.429.688
Analista de ventas	1	\$ 2.429.689	\$ 2.429.689
INSUMOS E IMPLEMENTOS DE TRABAJO			
Estacion de trabajo	2	\$ 139.920	\$ 279.840
Computador portatil	3	\$ 1.000.000	\$ 3.000.000
Multifncional samsung	1	\$ 359.000	\$ 359.000
Boligrafo negro	3	\$ 833	\$ 2.499
Corrector	3	\$ 4.000	\$ 12.000
Grapadora	3	\$ 6.500	\$ 19.500
Calculadora escritorio	3	\$ 15.000	\$ 45.000
Tijeras de oficina	1	\$ 5.300	\$ 5.300
Arriendo oficinas Medellin - mercadeo 50%	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Servicios públicos - mercadeo 50%	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Personal de aseo - mercadeo 50%	1	\$ 250.000	\$ 250.000
TOTAL			\$ 9.532.516

Fuente: creación propia

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

RIESGOS:

- Varias de las personas dedicadas a la piscicultura se sienten satisfechos al trabajar con estanques sin ningún tipo de cubierta, por lo que, al ofrecer este producto que de cierta forma resulta innovador, podría pasar que estas personas se muestren reacias al aceptar incorporar las geomembranas en su labor.
- Competencia: A pesar de que en Colombia no existe una gran cantidad de empresas dedicadas a la comercialización de geomembranas, las pocas que hay ofrecen un gran de asesoría y venta del producto.
- Las geomembranas están fabricadas en un material de alta resistencia y con una gran calidad lo que le da una durabilidad de bastantes años. Se podrían obtener grandes ganancias con el producto, pero a la vez, por este tener un ciclo de vida tan largo, se podrían disminuir cada vez más las ventas al ingresar al mercado meta.

OPORTUNIDADES:

- Las geomembranas son un producto que les permitirán a los piscicultores disminuir costos en cuanto al mantenimiento de los estanques, además de la higiene y calidad del pez cultivado, por lo que no será un producto difícil de vender.

- Nosotros ofrecemos además de la asesoría y venta del producto, un servicio postventa, instalación y capacitación sobre el manejo y cuidado que se debe tener con las geomembranas, lo que nos daría una ventaja competitiva en el mercado.
- La población de piscicultores se encuentra ubicada en su mayoría una cerca de la otra, lo que nos podría generar nos podría poner en el top of mine de la población de piscicultores.
- Estamos ingresando a un mercado que esta desatendido y con necesidades que nosotros entraríamos a cubrir y con un valor agregado como lo es el del servicio postventa.
- Ofrecemos un producto importado de México con una calidad superior a las geomembranas ofrecidas actualmente en Colombia lo que se convierte en un factor diferenciador para el cliente a la hora de adquirir el producto.

4.10 Plan de ventas

Nuestro plan de ventas consiste en hacer inicialmente contacto telefónico con las empresas piscícolas en Colombia, de ésta forma concretaremos citas, tratando de establecer en la ciudad de Neiva buenos contactos y citas para 3 dias al mes, en esos días de viaje de igual forma se van a realizar visitas a la población en ésta zona para verificar la cantidad de piscícolas y estanques que se pueden tener como prospectos; planeamos organizar reuniones en sectores productivos piscícolas, para dar a conocer las geomembranas y las ventajas que ofrece para la producción piscícola. De ésta forma podemos ir captando nuevos clientes y haciendo posible el

incremento en ventas, que esperamos. En Huila exactamente se realiza anualmente una feria organizada por la cámara de comercio de la ciudad, en la cual esperamos poder participar, sin embargo, esperamos lograr por medio de las asociaciones de piscicultores, en las diferentes ciudades, llegar de forma masiva a los medianos y pequeños productores de peces.

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

Objetivos a corto plazo

- Realizar las importaciones necesarias de geomembranas, para proveer el inventario en nuestra bodega cada dos meses.
- Tener disponibilidad en bodega de geomembranas para venta y exhibición.

Objetivos a mediano plazo

- Incrementar el volumen de importaciones de geomembranas a una mensual.
- Tener cumplimiento con la promesa de entrega.

Objetivos a largo plazo

- Coordinar la logística de envíos de geomembranas a los países en latinoamericana a los que le estaremos vendiendo.
- Certificarnos en servicio y calidad, generando así confianza en nuestros clientes.

5.2 Descripción del proceso de producción

TABLA # 28 Diagrama de procesos de importación.



Fuente: creación propia

5.3 Capacidad de producción

Mantendremos un stock de 32 geomembranas de 4 mts 28 geomembranas de 6 mts, de igual forma tendremos contingencia monetaria, en caso de tener un pedido de 9 mts y 12 mts para el momento en que el cliente lo requiera.

5.4 Plan de Producción

TABLA # 29 plan de ventas

Producto	Plan De Ventas	Capacidad Del Proveedor	Periodo
Geomembrana 4 MTS	25	Para atender todo Latinoamérica	Mensual
Geomembrana 6 MTS	20	Para atender todo Latinoamérica	Mensual

Fuente: creación propia

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

La BODEGA estará ubicada en el barrio Obrero en la ciudad de Cali , con las siguientes especificaciones :

TABLA # 30 descripción de bodega en Cali

AREA	520 MTS CUADRADOS
PRECIO x METRO CUADRADO	\$ 5.577 / METRO CUADRADO
TIPO	Bodega de Almacenamiento
ESTRATO	2
ESPECIFICACIONES	Bodega de dos niveles con mezzanine, energía trifásica, doble altura, puerta camión y piso reforzado, dos baños, oficinas.
VALOR ARRENDAMIENTO	\$ 2.900.000

Fuente: elaboración propia



5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

- Insumos para organización de bodega, comprados para crear la empresa como inversión inicial.

TABLA # 31 Equipos, muebles y enseres bodega

PROVEEDOR HOMECENTER			
INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Silla ejecutiva cromada negra asenti	1	\$ 159.900	\$ 159.900
Silla interlocutora malla	2	\$ 49.900	\$ 99.800
PROVEEDOR EASY			
INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Estacion de trabajo	1	\$ 139.920	\$ 139.920
PROVEEDOR OFFICE DEPOT			
INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Telefono inalambriico ts-80	1	\$ 90.000	\$ 90.000
Computador portatil	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Multifuncional samsung scx-3405f/xax	1	\$ 359.000	\$ 359.000
PROVEEDOR CLARO			
INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Celular Avvio Pad 2	1	\$ 292.444	\$ 292.444
TOTAL			\$ 2.141.064

Fuente: creación propia

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

- Insumos para organización de bodega, comprados para crear la empresa como inversión inicial.

TABLA # 32 Insumos para bodega

PROVEEDOR OFFICE DEPOT			
INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Estibas	20	\$ 30.000	\$ 600.000
TOTAL			\$ 600.000

Fuente: creación propia

TABLA # 33 Insumos para puesto de trabajo en bodega

PROVEEDOR OFFICE DEPOT			
INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Grapadora mediana super	1	\$ 6.500	\$ 6.500
Perforadora 2 huecos	1	\$ 9.500	\$ 9.500
Calculadora escritorio	1	\$ 15.000	\$ 15.000
Tijera oficina	1	\$ 5.300	\$ 5.300
Bandeja sablon lateral tam.oficio 4 niveles	1	\$ 39.000	\$ 39.000
Legajador az oficio azul plastificado lomo ancho	1	\$ 6.900	\$ 6.900
TOTAL			\$ 82.200

Fuente: creación propia

➤ **Insumos de compra trimestral para el funcionamiento de bodega**

TABLA # 34 Insumos para puesto de trabajo en bodega

PROVEEDOR OFFICE DEPOT			
INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Corrector	1	\$ 4.000	\$ 4.000
Boligrafo tinta negra x 12	1	\$ 2.500	\$ 2.500
Pegante colbon universal	1	\$ 1.600	\$ 1.600
Reprograf 75 gr. tamaño carta resma	2	\$ 7.000	\$ 14.000
TOTAL			\$ 22.100

