



**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER**  
**FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES**  
**TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS**  
**PARA DISEÑOS DE INTERIORES.**

**INFORME DE TRABAJO FINAL PARA OPTAR AL GRADO DE TECNÓLOGO EN**  
**COMERCIO INTERNACIONAL**

JULIAN LOPEZ ORTIZ

JUAN SANTIAGO CAMPO CASTRILLON

LEIDY CAROLINA ARIAS GRANDA

CATALINA VALLEJO

PROFESOR GUÍA: VICTOR JAIME SALDARRIAGA ROMERO

Año

2015

## **AGRADECIMIENTOS**

Primeramente agradecemos a los miembros de nuestro equipo por el compromiso y esfuerzo que aportaron para lograr el desarrollo de este plan de negocio que es de tan alta importancia para nuestro aprendizaje ya que nos permitió aplicar las competencias obtenidas a lo largo de la carrera. Agradecemos también a nuestro asesor líder Víctor Saldarriaga ya que gracias a su amplio conocimiento y trayectoria en el medio permitió que se convirtiera en nuestra principal fuente de retroalimentación para lograr así la elaboración de este proyecto. Al mismo tiempo agradecemos a la universidad por proporcionarnos sus recursos logísticos y espacios adecuados para poder realizar consultas relacionadas con los temas de interés para el despliegue de nuestro plan. Igualmente agradecemos a los profesores de la facultad de negocios internacionales porque en su momento nos proporcionaron datos significativos para poder basarnos en estos y extender nuestra investigación para una consulta más completa.

No menos importante queremos agradecer a los miembros de nuestras familias ya que fueron nuestro primordial apoyo en este proyecto capacitado y ser nuestra inspiración para lograr un crecimiento profesional.

## ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	II
ÍNDICE.....	III
LISTA DE FIGURAS .....	VIII
LISTA DE TABLAS.....	IX
LISTA DE SÍMBOLOS .....	X
LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS .....	XI
GLOSARIO .....	XII
ABSTRACT .....	XIII
RESUMEN EJECUTIVO .....	XV
INTRODUCCIÓN.....	XVII
CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA .....	1
1.1 Nombre de la empresa y marca.....	1
1.2 Tipo de empresa.....	3
1.3 Descripción de la Empresa .....	4

1.4 Visión y Misión de la Empresa.....	4
1.5 Relación Productos y servicios .....	5
1.6 Ventajas competitivas .....	10
1.7 Trámites y costos .....	10
<b>CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR.....</b>	<b>12</b>
2.1 Entorno.....	12
2.1.1 Entorno Social .....	12
2.1.2 Entorno Económico.....	14
2.1.3 Entorno Cultural.....	15
2.1.4 Entorno Político.....	16
2.1.5 Entorno Legal.....	17
2.1.6 Entorno Tecnológico .....	18
2.2 Sector o industria .....	18
<b>CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO.....</b>	<b>22</b>
3.1 Objetivos de mercadeo.....	22
3.2 El mercado Meta de los Bienes y/o servicios .....	23
3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios.....	24
3.4 Cuantificación de los Clientes Potenciales de bienes y/o servicios .....	25
3.5 Mercado Competidor .....	26
3.6 Mercado Distribuidor.....	32
3.6.1 Distribución Directa.....	32

3.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable) .....	33
3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación.....	33
3.7.1 Comunicación.....	33
3.7.2 Actividades de promoción y divulgación.....	34
3.8 Proyección de Ventas.....	36
<b>CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL .....</b>	<b>37</b>
4.1 Tratados Comerciales.....	37
4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios .....	37
4.3 Requisitos y Vistos Buenos .....	37
4.4 Capacidad Exportadora / Capacidad Importadora .....	38
4.5 Participación en Ferias Especializadas .....	38
4.6 Rutas de Acceso.....	39
4.7 Liquidación de Costos de Importación y Precios de Exportación.....	40
<b>CAPÍTULO V: ANÁLISIS ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>42</b>
5.1 Estructura Organizacional Del Negocio .....	42
5.1.1 Organigrama Estructura Organizacional: .....	42
5.1.2 Organigrama Estructura Personal: .....	44
5.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados:.....	46
5.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio .....	49
5.2.1 Locaciones Empresa .....	49

5.2.2	Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres.....	50
5.2.3	Requerimientos de materiales e insumos por Area.....	50
5.2.4	Requerimientos de Servicios por Área .....	51
CAPITULO VI. ANÁLISIS LEGAL .....		57
6.1.	Certificaciones y gestiones ante entidades públicas .....	57
CAPITULO VII. ANÁLISIS FINANCIERO.....		67
7.1.	Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad.....	67
7.2.	Aportes de Capital de los Socios .....	68
7.3.	Créditos y Préstamos Bancarios .....	68
7.4	Precios de los Productos.....	69
7.4.1	Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos	
	69	
7.4.2	Los Precios de los productos tomando como base los Costos.....	69
7.5	Análisis Financiero.....	69
7.5.1	Ingresos .....	69
7.5.1.1	Ingresos Propios del Negocio .....	69
7.5.2	Egresos .....	70
7.5.2.1	Inversiones .....	70
7.5.2.2	Costos Fijos y Variables .....	71
7.5.3.	Analisis de Punto de Equilibrio .....	72

7.5.4 Analisis Financiero Anual y Proyectado .....	73
7.5.4.1 Estado de Perdida y Ganancias .....	73
7.5.4.2 Flujo de Caja, VPN, TIR – Primer Año.....	74
CONCLUSIONES.....	75
BIBLIOGRAFÍA.....	77
ANEXOS .....	79

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1.1 Disponibilidad nombre de la empresa .....	1
Figura 1.2 Disponibilidad marca de la empresa .....	2
Figura 2.1 Comportamiento Consumo en Colombia .....	14
Figura 2.2. Participación Ingreso y Utilidad Neta por Sector.....	19
Figura 2.3. Participación Ingresos por Sector .....	19
Figura 2.4 Tendencia comercio al por menor .....	20
Figura 2.5 Dinámica del Comercio Minorista .....	21
Figura 3.1 Participación del Mercado .....	31
Figura 3.2.Participacion del Mercado Incluyendo a Wall Picture S.A.S .....	31
Figura 3.3 Esquema Comercialización .....	32
Figura 3.4 Esquema Comercialización 2 .....	32
Figura 3.5 Pauta Comercial Teleantioquia .....	35
Figura 3.6 Plan de ventas mensual.....	36
Figura 4.1 Empresa Vendedora Papel Tapiz .....	38
Figura 4.2.Ruta de Acceso Internacional.....	39
Figura 4.3.Preliquidacion Cotización Papel Tapiz .....	41
Figura 5.1 Organigrama Estructura Organizacional .....	42
Figura 5.2 Organigrama Estructura Personal.....	44
Figura 7.1 Capital Aportado por los socios .....	68
Figura 7.2 Costos Variables Fotomurales .....	71
Figura 7.3 Costos Variables Papel Tapiz.....	71
Figura 7.4 Costos Variables Cenefas .....	72
Figura 7.5 Costos Variables Vinilos .....	72
Figura 7.6 Estado de Resultados .....	73
Figura 7.7 Flujo de Caja, VPN y TIR .....	74



## LISTA DE TABLAS

Tabla 1.1 Relación productos y servicios .....	5
Tabla 1.1.1 Imágenes de los productos .....	6
Tabla 1.2 Trámites y costos .....	11
Tabla 3.1 Medición del Mercado Meta.....	23
Tabla 3.2 Cuantificación Clientes Potenciales.....	25
Tabla 3.3 Características de la competencia .....	28
Tabla 3.4 Costos Actividades Promoción y Divulgación .....	34
Tabla 5.1 Función por Áreas.....	43
Tabla 5.2 Cargos y Funciones.....	45
Tabla 5.3 Costos por Cargo .....	46
Tabla 5.4 Espacio en m2 ocupados por Área.....	49
Tabla 5.5 Requerimientos por Área .....	50
Tabla 5.6 Participación servicios públicos por Área .....	51
Tabla 5.7 Participación Instalación de Cámaras .....	52
Tabla 5.8 Participación Alarmas y Seguridad.....	52
Tabla 5.9 Participación en Vigilancia, Servicios, Varios y Contabilidad.....	53
Tabla 5.10 Participación de la configuración inicial de las impresoras.....	53
Tabla 5.11 Participación de mantenimiento de las impresoras de papel tapiz.....	54
Tabla 5.12 Participación del mantenimiento de los computadores e impresoras .....	55
Tabla 5.13 Participación del Arriendo por Área.....	55
Tabla 5.14 Participación del Arriendo por Área.....	56
Tabla 6.1 Trámites legales. ....	57

## LISTA DE SÍMBOLOS

## **LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS**

ANIF – Asociación Nacional de Instituciones Financieras

CERAC – Informe del Centro de Recursos para el Análisis de Conflictos

DANE – Departamento Administrativo Nacional de Estadística

DIAN – Dirección de impuestos y aduanas nacionales

RUES – Registro único empresarial y social

RUT – Registro único tributario

S.A.S. – Sociedad por acciones simplificada

## **GLOSARIO**

## ABSTRACT

WALL PICTURE SAS is a company dedicated to the decoration of interiors which principal aim is to transform day after day of the persons in memorable experiences with a personal touch of design and attraction.

What does this project consist?

Our project consists of being able to commercialize principally four segments of products which are focused on the decoration of interiors. These are: PHOTOMURALS, PAPER TAPESTRY, TRIMMINGS, VINILOS. Our market puts aim it begins with the city of Medellin, and is removed up to coming to the homes of the sector of City of the Rio, which is where we are going to have our point of sale. At first we want to include a percentage of this sector but the idea is to be extending the clients' base in Medellin and not alone homes but also companies.

Where is business?

We see the business in the opportunity that presents the market with the lack of competition in this sector. This does that the relative prices on the market are to a high price and that they leave a good margin. To make this market more competitive in the city of Medellin opens us the possibility of coming with new ideas and with products that we could have to prices accequibles in order that it increases the participation of this niche.

Products like the trimmings sell for meter with brute margins up to of 87 %. It is of knowing that the rotation of these products is not so high but the idea is that the market grows attracting new forms of business and of clients allowing to make this business much more profitable.

How much Money needs? To be able to initiate we need approximately 200.000.000 \$ sales to achieve the point of balance? We need to achieve a few monthly sales 68.431.421 \$ what economic results will be obtained? Our condition of results for the first month shows us usefulness, we will achieve with the average sales that our rate expected from profitability is fulfilled in a major proportion. The VPN shows us that the company can manage to manage between two and three months to recover the initial investment, this supporting the proposed sales plan.

Why do we think that it be have? Initially to saying truth were incredulous with this project since we were thinking that it was a market with few demand, but what more was attracting us was the innovative thing that can manage to turn a space, then we saw the possibility of with this

company to be able to create new expectations in consumers who see the decoration of the interior spaces as a luxury or as something difficult of obtaining. If we achieve that the demand for these products increases and manage new clients obtain, we be have with our products since there are few competition and good margins of profitability. Proportion. The VPN shows us that the company can manage to manage between two and three months to recover the initial investment, this supporting the proposed sales plan.

## RESUMEN EJECUTIVO

WALL PICTURE SAS es una empresa dedicada a la decoración de interiores cuyo objetivo principal es transformar el día a día de las personas en experiencias memorables con un toque personal de diseño y atracción.

¿En qué consiste este proyecto?

Nuestro proyecto consiste en poder comercializar principalmente cuatro segmentos de productos los cuales están enfocados a la decoración de interiores. Estos son: FOTOMURALES, PAPEL TAPIZ, CENEFAS, VINILOS. Nuestro mercado meta objetivo comienza con la ciudad de Medellín, y se desglosa hasta llegar a los hogares del sector de Ciudad del Rio, que es donde vamos a tener nuestro punto de venta. En principio queremos abarcar un porcentaje de este sector pero la idea es ir ampliando la base de clientes en Medellín y no solo hogares sino también empresas.

¿Dónde está el negocio?

Vemos el negocio en la oportunidad que presenta el mercado con la falta de competencia en este sector. Esto hace que los precios relativos en el mercado estén a un precio alto y que dejen un buen margen. El hacer más competitivo este mercado en la ciudad de Medellín nos abre la posibilidad de llegar con nuevas ideas y con productos que podamos tener a precios asequibles con el fin de que aumente la participación de este nicho.

Productos como las cenefas se venden por metro con márgenes brutos hasta del 87%.

Es de saber que la rotación de estos productos no es tan alta pero la idea es que el mercado crezca atrayendo nuevas formas de negocio y de clientes permitiendo hacer mucho más rentable este negocio.

¿Cuánto Dinero se necesita?

Para poder iniciar necesitamos aproximadamente \$200.000.000

¿Ventas para lograr el punto de equilibrio?

Necesitamos lograr unas ventas mensuales \$68.431.421

¿Qué resultados económicos se obtendrán?

Nuestro estado de resultados para el primer mes nos muestra utilidades, lograremos con las ventas promedios que nuestra tasa esperada de rentabilidad se cumpla en una mayor proporción. El VPN nos muestra que la empresa puede llegar a lograr entre dos y tres meses para recuperar la inversión inicial, esto sosteniendo el plan de ventas propuesto.

¿Por qué creemos que tendrá éxito?

Al principio a decir verdad fuimos incrédulos con este proyecto ya que considerábamos que era un mercado con poca demanda, pero lo que más nos atraía era lo innovador que puede llegar a volverse un espacio, entonces vimos la posibilidad de con esta empresa poder crear nuevas expectativas en consumidores que ven la decoración de los espacios interiores como un lujo o como algo difícil de conseguir. Si logramos que la demanda por estos productos aumente y logramos conseguir nuevos clientes, tendremos éxito con nuestros productos ya que hay poca competencia y buenos márgenes de rentabilidad.



## INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo, se podrá visualizar el procedimiento para la creación de la empresa Wall picture S.A.S, ubicada en la ciudad de Medellín, la cual cuenta con una amplia oportunidad de negocio, debido a la poca competencia en la comercialización de los productos ofertados en dicha ciudad. Se inicia con un estudio en el cual se capta información sobre posibles proveedores para la importación de papel tapiz, asimismo el comportamiento del mercado para el tipo de productos ofertados y la viabilidad en cuanto a los temas financieros, evaluando factores como la tendencia del sector comercio en el cual se encuentra ubicada la empresa, la competencia del mercado, el cliente objetivo para nuestros productos entre otros. Todos los valores e información documentada son real, extraída de páginas oficiales, como el banco de la república, cámara de comercio, supersociedades, bancomundial, Dane, entre otras.

En el estudio realizado se presentaran los pasos a seguir para crear una empresa los cuales se nombran uno a uno, comenzando desde la constitución de la compañía, estructura organizacional, estadísticas gráficas y estudio de mercado, en el cual se podrá determinar si el proyecto es viable o no para un inversionista. Finalmente en la última parte de la investigación se podrán visualizar las conclusiones de la misma, enfocándonos en las oportunidades y fortalezas del negocio y las posibles restricciones que este pueda tener para incursionar en el mercado.

# CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

## 1.1 Nombre de la empresa y marca

El nombre de nuestra compañía es Wall Picture S.A.S, la disponibilidad ante los entes competentes la podemos visualizar en la [figura 1.1](#)

**Figura 1.1 Disponibilidad nombre de la empresa**

Contáctenos ¿Qué es el RUES? Cámaras de Comercio

**RUES** Registro Unico Empresarial y Social  
Cámaras de Comercio

Confecámaras  
Red de Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Veedurías Servicios Virtuales Acceso privado

➤ Realice aquí su consulta empresarial o social

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

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

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

Razón social: WALL PICTURE SAS Consultar

**Advertencia:**  
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

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

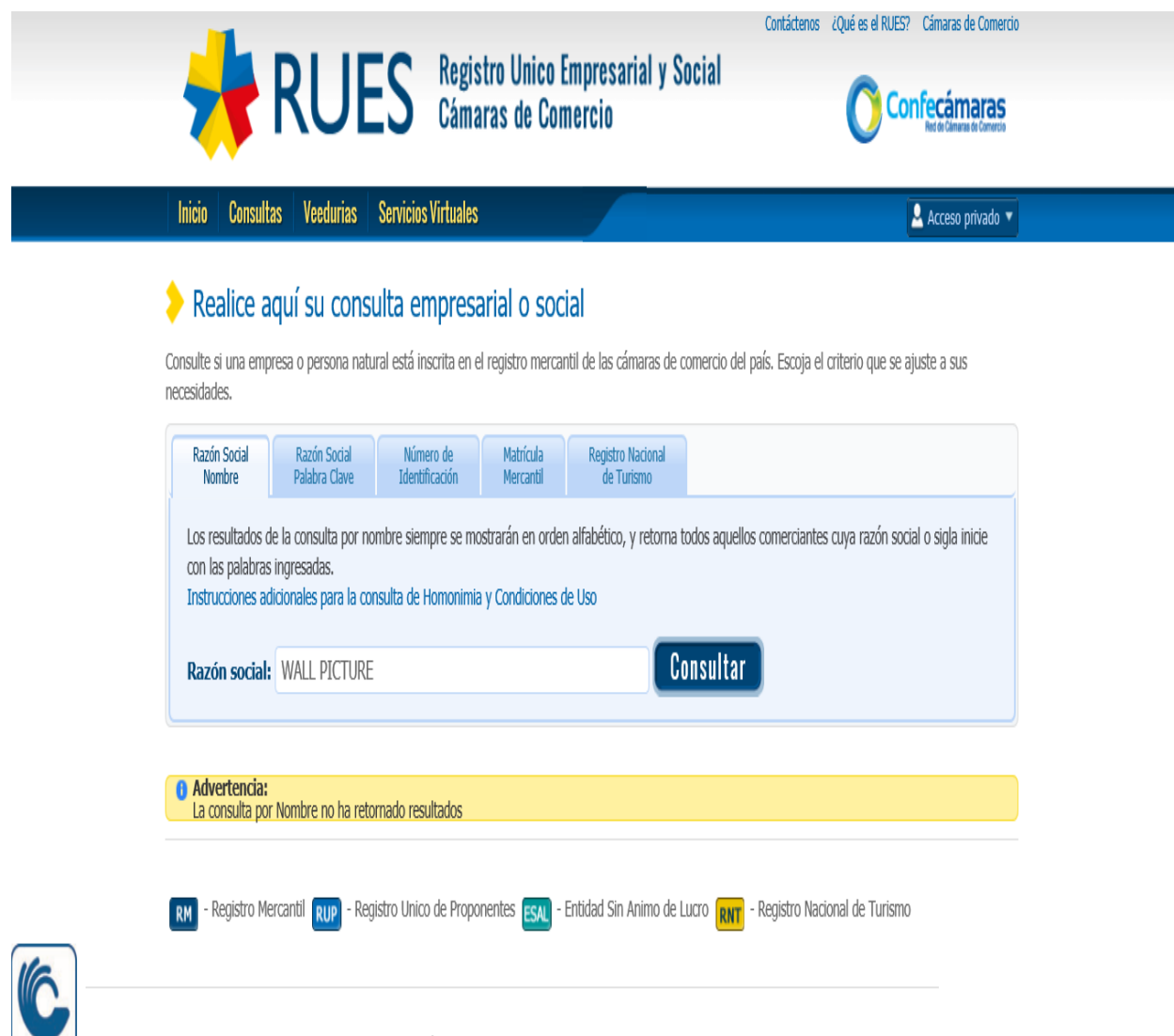
[http://www.rues.org.co/RUES\\_Web/Consultas#tabs-5](http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas#tabs-5)

**Fuente:** Registro único empresarial y social cámaras de comercio. Realice aquí su consulta empresarial o social. (Comercio, 2015)

## Marca del producto

La marca de nuestros productos es Wall Picture, la disponibilidad ante los entes competentes la podemos visualizar en la figura 1.2

**Figura 1.2 Disponibilidad marca de la empresa**



Contáctenos ¿Qué es el RUEES? Cámaras de Comercio

**RUEES** Registro Único Empresarial y Social  
Cámaras de Comercio

Confecámaras  
Red de Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Veedurias Servicios Virtuales Acceso privado

➤ Realice aquí su consulta empresarial o social

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

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

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

Razón social: WALL PICTURE Consultar

**Advertencia:**  
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

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

**Fuente:** Registro único empresarial y social cámaras de comercio. Realice aquí su consulta empresarial o social. (Comercio, 2015)

## 1.2 Tipo de empresa

### **Sociedad por acciones simplificadas (S.A.S)**

Después de analizar las características, beneficios y facilidades que brinda este tipo de empresa hemos tomado la decisión de constituir una compañía por acciones simplificadas ya que debido a su naturaleza, régimen de pluralidades, proceso de constitución y objeto social se adapta a nuestras necesidades y plan de negocio.

