



COMERCIALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE GOMA PROTECTORA DE VEHÍCULOS DE TRABAJO LIVIANO DE

RUBBERCARDS S.A.S
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
12 DE FEBRERO 2014

**COMERCIALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE
GOMA PROTECTORA PARA VEHÍCULOS
DE TRABAJO LIVIANO**

Plan de Negocios

RUBBERCARDS S.A.S
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
MEDELLIN, FEBRERO, 2014



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

COMERCIALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE GOMA PROTECTORA DE VEHÍCULOS DE TRABAJO LIVIANO 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

**DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios**

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

LISTA DE TABLAS

- Tabla 1. Resumen de Costos de la empresa. **11**
- Tabla 2. Análisis de financiación de la empresa. **12**
- Tabla 3. La proyección de ventas mes a mes proyectadas a 5 años. **12**
- Tabla 4. Análisis de punto de equilibrio del producto. **13**
- Tabla 5. Empresas de Seguridad Privada. **24**
- Tabla 6. Precios de algunos insumos para nuestra empresa. **36**
- Tabla 7. Precios de goma para vehículo automóvil. **42**
- Tabla 8. Precios de goma para Camioneta Montero 4X4. **42**
- Tabla 9. Precios de goma para vehículo para ambulancia Furgón. **43**
- Tabla 10. Recursos Personal de ventas. **44**
- Tabla 11. Recursos Transporte del Producto y equipos del personal de ventas. **45**
- Tabla 12. Proyección de ventas nacionales primer año de evolución de vehículos automóviles. **46**
- Tabla 13. Proyección de ventas nacionales primer año de evolución de vehículos Camionetas. **46**
- Tabla 14. Proyección de ventas nacionales primer año de evolución de vehículos para ambulancias Furgón. **47**
- Tabla 15. Proyección de ventas internacionales primer año de evolución de Camionetas Montero 4X4. **48**
- Tabla 16. Proyección de ventas internacionales primer año de evolución de Vehículos para Ambulancias Furgón. **48**
- Tabla 17. Tiempos estimados de producción y Personal a cargo. **50**
- Tabla 18. Equipos. **52**
- Tabla 19. Materia Prima. **53**
- Tabla 20. Costos de importación de las láminas de goma. **54**

Tabla 21. Equipos, muebles y enseres. **56**

Tabla 22. Materiales e insumos. **57**

Tabla 23. Servicios Externos. **58**

Tabla 24. Servicios Externos. **65**

Tabla 25. Equipos, muebles y enseres. **69**

Tabla 26. Equipos de oficina. **70**

Tabla 27. Servicios Externos. **70**

Tabla 28. Certificados y registros. **74**

Tabla 29. Listado de Interés Mensual. **76**

Tabla 30. Análisis de ventas totales por producto. **78**

Tabla 31. Análisis de inversiones de la empresa. **79**

Tabla 32. Número de días que necesita cubrir sus COSTOS VARIABLES y FIJOS. **79**

Tabla 33. Número de días que necesita cubrir sus VENTAS e INVENTARIOS de PRODUCTO Y MATERIA PRIMA. **80**

Tabla 34. Número de días que sus proveedores le dan para pagar. **80**

Tabla 35. Análisis de costos fijos. **81**

Tabla 36. Análisis de costos fijos de administración. **82**

Tabla 37. Análisis de costos fijo de comercialización y ventas. **83**

Tabla 38. Análisis de amortización y datos bancarios. **84**

Tabla 39. Análisis del flujo de caja. **85**

Tabla 40. Análisis del valor presente neto. **87**

Tabla 41. Análisis de la tasa interna de retorno.

Tabla 42. Aumento del 10% en las ventas mensuales.

Tabla 43. Aumento del 10% de las ventas anuales.

Tabla 44. Disminución del 10% en las ventas mensuales.

Tabla 45. Aumento del 10% del precio del producto mensual.

Tabla 46. Aumento del 10% del precio del producto anual.

Tabla 47. Disminución del 10% del precio del producto mensual.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Pantallazo del registro único empresarial. **16**

Figura 2. Flujo de mercado de vehículos en el año 2013. **20**

Figura 3. Ventas y matrículas de vehículos nuevos en Colombia.**21**

Figura 4. Matrículas mensuales de vehículos nuevos.**21**

Figura 5. Exportaciones Colombianas de Autopartes.**22**

Figura 6. Vehículos más buscados por la seguridad que brindan. **23**

Figura 7. Ambulancias Medellín. **27**

Figura 8. Ambulancias Argentina. **28**

Figura 9. Tipos de texturas de goma.**30**

Figura 10. Accidente Automovilístico.**31**

Figura 11. Rayón en un Volkswagen.**32**

Figura 12. Estadística de muertes de tránsito en función de usuario de la vía pública.**32**

Figura 13. Estadística de accidentalidad en Medellín en el 2012.**33**

Figura 14. Logo de la empresa.**40**

Figura 15. Análisis de los precios de los productos según los costos. **41**

Figura 16. Proceso de producción.**50**

Figura 17. Análisis del programa de producción.**60**

Figura 18. Organigrama de la empresa.**66**

Figura 19. Programa de Administración. **72**

Figura 20. Tarifas del registro mercantil.**75**

Figura 21. Pantallazo de la tasa de interés mensual.**77**

Figura22. Análisis de precios según costos.**81**

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A.Encuestas. **96**

ANEXO B. Cotización de Exportación. **105**

ANEXO C. Cotización de Importación. **106**

ANEXO D. Cotizaciones de transporte nacional FEDEX.**107**

RESUMEN EJECUTIVO

Se realiza un plan de negocios con el fin de crear una empresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de una Goma protectora para varios vehículos y diferentes tipos de servicios tanto en Colombia, como en Argentina; la cual los protegerá de rayones, golpes y evita lesiones personales a los ocupantes de los vehículos que la posean; para ello tendremos en cuenta los vacíos existentes en el mercado y con base en ellos plasmar estrategias que permitan la satisfacción del cliente; también tendremos en cuenta las condiciones para la creación del negocio, basadas en los productos con los cuales se iniciaran operaciones y en los canales de distribución.

De acuerdo a lo anterior se definen estrategias de producto, precio y consumidores, así como las estrategias operativas y administrativas con las cuales se llevaran a cabo las metas del proyecto. También se crearan servicios antes de la venta, como la asesoría especializada en la compra.

En el plan de negocios, lo que planteamos es crear una empresa que tiene como principal política la creación de productos diferenciadores, con valor agregado, el cual se reflejaría en la participación de los clientes en el diseño de sus accesorios, con el fin de lograr rendimientos positivos para el proyecto en proceso y mantener la constante satisfacción de los clientes.

Nuestro mercado meta serán algunos concesionarios del país como lo son Volkswagen, Chevrolet, Mazda, Mitsubishi; algunas empresas de ambulancias y otras de seguridad privada.

COSTOS Y GASTOS

Tabla 1.
Resumen de Costos de la empresa.

RESUMEN COSTOS		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 121.956.788,0	55,14%
Total Costos fijos de producción	\$ 47.240.086,0	21,36%
Total Costos fijos de administración	\$ 13.408.877,0	6,06%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 38.560.132,0	17,43%
Costos Totales	\$ 221.165.883,0	100,00%

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

FINANCIAMIENTO:

Tabla 2.

Análisis de financiación de la empresa.

Préstamo Bancario (Financiación)

Monto del Préstamo:	\$ 424.000.000
Intereses (efectivo Mensual):	2,40%
Plazo (meses):	24
Modalidad del Préstamo:	\$23.445.921,04

Requerimientos Financieros	\$ 424.000.000
Préstamo Bancario	\$ 424.000.000
Recursos Propios	\$8.551.000

PROYECCIONES DE VENTAS Y RENTABILIDAD

Tabla 3.

La proyección de ventas mes a mes proyectadas a 5 años.

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 3.044.640.035	\$ 3.292.778.197	\$ 3.561.139.621	\$ 3.851.372.500	\$ 4.165.259.358

EVALUACIÓN DE VIABILIDAD

Tabla 4.
 Análisis de punto de equilibrio del producto.

PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO			
Margen Contribución Unitario	Participación Ventas	Punto Equilibrio (Unidades)	Punto Equilibrio (Pesos)
\$ 170.189,00	6,85%	39,94	\$ 13.978.687,78
\$ 190.573,00	7,36%	38,30	\$ 15.320.120,25
\$ 200.965,00	12,32%	60,80	\$ 26.142.583,48
\$ 221.348,00	10,15%	45,51	\$ 21.842.798,24
\$ 254.557,00	12,35%	48,13	\$ 24.065.137,09
\$ 254.940,00	9,40%	36,58	\$ 19.387.555,83
\$ 320.965,00	12,72%	39,31	\$ 21.620.010,29
\$ 321.348,00	11,73%	36,23	\$ 21.012.447,47
\$ 354.557,00	10,17%	28,45	\$ 17.071.893,10
\$ 354.940,00	6,95%	19,43	\$ 12.242.806,38
Costo Variable promedio =		48,07%	
Margen de contribución (\$) =		\$ 131.763.214,888	
Margen de contribución (%) =		51,93%	
Punto de Equilibrio (%) =		75,29%	
Punto de Equilibrio (\$) =		\$ 191.034.591,03	

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

<u>VIVIANA CARVAJAL MONTOYA</u>			
Identificación:	<u>1036604671</u>	Teléfono:	<u>5861508</u>
		Celular:	<u>3046750083</u>
Dirección:	<u>CL 76 G 82 C 51 INT 301</u>	Barrio:	<u>ROBLEDO</u>
Ciudad	<u>MEDELLIN</u>	Correo electrónico:	<u>vivianita_1113@hotmail.com</u>
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	<input checked="" type="checkbox"/> Universitarios
Otros Estudios:	<u>Bachiller con media técnica en informática y media técnica en diseño de software.</u>		

Nombre y Apellidos			
Identificación:	999999999	Teléfono:	9999999
		Celular:	999999999
Dirección:	Calle o Carrera 99999 No 99-99	Barrio:	XXXXXXX
Ciudad	XXXXXXX	Correo electrónico:	xxxxxx@xxxx.xxx
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios
Otros Estudios:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX		

Nombre y Apellidos			
Identificación:	999999999	Teléfono:	9999999
		Celular:	999999999
Dirección:	Calle o Carrera 99999 No 99-99	Barrio:	XXXXXXX
Ciudad	XXXXXXX	Correo electrónico:	xxxxxx@xxxx.xxx
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios
Otros Estudios:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX		



2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Esta idea nos surge desde el punto de vista personal, ya que todos los días nos encontramos con accidentes en las vías, los cuales son muy impactantes para la sociedad; al llegar y ver las noticias, nos recalcan los hechos relacionados con la accidentalidad que hay en nuestro país, por tantos conductores ebrios, por límites de velocidad, por descuido y otras razones que no tendrían que llegar a ser causantes de muertes a personas inocentes.

También hay familiares nuestros que han tenido accidentes de tránsito, y nos toca presenciar el sufrimiento de nuestras familias al ver que esta persona esta decaída, no mejora, hay que hacer cirugías y en el peor de los casos perder la vida.

Nosotros queremos con este producto evitar al máximo todo este tipo de situaciones; además también se pueden ver que muchas veces en las ambulancias que llevan los heridos por prestar un servicio rápido, se ven envueltas en accidentes de tránsito y el problema se vuelve más grave aún.

Se ve la necesidad de las entidades que trabajan prestando el servicio de vigilancia personal donde estos pueden ofrecer una mayor garantía a sus clientes de no ser muy fuerte el impacto a la hora de ocasionarse un choque.

Por todos estos motivos nuestra empresa y producto va a salir adelante, porque es algo muy viable para las personas que buscan seguridad y comodidad.

Esperamos del proyecto resultados económicos con el fin de mejorar nuestro estilo de vida y situación económica y aparte de esto brindar seguridad a las personas que quieren cuidar sus vidas.

Nuestra estrategia de ventas es ir a ferias, repartir volantes, tener tarjetas profesionales, algunas vallas publicitarias y un punto de venta acreditado.

2. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

RUBBERCARDS S.A.S

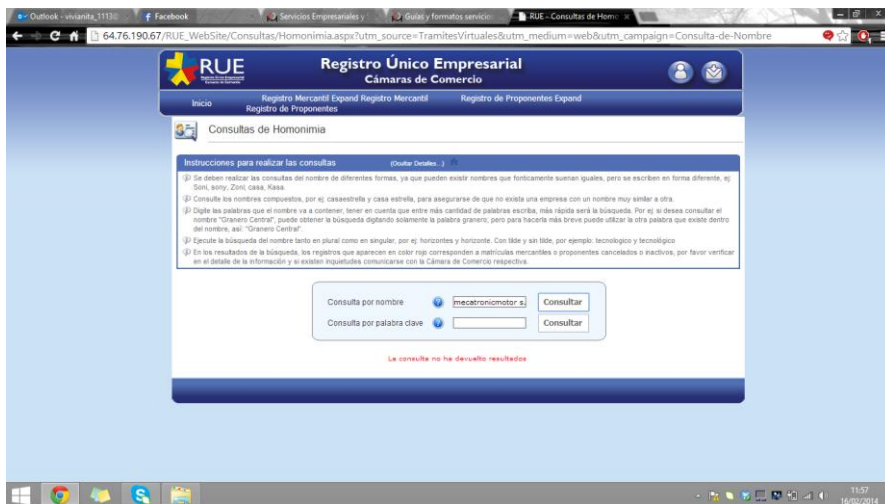


Figura 1. Pantallazo del registro único empresarial.

3.2 Descripción de la Empresa

La empresa está dedicada a la producción y comercialización nacional e internacional de cubiertas de goma para vehículos livianos, va a estar ubicada en el centro comercial automotriz Carrera 43 A N° 19 A 87, local 213, inicialmente la constituiremos como una pyme debido a que o contamos con los suficientes recursos.

3.3 Misión y Visión de la Empresa

Misión:

Rubbercards es la mejor y unica opcion en la produccion y comercializacion de cubiertas de goma para vehiculos, satisfaciendo así, las necesidades de nuestros clientes, garantizando mayor

seguridad y calidad, y ofreciendo mejores condiciones para el desarrollo integral de nuestra sociedad.

Visión:

En el 2019 ser la empresa mas reconocida, distinguida y demandante en la elaboracion de nuestro producto para el sector automotriz, enfocada en la seguridad y calidad para nuestros clientes, logrando así enfrentar mercados internacionales y a lo largo del tiempo logrando diseñar y elaborar para vehiculos pesados.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

- Promover el producto a nuestro mercado objetivo, dando a conocer las ventajas de éste.
- Posicionarnos inicialmente en todos los concesionarios del país, creando así la necesidad en nuestros clientes de adquirir el producto.

Objetivos a mediano plazo

- Distribuir y comercializar nuestro producto a nivel nacional.
- Asistir a ferias internacionales para dar a conocer el producto.

Objetivos a largo plazo

- Ser la empresa líder y reconocida a nivel nacional e internacional por la calidad y servicio a los clientes.
- Expandirnos a nivel internacional, logrando así distribuir y comercializar nuestro producto.

3.5 Ventajas Competitivas

EMPRESA

- Mayor seguridad para el cliente final.
- Únicos en ofrecer el producto.
- Mayor facilidad de acceso por su economía.

PRODUCTO

- Reducción de daños al vehículo.
- Facilidad en el cambio de color y estilo del vehículo.
- Diseños personalizados.

3.53.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

Se observó la necesidad de crear un material especializado y diseñado con el fin de reducir el porcentaje de daños en la carrocería y chasis en cuanto a colisiones, rayones y demás; adicionalmente de proteger los puntos estratégicos de la vida útil del vehículo, del ambiente, y principalmente la vida humana tanto de los ocupantes del automóvil y las personas externas.

3.63.7 Relación de productos y/o servicios

Nosotros vamos a ofrecer una goma protectora para vehículos que requieren mayor seguridad que los demás autos, como lo son los carros para empresas de seguridad privada, transporte de personas heridas y vehículos para personas de la tercera edad que van a un concesionario en búsqueda de un auto seguro y cómodo.

3.73.8 Justificación del Negocio

Observando los distintos tipos de vehículos que nos ofrece el sector automotriz, se puede ver que con ellos también llegan varios inconvenientes como lo son los accidentes de tránsito los cuales causan pérdidas humanas y daños materiales.

La propuesta tiene como meta crear una empresa de producción y comercialización de goma para el recubrimiento de los automóviles en la parte externa, ya que será vital para evitar los rayones, hundidos y golpes superficiales o profundos en el automóvil. Es de anotar que mediante la realización de este proyecto, el sector automotriz que se relaciona con la seguridad de los ocupantes del vehículo y los usuarios del automotor tendrán una gran ventaja económica porque los propietarios de este producto podrán cambiar a su antojo, su estilo y diseño de sus carros cuando ya pase de moda o en efecto cuando ya no se sientan a gusto con el que tienen en ese momento. Se crearan nuevos convenios con empresas de seguridad y concesionarios internacionales para nuestro crecimiento como empresa.

En cuanto lo económico nosotros invertiremos gran parte de nuestros ahorros, pasaremos el proyecto a la Secretaria de Medellín por el Fondo Emprender y hacer un préstamo en una entidad bancaria, así el gasto que se debe hacer no será demasiado, pero valdrá la pena al ver los buenos resultados.

3.83.9 Análisis del entorno y del sector

La fortaleza de tipo social que nosotros tenemos es que somos únicos en el mercado, ya que nuestro producto solo lo producimos y comercializamos en nuestra empresa.

Así mismo podremos concientizar a las personas que los carros no se pueden rayar por rabia o

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

envidias o solo porque lo ven sucio, ya que nuestro producto no permite que suceda nada de lo anteriormente mencionado.

En el área de economía ayudaremos a los clientes finales a reducir costos en la pintura y colisiones; ahorrar agua es un gran aporte que brindamos ya que la goma protectora no permite que en nuestro vehículo genere mucha suciedad.

La tasa de cambio actualmente nos favorece para las exportaciones por el alza del dólar, ya que a la hora de vender nuestro producto obtendríamos muy buenas ganancias; pero también nos vemos afectados a la hora de las importaciones de nuestros insumos.

La distribución la haremos nosotros como empresa para evitar inconvenientes de transporte, ya que nos tocaría contratar a personas externas que puedan tener imprevistos y los que quedamos mal somos nosotros como empresa, ya que no seríamos puntuales en nuestras entregas.

Al cliente se le dará un año de garantía en cuanto a lo que tenga que ver con daños externos, como porosidades o malformaciones, pero no se tendrá en cuenta la garantía si es por daños causados por personas o por golpes repetitivos.

Tener una persona encargada de ventas en nuestro país potencial para que les pueda mostrar por catálogos a nuestros clientes y se encargue de todo lo que tiene que ver con la publicidad, distribución y comercialización.

Nuestro punto de venta en la ciudad de Medellín, les permite desplazarse a nuestros clientes locales para que compren personalmente nuestro producto y ofrecerle mejor rentabilidad y darle una gran confiabilidad de la empresa.

Las formas de pago pueden ser variadas, ya que algunos clientes no manejan tanto efectivo y en caso de ser internacional, nuestra vendedora no está autorizada para recibir dinero; así que pueden ser por medio de giros, cheques, envíos y/o transacciones.

Nos podemos dar el lujo que nuestros clientes finales jamás se van a acabar, debido a que la seguridad y la protección de las personas y los vehículos cada día es más inevitable.

3.9.1 Incremento de ventas de vehículos en Colombia.

Tenemos un informe detallado de la ANDI (Asociación Nacional De Empresarios) en el cual podemos ver las ventas e incrementos en el sector automotriz, eso nos deja claro que la población Colombiana cada vez más quiere un automóvil para transportarse y ahora con nuestra empresa será más seguro su viaje.

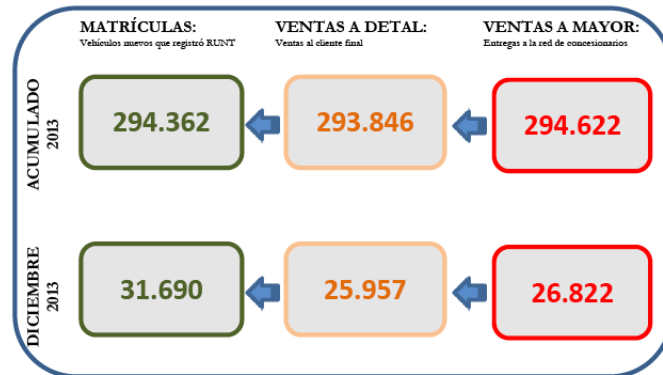


Figura 2. Flujo de mercado de vehículos en el año 2013.