Fuente: creación propia

5.5.4 Requerimientos de servicios.

TABLA # 35 Servicios requeridos para bodega

Tipo de Servicio	Descripción	Costo	Proveedor
Aseo	Aseo general cada dos días por un outsourcing	\$ 500.000 mensuales	Coopaseo sas
Vigilancia	El servicio de vigilancia se prestara en el sector, todos los días 2 turnos de (7am a 7pm) y (7pm a 7 am)	\$ 70.725 mensuales	Telesentinel
Servicios Públicos	Agua , luz , internet , teléfono	\$ 300.000 mensuales	Encali
Software	De inventarios para el manejo de los ingresos y egresos	\$ 119.097 mensuales	Avalos
Mensajería	Mensajería expresa	\$60.000 mensuales	Servientrega
Alarmas bodega	Instalacion de cámaras , sensores	\$ 550.000 pago unico	Telesentinel
Geomembrana de 2 mts para exhibicion	Geomembrana de exhibición para tener en bodega	\$ 360.000 pago unico	Tangeomex
Implementos de seguridad	Extintor (3 para bodega, recarga anual)	\$ 150.000 pago anual	Distribuidora industrial GODOY Ltda
Dotacion personal bodega	Casco, uniforme, botas, guantes (compra 3 veces al año)	\$31.500 mensuales	Distribuidora industrial GODOY Ltda
Seguro Bodega	Seguro contra todo	\$ 1.500.000 pago unico	Colpatria
Instalacion Geomembrana	Exhibicion de Geomembrana de 2 mts - 1 vez	\$ 100.000	Contratista

Fuente : Creación propia

5.5.5 Requerimientos de personal.

Tabla # 36 Personal requerido para proceso de importación en bodega

Cargo	Actividades Agrupadas	Perfil	Requerimientos	Salario
Jefe de Bodega	Brindar soporte al área comercial en la gestión de entregas y manejo bodega, mantenimiento y actualización al kardex.	Tecnólogo con experiencia mínima de 1 año, conocimiento en bodega , inventarios y almacenamiento	Estacion de trabajo completa	\$ 750.000

Fuente : Creación propia

Tabla # 37 Desglose salario y costo para la empresa de un Jefe de Bodega

Concepto	Base / Empleado	Total
Salario Base	\$ 750.000	\$ 750.000
Prima de Servicios	8,33%	\$ 62.500
Cesantias	8,33%	\$ 62.500
Int. Cesantias	1%	\$ 7.500
Vacaciones	4,17%	\$ 31.250
Pension	12%	\$ 90.000
Salud	8,50%	\$ 63.750
Riesgos profesionales	0,52%	\$ 3.917
Parafiscales	9%	\$ 67.500
	Costo Mensual JefeBodega	\$ 1.138.917

Fuente : Creación propia

5.6 Programa de producción

OPERACIONES PREOPERATIVAS:

Para lograr el funcionamiento adecuado del área operativa de la empresa se realizarán las siguientes actividades previa apertura y funcionamiento de la empresa:

- Se visitarán localidades de varios sectores de la ciudad de Cali, que es donde se ubicará la sede de distribución de geomembranas. Analizaremos beneficios y costos para elegir uno que se adapte a nuestras necesidades.
- Se contratarán 1 persona para realizar las labores de bodega de la empresa en la sede de Cali.
- Se le dará una capacitación al personal antes de empezar a funcionar, para evitar errores o fallas comunes, además de lograr contar con el personal idóneo para el manejo del producto.
- Pactaremos con nuestros proveedores la primera entrega de la mercancía, y aquí, podremos observar todo el proceso y el tiempo real que tarda la carga en llegar a su destino.
- Realizar la contratación de la seguridad privada de la sede.
- Implementos de seguridad como: casco, botas y uniforme adecuado.

Tabla # 38 ACTIVIDADES OPERATORIAS

ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
SEMANA												
Exploración del mercado meta	■											
Visita a posibles clientes	■											
Cotizaciones	■											
Adaptación del personal		■										
Recibo del primer pedido			■									
Importaciones sobre pedido			■									
Primeras ventas			■									
Incremento de ventas				■	■							
							■					
Análisis Financiero (Perdidas y ganancias hasta el momento)						■						
Plan de acción de mejoras						■	■					
Ampliación de portafolio de productos y/o servicios								■				
Incremento de ventas								■	■			
Ampliación del mercado									■	■	■	■
Proceso para certificación de calidad												■

Fuente: creación propia

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

- AREA ADMINISTRATIVA: Desarrollo de procesos administrativos e internos de la empresa.

La función administrativa tiene como propósito la planeación, coordinación y control de las áreas de la compañía; con éste control y apoyo se implementan estrategias para que la compañía tenga crecimiento, conforme a los objetivos establecidos. Esta encargado del mejoramiento continuo de la empresa, teniendo en cuenta acciones preventivas y correctivas, en caso de ser necesario. También son parte fundamental de ésta área, el proceso contable, manejo de finanzas y manejo de personal.

- AREA MERCADEO E IMPORTACIONES: Compra, importación y venta de producto.

Las funciones de ésta área, son compra y abastecimiento de inventarios, proceso de importación, éstas actividades se desarrollan por medios electrónicos. Este proceso está coordinando por el director Comercial, quien es la persona responsable de hacer las negociaciones y pedidos según los requerimientos del mercado. Se encargarán de evaluación del mercado, visitas a clientes, consecución de nuevos clientes, coordinación de entrega e producto y coordinación de instalación.

- AREA LOGISTICA: almacenamiento y control de inventarios, procesos de recepción y despacho de producto.

Las funciones de ésta área, son recepción y almacenamiento en bodega de los productos importados, control de inventarios, despacho de producto a clientes.

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Nuestra empresa contará con los siguientes procesos a través de outsourcing:

TABLA # 39 PROCESOS ADMINISTRATIVOS EXTERNALIZADOS

PROCESO	N° PERSONAS	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	COSTO MES
Aseo	1	Coopaseo S.A.S	1 Persona cada dos días en la semana	\$ 500.000
Seguridad	0	Telesentinel	Monitoreo mensual por sede	\$ 70.725
Contador	1	GCT&Asociados S./	1 vez a la semana	\$ 320.000
Mensajería	1	Servientrega	Mensajería expresa	\$ 80.000
Aduana	1	Aduanimex	10% Sobre el valor del CIF por importación	10% CIF
Transporte	1	TKS	Primera Importación a Bodega Cali	\$ 900.000

Fuente: creación propia

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama

Tabla # 40 ORGANIGRAMA



Fuente: creación propia

6.2.2 Descripción funcional de la Organización

➤ GERENTE

Descripción: Actúan como representantes legales de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad. Es responsable por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, planea, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos administrativos y operacionales de la Empresa. Es la imagen de la empresa en el ámbito externo e internacional, provee de contactos y relaciones empresariales a la organización con el objetivo de establecer negocios, tanto de forma local como a nivel internacional. Su objetivo principal es el de crear un valor agregado con base a los productos y servicios que ofrecemos. Supervisa constantemente los principales indicadores de la actividad de la empresa con el fin de tomar decisiones adecuadas, encaminadas a lograr un mejor desempeño de la empresa.

Perfil: Profesional bilingüe en administración de empresas, negocios internacionales o afines, con diplomados o especialización en Marketing experiencia mínima de 3 años.

Funciones:

- Contar con conocimientos metodológicos y técnicas de las variables macroeconómicas del país y el exterior.
- Capacitado en la utilización de técnicas modernas, en cuanto a la detección de

necesidades y la búsqueda de los medios más eficaces para resolverlos, tanto en función de la empresa como de los empleados.

- Capacidad de hacer frente a la competencia.
- Proactivo, con espíritu de lucha, visionario, capaz de enfrentar nuevos retos y facilidad de interpretación ante situaciones.
- Manejar el alcance y diseño de marketing social y político con estrategias de Mercado a fin de captar espacios de dominio del comercio nacional e internacional.
- Contar con una iniciativa estratégica impulsora que permita el desarrollo de nuevos proyectos sin miedo a nuevos mercados.
- Capaz de detectar donde se encuentran las oportunidades y fortalezas de la empresa y lograr crear estrategias que mantengan las misma y minimicen las debilidades.

➤ **ASISTENTE ADMINISTRATIVA Y CONTABLE**

Descripción: Personalidad equilibrada y proactiva debe tener autoestima positiva, capacidad de adaptación a los cambios, habilidades comunicativas y escucha activa con capacidad de crear, innovar e implementar. Criterio propio para actuar oportunamente y distinguir prioridades, disposición para trabajar en equipo y capacidad de observación, tacto y prudencia para manejar situaciones diversas espíritu de superación y flexibilidad de esta forma poder alcanzar la máxima eficacia en su trabajo y desempeñar sus funciones de forma correcta.

Perfil: Técnica en secretariado auxiliar contable, secretariado gerencial, con experiencia en manejo de liquidación de nómina, prestaciones sociales y liquidación de parafiscales.