“Este tipo de sociedades podrán ser conformadas como mínimo por un accionista y podrán ser parte de ella los accionistas que se requieran, además podrá ser constituido bajo un documento privado el cual será inscrito en el registro mercantil donde los socios responderán solamente con el capital aportado.” (Sociedades, 2015)

Un tributo importante en estas empresas es que son un mecanismo que está orientado principalmente a que los accionistas sean quienes determinen mediante su voluntad privada las reglas de funcionamiento y de creación de su sociedad.

Respecto a los aportes para constituir la empresa encontramos una ventaja fundamental ya que el régimen de aportes no está limitado y los accionistas podrán determinar cómo pagaran y a suscribir las acciones teniendo en cuenta que el plazo máximo para pagar el capital será de dos años.

Una ventaja al fundar esta empresa con este apellido “SAS” es que no exige contratar revisor fiscal siempre y cuando sus activos no superen los tres mil salarios mínimos legales vigentes, no requiere tener una junta directiva dentro de la organización.

Cabe resaltar que se podrán crear diversas clases de acciones teniendo una ventaja sustancial frente a las otras sociedades, además su objeto social indeterminado le permite realizar negocios con más facilidad.

Todas estas ventajas comparativas nos ayudaron a tomar la decisión de fundar este tipo de sociedad ya que los socios actuales somos cuatro universitarios quienes emprenden una carrera empresarial adoptando nuevos retos frente al mercado laboral.

Ley 1258 de 2008 - (Sociedades, 2015)

### **1.3 Descripción de la Empresa**

Somos una empresa dedicada a la importación y comercialización de productos para espacios de interiores, buscamos ser una compañía innovadora y estar a la vanguardia con las nuevas tendencias. Somos profesionales en la venta e instalación de Fotomurales en papel tapiz importado y decoración con productos novedosos como cenefas y vinilos decorativos para paredes de cualquier área o espacio y otras superficies.

Wall Picture S.A.S ofrece papel tapiz con diseños modernos hechos con materiales resistentes a la humedad y a las manchas; lavables y con opciones de colores y texturas inimaginables.

Adicionalmente ofrecemos diversas formas de iluminación para formar una ambientación especial dependiendo del producto elegido y la temática escogida.

Los códigos CIU de la actividad económica son:

4753 – Comercio al por menor de tapices, alfombras y recubrimientos para paredes y pisos en establecimientos especializados

4754 – Comercio al por menor de electrodomésticos y gasodomésticos de uso doméstico, muebles y equipo de iluminación.

(Medellin, 2015)

El tamaño de la empresa es PEQUEÑA, considerando que está en sus comienzos y en un sector que tiene mucho por explorar y por crecer en el mercado regional. En un futuro buscaremos convertirnos en una de las empresas grandes y representativas de comercialización en productos para diseño de interiores en Antioquia.

### **1.4 Visión y Misión de la Empresa**

#### **Misión**

Somos una empresa comercializadora de productos para la decoración de interiores, proveemos una amplia gama de diseños y nuestro enfoque principal es crear en nuestros clientes la mejor experiencia en cuanto a servicio, producto y eficiencia.

## Visión

Desarrollar la innovación y sostenibilidad en la compañía, ofreciendo los mejores productos y asesoría a nuestros clientes, en 2018 seremos la empresa más reconocida a nivel nacional por la calidad de nuestro portafolio, precio y por la experiencia positiva llevada a cabo con nuestros clientes, proveedores y colaboradores.

## 1.5 Relación Productos y servicios



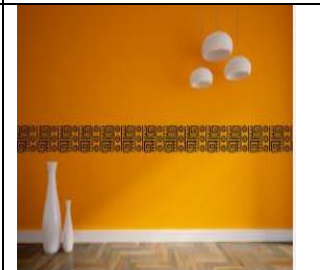












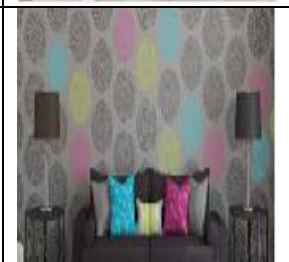







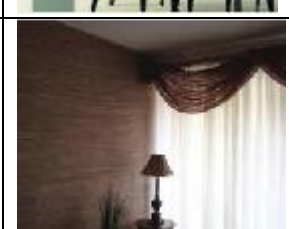
Nuestra compañía cuenta con diversos productos y servicios los cuales se podrán apreciar en la [tabla 1.1](#)

**Tabla 1.1 Relación productos y servicios**



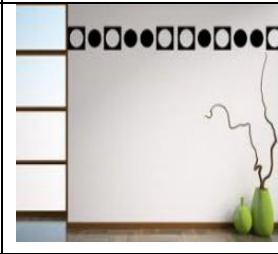
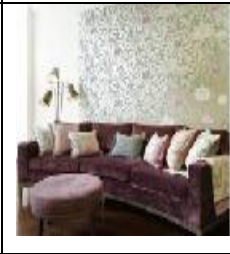





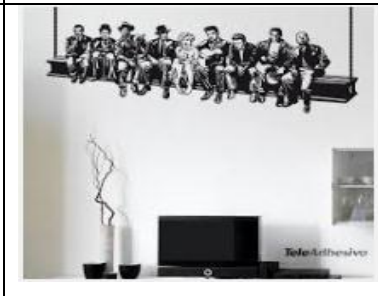
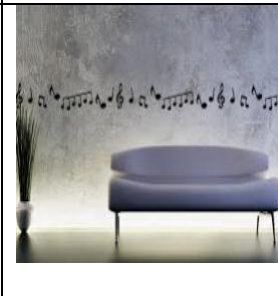








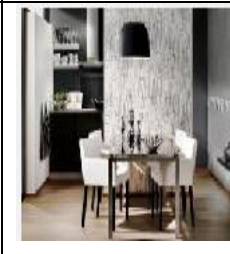



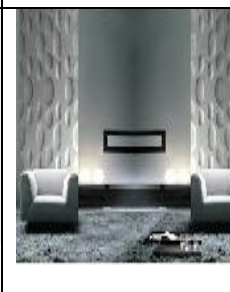
<b>FOTOMURALES</b>	<b>CENEFAS</b>	<b>VINILOS DECORATIVOS</b>	<b>PAPEL TAPIZ</b>
Fotomurales de naturaleza	Cenefas infantiles	Vinilos florales	Papel Tapiz Retro
Fotomurales de ciudades	Cenefas decorativas	Vinilos retro y urbanos	Papel Tapiz Moderno
Fotomurales de animales		Vinilos para puertas	Papel Tapiz Floral
Fotomurales infantiles		Vinilos geométricos	Papel Tapiz Clásico
Fotomurales para negocios		Vinilos para cocinas	Papel Tapiz Infantil
		Vinilos para laptops	

A continuación en la [tabla 1.1.1](#) podrán observar muestras de los productos que ofrecemos.





















Tabla 1.1.1 Imágenes de los productos

























FOTOMURALES	VINILOS	CENEFAS	PAPEL TAPIZ
			
			
			
			
			
			



FOTOMURALES	VINILOS	CENEFAS	PAPEL TAPIZ
			
			
			
			
			
			



FOTOMURALES	VINILOS	CENEFAS	PAPEL TAPIZ
			
			
			
			
			

FOTOMURALES	VINILOS	CENEFAS	PAPEL TAPIZ
			
			
			
			
			
			



## **1.6 Ventajas competitivas**

La empresa se caracteriza por su servicio personalizado donde se ocupa de cada uno de sus clientes para que su experiencia de decoración de su hogar sea inolvidable.

Entendemos que la decoración del hogar debe hablar de la identidad y la personalidad de quienes la habitan por eso tenemos un amplio portafolio de productos con diseños, texturas, materiales y demás para que el cliente tenga diversas opciones para elegir. Cada cliente es atendido por un diseñador que se encargara de ayudarle a plasmar sus ideas y de acuerdo al espacio que se va a decorar orientará al cliente para una mejor elección.

Somos reconocidos por ofrecer los mejores productos con precios asequibles y así abarcar todo el mercado.

Además somos una compañía comprometida con responsabilidad social, trabajamos con productos que no causan daño al medio ambiente y son netamente reciclables, exceptuando los vinilos, uno de los puntos más importantes para nuestra compañía es ser una buena empresa tanto para los clientes, como para nuestros accionistas, proveedores y empleados.

En Medellín este tipo de negocios no tienen muchos oferentes por lo que vemos que la poca competencia nos brinda una ventaja comparativa.

## **1.7 Trámites y costos**

Los trámites y costos para la constitución de la empresa se podrán ver detalladamente a continuación en la [tabla 1.2](#)

Tabla 1.2 Trámites y costos

<b>TRAMITE</b>	<b>VALOR</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Disponibilidad nombre de la empresa	Gratuito	Una vez
Redactar y suscribir estatutos de la empresa	Tarifa Mínima 1SMMLV, depende del tamaño de la empresa	Cada que se requiera una reforma en las condiciones iniciales del estatuto
Pre Rut	Gratuito	Una vez
Rut	Gratuito	Cada que ocurran modificaciones en las actividades comerciales de la empresa, en la razón social o cambio de representante legal
Entrega del Rut a cámara de comercio para el certificado de existencia y representación legal de la empresa	Gratuito	Anualmente se debe renovar la cámara de comercio
Solicitud Resolución de facturación ante la DIAN	Gratuito	Una sola vez
Registro en el sistema de seguridad social	Gratuito	Cada que ingrese un nuevo empleado

## **CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR**

### **2.1 Entorno**

Nuestra empresa está ubicada en Medellín – Colombia.

El sector donde está ubicado nuestro punto de venta es un entorno industrial pero a su vez ha crecido mucho en construcción de nuevas unidades y con nuevos proyectos por montar. Lo que a mediano y largo plazo generaría clientes potenciales para nuestro negocio. Estamos ubicados entre la calle 24 con la Cra 48 – Sector de Industriales, cerca de Punto Clave y Ciudad del Rio.

Nuestra empresa comercializa productos para diseño y decoración de espacio de interiores.

A continuación mencionaremos aspectos principales de los diferentes entornos que puedan afectar de manera positiva o negativa nuestro negocio, analizando nuestro país y la ciudad:

#### **2.1.1 Entorno Social**

Consideramos que uno de los principales factores que pueden afectar de manera directa o indirecta nuestro negocio es el tema de seguridad.

Para nadie es un secreto que el conflicto armado genera perdida de riqueza, de recursos y en materia de competitividad es un freno.

Pensamos que por manejar algunos materiales importados, el traerlos hasta nuestra bodega puede llegar a incrementar los precios finales si en algún momento se presentan conflictos en carreteras o en puertos.

Anuncios como el siguiente del ex presidente Álvaro Uribe, basado en las últimas cifras del CERAC, nos muestra un panorama desalentador en el tema del transporte interno:

“La comunidad internacional no ha sido informada de que en Colombia en los últimos años, como lo confirma hoy la CERAC, ha habido un escalamiento de la violencia. Cifras oficiales: 355 por ciento de aumento de ataques a los oleoductos, 64 por ciento de aumento de los retenes ilegales en las carreteras, un aumento enorme de la extorsión (apenas la denunciada), 15 delitos graves que han aumentado por cuenta de estos grupos terroristas en los últimos años.” (Espectador, 2015).

Por su parte en Medellín tomamos este fragmento de una noticia sacada por (Noticias Caracol), con respecto al tema de vacunas y extorsiones para comerciantes:

“Bastante, afecta bastante mi economía porque son 80.000 pesos mensuales que me hacen falta para sostener a mi familia, afirma la víctima.” (Caracol, 2015)

Los afectados van desde los dueños de grandes negocios hasta humildes vendedores de abarrotes o legumbres. La Federación de Comerciantes de Antioquia reveló esta cifra de pagos por concepto de vacunas y extorsiones el año pasado, en Medellín y los 9 municipios del área metropolitana.

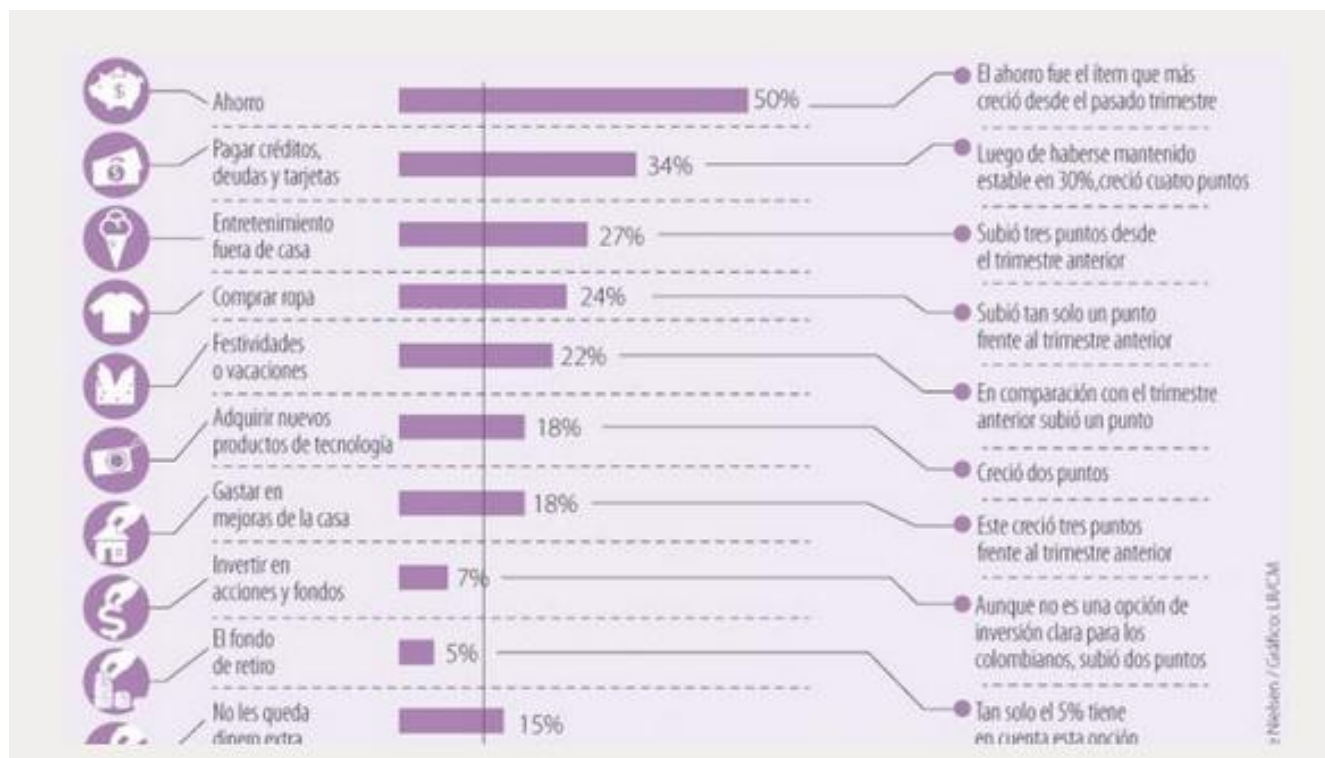
Sergio Ignacio Soto, director ejecutivo de Fenalco Antioquia dijo que: “Se tiene una cifra proyectada, muy conservadora y muy baja de unos 50 mil millones de pesos al año que padecen todos estos sectores de actividad empresarial y comercial” (Caracol, 2015)

En nuestra búsqueda encontramos estadísticas positivas y negativas, pero quisimos resaltar casos que pueden ser contraproducentes en los objetivos buscados por nuestro negocio.

Lo ideal es que la situación social del país tenga el mejor rumbo y día a día puedan ir mejorando las cosas ya que un país y sus ciudades en paz permiten que el comercio pueda fluir de una manera más productiva.