Para efecto las **matrículas** se refieren a los automóviles, buses, busetas, camiones, camionetas, camperos, microbuses, tracto camiones y volquetas, modelo 2010 o posterior, registrados en el RUNT como matrículas de nuevos o no usados; las **ventas a detal** a los vehículos vendidos a los clientes finales, que para las empresas miembros del Comité Automotor corresponden con lo directamente reportado por ellas y para quienes no lo son con estimaciones realizadas por Econometría S.A. y las **ventas a mayor** al ingreso de vehículos nuevos a la red de concesionarios del país, reportado por las empresas miembros del Comité Automotor o estimado como las importaciones para quienes no lo son.

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

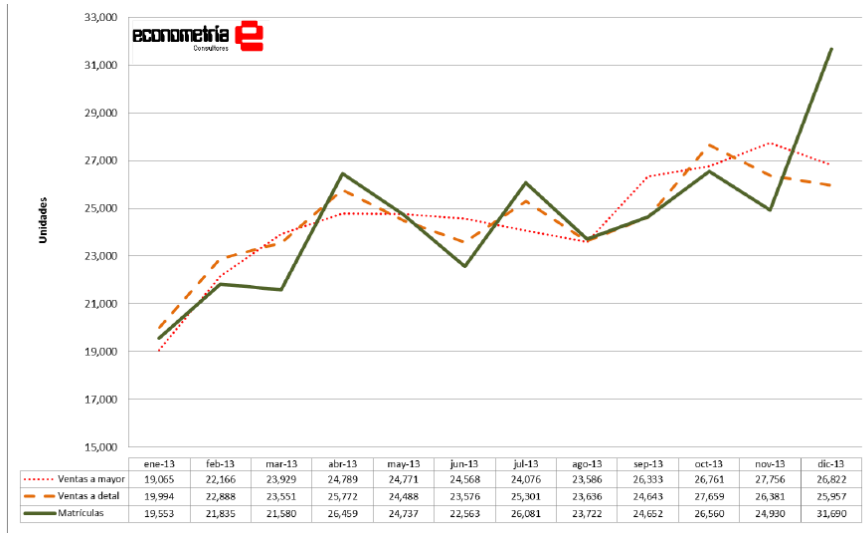


Figura 3. Ventas y matrículas de vehículos nuevos en Colombia.

Mes	2011	2012	2013	Variación 13/12	Participación en el mes (2013)
Enero	21,638	20,329	19,553	-3.8%	6.6%
Febrero	26,821	24,773	21,835	-11.9%	7.4%
Marzo	31,171	29,141	21,580	-25.9%	7.3%
Abril	28,585	23,879	26,459	10.8%	9.0%
Mayo	27,460	26,964	24,737	-8.3%	8.4%
Junio	27,766	24,575	22,563	-8.2%	7.7%
Julio	27,359	25,535	26,081	2.1%	8.9%
Agosto	28,271	25,887	23,722	-8.4%	8.1%
Septiembre	27,666	25,390	24,652	-2.9%	8.4%
Octubre	27,846	26,193	26,560	1.4%	9.0%
Noviembre	29,589	24,308	24,930	2.6%	8.5%
Diciembre	29,749	33,490	31,690	-5.4%	10.8%
Total	333,921	310,464	294,362	-5.2%	100%

Fuente: Cálculos Eeconometria con base en cifras del Comité Automotor. DIAN y RUNT

Figura 4. Matriculas mensuales de vehículos nuevos.

3.9.2 Ventas de vehículos en el exterior.

Actualmente Colombia desarrolla una estrategia para modernizar la industria automotriz.

El gobierno nacional le apuesta al crecimiento y la modernización del sector de autopartes, mediante el programa de Transformación Productiva, a través de los siguientes objetivos:

- Aumentar las exportaciones del sector, de US\$668 millones en 2010 a US\$ 3.000 millones en 2032 mediante la aplicación de la base exportadora en la región.
- Crear el Centro de Desarrollo Tecnológico de la Industria Automotriz Colombiana (CDTA), con una inversión estimada de 60 millones de dólares, con el fin de generar (I+D+I) Investigación +Desarrollo+ Innovación en varios segmentos con potencial de producción del sector.

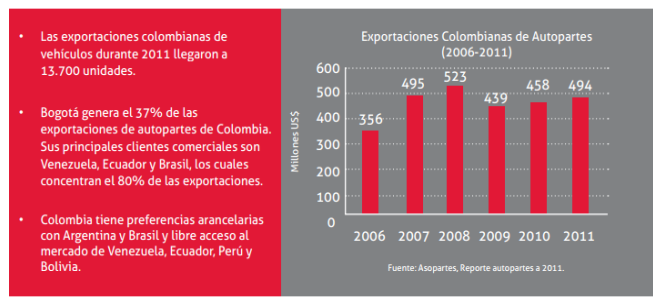


Figura 5. Exportaciones Colombianas de Autopartes.

- Ventas totales 2013 en Argentina

955.023 vehículos, un 13,5% más que en 2012. Se trata de un nuevo récord histórico para la Argentina. El dato del año: Volkswagen volvió a ser la marca más vendida del país, pero Renault desplazó a Chevrolet del segundo puesto y se acercó mucho al puntero.

1	Volkswagen	158.868
2	Renault	140.653
3	Chevrolet	139.142
4	Ford	118.373

3.9.3 Vehículos vendidos por mayor seguridad.

Mientras que la mayoría de los ciudadanos se entrega al transporte público, caminatas, scooters o esos autos amarillos con relojes para ir de un lugar a otro, muchos urbanitas prefieren la libertad y el desafío de conducirse por sus propios medios. De cualquier forma, moverse en una gran ciudad requiere un tipo especial de vehículo, considerando el estrés y las limitaciones de espacio y estacionamiento. Un vehículo urbano tiene que ser por fuera lo más pequeño posible y, por dentro, espacioso y versátil. Tiene que tener muy buena visibilidad y maniobrabilidad combinados con buena aceleración y freno. Además, confiabilidad, buenas estadísticas de seguridad y garantía son bienes imprescindibles porque manejar en la ciudad es casi tan difícil como conducir un camión con acoplado. Te presentamos las 10 máquinas del mercado más adecuadas para moverte en la selva de concreto.



Figura 6. Vehículos mas buscados por la seguridad que brindan

Lista de Vehículos Seguros:

- Honda Fit
- Hyundai Elantra
- Kia Rondo
- Kia Soul
- Mazda 5
- Mini Clubman
- Nissan Cub
- Smart Fortwo
- Toyota Prius
- Volkswagen Golf TDI

3.9.4 Empresas del sector de seguridad privada y transporte ambulatoria.

El sector de seguridad se distinguió por una intensa competencia y un aumento vegetativo de precios, con el fin de atraer clientes y reducir el número de participantes en la actividad. El

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

crecimiento en volumen se fundamentó en el aumento del crecimiento del país. Con excepción de Seguridad Atlas, que creció al ritmo del sector, los principales protagonistas de la industria perdieron participación con compañías que fueron activas en consecución de clientes sin importar la rentabilidad de los negocios. Arseg, Road Track y Seguridad Técnica volvieron a tener un año destacado en términos operativos.

Tabla 5.
Empresas de Seguridad Privada.

RANKING	EMPRESA	VENTAS	CIUDAD
1	BRINKS DE COLOMBIA	\$161,401.55	BOGOTÁ
2	WACKENHUT DE COLOMBIA	\$150,528.06	BOGOTÁ
3	ATLAS SEGURIDAD	\$112,197.62	CALI
4	WISE	\$90,007.82	BOGOTA D.C.
5	PROSEGUR DE COLOMBIA	\$84,172.79	BOGOTÁ
6	SAGEM DEFENSA Y SEGURIDAD	\$76,191.34	BOGOTA
7	SERVICES INTERNATIONAL	\$75,819.18	BOGOTÁ
8	VIMARCO	\$74,495.71	CARTAGENA
9	SEPECOL	\$65,818.45	BOGOTÁ
10	INTERNACIONAL SEGURIDAD	\$49,415.46	CALI
11	GUARDIANES	\$46,667.57	BOGOTA D.C.
12	SEVICOL	\$45,495.86	BUCARAMANGA
13	SERVICONFOR	\$43,868.19	BOGOTA D.C.
14	COLVISEG	\$41,978.01	BOGOTA D.C.
15	ISVI	\$39,777.92	BOGOTA
16	ONCOR	\$38,238.56	BOGOTA D.C.
17	ATEMPI	\$34,939.04	BOGOTA D.C.
18	OMNITEMPUS	\$33,892.71	BOGOTA
19	ARSEG	\$31,782.86	BOGOTA
20	ROAD TRACK COLOMBIA	\$31,356.32	BOGOTA
21	SEGURIDAD TÉCNICA	\$30,871.36	BOGOTA
22	ÁGUILA DE ORO	\$27,081.16	BOGOTA D.C.
23	HONOR SEGURIDAD	\$26,174.10	BOGOTA D.C.
24	MIRO SEGURIDAD	\$24,046.68	BARRANQUILLA
25	COLVISEG	\$23,111.91	BARRANQUILLA
26	VIGILANCIA SANTA FERREÑA	\$22,965.85	BOGOTA D.C.
27	TRACKER DE COLOMBIA	\$22,875.96	BOGOTÁ
28	VIGILANCIA ACOSTA	\$22,717.76	BOGOTA D.C.
29	VALORES ATLAS	\$21,913.73	CALI
30	SEGURIDAD MÓVIL COLOMBIA	\$20,764.02	BOGOTA D.C.
31	VIASERVIN	\$19,218.52	BARRANQUILLA
32	AMERICANA DE VIGILANCIA	\$18,710.13	BOGOTÁ
33	AMOYA UNO	\$18,597.52	BOGOTA
34	DELTHAC 1 SEGURIDAD	\$17,637.67	BUCARAMANGA

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

35	ANDINA DE SEGURIDAD	\$17,635.03	CALI
36	VIGINORTE	\$17,296.47	BARRANQUILLA
37	SEGURIDAD CENTRAL	\$16,785.50	BOGOTA D.C.
38	TELESENTINEL	\$15,972.30	BOGOTA D.C.
39	MARNELL SECURITY	\$15,932.93	BOGOTA D.C.
40	COSERVICREA	\$15,627.20	BOGOTA D.C.
41	COLSECURITY	\$15,257.94	BOGOTA D.C.
42	SEGURIDAD BURNS	\$14,796.89	BOGOTA D.C.
43	SOCOVI	\$14,709.27	BOGOTÁ
44	ARMOR INTERNATIONAL	\$13,237.29	BOGOTA
45	PARKING INTERNATIONAL	\$12,943.09	BOGOTA
46	INTERSEG	\$12,877.46	BOGOTA
47	ANDINA DE SEGURIDAD	\$12,330.34	BOGOTA D.C.
48	TORONTO DE COLOMBIA	\$11,492.56	BOGOTA D.C.
49	SATRACK DE COLOMBIA	\$11,254.51	MEDELLIN
50	CELGUPA Y SERVICIOS	\$10,825.06	BOGOTA D.C.
51	JIMÉNEZ MOYA & CÍA.	\$10,505.29	BOGOTA D.C.
52	SEGURIDAD OMEGA	\$10,461.40	CALI
53	INTEGRA SEGURIDAD	\$10,084.23	BOGOTA D.C.
54	COVITEC	\$9,506.20	MEDELLIN
55	RECAUDO DE VALORES	\$9,451.09	BOGOTA
56	NASER	\$9,136.99	BOGOTA D.C.
57	SERVICONI	\$8,801.40	BARRANQUILLA
58	SEGURIDAD 7-24	\$8,721.24	BOGOTA D.C.
59	SECURITY SHOPS	\$8,699.59	BOGOTA
60	SEGURIAMÉRICAS	\$8,541.15	BOGOTA D.C.
61	SOVIP	\$8,436.21	BOGOTA D.C.
62	SECURITY VIDEO EQUIPMENT	\$8,430.71	BOGOTA
63	CLASP	\$7,824.53	BOGOTA
64	SEGURIDAD DE COLOMBIA	\$7,452.15	BOGOTA D.C.
65	DSC	\$7,206.90	BOGOTA D.C.
66	INVERLOSET	\$7,198.26	BARRANQUILLA
67	ATLANTA	\$7,187.45	BOGOTA D.C.
68	ALARMAR	\$7,020.25	MEDELLIN
69	SALVAGUARDAR	\$6,693.23	BOGOTA
70	CONTROL BOX	\$6,604.45	BOGOTA
71	SERVIES	\$5,600.66	BARRANQUILLA
72	VIGILANCIA SAN JOSÉ	\$5,548.19	CALI
73	SU OPORTUNO SERVICIO	\$5,259.12	BARRANQUILLA
74	EQUIPOS BANCARIOS DULON	\$4,988.12	BOGOTA
75	BALLISTIC TECHNOLOGY	\$4,620.64	BOGOTA
76	GUARDACOL	\$4,584.39	BOGOTA

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

77	QUINTILES COLOMBIA	\$4,522.10	BOGOTA
78	VIDELCA	\$4,480.12	BARRANQUILLA
79	ROYAL DE COLOMBIA	\$4,441.16	CALI
80	LAUREL RMS	\$4,279.92	BOGOTA D.C.
81	ASYPRO	\$3,932.64	BOGOTA D.C.
82	ALARMAR CALI	\$3,796.92	CALI
83	CYC TRADING	\$3,651.32	BOGOTA
84	INVERNAL	\$3,627.92	BOGOTA
85	SEYCO	\$3,585.04	BOGOTA D.C.
86	RAPTOR	\$3,558.58	BOGOTA
87	ALARMAS DISSEL	\$3,373.51	PEREIRA
88	CONSEGURIDAD DEL CARIBE	\$3,344.60	BARRANQUILLA
89	COVISEGUA	\$3,325.06	RIOHACHA
90	MONITORÍA DIGITAL ATLAS	\$3,212.64	BOGOTA
91	IMPORCOM	\$3,118.48	BOGOTA
92	RUMBO ASOCIADOS	\$3,066.16	BOGOTA D.C.
93	LATTICE SYSTEMS	\$3,026.34	BARRANQUILLA
94	TECNIALARMAS	\$2,988.36	BARRANQUILLA
95	HOLDING SECURITY	\$2,957.81	BOGOTA D.C.
96	SEGURIDAD SELECTA	\$2,738.32	BOGOTA D.C.
97	VIGIASER	\$2,445.85	BOGOTA
98	BUNKER	\$2,367.69	BOGOTA D.C.
99	A Z SEGURIDAD Y EQUIPOS	\$2,242.59	BOGOTA D.C.

Transporte de ambulancias en Medellín.

The screenshot displays a list of five ambulance service providers in Medellín, each with contact information and services offered:

- 1 TECNODIMO S.A.S**: Cr80 44-67 Colombia, Medellín. Tel: (57) (4) 4446524. www.tecnodimo.com. Más Información. Services: Análisis, Diseño, Fabricación, Comercialización, Mantenimiento y Reparación de Carrocetas para Unidades Móviles de Salud, Militares, Educativas y de Alimentos. Llame Gratis. Sucursales.
- 2 BIOSERVICIOS S.A.S.**: Cl 48 C 67-51 Colombia, Medellín. Más. Tel: (57) (4) 2608150. www.bioservicios.co. Más Información. Services: Venta, Mantenimiento, Equipo Médico, Tensiómetro, Tallmetro, Báscula, Balanza, Organos, Oftalmoscopio, Otoscopio, Fonendoscopio, Consultorio, Lámparas, Pulsoxímetro, Riester, Seca, Linterna, Emergencia. Llame Gratis. Sucursales.
- 3 EMI**: Cr 48 14-49 Colombia, Medellín. Más. Pbx: (57) (4) 4444364. www.grupoemi.com. Más Información. Services: Atención Médica a Domicilio las 24 horas. Emergencias médicas y urgencias médicas. Llame Gratis. Sucursales.
- 4 EMERGENCIAS MEDICAS DEL ORIENTE**: Transporte Asistencial de Pacientes. Cr 48 56-59 Rionegro Colombia, Medellín. Más. Tel: (57) (4) 5318748. www.emedoriente.com. Más Información. Sucursales.
- 5 ORGANISMO DE SOCORRO GRUPO DE APOYO GENERAL DE MEDELLIN**: Atención Prehospitalaria en Eventos. Cl 48 A 73-11 Estadio Atanasio Girardot Colombia, Medellín. Tel: (57) (4) 4447139. Más Información. Sucursales.

Figura 7. Ambulancias Medellín

Transporte de ambulancias en Argentina.

Nombre	Descripcion	Provincia
PREVENT LIFE SA	Ambulancias - PREVENT LIFE SA _VER	en Caballito Capital+Federal
AMBULANCIAS MEDIVID	Ambulancias / Emergencias Medicas - AMBULANCIAS MEDIVID ATENCION PERMANENTE _VER	en Villa Urquiza Capital+Federal
AMBULANCIAS MEDICAS SERVICIOS MEDICOS	Ambulancias / Emergencias Medicas - AMBULANCIAS MEDICAS SERVICIOS MEDICOS _VER	en Balvanera Capital+Federal
AMBULANCIAS EMPRESA MONSERRAT	Ambulancias - AMBULANCIAS EMPRESA MONSERRAT _VER	en Palermo Capital+Federal
AMBULANCIAS CASA LOTITTO SA	Ambulancias - AMBULANCIAS CASA LOTITTO SA _VER	en Palermo Capital+Federal
AMBULANCIA VLADIMIRO	Ambulancias - AMBULANCIA VLADIMIRO _VER	en Palermo Capital+Federal
PHONOS SERVICIOS MEDICOS	Ambulancias - Eventos empresariales - Traslados al interior - Traslados con y sin médico Ciudad de Buenos Aires _VER	en Villa del Parque Capital+Federal
PROMEDICA DE ARGENTINA	Ambulancias / Construcciones - Empresas / Emergencias Medicas / Medicina Laboral - PROMEDICA DE ARGENTINA _VER	en San Fernando Buenos+Aires
CENTRO MEDICO DE LA COSTA	Ambulancias / Construcciones - Empresas / Emergencias Medicas / Medicina Laboral - _VER	en Villa Crespo Capital+Federal
CPC AMBULANCIAS	Neonatólogicas-UTI Adultos-Pediátricas - Coronarias - Guardias - Traslados al Interior - CPC AMBULANCIAS _VER	en Caballito Capital+Federal
CITYMED	Ambulancias / Medicina Laboral / Médicos - CITYMED _VER	en San Nicolas Capital+Federal

Con formato: Fuente: Lucida Sans, 18 pto, Negrita

Figura 8. Ambulancias Argentina

3-93.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

Área Técnica:

- Contratar personal con estudios técnicos y/o tecnológicos.
- Establecer los tiempos requeridos para cada trabajo.
- Comprar equipos que tengan una gran capacidad de producción.

Área Administrativa:

- Buenas relaciones con los bancos.
- Tener claro las prestaciones y salarios de los trabajadores de la empresa.
- Tener un análisis financiero claro de los gastos, costos y ganancias.



**DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios**

Área Comercial:

- Tener Iniciativas de crecimiento y relaciones comerciales.
- Saber cuál es el mercado meta al que se quiere llegar a ofrecer el producto.
- Proyectar una gran imagen de la empresa y de nuestros productos ofreciendo buena calidad y excelente precios.

Área Legal:

- Tener los documentos de la empresa al día.
- Saber que documentos se pueden realizar personalmente y cuales por internet y adicionalmente cuáles son sus valores y tenerlos presentes en los gastos de la empresa.

4 ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

Objetivos a corto a plazo

- Producir y comercializar más de 540 unidades al mes.
- Ser la empresa líder en Colombia, en producir y comercializar el producto.

Objetivos a mediano plazo

- Comprar un stand en las ferias más importantes del país.
- Tener unas ganancias mayores al valor invertido inicialmente.

Objetivos a largo plazo

- Tener puntos de ventas a nivel internacional.
- Tener como cliente potencial a las grandes ensambladoras del mundo.

4.14.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

4.1.14.2.1 **Descripción del servicio:** Es una goma de varias texturas para que nuestros clientes puedan escoger la que mejor les convenga. Estas son algunas dimensiones y tipos de goma que nos ofrece uno de nuestros proveedores:



Figura 9. Tipos de texturas de goma.

Fina de goma acanalada hoja

De espesor: 3-6mm

De ancho: 1-1.2m

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

Longitud: cualquier longitud
pliego de condiciones
de la gravedad: 1.45 & plusmn; 0.05g/cm & sup3
Resistencia a la tracción: 3 mpa (Milipascal)
El alargamiento: 220%
De la dureza: 60 & plusmn; 5

Banda de borde de la hoja de goma

De espesor: 3-20mm
De ancho: 1-1.2m

Punto hoja de goma

De espesor: 4-6mm
De ancho: 1.2m

Cojines perforada hoja de goma

1000*700*18mm, 915*915*15mm
pliego de condiciones

De color naranja de la hoja de goma

De espesor: 3-6mm
De ancho: 1.2m

Las necesidades que queremos suplir es que los usuarios finales no tengan en ningún momento estos tipos de inconvenientes: Rayones, choques, accidentes mortales, entre otros.