Experiencia en el área 1 año.

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

Nuestras oficinas estarán ubicadas en la ciudad de Medellín, en el barrio laureles y serán arrendadas.

TABLA # 41 Descripción oficinas en Medellín

AREA	266 metros cuadrados
PRECIO x METRO CUADRADO	\$ 3.759 / metro cuadrado
ESTRATO	5
BAÑOS	1
VALOR ARRENDAMIENTO	\$ 1.000.000

Fuente: creación propia



6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

TABLA # 42 equipos, software,. Muebles y enseres para oficina

- Insumos para organización de oficina, comprados para crear la empresa como inversión inicial.

PROVEEDOR HOMECENTER			
INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Silla ejecutiva cromada negra asenti	2	\$ 159.900	\$ 319.800
Silla interlocutora malla	4	\$ 49.900	\$ 199.600
PROVEEDOR EASY			
INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Estacion de trabajo	2	\$ 139.920	\$ 279.840
PROVEEDOR OFFICE DEPOT			
INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Archivador dosdavduo 82 x 50 x 45	2	\$ 184.900	\$ 369.800
Telefono inalambrico ts-80	2	\$ 90.000	\$ 180.000
Computador portatil	2	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000
Multifuncional samsung scx-3405f/xax	2	\$ 359.000	\$ 718.000
Grapadora mediana super	2	\$ 6.500	\$ 13.000
Perforadora 2 huecos	1	\$ 9.500	\$ 9.500
Calculadora escritorio	2	\$ 15.000	\$ 30.000
Tijera oficina	2	\$ 5.300	\$ 10.600
Bandeja sablon lateral tam.oficio 4 niveles	2	\$ 39.000	\$ 78.000
Legajador az oficio azul plastificado lomo ancho	4	\$ 6.900	\$ 27.600
PROVEEDOR CLARO			
INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Celular Avvio Pad 2	2	\$ 292.444	\$ 584.888
TOTAL			\$ 4.820.628

Fuente: creación propia

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

TABLA # 43 materiales de oficina

Insumos para organización de oficina, comprados trimestralmente.

PROVEEDOR OFFICE DEPOT			
Corrector	2	\$ 4.000	\$ 8.000
Boligrafo tinta negra x 12	1	\$ 2.500	\$ 2.500
Pegante colbon universal	2	\$ 1.600	\$ 3.200
Reprograf 75 gr. tamaño carta resma	4	\$ 7.000	\$ 28.000
TOTAL			\$ 41.700

Fuente: creación propia

6.3.4 Requerimientos de servicios.

TABLA # 44 Requerimientos de servicios

Tipo de Servicio	Descripción	Costo	Proveedor
Aseo	Aseo general cada dos dias por un outsourcing	\$ 250.000 mensuales	Coopaseo SAS
Vigilancia	El servicio se paga mensualmente por el monitoreo del proveedor.	\$ 50.000 mensuales	Telesentinel
Servicios Públicos	Agua , luz , internet , teléfono	\$200.000 mensuales	epm y une
Mensajeria	Mensajeria expresa	\$80.000 mensuales	Servientrega
Alarmas oficina	Instalacion de cámaras , sensores	\$ 300.000 pago unico	Telesentinel
Implementos de seguridad	Extintor (1 para la oficina , recarga anual)	\$ 50.000 pago anual	Recargar SAS
Seguros	Seguro de la oficina en general	\$ 980.000 pago anual	Colpatria

Fuente: creación propia

6.3.5 Requerimientos de personal

TABLA # 45 requerimientos de personal

Cargo	Actividades	Perfil	Requerimientos	Salario
Gerente	Encargado de tomar decisiones administrativas en cuanto a requerimientos financieros, procedimientos de importación y estrategias de ventas.	Profesional bilingüe en administración de empresas, negocios internacionales o similares, con diplomados o especialización en Marketing experiencia mínima de 3 años.	Estacion de trabajo completa, coputador y celular.	\$ 2.000.000
Asistente administrativa y contable	Encargado de contestar telefono, recibir clientes en sala de espera, registrar ordenes de compra y facturas, para entrega al contador.	Técnica en secretariado auxiliar contable, secretariado gerencial, con experiencia en manejo de liquidación de nómina, prestaciones sociales y liquidación de parafiscales. Experiencia en el área 1 año.	Estacion de trabajo completa, coputador y celular.	\$ 800.000

Fuente: creación propia

TABLA # 46 desglose salarios personal de oficina

Concepto	Base / Empleado	Total
Salario Base	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Prima de Servicios	8,33%	\$ 166.666
Cesantias	8,33%	\$ 166.666
Int. Cesantias	1%	\$ 20.000
Vacaciones	4,17%	\$ 83.400
Pension	12%	\$ 240.000
Salud	8,50%	\$ 170.000
Riesgos profesionales	0,52%	\$ 10.440
Parafiscales	9%	\$ 180.000
	Costo Mensual Gerente administrativo	\$ 3.037.172

Fuente: creación propia

TABLA # 47 desglose salarios personal de oficina

Concepto	Base / Empleado	Total
Salario Base	\$ 800.000	\$ 800.000
Prima de Servicios	8,33%	\$ 66.667
Cesantias	8,33%	\$ 66.667
Int. Cesantias	1%	\$ 8.000
Vacaciones	4,17%	\$ 33.333
Pension	12%	\$ 96.000
Salud	8,50%	\$ 68.000
Riesgos profesionales	0,52%	\$ 4.178
Parafiscales	9%	\$ 72.000
	Costo Mensual Asistente administrativa y contable	\$ 1.214.844

Fuente: creación propia

6.4 Programa de administración

ACTIVIDADES PREOPERATIVAS:

- Definir los objetivos a cumplir, términos de tiempo y demás, de la empresa.
- Selección de la ubicación de las oficinas en la ciudad de Medellín, logrando instalarnos en un lugar que cumpla con las necesidades y el presupuesto con el cual se cuenta.
- Contratar diseño de página web.
- Selección del personal idóneo para la realización de cada una de las actividades, de acuerdo a los perfiles de cada cargo.
- Capacitación y entrenamiento del personal durante las primeras 2 semanas.
- Desarrollar contacto y primeros acercamientos con nuestros proveedores.
- Programar actividades de capacitación cada determinado tiempo para el personal.

TABLA # 48 ACTIVIDADES OPERATIVAS

MES							
	1	3	5	8	12	24	36
ACTIVIDAD							
Adaptación del personal							
Contacto con proveedores							
Ventas en mercado objetivo							
Capacitación de refuerzo para el personal							
Ampliación y penetración de nuevos mercados							
Incremento notable de ventas y utilidades							
Incremento de personal							
Certificación de Calidad							
Pago gastos cámara de comercio							

Fuente: Creación propia

Nota: Los gastos destinados a Cámara de comercio son los correspondientes a impuestos, con un total de \$467.100, los cuales se deben realizar anualmente y que encontraremos de una forma detallada en el punto 7.2

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA (SAS)

¿Qué son?

Es una sociedad comercial de capital, innovadora en el derecho societario colombiano. Estimula el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que posee para su constitución y funcionamiento.

¿Qué normas la crearon?

Fue creada por la ley 1258 de 2008, además del decreto 2020 de Junio de 2009. Basándose en la antigua ley de emprendimiento (1014 de 2006).

¿Cómo se constituye?

Una sociedad por acciones simplificadas puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, su naturaleza es comercial, pero puede hacer actividades tanto comerciales como civiles, se crea por documento privado y nace después del registro en la cámara de comercio, a menos de que los aportes iniciales incluyan bienes inmuebles se requiere de escritura pública.

Según el artículo 5 de la ley 1258; por regla general, SAS se constituye por Documento Privado

donde consta:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas
- Razón Social seguida de las letras “SAS”
- El domicilio principal de la sociedad y las sucursales
- Término de duración, puede ser a término indefinido
- Enunciación clara de las actividades, puede ser indefinido para realizar cualquier actividad lícita
- Capital Autorizado, Suscrito y Pagado. Número y clase de acciones, términos y formas en que se pagarán
- Forma de administrar, con documentos y facultades de los administradores. Cuanto menos un Representante Legal

Sin embargo, cuando se donen bienes que necesiten como formalidad legal (escritura pública), la constitución debe elevarse a escritura pública también.

¿Qué organismos administrativos deben constituirse en la SAS?

Los estatutos de la sociedad fijarán los órganos necesarios y sus respectivas funciones, cuando menos un representante legal. En caso de ser un solo accionista, éste ostentará todas las funciones y obligaciones que la ley le confiere. Cabe destacar que no deberá tener revisor fiscal al menos que supere los topes reglamentados por la ley 43 de 1990.