Con respecto a un análisis más enfocado a nuestro consumidor encontramos un resultado de la empresa de medición NIELSEN el cual nos muestra el porcentaje de comportamiento de consumo de los colombianos, como lo observamos en la [Figura 2.1](#)

**Figura 2.1 Comportamiento Consumo en Colombia**



Fuente: (NIELSEN, 2015)

El estudio nos muestra como el “Gastar en mejoras de la casa” tiene un porcentaje del 18%, además mostrando un crecimiento de tres puntos, lo que nos da un incentivo para ser parte de un mayor crecimiento de la categoría con la venta de nuestros productos en el mercado.

### 2.1.2 Entorno Económico

Nos abarcaremos para este análisis todas las cifras que muestra la economía, principalmente abordaremos el tema de la tasa de cambio, el ingreso per cápita, y la producción en el país.

La devaluación del peso colombiano en el último año ha alcanzado cifras que no se veían desde junio de 2004.

Esta devaluación para nuestra empresa debe ser observada desde:

- Incremento en los costos del material importado.

Nuestra empresa maneja productos importados esenciales como el PAPEL TAPIZ, el cual queremos importar desde México, ya que es uno de los países reconocidos en materia de decoración de interiores.

El tratado que manejamos con este país nos ayuda en cuestión de aranceles, el tema que se nos dificulta es la devaluación, ya que esta ha incrementado el costo del producto. Lo que en un principio puede afectar incluso nuestros objetivos de venta, como poder llegar con bajos precios a estratos como el 3.

En un informe del mes de julio de la revista semana podemos resaltar: La caída de los precios del petróleo, la caída en las exportaciones en un 31%. Pero lo que más preocupa es que advierten los analistas una durísima reforma tributaria para el próximo año con el fin de compensar la caída en los recaudos debido a la baja en los precios del petróleo.

Se habla que con dicha reforma se llegaría a aumentar el IVA, lo que afectaría el consumo de los compradores. (SEMANA, 2015)

### **2.1.3 Entorno Cultural**

El entorno cultural nos muestra los hábitos de consumo, la religión, el estilo de vida y otros aspectos que pueden tener relación a la hora de decisión de un consumidor en la compra de un producto.

Un artículo de SURA nos muestra algunas de las tendencias de los consumidores colombianos en los últimos años:

- Compra de marcas propias de los supermercados en elementos de aseo, donde la marca no es visible al consumidor.
- La compra directa y la venta por catálogo tienen cada vez más mercado.
- Los consumidores son cada vez más activos y reconocen la importancia de las cosas bien hechas, como las marcas que cuidan el medio ambiente y tienen responsabilidad social.
- Pagan en efectivo con mayor frecuencia.
- Las familias son cada vez más pequeñas, pero el empaquetamiento de producto riñe con esto.
- Lo light tiene cada vez más espacio en la despensa.



- No se sorprende y se adapta rápido.

(SURA, 2015)

De este fragmento queremos resaltar como la cultura día a día cambia los hábitos de consumo.

El comprador es difícil de sorprender, por lo tanto hace que nuestra labor con respecto a la innovación y de la mano de excelentes diseñadores logremos impactar a los consumidores con el fin de que nuestros productos sean atractivos.

El consumidor colombiano busca marcas y productos que cuiden el medio ambiente y cuenten con RSE. Una de las ventajas competitivas que tiene nuestra empresa es contar con productos que cuidan el medio ambiente y en algunos casos son reciclables.

Es difícil segmentar nuestra cultura para llevarla al entorno de nuestro negocio, pero debemos adaptarnos al perfil del consumidor paisa el cual busca principalmente calidad y buenos precios.

#### **2.1.4 Entorno Político**

“Colombia es un estado social de derecho organizado en forma de republica unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista.” (COLOMBIAUN, 2015)

En el análisis de este entorno observamos que existen muchos factores que pueden afectar nuestro negocio, mencionaremos algunos aspectos de forma muy general sobre los siguientes factores los cuales nos parecieron relevantes:

- El proceso de paz
- La reforma tributaria

El presidente Juan Manuel Santos mencionó: “El 2014 fue el año de la esperanza, los invito para que el 2015 sea el año de la paz” (SEMANA, 2015)

Siguiendo la línea de la política y considerando que el proceso de paz se logre, esto para nuestro negocio sería de gran beneficio principalmente a la hora de traer productos importados, y en el largo plazo para vender a otras ciudades, ya que se mejorarían los fletes, la seguridad y los costos.

Este es un tema espinoso y que tiene mucha tela por cortar, pero quisimos solo resaltarlo ya que de lograrse lo esperado los beneficios económicos nos mostrarían un panorama alentador para los negocios.

Nuestra empresa tendrá algunos productos importados desde México, con este país en materia política las relaciones están muy sólidas y somos socios estratégicos:

Bogotá, (mayo/8/15). El Presidente Juan Manuel Santos destacó el buen estado de las relaciones bilaterales: “Las relaciones entre Colombia y México están en el mejor momento y hoy se eleva a asociación estratégica. A partir de hoy somos socios estratégicos. Nada menos puede esperarse de dos naciones con tanto en común”. (SANTOS, 2015)

Según explicó el Presidente Juan Manuel Santos a través del establecimiento de la relación bilateral:

“Con asociación estratégica vamos a lograr un mayor nivel de coordinación en todas las acciones bilaterales pues estas serán dirigidas por un Consejo de Asociación Estratégica presidido por nuestros Cancilleres y con representantes de cada país en cada sector estratégico”. (SANTOS, 2015)

Para nuestra empresa es beneficioso que las relaciones políticas con el país importador estén pasando por un buen momento, para poder llegar a mejores beneficios económicos en materia de importación.

### **2.1.5 Entorno Legal**

Toda creación de una empresa debe de ser formal, por lo tanto se deben de realizar los trámites necesarios para ser constituida legalmente. Estos trámites los podemos observar en la tabla 1.2 Trámites y Costos.

La ciudad de Medellín es una ciudad que busca cada vez más nuevos inversionistas y que se creen más empresas, con el fin de generar mayor empleo en el sector urbano, pero aún existen rezagos burocráticos que no permiten la fluidez y celeridad que se busca para la creación de nuevas empresas y establecimientos de comercio.

Debido a que la cantidad de tramites genera falta de interés a la hora de crear empresas legales, surge la ley 962 de 2.005 (Ley Anti trámites),” la cual obliga a las entidades del sector público y a aquellas privadas que desempeñan funciones públicas delegadas, a explorar todos los mecanismos posibles a fin de facilitar el trabajo al empresario nacional.” (LEGALES, 2015)

Esta ley apoyara la competitividad Colombiana en materia de inversión, buscando en el 2.032 ser una de las tres economías más importantes de América Latina.

A su vez en Medellín:

“la Cámara de Comercio y la Alcaldía están fomentando y promoviendo la especialización productiva de Medellín, a través del programa “Medellín, Ciudad CLUSTER”, la cual es una apuesta por la consolidación de la región como una de las más atractivas del continente”

(LEGALES, 2015)

El entorno legal nos muestra un panorama con una visión de crecimiento y con menos barreras para la legalidad de los negocios.

Esta situación que se busca en la Ciudad de crecimiento y de mayor inversión extranjera conlleva a unos mejores resultados para la Ciudad, lo cual nos conviene a nosotros, ya que habrá más empleo, mayor dinero circulando y más consumo.

### **2.1.6 Entorno Tecnológico**

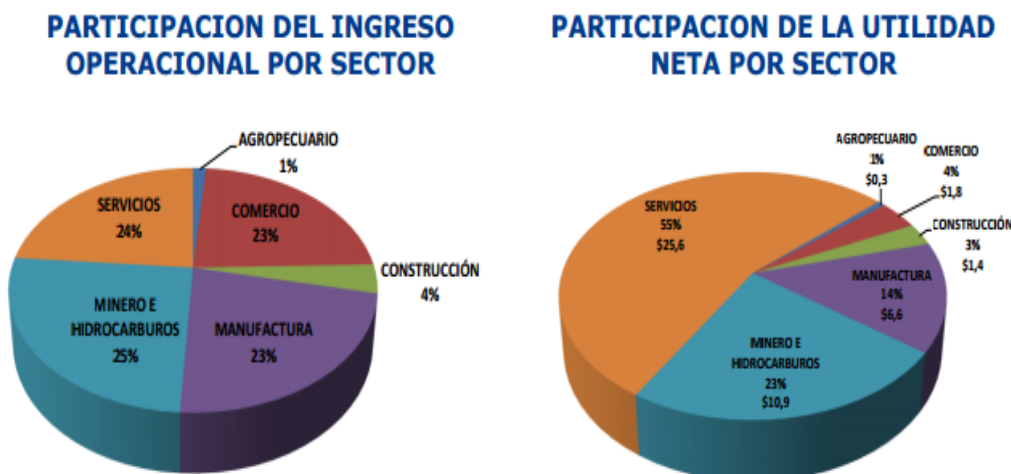
Aunque nuestra economía y las empresas que hacen parte de ella no se caracterizan por tener valor agregado y por ser líderes en innovación y desarrollo, es una realidad que cada día se busca mejorar. Nuestra empresa no puede ser la excepción, por lo tanto el entorno tecnológico tiene que ser considerado con el fin de que nos enfoquemos en los cambios que puedan ser de beneficio o de riesgo para nuestro negocio.

## **2.2 Sector o industria**

La comercialización de productos para decoración de espacios interiores está ubicado en el SECTOR TERCIARIO o DE SERVICIOS. Ya que somos una empresa comercializadora de servicios no productora y el subsector es sector de comercio.

A continuación adjuntamos la [Figura 2.2](#) que nos muestra el ingreso operacional por sector y la participación en utilidad neta por sector:

Figura 2.2. Participación Ingreso y Utilidad Neta por Sector

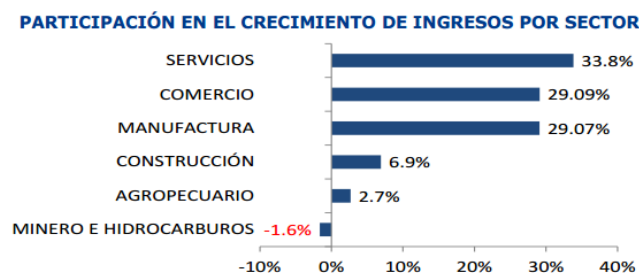


Fuente: Superintendencias, CGN y Coljuegos. Cálculos Grupo de Estudios Económicos y Financieros

Fuente:(SUPERINTENDENCIAS, 2015)

En la gráfica anterior podemos observar que en ingresos operacionales el sector servicios participa un 24% y el sector comercio un 23%. La utilidad neta es jalónada por el sector servicios. Con respecto al tamaño del sector o volumen de ventas mostramos la siguiente [Figura 2.3](#), en la cual podemos observar que el sector de servicios y de comercio son los que más contribuyen al crecimiento de las ventas totales para el 2014.

Figura 2.3. Participación Ingresos por Sector



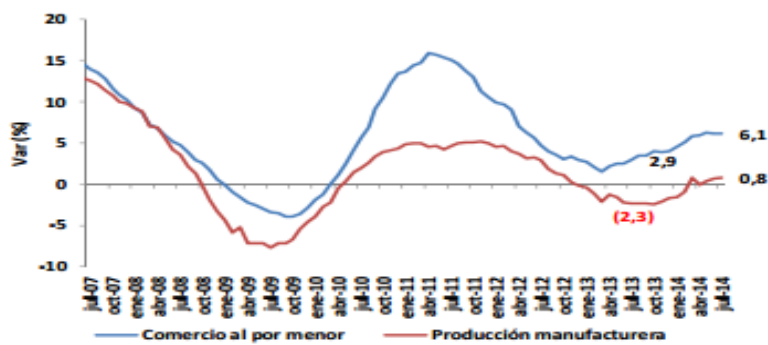
Fuente: Superintendencias, CGN y Coljuegos. Cálculos Grupo de Estudios Económicos y Financieros

Fuente: (SUPERINTENDENCIAS, 2015)

Con respecto a la tendencia de crecimiento del sector en los últimos años, en la siguiente [figura 2.4](#) tomada del informe de gestión de 2014 del sector de comercio, industria y turismo: podemos

observar que desde mediados del 2013 se presenta una tendencia creciente en el comercio al por menor. El crecimiento de este sector a su vez es sustentado por el consumo de los hogares.

**Figura 2.4 Tendencia comercio al por menor**



Fuente: DANE

14

Fuente:(GESTION, 2014)

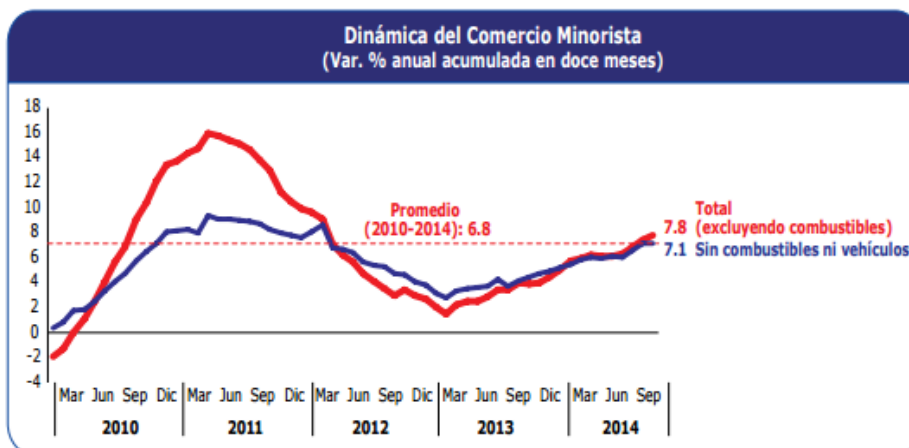
Nuestra actividad económica se basa en el comercio al por menor lo que la tendencia de crecimiento nos motiva para ser partícipes de esta tendencia del consumo. A su vez el crecimiento del consumo de los hogares, los cuales son nuestro mercado objetivo también influye de manera positiva nuestro negocio.

Para la proyección de ventas del sector, tomamos el dato proporcionado por la ANIF en el que se proyectan crecimientos del 6.4% en el acumulado a doce meses de este año. Se mencionan factores claves para la consecución de este crecimiento:

- Mayor disposición de los hogares a comprar bienes durables.
- Creciente confianza del consumidor
- Una posible política monetaria expansiva.

A continuación en la [figura 2.5](#) mostramos la dinámica del comercio minorista al finalizar este año 2.015.

**Figura 2.5 Dinámica del Comercio Minorista**



Fuente: cálculos Anif con base en Dane

**Fuente:** (MENOR, 2015)

La estructura del sector servicios la mencionaremos con base a la propuesta de las Naciones Unidas:

- Servicios Comerciales y de Distribución: Actividades que hacen llegar a la población productos que se consumen directamente.
- Servicios a la Población: Actividades que cubren las necesidades de información, entretenimiento audiovisual, comunicaciones.
- Servicios Empresariales y Financieros: Actividades que permiten mejorar el funcionamiento de las empresas con respecto a movimientos de capital.
- Administración pública y de servicios sociales: Son las actividades consideradas “Sociales” o en beneficio de la sociedad.

**Fuente:** (SERVICIOS, 2015)

El sector de comercio puede contar con barreras de entrada pero lo que nos favorece es que la competencia en Medellín con respecto a crear ambiente y decoración en hogares es poca, por lo que generar economías de escala es complicado debido a la poca competencia. Una barrera que vemos puede llegar a ser relevante es el tema de la innovación en un mercado poco conocido en la ciudad.

El poder de negociación de los clientes es poco ya que no cuentan con muchos oferentes que les permiten una más amplia gama de opciones.

El poder de negociación de los proveedores para nuestro negocio puede tomar fuerza con respecto a los trabajos realizados exclusivamente por los diseñadores, los cuales nos pueden manejar los precios de sus trabajos con altos costos.

Para nuestro negocio la amenaza de productos sustitutos es Alta. Nosotros queremos llegar a abordar estratos que visualizan el diseño de interiores como un Lujo, por lo tanto pueden comprar en grandes cadenas o tiendas para el hogar, productos que decoren su casa de una manera bonita y económica.

Para los estratos altos las nuevas tecnologías pueden llegar a ser una amenaza.

Con respecto a la rentabilidad del sector tenemos que en el 2014 las empresas del sector terciario fueron las más rentables, dato revelado por las superintendencias de sociedades.

“Dentro de las 2.000 empresas, vistas individualmente. Las pertenecientes al sector servicios son las que más ganancias obtuvieron al cierre de 2014. Según las cifras reveladas por la superintendencia de sociedades, que en ningún caso incluye conglomerados empresariales. Entendido así, ese universo de compañías líderes, el sector terciario de la economía suma utilidades por 27,3 billones con un incremento de **15.9%** (3,7 billones)” (COLOMBIANO, 2015).

La Rentabilidad es un aspecto muy importante que nos muestra una gran oportunidad para lograr crecer en este sector con nuestro negocio.

## CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO

### 3.1 Objetivos de mercadeo

Objetivos del Mercado de Negocio

Mercado objetivo: Hogares ubicados en la ciudad de Medellín principalmente en el sector urbano de ciudad del río.

**Objetivos:**

**Corto plazo**

Lograr un posicionamiento de marca en el sector de ciudad del río, por calidad y precio de los productos que ofrecemos, logrando un reconocimiento memorable en nuestros clientes.

### Mediano Plazo

- Recuperar el 60% de la inversión inicial.
- Certificarnos en calidad con la ISO 9001
- Ampliar nuestro portafolio de servicios enfocándonos en fotomurales para el área comercial.
- Abrir un nuevo punto de venta en el oriente antioqueño

### Largo plazo

- Tener presencia en todas las ciudades de Colombia.
- Llevar nuestras tendencias de diseño al exterior, en países como Perú, Chile, Costa Rica.
- Lograr alianzas con distribuidores relacionados con nuestros intereses.

