

PROYECTO DE PERFIL PRELIMINAR PARA LA EXPORTACIÓN DE  
VITRINAS GIRATORIAS CON ILUMINACIÓN

POR:

DANIEL FELIPE TOBÓN LOPERA

ASESOR:

JORGE ARIEL FRANCO L.

PRACTICA Y PROYECTO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER

COMERCIO INTERNACIONAL

MEDELLIN – 2011-2

## INDICE

INTRODUCCIÓN

METODOLOGÍA

1 ESTUDIO DE MERCADOS

2 ESTUDIO TECNICO

3 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

4 ESTUDIO FINANCIERO

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

## INTRODUCCIÓN

Hoy, cuando el mercado presenta mayores exigencias, los estándares de calidad y los niveles de innovación son fundamentales, es necesario incursionar en el mercado con productos que no solo satisfagan las necesidades de los consumidores, sino presentar nuevas alternativas que nos permitan cubrir las necesidades del mundo actual, el cual se encuentra viviendo la realidad de la globalización que nadie desconoce y que por medio de los acuerdos comerciales internacionales se siguen ampliando los mercados; así pues el mercadeo se ha convertido de interés general y para nadie es desconocida la situación actual en la que diferentes consumidores no ven satisfechas sus necesidades completamente, y es aquí donde entra la creatividad de las personas de crear su propio negocio u empresa, con el objetivo de salir de una mala situación o de convertirse en empresarios.

La necesidad de optimizar las empresas obliga a tener profesiones en cada campo para aprovechar al máximo las oportunidades del medio en la creación. Dar un valor agregado no solo por la innovación de productos o una calidad superior en estos, sino brindando también la prestación de un buen servicio. Las empresas buscan satisfacción de las expectativas del consumidor, de sus diferentes gustos; así como también buscan la manera de crear vínculos que fidelicen; por esto la importancia de una estrategia indicada de marketing que diferencie la marca y permita que a idea de negocio tenga éxito.

# **I. METODOLOGÍA**

## **1. FORMULACIÓN DE LA IDEA**

Estudio de perfil preliminar para el montaje de una empresa comercializadora internacional de exportación de vitrinas giratorias e iluminadas desde Colombia a India.

## **2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

### **2.1 DIAGNÓSTICO**

El uso de las vitrinas en el mercado Indio, está creciendo con tendencias nuevas, debido a que se está creando en New Delhi, India un centro mundial de la moda haciendo que los lugares más importantes en los cuales es primero presentar prendas de vestir que cualquier otro tipo de bien como Milán, París, Londres y New York, se trasladen y comiencen a aperturar nuevas tiendas y locales comerciales en los cuales se ubican las grandes marcas de reconocidos diseñadores y por estas razones de la evolución y creación de nuevos lugares de exhibición se hace necesario que este tipo de producto se presente de una forma nueva y a su vez innovadora, para ello el inicio de exportar estas vitrinas es un buen punto de partida para el desarrollo bilateral ya que la balanza comercial de la Comunidad Andina con la India ha sido favorable en tres años: 2000, 2001, 2002, teniendo en el 2001 el saldo positivo más importante con 313 millones de dólares. En el resto de los años, la balanza comercial fue desfavorable, registrando el mayor saldo negativo en 2009 con 254 millones de dólares pero en 2010 hubo una recuperación con base a su año anterior. El PIB Creció un 7.4% en 2010 en comparación con su año anterior, llevándola al tercer puesto de las economías en Asia

### **2.1.1 Estado situación economía mundial.**

Según mencionado documento, el mundo entero está haciendo frente a una desaceleración económica sin precedentes. El año 2009 fue testigo de una de las más severas recesiones globales en el periodo de post guerra. Los más importantes indicadores económicos tales como producción industrial, comercio, flujos de capital, desempleo, inversión per cápita y consumo han sido duramente golpeados. La OMC estima que el comercio internacional descenderá un 9% en términos de volumen y el FMI estima que la caída será de un 11%. En este contexto, si bien la India no ha sido afectada de la misma manera que otras economías del mundo, sus exportaciones han experimentado una abrupta caída en los últimos 10 meses debido a una contracción en la demanda en los mercados tradicionales de la india.

### **2.1.2 Objetivos de corto y largo plazo**

En este contexto económico mundial, el objetivo de corto plazo del gobierno de la India en materia de comercio exterior es, por un lado, detener y revertir la tendencia declinante de las exportaciones indias. Por otro lado, el objetivo de corto plazo es otorgar apoyo adicional a aquellos sectores que han sido en la India duramente golpeados por la recesión en el mundo desarrollado. Concretamente, los sectores mano de obra intensiva: textiles, cueros y artesanías. La meta es lograr un aumento de las ventas al exterior del 15% anual en el periodo 2009-2011, alcanzando para marzo de 2011 exportaciones por un total de 200.000 millones de dólares anuales.

Asimismo, se pretende aumentar las exportaciones en un 25% anual en el periodo 2012-2014. Para el 2014, se espera duplicar las exportaciones indias de bienes y servicios. El objetivo a largo plazo del gobierno es duplicar la participación de la India en el comercio mundial para el año 2020.

### **2.1.3. Instrumentos**

Con el fin de alcanzar los objetivos mencionados, el gobierno instrumentará una combinación de medidas que incluirá:

Incentivos fiscales

Cambios institucionales

Nacionalización de procedimientos administrativos

Mejora de la infraestructura relacionada con la exportación

Reducción de los costos de transacción

Promoción importación bienes capital bajar costo producción.

Reembolso pleno de todos los impuestos indirectos.

Incorporación mayor valor agregado exportación manufacturas.

Diversificación de la oferta exportable.

Diversificación de los mercados de exportación.

### **2.1.4. Diversificación de mercados de exportación**

Unos de los principales puntos de la nueva política de comercio exterior es la diversificación de mercados, buscando aumentar las exportaciones a los mercados no tradicionales. En el documento presentado se sostiene que la débil demanda en los

países desarrollados (fundamentalmente Estados Unidos y la Unión Europea) ha disminuido el crecimiento de las exportaciones indias. Las medidas proteccionistas adoptadas por algunos de estos países han agravado el problema. Además, según dicho informe, no existen señales claras sobre cuándo los mercados de los países desarrollados se recuperarán.

### **2.1.5 América Latina**

Con el fin de aislar a las exportaciones indias del descenso en la demanda de los países desarrollados, en la actual política de comercio exterior el foco está puesto en la diversificación de las exportaciones indias hacia otros mercados, especialmente los de América Latina, África, partes de Asia y Oceanía.

Este país ha venido mostrando un crecimiento económico constante y grande en los últimos 5 años, además es un país con gran población convirtiéndolo en un mercado grande. Este país cuenta con productos a los cuales les son muy útiles para su exhibición.

## 2.2 JUSTIFICACIÓN

El estudio detallado de las nuevas alternativas que buscan los mercados en cuanto al uso de bienes que contengan y presenten de una forma diferente las prendas de vestir permite el desarrollo del sector textil de forma trilateral; ya que al crearse nuevos focos en el ámbito de la moda internacional las oportunidades para el país en el cual se lleva al cabo esta introducción crece, sus proveedores aumentan internos y externos, de esta manera, se ve el punto en el cual puede este producto entrar a hacer parte del crecimiento colaborando en cierta parte y momento de la comercialización, especialmente en el mercado Indio en donde apenas se inicia con la diversificación de la moda y hay oportunidades en un gran porcentaje ; esto genera desde la perspectiva colombiana una fuente nueva de ingresos, en cuanto a producción para el exterior, ya que con India, Colombia tiene un limitado comercio bilateral.

Teniendo como prioridad en el mercado internacional el valor agregado a todos los productos que surjan, la competencia se ha tornado más competitiva y esto conlleva a que los productos colombianos se diversifiquen y con el objetivo de penetrar el mercado internacional es una buena oportunidad ingresar a un mercado en el cual no se tengan muchos antecedentes en el cambio y/o mejora de productos sino que ser parte del comienzo del desarrollo de un país como lo es India.



## **2.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Pese a que Colombia es uno de los mayores productores en el sector de productos metálicos, no tiene una alta oferta exportable, es allí donde se presenta la duda si es por la mala calidad, altos costos o falta de una búsqueda en un mercado que vaya a la par de las nuevas tendencias con el uso de los productos metálicos, y al ser productos que requieren de una buena atención de mano de obra la convierte en una alta oportunidad de crear empleos nuevos

## **2.4 OBJETIVOS**

### **2.4.1 General:**

Evaluar la viabilidad de crear una empresa perteneciente al sector de servicios para la comercialización de vitrinas giratorias con iluminación en New Delhi, India, Aprovechando la nula oferta de estos productos y el crecimiento comercial en el que se encuentra el país.

### **2.4.2 Específicos:**

- Realizar un estudio de mercados para evaluar la aceptación del producto en el mercado Indio.
- Analizar las tendencias en el mercado objetivo para llevar a cabo el buen desarrollo del plan y de las estrategias de penetración del producto.
- Aplicar los conocimientos y conceptos; mediante el acompañamiento de las actividades que lleven a la implementación de dichas estrategias de desarrollo.
- Realizar un estudio Económico, Financiero, y Técnico necesarios para la comercialización de las vitrinas
- Consultar aspectos y requisitos legales para la creación de este tipo de empresas.

## **TRABAJO DE CAMPO**

Las preguntas realizadas a continuación son para dar completo cumplimiento al trabajo de campo del trabajo de grados acerca de la exportación de vitrinas giratorias con iluminación a India, estas serán resueltas por el Jefe de comercio exterior de la empresa Colombiana de Comercio Corbeta S.A. y/o Alkosto S.A.

**Daniel:** ¿Andrés como ha sido el desarrollo del mercado Indio en general a nivel internacional?

**Andrés:** Este mercado ha tenido pasos agigantados con respecto a sus periodos de comparación anteriores, más que todo impulsado por el crecimiento de unos de sus vecinos China, no obstante en este país se ha concentrado una gran masa de empresas multinacionales, posicionando su fabricas y sus call centers y este acontecimiento conllevando a un decremento del nivel de desempleo e incremento en los niveles de poder adquisitivo dentro de su país y beneficiando el mercado internacional con su mano de obra.