¿Cuál es la responsabilidad de los accionistas?

Los accionistas responderás sólo hasta el límite de sus aportes. Sin importar la causa de la obligación, laboral, fiscal etc. Puede desestimarse su personalidad jurídica en caso de probarse que fue constituida para defraudar, dicha estimación la da las Supersociedades.

¿Qué prohibiciones tiene la SAS?

La única limitación de la SAS es la de negociar sus valores en el mercado público de valores. Cabe destacar que el pago de las acciones suscritas no puede exceder de 2 años ¿Qué tipos de acciones puede emitir la SAS?

SAS puede emitir cualquiera de los tipos de acciones, especificando sus derechos y formas de negociación. Respetando siempre ante todo, la ley.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

TABLA # 49 certificados y tramites entidades públicas para la creación de empresa

ENTIDAD	TRAMITE/ CERTIFICADO	COSTO
DIAN	RUT	\$ -
	NIT	\$ -
NOTARIA PÚBLICA (22)	AUTENTICACIÓN DE FIRMAS	\$
	SOCIOS, UNIONES	18.000

		\$
	CONSTITUCIÓN SOCIAL MERCANTIL	22.000
		\$
	MATRICULAS ESTABLECIMIENTO	69.000
		\$
	EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL	8.600
CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN	IMPUESTO DE REGISTRO CON CUANTÍA	\$ 210.000
	IMPUESTO DE REGISTRO SIN CUANTÍA	\$ 82.100
	IMPUESTO DE ESTAMPILLA PRODESARROLLO ANTIOQUIA	\$ 15.000
	IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO	\$ 160.000
CAMARA DE COMERCIO DE CALI	INSCRIPCIÓN ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	\$ 105.700
BANCOS	APERTURA DE CUENTA	\$ 100.000
BOMBEROS MEDELLIN	CERTIFICACIÓN DE BOMBEROS	\$ 20.000
BOMBEROS CALI	CERTIFICACIÓN DE BOMBEROS	\$ 20.000
	TOTAL	\$

	830.400
--	---------

Fuente: creación propia

NOTA: los bomberos tienen costos adicionales que son liquidados luego de hacer la visita a la empresa y bodega.

Licencia Sanitaria De la clasificación de los establecimientos

Artículo 3º.- Para efectos de la aplicación de la presente Resolución los establecimientos se clasifican en:

a. De bajo riesgo sanitario:

Almacenes, oficinas, agencias (viajes, lavandería y vigilancia), joyerías, platerías, misceláneas, bancos, ferreterías, floristerías y similares.

b. De alto riesgo sanitario:

(Locativo, ambiental, producción de desechos contaminantes, riesgos ocupacionales o riesgos de consumo o manejo de alimentos).

Industria manufacturera, metalmecánica de la construcción, talleres, tipografías, litografías, parqueaderos, lavaderos de carros, juegos electrónicos, curtiembres, cementerios, plantas de lavandería, estaciones de servicios, servitecas, depósitos de materiales reciclables y no reciclables.

Hoteles, moteles, residencias y similares, discotecas, bares, cantinas, canchas de tejo, coliseos, teatros, circos, establecimientos educativos, cárceles, cuarteles, conventos, ancianatos, baños turcos, piscinas, saunas, gimnasios, salones de belleza, depósito y expendio de alimentos y licores, restaurantes, panaderías, bizcocherías y reposterías, cafeterías, cigarrerías, expendio de víveres, comidas rápidas, re empacadoras de alimentos y apicultura.

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

CALENDARIO DE SOCIOS

Inicialmente la empresa contará con 2 socios, los cuales harán los aportes, en el primer mes de un monto superior para lograr cubrir los costos y gastos preoperativos y del primer mes de funcionamiento de la empresa. Se programaran unas cuotas fijas para que ambos socios terminen de aportar todo el capital durante el primer año de la empresa.

Nombres de los socios:

Mileidis Miranda

Jonathan Mejía

TABLA # 50. CALENDARIO DE APORTES DE SOCIOS

SOCIOS	2											
PATRIMONIO FINAL	\$ 311.914.765											
MESES	12											
PATRIMONIO INICIAL	\$ 2.000.000											
APORTE SOCIO 1	\$ 45.000.000											
APORTE SOCIO 2	\$ 30.000.000											
MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
CUOTA SOCIO 1	\$ 15.000.000	\$ 2.727.273	\$ 2.727.273	\$ 2.727.273	\$ 2.727.273	\$ 2.727.273	\$ 2.727.273	\$ 2.727.273	\$ 2.727.273	\$ 2.727.273	\$ 2.727.273	\$ 2.727.273
CUOTA SOCIO 2	\$ 10.000.000	\$ 1.818.182	\$ 1.818.182	\$ 1.818.182	\$ 1.818.182	\$ 1.818.182	\$ 1.818.182	\$ 1.818.182	\$ 1.818.182	\$ 1.818.182	\$ 1.818.182	\$ 1.818.182

Fuente: Creación propia.

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

8.1.3 Calendario de amortización

CALENDARIO DE AMORTIZACIÓN

Tras analizar las diferentes entidades bancarias y las tasas de intereses ofrecidas en cada una de ellas, se tomó la decisión de solicitar el crédito para la financiación de la empresa en la entidad financiera BANCOLDEX.

Se solicitó un monto total de \$100.000.000 con una tasa de interés del 15,12% E.A, lo que es igual a 1,18% MV, que será destinado a la creación, capitalización y adquisición de la empresa, con un periodo de 60 meses. El dinero será desembolsado 5 días después de aprobado el crédito.

A continuación se muestra el plan de amortización.

TABLA # 51. PLAN DE AMORTIZACIÓN DEL CREDITO

Cuotas	Abono a capital	Valor intereses	Valor cuota	Saldo (capital)
0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 100.000.000,00
1	\$ 1.666.666,67	\$ 1.180.285,01	\$ 2.846.951,67	\$ 98.333.333,33
2	\$ 1.666.666,67	\$ 1.160.613,59	\$ 2.827.280,26	\$ 96.666.666,67
3	\$ 1.666.666,67	\$ 1.140.942,17	\$ 2.807.608,84	\$ 95.000.000,00

GEOMEMBRANAS -Plan de Negocios

4	\$ 1.666.666,67	\$ 1.121.270,76	\$ 2.787.937,42	\$ 93.333.333,33
5	\$ 1.666.666,67	\$ 1.101.599,34	\$ 2.768.266,01	\$ 91.666.666,67
6	\$ 1.666.666,67	\$ 1.081.927,92	\$ 2.748.594,59	\$ 90.000.000,00
7	\$ 1.666.666,67	\$ 1.062.256,51	\$ 2.728.923,17	\$ 88.333.333,33
8	\$ 1.666.666,67	\$ 1.042.585,09	\$ 2.709.251,76	\$ 86.666.666,67
9	\$ 1.666.666,67	\$ 1.022.913,67	\$ 2.689.580,34	\$ 85.000.000,00
10	\$ 1.666.666,67	\$ 1.003.242,26	\$ 2.669.908,92	\$ 83.333.333,33
11	\$ 1.666.666,67	\$ 983.570,84	\$ 2.650.237,51	\$ 81.666.666,67
12	\$ 1.666.666,67	\$ 963.899,42	\$ 2.630.566,09	\$ 80.000.000,00
13	\$ 1.666.666,67	\$ 944.228,01	\$ 2.610.894,67	\$ 78.333.333,33
14	\$ 1.666.666,67	\$ 924.556,59	\$ 2.591.223,26	\$ 76.666.666,67
15	\$ 1.666.666,67	\$ 904.885,17	\$ 2.571.551,84	\$ 75.000.000,00
16	\$ 1.666.666,67	\$ 885.213,76	\$ 2.551.880,42	\$ 73.333.333,33
17	\$ 1.666.666,67	\$ 865.542,34	\$ 2.532.209,01	\$ 71.666.666,67
18	\$ 1.666.666,67	\$ 845.870,92	\$ 2.512.537,59	\$ 70.000.000,00
19	\$ 1.666.666,67	\$ 826.199,51	\$ 2.492.866,17	\$ 68.333.333,33
20	\$ 1.666.666,67	\$ 806.528,09	\$ 2.473.194,76	\$ 66.666.666,67
21	\$ 1.666.666,67	\$ 786.856,67	\$ 2.453.523,34	\$ 65.000.000,00
22	\$ 1.666.666,67	\$ 767.185,26	\$ 2.433.851,92	\$ 63.333.333,33
23	\$ 1.666.666,67	\$ 747.513,84	\$ 2.414.180,51	\$ 61.666.666,67