## 3.2 El mercado Meta de los Bienes y/o servicios

WALL PICTURE S.A.S es una compañía con unos objetivos específicos los cuales van direccionados a los hogares de la ciudad de Medellín, brindándoles varias alternativas para el diseño de interiores,

A continuación en la siguiente [tabla 3.1](#) mostraremos la medición correspondiente al Mercado Meta:

**Tabla 3.1 Medición del Mercado Meta**

Ciudades	Medellin		Cali		Bucaramanga	
Población	2.464.322	1	2.119.906	2	527.913	3
Número de hogares	604.396	1	566.897	2	210.796	3
Hogares en estrato 3,4,5 y 6	374.486	1	330.220	2	120.745	3
Ingresos por hogar	1.924.933 Cop	2	2.002.124 Cop	1	1.212.000 Cop	3
Porcentaje de gastos en decoración	67.407	1	59.439	2	21.734	3
<b>Sumatoria</b>		<b>24</b>		<b>21</b>		<b>15</b>

Nota: 1 Vale 5 puntos, 2 vale 4 y 3 vale 3

Escogimos la ciudad de Medellín como mercado meta después de analizar las tres ciudades de la anterior tabla y basándonos en criterios específicos nos arrojó unas variables en las cuales la ciudad de Medellín obtuvo el puntaje más alto.



### 3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios

Nuestro mercado potencial son personas que perciban salarios iguales o superiores a los 2 salarios mínimos legales vigente, estratos 3, 4, 5 y 6

Como los mostramos en la [Figura 2.1](#) Comportamiento del Consumo en Colombia, resaltamos las siguientes cifras:

“De acuerdo con NIELSEN, compañía global de información y medición en el sector de la mercadotecnia, el top tres de los usos más comunes del dinero extra de los colombianos está liderado por el ahorro (50%), después el pago de créditos (34%) y finalmente la diversión (27%). A esto se suman comprar ropa (24%), irse de vacaciones (22%), adquirir productos de tecnología (18%), e invertir en la decoración de la casa (18%), aspectos que registraron un crecimiento frente a la encuesta del año pasado.” (NIELSEN, 2015)

El perfil del mercado meta se basa:

- Hogares Medellín, principalmente la comuna 14 y Ciudad del Rio
- Personas mayores entre 25 y 60 años de edad
- Capacidad de Compra: Hogares estratos 3-4-5-6 con promedios mensuales aproximados a \$1.000.000. Manejaremos una alianza de financiamiento con SERVICREDITO.
- Sexo: Masculino y Femenino
- El estado civil: Personas Solteras y Casadas
- Nivel de Ingresos: A partir de \$1.000.000 mensuales.
- Nivel de Educación: No es relevante

Los criterios de compra de los clientes:

- El Precio es uno de los factores que nos va a caracterizar con respecto al tema de diseño de interiores, ya que el perfil de estos negocios es que manejan precios elevados. La idea es tener un portafolio para la clase alta pero a su vez brindarle la oportunidad a los estratos 3-4 de poder adquirir nuestros productos, con precios que puedan ser de fácil acceso sin tenernos que ver obligados a desmejorar la calidad.
- Forma de pago: Contado y Crédito.
- Diseños y materiales de alta calidad, innovadores al gusto del cliente.

- El servicio debe ser uno de los valores agregados de nuestra empresa, ya que brindaremos la posibilidad de asesorar al cliente con diseñadores y mejoras en la ambientación de sus hogares.
- Garantía de un año por materiales de mala calidad o con imperfecciones.
- Hay clientes que por su experiencia en el exterior o por tener más recorrido, son más exigentes en sus diseños, y están los principiantes a los cuales se les brindara el servicio de asesoría.
- Es un producto con frecuencia de compra alta.

Nuestros productos y su sede estarán ubicados en el país de Colombia, en la región de Antioquia, en la ciudad de Medellín. El local tiene bodega y punto de venta a la vez.

### 3.4 Cuantificación de los Clientes Potenciales de bienes y/o servicios

A continuación mostramos en [la tabla 3.2](#) la cuantificación de los clientes potenciales:

**Tabla 3.2 Cuantificación Clientes Potenciales**

<b>PERFIL DEL CONSUMIDOR</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>CIFRAS</b>
Número de hogares en Medellín	100%	604.396 Hogares
Hogares en estratos 3,4,5 y 6	61%	374.486 Hogares
Número de hogares Comuna 14 (Incluye Ciudad del Rio)	10%	39.257 hogares

### 3.5 Mercado Competidor

**Nombre:** Homecenter

**Página web:** <http://www.homecenter.com.co/static/otros/tiendas/landing-tienda.html>

**Productos y servicios:**

Homecenter, es un almacén que ofrece productos para construcción de acabados, decoración y diseño de hogares, adicionalmente ofrece servicio de instalación para algunos de los productos que ofrece, Wall picture compite con esta compañía con respecto a las cenefas, foto murales y vinilos.

**Precio de referencia de cada uno de sus productos:**

**Cenefas:** los precios oscilan desde los \$19.900 a \$49.900

**Fotomurales:** \$219.000

**Vinilos:** oscila entre \$19.900 a \$129.900

**Fortalezas:** es una empresa muy posesionada en la línea de hogar, adicionalmente tienen tres puntos de venta en la ciudad de Medellín y manejan mucha variedad en los diferentes productos, su mayor fortaleza es el posicionamiento de la tienda y los costos con los diferentes proveedores.

**Debilidades:** Los clientes no tienen opción de pedir diseños personalizados, están sujetos solo a los estilos que la tienda les ofrezca.

Estrategias de Promoción, comunicación y ventas:

El almacén hace promoción por medio de revistas y propagandas de televisión.

**Canales de distribución utilizados:** En la ciudad de Medellín, actualmente hay tres puntos de distribución, a continuación relacionamos la dirección para cada punto de venta.

- Carrera 65 con calle 44, San Juan # 65-100
- 26, Cl 30 A # 82 A Medellín
- CRA 49, Envigado Antioquia

**Aspectos Claves:**

Homecenter es una tienda en la que se encuentra todo tipo de decoración e implementos para el hogar, esto hace que sea visitado por un alto volumen de personas, lo cual puede servir de enganche para la compra de cenefas, vinilos y fotomurales.

**Nombre:** Gecko Wall

**Página web:** <http://www.geckowall.com/>

**Productos y servicios:**

Gecko Wall, es una empresa comercializadora de Murales, cuadros vidrio o MDF, Vinilo tapiz y cenefas, ofrece servicios de instalación y diseños personalizados.

**Precio de referencia de cada uno de los productos:**

**Murales:** de \$300.000 a \$500.000

**Cenefas:** de \$20.000 a \$40.000 el metro

**Papel Tapiz:** Entre \$300.000 y \$500.000

**Fortalezas:**

Tiene diseños innovadores, una página web muy completa y fácil de encontrar los diferentes productos y servicios ofrecidos por la empresa, tienen un tiempo de respuesta muy eficaz.

**Debilidades:** No tiene puntos de venta directo, la entrega es a domicilio y el único medio de comercialización es la página web de la compañía.

**Estrategias de promoción y ventas:**

La distribución y promoción de los productos únicamente es por la página web de la empresa, no tiene puntos de venta.

**Aspectos Claves:** Los diseños que ofrece la empresa son muy novedosos y se promocionan en espacios estratégicos, en los cuales se puede crear un ambiente dependiendo del diseño, el punto no a favor de la empresa es que no tienen punto de venta así que pueden perder mercado, ya que hay personas que prefieren hacer la compra después de ver directamente el producto,

adicionalmente vemos muy limitado el reconocimiento de la marca, ya que el único medio de promoción es la página web y Facebook.

En la [tabla 3.3](#) podemos observar las diferentes características de nuestros competidores.

**Tabla 3.3 Características de la competencia**

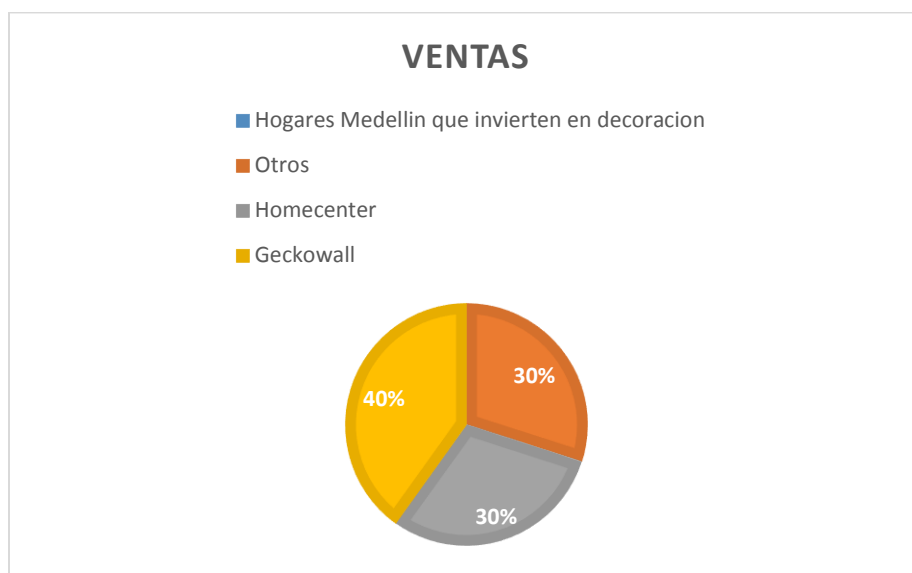
Nombre	<b>Homecenter</b>	<b>Gecko Wall</b>
Página web	<a href="http://www.homecenter.com.co/static/otros/tiendas/lan-ding-tienda.html">http://www.homecenter.com.co/static/otros/tiendas/lan-ding-tienda.html</a>	<a href="http://www.geckowall.com/">http://www.geckowall.com/</a>
Productos y servicios	Homecenter, es un almacén que ofrece productos para construcción de acabados, decoración y diseño de hogares, adicionalmente ofrece servicio de instalación para algunos de los productos que ofrece, Wall picture compite con esta compañía con respecto a las cenefas, foto murales y vinilos.	Gecko Wall, es una empresa comercializadora de Murales, cuadros vidrio o MDF, Vinilo tapiz y cenefas, ofrece servicios de instalación y diseños personalizados.
Fortalezas	Es una empresa muy posesionada en la línea de hogar, adicionalmente tienen tres puntos de venta en la ciudad de Medellín y manejan mucha variedad en los diferentes productos, su mayor fortaleza es el posicionamiento de la tienda y los costos con los	Tiene diseños innovadores, una página web muy completa y fácil de encontrar los diferentes productos y

	diferentes proveedores.	servicios ofrecidos por la empresa, tienen un tiempo de respuesta muy eficaz.
Debilidades	Los clientes no tienen opción de pedir diseños personalizados, están sujetos solo a los estilos que la tienda les ofrezca.	No tiene puntos de venta directo, la entrega es a domicilio y el único medio de comercialización es la página web de la compañía.
Estrategias de promoción y ventas	En la ciudad de Medellín, actualmente hay tres puntos de distribución, a continuación relacionamos la dirección para cada punto de venta. - carrera 65 con calle 44, san Juan N 65-100 -26, cl 30A N 82 A Medellín -Cra 49, Envigado Antioquia	La distribución y promoción de los productos únicamente es por la página web de la empresa, no tiene puntos de venta.

Aspectos claves	<p>Homecenter es una tienda en la que se encuentra todo tipo de decoración e implementos para el hogar, esto hace que sea visitado por un alto volumen de personas, lo cual puede servir de enganche para la compra de cenefas, vinilos y fotomurales</p>	<p>Los diseños que ofrece la empresa son muy novedosos y se promocionan en espacios estratégicos, en los cuales se puede crear un ambiente dependiendo del diseño, el punto no a favor de la empresa es que no tienen punto de venta así que pueden perder mercado, ya que hay personas que prefieren hacer la compra después de ver directamente el producto, adicionalmente vemos muy limitado el reconocimiento de la marca, ya que el único medio de promoción es la página web y Facebook.</p>
-----------------	---	---

En la [figura 3.1](#) Mostraremos la participacion del mercado competidor tomando como base el numero de hogares de nuestro mercado meta (39.250 hogares):

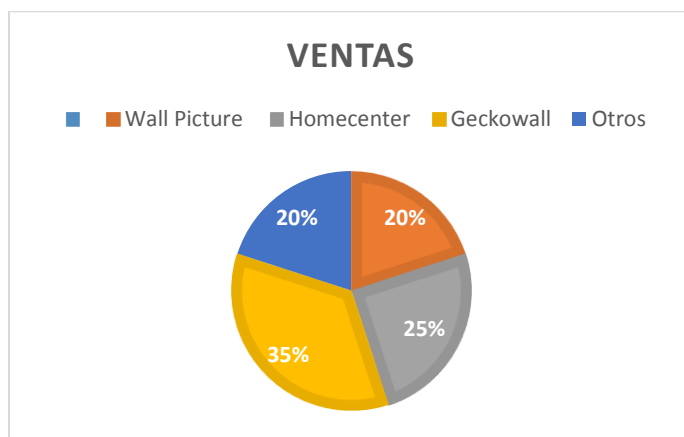
**Figura 3.1 Participación del Mercado**



FUENTE: Imagen Creada por Nosotros en Word

En la [figura 3.2](#) Mostraremos la participacion del mercado, con la proyeccion que queremos tomar, la cual es un 20%.

**Figura 3.2.Participacion del Mercado Incluyendo a Wall Picture S.A.S**



FUENTE: Imagen Creada por Nosotros en Word



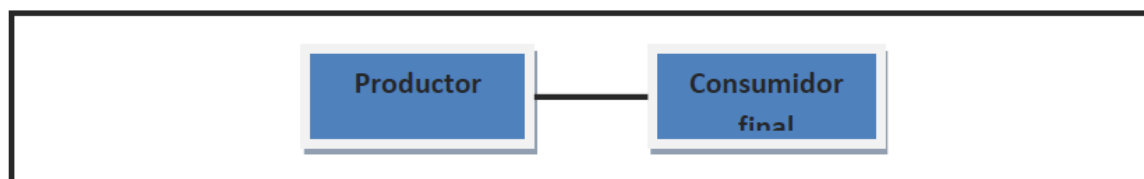
### 3.6 Mercado Distribuidor

La distribución como herramienta del marketing tiene como objeto trasladar el producto desde su punto de origen hasta el consumidor, este esta formado por personas y empresas que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto a medida que este pasa del fabricante al consumidor final o usuario industrial.

#### 3.6.1 Distribución Directa

En el caso de WALL PICTURE S.AS no existe canal de distribución como tal ya que no hay agentes comerciales o intermediarios. En la mayor parte de los productos y servicios ofrecidos la distribución comercial será muy simple. En la [figura 3.3](#) se muestra el esquema que seguirán los productos o servicios desde el momento de su fabricación.

**Figura 3.3 Esquema Comercialización**



**Fuente:** Elaboración propia, 2015

Sin embargo, cabe la posibilidad de que el cliente que realice el pedido en la tienda sea minorista, y a su vez comercialice los productos adquiridos al consumidor final. En este caso existe otro canal de distribución para los mismos productos. A continuación se muestra la [figura 3.4](#) con este recorrido.

**Figura 3.4 Esquema Comercialización 2**



**Fuente:** Elaboración propia, 2015

Finalmente la compañía contara con una pagina web donde sus clientes podran observar los productos que ofrecemos e ingresarlos en su carrito de compras teniendo una entrega de aproximadamente 48 horas según la distancia y los productos (cenefas y vinilos), para los fotomurales y papel tapiz por ser en algunos casos con disenos especificos pueden tardar aproximadamente 1 semana. En el caso de efectuarse una venta a traves de este medio podran darse cualquiera de los dos casos anteriores, por tanto, de esta manera de venta no surge ningun canal nuevo.

[www.wallpictures.com](http://www.wallpictures.com)

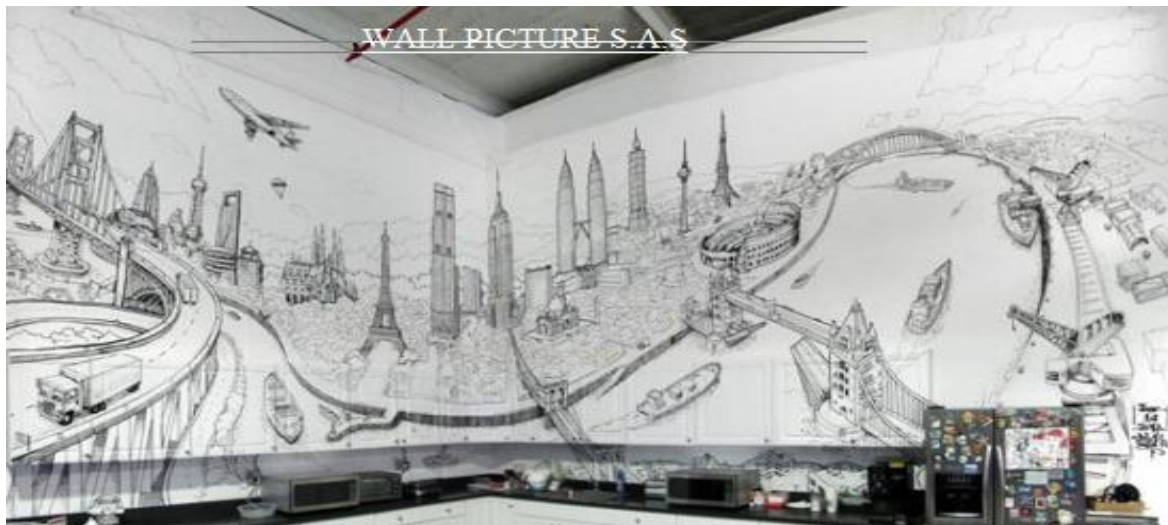
### **3.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)**

WALL PICTURE S.A.S no tendra distribucion por medio de terceros, su enfoque principal sera la distribucion directa, debido a esto no es necesario realizar este analisis.

## **3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación**

### **3.7.1 Comunicación**

**Logo y slogan de la empresa:**



**Slogan:** Hacemos Realidad tu Estilo



En la siguiente [figura 3.5](#) mostraremos la pauta para televisión del canal TELEANTIOQUIA para un comercial regular con una duración de 1 minuto.