Figura 10. Accidente Automovilístico.



Figura 11. Rayón en un Volkswagen.

Estas son algunas estadísticas de accidentes que nos entregan diferentes tipos de unidades como la OMS (Organización Mundial de la Salud) y la Corporación Fondo de Protección Vial.

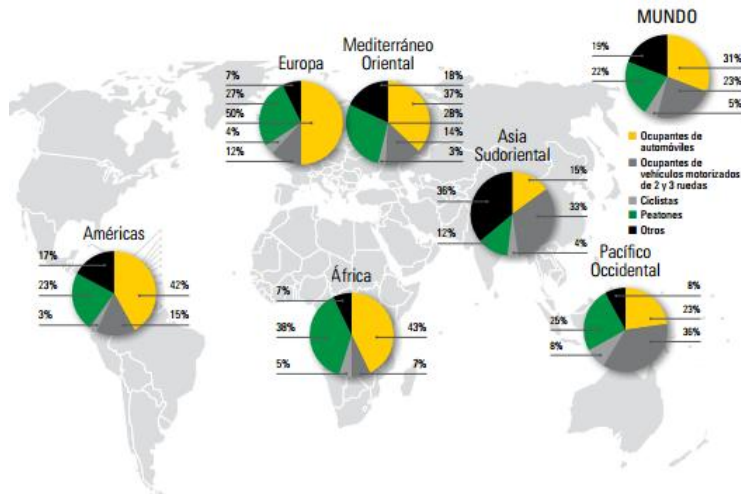


Figura 12. Estadística de muertes de tránsito en función de usuario de la vía pública.

Medellín 2012		
	Muertos	Heridos
Bicicleta	10	93
Motocicleta	131	1395
Peatón	111	842
Transporte de Carga	1	5
Transporte Particular	8	115
Transporte Público	6	241
Otro o sin información	0	7
Total	267	2698

Estadísticas accidentalidad

A continuación presentamos información estadística sobre la accidentalidad en Colombia, clasificada por los diferentes departamentos del país.

Figura 13. Estadística de accidentalidad en Medellín en el 2012.

Las ventajas de nuestro producto y de adquirirlo son la calidad; evita los daños causados al vehículo por el medio ambiente, tales como: la oxidación, la humedad, el polvo, entre otros; no volverá a ver su carro rayado, ni con hundidos; la garantía que ofrecemos como empresa es de un año, si en algún momento ve poros o alteración de fábrica; mas no por golpes repetitivos o daños causados por agentes externos.

4.2.4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.2.14.3.1 El Mercado Meta

Son cuatro concesionarios potenciales tales como ANDAR, AUTOLARTE, MAZDA y VOLKSWAGEN; cinco empresas de transporte ambulatorio de pacientes, teniendo en cuenta que dos de ellas son en Argentina las cuales se llaman PREVENT LIFE SA ubicada en caballito y MEDIVID ubicada en villa Urquiza, y las nacionales son EMI, ORGANISMO DE SOCORRO, GRUPO DE APOYO GENERAL DE MEDELLIN y EMERGENCIAS MEDICAS DEL ORIENTE, ubicadas en Medellín; cinco empresas de servicio de vigilancia, teniendo presente que dos de ellas son en Argentina las cuales se llaman FALCON SA y SECURITAS ubicada en buenos aires y las nacionales son SEGURIDAD ESTRATEGICA, COVITEC y SATARCK COLOMBIA, ubicadas en Medellín; a los cuales les vamos a comercializar de a veinte unidades mensuales, ya que estos tienen grandes clientes que poseen un perfil social el cual deben cuidar y claro está proteger su propia vida y las de sus familiares.

4.3.2 Estudio del mercado consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

Objetivos a corto plazo.

- Tener una buena conexión y cortesía con los clientes.
- Ser primordiales para ellos y estar pendiente de sus inquietudes acerca del producto.

Objetivos a mediano plazo.

- Invitar a nuestros clientes a las ferias donde estén nuestros stands del producto.
- Tener reserva del producto, a la hora de un pedido improvisado.

Objetivos a largo plazo.

- Hacer servicio postventa del producto para satisfacción de los clientes.
- Hacer buenos descuentos a nuestros clientes preferenciales.

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

- El estudio al consumidor se realizó por medio de encuestas.

c) Aplicación de la Medios

- La encuesta se le realizó primeramente a varios concesionarios de Medellín por vía telefónica en el transcurso de la semana, a algunas empresas de transporte de asistencia a pacientes (ambulancias); y por último a entidades encargadas de prestar un servicio de vigilancia.

d) Resultados del estudio de los consumidores

- El consumidor en este caso es institucional.
- Nuestros criterios de precios se pueden ajustar, ya que se les pueden hacer descuentos y/o promociones de acuerdo a la forma de pago puede ser de contado o a crédito; cuando la temporada de ventas este baja, se podrán hacer cambios en los cuales todos ganemos; en cuanto a lo que tiene que ver con calidad, servicio,

garantía y confiabilidad, pueden estar seguros que nuestro producto es el mejor y único en el mercado, si hay algún inconveniente se harán acuerdos para llegar a la solución.

- La ubicación de la empresa serán en las principales ciudades de Colombia y más adelante en países con concesionarios y ensambladoras, como Argentina, Francia, Estados Unidos, entre otros.

Determinación de la Demanda

La demanda de nuestro producto en el mercado va a entrar pisando fuerte, ya que somos la única empresa que ofrece esta goma protectora. El número de clientes potenciales es numeroso, estamos hablando de gran variedad de empresas de servicio de seguridad, de transporte de pacientes asistidos y de algunos concesionarios; como empresa nosotros tendríamos una capacidad de entrega mensual para cada uno de veinte productos y a medida que tengamos clientes en el exterior podremos aumentar la producción de la goma protectora.

4.3.4.4 El Mercado Proveedor

4.3.14.4.1 Proveedores

- Weishi Hongli Rubber Co., Ltd.
- SPCV
- Mercómputo
- Distribuciones Fargo S.A
- Offiline
- EPSON
- Papeles y Cartón S.A
- Tigo
- Mega Luces S.A

4.3.24.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Las variables más importantes que tendremos en cuenta a la hora de contactar un

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

proveedor son: La calidad y confiabilidad, ya que son la base de nuestro negocio; también se observara y se hablara de los tiempos de entrega, y sobre los precios que nos puedan dejar los bienes y/o servicios.

Se debe tener presente que los proveedores sean puntuales, serios responsables, estén certificados, entre otros.

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

El medio el cual utilizamos para contactar a nuestros proveedores fue por medio de llamadas telefónicas y por internet, ya que todos están situados en otros países y nos quedaba un poco complicado visitarlos o hacerles encuestas.

c) Aplicación de Medios

Las llamadas y correos fueron atendidos por las personas asesores de servicios para dejarnos claros todos los bienes y/o servicios que nos pueden ofrecer.

d) Resultados del estudio de los proveedores.

Tabla 6.

Precios de algunos insumos para nuestra empresa.

Nombre Empresa	Contacto	Producto	Precio	Fortaleza	Debilidad	Pago
Weishi Hongli Rubber Co., Ltd.	Mr. Belt 86-0371-86060665	Lamina de Goma: Dimensiones: Ref. 001: 4.235mt de largo, 1.670mt de ancho y 0.80cm de alto.	Ref. 17 USD Ref. 20 USD	Excelente Calidad	La empresa queda en China	Un Giro
Weishi Hongli Rubber Co., Ltd.	Mr. Belt 86-0371-86060665	Lámina de Goma: Dimensiones de 4.83mt de largo, 1.895mt de ancho y 0.80cm de alto.	Ref. 23 USD Ref. 26 USD	Excelente Calidad	La empresa queda en China	Un Giro
Weishi Hongli Rubber Co., Ltd.	Mr. Belt 86-0371-86060665	Lamina de Goma: Dimensiones: 5.125mt de largo, 1.92mt de ancho y 0.80cm de alto.	Ref. 25 USD Ref. 28 USD	Excelente Calidad	La empresa queda en China	Un Giro

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

Distribuciones Fargo S.A	CR54 46 45 L 128, Medellín, 5141929	Papelería en general	\$260.000	Fácil acceso	Tienen bastante competencia	En efectivo
Mercocumpu	Calle 10 No 30 – 30, local 207 PBX: (57-4) 444 4887	Computador portátil	\$660.000	Fácil acceso	Tienen bastante competencia	En efectivo
Tigo	Cra. 46 No. 52 - 50 Edificio Vicente Uribe Rendón	Plan de Datos	Mensual \$100.000	Facilidades de pago	Se puede caer la señal	En efectivo
EPSON	Carrera 48 # 10- 45	Impresora T110	\$100.000	Buenas imágenes	Costosos sus productos	En efectivo
Offline	311 12 00 carrera 46 N° 7- 41 (Patio Bonito)	Sillas X8B	70.000	Excelente calidad	No son muy reconocidos en el mercado	En efectivo
Offline	311 12 00 carrera 46 N° 7- 41 (Patio Bonito)	Escritorios Work space mix	800.000	Excelente calidad	Son muy reconocidos en el mercado	En efectivo
Papeles y Cartones S.A	Blanca Cr 37ª # 08-43 oficina 903 3540300	Láminas de Cartón de 6m de largo y 4.20m de ancho	\$15.350	Buena atención al cliente	Baste competencia en el mercado	En efectivo
Mega Luces S.A	2932675	Bombillo Ahorrador	\$10.000	Variedad de Productos	Poca Garantía.	En Efectivo
Claro Argentina		Plan de datos vendedores de Argentina	\$90.000	Facilidad para nuestros vendedores del exterior		Por Giro
Proexting	4447571	Extintor	\$45.000	Tiene varios productos para	Bastante competencia en el mercado	En Efectivo

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

				ofrecer nos		
FedEx		Mensajería	\$2.790.000	FedEx		Mensajería

4.4.5 El Mercado Competidor

Nosotros como empresa no tenemos un mercado competidor ni productos con algún parecido, ya que somos la única empresa en producir y comercializar el producto; así que por ahora no tenemos esa amenaza de mercado.

4.5.4.6 El Mercado Distribuidor

4.5.4.6.1 Distribución

Nuestra distribución va hacer directa, para no tener inconvenientes al a hora de la entrega y perder prestigio con nuestros clientes.

4.5.4.6.2 Distribución a través de terceros (No aplica).

4.5.4.6.3 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

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

La distribución de nuestro producto en Medellín va a tener un punto de ventas, ubicado en nuestro local y en Argentina habrán dos personas encargada de mostrar el catalogo del producto y luego nosotros realizamos el envío.

b) Fuerza de ventas

Personal encargado de las ventas:

Cantidad: Un vendedor en el exterior, dos vendedores en el almacén y un jefe de ventas.

Vendedor en el exterior:

- **Salario básico:** \$1.000.000
 - **Prestaciones sociales:** \$218.333
 - **Aportes parafiscales:** \$90.000
 - **Aportes seguridad social:** \$210.222
 - **Auxilio de transporte:** \$172.000
- TOTAL: \$1.690.555**

Vendedor de almacén nacional:

- **Salario básico:** \$1.000.000
 - **Prestaciones sociales:** \$218.333
 - **Aportes parafiscales:** \$90.000
 - **Aportes seguridad social:** \$210.222
 - **Auxilio de transporte:** \$172.000
- TOTAL: \$1.690.555**

Nuestro vendedor del exterior va a ser una persona de origen argentino, ya que estos conocen mejor el mercado, y nos ahorramos gastos de transporte aéreo y alimentación.

4.5.44.6.4 Manejo de Inventarios

4.5.54.6.5

Como se ha mencionado anteriormente habrá un local en Medellín y dos vendedores en Argentina; tendremos un stock de seguridad para la producción de 70 protectores, y nuestra distribución será make to order.

4.5.64.6.6 Comunicación

Nuestro producto lleva como nombre rubbercards, que es al igual el nombre de la empresa; este nombre surge, ya que goma en inglés se dice Rubber y como es una goma para vehículos, carro en inglés es Car. El empaque del producto va hacer en cajas las cuales van a llevar el nombre de la empresa y nuestro logo.



Figura 14. Logo de la empresa.

La bandera a cuadros se muestra en la línea de salida/meta para indicar que la actual sesión (de entrenamiento, calificación, o carrera) ha sido completada. Esta bandera se asocia generalmente con el ganador. Nosotros como empresa la escogemos porque apenas empezamos, pero muy pronto seremos muy reconocidos en el mundo y en el sector automotriz.

El color rojo atrae, llama la atención, es un color emocional tanto positivo como negativo. Perfecto para productos que quieran transmitir intensidad, pasión, amor, fuerza y agresividad. **Bueno para el sector automotriz** y el vestido. Productos que quieran transmitir calor y velocidad.

El color blanco transmite paz y pureza, es un color tranquilizante. Bueno para productos relacionados con las nubes: ángeles, palomas: paz.

El color negro refleja elegancia y decisión. **Bueno para el sector automotriz**. Es perfecto para productos que transmitan noche y fiestas.

4.5.74.6.7 Actividades de promoción y divulgación

Nuestras estrategias publicitarias serán muy variadas, tendremos tarjetas de presentación; un catálogo, de diferentes tipos textura de goma que produciremos; dos vallas publicitarias, una en Medellín y la otra en Argentina, las cuales llevarán nuestros números telefónicos, celulares, el logo y el producto; y por últimos iremos a la Ferias Automotrices, una llamada Automechanika (Argentina) que se realiza cada año y se lleva a cabo en noviembre; la otra Autopartes Colombia (Medellín) anualmente, que tendrá lugar en junio.

Las tarjetas de presentación inicialmente serán treinta con un valor de: \$30.000

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

Las vallas publicitarias serán arrendadas mensualmente la de Medellín con un precio de: \$500.000 y la de Argentina con un valor de \$700.000.

Cada vendedor tendrá su propio catalogo los cuales tienen un costo de \$140.000 Para un total de: \$1.370.000

4.6.4.7 Precios de los Productos

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

Se planea penetrar en el mercado con precios accesibles para nuestros clientes, estos precios pueden incrementar anualmente según lo previsto por la economía del país, por ejemplo según la inflación. Adicional a ello también se puede prever un incremento de precios según el posicionamiento de la empresa en el mercado y el reconocimiento de los clientes por los productos.

Calidad del producto: Lo más importante para una empresa es brindar al cliente una excelente calidad, para así poder crecer y posicionarse en el mercado.

Valor agregado: El valor agregado del proyecto es ofrecer el servicio de productos personalizados y en un futuro asesoría en el uso de los accesorios e imagen, según las necesidades, con el fin de que los clientes que compran en la empresa, encuentren justo lo que estaban buscando, adicional a ello una oportunidad de personalizarlos.

Nuestro proyecto de comercialización aparte de ser rentable brinda beneficios en el ámbito social, ambiental y económico.

4.6.24.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

	Total Costos Variables por Producto	Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado	
PRODUCTOS	REFERENCIAS	\$ 179.811,0	50	\$ 8.930.613,2	7,72%	\$ 424.569,30
	REFERENCIAS	\$ 209.427,0	47	\$ 9.773.260,0	7,55%	\$ 464.229,38
	REFERENCIA 00	\$ 229.035,0	73	\$ 16.643.210,0	12,74%	\$ 504.982,80
	REFERENCIAS	\$ 258.652,0	54	\$ 13.880.990,7	9,89%	\$ 548.608,65
	REFERENCIAS	\$ 245.443,0	63	\$ 15.381.094,7	11,53%	\$ 535.135,33
	REFERENCIAS	\$ 275.060,0	45	\$ 12.377.700,3	8,57%	\$ 574.796,41
	REFERENCIAS	\$ 229.035,0	59	\$ 13.436.720,0	12,85%	\$ 573.705,44
	REFERENCIAS	\$ 258.652,0	51	\$ 13.277.469,6	11,98%	\$ 626.053,77
	REFERENCIA	\$ 245.443,0	43	\$ 10.554.049,2	10,20%	\$ 618.659,76
	REFERENCIAS	\$ 275.060,0	28	\$ 7.701.680,3	6,97%	\$ 666.779,01
	Producto 11	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 12	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 13	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 14	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 15	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)			\$ 121.956.788,0			

Figura 15. Análisis de los precios de los productos según los costos.



4.6.34.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

Posición arancelaria Colombia: 4017.00.00.00

Posición arancelaria Argentina: 4017.00.00.000

IMPUESTOS

Arancel: 5.5%

IVA: 16%

TASA DE CAMBIO: \$2051.00

Tabla 7

Precios de goma para vehículo automóvil.

TIPO DE PRODUCTO	Fina goma acanalada	Punto Hoja de Goma
REFERENCIA	001	002
CANTIDAD	1	1
UNIDAD DE MEDIDA	Unidad	Unidad
INSUMOS	4 capas de goma de 4.235mt de largo, 1.670mt de ancho y 0.80cm de alto.	4 capas de goma de 4.235mt de largo, 1.670mt de ancho y 0.80cm de alto.
PRECIO INSUMOS	68 USD	80 USD
PRECIO EMPAQUE	7.48 USD	7.48 USD
PRECIO FABRICACION	12.19 USD	14.63 USD
INCREMENTO POR CADA UNIDAD C/U	82.9 USD	92.8 USD
COSTO EXW POR UNIDAD NACIONAL	170.6 USD	195 USD
VALOR EXW EN PESOS	\$350.000	\$400.000

Tabla 8.

Precios de goma para Camioneta Montero 4X4.

TIPO DE PRODUCTO	Fina goma acanalada	Punto Hoja de Goma
REFERENCIA	001	002
CANTIDAD	1	1
UNIDAD DE MEDIDA	Unidad	Unidad
INSUMOS	4 capas de goma de 4.83mt de largo, 1.895mt de ancho y 0.80cm de alto.	4 capas de goma de 4.83mt de largo, 1.895mt de ancho y 0.80cm de alto.
PRECIO INSUMOS	92 USD	104 USD
PRECIO EMPAQUE	7.48 USD	7.48 USD
PRECIO FABRICACION	12.19 USD	14.63 USD

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

INCREMENTO POR CADA UNIDAD NACIONAL	97.73 USD	107.89 USD
INCREMENTO POR CADA UNIDAD INTERNACIONAL	120 USD	135 USD
COSTO EXW POR UNIDAD NACIONAL	209.6 USD	234 USD
COSTO UNIDAD EXW INTERNACIONAL	231.67USD	261.11 USD
FLETE NACIONAL	5.2 USD	5.2 USD
FLETE INTERNACIONAL	8.3 USD	8.3 USD
ADUANA EXPORTACION C/U	7.5 USD	7.5 USD
COSTOS ARGENTINA C/U	8.8 USD	8.8 USD
ADUANA DE IMPORTACION C/U	3.7 USD	3.7 USD
SEGURO INTERNACIONAL	1.3 USD	1.3 USD
IMPUESTOS	13.66 USD	13.66 USD
TRANSPORTE TERRESTRE ARGENTINA	4.7 USD	4.7 USD
VALOR DDP EN USD	317.8 USD	338.8 USD
VALOR DDP EN PESOS	\$ 550.000	\$580.000

Tabla 9.
 Precios de goma para vehículo para ambulancia Furgón.

TIPO DE PRODUCTO	Fina goma acanalada	Punto Hoja de Goma
REFERENCIA	001	004
CANTIDAD	1	1
UNIDAD DE MEDIDA	Unidad	Unidad
INSUMOS	4 capas de goma de 5.125mt de largo, 1.92mt de ancho y 0.80cm de alto.	4 capas de goma de 5.125mt de largo, 1.92mt de ancho y 0.80cm de alto.
PRECIO INSUMOS	100 USD	112 USD
PRECIO EMPAQUE	7.48 USD	7.48 USD
PRECIO FABRICACION	12.19 USD	14.63 USD
INCREMENTO POR CADA UNIDAD NACIONAL	124 USD	124.29 USD
INCREMENTO POR CADA UNIDAD INTERNACIONAL	140 USD	140 USD
COSTO EXW POR UNIDAD NACIONAL	243.7 USD	258.4 USD
COSTO EXW POR UNIDAD INTERNACIONAL	259.6 USD	274 USD

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

FLETE NACIONAL	5.2 USD	5.2 USD
FLETE INTERNACIONAL	8.3 USD	8.3 USD
ADUANA EXPORTACION C/U	7.5 USD	7.5 USD
COSTOS ARGENTINA C/U	8.8 USD	8.8 USD
ADUANA DE IMPORTACION C/U	3.7 USD	3.7 USD
SEGURO INTERNACIONAL	1.3 USD	1.3 USD
IMPUESTOS	13.66 USD	13.66 USD
TRANSPORTE TERRESTRE ARGENTINA	4.7 USD	4.7 USD
VALOR DDP EN USD	344.22 USD	361.28 USD
VALOR DDP EN PESOS	\$600.000	\$630.000

4.6.44.7.4 Política de Precios

Por Volumen: Si nuestros clientes llegaran a pedir más de lo acordado principalmente, se les hará una rebaja de costos, para así lograr una fidelización con las empresas que compran nuestro producto.