**Daniel:** ¿En India hay empresas con gran proyección a nivel internacional?

**Andres:** Si, por cantidades, sobre todo las empresas de fabricación de automotores como **TVS, Bajaj, Intergroup** como las más reconocidas a nivel internacional, y con gran cantidad de empleados contratados en todas sus áreas, producción, desarrollo, ventas, operaciones, administrativa, contabilidad, recursos humanos.

**Daniel:** ¿Cuál es la tendencia del mercado indio?

**Andres:** En este momento el boom de la moda está en pleno apogeo en Nueva Delhi, India ya que a esta plaza se han comenzado a trasladar las grandes pasarelas internacionales de París,

Milán y New York, y calificando a India como un gran centro de la moda en Asia, para ello el desarrollo de nuevo productos complementarios y de exposición de este productos de moda son necesarios para una buena comercialización de los bienes en los centros comerciales y casas de moda especializadas.

# 1. ESTUDIO DE MERCADO

## 1.1 ANALISIS DEL MERCADO

### Según el tipo de vista geográfico:

**Internacional:** New Delhi, India, Ubicada al sur de Asia y limita con Pakistán, Afganistán, China, Nepal, Bután, Bangladesh, y Burma, además esta rodeada por el Océano Indico, el mar Arábigo y la Bahía de Bengal. La India se divide en cuatro grandes regiones, el Himalaya, las llanuras fluviales del norte, el Decán y los Ghates oriental y occidental. El sistema montañoso del Himalaya tiene de unos 160 a 320 km de ancho y se extiende unos 2.415 km a lo largo de los márgenes norte y este del subcontinente indio, que lo separa del resto de Asia. Es el sistema montañoso más alto, joven y uno de los más activos del mundo. Los picos más importantes que están del todo o en parte dentro de la India son Kanchenjunga 8.598 mts, el tercer pico más alto del mundo después del Everest y el K2 el monte Godwin-Austen, Nanga Parbat 8.126 m, Nanda Devi 7.817 mts, Rakaposhi 7.788 mts y Kamet 7.756 mts. Hacia el sur y paralelo a la cordillera del Himalaya está la región de las llanuras del norte, un amplio cinturón de tierras llanas de 280 a 400 km de ancho. La región es una de las mayores llanuras aluviales del mundo y comprende la mayor parte del área regada por los ríos Indo, Ganges y Brahmaputra. A causa de la abundancia de agua y el rico suelo aluvial, la región de las llanuras del norte es la más fértil y la más poblada de la India, además de ser la cuna de su civilización. Estas llanuras se extienden de oeste a este, desde la frontera con Pakistán hasta la de Bangla Desh, siguiendo hacia el este a la India noroccidental a través del estrecho pasillo de tierra cerca de Darjeeling. Las partes central y occidental de las llanuras indias están regadas por el río Ganges y sus afluentes, que drenan la ladera sur del Himalaya, por lo que se conoce la región como llanura gangeática. Los

estados nororientales de Assam y Arunachal Pradesh están regados por el río Brahmaputra y sus afluentes, que nacen en las estribaciones norte del Himalaya. El Brahmaputra cruza hasta Bangla Desh al norte de los montes Khasi. El río Indo nace en el Tíbet, fluye hacia el oeste a través del estado de Jammu y Cachemira y cruza hasta Pakistán. En la frontera suroccidental con Pakistán las llanuras dan paso al gran desierto indio y a las marismas saladas conocidas como Rann de Kutch. Al sur de las llanuras se encuentra el Decán, vasta meseta triangular que ocupa la mayor parte de la India peninsular. El Decán es una meseta desigual, rocosa, dividida en regiones naturales por bajas cadenas montañosas y por profundos valles. Las elevaciones varían desde unos 305 hasta 915 mts, aunque hay afloramientos de hasta 1.220 mts. El Decán está circundado por los sistemas montañosos conocidos como Ghates orientales y Ghates occidentales. Los Ghates occidentales son unos montes abruptos y escarpados con vistas al mar Arábigo, y tienen una altura de alrededor de 915 mts. La fértil costa de Malabar se encuentra entre los Ghates occidentales y el mar Arábigo. Los Ghates orientales tienen un promedio de altitud de unos 460 mts; entre ellos y el golfo de Bengala hay una estrecha llanura costera, la costa de Coromandel.

**Según la competencia:**

Competencia semi-perfecta: A nivel nacional se encuentran ubicadas varias empresas las cuales son competencia directa, los cuales interactúan en el mercado nacional, además a nivel internacional también hay gran cantidad de oferentes de este producto, pero no con un valor agregado como lo presenta esta compañía.

**Según el tipo de clientes:**

Mercado industrial: cuando las empresas adquieren productos o servicios para el proceso y comercialización.

## 1.2. SEGMENTACION DEL MERCADO

### Factores para segmentar el mercado

Cuadro1: segmentación del mercado.

CRITERIOS DE SEGMENTACION	SEGMENTOS TIPICOS DEL MERCADO
GEOGRÁFICOS: NEW DELHI, INDIA	
Región	Llanera
Tamaño de la ciudad o área estadística Metropolitana	Mas de 13'800.000 habitantes Y 42.700 KM2
Urbana-rural	Urbana
Clima	Tropical y sub-tropical
DEMOGRÁFICOS	
Ingreso	Entre 20.000 - 23.000 USD / AÑO el 0.093% de la población en la capital; 12.834 personas. tomando en cuenta que el mínimo son 1200USD / AÑO
Edad	30 – 60 años

Género	Masculino – Femenino
Ciclo de vida familiar	soltero, casado, con hijos , divorciado, viudo
Clase social	Alta.
Escolaridad	Profesional, especialización.
Ocupación	Administrador – Gerente.
Origen étnico	Hindú.
PSICOLÓGICOS	
Personalidad	Lider, creativo
Estilo de vida	Asistente a eventos de moda, lector.
Valores	
CONDUCTUALES	
Beneficios Deseados	Exhibir de un modo especial los accesorios, prendas y artículos comercializados
Tasa de uso	



## 1.3 MEZCLA DE MERCADEO.

### 1.3.1 ANALISIS DEL PRODUCTO

Madurez: Las vitrinas se encuentran en el ciclo de madurez y por esta razón es necesaria la evolución de los productos y se caracterizan por tener diferencias marcadas al producto genérico

Esta cuenta con una buena utilización de materiales diferentes a los usados en una simple vitrina y la convierte en un bien con un alto valor agregado



#### **Características:**

Altura: 0.80mt

Pintura en polvo horneada, enchapillada en madera o acero, vidrio de 10mm tipo cristal en 4 entrepaños para 5 espacios graduales.

Vidrio frontal curvo en 6mm, puerta corrediza o en ala batiente, espigo o barra en acero inoxidable.

Colores variados a solicitud del cliente.

#### **Clasificación de los productos:**

Productos industriales, Accesorios.

Las vitrinas entran a hacer parte del local comercial como accesorios ya que son parte

fundamental en el tema de adorno y estilo para generar una diferencia amplia con diferentes locales de su misma índole.

### **1.3.2 ANALISIS DE PRECIOS**

Precio de la vitrina giratoria con iluminación es de USD 210/UND = INR 11.500/UND, precio fijado ya que en este momento no existe este producto en tal mercado.

### **1.3.3 PLAZA**

Plaza en New Delhi, India.

En la capital India se cuenta con una gran diversidad de población lo cual hace que ubicar un segmento sea un poco más factible, además con el crecimiento con el que cuenta en estos momentos esta ciudad. Análisis descrito en el estudio de mercados.

### **1.3.4 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD**

#### **Medios de publicidad utilizados:**

a. Impresos personalizados:

Tarjetas, las que resultan importantes porque describe aspectos claves como razón social, nombre, cargos, direcciones y teléfonos. Es importante la creatividad gráfica para asegurar poder de recordación y que el impreso quede por buen tiempo en manos del cliente.

b. Volantes, se caracterizan por su poca duración y calidad, sin embargo no impide hacer un buen diseño, se deben imprimir altos volúmenes, su clave esta en saberlos ubicar en el lugar adecuado. Resultan ser de bajo costo

Afiches: publicita eventos especiales, se caracteriza por el alto nivel de creatividad en el

diseño e impresión.

### **Publicidad exterior**

Avisos: resulta ser la imagen del negocio, es guía para ese cliente ocasional que aun todavía no ha encontrado lugar de compra, o ubica a la persona que busca el lugar.

### **Medios Masivos**

La Internet: un medio de alto crecimiento en los últimos años en el mundo, la ventaja es que trasciende cualquier frontera geográfica y política. La publicidad cobrará validez en cuanto se pueda tener en el portal adecuado. La desventaja es que aún el medio no se ha masificado por lo reciente y además por las condiciones tecnológicas que exige, sin embargo la tendencia es tener altos niveles de audiencia. Otra ventaja es que al usuario le permite interactuar con lo cual el mensaje tiene gran impacto.

Cuando se fije una pauta publicitaria es necesario establecer todos los desembolsos en los cuales se pueda incurrir, ejemplo:

Cuadro 2: Costos de publicidad.

<b>Pauta</b>	<b>No. De veces semestre (cantidad)</b>	<b>Precio unidad</b>	<b>Total</b>	<b>Condiciones</b>
Volantes	2000 unidades	\$ 105	\$ 210.000	Contado.  Tamaño 15x10 cms, Hoja plástica, 3 tintas
Tarjetas	1200	\$75	\$90.000	Contado      Tamaño

	unidades			8x5cms papel plástico 2 tintas
Pagina Web	1 Sito web	\$1'400.000	\$1'400.000	Dominio

#### 1.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIONES.

**Economías de escala.** Cuando el fabricante compra en grandes cantidades, puede obtener un precio reducido que puede trasladar al consumidor. Una empresa puede comprar en grandes cantidades a muy bajo precio un artículo para promoción, y trasladar al consumidor el ahorro.

#### 1.5 ANALISIS DE LA MARCA

Marca: DALTY

Producto: Vitrinas giratorias con iluminación

Eslogan: Vitrinas de lujo



#### 1.6 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

Tipos de Canales para productos Industriales:

LARGOS: productor, distribuidor, cliente.