**Figura 3.5 Pauta Comercial Teleantioquia**

<b>Horario Triple A :</b>	Teleantioquia Noticias de las 19:30 a las 20:30
<b>Sábados, Domingos y Festivos:</b>	De las 13:00 a las 13:30
<b>Ficción:</b>	Domingos de las 20:30 a las 21:30

PAUTA PUBLICITARIA

TARIFAS TIPO A - CONVENCIONAL Y NO CONVENCIONAL

CONTENIDOS	Teleantioquia Noticias Noche Lunes a Viernes - Fin de semana	
MODALIDAD COMERCIAL	DURACIÓN	TARIFA 2015
Comercial Regular	1 minuto	\$ 3.019.000
Comercial en vivo	1 minuto	\$ 3.322.000
Superimposición	10 segundos	\$ 603.000
Mención	10 segundos	\$ 603.000
Mención visual hablada	10 segundos	\$ 807.000
Back/Mención	10 segundos	\$ 807.000
Cortinilla	10 segundos	\$ 831.000
Patrocinio de Sección	10 segundos	\$ 755.000
Patrocinio de presentación y despedida	10 segundos	\$ 755.000
Emplazamiento de marca - producto	25 segundos	\$ 868.000
Product Placement en cromas con presentadora	10 segundos	\$ 1.133.000
Nota Patrocinada de índole informativa	1' 30"	\$ 4.529.000
Falso Directo	1 minuto	\$ 2.489.000

Las posiciones preferenciales tendrán un incremento de la siguiente manera	
Abriendo primer corte	20%
Abriendo corte	10%
Corte único	40%
Tiempo exacto	50%

Nota: a todas las tarifas deberá aplicarse el 16% por concepto de IVA

FUENTE: (Teleantioquia, 2015)

Para la pauta radial nos basamos en un referido conocido, el cual nos cotizó 30 segundos con 10 apariciones en el día por un mes. Para un valor de \$2.000.000.

### 3.8 Proyección de Ventas

En la [Figura 3.6](#), mostramos el análisis de proyección de ventas mensuales, para esto nos enfocamos con base a: El crecimiento proyectado del sector comercio para el año 2015 el cual será del 6.4%, la participación de la competencia la cual tiene pocos competidores en un mercado en el que aproximadamente un 18% de los hogares de Medellín gastan en decoración de su hogar.

Y finalmente en la parte de la torta del mercado que queremos abarcar, la cual es del 20%

**Figura 3.6 Plan de ventas mensual**

PROYECCION DE VENTAS												
MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
FOTOMURALES	70	76	79	79	78	70	78	73	79	78	76	72
CENEFAS	400	420	412	399	440	436	428	444	432	460	420	408
VINILOS	450	50	463	449	495	490	481	499	486	517	50	459
PAPEL TAPIZ	60	63	61	59	66	65	64	66	64	69	63	61
Medidas expresadas en Metros lineales												
Basados en el comportamiento de la economía del 2015 y ultimo cuatrimestre 2014, enfocados en la variable USO DOMESTICO												
Fotomural	3,10 x 2.06 metros	\$559.000										
Cenefas	metro	\$25.000										
Vinilos	metro	\$35.000										
Papel Tapiz	5 metros	\$450.000										

**Fuente:** Diseño Propio

## CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL

### 4.1 Tratados Comerciales

El tratado de libre comercio que aplica para nuestro proyecto es el que existe entre los estados unidos mexicanos y Colombia denominado ahora el G2 después de que Venezuela dejó de ser miembro, este tratado entro en vigencia en enero 01 del año 1995y desde la fecha ha sido de mucha ayuda para la economía de Colombia.

Uno de los programas que incluye el tratado es el de desgravación, tema de alta importancia para nuestro proyecto ya que este incluye un programa de eliminación arancelaria para el universo de productos industriales en el cual ingresa el papel tapiz, producto de alta importación para nuestra empresa.

Según mincomercio industria y turismo “Actualmente, el 92% del universo arancelario se encuentra desgravado totalmente, quedando algunas subpartidas por desgravar y otras excluidas del programa.”

**Fuente:** (MINCOMERCIO, 2015)

### 4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

**Partida arancelaria:** 48.14.20.00.00

**Descripción:** Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón

Papel para decorar y revestimientos similares de paredes; papel para vidrieras.

Papel para decorar y revestimientos similares de paredes, constituidos por papel recubierto o revestido, en la cara vista, con una capa de plástico graneada, gofrada, coloreada, impresa con motivos o decorada de otro modo

**Unidad fisica:** m2 - Metro cuadrado

**Gravamen arancelario:** 0%

**IVA:** 16%

**Gravámenes por acuerdos internacionales:** México con cód. Acuerdo 21 Gravamen arancelario 0.00% desde 09 mayo 2008 hasta: sin fecha establecida.

**Régimen de comercio:** Libre importación

(DIAN, 2015)

### 4.3 Requisitos y Vistos Buenos

No Aplican

#### 4.4 Capacidad Exportadora / Capacidad Importadora

La empresa con la cual cotizamos el papel tapiz es la que se muestra en la [figura 4.1](#):

**Figura 4.1 Empresa Vendedora Papel Tapiz**



Fuente: Página Web Avance

La empresa tiene la capacidad de proveer 10.000 Metros Lineales de papel tapiz mensuales. Nosotros no necesitaremos mensualmente de tal cantidad, pero si aproximadamente cada 3 o 4 meses.

Su precio Unitario FOB Puerto de Veracruz es usd\$4,07

El precio unitario DDP fabrica es usd\$4.29

#### 4.5 Participación en Ferias Especializadas

Nuestra empresa asistira anualmente a la feria sobre diseno en colombia home design, evento que se realiza en la ciudad de medellin del 29 al al 31 de mayo, en la cual asisten importantes figuras internacionales del diseno.

La ultima feria realizada, alcanzo una asistencia de casi trece mil visitantes y participaron ciento cuarenta marcas, este encuentro es una buena oportunidad para dar a conocer nuestros productos y validar nuevos sectores en los cuales podamos comercializar nuestros productos.

- Viáticos: No aplica ya que la feria es en la ciudad de Medellin
- Hospedaje : No aplica
- Pasajes u otro Transporte : COP \$60.000 dos personas por dia.

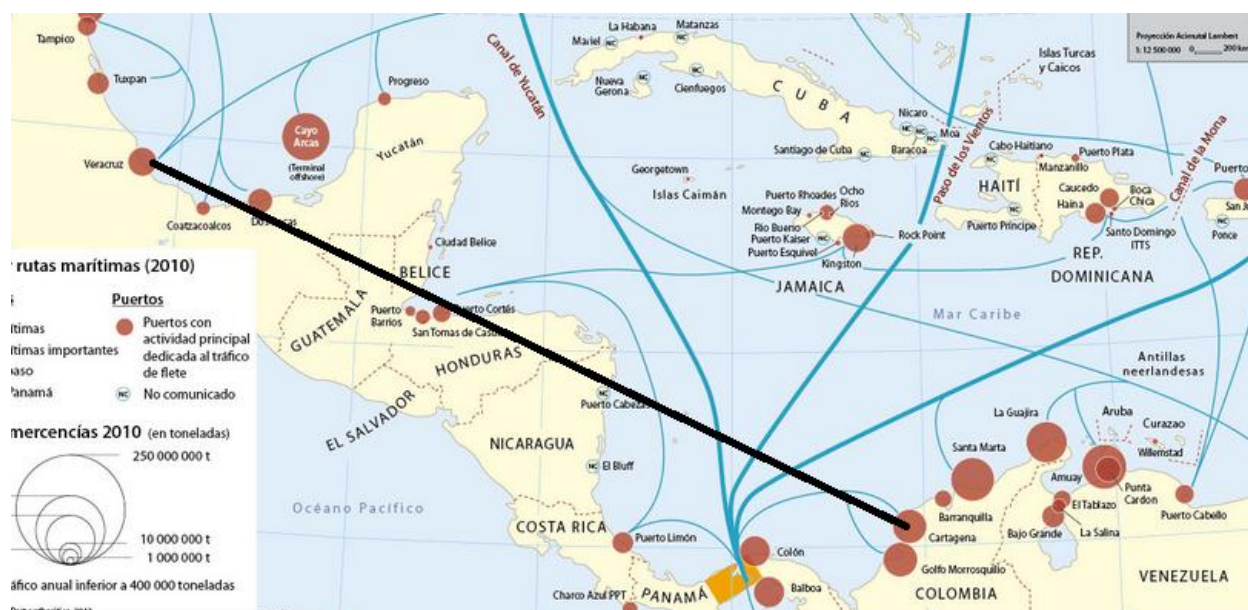
- Alimentación : COP \$30.000 dos personas por día
- Inscripción a la Feria : COP \$450.000
- Montaje en la Feria : COP \$ 1.100.000 (Incluye; estand 4\*4, paneles informativos, Pendon con la informacion de la empresa, lapiceros, Agendas, Dulces, Modelo)
- Material de Promoción: Broshures, Cd, Portafolio, Muestras : COP \$ 300.000
- Salario Personal : Salario hace parte de la nomina del Gerente y dos promotores comerciales, los cuales seran quienes asistirán a la Feria.

## 4.6 Rutas de Acceso

Nuestro producto importado sera comprado en Mexico, FOB Puerto de Veracruz, se trae hasta el puerto de Cartagena. Transporte terrestre puerto de Cartagena, Medellin.

En la [figura 4.2](#) mostramos la ruta de acceso para la importacion.

**Figura 4.2.Ruta de Acceso Internacional**



Fuente: Google Maps

Nuestro transporte internacional principal es Marítimo.



## 4.7 Liquidación de Costos de Importación y Precios de Exportación

En la [figura 4.3](#) mostramos la preliquidación para el papel tapiz, el incoterm de venta del proveedor es FOB Puerto de Veracruz.

Y para el tema de cotizaciones internacionales fue con la empresa ayfcargo:

VERACRUZ – CARTAGENA

20DV: Usd 565,00 + AMS Usd 35 + Doc Fee Usd 75

T.T.: 7-9 Días aprox

SERVICIO: Semanal / Directo

NAVIERA: CCNI

\*\* 10 Días Libres

\*\* Exoneración Depósito

\*\* No Drop Off

VERACRUZ – CARTAGENA

20DV: Usd 740,00 + BL Fee Usd 50,00 + AMS Usd 30,00 x FCL + HANDLING Usd 65,00

T.T.: 12 Días aprox

SERVICIO: Semanal / Directo

NAVIERA: HAPAG LLOYD

\*\* 10 Días Libres

\*\* Exoneración Depósito

\*\* No Drop Off

MANZANILLO – BUENAVENTURA

20DV: Usd 410,00 + BL Fee Usd 50,00 + AMS Usd 30,00 x FCL + HANDLING Usd 65,00

T.T.: 5 Días aprox

SERVICIO: Semanal / Directo

NAVIERA: EVERGREEN

\*\* 14 Días Libres

\*\* Exoneración Depósito

\*\* No Drop Off

VIGENCIA: 30/Septiembre.

FORMA DE PAGO: Carta Credito 60 dias

**Figura 4.3. Preliquidacion Cotización Papel Tapiz**

<b>PRE - LIQUIDACION COMERCIO EXTERIOR</b>		
<b>LIQUIDACION IMPORTACIONES</b>		
<b>IMPORTACION No.</b>		
PROVEEDOR		
PAIS ORIGEN	MEXICO	
PRODUCTO	PAPEL TAPIZ	
FORMA PAGO	ANTICIPADO	
CANTIDAD		4116,1
POSICION ARANCELARIA		
<b>INFORMACION MERCANCIA DOLARES</b>		
VALOR FOB	USD 40.700,00	Moneda USD
VALOR FLETES EXTERNOS -VERACRUZ - CTG	USD 565,00	Valor Declarado
VALOR SEGURO	USD 203,50	USD 41.468,50
<b>TASA CAMBIO</b>	<b>\$3.113,55</b>	
<b>LIQUIDACION IMPORTACION PESOS</b>		
	<b>VIR REEMBOLSABLE</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
VALOR MERCANCIA		\$126.721.485,00
VALOR FLETES EXTERNOS		\$1.808.000,00 1,43%
MANEJO NAVIERA (US\$ 250)		\$800.000,00 0,63%
DROP OFF, DEVOL. CONT.		\$0,00 0,00%
DERECHOS ARANCELARIOS ( 0%) SEGÚN ACUE	\$0,00	\$0,00 0,00%
DERECHOS ARANCELARIOS IVA (16%)	\$20.939.744,63	\$0,00 0,00%
BODEGAJE		\$120.000,00 0,09%
DEPOSITO CONTENEDOR		\$0,00 0,00%
DEMORAS CONTENEDOR		\$0,00 0,00%
USO DE INSTALACIONES		\$200.000,00 0,16%
GASTOS ADUANA		\$400.000,00 0,32%
GASTOS VARIOS		\$0,00 0,00%
COMISION S.I.A. 0,25%		\$458.056,91 0,36%
TRANSPORTE TERRESTRE 1X20		\$3.000.000,00 2,37%
DEVOLUCION DE CONTENEDOR		\$0,00 0,00%
COMISION BANCARIA GIRO. Cobranza 0,75		\$0,00 0,00%
<b>OTROS</b>		0,00%
	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>\$133.507.541,91</b>
<b>DÓLAR IMPORTACION</b>	<b>\$ 3.280,28</b>	
FECHA LLEGADA PUERTO (DMA)		PUERTO DE CARTAGENA

<b>LIQUIDACION DE IMPUESTOS</b>	
Valor mercancia FOB	40.700,00
Valor flete internacional	565,00
Valor seguro	203,50
<b>VALOR CIF USD</b>	<b>42.033,50</b>
<b>VALOR CIF COP</b>	<b>130.873.403,93</b>
VALOR ARANCEL 0%	-
VALOR IVA 16%	<b>20.939.744,63</b>
VALOR COMISION ADUAN	458.056,9

TRM ASONAV 3200

Lo que está en rojo son los gastos de nacionalizacion y transporte local de puerto a planta

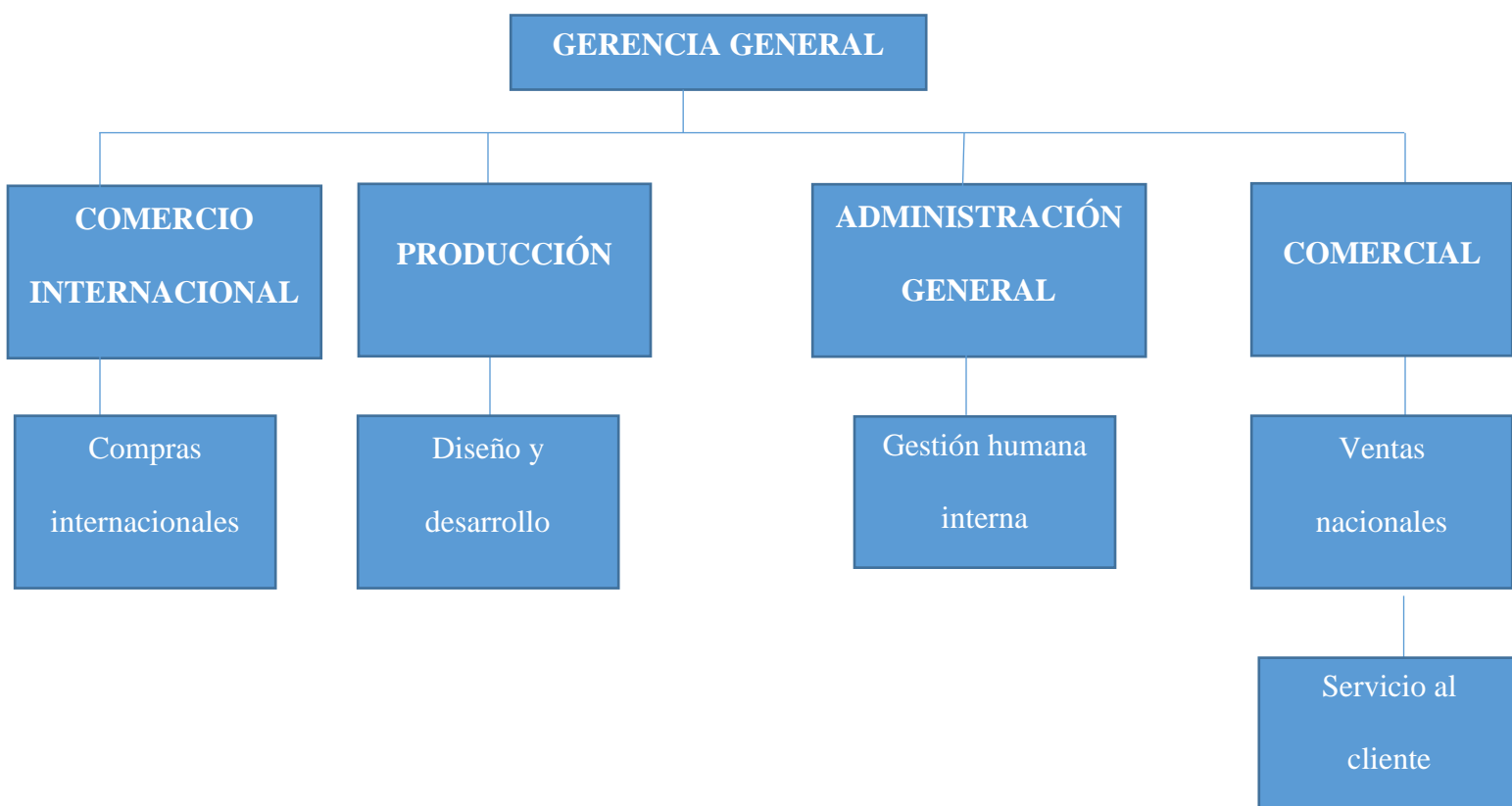
## CAPÍTULO V: ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

### 5.1 Estructura Organizacional Del Negocio

#### 5.1.1 Organigrama Estructura Organizacional:

Por medio de este organigrama se muestra la estructura como está conformada la empresa y al mismo tiempo se evidencia los procesos que se tercerizan en la misma. A continuación observamos esto en la [Figura 5.1](#)

Figura 5.1 Organigrama Estructura Organizacional



Fuente: Diseño Propio

A continuación mostramos en la [tabla 5.1](#) la función por áreas:

**Tabla 5.1 Función por Áreas**

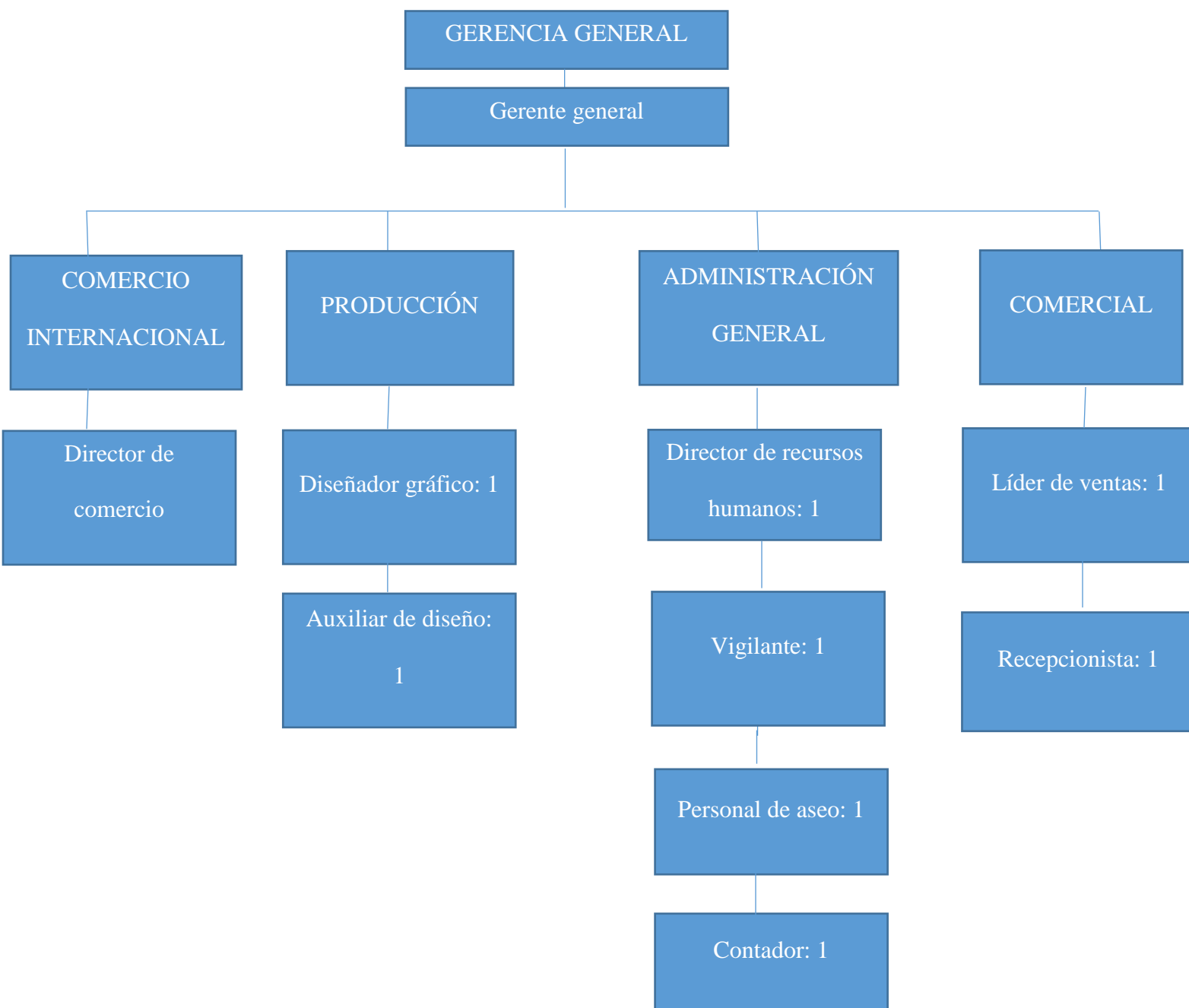
<b>ÁREA</b>	<b>FUNCIONES</b>
<b>Comercio internacional</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar estudios de mercado para validar la mejor propuesta para las compras.</li> <li>2. Evaluación de proveedores.</li> <li>3. Evaluar las condiciones de transporte internacional, seguro internacional, condiciones de ingreso de los productos al territorio aduanero nacional.</li> <li>4. Realizar las compras necesarias para abastecer la necesidad de producción de la empresa (proceso de importación)</li> </ol>
<b>Producción</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definir el material que se va a emplear en los foto-murales.</li> <li>2. Establecer diseños base para los muestrarios a los clientes.</li> <li>3. Instalar los foto-murales de acuerdo al ambiente que necesite.</li> <li>4. Dimensionar la cantidad de material que se debe usar por cada diseño de foto-mural de acuerdo a la necesidad o requerimiento del cliente.</li> <li>5. Imprimir los diseños solicitados.</li> <li>6. Entregar los diseños en el lugar acordado con el cliente.</li> <li>7. Instalar los diseños en el lugar que solicite el cliente.</li> </ol>
<b>Administración general</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar la contratación directa del personal necesario para las áreas de la empresa.</li> <li>2. Tercerizar los servicios que se requieran en la organización.</li> <li>3. Capacitar a los nuevos colaboradores, siempre y cuando sea para los cargos de servicio al cliente, vigilancia, servicios generales. Cuando es para otros cargos se le hace una inducción al nuevo personal y se entrega al área correspondiente para que el encargado de cada área dirija la capacitación.</li> <li>4. Garantizar la circulación de información que se considere de gran importancia.</li> <li>5. Vigilar y cuidar las instalaciones de la empresa. (Vigilancia: servicio tercerizado).</li> <li>6. Asear las instalaciones de la empresa (Servicios varios: servicio tercerizado).</li> <li>7. Revisar y corregir la contabilidad de la empresa (Contador: servicio tercerizado).</li> </ol>
<b>Comercial</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analizar el mercado local para la venta de los foto-murales.</li> <li>2. Consolidar clientes.</li> <li>3. Buscar nuevos clientes.</li> <li>4. Seguimiento pos-venta.</li> <li>5. Atender al público en general y brindar información</li> </ol>

	necesaria de los productos que se ofrecen. 6. Cotizar de acuerdo a los diseños que se soliciten.
--	---

### 5.1.2 Organigrama Estructura Personal:

En este organigrama por personal se puede apreciar el número de personas que se requieren para cada cargo y al mismo tiempo los cargos necesarios para el funcionamiento de la empresa. Observemos esto en la [Figura 5.2:](#)

**Figura 5.2 Organigrama Estructura Personal**



Fuente: Diseño Propio

En la siguiente [tabla 5.2](#) podemos visualizar los diferentes cargos y funciones

**Tabla 5.2 Cargos y Funciones**

<b>CARGO</b>	<b>FUNCIÓN</b>
Gerente general	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Verifica que la empresa esté en funcionamiento óptimo.</li> <li>2. Analizar y destinar los recursos necesarios a cada área de la organización para cumplir las tareas a cabalidad.</li> <li>3. Aprobar la contratación de nuevo personal.</li> </ol>
Director de comercio internacional	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Verificar las novedades que se presenten con los proveedores.</li> <li>2. Cerrar las negociaciones.</li> <li>3. Buscar la optimización de los recursos económicos destinados a las operaciones internacionales.</li> </ol>
Diseñador gráfico	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Establece diversos diseños para formar el catálogo de ventas.</li> <li>2. Define medidas estándares para los foto-murales.</li> <li>3. Crea nuevos diseños de acuerdo a la necesidad de cada cliente.</li> <li>4. Imprimir los diseños.</li> </ol>
Auxiliar de diseño	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Instalar los diseños en los lugares que prefiera el cliente.</li> <li>2. Imprimir los diseños.</li> </ol>
Director de recursos humanos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se encarga de contratar el personal necesario para el desempeño eficaz de cada área.</li> <li>2. Tercerizar los servicios que se considere necesario.</li> <li>3. Capacitar el personal de servicio al cliente y brindar una inducción acerca de las condiciones de la empresa.</li> </ol>
Recepcionista	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atender a los clientes y brindar toda la información necesaria de los foto-murales.</li> <li>2. Agendar citas para visitar a clientes o clientes a la empresa para brindarles en detalle las características del producto.</li> <li>3. Seguimiento posventa y de acuerdo a la experiencia de cada cliente se toman las oportunidades de mejora.</li> </ol>
Líder de ventas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Consolidar clientes.</li> <li>2. Realizar bases de datos para incorporar nuevos</li> </ol>

	clientes. 3. Ventas a nivel regional o nacional.
Vigilante (Tercerizado)	1. Velar por la seguridad del local y lo que éste tiene (maquinaria, personal y producto terminado):
Personal de aseo (Tercerizado)	1. Mantener la empresa aseada. Ahora S.A.S: \$1'118.500. El contrato es por horas y la persona asiste a la empresa tres días a la semana.
Contador (Tercerizado)	1. Revisar la contabilidad de la empresa. Contador independiente: \$530.000

### 5.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados:

En esta [tabla 5.3](#) se pueden apreciar los costos del personal fijo y el personal tercerizado.

**Tabla 5.3 Costos por Cargo**

CARGO	TIPO DE CONTRATO	COSTOS EXPRESADOS EN PESOS COLOMBIANOS
Gerente general	Contrato laboral a término indefinido	Salario base: \$3'200.000 Transporte: \$0 Prestaciones sociales: -Cesantías: \$266.667 -Primas: \$266.667 -Intereses sobre cesantías: \$32.000 Descanso remunerado -Vacaciones: \$133.333 Aportes a la seguridad social -Pensiones: \$384.000 -Salud: \$272.000 -Riesgos laborales: \$16.704 Parafiscales - Parafiscales: \$288.000 Total:\$4'859.371
Director de comercio internacional	Contrato laboral a término indefinido	Salario base: \$2'800.000 Transporte: \$0 Prestaciones sociales: -Cesantías: \$233.333 -Primas: \$233.333 -Intereses sobre cesantías: \$28.000

		<p>Descanso remunerado</p> <p>-Vacaciones: \$116.667</p> <p>Aportes a la seguridad social</p> <p>-Pensiones: \$336.000</p> <p>-Salud: \$238.000</p> <p>-Riesgos laborales: \$14.616</p> <p>Parafiscales</p> <p>-Parafiscales: \$252.000</p> <p>Total: \$4'251.949</p>
Diseñador gráfico	Contrato laboral a término indefinido	<p>Salario base: \$1'500.000</p> <p>Transporte: 0\$</p> <p>Prestaciones sociales</p> <p>-Cesantías: \$125.000</p> <p>-Primas: \$125.000</p> <p>-Intereses sobre cesantías: \$15.000</p> <p>Descanso remunerado</p> <p>-Vacaciones: \$62.500</p> <p>Aportes a la seguridad social</p> <p>-Pensiones: \$180.000</p> <p>-Salud: \$127.500</p> <p>-Riesgos laborales: \$7.830</p> <p>Parafiscales</p> <p>-Parafiscales: \$135.000</p> <p>Total: \$2'277.830</p>
Auxiliar de diseño	Contrato laboral a término indefinido	<p>Salario base: \$850.000</p> <p>-Transporte: \$74.000</p> <p>Prestaciones sociales:</p> <p>-Cesantías: \$77.000</p> <p>-Primas: \$77.000</p> <p>-Intereses sobre cesantías: \$9.240</p> <p>Descanso remunerado</p> <p>-Vacaciones: \$35.417</p> <p>Aportes a la seguridad social</p> <p>-Pensiones: \$102.000</p> <p>-Salud: \$72.250</p> <p>-Riesgos laborales: \$4.437</p> <p>Parafiscales</p> <p>-Parafiscales: \$76.500</p> <p>Total: \$1'377.844</p>
Director de recursos humanos	Contrato laboral a término indefinido	<p>Salario base: \$2'800.000</p> <p>Transporte: \$0</p> <p>Prestaciones sociales:</p> <p>-Cesantías: \$233.333</p> <p>-Primas: \$233.333</p> <p>-Intereses sobre cesantías: \$28.000</p> <p>Descanso remunerado</p>



		-Vacaciones: \$116.667 Aportes a la seguridad social -Pensiones: \$336.000 -Salud: \$238.000 -Riesgos laborales: \$14.616 Parafiscales -Parafiscales: \$252.000 Total: \$4'251.949
Recepcionista	Contrato laboral a término indefinido	Salario base: \$850.000 -Transporte: \$74.000 Prestaciones sociales: -Cesantías: \$77.000 -Primas: \$77.000 -Intereses sobre cesantías: \$9.240 Descanso remunerado -Vacaciones: \$35.417 Aportes a la seguridad social -Pensiones: \$102.000 -Salud: \$72.250 -Riesgos laborales: \$4.437 Parafiscales -Parafiscales: \$76.500 Total: \$1'377.844
Líder de ventas	Contrato laboral a término indefinido	Salario base: \$1'800.000 Prestaciones sociales: -Cesantías: \$150.000 -Primas: \$150.000 -Intereses sobre cesantías: \$18.000 Descanso remunerado -Vacaciones: \$75.000 Aportes a la seguridad social -Pensiones: \$216.000 -Salud: \$153.000 -Riesgos laborales: \$9.396 Parafiscales -Parafiscales: \$162.000 Total: \$2'733.396
Vigilante (Tercerizado)	Contrato laboral por obra labor	Valor contrato con la empresa de servicios: \$1'300.000
Personal de aseo (Tercerizado)	Contrato laboral por obra labor	Valor contrato con la empresa de servicios: \$1'118.500
Contador (Tercerizado)	Contrato laboral por obra labor	Valor contrato con la empresa de servicios: \$530.000

## 5.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio

### 5.2.1 Locaciones Empresa

Cada una de las Areas encargadas en nuestra empresa ocupan un espacio, en la [Tabla 5.4](#) podemos observar esto:

**Tabla 5.4 Espacio en m2 ocupados por Área**

<b>Area de la Empresa</b>	<b>Metros Cuadrados (m2)</b>
Gerencia	30
Comercio Internacional	60
Produccion	60
Comercial	36
Administracion General	114
<b>Local Area Total</b>	<b>300</b>

Nuestro local tiene en total 300 mt 2.

El valor por metro cuadrado es de \$13.157

El Total del Arriendo mensual es por valor de \$3.947.100

El Punto de Venta es inicialmente uno solo en el Sector de Ciudad del Rio-Medellín.

Arriendo local sacado de: [www.bienesybodegas.com](http://www.bienesybodegas.com)

## 5.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres

Para el buen funcionamiento y desempeño de cada una de nuestras Áreas, se necesitan diferentes requerimientos para el cumplimiento de las funciones. En la [Tabla 5.5](#) podemos visualizar esto:

## 5.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por Area

Estos otros requerimientos también los visualizaremos en la [Tabla 5.5](#) :

**Tabla 5.5 Requerimientos por Área**

AREA	MATERIALES E INSUMOS	UNIDADES	PROVEEDOR Y PRECIO		COSTO MENSUAL, ANUAL O INVERSION			
			Precio Unidad	Precio Total		Precio Unidad	Precio Total	
GERENCIA GENERAL	Silla de escritorio malla negra asenti	1	Mercado libre	\$ 220.000	\$ 135.800	Inversión		
	Silla interlocutora isósceles negra	2	Homecenter	\$ 67.900		Inversión		
	Escritorio con archivador wengue	1	Homecenter	\$ 349.900		Inversión		
	Telefono conmutador panasonic KXT7730	1	Mercado libre	\$ 210.000		Inversión		
	Portatil lenovo B40 70 core 13 windows 8	1	Mercado libre	\$ 1.349.900		Inversión		
	Impresora multifuncional HP	1	Mercado libre	\$ 229.000		Inversión		
	Caja de resaltadores * 4 unidades	1	Papeleria colombia	\$ 4.200		Trimestral		\$ 16.800
	Caja de lapiceros kilometrico * 6 unidades	1	Papeleria colombia	\$ 4.700		Trimestral		\$ 18.800
	Paquete de hojas resmas	1	Papeleria colombia	\$ 7.000		Trimestral		\$ 7.000
Papelera aspen	1	Homecenter	\$ 27.900	Inversión				
AREA	MATERIALES E INSUMOS	UNIDADES	PROVEEDOR Y PRECIO		COSTO MENSUAL, ANUAL O INVERSION			
ADMINISTRACIÓN GENERAL	Escritorio london city	1	Homecenter	\$ 299.900	\$ 135.800	Inversion	\$ 299.900	
	Silla de escritorio malla negra asenti	1	Homecenter	\$ 220.000		Inversion	\$ 220.000	
	Telefono conmutador panasonic KXT7730	1	Mercado libre	\$ 210.000		Inversion	\$ 210.000	
	Silla interlocutora isósceles negra	2	Homecenter	\$ 67.900		Inversion	\$ 67.900	\$ 135.800
	Portatil lenovo B40 70 core 13 windows 8	1	Mercado libre	\$ 1.349.900		Inversion	\$ 1.349.900	
	Impresora multifuncional HP	1	Mercado libre	\$ 229.000		Inversion	\$ 229.000	
	Caja de resaltadores * 4 unidades	1	Papeleria colombia	\$ 4.200		Trimestral	\$ 4.200	\$ 16.800
	Caja de lapiceros kilometrico * 6 unidades	1	Papeleria colombia	\$ 4.700		Trimestral	\$ 4.700	\$ 18.800
	Paquete de hojas resmas	1	Papeleria colombia	\$ 7.000		Trimestral	\$ 7.000	\$ 7.000
	Papelera aspen	1	Homecenter	\$ 27.900		Inversion	\$ 27.900	
Grapadora	1	Papeleria colombia	\$ 7.500	Anual	\$ 7.500			
AREA	MATERIALES E INSUMOS	UNIDADE S	PROVEEDOR Y PRECIO		COSTO MENSUAL, ANUAL O INVERSION			
COMERCIO INTERNACIONAL	Escritorio london city	1	Homecenter	\$ 299.900	\$ 135.800	Inversion	\$ 299.900	
	Silla de escritorio malla negra asenti	1	Homecenter	\$ 220.000		Inversion	\$ 220.000	
	Telefono conmutador panasonic KXT7730	1	Mercado libre	\$ 210.000		Inversion	\$ 210.000	
	Silla interlocutora isósceles negra	2	Homecenter	\$ 67.900		Inversion	\$ 67.900	\$ 135.800
	Portatil lenovo B40 70 core 13 windows 8	1	Mercado libre	\$ 1.349.900		Inversion	\$ 1.349.900	
	Impresora multifuncional HP	1	Mercado libre	\$ 229.000		Inversion	\$ 229.000	
	Caja de resaltadores * 4 unidades	1	Papeleria colombia	\$ 4.200		Trimestral	\$ 4.200	
	Caja de lapiceros kilometrico * 6 unidades	1	Papeleria colombia	\$ 4.700		Trimestral	\$ 4.700	
	Paquete de hojas resmas	1	Papeleria colombia	\$ 7.000		Trimestral	\$ 7.000	
	Papelera aspen	1	Homecenter	\$ 27.900		Inversion	\$ 27.900	
Grapadora	1	Papeleria colombia	\$ 7.500	Anual	\$ 7.500			
AREA	MATERIALES E INSUMOS	UNIDADE S	PROVEEDOR Y PRECIO		COSTO MENSUAL, ANUAL O INVERSION			
PRODUCCIÓN	Mesa para corte y proceso de secado de papel	1	Muebles FL	\$ 450.000	\$ 510.000	Inversion	\$ 450.000	
	Plotter de impresión digital	1	Mercado libre	\$ 25.636.500		Inversion	\$ 25.636.500	
	Tintas para impresión digital galon * 5 litros	1	Multipos (* 6 colores )	\$ 85.000		Trimestral	\$ 85.000	\$ 510.000
	Papel tapiz imprimible tipo gotas		Avance en tecnología y plásticos SA	\$ 70.355.000		Anual	\$ 70.355.000	
	Juego de reglas para dimensiones largas	1	Todo arte	\$ 75.000		Anual	\$ 75.000	
	Maquina cortadora de papel	1	Ingeneumatica	\$ 2.200.000		Inversion	\$ 2.200.000	
	Licencia programa de diseño adobe illustrator		Softonic	\$ 85.000		Mensual	\$ 85.000	\$ 170.000
	Computador para diseño grafico Apple	1	Mercado libre	\$ 3.400.000		Inversion	\$ 3.400.000	
	Portatil lenovo B40 70 core 13 windows 8	1	Mercado libre	\$ 1.349.000		Inversion	\$ 1.349.000	
	Telefono inalambrico panasonic	1	Homecenter	\$ 130.000		Inversion	\$ 130.000	
	Papelera aspen	1	Homecenter	\$ 27.100		Inversion	\$ 27.100	
	Caja de lapiceros kilometrico * 6 unidades	1	Papeleria colombia	\$ 4.700		Trimestral	\$ 4.700	
Caja de resaltadores * 4 unidades	1	Papeleria colombia	\$ 4.200	Trimestral	\$ 4.200			