A crédito y contado: Cuando nuestros clientes compren nuestros productos y la forma de pago sea de contado se les hará un descuento del 3% del valor total del producto; si el pago lo realiza a crédito, pues aumenta su valor en un 5% ya que nosotros tendríamos que poner de nuestros recursos a la hora del envío y del empaque.

4.74.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Tabla 10.

Recursos Personal de ventas

Cargo	Cantidad	Salario	Transporte
Vendedores en el exterior	1	\$1.518.555	\$172.000
Vendedores de almacén	1	\$1.518.555	172.000
Total	2	\$3.037.110	\$344.000

Tabla 11.

Recursos Transporte del Producto y equipos del personal de ventas

Elemento	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Empaque	583	\$15.350	\$8.949.050
Computadores	2	\$660.000	\$1.320.000
Impresoras	1	\$100.000	\$100.000
Sillas	2	\$70.000	\$140.000
Escritorios	1	\$800.000	\$800.000
Transporte Internacional	40	\$48.711	\$1.948.440
Transporte Nacional	40	\$31.585	\$1.263.400
Papelería General	1 Persona	\$52.000	\$52.000
FedEx	332	\$13.950	4.631.400
TOTAL			\$19.204.290

4.84.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

Fortalezas:

- Nuestro posicionamiento en el mercado se dará por calidad, diseños y precios.
- Introducir al mercado nacional productos de alta calidad a precios justos que satisfagan las necesidades del cliente.
- El que nuestros diseños y creaciones serán realizados de manera personalizada.
- El que nuestros insumos serán de calidad.
- Bajos costos en la producción.

Riesgos:

- Como la empresa está en una fase introductoria, actualmente la marca no está posicionada en el mercado.

**DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios**

- Un proveedor de la materia prima nos quede mal.
- Una de las máquinas se dañe de improvisto.

4.94.10 Plan de ventas

Tabla 12.

Proyección de ventas nacionales primer año de evolución de vehículos automóviles.

REFERENCIA	TIPO DE PRODUCTO	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
001	Fina goma acanalada	600	\$350.000	\$17.500.000	\$210.000.000
002	Punto hoja de goma	564	\$400.000	\$18.800.000	\$225.600.000
			TOTAL	\$36.300.000	\$435.600.000

Concesionarios ventas mensuales nacionales:

ANDAR:

Ref. 001: 20 Ref. 002: 19

AUTOLARTE:

Ref. 001: 15 Ref. 002: 10

VOLKSWAGEN:

Ref. 001: 15 Ref. 002: 14

Tabla 13.

Proyección de ventas nacionales primer año de evolución de vehículos Camionetas.

REFERENCIA	TIPO DE PRODUCTO	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
001	Fina goma acanalada	876	\$430.000	\$31.390.000	\$376.680.000
002	Punto hoja de goma	648	\$480.000	\$25.920.000	\$311.040.000
			TOTAL	\$57.310.000	\$687.720.000

Concesionarios:

MAZDA:

Ref. 001: 18 Ref.002: 10

Empresas de vigilancia:

SEGURIDAD ESTRATEGICA:

Ref. 001: 20 Ref. 002: 16

COVITEC:

Ref. 001: 15 Ref. 002: 10

SATARCK COLOMBIA:

Ref. 001: 20 Ref. 002: 18

Tabla 14.

Proyección de ventas nacionales primer año de evolución de vehículos para ambulancias Furgón.

REFERENCIA	TIPO DE PRODUCTO	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
001	Fina goma acanalada	756	\$500.000	\$31.500.000	\$378.000.000
002	Punto hoja de goma	540	\$530.000	\$23.850.000	\$286.200.000
			TOTAL	\$55.350.000	\$664.200.000

Empresas de ambulancias:

EMI:

Ref. 001: 23 Ref.002: 15

GRUPO DE APOYO GENERAL DE MEDELLIN:

Ref. 001: 20 Ref. 002: 15

EMERGENCIAS MÉDICAS DEL ORIENTE:

Ref. 001: 20 Ref. 002: 15

**DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios**

Tabla 15.

Proyección de ventas internacionales primer año de evolución de Camionetas Montero 4X4.

REFERENCIA	TIPO DE PRODUCTO	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
001	Fina goma acanalada	708	\$550.000	\$32.450.000	\$389.400.000
002	Punto hoja de goma	612	\$580.000	\$29.580.000	\$354.960.000
			TOTAL	\$62.030.000	\$744.360.000

Empresa de vigilancia en Argentina:

FALCON:

Ref. 001: 35 Ref. 002: 30

SECURITAS:

Ref. 001: 24 Ref. 002: 21

Tabla 16.

Proyección de ventas internacionales primer año de evolución de Vehículos para Ambulancias Furgón.

REFERENCIA	TIPO DE PRODUCTO	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
001	Fina goma acanalada	516	\$600.000	\$25.800.000	\$309.600.000
002	Punto hoja de goma	336	\$630.000	\$17.640.000	\$211.168.000
			TOTAL	\$43.440.000	\$520.768.000

Empresa de ambulancias Argentina:

MEDIVIC:

Ref. 001:28 Ref. 002: 17

PREVENT LIFE:

Ref. 001: 15 Ref. 002: 11

Esta proyección equivale a las ventas anuales de nuestra empresa, tanto a nivel nacional como internacional; las cuales tienen unos productos predeterminados como lo son la referencia 001 que es la más vendida por ser de goma lisa; y la referencia 002 es la goma en la cual se va a hacer diseños personalizados de acuerdo a las especificaciones del cliente.

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

Objetivos a corto plazo

- Contratar personal técnico con excelentes principios.
- Adecuación del área de producción con excelentes equipos.

Objetivos a mediano plazo

- Conocer las falencias en la producción.
- Contratar personal permanente de mantenimiento dentro de la empresa.

Objetivos a largo plazo

- Conseguir Maquinas con mayor tecnología, para la agilidad del proceso.
- Logar producir más de las 583 unidades que tenemos pactadas en la evaluación mensual.

5.2 Descripción del proceso de producción

Seleccionar y Medir materiales: Una vez sean comprados los materiales, se corroborará el pedido con las especificaciones dadas por el jefe de producción y procede a la medición, conteo y entrega de las piezas solicitadas, dejando la evidencia de esto en el libro de solicitud y entrega de material.

Moldear: Luego de verificar que el material está en buen estado, la prensa doble hará el moldeo de las gomas, para proceder a cortar.

Cortar: Cuando se recibe el material, selecciona el que necesita corte y por medio de la guillotina plancha se procede a medir el material según las especificaciones del diseño, procediendo al corte de este.

Unir: Después de cortar el material, se realiza el ensamble de las piezas que en las especificaciones del diseño lo requieran. Después de tener terminado el primer producto de un diseño se pasa a aprobación por parte del jefe de producción, para poder proseguir a realizar las cantidades faltantes requeridas para este diseño.

Aprobar: La persona encargada de calidad, revisa que todo el proceso quedo bien hecho para así dar su visto bueno ante lo terminado.

Empacar el producto: Como parte final de este proceso se realiza el empaque de cada producto para el posterior envío al cliente.

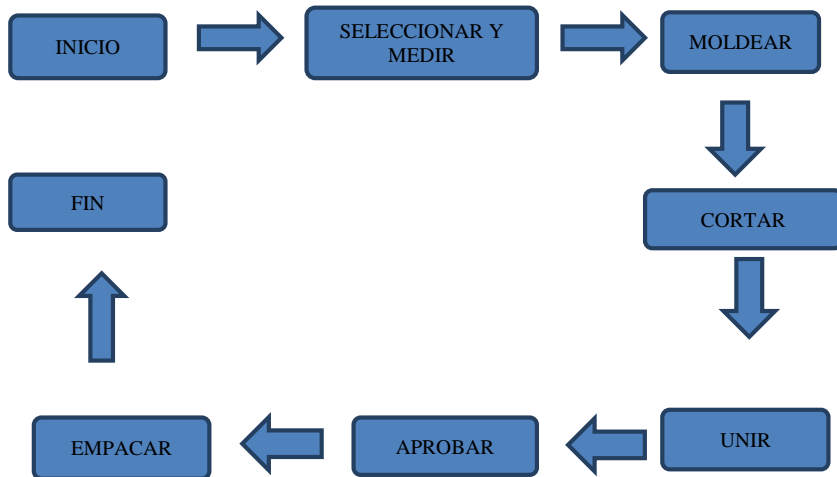


Figura 16. Proceso de producción.

Tabla 17.

Tiempos estimados de producción y Personal a cargo.

Cantidad de personal	Cargo	Labor a realizar	Tiempo estimado por unidad
1	Técnico de primera fase	Seleccionar y Medir	2 minutos
1	Técnico de segunda fase	Moldear	5 minutos
1	Técnico de tercera fase	Cortar	2 minutos
1	Técnico de cuarta fase	Unir	2 minutos
1	Auxiliar de Calidad quinta fase	Aprobación de Calidad	2 minutos
1	Técnico de sexta fase	Empacar	2 minutos
Total			15 minutos

Técnico de primera base:

- **Salario básico:** \$800.000
 - **Prestaciones sociales:** \$174.667
 - **Aportes parafiscales:** \$72.000
 - **Aportes seguridad social:** \$168.178
 - **Auxilio de transporte:** \$72.000
- TOTAL: \$1.286.845**

Técnico de segunda base:

- **Salario básico:** \$800.000
 - **Prestaciones sociales:** \$174.667
 - **Aportes parafiscales:** \$72.000
 - **Aportes seguridad social:** \$168.178
 - **Auxilio de transporte:** \$72.000
- TOTAL: \$1.286.845**

Técnico de tercera base:

- **Salario básico:** \$800.000
 - **Prestaciones sociales:** \$174.667
 - **Aportes parafiscales:** \$72.000
 - **Aportes seguridad social:** \$168.178
 - **Auxilio de transporte:** \$72.000
- TOTAL: \$1.286.845**

Técnico de cuarta base:

- **Salario básico:** \$800.000
 - **Prestaciones sociales:** \$174.667
 - **Aportes parafiscales:** \$72.000
 - **Aportes seguridad social:** \$168.178
 - **Auxilio de transporte:** \$72.000
- TOTAL: \$1.286.845**

**DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios**

Técnico de quinta base:

- **Salario básico:** \$800.000
- **Prestaciones sociales:** \$174.667
- **Aportes parafiscales:** \$72.000
- **Aportes seguridad social:** \$168.178
- **Auxilio de transporte:** \$72.000
- TOTAL: \$1.286.845**

Auxiliar de calidad sexta fase:

- **Salario básico:** \$950.000
- **Prestaciones sociales:** \$207.417
- **Aportes parafiscales:** \$85.500
- **Aportes seguridad social:** \$199.711
- **Auxilio de transporte:** \$72.000
- TOTAL: \$1.514.628**

Tabla 18.

Equipos

Empresa	Contacto	Maquina	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Dumont	Jaime Guzmán 56-2-27009515	Prensa 100TN /Doble /2cavidades	1	\$100.000.000	\$100.000.000
Dumont	Jaime Guzmán 56-2-27009515	Guillotina Plancha de Goma	1	\$100.000.000	\$100.000.000
Dumont	Jaime Guzmán 56-2-27009515	Unión Perfiles de Goma	1	\$70.000.000	\$70.000.000
Proextinseg	4447571	Guantes	12	\$25.000	\$300.000
Proextinseg	4447571	Tapa Bocas	18	\$5.000	\$90.000
Proextinseg	4447571	Botas Platineras	6	\$60.000	\$360.000

**DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios**

Proextinseg	4447571	Gafas	6	\$6.500	\$39.000
Proextinseg	4447571	Casco	6	\$13.000	\$78.000
Proextinseng	4447571	Uniformes	12	\$40.000	\$480.000
Proextinseng	4447571	Extintores	3	\$45.000	\$135.000

Tabla 19.

Materia Prima

Nombre Empresa	Contacto	Producto	Precio unitario
Weishi Hongli Rubber Co., Ltd.	Mr. Belt 86-0371-86060665	200 unidades de Goma: Dimensiones: 4.235mt de largo, 1.670mt de ancho y 0.80cm de alto.	Referencia 001 automóviles Valor USD c/u: 17. Valor pesos c/u: \$34.867
Weishi Hongli Rubber Co., Ltd.	Mr. Belt 86-0371-86060665	188 unidades de Goma: Dimensiones: 4.7mt de largo, 2mt de ancho y 2.5cm de alto.	Referencia 002 automóviles Valor USD c/u: 20. Valor pesos c/u: \$41.020.
Weishi Hongli Rubber Co., Ltd.	Mr. Belt 86-0371-86060665	528 unidades de Goma: Dimensiones: 4.83mt de largo, 1.895mt de ancho y 0.80cm de alto.	Referencia 001 camionetas Valor USD c/u: 23. Valor pesos c/u: \$47.173.
Weishi Hongli Rubber Co., Ltd.	Mr. Belt 86-0371-86060665	420 unidades de Goma: Dimensiones: 4.83mt de largo, 1.895mt de ancho y 0.80cm de alto.	Referencia 002 camionetas Valor USD c/u: 26. Valor pesos c/u: \$53.326.

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

Weishi Hongli Rubber Co., Ltd.	Mr. Belt 86-0371-86060665	424 unidades de Goma: Dimensiones: 5.125mt de largo, 1.92mt de ancho y 0.80cm de alto.	Referencia 001 ambulancias furgón. Valor USD c/u: 25. Valor pesos c/u: \$51.275.
Weishi Hongli Rubber Co., Ltd.	Mr. Belt 86-0371-86060665	292 unidades de Goma: Dimensiones: 5.125mt de largo, 1.92mt de ancho y 0.80cm de alto.	Referencia 002 ambulancias furgón. Valor USD c/u: 32.3. Valor pesos c/u: \$57.428.

Tabla 20.

Costos de importación de las láminas de goma.

	VALOR USD	VALOR EN PESOS
VALOR FOB	USD 54.600	
FLETE INTERNACIONAL	USD 2.560	\$ 5.235.559
ADUANA DE IMPORTACION	USD 1.870	\$2.331.461
Agenciamiento	USD 730	\$1.492.952
Documentación	USD 104	\$212.695
Comunicaciones	USD 62	\$126.799
Certificado de origen	USD 62	\$126.799
Gastos portuarios	USD 912	\$1,865.168
COSTOS COLOMBIA		
Manejo	USD 630	\$1.288.438
AMS	USD 72	\$147.250
Documentación	USD 23	\$147.250
Cargue del contenedor	USD 78	\$159.521
THCD	USD 310	\$633.993

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

Inspección y bodegaje	USD 850	\$1.738.369
SEGURO		
0.45% Sobre el valor asegurado Min USD 50	USD 257	\$525.601
Obtención de póliza	USD 45	\$92.315
IMPUESTOS	USD 9.654	\$19.743.782
FLETE TERRESTRE HASTA INSTALACIONES DEL CLIENTE		
FCL 20' hasta 8 Ton	USD 830	\$1.657.466
TOTAL	USD 16,298	\$33.331.691

5.3 Capacidad de producción

Nuestra capacidad de producción son 655 unidades al mes; pero tenemos presente que contamos con 70 unidades de más por si se llegara a presentar algún inconveniente, nuestro período de evaluación será cada año, para analizar si se están cumpliendo todas nuestras metas como empresa.

5.4 Plan de Producción

Rubbercards S.A.S iniciaría operaciones con dos tipos de gomas protectoras los cuales serían: Fina Goma Acanelada, banda de borde de la hoja de goma, cojines perforada hoja de goma, de color naranja de la hoja de goma, punto hoja de goma.

Se realizaran especificaciones de los productos, por medio de la ficha técnica de cada uno de ellos. Hemos dicho que una de las principales características de los productos será la diferenciación y difícil imitación de los accesorios, por ello aparte de usar materias primas adquiridas con diferentes proveedores, se fabricaran directamente algunas figuras, para ello se ha elegido la goma, material que permite hacer accesorios diferentes y novedosos, y que además es poco explorado por la competencia.

Al momento de producir los distintos diseños se iniciaría con asignar el nombre de los productos, definir las características, es decir los diferentes estilos con el fin de que se ajusten a diferentes personas; así como la utilización de diferentes colores, materiales, tamaños y texturas.

En el diseño se hará un enfoque en la combinación de diferentes materiales, figuras, colores, texturas y formas, con el fin de generar un producto armónico, llamativo, sofisticado, diferente y exclusivo.

El empaque es muy relacionado con el producto, pero se garantizara que este llegue seguro ya que protege de la humedad, polvo, maltrato y llevará el logo de la empresa para que lo reconozcan.

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

Nuestra empresa estará ubicada en un local, en el cual se pagara arriendo con valor de: \$3.800.000.

Nuestras instalaciones esta adecuadas con las instalaciones eléctricas e iluminación necesarias para nuestra producción y el funcionamiento de la empresa.

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Tabla 21.

Equipos, muebles y enseres.

Empresa	Contacto	Maquina	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Dumont	Jaime Guzmán 56-2-27009515	Prensa 100TN /Doble /2cavidades	1	\$100.000.000	\$100.000.000
Dumont	Jaime Guzmán 56-2-270 09515	Guillotina Plancha de Goma	1	\$100.000.000	\$100.000.000
Dumont	Jaime Guzmán 56-2-27009515	Unión Perfiles de Goma	1	\$70.000.000	\$70.000.000
Proextinseg	4447571	Guantes	12	\$25.000	\$300.000
Proextinseg	4447571	Tapa Bocas	18	\$5.000	\$90.000
Proextinseg	4447571	Botas Platineras	6	\$60.000	\$360.000
Proextinseg	4447571	Gafas	6	\$6.500	\$39.000
Proextinseg	4447571	Casco	6	\$13.000	\$78.000
Proextinseg	4447571	Extintores	3	\$45.000	\$135.000

**DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios**

Proextingseg	4447571	Aislantes de sonido	18	\$3.000	54.000
Proextingseg	4447571	Uniformes	12	\$40.000	\$480.000
Offline	3111200	Escritorio	1	\$800.000	\$1.000.000
Fargo S.A	5141929	Papelería	1	\$52.000	\$52.000
Mercòmputo		Computador portátil	1	\$660.000	\$660.000

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Tabla 22.

Materiales e insumos.

Nombre Empresa	Contacto	Producto	Precio unitario
Weishi Hongli Rubber Co., Ltd.	Mr. Belt 86-0371-86060665	200 unidades de Goma: Dimensiones: 4.235mt de largo, 1.670mt de ancho y 0.80cm de alto.	Referencia 001 automóviles Valor USD c/u: 17. Valor pesos c/u: \$34.867
Weishi Hongli Rubber Co., Ltd.	Mr. Belt 86-0371-86060665	188 unidades de Goma: Dimensiones: 4.7mt de largo, 2mt de ancho y 2.5cm de alto.	Referencia 002 automóviles Valor USD c/u: 20. Valor pesos c/u: \$41.020.
Weishi Hongli Rubber Co., Ltd.	Mr. Belt 86-0371-86060665	528 unidades de Goma: Dimensiones: 4.83mt de largo, 1.895mt de ancho y 0.80cm de alto.	Referencia 001 camionetas Valor USD c/u: 23. Valor pesos c/u: \$47.173.

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

Weishi Hongli Rubber Co., Ltd.	Mr. Belt 86-0371-86060665	420 unidades de Goma: Dimensiones: 4.83mt de largo, 1.895mt de ancho y 0.80cm de alto.	Referencia 002 camionetas Valor USD c/u: 26. Valor pesos c/u: \$53.326.
Weishi Hongli Rubber Co., Ltd.	Mr. Belt 86-0371-86060665	424 unidades de Goma: Dimensiones: 5.125mt de largo, 1.92mt de ancho y 0.80cm de alto.	Referencia 001 ambulancias furgón Valor USD c/u: 30.4. Valor pesos c/u: \$51.275.
Weishi Hongli Rubber Co., Ltd.	Mr. Belt 86-0371-86060665	292 unidades de Goma: Dimensiones: 5.125mt de largo, 1.92mt de ancho y 0.80cm de alto.	Referencia 002 ambulancias furgón Valor USD c/u: 28. Valor pesos c/u: \$57.428.