Por medio de un agente importador que está bien posicionada su marca en India se pretende acceder al mercado ya desarrollado anteriormente.

## 1.7 ANALISIS DE COMPETENCIA

La compañía tiene gran variedad de competidores y a su vez ellos tienen un mecanismo diferenciador en el mercado ofreciendo su propio parque automotor para el desarrollo del transporte urbano y nacional, además el buen servicio al cliente que mantiene la fidelidad en sus clientes son las 2 grandes ventajas competitivas con las que cuenta la empresa.

Empresas: Socol S.A., Industrias Blomer Ltda, Obando hermanos y cia S.A., Expovitrinas Ltda.

## 1.8 ANALISIS DE PROVEEDORES

Cuadro 3: Análisis proveedores

<b>Proveedor</b>	<b>Localización</b>	<b>Productos ofrecidos</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Ventajas y desventajas</b>
VITRINAS CAMPOA MOR	MEDELLIN	VITRINAS GIRATORIAS	200.000/UNIDAD	Cumplimiento en entrega del producto, calidad en MP y certificados ISO (QSHE), valor agregado al producto, garantía del producto de 7 años – cercanía del lugar a la oficina- lejanía al puerto y

				aeropuerto.
VITRINAS ELECTRIC AS S.A.	MEDELLI N	VITRI NAS GIRAT ORIAS	210.000/UN D	Cumplimiento en entrega del producto, excelente servicio al cliente – lejanía al puerto y aeropuerto.
VITTRINA S Y VITRINAS S.A.	BOGOTA	VITRI NAS GIRAT ORIAS	208.000/UN D	Cumplimiento en entrega del producto, calidad en MP – empresa responsable y comprometida con el buen servicio, además es líder en el sector, y su garantía es de 2 años además cuenta con certificados ISO (QSHE) los cuales son importantes para preferirlo como un proveedor. Cercanía al aeropuerto – lejanía a puerto.

El proveedor que obtuvo mejores resultados en este análisis se procedió a realizar una matriz DOFA para entrar a competir al mercado internacional de su mano a continuación se relaciona y sus respectivos planes de acción planteados por la misma compañía.

MATRIZ DOFA:

Cuadro 4: Matriz DOFA de la empresa Vitrinas Campoamor.

DEBILIDADES:

1. FALTA TENER FICHA TECNICA DE LA EMPRESA
2. FALTA DE CERTIFICACIONES DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE
3. FALTA DEPARTAMENTO DE MERCADEO Y FUNCIONES INHERENTES AL MISMO
4. FALTA DE SEGUIMIENTO A LOS RESULTADOS PUBLICITARIOS
5. FALTA DE CODIGO DE BARRAS PARA SUS PRODUCTOS
6. FALTA SEGMENTAR LA LISTA DE PRECIOS PARA CLIENTE FINAL Y CANALES.
7. FALTA ORANIGRAMA DE LA COMPAÑÍA
8. FALTA MEJORAR LOS CRITERIOS PARA LA CONTRATACIÓN DEL PERSONAL NUEVO.
9. FALTA REALIZAR ENCUESTAS DE CLIMA ORGANIZACIONAL
10. FALTA CREAR UN BUZON DE SUGERENCIAS INTERNO
11. FALTA PLANEACION Y CONTROL PARA LA TOMA DE DESICIONES Y LLEVAR A CABO LOS PROYECTOS NUEVOS.
12. FALTA DE CONOCIMIENTO DE LA CLASIFICACIÓN DE RIESGOS Y ACCIDENTES DE TRABAJO
13. FALTA SEÑALIZACIÓN DENTRO DE LA COMPAÑÍA
14. FALTA BRIGADA CONTRAINCEDIOS DENTRO DE LA EMPRESA

15. FALTA PRUBEAS DE RUIDO DENTRO DE LA EMPRESA
16. FALTA INCLUIR EN EL PRESUPUESTO ESPACIO PARA INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO
17. FALTA ESTRUCTURAR PLAN DE MANEJO DE RESIDUOS
18. FALTA SISTEMATIZAR EL INVENTARIO
19. FALTA EXPERIENCIA CREDITICIA

FORTALEZAS:

1. MISIÓN Y VISION BIEN ESTRUCTURADAS ENFOCADAS AL SERVICIO AL CLIENTE
2. ENTREGA DEL PRODUCTO EN MAXIMO 8 DIAS DESPUES DEL PEDIDO.
3. ESFUERZO POR MEJORAR LA CALIDAD DE SUS PRODUCTOS OFERTADOS AL CLIENTE.
4. LA EMPRESA CUENTA CON FICHA TECNICA PARA CADA PRODUCTO
5. HAY PRESENTACION DE LA EMPRESA POR ESCRITO POR MEDIO DE FOLLETOS
6. LA EMPRESA CUENTA CON RENOVACIÓN Y DESARROLLO DE SUS PRODUCTOS Y CUENTA CON FLEXIBILIDAD PARA LOS GUSTOS DEL CLIENTE
7. LOS PRODUCTO OFERTADOS TIENEN GARANTÍA HASTA DE 8 AÑOS
8. ACTUALIZA LA BASE DE DATOS DE SUS CLIENTES CADA 3



MESES.

9. HAY FLEXIBILIDAD CON DIFERENTES MEDIOS PARA PAGAR LOS PRODUCTOS
10. TIENE PRESUPUESTO PARA PROMOCION Y PUBLICIDAD
11. SONDEA NIVEL DE SATISFACCIÓN DE SUS CLIENTES
12. CUENTA CON PORTAFOLIO DE VENTAS
13. BRINDA IMPLEMENTOS LABORALES PARA SUS EMPLEADOS
14. CUENTA CON FACTORES DE MOTIVACIÓN PARA TODOS SUS EMPLEADOS
15. PUBLICIDAD VARIADA A TRAVES DE DIFERENTES MEDIOS
16. EXCELENTE SERVICIO AL CLIENTE

OPORTUNIDADES:

1. APERTURA DE MERCADOS INTERNACIONALES
2. CRECIMIENTO ECONOMICO DEL SECTOR.
3. ACCESO A ACUERDOS DE COMPETITIVIDAD ENTRE PAISES

AMENAZAS:

1. COMPETENCIA
2. DESEMPLEO
3. INFLACIÓN
4. IMPUESTOS
5. CRISIS ECONOMICA

PLAN DE ACCIÓN:

Cuadro 5: Plan de acción a las debilidades.

OBJETIVO	PLAN DE ACCIÓN	RECURSOS
Crear ficha técnica de la empresa	Recolectar la información de le empresa, estructurar ficha técnica, imprimir y difundir	Humano (propio)
Certificar la compañía en procesos de calidad y medio ambiente	Capacitaciones al personal, revisar y mejorar procesos en los cuales no se estén cumpliendo las normas de acuerdo a lo aprendido, planear y ejecutar estas mejoras, pre-certificación y certificación	Humanos (externos) Financieros (propios) Tecnológicos (equipos propios y externos) Espacial (para capacitaciones)
Crear un departamento de mercadeo	Búsqueda de personal en lugares especializados al fin, proceso de selección del personal, vinculación de empleados nuevos, plantearles los objetivos de la empresa, entrega de implementos laborales, asignación y ejecución de responsabilidades y procesos dentro de la compañía.	Humanos (propios y externos) Financieros (propios) Tecnológicos (equipos propios)
Conocer los resultados	Fijar objetivos desde que se va a realizar la publicidad, ejecutar publicidad,	Humano (externo y propio)

publicitarios realizados	realizar encuestas, revisar volumen de ventas desde que publicidad inicia, hacer informes para comparar resultados, evaluar resultados y tomar decisiones	Financiero (propio) Tecnológico (maquinas)
Generar códigos de barras para todos los productos en venta	Categorizar los productos ofertados, crear referencias para cada categoría de producto, asignar referencias, imprimir y pegar los códigos de barras al producto final.	Humano (propio) Financiero (propio) Tecnológico (externas)
Segmentar lista de precios	Revisar costo de producción, conocer costo final en fabrica, analizar costos de distribución, análisis entre costo fabrica vs. Costos distribución, asignación de precios a cada canal de distribución, impresión de 2 o 3 listas de precios.	Humano (propio y externo) Financiero (propio) Tecnológico (propio)
Hacer un organigrama de la compañía	Revisar cargos del personal dentro de la compañía, categorizar desde mayor a menor en responsabilidades, imprimir el organigrama y plasmarlo en lugar visible de la empresa	Humano (propio)
Mejorar proceso de contratación de empleados nuevos	Búsqueda del personal en sitios especializados y recomendados, revisar hojas de vida al detalle (experiencia,	Humano (propio y externo) Financiero (propio)

	estudios) realizar pruebas para filtrar el personal adecuado, entrevistar a los más acordes con el perfil del puesto, confirmación de datos (personales, laborales, financieros, legales y sociales) contratación del nuevo empleado.	Tecnológico (propio y externo) Espacial (para búsqueda)
Realizar encuestas de clima organizacional	Diseñar encuestas, revisión de encuestas, aprobación, promulgación, ejecución, recolección de encuestas y resultados, diligenciar base de datos, dar a conocer resultados	Humanos (propios)
Crear buzón de sugerencias interno	Creación de comité encargado del buzón de sugerencias, fomentar la idea entre empleados Compra de elemento en el cual se puedan introducir los papeles, ejecución y recolección.	Humanos ( propio) Financieros (propio)
Tener planes de acción para iniciar nuevos proyectos	Crear un grupo encargado, fijar responsabilidades, metas y objetivos del grupo, crear sistema de votos para dar luz verde a los nuevos proyectos, coordinar reuniones y frecuencia, estudiar el proyecto con personal especializado en el tema, aprobación, asignación y ejecución.	Humano (externo y propio) Financiero (propio y externo) Tecnológico (propio) Espacial (información)

Conocimiento de la clasificación de riesgos y accidentes de trabajo.	Solicitar información a ARP, recibir capacitaciones, evaluación de accidentes y riesgos y resultados	Humanos (externos) Financieros (propio)
Señalización dentro de la compañía	Recibir capacitación de la ARP, buscar posibles rutas de evacuación, lugares estratégicos que deben ser señalizados y áreas en las cuales se está ubicado dentro de la compañía, señalar	Humanos (externos) Financieros (propio)
Crear brigada contra incendios	Reunir a los empleados, solicitar voluntarios y nominar integrantes; selección de la brigada, comenzar a recibir capacitaciones y pruebas	Humanos (externo y propio) Financieros (propio) Tecnológicos Equipos contra incendios
Incluir en el presupuesto espacio para investigación y desarrollo	Revisión del presupuesto, incluir un porcentaje para destinarlo a investigación y desarrollo, asignar encargados de planeación y coordinación del proyecto, ejecución	Humanos (externo y propio) Financieros (propio) Tecnológicos Equipos de escritorio
Estructurar plan de manejo de residuos	Recibir capacitaciones de entes especializados en desechos y	Humanos (externo y propio)

sólidos	desperdicios, apartar los desechos y entregarlos a personas especializadas en su manejo.	Financieros (propio) Tecnológicos Maquinaria especializada en el control de desperdicios
Sistematizar el inventario	Comprar software especializado en control de inventarios, instalarlo, dar capacitaciones de uso y ejecutarlo	Humanos (externo y propio) Financieros (propio) Tecnológicos Equipos de escritorio software especializados
Tener Experiencia crediticia	Solicitar créditos ante entidades bancarias	Financiero(externo)

## 1.9 PRESUPUESTO DE VENTAS

Cuadro 6: presupuesto mensual en pesos.