GEOMEMBRANAS -Plan de Negocios

24	\$ 1.666.666,67	\$ 727.842,42	\$ 2.394.509,09	\$ 60.000.000,00
25	\$ 1.666.666,67	\$ 708.171,00	\$ 2.374.837,67	\$ 58.333.333,33
26	\$ 1.666.666,67	\$ 688.499,59	\$ 2.355.166,25	\$ 56.666.666,67
27	\$ 1.666.666,67	\$ 668.828,17	\$ 2.335.494,84	\$ 55.000.000,00
28	\$ 1.666.666,67	\$ 649.156,75	\$ 2.315.823,42	\$ 53.333.333,33
29	\$ 1.666.666,67	\$ 629.485,34	\$ 2.296.152,00	\$ 51.666.666,67
30	\$ 1.666.666,67	\$ 609.813,92	\$ 2.276.480,59	\$ 50.000.000,00
31	\$ 1.666.666,67	\$ 590.142,50	\$ 2.256.809,17	\$ 48.333.333,33
32	\$ 1.666.666,67	\$ 570.471,09	\$ 2.237.137,75	\$ 46.666.666,67
33	\$ 1.666.666,67	\$ 550.799,67	\$ 2.217.466,34	\$ 45.000.000,00
34	\$ 1.666.666,67	\$ 531.128,25	\$ 2.197.794,92	\$ 43.333.333,33
35	\$ 1.666.666,67	\$ 511.456,84	\$ 2.178.123,50	\$ 41.666.666,67
36	\$ 1.666.666,67	\$ 491.785,42	\$ 2.158.452,09	\$ 40.000.000,00
37	\$ 1.666.666,67	\$ 472.114,00	\$ 2.138.780,67	\$ 38.333.333,33
38	\$ 1.666.666,67	\$ 452.442,59	\$ 2.119.109,25	\$ 36.666.666,67
39	\$ 1.666.666,67	\$ 432.771,17	\$ 2.099.437,84	\$ 35.000.000,00
40	\$ 1.666.666,67	\$ 413.099,75	\$ 2.079.766,42	\$ 33.333.333,33
41	\$ 1.666.666,67	\$ 393.428,34	\$ 2.060.095,00	\$ 31.666.666,67
42	\$ 1.666.666,67	\$ 373.756,92	\$ 2.040.423,59	\$ 30.000.000,00
43	\$ 1.666.666,67	\$ 354.085,50	\$ 2.020.752,17	\$ 28.333.333,33

GEOMEMBRANAS -Plan de Negocios

44	\$ 1.666.666,67	\$ 334.414,09	\$ 2.001.080,75	\$ 26.666.666,67
45	\$ 1.666.666,67	\$ 314.742,67	\$ 1.981.409,34	\$ 25.000.000,00
46	\$ 1.666.666,67	\$ 295.071,25	\$ 1.961.737,92	\$ 23.333.333,33
47	\$ 1.666.666,67	\$ 275.399,84	\$ 1.942.066,50	\$ 21.666.666,67
48	\$ 1.666.666,67	\$ 255.728,42	\$ 1.922.395,09	\$ 20.000.000,00
49	\$ 1.666.666,67	\$ 236.057,00	\$ 1.902.723,67	\$ 18.333.333,33
50	\$ 1.666.666,67	\$ 216.385,58	\$ 1.883.052,25	\$ 16.666.666,67
51	\$ 1.666.666,67	\$ 196.714,17	\$ 1.863.380,83	\$ 15.000.000,00
52	\$ 1.666.666,67	\$ 177.042,75	\$ 1.843.709,42	\$ 13.333.333,33
53	\$ 1.666.666,67	\$ 157.371,33	\$ 1.824.038,00	\$ 11.666.666,67
54	\$ 1.666.666,67	\$ 137.699,92	\$ 1.804.366,58	\$ 10.000.000,00
55	\$ 1.666.666,67	\$ 118.028,50	\$ 1.784.695,17	\$ 8.333.333,33
56	\$ 1.666.666,67	\$ 98.357,08	\$ 1.765.023,75	\$ 6.666.666,67
57	\$ 1.666.666,67	\$ 78.685,67	\$ 1.745.352,33	\$ 5.000.000,00
58	\$ 1.666.666,67	\$ 59.014,25	\$ 1.725.680,92	\$ 3.333.333,33
59	\$ 1.666.666,67	\$ 39.342,83	\$ 1.706.009,50	\$ 1.666.666,67
60	\$ 1.666.666,67	\$ 19.671,42	\$ 1.686.338,08	\$ 0,00
TOTAL	\$ 100.000.000,00	\$ 35.998.692,75	\$ 135.998.692,75	

Fuente: Bancoldex (2014)

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

Los ingresos que se esperan obtener de acuerdo a la cantidad de productos y servicios vendidos mensualmente, y realizando un promedio bajo los escenarios de altas, medias y bajas ventas son:

Tabla #52. Ingresos mensuales de la empresa

PRODUCTO	PRECIO DE VENTA	ESTIMADO DE VENTAS	TOTAL
GEOMEMBRANA 4 MTS	\$1.700.000	22	\$ 37.400.000
GEOMEMBRANA 6 MTS	\$3.100.000	27	\$ 83.700.000
INSTALACIÓN GEOMEMBRANA 4 MTS	\$270.000	22	\$ 5.940.000
INSTALACIÓN GEOMEMBRANA 6 MTS	\$400.000	10	\$ 4.000.000
TOTAL	\$5.470.000	81	\$ 131.040.000

Fuente: Creación propia.

8.2.1.2 Otros Ingresos

CALENDARIO OTROS INGRESOS

I&C Geomembranas, a pesar de trabajar con un stock de productos solo de 4 y 6 mts, también realiza ventas de geomembranas de 9 y 12 mts, aunque esta se realiza sobre pedido ya que por sus dimensiones no es conveniente tenerlas en bodega.

Con estos productos esperamos unas ventas mensuales de al menos 4 geomembranas de 9 mts y 2 de 12 mts.

Tabal #53. Calendario de otros ingresos mensuales

PRODUCTO	PRECIO DE VENTA	ESTIMADO DE VENTAS	TOTAL
GEOMEMBRANA 9 MTS	\$ 4.500.000	4	\$ 18.000.000
GEOMEMBRANA 12 MTS	\$ 7.600.000	3	\$ 22.800.000
INSTALACIÓN OTRAS GEOMEMBRANA	\$ 550.000	6	\$ 3.300.000
TOTAL	\$ 12.650.000	13	\$ 44.100.000

Fuente: Creación propia

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

CALENDARIO DE INVERSIONES.

Las inversiones que harán los socios para los activos fijos, gastos preoperativos y capital de trabajo son:

Tabla #54. Calendario de inversiones.

INVERSIONES	SOCIO 1	SOCIO 2
ACTIVOS FIJOS	\$ 6.725.872	\$ 6.725.872
GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 4.000.000	\$ 2.320.400
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 34.274.128	\$ 20.953.728
TOTAL	\$ 45.000.000	\$ 30.000.000

Fuente: Creación propia.

Las inversiones se harán de acuerdo al calendario de aporte (Ver tabla #49).

El total de los gastos preoperativos y los activos fijos quedaran cubiertos con el primer aporte, ya que gracias a estos se consolidará la empresa. El \$55.227.856 restante al total de las inversiones correspondientes al total de aportes de los socios, se realizará mensualmente por un periodo de 11 meses como se muestra en la tabla #50.