AREA	MATERIALES E INSUMOS	UNIDADES	PROVEEDOR Y PRECIO		COSTO MENSUAL, ANUAL O INVERSION			
			Precio Unidad	Precio Total		Precio Unidad	Precio Total	
COMERCIAL	Escritorio london city	2	Homecenter	\$ 299.900	\$ 599.800	Inversion	\$ 299.900	\$ 599.800
	Silla para oficina con rodachines	2	Homecenter	\$ 99.900	\$ 199.800	Inversion	\$ 99.900	\$ 199.800
	Telefono inalambrico panasonic	2	Homecenter	\$ 130.000	\$ 260.000	Inversion	\$ 130.000	\$ 260.000
	Silla interlocutora isósceles negra	4	Homecenter	\$ 67.900	\$ 271.600	Inversion	\$ 67.900	\$ 271.600
	Portatil lenovo B40 70 core 13 windows 8	2	Mercado libre	\$ 1.349.900	\$ 2.699.800	Inversion	\$ 1.349.900	\$ 2.699.800
	Impresora multifuncional HP	2	Mercado libre	\$ 229.000	\$ 458.000	Inversion	\$ 229.000	\$ 458.000
	Caja de resaltadores * 4 unidades	1	Papeleria colombia	\$ 4.200		Trimestral	\$ 4.200	
	Caja de lapiceros kilometrico * 6 unidades	1	Papeleria colombia	\$ 4.700		Trimestral	\$ 4.700	
	Paquete de hojas resmas	1	Papeleria colombia	\$ 7.000		Trimestral	\$ 7.000	
	Papeleria aspen	2	Homecenter	\$ 27.900	\$ 55.800	Inversion	\$ 27.900	\$ 55.800
	Grapadora	2	Papeleria colombia	\$ 7.500		Trimestral	\$ 7.500	

FUENTE: Creación Propia 2.015 (Para una mejor visualización está disponible en Excel)

## 5.2.4 Requerimientos de Servicios por Área

A continuación se relacionan en la [Tabla 5.6](#) los servicios que se consideran necesarios en cada área de la empresa, los valores expresados en moneda corresponden a pesos colombianos:

**Tabla 5.6 Participación servicios públicos por Área**

ÁREA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD COP	PROVEEDOR Y PRECIO	USO
Gerencia (10%)	Servicios públicos: Agua, luz, teléfono, internet y gas.	\$57.000	\$570.000 EPM	Costo mensual
Comercio internacional (20%)	Servicios públicos: Agua, luz, teléfono, internet y gas.	\$114.000	\$570.000 EPM	Costo mensual
Producción (20%)	Servicios públicos: Agua, luz, teléfono, internet y gas.	\$114.000	\$570.000 EPM	Costo mensual
Administración general (38%)	Servicios públicos: Agua, luz, teléfono, internet y gas.	\$216.600	\$570.000 EPM	Costo mensual
Comercial (12%)	Servicios públicos: Agua, luz, teléfono, internet y gas.	\$68.400	\$570.000 EPM	Costo mensual

En la [Tabla 5.7](#) observaremos la participación de instalación de cámaras por Área

**Tabla 5.7 Participación Instalación de Cámaras**

<b>ÁREA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD COP</b>	<b>PROVEEDOR Y PRECIO</b>	<b>USO</b>
Gerencia (10%)	Instalación de cámaras	\$200.000	\$2'000.000	Inversión inicial
Comercio internacional (20%)	Instalación de cámaras	\$400.000	\$2'000.000	Inversión inicial
Producción (20%)	Instalación de cámaras	\$400.000	\$2'000.000	Inversión inicial
Administración general (38%)	Instalación de cámaras	\$760.000	\$2'000.000	Inversión inicial
Comercial (12%)	Instalación de cámaras	\$240.000	\$2'000.000	Inversión inicial

En la [Tabla 5.8](#) observaremos la participación de Alarmas y Seguridad:

**Tabla 5.8 Participación Alarmas y Seguridad**

<b>ÁREA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD COP</b>	<b>PROVEEDOR Y PRECIO</b>	<b>USO</b>
Gerencia (10%)	Alarma de seguridad	\$7.300 Mensuales	\$870.000 Anual \$73.000 Mensuales	Costo anual: Diferido a 12 meses
Comercio internacional (20%)	Alarma de seguridad	\$14.600 Mensuales	\$870.000 Anual \$73.000 Mensuales	Costo anual: Diferido a 12 meses
Producción (20%)	Alarma de seguridad	\$14.600 Mensuales	\$870.000 Anual \$73.000 Mensuales	Costo anual: Diferido a 12 meses
Administración general (38%)	Alarma de seguridad	\$27.740 Mensuales	\$870.000 Anual \$73.000 Mensuales	Costo anual: Diferido a 12 meses
Comercial (12%)	Alarma de seguridad	\$8.760 Mensuales	\$870.000 Anual \$73.000 Mensuales	Costo anual: Diferido a 12 meses

En la [Tabla 5.9](#) observaremos la participación en vigilancia, servicios, varios y contabilidad.

**Tabla 5.9 Participación en Vigilancia, Servicios, Varios y Contabilidad**

<b>ÁREA</b>	<b>DESCRIPCIÓN: SERVICIOS TERCERIZADOS</b>	<b>CANTIDAD COP</b>	<b>PROVEEDOR Y PRECIO</b>	<b>USO</b>
Gerencia (10%)	Vigilancia, servicios varios y contabilidad.	\$294.850	\$2'948.500	Costo mensual
Comercio internacional (20%)	Vigilancia, servicios varios y contabilidad.	\$589.700	\$2'948.500	Costo mensual
Producción (20%)	Vigilancia, servicios varios y contabilidad.	\$589.700	\$2'948.500	Costo mensual
Administración general (38%)	Vigilancia, servicios varios y contabilidad.	\$1'120.430	\$2'948.500	Costo mensual
Comercial (12%)	Vigilancia, servicios varios y contabilidad.	\$353.820	\$2'948.500	Costo mensual

En la [Tabla 5.10](#) observaremos la Participación de la configuración inicial de las impresoras de papel tapiz por área

**Tabla 5.10 Participación de la configuración inicial de las impresoras**

<b>ÁREA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD COP</b>	<b>PROVEEDOR Y PRECIO</b>	<b>USO</b>
Gerencia (10%)	Configuración inicial de las máquinas impresoras de papel tapiz. (2 máquinas).	\$120.000	\$1'200.000	Inversión inicial
Comercio internaciona l (20%)	Configuración inicial de las máquinas impresoras de papel tapiz. (2	\$240.000	\$1'200.000	Inversión inicial

	máquinas).			
Producción (20%)	Configuración inicial de las máquinas impresoras de papel tapiz. (2 máquinas).	\$240.000	\$1'200.000	Inversión inicial
Administración general (38%)	Configuración inicial de las máquinas impresoras de papel tapiz. (2 máquinas).	\$456.000	\$1'200.000	Inversión inicial
Comercial (12%)	Configuración inicial de las máquinas impresoras de papel tapiz. (2 máquinas).	\$144.000	\$1'200.000	Inversión inicial

En la [Tabla 5.11](#) observaremos la Participación de mantenimiento de las impresoras de papel tapiz.

**Tabla 5.11 Participación de mantenimiento de las impresoras de papel tapiz**

ÁREA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD COP	PROVEEDOR Y PRECIO	USO
Gerencia (10%)	Mantenimiento de las máquinas impresoras de papel tapiz. (2 máquinas).	\$100.000	\$1'000.000	Costo anual
Comercio internacional (20%)	Mantenimiento de las máquinas impresoras de papel tapiz. (2 máquinas).	\$200.000	\$1'000.000	Costo anual
Producción (20%)	Mantenimiento de las máquinas impresoras de papel tapiz. (2 máquinas).	\$200.000	\$1'000.000	Costo anual
Administración general (38%)	Mantenimiento de las máquinas impresoras de papel tapiz. (2 máquinas).	\$380.000	\$1'000.000	Costo anual
Comercial (12%)	Mantenimiento de las máquinas impresoras de papel tapiz. (2 máquinas).	\$120.000	\$1'000.000	Costo anual

En la [Tabla 5.12](#) observaremos la Participación del mantenimiento de los computadores e impresoras por área:

**Tabla 5.12 Participación del mantenimiento de los computadores e impresoras**

<b>ÁREA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD COP</b>	<b>PROVEEDOR Y PRECIO</b>	<b>USO</b>
Gerencia (10%)	Mantenimiento de los computadores impresoras	\$20.000	\$200.000 por 2 días de mantenimiento	Costo anual
Comercio internacional (20%)	Mantenimiento de los computadores impresoras	\$40.000	\$200.000 por 2 días de mantenimiento	Costo anual
Producción (20%)	Mantenimiento de los computadores impresoras	\$40.000	\$200.000 por 2 días de mantenimiento	Costo anual
Administración general (38%)	Mantenimiento de los computadores impresoras	\$76.000	\$200.000 por 2 días de mantenimiento	Costo anual
Comercial (12%)	Mantenimiento de los computadores impresoras	\$24.000	\$200.000 por 2 días de mantenimiento	Costo anual

En la [Tabla 5.13](#) observaremos la Participación del Arriendo por área:

**Tabla 5.13 Participación del Arriendo por Área**

<b>ÁREA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD COP</b>	<b>PROVEEDOR Y PRECIO</b>	<b>USO</b>
Gerencia (10%)	Arriendo	\$394.710	\$3'947.100	Costo mensual
Comercio internacional (20%)	Arriendo	\$789.420	\$3'947.100	Costo mensual
Producción	Arriendo	\$789.420	\$3'947.100	Costo mensual



(20%)				
Administración general (38%)	Arriendo	\$1'499.898	\$3'947.100	Costo mensual
Comercial (12%)	Arriendo	\$473.652	\$3'947.100	Costo mensual

En la [Tabla 5.14](#) observaremos la Participación en publicidad y mercadeo por Áreas:

**Tabla 5.14 Participación del Arriendo por Área**

ÁREA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD COP	PROVEEDOR Y PRECIO	USO
Gerencia (10%)	Publicidad y mercadeo: Comercial el TV, pauta en radio, ferias Medellín.	\$801.900	\$8'019.000	Costo mensual
Comercio internacional (20%)	Publicidad y mercadeo: Comercial el TV, pauta en radio, ferias Medellín.	\$1'603.800	\$8'019.000	Costo mensual
Producción (20%)	Publicidad y mercadeo: Comercial el TV, pauta en radio, ferias Medellín.	\$1'603.800	\$8'019.000	Costo mensual
Administración general (38%)	Publicidad y mercadeo: Comercial el TV, pauta en radio, ferias Medellín.	\$3'047.220	\$8'019.000	Costo mensual
Comercial (12%)	Publicidad y mercadeo: Comercial el TV, pauta en radio, ferias Medellín.	\$962.280	\$8'019.000	Costo mensual

## CAPITULO VI. ANÁLISIS LEGAL

### 6.1. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

A continuación mostraremos en la [Tabla 6.1](#). Los trámites necesarios para que nuestra empresa comience a funcionar:

**Tabla 6.1 Trámites legales.**

<b>Tramites</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>	<b>Tiempo</b>
<b>Diligenciar el formulario de inscripción al Registro Único Tributario (RUT) en el sitio web de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).</b>	<p>La Resolución 012383 de 2011 de la DIAN, resolvió que para la obtención del RUT provisional ante las Cámaras de Comercio, es necesario el diligenciamiento de un formulario a través del portal virtual de la DIAN.</p> <p>Posteriormente, este formulario debe ser impreso y presentado con los demás documentos requeridos ante la Cámara de Comercio.</p> <p>El Centro de Atención Empresarial (CAE) de la Cámara de Comercio de Medellín presta el servicio de asignación de RUT provisional, sin embargo en esta ciudad es práctica común que los empresarios lo obtengan a través del formulario dispuesto en el portal de la DIAN.</p>	SIN COSTO (\$0.00)	1 Día
<b>Registrar la empresa ante el Registro Mercantil, obtener</b>	El CAE de la Cámara de Comercio permite fusionar en un	COP 1,084,144 [COP 872.400: impuesto	2 días

<p><b>el certificado de existencia y representación legal y registrar los libros de la empresa en el Centro de Atención Empresarial (CAE) de la Cámara de Comercio</b></p>	<p>solo paso y en el mismo lugar los siguientes trámites:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Registrar la empresa y el establecimiento comercial (si lo hay) ante el Registro Mercantil;</li> <li>2. Obtener copia del certificado de existencia y representación legal;</li> <li>3. Comprar y registrar los libros de la empresa;</li> <li>4. Registrar la empresa en el Registro Único Tributario (RUT) de la DIAN y obtener el Número de Identificación Tributaria (NIT) provisional para poder abrir una cuenta bancaria.</li> </ol> <p>En la Cámara de Comercio también se llevan a cabo los siguientes trámites: pago del impuesto departamental de registro, pago de la estampilla pro-desarrollo, inscripción en el registro de industria y comercio, consulta de homonimia, consulta de cumplimiento de la norma de uso de suelo y notificación de apertura del establecimiento de comercio al Cuerpo de Bomberos y a las secretarías de Planeación, Salud y Gobierno de la Alcaldía.</p> <p>En la Cámara de Comercio se suscriben y folian los libros. Si el empresario realiza el trámite de constitución de la sociedad a</p>	<p>departamental de registro (el 0,7% del capital inicial de la empresa) + COP 63.300: impuesto departamental de estampillas pro-desarrollo (el 0,05% del capital inicial) + COP 75.600: impuesto departamental de nombramiento de representante legal + COP 4.000: formulario del registro + COP 30.000: inscripción a la Cámara de Comercio y registro del documento de constitución + COP 8.000: 2 certificados de existencia y representación legal (COP 4.000 cada uno) + COP 12.000: costo de adquisición de los libros de la empresa (2 libros, COP 6.000 cada libro, COP 60 cada hoja, 100 hojas cada libro) + COP 19.800: costo del registro de los libros de la empresa (COP 9.900 cada libro)]</p>	
--	--	---	--

	<p>través del sitio web <a href="http://www.crearempresa.com.co">http://www.crearempresa.com.co</a>, puede solicitar de inmediato el registro de los libros, sin necesidad de esperar primero a que aparezca inscrita la sociedad.</p> <p>Las tarifas de matrícula de la sociedad y establecimiento, inscripción, certificación y formularios son nacionales (Decreto 393 de 2002) y corresponden al año 2012.</p> <p>La Ley 1429 de 2010, reglamentada por el Decreto 545 de 2011, introdujo una nueva tarifa progresiva en la cual pequeñas nuevas empresas, están exentas del pago de la matrícula mercantil durante el primer año de operación.</p> <p>La Ley 1258 de 2008, introdujo un nueva clase de sociedad – Sociedad por Acciones Simplificada (SAS). Ésta se crea mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal.</p>		
<b>Abrir una cuenta bancaria</b>	El empresario necesita abrir una cuenta en un banco comercial	SIN COSTO (\$0.00)	1 Día

	<p>para operar la empresa. La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) exige el certificado de existencia de la cuenta bancaria para proceder con la formalización del Registro Único Tributario (RUT) y para asignar el Número de Identificación Tributaria (NIT) definitivo. Abrir una cuenta de ahorro requiere sólo unos minutos, pero si es una cuenta corriente el banco puede tomar hasta tres días para otorgar su aprobación, debido a la obligación legal de verificar la información del solicitante. Cada entidad financiera puede imponer algunos requisitos adicionales, por ejemplo montos mínimos para la apertura de cuentas. La cuenta de ahorro generalmente debe abrirse con un monto mínimo de COP 100.000 y en el caso de la cuenta corriente el valor corresponde a un salario mínimo legal mensual vigente (SMLMV), que para el 2012 es COP 566.700.</p>		
<p><b>Formalizar la inscripción en el Registro Único Tributario</b></p>	<p>Una vez se obtenga la constancia de la titularidad de la cuenta</p>	<p>SIN COSTO (\$0.00)</p>	<p>1 Día</p>