PRODUCTO	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN			TOTAL
	LARGO			
	Cantidad	Precio	Total	
Vitrinas giratorias con iluminación.	190	415000	78'500.000	78'500.000
			78'500.000	78'500.000

## **2. ESTUDIO TECNICO**

### **2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO.**

En este proyecto no se producirá el bien descrito, más sin embargo es necesario saber y estar informados del como se hace el producto.

Se transmite a la fábrica la orden de pedido de acuerdo a las necesidades especificadas por el cliente para comenzar el producto.

Se corta el metal de acuerdo a medidas solicitadas

Se soldan las partes metálicas para hacer el chasis de la vitrina conforme a solicitud y se pulen con lija #60.

Se lava la estructura para eliminar residuos de polvo metálico.

Se ingresa al cuarto de pintura en polvo y se hace sobre todo el chasis.

Luego se ingresa al horno por 15 minutos a temperatura de 200°C para el secamiento de la pintura de polvo.

El proceso de corte de vidrios se realiza luego que el chasis salga del horno.

Se pulen y se brillan en una maquina llamada pulpo y otra rectilínea.

Se procede al ensamble de las 2 estructuras, la parte metálica y la parte del vidrio con silicona líquida.

Se comienza con el proceso de limpieza y aislamiento.

Se termina con la presurizada y almacenaje en bodega al aire sin cubrir los vidrios por ningún objeto.

#### **2.1.1 Tipos de Procesos Productivos:**

##### **2.1.1.1 La Producción por pedidos (forma individualizada)**



La producción se hace por un pedido individual, bajo formas de exclusividad. Y para cliente nuevo básicamente quienes quieren comenzar con su local y/o negocio o quienes estén buscando abrir una sucursal de su negocio, quienes no necesitan una gran cantidad del producto para su negocio. Además existen pedidos de gran volumen que abarcan una gran cantidad de tiempo para proyectos grandes y ser utilizados en aquellos locales.

### **Características:**

- La exclusividad requiere selección de todos los recursos en una forma detallada.
- Son procesos productivos exigen mucho trabajo manual.
- No requieren altas inversiones de capital en equipos.

### **Ventajas**

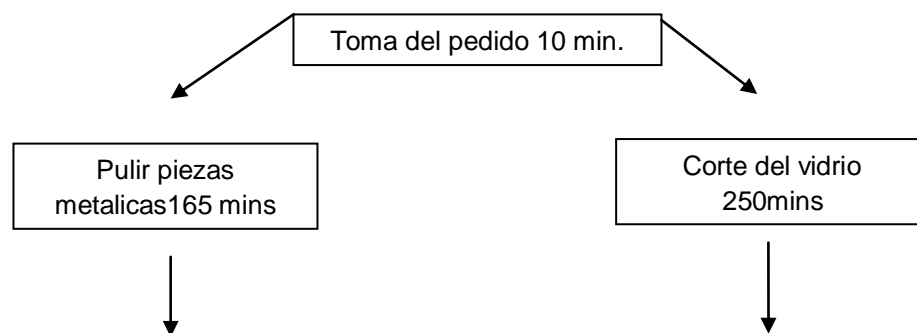
- Se pagan altas cantidades de dinero dada la selectividad.
- Hay poca competencia porque existen “secretos” en la producción.

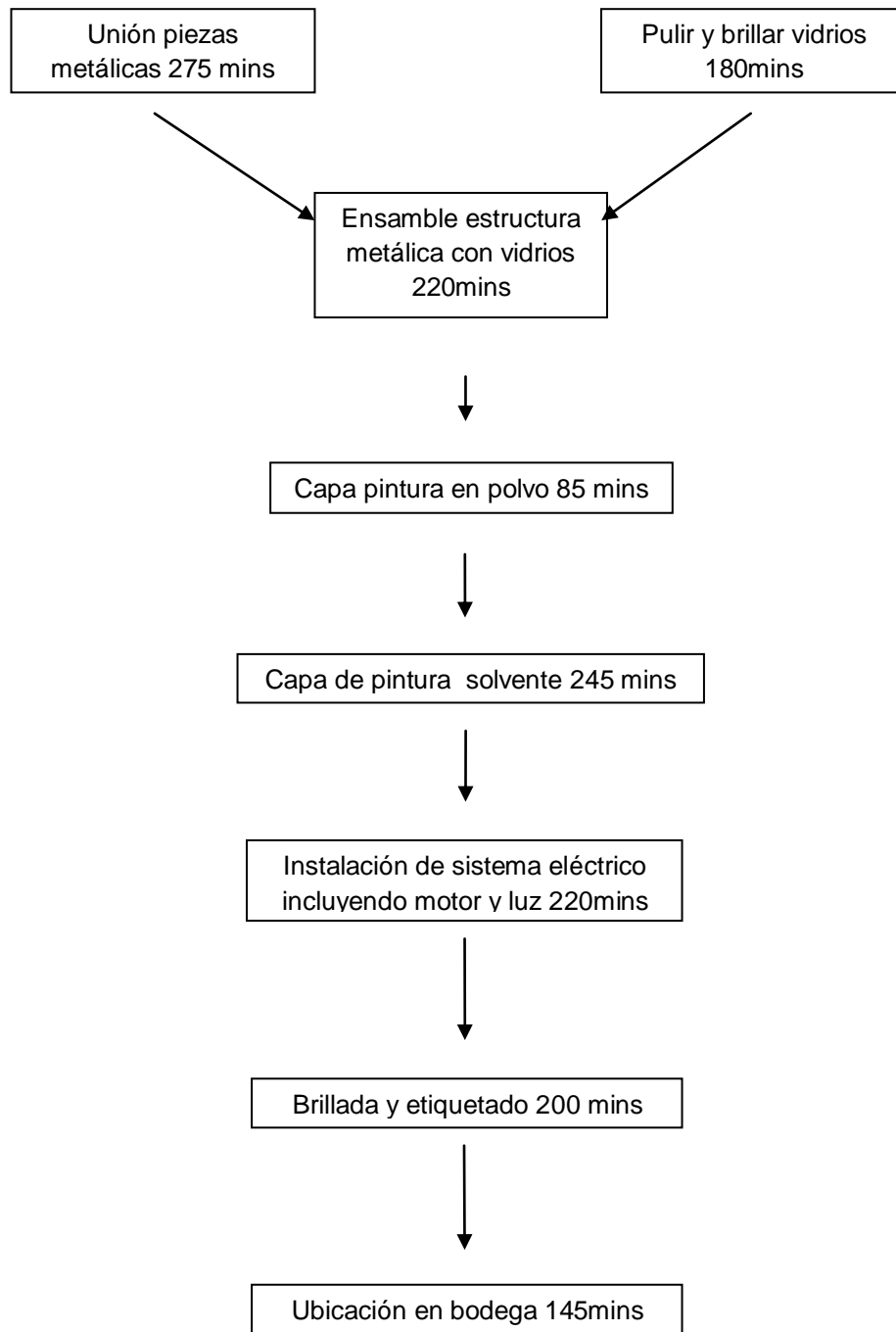
### **Desventaja:**

- Mercado ineficiente.
- Demandas limitadas.

## **2.1.2 Técnicas de análisis del proceso de producción**

**Diagrama de bloques** (tener en cuenta que no se va a producir)





## 2.1 Capacidad Instalada por unidad de tiempo

No se debe medir ya que no se hace proceso de producción.

### 2.3. Balance de maquinaria y equipos

Cuadro 7: Balance compra maquinaria y equipos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	IVA	TOTAL	VIDA UTIL (DEPRECIACIÓN/AÑOS)	FORMA DE PAGO
Computadores	4	2'100.000	16%	9'744.000	3	Contado
Ups	1	900.000	10%	1'044.000	3	Contado
teléfonos	4	220.000	16%	1'020.800	3	Contado
impresora	1	550.000	16%	638.000	3	Contado
Fax	1	200.000	16%	232.000	3	Contado
Sillas	5	250.000	16%	1'450.000	3	Contado
Escritorios	4	780.000	16%	3'619.200	3	Contado
<b>GRAN TOTAL</b>				<b>17'748.000</b>		

Durante la operación del Proyecto puede ser necesario la inversión nuevamente de equipos que en cierto momento se han deteriorado, por ello es importante establecer un calendario de

re inversiones que indique los momentos en los cuales hay que hacer nuevamente la reinversión.

Cuadro 8: Calendario de reinversiones en maquinaria

Período Maquinaria	1 semestre	2 semestre	3 semestre	4 semestre
Computadores		900.000		1'100.000
Impresora	90.000	90.000	90.000	90.000
Ups				250.000
Sillas		60.000		60.000
Valor Total	90.000	1'050.000	90.000	1'500.000

#### 2.4 Balance de Obras Físicas

No hay necesidad de este balance ya que no es requerida las estructuras físicas.