Características Generales: Goma Protectora

Descripción: Producto diseñado en goma para proteger la vida de las personas y la vida útil de los vehículos.

Materiales: Goma

Cantidad: Desde 513 unidades hasta 725 por mes.

5.5.4 Requerimientos de servicios.

Tabla 23.

Servicios Externos.

Nombre de la empresa	Contacto	Servicio	Valor mensual
Sodexo	604 00 56	Aseo General	\$1.500.000
Alarmar	444 1355 - 444 7555	Vigilancia	\$150.000
OHS	4643260	Mantenimiento	\$300.000
Fedex		Mensajería	\$2.790.000
EPM	4444 115	Agua y Luz	\$160.000
Distribuciones Fargo S.A	5141929	Papelería	104.000

5.5.5 Requerimientos de personal.

Técnico de primera base:

- **Salario básico:** \$800.000
- **Prestaciones sociales:** \$174.667
- **Aportes parafiscales:** \$72.000
- **Aportes seguridad social:** \$168.178
- **Auxilio de transporte:** \$72.000
- TOTAL: \$1.286.845**

Técnico de segunda base:

- **Salario básico:** \$800.000
- **Prestaciones sociales:** \$174.667
- **Aportes parafiscales:** \$72.000
- **Aportes seguridad social:** \$168.178
- **Auxilio de transporte:** \$72.000
- TOTAL: \$1.286.845**

Técnico de tercera base:

- **Salario básico:** \$800.000
- **Prestaciones sociales:** \$174.667
- **Aportes parafiscales:** \$72.000
- **Aportes seguridad social:** \$168.178
- **Auxilio de transporte:** \$72.000
- TOTAL: \$1.286.845**

Técnico de cuarta base:

- **Salario básico:** \$800.000
- **Prestaciones sociales:** \$174.667
- **Aportes parafiscales:** \$72.000
- **Aportes seguridad social:** \$168.178

- **Auxilio de transporte:** \$72.000
- TOTAL: \$1.286.845**

Técnico de sexta base:

- **Salario básico:** \$800.000
 - **Prestaciones sociales:** \$174.667
 - **Aportes parafiscales:** \$72.000
 - **Aportes seguridad social:** \$168.178
 - **Auxilio de transporte:** \$72.000
- TOTAL: \$1.286.845**

Auxiliar de calidad quinta fase:

- **Salario básico:** \$950.000
 - **Prestaciones sociales:** \$207.417
 - **Aportes parafiscales:** \$85.500
 - **Aportes seguridad social:** \$199.711
 - **Auxilio de transporte:** \$72.000
- TOTAL: \$1.514.628**

5.6 Programa de producción

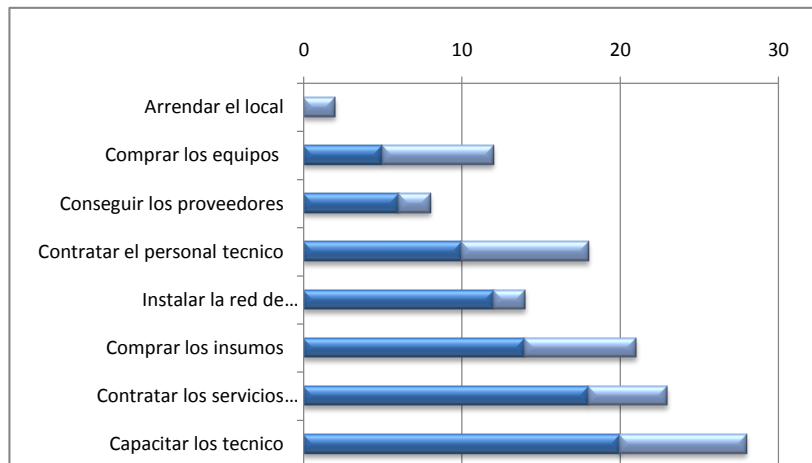


Figura 17. Análisis del programa de producción.

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

VENTAS:

Es una orientación administrativa que supone que los consumidores no comprarán normalmente lo suficiente de los productos de la compañía a menos que se llegue hasta ellos mediante un trabajo sustancial de promoción de ventas.

El departamento de ventas es el encargado de persuadir a un mercado de la existencia de un producto, valiéndose de su fuerza de ventas o de intermediarios, aplicando las técnicas y políticas de ventas acordes con el producto que se desea vender.

Funciones:

Desarrollo y manipulación del producto: Consiste en perfeccionar los productos ya existentes, introducir nuevos productos, darles otro uso o aplicación, hacerle modificaciones a sus estilos, colores, modelos, eliminación de los productos pasados de moda, observación del desarrollo de los productos elaborados por la competencia, su envase, accesorios del producto, de su eficiencia, sus características distintivas y su nombre.

Distribución física: Responsabilidad que cae sobre el gerente de ventas la cual es compartida con el de tráfico y envíos. El gerente de ventas coordina estas con el tráfico, en los problemas relativos al manejo de materiales de los productos desde la fábrica hasta el consumidor, que comprende los costos y métodos de transporte, la localización de almacenes, los costos de manejo, los inventarios, la reducción de reclamaciones por retrasos y perjuicios de ventas.

Estrategias de ventas: son algunas prácticas que regulan las relaciones con los agentes distribuidores, minoristas y clientes. Tiene que ver con las condiciones de ventas, reclamaciones y ajustes, calidad del producto, método de distribución, créditos y cobros, servicio mecánico, funcionamiento de las sucursales y entrega de los pedidos.

Financiamiento de las ventas: Las operaciones a crédito y a contado son esenciales para el desenvolvimiento de las transacciones que requieren de la distribución de bienes y servicios desde el productor al mayorista, vendedores al por mayor y consumidores. Para financiar ventas a plazo es necesario que el gerente de ventas este ampliamente relacionado con el de crédito, para determinar los planes de pago que deben adoptarse, la duración del período de crédito, el premio por pronto pago o el castigo por pago retrasado, es decir, todo lo relacionado con la práctica crediticia.

Costos y Presupuestos de Ventas: Para controlar los gastos y planear la ganancia, el

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

ejecutivo de ventas, previa consulta con el personal investigador del mercado con el de contabilidad y el de presupuestos, debe calcular el volumen probable de ventas y sus costos para todo el año.

Estudio de mercado: El conocimiento de los mercados, las preferencias del consumidor, sus hábitos de compra y su aceptación del producto o servicio es fundamental para una buena administración de ventas, debido a que se debe recoger, registrar y analizar los datos relativos al carácter, cantidad y tendencia de la demanda, el estudio de mercado debe incluir el análisis y la investigación de ventas, estudios estadísticos de las ventas o productos, territorio, distribuidores y temporadas; los costos de los agentes de ventas, costos de venta y de operación.

Promociones de venta y publicidad: Estas ayudan a estimular la demanda de consumo y contribuir a que los agentes de venta de la fábrica, los mayoristas y los minoristas vendan los productos: el agente de ventas aprueba los planes de promoción y publicidad, los horarios de trabajo, las asignaciones presupuestarias, los medios de propaganda, las promociones especiales y la publicidad en colaboración con los comerciantes.

Planeación de Ventas: El administrador de ventas debe fijar los objetivos de las mismas y determinar las actividades mercantiles necesarias para lograr las metas establecidas. La planeación de ventas debe coordinar las actividades de los agentes, comerciantes y personal anunciador, la distribución física; el personal de ventas, las fechas de los planes de producción, los inventarios, los presupuestos y el control de los agentes de ventas.

Servicios técnicos o mecánicos: Corresponde a los gerentes de ventas cuyos productos mecánicos requieren de servicios de instalación y técnicos, establecer normas al respecto; tener el equipo y los locales destinados por la empresa vendedora para tal servicio.

Relaciones con los distribuidores y minoristas: Las buenas relaciones con estos requieren proporcionarles asistencia de ventas, servicios mecánicos de entrega y ajuste, informarles sobre los productos, servicios, tácticas y normas de la compañía y contestar pronta y detalladamente a sus preguntas.

El personal de ventas: Consiste en desarrollar de la manera más eficiente el proceso de integración el cual comprende buscar, seleccionar y adiestrar a los agentes de ventas; así como de su compensación económica, supervisión, motivación y control.

Administración del departamento de ventas: Es responsabilidad de los gerentes de la misma, el cual debe establecer la organización, determinar los procedimientos, dirigir el personal administrativo, coordinar el trabajo de los miembros del departamento, llevar el registro de las ventas y asignar tareas a los jefes de las diversas secciones de este departamento.

PRODUCCIÓN:

Tradicionalmente considerado como uno de los departamentos más importantes, ya que formula y desarrolla los métodos más adecuados para la elaboración de los productos y/o servicios, al suministrar y coordinar: mano de obra, equipo, instalaciones, materiales, y herramientas requeridas.

Funciones:

Ingeniería del Producto: Esta función comprende el diseño del producto que se desea comercializar, tomando en cuenta todas las especificaciones requeridas por los clientes. Una vez elaborado dicho producto se deben realizar ciertas pruebas de ingeniería, consistentes en comprobar que el producto cumpla con el objetivo para el cual fue elaborado; Y por último brindar la asistencia requerida al departamento de mercadotecnia para que esté pueda realizar un adecuado plan (de mercadotecnia) tomando en cuenta las características del producto.

Ingeniería de la planta: Es responsabilidad del departamento de producción realizar el diseño pertinente de las instalaciones tomando en cuenta las especificaciones requeridas para el adecuado mantenimiento y control del equipo.

Ingeniería Industrial: Comprende la realización del estudio de mercado concerniente a métodos, técnicas, procedimientos y maquinaria de punta; investigación de las medidas de trabajo necesarias, así como la distribución física de la planta.

Planeación y Control de la Producción: Es responsabilidad básica de este departamento establecer los estándares necesarios para respetar las especificaciones requeridas en cuanto a calidad, lotes de producción, stocks (mínimos y máximos de materiales en almacén), mermas, etc. Además deberá realizar los informes referentes a los avances de la producción como una medida necesaria para garantizar que se está cumpliendo con la programación fijada.

Abastecimiento: El abastecimiento de materiales, depende de un adecuado tráfico de mercancías, embarques oportunos, un excelente control de inventarios, y verificar que las compras locales e internacionales que se realicen sean las más apropiadas.

Control de Calidad: Es la resultante total de las características del producto y/o servicio en cuanto a mercadotecnia, ingeniería, fabricación y mantenimiento se refiere, por medio de las cuales el producto o servicio en uso es satisfactorio para las expectativas del cliente; tomando en cuenta las normas y especificaciones requeridas, realizando las pruebas pertinentes para verificar que el producto cumpla con lo deseado

Fabricación: Es el proceso de transformación necesario para la obtención de un bien o servicio.
Proceso de producción para el desarrollo de los nuevos productos.

FINANZAS:

El Departamento de Finanzas: se encarga principalmente de las siguientes actividades:

- Administrar y controlar los recursos financieros provenientes de los subsidios gubernamentales, así como los ingresos propios ordinarios y extraordinarios
- Vigilar la captación y supervisión de los ingresos en cualquiera de sus modalidades.
- Proyectar y realizar inversiones a corto, mediano y largo plazos, considerando los compromisos contraídos, bajo esquemas que garanticen seguridad con el máximo rendimiento.
- Preparar y vigilar los programas de flujo de fondos; vigilar que se cumplan oportunamente los compromisos contraídos, a través de un adecuado sistema de pagos.
- Mantener la posición de solvencia y liquidez de la universidad; cubrir oportunamente el pago de sueldos y prestaciones del personal académico y administrativo; entre otras.

Las áreas que incluye son:

- Contraloría
- Contabilidad
- Tesorería
- Planeación financiera y Presupuestos.
- Administración de riesgos.
- Créditos y cobranzas
- Cuentas por pagar.

COMERCIO EXTERIOR:

Departamento de comercio exterior juega un papel fundamental. En una empresa ya que tienen una total dependencia de los mercados internos, lo que implica un riesgo mayor ante cambios negativos en él.

Al desarrollar un departamento de comercio exterior estamos conjuntamente abriéndonos a distintos mercados, estamos diversificando el riesgo al eliminar la total dependencia del mercado local.

Por tal motivo, que cuenta con una estructura flexible su capacidad de adaptación a los cambios de los distintos mercados es mayor lo que constituye una ventaja al momento de insertarnos en la competencia internacional.

Funciones:

Es el encargado de hacer las investigaciones de mercados internacionales, controlando y dirigiendo la logística y la distribución física internacional además de manejar todo el proceso de importación y exportación de mercancías.

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Tabla 24.

Servicios Externos.

Nombre de la empresa	Contacto	Servicio	Valor mensual
Sodexo	604 00 56	Aseo General	\$1.500.000
Alarmar	444 1355 - 444 7555	Vigilancia	\$150.000
OHS	4643260	Mantenimiento	\$300.000
FedEx		Mensajería	\$2.790.000
EPM	4444 115	Agua y Luz	\$160.000
Claro	01 8003 200 200	Telecomunicaciones e internet.	\$200.000

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama

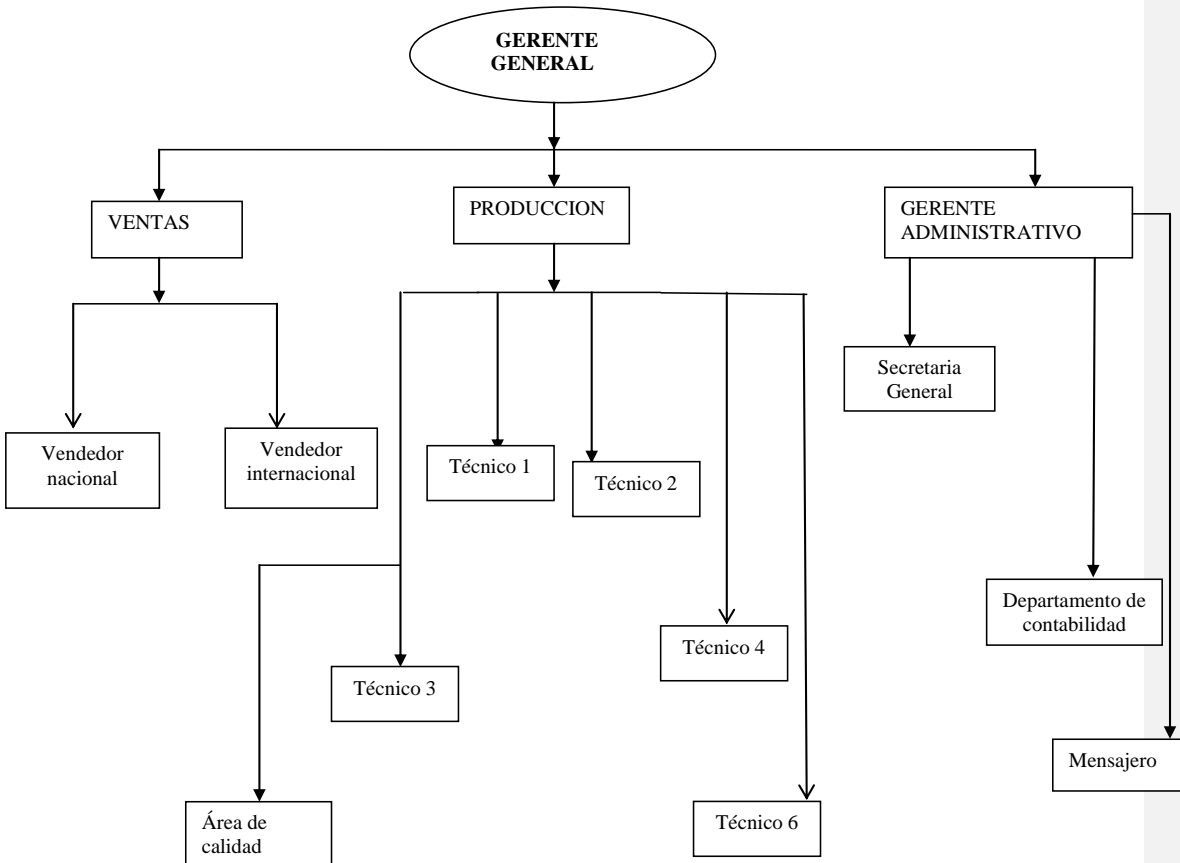


Figura 18. Organigrama de la empresa.

6.2.2 Descripción funcional de la Organización

GERENTE GENERAL:

1. Designar todas las posiciones gerenciales.
2. Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
3. Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
4. Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.
5. Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
6. Evaluar la participación en ferias, exposiciones y rondas de negocios.
7. Selección y contratación de agentes comerciales, distribuidores, proveedores.
8. Gestión ante las entidades financieras.
9. Seguimiento de todo proceso de exportación e importación.
10. Investigación de mercados.

CONTADOR:

1. Implantar el sistema contable más conveniente para la empresa.
2. Vigilar el cabal cumplimiento de las obligaciones fiscales.
3. Elaborar, analizar e interpretar los estados financieros.
4. Llevar los libros o registros de contabilidad de una empresa.

SECRETARIA GENERAL:

1. Desarrollar y mantener relaciones productivas y respetuosas con los demás proporcionando un marco de responsabilidad compartida
2. Reconocer y aprovechar el talento de los demás, para integrarlos y lograr mayor efectividad en el equipo.
3. Coordinar el propio trabajo con el de otras personas para el logro de objetivos en común, a través de la colaboración y el intercambio de ideas y recursos.
4. Reconocer la interdependencia entre su trabajo y el de otras personas.
5. Trabajar en cooperación con otros, más que competitivamente.
6. Realiza seguimiento a los pagos para su cancelación oportuna.
7. Realiza solicitudes de dotación de equipos y materiales para la dependencia.
8. Atiende e informa al público en general.
9. Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.
10. Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.
11. Reclutamiento y selección.

TECNICO DE PRIMERA FASE:

1. Seleccionar y medir.

TECNICO DE SEGUNDA FASE:

1. Moldear.

TECNICO DE TERCERA FASE:

1. Cortar.

TECNICO DE CUARTA FASE:

1. Unir.

TECNICO DE SEXTA FASE:

1. Empacar.

AUXILIAR DE CALIDAD QUINTA FASE:

1. Encargado de realizar el control de calidad de las materias primas, producto en proceso, producto terminado, de acuerdo a los procedimientos y normas preestablecidas por la compañía, garantizando que el producto llegue al consumidor en condiciones óptimas.
Realizar seguimiento a los programas prerequisites.
2. Supervisar las líneas de producción durante todo el proceso.
3. Analizar todos los fallos o imprevistos durante la producción y los solucionarlos.
4. Capacitar a los técnicos, crear los diagramas de flujo y también encargarse de seleccionar los candidatos a los puestos dentro del departamento así como el coaching de los mismos.

VENDEDOR:

1. Prospectar nuevos clientes.
2. Mantener y retener a los clientes.
3. Incrementar las compras de los clientes actuales.
4. Conocer los productos de su empresa.
5. Conocer el mercado de sus clientes.

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

6. Organizar, planificar y ejecutar sus objetivos.
7. Formarse constantemente en las técnicas necesarias para su labor.
8. Dar servicio a sus clientes.
9. Administrar eficientemente su cartera de clientes.
10. Informar sobre el mercado.

MENSAJERO:

1. Entregar y recoger documentos y paquetes en lugares diversos.
2. Verifica que la documentación esté completa, que cumpla con los requisitos de identificación necesarios.
3. Realizar trámites bancarios y el pago de impuestos, entre otras gestiones ante dependencias públicas e instancias privadas.

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

Nuestra empresa estará ubicada en un local, en el cual se pagara arriendo con valor de: \$3.800.000 y de servicios \$160.000

Nuestras instalaciones esta adecuadas con las instalaciones eléctricas e iluminación; nuestros equipos son eléctricos así que no necesitamos nada hidráulico y en cuanto a las comunicaciones los jefes de cada área tendrán plan de celular.

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Tabla 25.

Equipos, muebles y enseres.

Empresa	Contacto	Maquina	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Offline	Offline	Sillas	4	\$25.000	\$100.000
Offline	Offline	Escritorio	2	\$800.000	\$1.600.000
Fargo S.A	5141929	Papelería	2	\$52.000	\$104.000
Mercocumputo	Calle 10 No 30 - 30, local 207 PBX: (57-4) 444 4887	Computador portátil	2	\$660.000	\$1.320.000

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA IMPORTANTE FIN – ESUMER - Carlos Mario Morale **69**



DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

EPSON	Carrera 48 # 10-45	Impresora T110	1	\$200.000	\$200.000
Claro	01 8003 200 200	Plan de minutos Mensual	1	\$100.00	\$100.000

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Tabla 26.