8.2.2.2 Costos

8.2.2.3 Calendario de costos fijos y variables

CALENDARIO DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES:

COSTOS FIJOS:

Tabla #55. Costos fijos

COSTOS FIJOS	VALOR
Salarios Jefe de Bodega	\$ 750.000
Prestaciones Sociales, parafiscales y aportes a la seguridad social jefe bodega	\$ 388.917
Arriendo bodega	\$ 2.900.000
Servicios públicos de bodega	\$ 300.000
Mensajería Cali	\$ 60.000
Aseo - outsourcing Cali	\$ 500.000
Vigilancia Cali	\$ 70.725
Software inventarios	\$ 119.097
Elementos de seguridad bodega y personal	\$ 37.500
Insumos y papelería Bodega Cali	\$ 104.300
Muebles y enseres Bodega Cali	\$ 2.141.064

GEOMEMBRANAS -Plan de Negocios

Salarios Gerente Comercial	\$ 2.000.000
Prestaciones Sociales, parafiscales y aportes a la seguridad social (Gerente)	\$ 1.037.172
Salarios Secretaria Contable	\$ 800.000
Prestaciones Sociales, parafiscales y aportes a la seguridad social (Secretaria)	\$ 414.844
Impuesto de Industria y comercio Medellín	\$ 200.000
útiles y papelería	\$ 44.133
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 0
Contador Externo	\$ 320.000
Mensajería	\$ 80.000
Vigilancia Telesentinel	\$ 50.000
Imprevistos	\$ 494.615
Servicios públicos	\$ 200.000
Arriendo departamento administrativo	\$ 500.000
Aseo oficinas	\$ 250.000
Salario analista de ventas e importaciones	\$ 1.600.000
Prestaciones Sociales, parafiscales y aportes a la seguridad social (Analista de ventas e importaciones	\$ 829.689
Salario Asesores comerciales (2 asesores)	\$ 1.600.000
Prestaciones Sociales, parafiscales y aportes a la seguridad social (Asesores comerciales)	\$ 829.689
Publicidad y Mercadeo (Volantes y tarjetas)	\$ 35.000

hosting dominio	\$ 16.666
Viáticos personal (visitas piscicultoras del país)	\$ 2.400.000
Insumos y papelería - Departamento de mercadeo	\$ 55.533
Capacitaciones personal instalación (outsourcing)	\$ 200.000
Participación Feria Expo Huila	\$ 250.000
Servicios públicos	\$ 200.000
Arriendo departamento mercadeo	\$ 500.000
Aseo	\$ 250.000
TOTAL	\$ 22.528.944

Fuente: Creación propia

8.2.2.4 Gastos

Gastos Administrativos y legales

CALENDARIO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES

Tabla #56. Egresos mensuales

<u>EGRESOS MENSUALES</u>	
CONCEPTO	VALOR MENSUAL
Mercado proveedor compras trimestrales	\$ 1.038.175
Mercado proveedor compras trimestrales	\$ 14.925
Hosting dominio (pago anual)	\$ 16.667
Analista importaciones (con aportes parafiscales)	\$ 2.429.689

GEOMEMBRANAS -Plan de Negocios

Procesos administrativos externalizados	\$	970.725
Arriendo área administrativa	\$	1.000.000
Insumos	\$	4.820.628
	\$	41.700
Aseo	\$	500.000
Vigilancia	\$	100.000
Servicios públicos	\$	400.000
Mensajería	\$	160.000
Implementos de seguridad	\$	4.167
Seguro	\$	81.667
Salario gerente general (con aportes parafiscales)	\$	3.037.172
Salario asistente admón. y contable (con aportes parafiscales)	\$	1.214.844
Impuestos cámara de comercio	\$	467.100
	TOTAL	\$ 16.297.458

Fuente: Creación propia.

Tabla # 57. Egresos por única vez.

<u>EGRESOS INICIALES (UNICA VEZ)</u>	
CONCEPTO	VALOR MENSUAL
Celular Avvio Pad 2	\$ 877.332
Estación de trabajo	\$ 419.760
Sillas ejecutivas	\$ 779.100

Pago página web	\$ 900.000
TOTAL	\$ 2.976.192

Fuente: Creación propia.

Gastos Distribución y Ventas

CALENDARIO DE DISTRIBUCIÓN Y VENTAS

Calendario de gastos de distribución y ventas mensuales.

Tabla #58. Egresos de distribución y ventas.

EGRESOS MENSUALES	
CONCEPTO	VALOR
Volantes publicitarios (3 veces al año)	\$ 23.333,3
Tarjetas de presentación 2 vendedores (3 veces al año)	\$ 23.333,3
Viáticos Huila, Meta, Valle (1 vendedor)	\$ 800.000
Feria expo Huila (1 vez al año)	\$ 250.000
Asesores comerciales (2) (con aportes parafiscales)	\$ 2.429.688
Arriendo bodega Cali	\$ 2.900.000
Estibas (30) (compra trimestral)	\$ 150.000
Insumos	\$ 20.550
Insumos	\$ 5.525
Mensajería	\$ 60.000
Transporte	\$ 900.000

TOTAL	\$ 7.562.430
EGRESOS INICIALES (UNICA VEZ)	
Insumos (Sillas, estación de trabajo, Celular)	\$ 2.141.064
TOTAL	\$ 2.141.064

Fuente: Creación propia

Gastos Amortización de diferidos

ELABORE EL CALENDARIO DE GASTOS DE AMORTIZACION DE DIFERIDOS, para esto tenga en cuenta que esta amortización para el caso de los Pre-operativos debe ser hecha mínimo en 5 años.

En caso de utilizar hoja electrónica como EXCEL, inserte el cuadro correspondiente.

8.2.2.5 Gastos Financieros

De acuerdo a la tabla #51, el calendario de los egresos financieros para pago del préstamo será:

Tabla # 59. CALENDARIO DE GASTOS FINANCIEROS

Mes	Interés préstamo	Cuota préstamo
1	\$1.180.285,01	\$2.846.951,67
2	\$1.160.613,59	\$2.827.280,26

GEOMEMBRANAS -Plan de Negocios

3	\$1.140.942,17	\$2.807.608,84
4	\$1.121.270,76	\$2.787.937,42
5	\$1.101.599,34	\$2.768.266,01
6	\$1.081.927,92	\$2.748.594,59
7	\$1.062.256,51	\$2.728.923,17
8	\$1.042.585,09	\$2.709.251,76
9	\$1.022.913,67	\$2.689.580,34
10	\$1.003.242,26	\$2.669.908,92
11	\$983.570,84	\$2.650.237,51
12	\$963.899,42	\$2.630.566,09
13	\$944.228,01	\$2.610.894,67
14	\$924.556,59	\$2.591.223,26
15	\$904.885,17	\$2.571.551,84
16	\$885.213,76	\$2.551.880,42
17	\$865.542,34	\$2.532.209,01
18	\$845.870,92	\$2.512.537,59
19	\$826.199,51	\$2.492.866,17
20	\$806.528,09	\$2.473.194,76
21	\$786.856,67	\$2.453.523,34
22	\$767.185,26	\$2.433.851,92
23	\$747.513,84	\$2.414.180,51
24	\$727.842,42	\$2.394.509,09
25	\$708.171,00	\$2.374.837,67
26	\$688.499,59	\$2.355.166,25
27	\$668.828,17	\$2.335.494,84
28	\$649.156,75	\$2.315.823,42
29	\$629.485,34	\$2.296.152,00
30	\$609.813,92	\$2.276.480,59
31	\$590.142,50	\$2.256.809,17
32	\$570.471,09	\$2.237.137,75
33	\$550.799,67	\$2.217.466,34
34	\$531.128,25	\$2.197.794,92
35	\$511.456,84	\$2.178.123,50
36	\$491.785,42	\$2.158.452,09
37	\$472.114,00	\$2.138.780,67
38	\$452.442,59	\$2.119.109,25
39	\$432.771,17	\$2.099.437,84
40	\$413.099,75	\$2.079.766,42
41	\$393.428,34	\$2.060.095,00
42	\$373.756,92	\$2.040.423,59
43	\$354.085,50	\$2.020.752,17

GEOMEMBRANAS -Plan de Negocios

44	\$334.414,09	\$2.001.080,75
45	\$314.742,67	\$1.981.409,34
46	\$295.071,25	\$1.961.737,92
47	\$275.399,84	\$1.942.066,50
48	\$255.728,42	\$1.922.395,09
49	\$236.057,00	\$1.902.723,67
50	\$216.385,58	\$1.883.052,25
51	\$196.714,17	\$1.863.380,83
52	\$177.042,75	\$1.843.709,42
53	\$157.371,33	\$1.824.038,00
54	\$137.699,92	\$1.804.366,58
55	\$118.028,50	\$1.784.695,17
56	\$98.357,08	\$1.765.023,75
57	\$78.685,67	\$1.745.352,33
58	\$59.014,25	\$1.725.680,92
59	\$39.342,83	\$1.706.009,50
60	\$19.671,42	\$1.686.338,08
TOTAL	\$35.998.692,75	\$135.998.692,75

Fuente: Creación propia

Adicional al presupuesto desinado para pago del préstamo, se tendrá un estimado para otros gastos que se puedan generar en el área financiera.