#### 2.5. Diseño de Producto

Componentes: Hierro 25% + Vidrio 55% + Luz neón 5% + Pintura 10%-Madera 5%.

Tamaño: Alto: 120CMS; Diámetro: 45CMS

Forma Geométricas: Cilíndrico; octagonal, y cuadrado.

## 2.6 Estructura de Costos

Para este punto no se puede establecer una estructura de costos con base al producto, más bien se hace relación al factor de cómo es la logística de exportación en el país de origen.

Cuadro 9: Estructura de Costos

Volumen de producción 30 unidades				
Material directo	Unidad de	Cantidad	Costo (Unidad de Tiempo)	
	Medida		Unitario (\$)	Total (\$)
TTE terrestre MDE - CTG	emabrque	1	2'500.000	2'500.000
Seguro	emabrque	1	70.000	70.000
Aduana	emabrque	1	430.000	430.000

Esta estructura de costos está basada en una venta de 30 vitrinas giratorias con iluminación en un contenedor de 20''DC teniendo en cuenta que la compra fue FOB Cartagena y el producto se encuentra listo para cargue en la planta del proveedor en MDE.

## 2.7 Diseño de empaque

Este tipo de producto no tiene empaque.

## 2.8 Localización

### Método Cualitativo por puntos

Se busca el sitio ideal para el montaje de un Proyecto, para eso se cuenta con tres posibles localidades, se trata de encontrar el sitio ideal bajo la siguiente información

Cuadro 10: Método cuantitativo por puntos

FACTORES	PESO	POBLADO		RIONEGRO		COPACABAN A	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Mano de Obra	0.400	9	3.6	6	2.4	7	2.8
Proveedores	0.200	7	1.4	3	0.6	3	0.6
Transporte	0.150	5	0.75	3	0.45	6	0.9
Clima	0.050	6	0.3	6	0.3	1	0.05
Seguridad	0.200	7	1.4	4	0.8	7	1.4
<b>TOTALES</b>	<b>1.00</b>		7.45		4.55		5.75

## 2.9 Distribución de la planta u oficina

Es la distribución de la sección administrativa y productiva para cada lugar de trabajo, de

manera secuencial y lógica, ganando espacio, tiempo y distancia, debe ser acotada y especificando cada área. Se debe elaborar un plano ajustado a medidas de acuerdo a los requerimientos de espacio.

Los objetivos de una buena distribución de la planta son los siguientes:

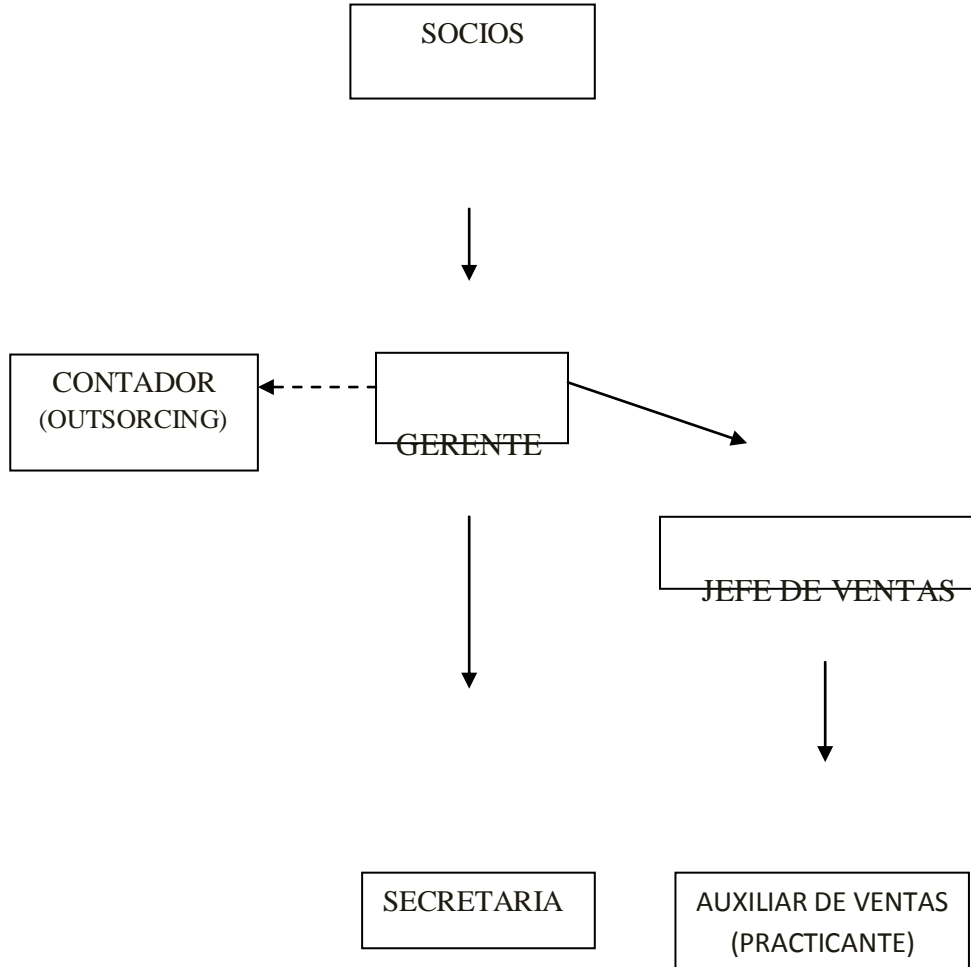
- **Integración total:** mantener una visión total a los factores.
- **Mínima distancia recorrida:** con la finalidad de un mejor flujo del proceso en términos de tiempo y de dinero.
- **Utilización del espacio cúbico:** mejor utilización del espacio en las tres dimensiones (largo, ancho y alto).
- **Seguridad y mejor bienestar.**
- **Flexibilidad:** poder reacomodar los espacios en cualquier tiempo.

#### **Tipos de distribución**

- **Distribución por procesos:** agrupa a los empleados de acuerdo a las funciones similares que realicen.

### 3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

#### 3.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



#### 3.2 VISION

En 3 años ofrecer servicios de intermediación comercial de vitrinas de lujo de excelente calidad, garantizando una atención directa a nuestros clientes y proveedores, utilizando las herramientas logísticas que permita a los clientes satisfacer sus necesidades de manera ágil y



oportuna y que esto conlleve a la compañía a ser la comercializadora internacional número uno en Colombia.

### **3.3 MISION**

Ser reconocidos como la mejor alternativa en el mercado de comercialización de vitrinas de lujo por la alta calidad del servicio, la confiabilidad y solidez. Brindando a clientes, colaboradores y socios la satisfacción de sus expectativas sobreponiendo la calidad de los productos.

### **3.4 PRINCIPIOS ORGANIZACIONALES**

La organización se basa en la transparencia ante el cliente, con una mejora continua en los procesos, basados en el respeto, amabilidad y confianza

### **3.5 SELECCIÓN DE PERSONAL**

#### **3.5.1 Cargos**

El análisis de puestos consiste en la obtención, evaluación y organización de información sobre los puestos de una organización. Se debe aclarar que esta función tiene como meta el análisis de cada puesto de trabajo y no de las personas que lo desempeñan.

Todas las actividades productivas de la organización deben ser desarrolladas por personal idóneo, por ello es fundamental tener parámetros para una buena decisión, esta parte se convierte en parte fundamental del futuro de la empresa, es necesario tener amplios parámetros para tomar decisiones acertadas, se debe tener en cuenta la estructura organizacional planteada anteriormente:

#### **3.5.2 Pasos.**

Definición del cargo: se anexan los siguientes formatos para una buena definición

Cuadro 11: Perfil laboral Auxiliar ventas

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>
	<b>Nombre del cargo:</b> Auxiliar Ventas
	<b>Datos aspirante:</b>
	Nombre del aspirante: Jessica Jaramillo
	Dirección vivienda: Calle 32B # 50-55
	Tel fijo 2322255      Tel celular 3115212121
	Sección o Área para el cual se aspira: Ventas
	Cargo jefe inmediato: Jefe Ventas
Nombre del analista: _____	
Fecha de análisis: 10.10.2011	

<p><b>FUNCIONES, TAREAS QUE COMPONEN EL CARGO</b></p>	<p>Labores principales: Cotizaciones Internacionales, coordinación operativa de la logística internacional, aprobación facturas proveedores de servicio, diligenciar formularios de reintegros.</p> <p>Labores secundarias: Asistente Jefe ventas</p> <p>Labores ocasionales: Asistir Auxiliar ventas nacionales</p>
---	--

<p><b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b></p>	<p><b>DE CONOCIM.</b></p>	<p><b>GRADO DE INSTRUCCIÓN:</b></p> <p>Tecnólogo en Comercio Internacional</p> <hr/> <p><b>EXPERIENCIA:</b></p> <p>1 año en pagos internacionales y/o logística internacional</p> <hr/> <p><b>CONOCIMIENTOS ESPECIALES:</b></p> <p>Excel – Power point – 2do idioma</p>
------------------------------------	---------------------------	---

DE HABILIDAD	<p><b>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ejecuta labores rutinarias y repetitivas.</li> <li>- Cualquier inquietud sobre la forma de realizar el trabajo debe ser consultada.</li> <li>- Toma pequeñas decisiones siguiendo lineamientos ya definidos pero con características de elegibilidad.</li> </ul>
	<p><b>RESPONSABILIDAD DE LA SUPERVISIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay responsabilidades de supervisión</li> </ul>
	<p><b>. RESPONSABILIDAD POR CONTACTO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantiene contacto directo con personas externas a la organización para recibir o dar información.</li> <li>- Maneja asuntos confidenciales con organismos externos.</li> </ul>
	<p><b>RESPONSABILIDAD POR PROCESOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ejecuta labores intermedias en el proceso, sus errores son detectables y corregibles.</li> </ul>