Equipos de oficina

Empresa	Contacto	Maquina	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Offline	Offline	Sillas	4	\$25.000	\$100.000
Offline	Offline	Escritorio	2	\$800.000	\$1.600.000
Fargo S.A	5141929	Papelería	2	\$52.000	\$104.000
Mercocumputo	Calle 10 No 30 - 30, local 207 PBX: (57-4) 444 4887	Computador portátil	2	\$660.000	\$1.320.000
EPSON	Carrera 48 # 10-45	Impresora T110	1	\$200.000	\$200.000
Claro	01 8003 200 200	Plan de Minutos Mensual	1	\$100.000	\$100.000

6.3.4 Requerimientos de servicios.

Tabla 27.

Servicios Externos

Nombre de la empresa	Contacto	Servicio	Valor mensual
Sodexo	604 00 56	Aseo General	\$1.500.000
Alarmar	444 1355 - 444 7555	Vigilancia	\$150.000
FedEx		Mensajería	\$2.790.000
EPM	4444 115	Agua y Luz	\$160.000
Claro	01 8003 200 200	Telecomunicaciones e internet.	\$200.000
Distribuciones Fargo S.A	5141929	Papelería	\$312.000

6.3.5 Requerimientos de personal

Salarios área administrativa

Gerente general:

- Salario básico: \$2.800.000
 - Prestaciones sociales: \$611.333
 - Aportes parafiscales: \$252.000
 - Aportes seguridad social: \$588.622
- TOTAL: \$4.251.955**

Contador:

- Salario básico: \$1.800.000
 - Prestaciones sociales: \$393.000
 - Aportes parafiscales: \$162.000
 - Aportes seguridad social: \$378.400
- TOTAL: \$2.733.400**

Secretaria general:

- Salario básico: \$1.000.000
 - Prestaciones sociales: \$218.333
 - Aportes parafiscales: \$90.000
 - Aportes seguridad social: \$210.222
 - Auxilio de transporte: \$72.000
- TOTAL: \$1.590.555**

Mensajero:

- Salario básico: \$750.000
- Prestaciones sociales: \$163.000

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

- **Aportes parafiscales:** \$67.500
 - **Aportes seguridad social:** \$157.667
 - **Auxilio de transporte:** \$172.000
- TOTAL: \$1.310.167**

6.4 Programa de administración

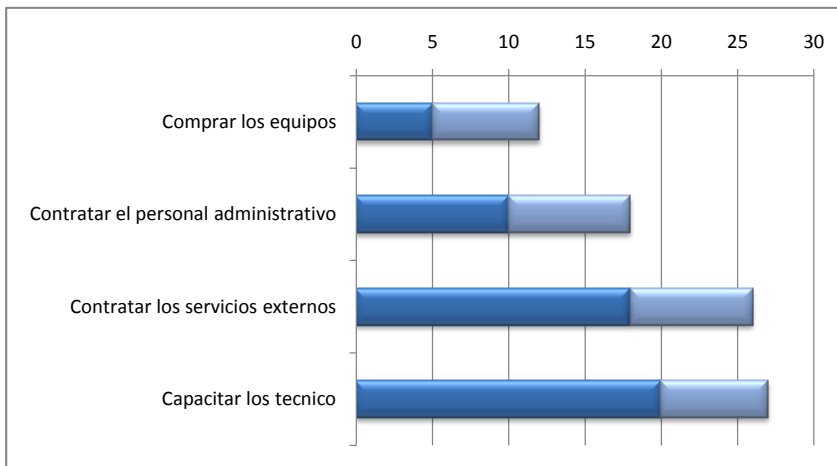


Figura 19. Programa de Administración

7.ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

Nuestra empresa se constituirá como Sociedad por acciones simplificada.

La ley 1258 de 2008 representa la innovación jurídica en materia societaria más importante de los últimos años. Establece una regulación flexible que permite a los asociados estipular condiciones bajo las cuales se registrarán sus relaciones, para lo cual se requiere responsabilidad en la adopción de las cláusulas por parte de los contratantes.

Estableció además, en su artículo 46, que a partir de su entrada en vigencia no se podrán constituir SOCIEDADES UNIPERSONALES con base en el artículo 22 de la ley 1014 y las ya constituidas, tienen un plazo máximo de 6 meses (es decir hasta el 5 de junio de 2009) para transformarse en sociedades por acciones simplificada.

NOTA: Las EMPRESAS UNIPERSONALES constituidas con base en la ley 222 de 1995 no tienen la obligación de transformarse en sociedad por acciones simplificada.

Características:

- Se crea mediante contrato o acto unilateral que constará en documento privado.
- Se constituyen por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.
- Una vez inscrita en el registro mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.
- Es una sociedad de capitales.
- Su naturaleza siempre será comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social.
- Para efectos tributarios, se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.
- Las acciones y demás valores que emita la S.A.S no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.
- El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado.
- Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

¿Cuáles son los requisitos para constituir una S.A.S de conformidad con la ley 1258 de 2008?

- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Tabla 28.

Certificados y registros.

CERTIFICADOS	ENTIDAD RESPONSABLE		VIGENCIA	TIEMPO	VALOR
Rut	DIAN		Indefinida	Inmediato	N/A
Nit	DIAN		Indefinida	Inmediato	N/A
Inscripción en el registro público mercantil.	CAMARA COMERCIO	DE	Renovación anual	24 horas	\$1.081.000
Formulario único empresarial	CAMARA COMERCIO	DE	Indefinido	24 horas	\$4000
Matricula de industria y comercio municipal	CAMARA COMERCIO	DE	Anual	24 horas	\$103.000
Impuesto industria y comercio municipal	CAMARA COMERCIO	DE	Mensual	N/A	\$1.108.800
Seguridad de	CUERPO	DE	Mensual	15 días	\$22.000

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

establecimientos abiertos al publico	BOMBEROS				
Registro de los libros de comercio	CAMARA DE COMERCIO	DE	Renovación cada vez que se agoten	Inmediato	\$42.800

- Inscripción en el registro público mercantil:

TARIFAS DEL REGISTRO MERCANTIL					
AÑO 2014					
RANGO DE ACTIVOS		RANGO DE ACTIVOS		TARIFA	TARIFA
En salarios mínimos		En Pesos		% S.M.M.L.V	EN \$
Mayor a	Menor o igual	Mayor a	Menor o igual		
350	524	215.600.000	322.784.000	159,44	982.000
524	700	322.784.000	431.200.000	166,08	1.023.000
700	875	431.200.000	539.000.000	171,33	1.055.000
875	1.050	539.000.000	646.800.000	175,52	1.081.000
1.050	1.224	646.800.000	753.984.000	179,02	1.103.000
1.224	1.399	753.984.000	861.784.000	181,82	1.120.000
1.399	1.574	861.784.000	969.584.000	183,92	1.133.000
1.574	1.748	969.584.000	1.076.768.000	186,01	1.146.000
1.748	2.098	1.076.768.000	1.292.368.000	188,46	1.161.000
2.098	2.448	1.292.368.000	1.507.968.000	191,26	1.178.000
2.448	2.797	1.507.968.000	1.722.952.000	193,36	1.191.000
2.797	3.147	1.722.952.000	1.938.552.000	194,75	1.200.000
3.147	3.497	1.938.552.000	2.154.152.000	196,85	1.213.000
3.497	5.245	2.154.152.000	3.230.920.000	200,35	1.234.000
5.245	6.993	3.230.920.000	4.307.688.000	205,94	1.269.000
6.993	8.741	4.307.688.000	5.384.456.000	212,94	1.312.000
8.741	10.490	5.384.456.000	6.461.840.000	218,88	1.348.000
10.490	12.238	6.461.840.000	7.538.608.000	220,98	1.361.000
12.238	13.986	7.538.608.000	8.615.376.000	223,78	1.376.000
13.986	15.734	8.615.376.000	9.692.144.000	226,92	1.398.000
15.734	17.483	9.692.144.000	10.769.528.000	231,47	1.426.000
17.483	34.965	10.769.528.000	21.538.440.000	244,06	1.503.000
34.965	69.930	21.538.440.000	43.076.880.000	245,10	1.510.000
69.930	104.895	43.076.880.000	64.615.320.000	246,15	1.516.000
104.895	139.860	64.615.320.000	86.153.760.000	246,85	1.521.000
139.860	174.825	86.153.760.000	107.692.200.000	247,55	1.525.000
174.825	349.650	107.692.200.000	215.384.400.000	248,25	1.529.000
349.650	699.300	215.384.400.000	430.768.800.000	251,05	1.546.000
699.300	874.125	430.768.800.000	538.461.000.000	256,99	1.583.000
874.125	En Adelante	538.461.000.000	En adelante	259,79	1.600.000

Figura 20. Tarifas del registro mercantil.

- Registro de libros del comercio:
 - Libro diario: \$10.700
 - Libro de inventarios: \$10.700
 - Libro registro de socios: \$10.700
 - Libro mayor y balances: \$10.700

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

Nombre de la Socia mayoritaria: Viviana Carvajal Montoya

Aporte monetario de la socia: \$8.551.000

Momento del Aporte: Al inicio de la creación de la empresa.

Consulta:

Tasa de crecimiento de ventas anual: %4

Tasa de crecimiento de precios anual: %4.9

Tasa de inflación proyectada: 3%

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

Nombre de la entidad Bancaria: Bancolombia

Monto del préstamo: 424.000.000

Tasa de Interés: 29.38% Anual

Tasa nominal anual: 29.38%

Tiempo de pago: 2 Años

Tiempo de Desembolso: 15 días.

Tabla 29.

Listado de Interés Mensual

DATOS	
Monto de crédito	\$424.000.000
Tasa de interés efectiva anual	29.38%
Número de pagos (mensuales)	24
Pago mensual	\$ 23.445.921,04

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

Tasa nominal anual	29.38%
Tasa de interés mensual	2.40%

=TASA.NOMINAL(C4;12)
 =C9/12

=PAGO (C10; C5;-C3; 0)

Productos y servicios | Financiación | Créditos | Crédito de consumo

Crédito de Consumo Solicítalo aquí

Información básica

Tasas

Tasas de interés vigentes desde el 3 de Febrero de 2014

	Tasa Fija		Tasa Variable
	MVA	EA	DTF
Preferencial	1.25%	16.38%	DTF + 7.20%
Personal Plus	1.16%	29.23%	DTF + 18.50%
Personal	3.17%	29.38%	DTF + 19.50%
Emprendedor	2.17%	29.38%	DTF + 18.72%

Las tasas anteriores aplican para los plazos desde 12 meses hasta 60 meses

* La Tasa Efectiva Anual total se calcula usando la siguiente Fórmula: $(1 + DTF \cdot EA)^n (1 + \text{Puntos Básicos EA})$

DTF: Tasa promedio ponderada de las captaciones en certificados de Depósito a Término CDTs a 90 días, de los bancos, las corporaciones financieras y las compañías de financiamiento comercial. Generalmente, esta tasa se da en modalidad trimestre anticipado. Su cálculo es semanal y refleja la tasa de interés promedio ponderada de los CDTs a 90 días realizadas la semana inmediatamente anterior a su periodo de vigencia.

Volver al Home

- Información Básica
 - Descripción
 - Características
 - Beneficios
 - Tasas
 - Tarifas
 - Seguro de Deudores
- Información Relacionada
 - Trámites y requisitos
 - Plazos y términos
 - Contratos
 - Cargos tributarios
- Servicio al Cliente
 - Teléfono
 - E-mail
 - Cobranza prejudicial en Bancolombia

Figura 21. Pantallazo de la tasa de interés mensual.

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

Tabla 30.

Análisis de ventas totales por producto

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas		Participación del total Ventas
REFERENCIAS 001 AUTOMOVILES VENTAS NACIONALES	\$ 17.383.333,7	6,85%
REFERENCIAS 002 AUTOMOVILES VENTAS NACIONALES	\$ 18.666.666,7	7,36%
REFRENCIA 001 CAMIONETAS VENTAS NACIONALES	\$ 31.246.666,7	12,32%
REFRENCIAS 002 CAMIONETAS VENTAS NACIONALES	\$ 25.760.000,0	10,15%
REFERENCIA 001 AMBULANCIAS VENTAS NACIONALES	\$ 31.333.333,4	12,35%
REFERENCIAS 002 AMBULANCIAS VENTAS NACIONALES	\$ 23.850.000,5	9,40%
REFERENCIAS 001 CAMIONETAS VENTAS INTERNACIONALES	\$ 32.266.666,7	12,72%
REFERENCIAS 002 CAMIONETAS VENTAS INTERNACIONALES	\$ 29.773.333,9	11,73%
REFERENCIA 001 AMBULANCIAS VENTAS INTERNACIONALES	\$ 25.800.000,6	10,17%
REFERENCIAS 002 AMBULANCIAS VENTAS INTERNACIONALES	\$ 17.640.000,6	6,95%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 253.720.002,9	100,00%

De acuerdo a nuestras ventas y valores de nuestros productos, podemos observar que nuestros ingresos mensualmente serán de \$253.720.002,9ya que equivalen a las ventas del mes, lo que quiere decir que cubren nuestros gastos desde el primer mes y esto es positivo para la compañía.

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Tabla 31.

Análisis de inversiones de la empresa.

Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)	Valor	Depreciación Mensual
Maquinaria (5años)	\$ 270.000.000,0	\$ 4.500.000,0

Gastos Preoperativos Exigibles	Valor	Amortización
Inscripción en el registro público mercantil	\$ 1.081.000,0	\$ 18.016,7
Formulario único empresarial	\$ 4.000,0	\$ 66,7
Matricula de industria y comercio	\$ 103.000,0	\$ 1.716,7
Registro de los libros de comercio	\$ 42.800	\$ 713,3
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 1.230.800,0	
Total Amortización Mensual		\$ 20.513,3

Nuestros activos fijos son la maquinaria las cuales solo se compran al inicio del proyecto; los gastos pre-operativos son aquellos que tenemos en cuenta antes de empezar con la empresa, ya que este dinero es empleado para los papeles legales para iniciar el proyecto.

CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 32.

Número de días que necesita cubrir sus **COSTOS VARIABLES** y **FIJOS**

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Costos Variables	30	\$ 121.956.788
Costos Fijos de Producción	30	\$ 47.240.086
Costos Fijos de Administración	30	\$ 13.408.877
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	30	\$ 38.560.132

Yo elegí que el plazo para pagar mis cuentas de costos de manejo van hacer de treinta días máximo, ya que así no me atraso en la contabilidad de la empresa y no me cobran recargos.



**DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios**

Tabla 33.

Número de días que necesita cubrir sus VENTAS e INVENTARIOS de PRODUCTO Y MATERIA PRIMA

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Cuentas por Cobrar	15	\$ 110.582.941
Inventarios productos	9	\$ 50.759.062

Se estipula este plazo de días ya que así ganan nuestros clientes y proveedores, ya que al pagar oportunamente nos dan más descuentos y no se acumulan facturas para pagar y tendremos como lo dijimos inicialmente 70 unidades de producto en inventario para el otro mes o para alguna novedad que se presente lo cual equivale a 9 días de producción.

Tabla 34.

Número de días que sus proveedores le dan para pagar

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Materia Prima	30	\$ 121.956.788
Fijos de Producción	30	\$ 47.240.086
Administrativos	30	\$ 13.408.877
Comercialización y Ventas	30	\$ 38.560.132

Se llega a un acuerdo de treinta días que nos favorece a ambos para los descuentos y para el tema de garantías.

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

8.2.2.2 Costos

COSTOS VARIABLES

	Total Costos Variables por Producto	Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado	
PRODUCTOS	REFERENCIAS	\$ 179.811,0	50	\$ 8.930.613,2	6,85%	\$ 316.667,31
	REFERENCIAS	\$ 209.427,0	47	\$ 9.773.260,0	7,36%	\$ 365.834,21
	REFERENCIAS	\$ 229.035,0	73	\$ 16.643.210,0	12,32%	\$ 397.172,75
	REFERENCIAS	\$ 258.652,0	54	\$ 13.880.990,7	10,15%	\$ 446.340,65
	REFERENCIAS	\$ 245.443,0	63	\$ 15.381.094,7	12,35%	\$ 440.952,01
	REFERENCIAS	\$ 275.060,0	45	\$ 12.377.700,3	9,40%	\$ 482.299,55
	REFERENCIAS	\$ 229.035,0	59	\$ 13.436.720,0	12,72%	\$ 444.094,91
	REFERENCIAS	\$ 258.652,0	51	\$ 13.277.469,6	11,73%	\$ 485.442,46
	REFERENCIAS	\$ 245.443,0	43	\$ 10.554.049,2	10,17%	\$ 480.053,82
	REFERENCIAS	\$ 275.060,0	28	\$ 7.701.680,3	6,95%	\$ 521.401,36
	Producto 11	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 12	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 13	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 14	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 15	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)			\$ 121.956.788,0			

Figura 22. Análisis de precios según costos.

Nuestros costos variables inicialmente serian estos, los cuales se pueden cubrir sin problemas, pero se buscaran 5 proveedores del producto los cuales entraran en una competencia de precios más bajos y mejor calidad, lo cual nos servirá de ventaja al momento de la compra de nuestros insumos.

COSTOS FIJOS

Tabla 35.

Análisis de costos fijos.

COSTOS FIJOS	
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 47.240.086,0
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 13.408.877,0
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 38.560.132,0
COSTOS FIJOS TOTAL (CFT)	\$ 99.209.095,0

Estos costos son fijos ya que vendamos o no nuestros productos siempre se debe de pagar nomina, arriendos, servicios, etc. Y analizando nuestro flujo de caja podemos ver que se pueden cubrir sin generar pérdidas en la empresa.



8.2.2.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

Tabla 36.

Análisis de costos fijos de administración.

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 6.350.000
Prestaciones Sociales, aportes parafiscales y seguridad social	\$ 3.292.077
Impuesto industria y comercio municipal	\$ 1.108.800
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 300.000
Varios (Vigilancia, aseo, etc.)	\$ 1.650.000
Papelería	\$ 104.000
Servicios públicos	\$ 360.000
Plan celular	\$ 100.000
Auxilio de transporte	\$ 144.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 13.408.877

Estos gastos administrativos son fijos ya que siempre se debe pagar arriendo, servicios, nomina, planes de celular, mantenimientos, entre otros, en este departamento fijamos 5 técnicos y un asistente de calidad, con los cuales iniciaremos y al ir aumentando las ventas incrementaremos nuestro personal con el fin de brindarle estabilidad a la empresa y a nuestros empleados.

Gastos Distribución y Ventas

Tabla 37

Análisis de costos fijo de comercialización y ventas

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	
Salarios	\$ 2.000.000
Prestaciones Sociales, aportes parafiscales y seguridad social	\$ 1.037.110
Auxilio de transporte	\$ 344.000
Publicidad y mercadeo	\$ 1.370.000
Plan celular Colombia	\$ 150.000
Plan celular argentina	\$ 90.000
Papelería	\$ 52.000
Empaque	\$ 8.949.050
Servicios	\$ 40.000
Transporte internacional	\$ 3.088.161
Transporte nacional	\$ 1.942.883
Costos logísticos de exportación	\$ 14.865.528
Mensajería	\$ 4.631.400
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 38.560.132

Estos gastos de comercialización y ventas son fijos ya que, siempre se debe pagar arriendo, servicios, nomina, planes de celular, transporte del producto, exportación, entre otros, cabe mencionar que únicamente tendremos dos vendedores para iniciar con nuestro proyecto a los cuales se le brindara estabilidad laboral y unos muy buenos incentivos con el fin de que hagan su trabajo con motivación y en pro del crecimiento de la empresa.

8.2.2.4 Gastos Financieros

Tabla 38.

Análisis de amortización y datos bancarios.