Tabla #60. Otros gastos financieros

Solicitudes, documentación y demás	\$ 100.000
Otros gastos (Fotocopias)	\$ 20.000
TOTAL	\$ 120.000

Fuente: Creación propia

Nota: Estos valores son para operaciones que surjan durante el mes. Se puede hacer uso de este dinero o no, de no ser necesario.

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA

A continuación se mostrará el flujo de caja esperado para el 1 año, teniendo en cuenta la tabla # 59 en la cual se encuentran las cuotas que se deberán pagar al banco por el crédito, y adicional, la información de ingresos y egresos del aspecto financiero.

Tabla # 61. Flujo de caja primer año.

	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO
SALDO INICIAL	\$ 311.914.765	\$ 2.144.940.853	\$ 3.945.576.637	\$ 5.746.192.749	\$ 7.546.789.190	\$ 9.347.365.960
INGRESOS	\$ 1.751.400.000	\$ 1.751.400.000	\$ 1.751.400.000	\$ 1.751.400.000	\$ 1.751.400.000	\$ 1.751.400.000
EGRESOS	\$ 81.626.088	\$ 49.235.784	\$ 49.216.112	\$ 49.196.441	\$ 49.176.769	\$ 49.157.098
SALDO FINAL	\$ 2.144.940.853	\$ 3.945.576.637	\$ 5.746.192.749	\$ 7.546.789.190	\$ 9.347.365.960	\$ 11.147.923.058
ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
\$ 11.147.923.058	\$ 12.948.460.484	\$ 14.748.978.239	\$ 16.549.476.323	\$ 18.349.954.735	\$ 20.150.413.476	\$ 21.950.852.546
\$ 1.751.400.000	\$ 1.751.400.000	\$ 1.751.400.000	\$ 1.751.400.000	\$ 1.751.400.000	\$ 1.751.400.000	\$ 1.751.400.000
\$ 49.137.427	\$ 49.117.755	\$ 49.098.084	\$ 49.078.412	\$ 49.058.741	\$ 49.039.070	\$ 49.019.398
\$ 12.948.460.484	\$ 14.748.978.239	\$ 16.549.476.323	\$ 18.349.954.735	\$ 20.150.413.476	\$ 21.950.852.546	\$ 23.751.271.944

Fuente: Creación propia

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

El estado de resultados que se muestra a continuación, nos muestra la utilidad obtenida a partir de los ingresos y egresos de la empresa durante el primer año.

Tabla #62. Estado de resultados

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	162.850.007	162.850.007	162.850.007	162.850.007	162.850.007	162.850.007	162.850.007	162.850.007	162.850.007	162.850.007	162.850.007	162.850.007
- Costo Variables	88.080.692	88.080.692	88.080.692	88.080.692	88.080.692	88.080.692	88.080.692	88.080.692	88.080.692	88.080.692	88.080.692	88.080.692
- Costos Fijos Producción	7.371.603	7.371.603	7.371.603	7.371.603	7.371.603	7.371.603	7.371.603	7.371.603	7.371.603	7.371.603	7.371.603	7.371.603
- Gastos Depreciación	300.980	300.980	300.980	300.980	300.980	300.980	300.980	300.980	300.980	300.980	300.980	300.980
= Utilidad Bruta en Ventas	67.096.733	67.096.733	67.096.733	67.096.733	67.096.733	67.096.733	67.096.733	67.096.733	67.096.733	67.096.733	67.096.733	67.096.733
- Costos fijos de Administración	6.390.764	6.390.764	6.390.764	6.390.764	6.390.764	6.390.764	6.390.764	6.390.764	6.390.764	6.390.764	6.390.764	6.390.764
- Costos Fijos de Ventas y	8.766.577	8.766.577	8.766.577	8.766.577	8.766.577	8.766.577	8.766.577	8.766.577	8.766.577	8.766.577	8.766.577	8.766.577
- Amortización de diferidos	105.340	105.340	105.340	105.340	105.340	105.340	105.340	105.340	105.340	105.340	105.340	105.340
= Utilidad Operativa	51.834.052	51.834.052	51.834.052	51.834.052	51.834.052	51.834.052	51.834.052	51.834.052	51.834.052	51.834.052	51.834.052	51.834.052
+ 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	51.834.052	51.834.052	51.834.052	51.834.052	51.834.052	51.834.052	51.834.052	51.834.052	51.834.052	51.834.052	51.834.052	51.834.052
- Impuestos	17.623.578	17.623.578	17.623.578	17.623.578	17.623.578	17.623.578	17.623.578	17.623.578	17.623.578	17.623.578	17.623.578	17.623.578
= UTILIDAD NETA	34.210.474	34.210.474	34.210.474	34.210.474	34.210.474	34.210.474	34.210.474	34.210.474	34.210.474	34.210.474	34.210.474	34.210.474
- Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidades no Repartidas	34.210.474	34.210.474	34.210.474	34.210.474	34.210.474	34.210.474	34.210.474	34.210.474	34.210.474	34.210.474	34.210.474	34.210.474
Utilidades no Repartidas	34.210.474	68.420.949	102.631.423	136.841.897	171.052.371	205.262.846	239.473.320	273.683.794	307.894.269	342.104.743	376.315.217	410.525.69

Fuente: Análisis financiero Geomembranas

8.3.3 Balance General

El siguiente balance general es realizado por el primer año de funcionamiento de la empresa.

Tabla #64. Balance general

BALANCE GENERAL	Año 1
Activo	
Caja	\$376.731.907,30
Cuentas X Cobrar	\$ -
Provisión Cuentas por Cobrar	\$ -
Inventario	\$48.000.000,00
Geomembrana 4 mts	\$17.000.000,00
Geomembrana 6 mts	\$31.000.000,00
Gastos Anticipados	\$5.965.551,00
Amortización Acumulada	\$ -
Gastos Anticipados Neto	\$5.965.551,00
Total Activo Corriente:	\$478.697.458,30
Terrenos	\$ -
Construcciones y Edificios	\$ -
Construcciones y Edificios Neto	\$ -
Maquinaria y Equipo de Operación	\$9.730.664,00
Depreciación Acumulada	\$2.198.352,00
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	\$11.929.016,00
Muebles y Enseres	\$3.721.080,00
Depreciación Acumulada	\$203.544,00
Muebles y Enseres Neto	\$3.924.624,00
Equipo de Transporte	\$ -
Depreciación Acumulada	\$ -
Equipo de Transporte Neto	\$ -
Equipo de Oficina	\$1.247.040,00
Depreciación Acumulada	\$124.704,00
Equipo de Oficina Neto	\$1.371.744,00

Total Activos Fijos:	\$17.225.384,00
Total Otros Activos Fijos	\$ -
TOTAL ACTIVO	\$495.922.842,30
Pasivo	
Cuentas X Pagar Proveedores	\$31.734.520,00
Impuestos X Pagar	\$467.100,00
Obligaciones administrativas	\$270.347.328,00
Obligaciones Financieras	\$14.163.420,10
Otros pasivos a Largo Plazo	\$20.000.000,10
TOTAL PASIVO	\$336.712.368,20
Patrimonio	
Capital Social	\$50.000.000,00
Utilidades del Ejercicio	\$34.210.474,00
Inversiones	\$75.000.000,00
TOTAL PATRIMONIO	\$159.210.474,00
TOTAL PAS + PAT	\$495.922.842,20
DIFERENCIA	

Fuente: Creación propia

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

Con una rentabilidad esperada del 45%, el valor presente neto de la empresa en este momento es de \$-138.570.990. Lo que nos dice que, aunque la empresa en este momento está generando valor, no está generando el valor suficiente para su crecimiento en el tiempo.

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno de geomembranas es del 16,65% en el primer año, pero de acuerdo a las simulaciones a largo plazo realizadas, logramos ver que la empresa en su quinto año de

funcionamiento, alcanzará una TIR del 233,23%, debido a que, los socios están realizando una inversión relativamente baja, por lo que generará una mayor rentabilidad, aunque esto no se reflejará en el primer año de funcionamiento de la empresa.