		<p>RESPONSABILIDAD POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El manejo inadecuado de los equipos puede ocasionar pérdida de datos o restricciones en los sistemas externos a los cuales se debe acceder para la operación.</li> </ul>
		<p>RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maneja documentos y dinero hasta por montos de USD 5000 ocasionalmente</li> </ul>
		<p>ESFUERZO MENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Durante toda la jornada ejecuta tareas que requieren de esfuerzo mental.</li> </ul>
<p>EXIGENCIAS DEL CARGO</p>	<p>DE ESFUERZO FÍSICO</p>	<p>ESFUERZO VISUAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Debe atender pequeños detalles en la ejecución diaria de la tarea que demandan de un esfuerzo visual permanente.</li> </ul> <p>ESFUERZO FISICO (Duración e Intensidad)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-no debe hacer ningún esfuerzo físico máximo.</li> </ul>

<b>DIFICULTADEL CARGOS</b>	<p><b>CONDICIONES AMBIENTALES:</b> (Condiciones atmosféricas, ruido, luz)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay condiciones malignas con respecto al tema ambiental</li> </ul>
	<p><b>RIESGOS DEL CARGO</b> (Accidentes, enfermedades profesionales)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Puede sufrir túnel carpiano, si no se tienen los cuidados pertinentes.</li> </ul>

Cuadro 12: Perfil laboral Jefe de Ventas

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>
	<b>Nombre del cargo</b> Jefe de Ventas
	<b>Datos aspirante:</b>
	Nombre del aspirante:
	Dirección vivienda:
	Tel fijo
	Sección o Área para el cual se aspira: Ventas
	Cargo jefe inmediato: Gerente
	Nombre del analista: _____
Fecha de análisis: 10.10.2011	

<p><b>FUNCIONES, TAREAS QUE COMPONEN EL CARGO</b></p>	<p>Labores principales: Visitas comerciales, comercializar vitrinas, cerrar negocios, administración de tarifas y precios de compra y venta, mantener relaciones comerciales con proveedores y clientes.</p> <p>Labores secundarias: Asistente Jefe ventas</p> <p>Labores ocasionales: Asistir Auxiliar ventas</p>
---	--

<p><b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b></p>	<p><b>DE CONOCIM.</b></p>	<p><b>GRADO DE INSTRUCCIÓN:</b></p> <p>Profesional en Negocios Internacionales.</p>
		<p><b>EXPERIENCIA:</b></p> <p>2 años en el área de ventas y/o logística internacional</p>
		<p><b>CONOCIMIENTOS ESPECIALES:</b></p> <p>Excel – Powerpoint – 2do idioma – manejo de herramientas de ventas.</p>

<b>DE HABILIDAD</b>	<p><b>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ejecuta labores rutinarias y repetitivas.</li> <li>- Cualquier inquietud sobre la forma de realizar el trabajo debe ser consultada.</li> <li>- Toma pequeñas decisiones siguiendo lineamientos ya definidos pero con características de elegibilidad.</li> </ul>
	<p><b>RESPONSABILIDAD DE LA SUPERVISIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hay responsabilidades de supervisión para su auxiliar.</li> </ul>
	<p><b>RESPONSABILIDAD POR CONTACTO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantiene contacto directo con personas externas a la organización para recibir o dar información.</li> <li>- Maneja asuntos confidenciales con organismos externos.</li> </ul>
	<p><b>RESPONSABILIDAD POR PROCESOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ejecuta labores intermedias en el proceso, sus errores son detectables y corregibles.</li> </ul>



		<p>RESPONSABILIDAD POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El manejo inadecuado de los equipos puede ocasionar perdida de datos o restricciones en los sistemas externos a los cuales se debe acceder para la operación.</li> </ul>
		<p>RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maneja documentos y dinero hasta por montos de USD 10000 semanales.</li> </ul>
		<p>ESFUERZO MENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Durante toda la jornada ejecuta tareas que requieren de esfuerzo mental.</li> </ul>
<p>EXIGENCIAS DEL CARGO</p>	<p>DE ESFUERZO FÍSICO</p>	<p>ESFUERZO VISUAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Debe atender pequeños detalles en la ejecución diaria de la tarea que demandan de un esfuerzo visual permanente.</li> </ul> <p>ESFUERZO FISICO (Duración e Intensidad)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-no debe hacer ningún esfuerzo físico máximo.</li> </ul>

<b>DIFICULTADEL CARGOS</b>	<p><b>CONDICIONES AMBIENTALES:</b> (Condiciones atmosféricas, ruido, luz)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay condiciones malignas con respecto al tema ambiental</li> </ul>
	<p><b>RIESGOS DEL CARGO</b> (Accidentes, enfermedades profesionales)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Puede sufrir túnel carpiano, si no se tienen los cuidados pertinentes.</li> </ul>

Cuadro 13: Perfil laboral Gerente

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>
	<b>Nombre del cargo</b> Gerente
	<b>Datos aspirante:</b>
	Nombre del aspirante:
	Dirección vivienda:
	Tel fijo:
	Sección o Área para el cual se aspira: Administrativa
	Cargo jefe inmediato: Socios accionistas

	Nombre del analista: _____
	Fecha de análisis: 10.10.2011
<b>FUNCIONES, TAREAS QUE COMPONEN EL CARGO</b>	<p>Labores principales: Visitas comerciales y gerenciales, cerrar negocios y nuevos proyectos, administración de los recursos humanos dentro de la compañía, firmar como representante legal.</p> <p>Labores secundarias: Jefe ventas</p> <p>Labores ocasionales: Contabilidad</p>

<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>DE CONOCIM.</b>	<b>GRADO DE INSTRUCCIÓN:</b>  Profesional en Negocios Internacionales.  Profesional en administración de empresas  Especialización en mercadeo
		<b>EXPERIENCIA:</b>  8 años en el área de ventas y/o logística internacional.  2 años Administración y coordinación de proyectos

	<p>CONOCIMIENTOS ESPECIALES:</p> <p>Excel – PowerPoint – 3er idioma – manejo de herramientas de ventas – Coordinación de proyectos especiales, Diplomados y especializaciones en mercadeo, administración de recursos humanos.</p>
<p>DE HABILIDAD</p>	<p>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ejecuta labores rutinarias y repetitivas.</li> <li>- Cualquier inquietud sobre la forma de realizar el trabajo debe ser consultada.</li> <li>- Toma pequeñas decisiones siguiendo lineamientos ya definidos pero con características de elegibilidad.</li> </ul>
	<p>RESPONSABILIDAD DE LA SUPERVISIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hay responsabilidades de supervisión para su empresa</li> </ul>
	<p>RESPONSABILIDAD POR CONTACTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantiene contacto directo con personas externas a la organización para recibir o dar información.</li> <li>- Maneja asuntos confidenciales con organismos externos.</li> </ul>

		<p>RESPONSABILIDAD POR PROCESOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ejecuta labores de alta gerencia.</li> </ul>
		<p>RESPONSABILIDAD POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El manejo inadecuado de los equipos puede ocasionar perdida de datos o restricciones en los sistemas externos a los cuales se debe acceder para la operación.</li> </ul>
		<p>RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maneja documentos y dinero hasta por montos de USD 100000 semanales.</li> </ul>
		<p>ESFUERZO MENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Durante toda la jornada ejecuta tareas que requieren de esfuerzo mental.</li> </ul>
<p>EXIGENCIAS DEL CARGO</p>	<p>DE ESFUERZO FÍSICO</p>	<p>ESFUERZO VISUAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Debe atender pequeños detalles en la ejecución diaria de la tarea que demandan de un esfuerzo visual permanente.</li> </ul>

		<p>ESFUERZO FISICO (Duración e Intensidad)</p> <p>-no debe hacer ningún esfuerzo físico máximo.</p>
--	--	---

DIFICULTADEL CARGOS	<p>CONDICIONES AMBIENTALES: (Condiciones atmosféricas, ruido, luz)</p> <p>- No hay condiciones malignas con respecto al tema ambiental</p>
	<p>RIESGOS DEL CARGO (Accidentes, enfermedades profesionales)</p> <p>- Puede sufrir túnel carpiano, si no se tienen los cuidados pertinentes.</p>

Cuadro 14: Perfil laboral Jefe de Ventas

<p><b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b></p>	<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>
	<b>Nombre del cargo</b> Secretaria
	<p><b>Datos aspirante:</b></p> <p>Nombre del aspirante:</p> <p>Dirección vivienda:</p> <p>Tel fijo</p>
	Sección o Área para el cual se aspira: Ventas

	Cargo jefe inmediato: Gerente
	Nombre del analista: _____
	Fecha de análisis: 10.10.2011
<b>FUNCIONES, TAREAS QUE COMPONEN EL CARGO</b>	<p>Labores principales: Asistir a la gerencia de la compañía, recibir directamente las llamadas telefónicas, relacionar facturas de envío y de recibo, llevar el control de proveedores y formatos</p> <p>Labores secundarias: Asistente Jefe ventas</p> <p>Labores ocasionales: Asistir Auxiliar ventas</p>

<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>DE CONOCIM.</b>	<b>GRADO DE INSTRUCCIÓN:</b>
		Tecnóloga en secretariado bilingüe con énfasis en sistemas de cómputo.
		<b>EXPERIENCIA:</b>
		1 años en el área de secretariado.
		<b>CONOCIMIENTOS ESPECIALES:</b>
		Excel – PowerPoint – 2do idioma – manejo de archivos y control y registro de documentos.