DATOS GENERALES DEL PROYECTO	
Préstamo Bancario (Financiación)	

Monto del Préstamo:	\$ 424.000.000
Intereses (efectivo Mensual):	2,40%
Plazo (meses):	24
Modalidad del Préstamo:	\$23.445.921,04

Requerimientos Financieros	\$ 424.000.000
Préstamo Bancario	\$ 424.000.000
Recursos Propios	\$ 8.551.000,0

Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)				
--	--	--	--	--

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 424.000.000
1	\$ 424.000.000	\$ 10.176.000	\$ 13.269.921	\$ 410.730.079
2	\$ 424.000.000	\$ 9.857.522	\$ 13.588.399	\$ 397.141.680
3	\$ 424.000.000	\$ 9.531.400	\$ 13.914.521	\$ 383.227.159
4	\$ 424.000.000	\$ 9.197.452	\$ 14.248.469	\$ 368.978.690
5	\$ 424.000.000	\$ 8.855.489	\$ 14.590.432	\$ 354.388.257
6	\$ 424.000.000	\$ 8.505.318	\$ 14.940.603	\$ 339.447.655
7	\$ 424.000.000	\$ 8.146.744	\$ 15.299.177	\$ 324.148.477
8	\$ 424.000.000	\$ 7.779.563	\$ 15.666.358	\$ 308.482.120
9	\$ 424.000.000	\$ 7.403.571	\$ 16.042.350	\$ 292.439.769
10	\$ 424.000.000	\$ 7.018.554	\$ 16.427.367	\$ 276.012.403
11	\$ 424.000.000	\$ 6.624.298	\$ 16.821.623	\$ 259.190.779
12	\$ 424.000.000	\$ 6.220.579	\$ 17.225.342	\$ 241.965.437
13	\$ 424.000.000	\$ 5.807.170	\$ 17.638.751	\$ 224.326.687
14	\$ 424.000.000	\$ 5.383.840	\$ 18.062.081	\$ 206.264.606
15	\$ 424.000.000	\$ 4.950.351	\$ 18.495.570	\$ 187.769.036
16	\$ 424.000.000	\$ 4.506.457	\$ 18.939.464	\$ 168.829.571

**DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios**

17	\$ 424.000.000	\$ 4.051.910	\$ 19.394.011	\$ 149.435.560
18	\$ 424.000.000	\$ 3.586.453	\$ 19.859.468	\$ 129.576.092
19	\$ 424.000.000	\$ 3.109.826	\$ 20.336.095	\$ 109.239.998
20	\$ 424.000.000	\$ 2.621.760	\$ 20.824.161	\$ 88.415.837
21	\$ 424.000.000	\$ 2.121.980	\$ 21.323.941	\$ 67.091.896
22	\$ 424.000.000	\$ 1.610.205	\$ 21.835.716	\$ 45.256.180
23	\$ 424.000.000	\$ 1.086.148	\$ 22.359.773	\$ 22.896.407
24	\$ 424.000.000	\$ 549.514	\$ 22.896.407	\$ 0

Entidad bancaria: BANCOLOMBIA S.A.S

Tipo de crédito: Crédito de consumo para MICROPYME

Es una línea de crédito de libre destinación que le permite a cualquier persona con ingresos o ventas superiores a dos millones mensuales, la facilidad de adquirir lo que necesite cuando lo necesite, con diferentes plazos y servicios adicionales, constituyéndose en un préstamo rápido y seguro con alternativas de financiación a corto y mediano plazo.

Hare un préstamo bancario por la suma de \$ 249.632.961 en Bancolombia, tendré que pagar de intereses mensuales del 2,40% y la deuda la saldare en dos años. Como recursos propios tendré para los gastos pre-operativos que son para la parte legal inicial.

8.3 Estados Financieros proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

Tabla 39.

Análisis del flujo de caja.

Conceptos	Inversión
+ Ingresos por venta	
- Costos variables	
- Costos fijos	
Costos fijos de Producción	
Costos fijos de Administración	
Costos fijos de comercialización y ventas	
- No Desembolsables	\$ 0
- Intereses Crédito	

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0
- Impuestos	\$ 0
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 424.000.000
Prestamos	\$ 424.000.000
Recuperación Capital de trabajo	
Valor de Salvamento	
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 432.572.804
Activos Fijos	\$ 270.000.000
Pago Crédito (Capital)	
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 1.230.800
Capital de Trabajo	\$ 161.342.004
FLUJO DE CAJA	-\$ 8.572.804

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 3.044.640.035	\$ 3.292.778.197	\$ 3.561.139.621	\$ 3.851.372.500	\$ 4.165.259.358
\$ 1.463.481.456	\$ 1.595.194.787	\$ 1.738.762.318	\$ 1.895.250.926	\$ 2.065.823.510
\$ 1.190.509.140	\$ 1.297.654.963	\$ 1.414.443.909	\$ 1.541.743.861	\$ 1.680.500.809
\$ 566.881.032	\$ 617.900.325	\$ 673.511.354	\$ 734.127.376	\$ 800.198.840
\$ 160.906.524	\$ 175.388.111	\$ 191.173.041	\$ 208.378.615	\$ 227.132.690
\$ 462.721.584	\$ 504.366.527	\$ 549.759.514	\$ 599.237.870	\$ 653.169.279
\$ 54.246.160	\$ 54.246.160	\$ 54.246.160	\$ 54.246.160	\$ 54.246.160
\$ 99.316.490	\$ 39.385.615	\$ 0	\$ 0	\$ 0
\$ 237.086.789	\$ 306.296.673	\$ 353.687.233	\$ 360.131.552	\$ 364.688.880
\$ 78.238.640	\$ 101.077.902	\$ 116.716.787	\$ 118.843.412	\$ 120.347.330

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA IMPORTANTE FIN – ESUMER - Carlos Mario Morales **86**



DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

\$ 158.848.149	\$ 205.218.771	\$ 236.970.446	\$ 241.288.140	\$ 244.341.550
\$ 54.246.160	\$ 54.246.160	\$ 54.246.160	\$ 54.246.160	\$ 54.246.160
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 227.747.405
				\$ 227.747.405
				\$ 0
\$ 196.555.343	\$ 257.793.088	\$ 17.252.139	\$ 18.804.832	\$ 0
\$ 182.034.563	\$ 241.965.437	\$ 0	\$ 0	\$ 0
\$ 14.520.780	\$ 15.827.651	\$ 17.252.139	\$ 18.804.832	
\$ 16.538.965	\$ 1.671.843	\$ 273.964.467	\$ 276.729.468	\$ 526.335.115

Este flujo de caja es positivo y además nos muestra concisamente cuales son los activos, gastos y capital de trabajo y al final un balance de los gastos financieros, de los cuales se deduce el monto del prestamos bancario. Queda demostrado que en el mes cero hay un valor de pérdida ya que en ese momento no se ha comenzado a vender el producto y todo debe de ser inversiones.

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

Tabla 40.

Análisis del valor presente neto.

Tasa Interna de Retorno	42,58%
Valor Presente Neto	254.681.039
Tasa Interna de Retorno	329,49%

Como sabemos el valor presente neto (VPN) es el equivalente a traer los diferentes flujos de caja proyectados en cada mes hasta el momento cero (momento de la inversión), utilizando la tasa esperada por el inversionista. Cabe aclarar que, en este caso, el flujo de caja del mes cero es

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

negativo debido a que aunque a la empresa le ingresa el préstamo bancario, también es necesario inyectar el capital de trabajo que requiere el negocio para iniciar operaciones, invertir en activos fijos y cubrir los costos pre-operativos.

El criterio de aceptación para un proyecto, desde el punto de vista netamente financiero, es que el VPN sea igual ó mayor a cero, ya que si fuera igual a cero, el proyecto estaría cubriendo mínimamente la tasa esperada por el inversionista. Nuestro proyecto es viable financieramente debido a que el ejercicio de proyección a sesenta meses arroja un VPN igual a \$254.681.039.

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

Tabla 41

Análisis de la tasa interna de retorno

Tasa Interna de Retorno	42,58%
Valor Presente Neto	254.681.039
Tasa Interna de Retorno	329,49%

El otro criterio financiero para la aprobación o rechazo de un proyecto es la tasa interna de retorno (TIR). Un proyecto es financieramente viable si la TIR proyectada es mayor a la tasa esperada por el inversionista en el horizonte de planeación definido (horizonte de tiempo). En este caso, realizando un ejercicio de proyección a sesenta meses, encontramos que la TIR es mayor a la tasa esperada y por tanto el proyecto se aprueba desde este punto de vista.

Es de aclarar que las ventas iniciaron en un nivel estable desde el año uno, debido a que antes de poner en marcha el proyecto ya se contaba con los contactos de los clientes principales que han manifestado garantizar las ventas proyectada en cada mes (alianzas estratégicas con los clientes).

8.4.3 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Tabla 42.

Aumento del 10 % en las ventas mensuales.

Cambio Porcentual en las Ventas	10,00%
Tasa de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	367.917.912
Tasa Interna de Retorno	67,62%

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

Esta tabla nos demuestra que cuando le aumentamos el 10% a la cantidad de productos que deseamos vender, el VPN y la TIR aumentan en gran cantidad, ósea que en algún momento del año que deseamos aumentar ganancias debemos conseguir más clientes que se interesen en nuestro producto.

Tabla 43.

Aumento del 10% de las ventas anuales.

Tasa Interna de Retorno	42,58%
Valor Presente Neto	1.109.480.814
Tasa Interna de Retorno	686,71%

Esta tabla nos demuestra que cuando le aumentamos el 10% a la cantidad de productos que deseamos vender, el VPN y la TIR aumentan en gran cantidad, ósea que en algún momento del año deseamos aumentar ganancias debemos conseguir más clientes que se interesen en nuestro producto.

Comparando estos dos cuadros de ventas anuales y mensuales podemos decir que nuestra empresa es muy rentable ya que a medida que van pasando los años desde el inicio de la empresa siempre vamos a tener ganancias, el VPN y la TIR, siguen siendo muy estables y no se está generando pérdidas en ninguna de estas variaciones.

Tabla 44.

Disminución del 10% de las ventas mensuales.

Cambio Porcentual en las Ventas	-10,00%
Tasa de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	197.994.322
Tasa Interna de Retorno	28,11%

Esta tabla nos demuestra que cuando le disminuimos el 10% a la cantidad de ventas que deseamos vender, el VPN y la TIR disminuyen en gran cantidad, ósea que en algún momento del año perdemos clientes por alguna razón inesperada, vamos a tener pérdidas en nuestra empresa, aunque seguiríamos ganado porque la TIR y la VPN siguen siendo considerablemente positivas.

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Tabla 45.
Aumento del 10% del precio del producto mensual.

Cambio Porcentual en el Precio	10,00%
Tasa de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	452.166.621
Tasa Interna de Retorno	235,28%

Esta tabla nos demuestra que cuando le aumentamos el 10% al precio de los productos que deseamos vender, el VPN y la TIR aumentan en gran cantidad, y esto es muy importante para nuestra empresa ya que empezamos vendiendo nuestro producto muy económico además de esto no tenemos competencia directa lo que nos demuestra que podemos subir el precio sin afectar los ingresos de nuestra empresa.

Tabla 46.
Aumento del 10% del precio del producto anual.

Tasa Interna de Retorno	42,58%
Valor Presente Neto	577.031.181
Tasa Interna de Retorno	504,83%

Esta tabla nos demuestra que cuando le aumentamos el 10% a la cantidad de productos que deseamos vender, el VPN y la TIR aumentan en gran cantidad, ósea que en algún momento del año deseamos aumentar ganancias debemos conseguir más clientes que se interesen en nuestro producto.

Analizando los dos cuadros podemos ver que la empresa desde el inicio es considerablemente rentable, lo cual nos favorece ya que a medida que vaya cambiando nuestro mercado podemos crear nuevas tendencias e inclusive expandirnos con locales a nivel nacional e internacional, ya que contamos con el capital suficiente.

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

Tabla 47.
Disminución del 10% del precio del producto mensual.

Cambio Porcentual en el Precio	-10,00%
Tasa de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	94.887.948
Tasa Interna de Retorno	10,15%

Esta tabla nos demuestra que cuando le disminuimos el 10% al precio de los productos que deseamos vender, el VPN y la TIR disminuyen, pero aun así la empresa sigue siendo rentable porque las ganancias bajan pero no hay pérdidas.

9. CONSIDERACIONES FINALES

La elaboración de esta idea de proyecto era analizar varios campos de trabajo para el montaje de una empresa de producción de gomas protectoras que brindar seguridad, confianza y economía a los clientes; después de terminar cada análisis hay varias cosas para resaltar.

En el campo producción se debe tener en cuenta los salarios, la materia prima, los mejores proveedores, la calidad, el tiempo de cada labor dentro del taller, la contratación de personal capacitado, y las máquinas y su buen mantenimiento para que la empresa sea rentable y nos de ganancias, antes que pérdidas y tener como lema la excelente Calidad.

En el área administrativa hay que tener presente todo lo relacionado con salarios, impuestos, gastos pre-operativos, equipos de sistema, papelería, los muebles, la agilidad para contratar el personal, realizar un mapa de tiempos en los que se deseen ver las ganancias, realizar los contactos para gestionar el préstamo bancario y toda la parte legal de la empresa la cual no es muy difícil de lograr ya que en la cámara de comercio se pueden adelantar muchos de los procesos para sacar a delante la empresa y para su buen funcionamiento.

En el sector de comercialización hay que observar todo lo que tiene q ver con la parte de envíos, de relaciones con los clientes, de los productos que se ofrecen, darnos a conocer en el mercado y en el sector automotriz, buscar aliados para así tener mayor posibilidad de conocer nuevos prospectos de clientes y de países; capacitar los empleados y la forma de pago y manejo del personal.

En el área financiera podemos concluir que lo más sobresaliente es: El flujo de Caja, La TIR y EL VPN; ya que con estos se puede definir si el proyecto es viable o no y si nos da ganancias para nuestra empresa. Cabe aclarar que, en este caso, el flujo de caja del mes cero es negativo debido a que aunque a la empresa le ingresa el préstamo bancario, también es necesario inyectar el capital de trabajo que requiere el negocio para iniciar operaciones, invertir en activos fijos y cubrir los costos pre-operativos.

Nuestro proyecto es viable financieramente debido a que el ejercicio de proyección a Sesenta meses arroja un de VPN \$254.681.039

En este caso, realizando un ejercicio de proyección a cinco años, encontramos que la TIR es mayor a la tasa esperada y por tanto el proyecto se aprueba desde este punto de vista.

Es de aclarar que las ventas iniciaron en un nivel estable desde el mes uno, debido a que antes de poner en marcha el proyecto ya se contaba con los contactos de los clientes principales que han manifestado garantizar las ventas proyectada en cada mes (alianzas estratégicas con los clientes).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alibaba. (2014). *Laminas gomas*, pagina (p.1) en la <http://spanish.alibaba.com/product-gs/super-fine-ribbed-rubber-sheet-748728139.html>

ANDI (2013) Estadísticas-venta mensuales de vehículos en Colombia. Informe sector automotor diciembre de 2013. *Matriculas, ventas al detal y ventas al mayor*, pagina (p.1) de http://www.andi.com.co/pages/proyectos_paginas/proyectos_detail.aspx?pro_id=431&Id=76&clase=9&Tipo=2

ANDI (2013) Estadísticas-venta mensuales de vehículos en Colombia. Informe sector automotor diciembre de 2013. *Matriculas, ventas al detal y ventas al mayor, pagina* (p.1) de http://www.andi.com.co/pages/proyectos_paginas/proyectos_detail.aspx?pro_id=431&Id=76&clase=9&Tipo=2

ANDI (2013) Estadísticas-venta mensuales de vehículos en Colombia. Informe sector automotor diciembre de 2013. *Matriculas, ventas al detal y ventas al mayor*, pagina (p.2) de http://www.andi.com.co/pages/proyectos_paginas/proyectos_detail.aspx?pro_id=431&Id=76&clase=9&Tipo=2

ArgentinaAutoblog. (2013). Así fueron las ventas totales del 2013. *Eldato del año*, pagina (p.1) en la <http://autoblog.com.ar/2014/01/asi-fueron-las-ventas-totales-del-2013/>

Buscatransporte. (2014). *Transporte de ambulancias*, pagina (p.1) en la <http://www.buscatransporte.com/ambulancias/>

Cronista de Tlalnepantla. (2010). Informa y Describe Hechos. Tres heridos y tres autos colisionados por exceso de velocidad, pagina (p.1) en la <http://cronistadetlalnepantla.blogspot.com/2010/07/tres-heridos-y-tres-autos-colisionados.html>

Diario digital de Celorio. (2010). *Los imbéciles de siempre*, página (p.1) en la <http://www.celoriu.com/2010/07/14/actualidad/los-imbeciles-de-siempre/>

El Colombiano (2014). La inflación de 2013 y pronóstico para 2014, en la pagina (p.1) en la www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/L/la_inflacion_de_2013_y_pronostico_para_2014/la_inflacion_de_2013_y_pronostico_para_2014.asp

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

Epson Stylus Office T1110. Impresora a color de formato ancho, en la página (p.1) en la global.latin.epson.com/Catalog/Epson-Stylus-Office-T1110

Instituto Nacional de Medicina legal. (2012). Corporacion Fondo de Prevención Vial. *Estadísticas Accidentalidad*, pagina (p.1) en la <http://www.fpv.org.co/investigacion/estadisticas>

INSTRUCCIONES PARA CALCULAR TARIFAS SERVICIOS DE FEDEX EXPRESS NACIONAL (2014). Encuentre la zona de envío, en la página (p. 2) en la images.fedex.com/downloads/lac/rates_2014/CO_2014Rates_Nacional.pdf

Invest in Bogotá. (2011). Reporte Autopartes 2011. *El País tiene potencial para atender el mercado regional*, pagina (p.2) de http://es.investinbogota.org/sites/iib/files/la_industria_autopartista_en_bogota-2013.pdf

LANOTAECONOMICA (Vademécum Empresarial2009/2010). *Medianos Sectores*, pagina (p.1) en la <http://www.lanotadigital.com/vademecum/medium/servicios-de-apoyo-empresarial/seguridad-y-vigilancia>

Marc Lachapelle de MSN Autos (2010). *Los 10 mejores autos para la ciudad*, pagina (p.1) en la <http://autos.latino.msn.com/fotos.aspx?cp-documentid=24208173>

Mega luces S.A.S (2014). Bombillos Ahorradores, en la página (p.1) en la www.megaluces.com/index.php?action=listingview&listingID=9

Organización Mundial de la Salud (2013) Informe sobre la situación mundial de la seguridad vial 2013. Apoyo al decenio de acción, pagina (p.4) de http://who.int/violence_injury_prevention/road_safety_status/2013/report/summary_es.pdf

Propuesta de colores comunicación-marketing. (2011). Aplicación del color, pagina (p.34) en la dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4106572.pdf

Publicar (2014). Páginas Amarillas. *Ambulancias*, pagina (p.1) en la <http://www.paginasamarillas.com.co/busqueda/ambulancias-medellin>

Súper fina de goma acanalada hoja (2014). *Weishi Hongli Rubber Co., Ltd.* En la pagina (p.1) en la spanish.alibaba.com/product-gs/super-fine-ribbed-rubber-sheet-748728139.html

TARIFAS DE EXPORTACIÓN PARA PIEZAS INDIVIDUALES DE 68 KG O MENOS (2014). Exportación FedEx International Priority, en la página (p. 3) en la images.fedex.com/downloads/lac/rates_2014/CO_2014Rates.pdf

ANEXOS

ANEXO A. Encuestas

Para conocer mejor el mercado, se diseñó y aplicó una encuesta a 200 personas entre 18 a 50 años de edad.

Ficha técnica de la encuesta:

Población estudiada	Personas del valle de aburra entre 18 y 50 años, y varias entidades.
Tamaño de la muestra	200
Forma de recolección	Internet y física
Fecha de aplicación	Entre el 15/03/2014 al 12/4/2014
Margen de error	5%

Instrucciones:

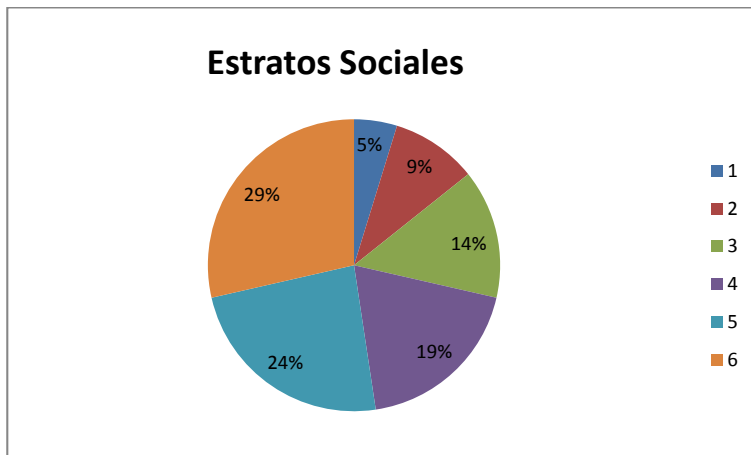
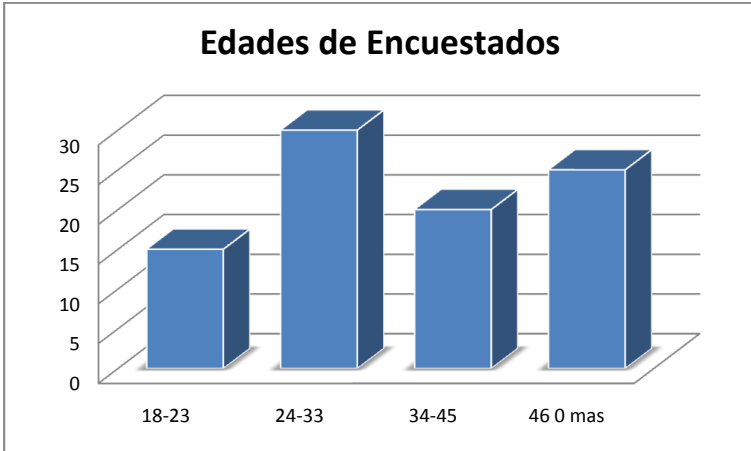
Marcar con una X donde corresponda.