8.4.3 Indicadores Financieros proyectados

Indicadores financieros

Tabla #65. Indicadores financieros

Índice Liquidez	1,68%
Prueba Acida	1,51%
Capital de Trabajo	478697458,30
Capital Neto de Trabajo	193719610,20
Rotación Capital Neto de Trabajo	8,12%
Días de Rotación KNT	44,35%
Capital de Trabajo Operativo	48000000,00
Capital Neto de Trabajo Operativo	16265480,00
Rotación Capital Neto de Trabajo Operativo	96,68%
Días de Rotación Capital Neto de Trabajo Operativo	3,72%
Rotación Activo Total	3,17%
Rotación Activos Operativos	3,17%
Rotación Activo Fijo	91,29%
Rotación Pasivo Total	5,16%
Rotación Patrimonio	8,24%
Margen Bruto UBV	96,95%
Margen Operacional UAI o UO	95,98%
Margen Antes de Impuestos UAI	98,71%
Margen Neto UN	98,71%
Rentabilidad Neta del Activo	312,98%
Rentabilidad Operativa del Activo R.O.I.	304,47
Rendimiento Capital ROC	7116,21
Contribución Financiera	508,39
Costo Ponderado de la Deuda	0,47%
Costo de Capital	0,19%
EVA	980129234,33
Endeudamiento Total	61,50%
Endeudamiento Corto Plazo	93,44

Endeudamiento Largo Plazo	6,56%
Razón Pasivo a Patrimonio	159,72
Multiplicación del Patrimonio	2,60%
Cobertura Intereses	1278,78
Razón Pasivo Capitalización Total	91,70%
Razón del KT Sobre Ventas	0,30%
Razón del KNT Sobre Ventas	0,12%
Razón del KNT0 Sobre Ventas	0,01%
Razón del Costo de Ventas	0,03%
Índice Liquidez	1,68%
% Inventario Pdto.Terminado / Ventas	0,03%

Fuente: Creación propia

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Al realizar un cambio porcentual del -10% en el cambio porcentual de ventas, obtenemos:

Tabla #66. Variación de la demanda -10%

	MES 1	MES 12
FLUJO DE CAJA	-\$ 187.490.558	\$ 310.308.714
VALOR PRESENTE NETO	-\$ 123.291.901	
TASA INTERNA DE RETORNO	16.39%	

Fuente: Creación propia

Al realizar un cambio porcentual del 10% en el cambio porcentual de ventas, obtenemos:

Tabla #67. Variación de la demanda 10%

	MES 1	MES 12
FLUJO DE CAJA	-\$ 240.338.973	\$ 373.026.679
VALOR PRESENTE NETO	-\$ 153.850.078	
TASA INTERNA DE RETORNO	16.86%	

Fuente: Creación propia

8.4.5 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

VARIACIONES DEL PRECIO:

Al incrementar en un **15%** el cambio porcentual en el precio, obtenemos:

Tabla #68. Variación del precio 15%

	MES 1	MES 12
FLUJO DE CAJA	-\$ 213.914.765	\$ 357.789.847
VALOR PRESENTE NETO	-\$ 103.158.746	
TASA INTERNA DE RETORNO	23.70%	

Fuente: Creación propia

Al incrementar en un **30%** el cambio porcentual del precio obtenemos:

Tabla #69. Variación del precio 30%

	MES 1	MES 12
FLUJO DE CAJA	-\$ 213.914.765	\$ 373.911.998
VALOR PRESENTE NETO	-\$ 67.746.502	
TASA INTERNA DE RETORNO	30.91%	

Fuente: Creación propia

Si disminuimos el porcentaje en un **-15%**, en resultado es:

Tabla #70. Variación del precio -15%

	MES 1	MES 12
FLUJO DE CAJA	-\$ 213.914.765	\$ 325.545.546
VALOR PRESENTE NETO	-\$ 173.983.234	
TASA INTERNA DE RETORNO	9.83%	

Fuente: Creación propia

CONSIDERACIONES FINALES

A través de las investigaciones realizadas en la elaboración de este proyecto podemos concluir que;

Existe un mercado que se encuentra desatendido y es allí donde queremos llegar, ofreciéndole un producto de excelente calidad, que les ayudará a los piscicultores a disminuir costos en la cría de alevinos.

El producto tiene grandes posibilidades de ser aceptado por el mercado, debido a la gran cantidad de empresas piscícolas que utilizan estanques para la cría y engorde de peces, gracias a que, las geomembranas son un producto que ayudan a mantener los estanques aseados sin requerimiento de filtros, por lo que resulta en un gran ahorro para los dueños de este tipo de empresas.

Para nosotros como importadores y comercializadores directos de geomembranas en Colombia, es primordial contar con excelentes proveedores, que nos dan la posibilidad de realizar compras ordinarias y de ventas sobre pedidos, asegurándonos unos tiempos de entrega que no perjudiquen nuestra promesa de servicio, además de ofrecernos un producto de 20 años de garantía que nos da seguridad y confianza a nosotros y a nuestros clientes en Colombia.

Nuestra bodega se encontrará ubicada en la ciudad de Cali, por la cercanía a las poblaciones que pretendemos atender, y al puerto de Buenaventura, por el cual, ingresaría la mercancía al país.

La empresa contará con 2 socios iniciales que aportaran un capital total de \$75'000.000 para la constitución, gastos preoperativos, activos fijos, y parte del capital de trabajo de la empresa.

Se cuenta con una rentabilidad esperada del 45%, con lo cual obtendremos un VPN de -\$8.570.990 y una TIR del 16,65% para el primer año, pero que de acuerdo a nuestras proyecciones, en cinco años tendremos un VPN de -209.466.194, una TIR del 233,33% y un flujo de caja de \$ 2.303.169.300.

En consideración personal, es importante realizar estudios de mercados internacionales y penetración en otros mercados, ofreciendo el producto no solo para uso en estanques, sino también para uso en pozos, depósitos de lodos y demás aplicaciones que tiene el producto, porque debido a la durabilidad del producto, se podrá cubrir el total de mercado nacional esperado, y no en ese momento, no se tendrán más clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alfa Co S.A.S. Productos. Disponible en: www.alfacoltda.com. Recuperado el 25 de septiembre de 2014.

Alfa Co S.A.S. Servicios. Disponible en: www.alfacoltda.com. Recuperado el 25 de septiembre de 2014.

*Bancoldex, (2014). Simulador de crédito. Disponible en www.bancoldex.com
Recuperado el día: 9 de noviembre de 2014.*

Corporación Colombia internacional – CCI y ministerio de agricultura y desarrollo rural – MADR (2012). Encuesta nacional piscícola 2012a informe de resultados. Disponible en: www.acac.org.co/boletines. Recuperado el día: 2 de septiembre de 2014.

*Definición ABC (2007). Definición piscicultura. Disponible en: www.definicionabc.com.
Recuperado el día: 28 de agosto de 2014.*

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN (2013). Glosario de términos en materia aduanera. Disponible en: www.dian.gov.co Recuperado el día: 28 de noviembre de 2014.

EcuRed (2014). Alevines. Disponible en: www.ecured.cu Recuperado el día: 28 de noviembre de 2014.

Electromanfer LTDA. Empresa. Disponible en: www.electromanfer.com. Recuperado el día: 25 de septiembre de 2014.

Electromanfer LTDA. Línea ambiental. Disponible en: www.electromanfer.com. Recuperado el día: 25 de septiembre de 2014.

Geosinteticos LTDA. Productos. Disponible en: www.geosinteticosltda.com. Recuperado el día: 25 de septiembre de 2014.

Geosoluciones. Sector ambiental. Disponible en: www.geomembranas.com.co. Recuperado el 25 de septiembre de 2014.

Geosoluciones. Productos y geoproductos. Disponible en: www.geomembranas.com.co. Recuperado el 25 de septiembre de 2014.

Geosoluciones. Geoservicios y geosoluciones Disponible en: www.geomembranas.com.co. Recuperado el 25 de septiembre de 2014.

Google Sites. Geomembranas, definición y usos. Disponible en: <https://sites.google.com> Recuperado el día: 28 de agosto de 2014.

Internacional Tangeomex (2014). Tangeomex, industria, acuacultura, contacto.

Disponible en: www.tangeomex.com.mx Recuperado el día: 2 de septiembre de 2014.

Lexicoon. Estanques. Disponible en: www.lexicoon.org Recuperado el día: 28 de noviembre de 2014.

Office (Septiembre, 2014). Presentar datos en un diagrama de Gantt en Excel.

Disponible en: <http://office.microsoft.com> Recuperado el día: 25 de septiembre de 2014.

Plan Nacional de Desarrollo de Acuicultura Sostenible en Colombia (FAO INCODER 2011). Diagnóstico del Estado de la Acuicultura en Colombia. Disponible en: www.ceniacua.org . Recuperado el día: 2 de septiembre de 2014.

Universidad Eafit, Escuela de administración, notas de clase, consultorio contable, Disponible en: <http://www.eafit.edu.co> Recuperado el día: 9 de noviembre de 2014.