DE HABILIDAD	<p><b>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ejecuta labores rutinarias y repetitivas.</li> <li>- Cualquier inquietud sobre la forma de realizar el trabajo debe ser consultada.</li> <li>- Toma pequeñas decisiones siguiendo lineamientos ya definidos pero con características de elegibilidad.</li> </ul>
	<p><b>RESPONSABILIDAD DE LA SUPERVISIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay responsabilidades de supervisión.</li> </ul>
	<p><b>. RESPONSABILIDAD POR CONTACTO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantiene contacto directo con personas externas a la organización para recibir o dar información.</li> <li>- Maneja asuntos confidenciales con organismos externos.</li> </ul>
	<p><b>RESPONSABILIDAD POR PROCESOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ejecuta labores intermedias en el proceso, sus errores son detectables y corregibles.</li> </ul>



		<p>RESPONSABILIDAD POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El manejo inadecuado de los equipos puede ocasionar pérdida de datos o restricciones en los sistemas externos a los cuales se debe acceder para la operación.</li> </ul>
		<p>RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maneja documentos y dinero hasta por montos de USD 1000 mensuales.</li> </ul>
		<p>ESFUERZO MENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Durante toda la jornada ejecuta tareas que requieren de esfuerzo mental.</li> </ul>
<p>EXIGENCIAS DEL CARGO</p>	<p>DE ESFUERZO FÍSICO</p>	<p>ESFUERZO VISUAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Debe atender pequeños detalles en la ejecución diaria de la tarea que demandan de un esfuerzo visual permanente.</li> </ul> <p>ESFUERZO FISICO (Duración e Intensidad)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-no debe hacer ningún esfuerzo físico máximo.</li> </ul>

DIFICULTADEL CARGOS	CONDICIONES AMBIENTALES: (Condiciones atmosféricas, ruido, luz)
	- No hay condiciones malignas con respecto al tema ambiental
	RIESGOS DEL CARGO (Accidentes, enfermedades profesionales)
	- Puede sufrir túnel carpiano, si no se tienen los cuidados pertinentes.

### 3.6 ESTRUCTURA SALARIAL

Cuadro 15: Balance de Salario Jefe de Ventas

LIQUIDACIÓN MENSUAL				
CARGO	SALARIO	PREST. SOCIALES	APOR. PARAFISC.	SEGURIDAD. SOCIAL
Horas extras	0			
<b>JEFE DE VENTAS</b>	1.300.000	Cesantías 8.33%	Caja de Comp. 4%	Salud
Sub Transpo.	62.500	113.496	52.000	Empleador 8.5%
	1.362.500	Prima 8.33%	IBF 3%	110.500
		113.496	39.000	Empleado 4%
		Vacaciones 4.17%	Sena 2%	52.000
		54.210	26.000	Pensiones
		Intereses 1%		Empleador 12%
		13.625		156.000
				empleado 4%
				52.000
				ARP 3%
				6.786
	<b>TOTAL</b>	<b>294.828</b>	<b>117.000</b>	<b>377.286</b>
<b>LIQUIDACION MES</b>				
SALARIO	1362500			
Prestaciones	294828			
Aportes Paraf.	117000			
Seg. Social	377286			
Deducciones				
Salud	52000			
Pensiones	52000			
Horas extras				
Sub Transporte	62500			
Dotación				
<b>TOTAL</b>	<b>2.110.114</b>			

Cuadro 16: Balance de Salario Contador

LIQUIDACIÓN MENSUAL				
CARGO	SALARIO	PREST. SOCIALES	APOR. PARAFIS	SEGURIDAD. SOCIAL
Horas extras	0			
<b>CONTADOR</b>	1.000.000	Cesantías 8.33%	Caja de Comp. 4%	Salud
<b>Sub Transpo.</b>		83.300	40.000	Empleador 8.5%
	1.000.000	Prima 8.33%	IBF 3%	85.000
		83.300	30.000	Empleado 4%
		Vacaciones 4.17%	Sena 2%	40.000
		41.700	20.000	Pensiones
		Intereses 1%		Empleador 12%
		10.000		120.000
				empleado 4%
				40.000
	<b>TOTAL</b>	<b>218.300</b>	<b>90.000</b>	<b>285.000</b>
<b>LIQUIDACION MES</b>				
SALARIO	1000000			
Prestaciones	218300			
Aportes Paraf.	90000			
Seg. Social	285000			
Deducciones				
Salud	40000			
Pensiones	40000			
Horas extras				
Sub Transporte				
Dotación				
<b>TOTAL</b>	<b>1.513.300</b>			

Cuadro 17: Balance de Salario Auxiliar de Ventas

LIQUIDACIÓN MENSUAL				
CARGO	SALARIO	PREST. SOCIALES	APOR. PARAFIS	SEGURIDAD. SOCIAL
Horas extras	0			
<b>AUXILIAR VENTAS</b>	635.600	Cesantías 8.33%	Caja de Comp. 4%	Salud
<b>Sub Transpo.</b>	62.500	58.152	25.424	Empleador 8.5%
	698.100	Prima 8.33%	IBF 3%	54.026
		58.152	19.068	Empleado 4%
		Vacaciones 4.17%	Sena 2%	25.424
		26.505	12.712	Pensiones
		Intereses 1%		Empleador 12%
		6.981		76.272
				empleado 4%
				25.424
				ARP 3%
				3.318
	<b>TOTAL</b>	<b>149.789</b>	<b>57.204</b>	<b>184.464</b>
<b>LIQUIDACION MES</b>				
SALARIO	698100			
Prestaciones	149789			
Aportes Paraf.	57204			
Seg. Social	184464			
Deducciones				
Salud	25424			
Pensiones	25424			
Horas extras				
Sub Transporte	62500			
Dotación				
<b>TOTAL</b>	<b>1.101.209</b>			

DE ESTE VALOR SE CONSIGNA EL 75%, POR EL CONTRATO DE PRACTICAS

Cuadro 18: Balance de Salario Gerente

LIQUIDACIÓN MENSUAL				
CARGO	SALARIO	PREST. SOCIALES	APOR. PARAFISC.	SEGURIDAD. SOCIAL
Horas extras	0			
<b>GERENTE</b>	3.200.000	Cesantías 8.33%	Caja de Comp. 4%	Salud
<b>Sub Transpo.</b>		266.560	128.000	Empleador 8.5%
	3.200.000	Prima 8.33%	IBF 3%	272.000
		266.560	96.000	Empleado 4%
		Vacaciones 4.17%	Sena 2%	128.000
		133.440	64.000	Pensiones
		Intereses 1%		Empleador 12%
		32.000		384.000
				empleado 4%
				128.000
				<b>ARP 3%</b>
				16.704
	<b>TOTAL</b>	<b>698.560</b>	<b>288.000</b>	<b>928.704</b>
<b>LIQUIDACION MES</b>				
SALARIO	3200000	DE ESTE VALOR SE CONSIGNA EL 75%, POR EL CONTRATO DE PRACTICAS		
Prestaciones	698560			
Aportes Paraf.	288000			
Seg. Social	928704			
Deducciones				
Salud	128000			
Pensiones	128000			
Horas extras				
Sub Transporte	62500			
Dotación				
<b>TOTAL</b>	<b>4.921.764</b>			

Cuadro 19: Balance de Salario Gerente

LIQUIDACION MENSUAL				
CARGO	SALARIO	PREST. SOCIAL	APOR. PARAFISC.	SEGURIDAD. SOCIAL
Horas extras	0			
<b>SECRETARIA</b>	635.600	Cesantías 8.33%	Caja de Comp. 4%	Salud
<b>Sub Transpo.</b>	<b>62.500</b>	58.152	25.424	Empleador 8.5%
	698.100	Prima 8.33%	IBF 3%	54.026
		58.152	19.068	Empleado 4%
		Vacaciones 4.17%	Sena 2%	25.424
		26.505	12.712	Pensiones
		Intereses 1%		Empleador 12%
		6.981		76.272
				empleado 4%
				25.424
				<b>ARP 3%</b>
				3.318
	<b>TOTAL</b>	<b>149.789</b>	<b>57.204</b>	<b>184.464</b>
<b>LIQUIDACION MES</b>				
SALARIO	698100	DE ESTE VALOR SE CONSIGNA EL 75%, POR EL CONTRATO DE PRACTICAS		
Prestaciones	149789			
Aportes Paraf.	57204			
Seg. Social	184464			
Deducciones				
Salud	25424			
Pensiones	25424			
Horas extras				
Sub Transporte	62500			
Dotación				
<b>TOTAL</b>	<b>1.101.209</b>			

Cuadros extraídos de Excel.

- **FORMA:**

Contrato escrito de trabajo: \_documento donde se especifique toda la relación laboral entre empleador y trabajador. (Aplica para contratos a término fijo, término indefinido, contratos de aprendizaje, contratos de trabajo con extranjeros no residentes en el país, enganches colectivos de trabajadores para laborar en el exterior, contrato de obra, contratos ocasionales o transitorios).

- **SEGÚN LA DURACIÓN**

Contrato de trabajo a término indefinido: no tiene fecha de terminación. Genera indemnizaciones. Establece prestaciones sociales.

### **3.7 ASUNTOS LEGALES**

Cualquier proyecto se debe someter a las condiciones de jurídicas existentes, a continuación se establece algunos impactos legales en los diferentes estudios de un proyecto: Esta parte del estudio legal es importante además porque dará como resultado conocer algunos gastos Preoperativos como insumo del estudio Financiero.

Pasos para tener en cuenta:

Consulta en cámara de Comercio: nombres, ellos entregaran cuando se hagan todas las diligencias allí el Registro Mercantil. (Buscar en la página el valor de los trámites de cámara)

Registro Cámara de Comercio 150.000COP dependiendo del monto y tipo de sociedad Ltda.

Registro de marca 190.000 COP ley por ser nuevo empresario

Certificados RUT 3700

Inscripción en RUT y asignación de NIT.