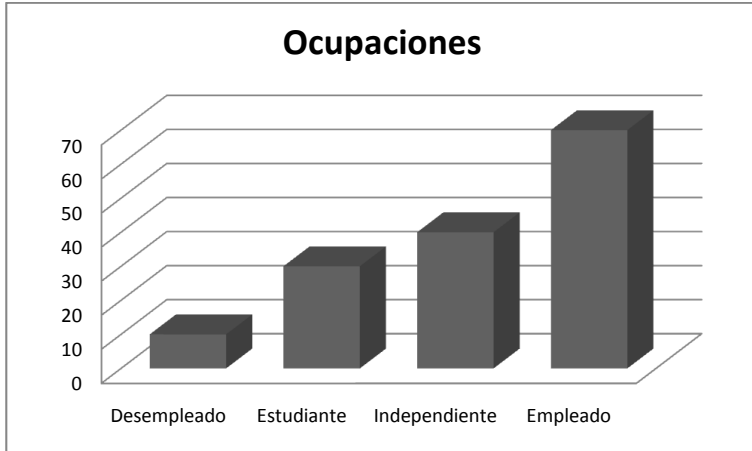
Nombre:

Rango de edad: 15-23 24-33 34-45 46 o más

Estrato social: 1 2 3 4 5 6

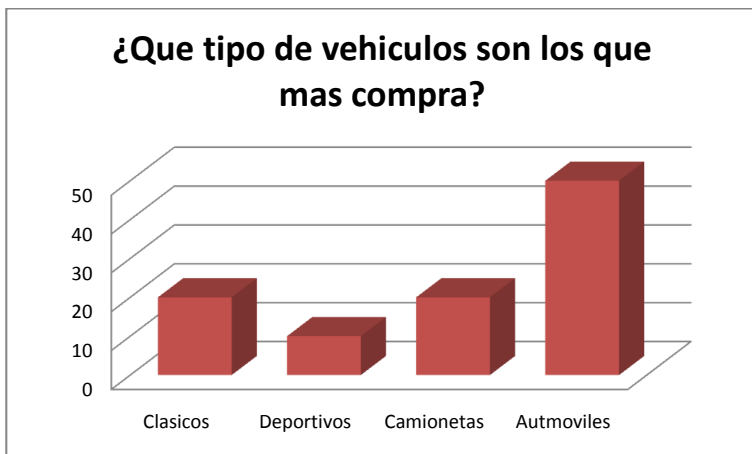
Ocupación: Empleado Independiente Desempleado Estudiante





1. ¿Cuáles son los vehículos que usted más compra?

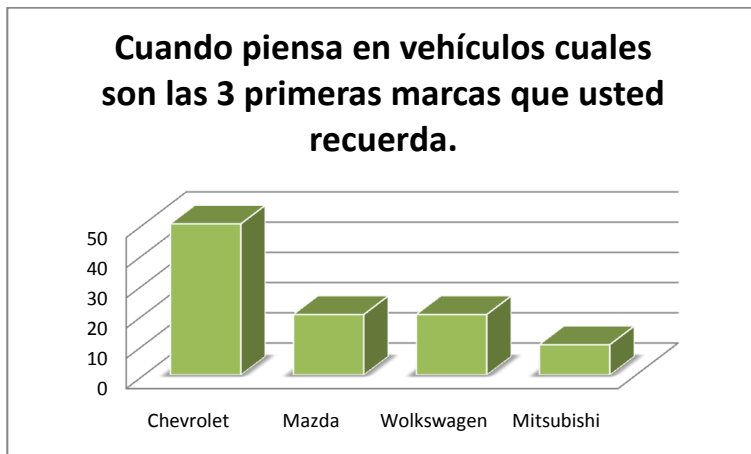
- a. Automóviles
- b. Camionetas
- c. Vehículos deportivos
- d. Autos clásico



En el estudio se puede inferir que las personas tienen mayor inclinación en el momento de la compra por los automóviles con el 50%, en un segundo, tercero y cuarto lugar se encuentran las camionetas con un 20%, autos clásicos con el 18% y los deportivos con el 2%

2. Cuando piensa en vehículos cuales son las 3 primeras marcas que usted recuerda.

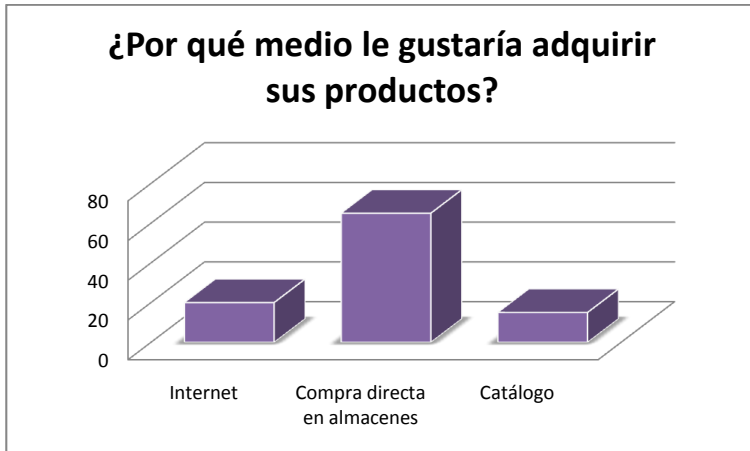
- a. Chevrolet
- b. Mitsubishi
- c. Mazda
- d. Volkswagen



En el estudio se puede inferir que las personas tienen mayor inclinación en el momento de la compra por los automóviles de marca Chevrolet con el 50%, en un segundo, tercero y cuarto lugar se encuentran Mazda con un 20%, Volkswagen con el 18% y los Mitsubishi con el 2%

3. ¿Por qué medio le gustaría adquirir sus productos?

- a. Internet
- b. Compra directa en almacenes
- c. Catálogo

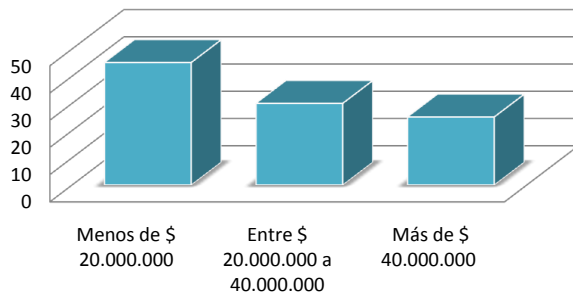


De las encuestas se encuentra que, el 70% prefieren adquirir sus productos por compra directa en almacén, mientras que se observa que a un 25% le gustaría que la compra de estos se pudiera realizar por internet, y el 15% adicional responde que le gustaría adquirir sus productos mediante catálogo físico.

4. ¿En promedio cuanto invierte usted en una sola compra de vehículos?

- a. Menos de \$ 20.000.000
- b. Entre \$ 20.000.000 a 40.000.000
- c. Más de \$ 40.000.000

¿En promedio cuanto invierte usted en una sola compra de vehículos?

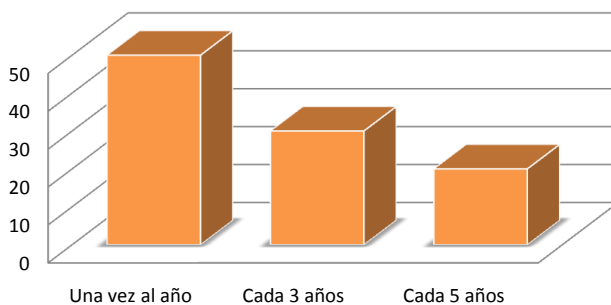


En los resultados de las encuestas se encuentra que el 50% invierte menos de \$20.000.000 en una sola compra de vehículos; mientras que el 30% invierte entre \$20.000.000 y \$40.000.000 y el 20% restante invierte más de \$40.000.000.

5. ¿Con que frecuencia cambia de vehículo?

- a. Una vez al año
- b. Cada 3 años
- c. Cada 5 años

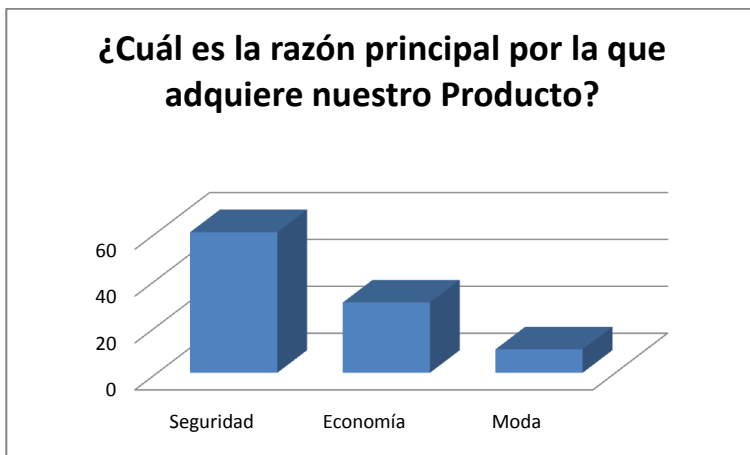
¿Con que frecuencia cambia de vehículo?



El 50% de las personas compra vehículos una vez al año, el 30% compra autos cada tres años, y el otro 20% cada cinco años.

6 ¿Cuál es la razón principal por la que adquiere nuestro Producto?

- a. Seguridad
- b. Economía
- c. Moda

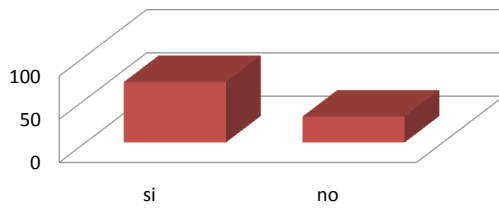


El 60% de las personas compra vehículos por su seguridad, el 30% compra autos por economía, y el otro 10% por moda.

7. Si se creara una nueva línea de productos que cumpla con sus expectativas, estaría dispuesta a adquirirlos.

Si ____ No ____

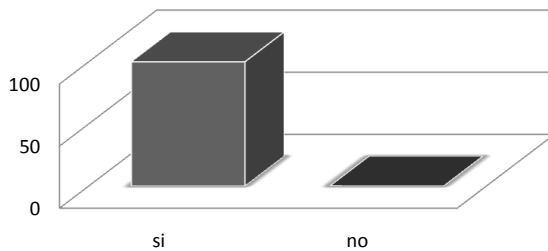
Si se creara una nueva línea de productos que cumpla con sus expectativas, estaría dispuesta a adquirirlos.



8. ¿Teniendo una empresa de ambulancias y/o seguridad privada compraría nuestra goma protectora?

Si___ No___

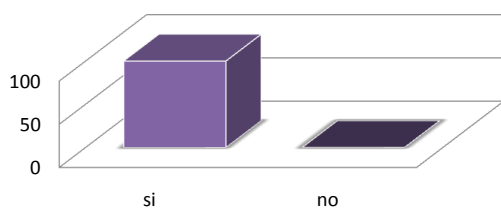
¿Teniendo una empresa de ambulancias y/o seguridad privada compraría nuestra goma protectora?



9. ¿Ustedes como concesionarios reconocidos del sector automotriz venderían nuestros productos a sus clientes?

Si___ No___

¿Ustedes como concesionarios reconocidos del sector automotriz venderían nuestros productos a sus clientes?



DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

ANEXO B. Cotización de Importación y Exportación



Medellín, 6 de Marzo de
 2014

Señores
Rubbercards S.A.S
 Medellín

Me permito enviar costos estimados de la operación de exportación 1*20 con destino Buenos aires; tener en cuenta que son costos aproximados sobre FCL 20, peso 1098kg. Y un valor de USD 45.816; si las dimensiones, peso o valor cambia los datos de dicha pre liquidación varían

TRANSPORTE DE CARGA INTERNACIONAL MARÍTIMO							Tasa de Cambio	\$ 2.045,14
Producto	Origen	Destino	Termino	T/T	Frecuencia	Vigencia	Valor EXW	Peso
laminas de goma	Cartagena	Buenos aires	DDP	8Días vía Kingston	Semanaal	31/06/2014	USD 45.816	1098 Kg.
1. Flete Terrestre hasta Cartagena							Valor en USD	Valor en Pesos
FCL 20' hasta 8 Ton							USD 950,00	\$ 1.942.883
FCL 20' hasta 12 Ton							USD 980,00	\$ 2.004.237
1. Flete Internacional							Valor en USD	Valor en Pesos
1*20 FCL							USD 1510,00	\$ 3.088.161
Aduanas de Exportación								
Agenciamiento 0,4% Min COP 268,000 + IVA							USD 400,00	\$ 818.056
Documentación COP 18,000 + IVA							USD 15,00	\$ 153.385
Comunicaciones COP 45,000 + IVA							USD 41,00	\$ 83.851
Certificado de Origen COP 55,000 + IVA							44,8	\$ 92.031
Precintos (2 Unidades)							USD 17,81	\$ 35.401
Gastos Portuarios Aprox. (Uso de instalaciones, inspecciones, almacenaje, movimientos entre otros)							USD 850,00	\$ 1.738.369
3. Costos ARGENTINA								
Manejo							USD 550,00	\$ 1.124.827
AMS							USD 57,00	\$ 116.573
Documentación							USD 57,00	\$ 116.573
Cargue del contenedor (mula para el transporte terrestre por día)							USD 65,00	\$ 132.954
THCD							USD 215,00	\$ 439.705
Inspección y Bodegas (si se generan)							USD 650,00	\$ 1.329.341
4. Aduanas de Importación								
Aduana en ARGENTINA							USD 675,00	\$ 1.380.470

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios



Medellín, 6 de Marzo de
 2014

Señores
Rubbercards S.A.S
 Medellín

Me permito enviar costos estimados de la operación de exportación 1*20 con destino Buenos aires;
 Tener en cuenta que son costos aproximados sobre FCL 20, peso 5.207 Kg. Y un valor de USD 54.600;
 si las dimensiones, peso o valor cambia los datos de dicha pre liquidación varían

TRANSPORTE DE CARGA INTERNACIONAL MARÍTIMO							Tasa de Cambio	\$ 2.045,14
Producto	Unidades de g							
Origen	Destino	Termino	T/T	Frecuencia	Vigencia	Valor FOB	Peso	
Shanghai	Cartagena	DDP	20 Días vía	Semanal	31/03/2014	USD 54600	5.207 Kg.	
1. Flete Internacional						Valor en USD	Valor en Pesos	
1*20 FCL						USD 2.560,00	\$ 5.235.553	
2. Aduana de Importacion								
Agenciamiento 0,4% Min COP 197.000 + IVA						USD 750,00	\$ 1492.952	
Documentación COP 53.000 + IVA						USD 104,00	\$ 212.635	
Comunicaciones COP 45.000 + IVA						USD 62,00	\$ 126.799	
Certificado de Origen COP 48.000 + IVA						USD 62,00	\$ 126.799	
Gastos Portuarios Aprox. (Uso de instalaciones, inspecciones, almacenaje, movimientos entre otros)						USD 312,00	\$ 1.865.168	
3. Costos COLOMBIA								
Manejo						USD 630,00	\$ 1.288.438	
AMS						USD 72,00	\$ 147.250	
Documentación						USD 72,00	\$ 147.250	
Cargue del contenedor (mula para el transporte terrestre por día)						USD 78,00	\$ 159.521	
THCD						USD 310,00	\$ 633.393	
Inspección y Bodegajes (si se generan)						USD 850,00	\$ 1.738.369	
4. Seguro (Opcional)								
0,45% sobre valor asegurado Min USD 50						USD 257,00	\$ 525.601	
Obtención de Póliza						USD 45,00	\$ 92.315	
5. Impuestos								
Dependen de la Posición Arancelaria						USD 3.654,00	\$ 19.743.782	
6. Flete Terrestre hasta instalaciones del cliente								
FCL 20' hasta 8 Ton						USD 830,00	\$ 1.657.466	
FCL 20' hasta 10 Ton						USD 930,00	\$ 1.901.980	



DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

ANEXO C. Cotizaciones de transporte nacional

ZONAS		CUNDINAMARCA	ANTIOQUIA	SANTANDER	VALLE DEL CAUCA	ATLÁNTICO	BOLÍVAR	NORTE DE SANTANDER	TOLIMA	MAGDALENA	META	RISARALDA	CALDIAS					
ORIGEN	DESTINO	Bogotá D.C.*	Bos. Cajicá, Chía, Madrid, Soacha y Usmé	Medellín*	Rionegro y Guarne	Bucaramanga*	Girón y Floridablanca	Cali*	Barranquilla*	Malambo	Cartagena*	Cúcuta*	Ibagué	Santa Marta	Villavicencio	Pereira*	Manizales*	Otras Ciudades
CUNDINAMARCA																		
	Bogotá D.C.*	1	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5
	Bos., Cajicá, Chía, Madrid, Soacha y Usmé	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
ANTIOQUIA																		
	Medellín*	3	4	1	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5
	Rionegro y Guarne	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
SANTANDER																		
	Bucaramanga*	3	4	3	4	1	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5
	Girón y Floridablanca	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
VALLE DEL CAUCA																		
	Cali*	3	4	3	4	3	4	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5
ATLÁNTICO																		
	Barranquilla*	3	4	3	4	3	4	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	5
	Malambo	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5
BOLÍVAR																		
	Cartagena*	3	4	3	4	3	4	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	5
NORTE DE SANTANDER																		
	Cúcuta*	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	1	3	3	3	3	3	5
TOLIMA																		
	Ibagué	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	5
MAGDALENA																		
	Santa Marta	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	1	3	3	3	5
META																		
	Villavicencio	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	1	3	3	5
RISARALDA																		
	Pereira*	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	1	3	5
CALDIAS																		
	Manizales*	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	1	5



DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO 8 VIVIANA CARVAJAL MONTOYA
 IMPORTANTE FIN-Plan de Negocios

FedEx Nacional Día Siguiente*

Todas las tarifas son en pesos colombianos (COP)

TARIFAS EN PESOS	PESO EN KG	ZONA 1	ZONA 2	ZONA 3	ZONA 4	
Paquetes hasta 20.0 kg	Sobre	1.0	3,150	7,150	7,900	8,700
	1.0	3,150	7,150	7,900	8,700	
	2.0	4,500	9,400	10,350	11,500	
	3.0	5,850	11,650	12,800	14,300	
	4.0	7,200	13,900	15,250	17,100	
	5.0	8,550	16,150	17,700	19,900	
	6.0	9,900	18,400	20,150	22,700	
	7.0	11,250	20,650	22,600	25,500	
	8.0	12,600	22,900	25,050	28,300	
	9.0	13,950	25,150	27,500	31,100	
	10.0	15,300	27,400	29,950	33,900	
	11.0	16,650	29,650	32,400	36,700	
	12.0	18,000	31,900	34,850	39,500	
	13.0	19,350	34,150	37,300	42,300	
	14.0	20,700	36,400	39,750	45,100	
	15.0	22,050	38,650	42,200	47,900	
	16.0	23,400	40,900	44,650	50,700	
	17.0	24,750	43,150	47,100	53,500	
	18.0	26,100	45,400	49,550	56,300	
	19.0	27,450	47,650	52,000	59,100	
20.0	28,800	49,900	54,450	61,900		
Tarifas por kg	21-44	1,400	2,500	2,750	3,050	
	45-67	1,400	2,500	2,750	3,050	
	68+	1,400	2,500	2,750	3,050	

Para calcular sus tarifas:

1. Diríjase al "Listado de zona de envíos" y elija su destino.
2. Defina la zona y el servicio que desee utilizar.
3. Determine la tarifa¹ por peso.

¹ Dependiendo del peso del paquete, a cualquier fracción de kilo adicional se le aplicará la tarifa superior subsiguiente. Las tarifas no incluyen ciertos recargos, como por ejemplo: valor declarado para transporte, manejo especial, impuestos y aranceles u otros cargos adicionales.

Comuníquese con el Centro de Servicio al Cliente al **01.8000.110.339** para obtener información sobre la disponibilidad de este servicio en su área y las posibles restricciones de peso que se pueden aplicar a su envío.