Inscripción en el Registro Nacional de Vendedores DIAN

Solicitud de Autorización para facturación

Promesa del Servicio

## 4. ANALISIS FINANCIERO

### 1 INVERSION INICIAL

#### 1.1 ACTIVOS FIJOS

Ca n	ACTIVO	Vr. UNITARIO.	Vr. TOTAL	Depreciación (años)
4	Escritorios	780.000	3.619.200	3
5	Sillas	250.000	1.450.000	3
4	teléfonos	220.000	1.020.800	3
4	Computadores	2.100.000	9.744.000	3
1	Impresora	550.000	638.000	3
1	UPS	900.000	1.044.000	3
1	Fax	200.000	232.000	3
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>17.748.000</b>	

#### 1.2 GASTOS PREOPERATIVOS O INVERSIONES DIFERIDAS

GASTO	Vr. TOTAL	Diferido (años)
Registro Cámara de Comercio	158.700	3
Mejoras local	500.000	3
Registro Notaría	190.000	3
Papelería	250.000	3
Publicidad	1.800.000	3
<b>TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS</b>	<b>2.898.700</b>	

#### 1.3 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo será lo necesario para cancelar TRES meses de costos y gastos

<b>Capital de trabajo</b>	<b>213.174.381</b>
---------------------------	--------------------

<b>TOTAL INVERSION INICIAL \$</b>	<b>233.821.081</b>
-----------------------------------	--------------------

#### 1.4 HORIZONTE DEL PROYECTO

<b>TRES AÑOS</b>
------------------

#### 1.5 FUENTES DE FINANCIACION INVERSIÓN INICIAL

30% Recursos propios	93.528.433	
70% Prestamo a través de terceros	140.292.649	
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>233.821.081</b>	

## 2 PRESUPUESTO COSTOS Y GASTOS

### 2.1 COSTOS FIJOS

CONCEPTO	VR. TOTAL MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Servicios públicos	300.000	3.600.000	3.852.000	4.121.640
Arrendamiento	1.100.000	13.200.000	14.124.000	15.112.680
Celulares	200.000	2.400.000	2.568.000	2.747.760
Gerente	4.859.264	58.311.168	62.392.950	66.760.456
Jefe de ventas	2.110.114	25.321.368	27.093.864	28.990.434
Auxiliares de ventas	825.907	9.910.881	10.604.643	11.346.968
Secretaria	1.101.209	13.214.508	14.139.524	15.129.290
Contador	1.513.300	18.159.600	19.430.772	20.790.926
Publicidad	50.000	300.000	642.000	686.940
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>12.059.794</b>	<b>144.417.525</b>	<b>154.847.752</b>	<b>165.687.094</b>

### 2.2 COSTOS VARIABLES

CONCEPTO	VR. TOTAL MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Compras vitrinas	39.900.000	359.100.000	512.316.000	548.178.120
Fletes, seguros y aduanas	19.000.000	171.000.000	243.960.000	261.037.200
Mantenimiento	98.333	1.180.000	1.262.600	1.350.982
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>58.998.333</b>	<b>531.280.000</b>	<b>757.538.600</b>	<b>810.566.302</b>

### TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES

CONCEPTO	VR. TOTAL MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
FIJOS	12.059.794	144.417.525	154.847.752	165.687.094
VARIABLES	58.998.333	531.280.000	757.538.600	810.566.302
<b>TOTAL FIJOS Y VARIABLES</b>	<b>71.058.127</b>	<b>675.697.525</b>	<b>912.386.352</b>	<b>976.253.396</b>

NOTA: los Costos y Gastos tendrán un incremento anual del 7%

<b>PARA LIQUIDAR EL CAPITAL DE TRABAJO NECESARIO PARA TRES MESES</b>	<b>213.174.381</b>
--	--------------------



### 3. PRESUPUESTO DE VENTAS

#### PRESUPUESTO MENSUAL

PRODUCTO	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN		
	CORTO		
	Cantidad	Precio	Total
Vitrinas giratorias con iluminación	190	415.000	78.850.000
			78.850.000

TOTAL ANUAL PRIMER AÑO	
Vitrinas giratorias con iluminación	709.650.000,00

TOTAL ANUAL SEGUNDO AÑO	
Vitrinas giratorias con iluminación	1.040.820.000,00

NOTA 2: EL PRIMER AÑO SOLO SE TOMAN 9 MESES

NOTA 3: HAY UNA POLITICA DE CRECIMIENTO DEL 10%

Vitrinas giratorias con iluminación	1.144.902.000,00
-------------------------------------	------------------

#### 4. LIQUIDACION DEL CRÉDITO

No de Cuota	Prestamo	Cuota fija	Intereses	Abono a capital	Saldo
0	140.292.649				140.292.649
1		6.682.955	1.543.219	5.139.736	135.152.913
2		6.682.955	1.486.682	5.196.273	129.956.640
3		6.682.955	1.429.523	5.253.432	124.703.208
4		6.682.955	1.371.735	5.311.220	119.391.988
5		6.682.955	1.313.312	5.369.643	114.022.345
6		6.682.955	1.254.246	5.428.709	108.593.635
7		6.682.955	1.194.530	5.488.425	103.105.210
8		6.682.955	1.134.157	5.548.798	97.556.412
9		6.682.955	1.073.121	5.609.835	91.946.578
10		6.682.955	1.011.412	5.671.543	86.275.035
11		6.682.955	949.025	5.733.930	80.541.105
12		6.682.955	885.952	5.797.003	74.744.102
13		6.682.955	822.185	5.860.770	68.883.333
14		6.682.955	757.717	5.925.238	62.958.094
15		6.682.955	692.539	5.990.416	56.967.678
16		6.682.955	626.644	6.056.311	50.911.367
17		6.682.955	560.025	6.122.930	44.788.437
18		6.682.955	492.673	6.190.282	38.598.155
19		6.682.955	424.580	6.258.375	32.339.780
20		6.682.955	355.738	6.327.218	26.012.562
21		6.682.955	286.138	6.396.817	19.615.745
22		6.682.955	215.773	6.467.182	13.148.563
23		6.682.955	144.634	6.538.321	6.610.242
24		6.682.955	72.713	6.610.242	0
<b>TOTAL</b>		160.390.922	20.098.274		

Liquidación del crédito	Tasa de Interes efectiva mensual	Factor	Cuota	Total primer año intereses	Total segundo año intereses
140.292.649	1,10%	0,047635818	6.682.955	14.646.915	5.451.359

### 5 DEPRECIACIONES

ACTIVO FIJO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Escritorios	1.206.400	1.206.400	1.206.400
Sillas	483.333	483.333	483.333
teléfonos	340.267	340.267	340.267
Computadores	3.248.000	3.248.000	3.248.000
Impresora	212.667	212.667	212.667
UPS	348.000	348.000	348.000
Fax	77.333	77.333	77.333
<b>TOTAL DEPRECIA. PERÍODO</b>	<b>5.916.000</b>	<b>5.916.000</b>	<b>5.916.000</b>

### 6 ESTADO DE RESULTADOS

CUENTA	Año 1	Año 2	Año 3
Ingreso por Ventas	709.650.000	1.040.820.000	1.144.902.000
Costo de Venta	531.280.000	757.538.600	810.566.302
Utilidad bruta en Ventas	178.370.000	283.281.400	334.335.698
Gastos de Operación, administración y de Ventas	144.417.525	154.847.752	165.687.094
Depreciación	5.916.000	5.916.000	5.916.000
Amortizaciones	966.233	966.233	966.233
Utilidad Operacional (UAll)	27.070.242	121.551.415	161.766.370
Gastos Financieros	14.646.915	5.451.359	0
Utilidad antes de impuestos	12.423.327	116.100.056	161.766.370
Impuestos (33%)		38.313.019	53.382.902
Utilidad Neta	12.423.327	77.787.038	108.383.468

## 7 PRESUPUESTO DE EFECTIVO

ENTRADAS DE EFECTIVO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>Caja</b>		<b>213.174.381</b>	<b>148.474.907</b>	<b>134.614.178</b>
Ventas de Contado		709.650.000	1.040.820.000	1.144.902.000
Cobro de Cartera				
Venta de Activos				
Préstamo	140.292.649			
Aportes Socios	93.528.433			
<b>TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO</b>	<b>233.821.081</b>	<b>904.367.894</b>	<b>1.165.509.009</b>	<b>1.253.925.854</b>
<b>SALIDAS DE EFECTIVO</b>				
Compras de Contado		531.280.000	757.538.600	810.566.302
Compras a crédito				
Gastos de Contado		144.417.525	154.847.752	165.687.094
Gastos a crédito				
Pago Préstamos		80.195.461	80.195.461	
Impuestos		0	38.313.019	53.382.902
Inversión temporales				
Inversiones Permanentes				
Inversiones del Proyecto	20.646.700			
<b>TOTAL SALIDAS EN EFECTIVO</b>	<b>20.646.700</b>	<b>755.892.986</b>	<b>1.030.894.831</b>	<b>1.029.636.299</b>
<b>DIFERENCIA ENTRADAS Y SALIDAS</b>	<b>213.174.381</b>	<b>148.474.907</b>	<b>134.614.178</b>	<b>224.289.556</b>

## 8 EVALUACION FINANCIERA DEL VPN y TIR

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE PARA EL PROYECTO</b>	-213.174.381	148.474.907	134.614.178	224.289.556
Valor Mínimo de Rentabilidad de la inversión C.O.				30%
Valor Presente Neto				\$ 82.779.456
Tasa Interna de Retorno				55%

## CONCLUSIONES.

- El estudio preliminar de mercado, técnico, organizacional y financiero nos da luz verde para montar una empresa comercializadora de vitrinas a Nueva Delhi, India.
- El mercado en general de la India viene obteniendo un crecimiento con pasos de gigante, en el cual los productos lujuriosos y exclusivos es decir de un alto grado de valor agregado entran a ser comercializados de manera constante y es necesario ofrecerlos en espacios únicos y personalizados y no hay mejor presentación que una vitrina giratoria con iluminación.
- Las vitrinas giratorias con iluminación tienen un mercado específico para atacar en el cual resulta fácil acceder ya que no hay competencia de este producto al respecto.
- India hace parte de los países nominados a hacer parte de las grandes potencias futuras, para ellos hay un grupo denominado BRIC.

## **BIBLIOGRAFIA.**

### Sitios web:

<http://es.wikipedia.org/india>

23.09.2011 - 20:45hrs

<http://antiguo.proexport.com.co/estadisticas>

25.09.2011 – 21:55 hrs

<http://www.proexport.com.co/exportaiones.india#23>

01.10.2011 – 20:33 hrs

<http://www.cia.gov/buscar/paises.india>

01.10.2011 – 21:00 hrs

<http://www.finance.yahoo.com>

01.10.2011 22:32 hrs

### Material escrito:

Revista Anif 2010

Material de clase (diapositivas enviadas por la docente de clase)

Periodico Portafolio edición Octubre 23.2011 pag. 7

### Asesorías con:

Jorge Ariel Franco (docente)

Beatriz Marín (docente)

Susan Vásquez (asesoras Proexport)

Andrés Pelaez (Jefe comercio exterior Corbeta)

Lorena Montoya (Administradora vitrinas Campoamor)