<p><b>(RUT) ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) y obtener el Número de Identificación Tributaria (NIT) definitivo</b></p>	<p>bancaria, el empresario debe formalizar la inscripción en la oficina de la DIAN, donde se obtiene el Certificado de Inscripción en el RUT. A través del Registro Único Empresarial (RUE) y por medio de comunicación electrónica, la DIAN reporta a la Cámara de Comercio que el NIT ha sido formalizado. Es necesario dirigirse a la Cámara de Comercio para obtener los certificados correspondientes con NIT definitivo.</p>		
<p><b>Registrar la empresa ante la caja de compensación familiar, el Servicio</b></p>	<p>El trámite de solicitud de afiliación se realiza ante la caja de compensación familiar. Los</p>	<p>SIN COSTO (\$0.00)</p>	<p>6 días</p>

<p><b>Nacional de Aprendizaje (SENA) y el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF)</b></p>	<p>documentos necesarios son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formulario de afiliación;</li> <li>2. Certificado de existencia y representación legal;</li> <li>3. Fotocopia de la cédula del representante legal;</li> <li>4. Registro Único Tributario (RUT);</li> <li>5. Nómina o listado de las personas que tendrá la sociedad con las respectivas fotocopias de las cédulas de ciudadanía y de los documentos de los hijos de los empleados.</li> </ol> <p>El Decreto 3667 de 2004 establece que la autoliquidación y pago de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral y aportes parafiscales deberá realizarse mediante un formulario único o integrado. Todos los empleadores deberán efectuar el pago de los aportes parafiscales a las cajas de compensación familiar, SENA, ICBF, Escuela Superior de Administración Pública (ESAP), Escuelas Industriales e Institutos Técnicos, y los aportes a la seguridad social integral en los sitios determinados por las entidades administradoras dentro del mes calendario siguiente a cada período laborado. Los aportes</p>		
---	---	--	--

	son distribuidos internamente entre caja de compensación (4%), ICBF (3%) y SENA (2%).		
<b>Registrar la empresa ante una Administradora de Riesgos Laborales (ARL)</b>	<p>La ARL cubre los riesgos por accidentes de trabajo e incapacidad por enfermedad profesional. Por ley, la empresa tiene que afiliar a sus empleados a la ARL privada o pública de su elección.</p> <p>El trámite de registro ante la ARL toma unos minutos y consiste en la presentación del formulario, pero la cobertura inicia a partir del día siguiente. El pago mensual se realiza a través de la Planilla Integrada de Liquidación de Aportes a la Seguridad Social (PILA).</p>	SIN COSTO (\$0.00)	1 día
<b>Registrar la empresa y los empleados al sistema público de pensiones.</b>	La empresa debe afiliar a sus empleados al sistema de pensiones a través de	SIN COSTO (\$0.00)	1 día



	<p>Colpensiones o un fondo de pensiones privado. Cada empleado tiene derecho a elegir entre un fondo público o privado. Una vez presentado el formulario correspondiente, la afiliación a Colpensiones toma un día para quedar formalizada. Un agente del fondo de pensiones público se desplaza hasta la empresa y realiza el trámite de la afiliación.</p>		
<b>Afiliar a los empleados a un fondo de pensiones privado</b>	<p>Cuando los empleados eligen un fondo privado, normalmente el representante del fondo visita la empresa para llenar los formularios y el registro es más rápido.</p>	SIN COSTO (\$0.00)	1 día
<b>Inscribir a los empleados a un plan obligatorio de salud</b>	<p>La empresa debe afiliar a sus empleados al Plan Obligatorio de Salud (POS) a través de una Entidad Promotora de Salud (EPS). Cada empleado tiene el derecho a escoger la EPS de su preferencia y es obligación de las empresas inscribirlos en la que ellos hayan elegido. El proceso de afiliación de los empleados varía según la EPS y los antecedentes de los empleados. El representante de la EPS visita las instalaciones de la empresa, obtiene la información necesaria y radica la afiliación ante la EPS. Los documentos requeridos son:</p>	SIN COSTO (\$0.00)	2 días

	<p>copia de la cédula de ciudadanía de cada empleado, formulario de afiliación, y copia del contrato laboral. Cuando el empleado tenga familiares se debe anexar una copia del registro civil de los hijos y cédula del cónyuge o compañero permanente.</p>		
<b>Afiliar a los empleados a un fondo de cesantías</b>	<p>Cada empleado elige libremente el fondo de cesantías de su preferencia. El empresario presenta los documentos para esta afiliación y debe depositar anualmente –cada 14 de febrero– el pago de cesantías de cada empleado</p>	SIN COSTO (\$0.00)	1 día
<b>Licencia de bomberos</b>	<p>Es un requisito para garantizar la seguridad en la empresa o establecimiento.</p>	<p>Menor a 100 mts<sup>2</sup> \$ 40.000. Mayor a 100 mts<sup>2</sup> \$ 74.000</p>	1 día ( se paga una sola vez )
<b>Impuesto de avisos y tableros</b>	<p>Es un impuesto a declarar por el desarrollo de la actividad comercial de la empresa en el territorio del distrito capital.</p>	<p>Se paga el 15% sobre el valor del impuesto de industria y comercio</p>	1 día ( se paga cada mes )
<b>Uso del suelo</b>	<p>Conocer los usos permitidos para el ejercicio de una actividad económica</p>	SIN COSTO (\$0.00)	3 semanas antes de la apertura de

			la empresa o establecimi ento al publico
<b>Importación de papel tapiz</b>	Según la dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN), No es necesario la emisión de vistos buenos o alguna certificación para el ingreso de papel tapiz al (TAN) territorio aduanero nacional.	No aplica	No aplica

**Fuentes:**

- Grupo del banco mundial Doing Business 2015 (Mundial, 2015)
- Dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN, 2015)

## **CAPITULO VII. ANÁLISIS FINANCIERO**

### **7.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad**

#### **Tasa de rentabilidad de su industria**

La tasa de rentabilidad de la industria que nos compete es del 33%

#### **Tasa de libre riesgo**

Según análisis de Bancolombia de febrero del 2015 la tasa libre de riesgo paso del 6% al 6.5%

esto se dio luego de analizar dos fenómenos:

“Vale la pena echar un vistazo a la evolución del EMBI +Colombia desde que nuestra economía obtuvo grado de inversión por parte de Moody’s en mayo de 2011. Desde ese momento, el promedio del EMBI + ha sido de 165 pb, mientras que el promedio para el 4T fue de 182 pb, y el promedio desde diciembre de 2014 es de 204 pb. Esto da señales de un mayor nivel de riesgo para los inversionistas al momento de invertir en Colombia, que es apoyado por el impacto potencial que la fuerte caída en el precio del petróleo podría tener sobre nuestra economía. Además, y como apoyo a nuestra tesis, la curva de renta fija subió 47 pb en promedio en los rendimientos de largo plazo durante los últimos tres meses, mientras que los de más corto plazo apenas subieron 25 pb en promedio, que es también una visión de un mayor nivel de rentabilidad para la inversión libre de riesgo en Colombia.” (BANCOLOMBIA, 2015)

#### **Tasa de Rentabilidad Esperada**

Teniendo en cuenta las tasas anteriores nuestra tasa de rentabilidad esperada es del 13%

#### **Impuesto sobre la renta y el cree**

- El impuesto de renta es del 25%
- El impuesto al CREE es el 9%

#### **Margen de Contribución del producto/ Costo Variable Unitario:**

##### **FOTOMURALES:**

**PV Unitario:** \$559.000

**CV Unitario:** \$286.050

**MC:** 95%

##### **PAPEL TAPIZ:**

**PV Unitario:** \$450.000

**CV Unitario:** \$212.040

**MC:** 112%

**CENEFAS:**

**PV Unitario:** \$25.000

**CV Unitario:** \$13.350

**MC:** 87%

**VINILOS:**

**PV Unitario:** \$45.000

**CV Unitario:** \$25.350

**MC:** 57%

## 7.2. Aportes de Capital de los Socios

En la figura 7.1 podemos observar el capital aportado por los socios:

**Figura 7.1 Capital Aportado por los socios**

CUADRO DE CAPITAL PAGADO Y SUSCRITO					
NOMBRE	NI	CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO	V/R NOMINAL	ACCIONES	%
JULIAN LOPEZ ORTIZ	1037616421	\$25.000.000	\$10.000	2500	25%
JUAN SANTIAGO CAMPO	8356478	\$25.000.000	\$10.000	2500	25%
CAROLINA ARIAS	1017194767	\$25.000.000	\$10.000	2500	25%
CATALINA VALLEJO	1020446472	\$25.000.000	\$10.000	2500	25%
<b>TOTAL</b>		\$100.000.000		10000	100%

## 7.3. Créditos y Préstamos Bancarios

Nombre de la entidad financiera: BANCOLOMBIA

Monto Total del Préstamo: \$101.000.000

Tasa de Interés: 1,8%

Plazo: 60 meses

## **7.4 Precios de los Productos**

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

Para determinar los precios de cada uno de nuestros productos nos basamos en las siguientes variables organizadas de mayor a menor importancia:

- Precio de Competencia Nacional (geckowall)
- Referencia de precio internacional (Empresas Mexicanas)
- Materia Prima
- Diseño
- Comportamiento del sector en la economía

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

## **7.5 Análisis Financiero**

### **7.5.1 Ingresos**

#### **7.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio**

Los ingresos mensuales los tomamos con el consolidado medio de la proyección de ventas para cada uno de nuestros productos:

Ingreso Mensual aproximado por producto:

FOTOMURALES \$42.297.667

PAPEL TAPIZ: \$29.100.000

CENEFAS: \$10.850.000

VINILOS: \$16.753.333

TOTAL MENSUAL APROXIMADO: \$99.001.000

## **7.5.2 Egresos**

### **7.5.2.1 Inversiones**

Inversiones en Activos fijos: \$82.258.400 en estas tenemos:

Equipos de Vigilancia, Equipos de Informática, Maquinaria, Herramienta, Muebles y Enseres, Vehículos, Extintores, Botiquín, Configuración de las impresoras.

Inversiones en Gastos Pre-operativos:\$15.035.000, en esta tenemos:

Exigibles: Constitución y Registro, Presentación y Promoción, Viaje y Representación, Costos de Capacitación, Honorarios de Asesores, Publicidad y Promoción, Adecuaciones Locativas, Certificados de Salud y Bomberos

Inversiones en Capital de Trabajo: \$109.263.334, en esta tenemos:

Para cubrir los Costos Variables y Fijos necesitamos 15 días para cada uno de ellos, para un valor de \$42.442.314

Para cubrir las cuentas por cobrar no necesitamos días ya que vamos a trabajar de contado.

Los inventarios de productos necesitamos 15 días para \$29.336.629

En inventario de Materia Prima necesitamos 90 días, esta es la materia importada la cual nos duraría aproximadamente para tres meses, \$159.853.411

Total \$189.190.040

Los siguientes valores restan el valor anterior, ya que son los días que los diferentes proveedores nos darán para cancelar y lo que tenemos de días para cancelar los diferentes salarios:

Materia Prima 60 días (\$106.568.941)

Fijos de Producción 15 días (\$2.694.394)

Administrativos 15 días (\$6.827.404)

Comercialización y Ventas 15 días (\$6.278.281)

Total: (\$122.369.019)

Inversión Total Exigible: \$206.556.734

Las más representativas: Materia Prima e Inversión en Activos Fijos

### 7.5.2.2 Costos Fijos y Variables

En la [Figura 7.2](#) podemos observar los costos variables de los fotomurales, los cuales tienen un valor total de \$286.050

**Figura 7.2 Costos Variables Fotomurales**

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Papel tapiz x metro lineal	\$ 13.350,00	3,00		\$ 40.050,00
Impresión Papel Tapiz x Metro	\$ 50.000,00	3,00		\$ 150.000,00
Adhesivo x Metro	\$ 12.000,00	3,00		\$ 36.000,00
Diseno	\$ 60.000,00	1,00		\$ 60.000,00

Fuente: Tabla Excel Trabajo

En la [Figura 7.3](#) podemos observar los costos variables del papel tapiz, los cuales tienen un valor total de \$212.040

**Figura 7.3 Costos Variables Papel Tapiz**



<b>Costos Unitarios de los Componentes del Producto</b>				
<b>Componente</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidades</b>	<b>Valor Total Por Componente</b>
Papel tapiz	\$ 13.350,00	2,40	1	\$ 32.040,00
Impresión Papel Tapiz x Metro	\$ 50.000,00	2,40	1	\$ 120.000,00
Diseno	\$ 60.000,00	1,00	1	\$ 60.000,00

Fuente: Tabla Excel Trabajo

En la [Figura 7.4](#) podemos observar los costos variables de las cenefas, los cuales tienen un valor total de \$13.350

**Figura 7.4 Costos Variables Cenefas**

<b>Costos Unitarios de los Componentes del Producto</b>				
<b>Componente</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidades</b>	<b>Valor Total Por Componente</b>
Papel tapiz x metro lineal	\$ 13.350,00	1,00		\$ 13.350,00

Fuente: Tabla Excel Trabajo

En la [Figura 7.5](#) podemos observar los costos variables de los vinilos, los cuales tienen un valor total de \$25.350

**Figura 7.5 Costos Variables Vinilos**

<b>Costos Unitarios de los Componentes del Producto</b>				
<b>Componente</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidades</b>	<b>Valor Total Por Componente</b>
Papel tapiz x metro lineal	\$ 13.350,00	1,00		\$ 13.350,00
Adhesivo x Metro	\$ 12.000,00	1,00		\$ 12.000,00

Fuente: Tabla Excel Trabajo

### 7.5.3. Analisis de Punto de Equilibrio

Fotomurales: El punto de equilibrio en unidades es de 49.46 y en pesos es de \$27.649.977.

Este producto era uno de los que nos estaba generando pérdidas, luego de revisar el precio de la competencia vimos que teníamos un margen bruto muy bajo. Luego de esto subimos el precio de venta de este producto a \$559.000

Papel Tapiz: El punto de equilibrio en unidades es de 39.03 y en pesos es de \$17.565.123

Cenefas: El punto de equilibrio en unidades es de 297,27 y en pesos es de \$7.431.790

Vinilos: El punto de equilibrio en unidades es de 554.15 y en pesos es de \$19.395.081

## 7.5.4 Analisis Financiero Anual y Projectado

### 7.5.4.1 Estado de Perdida y Ganancias

En la siguiente [figura 7.6](#) mostraremos el estado de resultados de nuestra empresa.

**Figura 7.6 Estado de Resultados**

	CUENTAS	Mes 1
+	Ingresos por concepto de Ventas	99.001.001
-	Costo Variables	53.284.470
-	Costos Fijos Producción	5.388.787
-	Gastos Depreciación	1.469.639
=	Utilidad Bruta en Ventas	38.858.105
-	Costos fijos de Administración	13.654.808
-	Costos Fijos de Ventas y	12.556.562
-	Amortización de diferidos	250.583
=	Utilidad Operativa	12.396.151
+	Otros Ingresos	0
-	Otros egresos	0
-	Costos de Financiación	0
=	Utilidad Antes de Impuestos	12.396.151
-	Impuestos	3.099.038
=	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>9.297.114</b>
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0
=	Utilidades no Repartidas	9.297.114
	Utilidades no Repartidas	9.297.114

### 7.5.4.2 Flujo de Caja, VPN, TIR – Primer Año

En la siguiente [figura 7.7](#) mostraremos el Flujo de Caja, la VPN y la TIR del primer año:

**Figura 7.7 Flujo de Caja, VPN y TIR**

<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>Inversión</b>	<b>Mes 1</b>
<b>+ Ingresos por venta</b>		\$ 39.001.001
<b>- Costos variables</b>		\$ 53.284.470
<b>- Costos fijos</b>	\$ 0	\$ 31.600.157
Costos fijos de Producción		\$ 5.388.787
Costos fijos de Administración		\$ 13.654.808
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 12.556.562
<b>- No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 1.720.222
<b>- Intereses Credito</b>	\$ 0	\$ 1.818.000
<b>= Utilidad Antes de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 10.578.151
<b>- Impuestos</b>	\$ 0	\$ 2.644.538
<b>= Utilidad despues de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 7.933.614
<b>+ Ajuste por No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 1.720.222
<b>+ Otros Ingresos (No sujetos a impuestos)</b>	\$ 101.000.000	\$ 0
Prestamos	\$ 101.000.000	
Recuperación Capital de trabajo		
Valor de Salvamento		
<b>- Otros Egresos no deducibles de impuestos</b>	\$ 206.556.734	\$ 948.589
Activos Fijos	\$ 82.258.400	
Pago Credito (Capital)		\$ 948.589
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 15.035.000	
Capital de Trabajo	\$ 109.263.334	
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 105.556.734</b>	<b>\$ 8.705.247</b>
Tasa Interna de Retorno		1,02%
Valor Presente Neto		156.518.682
Tasa Interna de Retorno		11,48%

## CONCLUSIONES

### Conclusión General:

De acuerdo a la investigación realizada se puede determinar que la empresa Wall picture S.A.S, podría ser rentable si se llega a materializar, con una tasa esperada del 1.02% mensual. Desde el primer año la compañía empieza a dar rentabilidad, se hace inicialmente una proyección de ventas y crecimiento de la empresa a 5 años, de los cuales los dos primeros fueron en los que menos se obtuvieron rentabilidad, sin embargo se logra superar el punto de equilibrio, además se evidencia que a partir del 3 año se obtiene un mayor porcentaje de utilidad.

### Conclusiones específicas:

- Uno de los factores a favor que tiene la empresa, es que los productos que comercializa, no son ofertados por muchas compañías en la región, aproximadamente hay tres empresas locales que ofrecen estos productos personalizados.
- Determinamos que vale la pena empezar a comercializar nuestros productos a nivel nacional, iniciando el comercio en las ciudades de Pereira y Bucaramanga, ya que teniendo en cuenta que somos una empresa que debe incurrir en gastos de importación y que ofrece un producto que está a la vanguardia con las nuevas tendencias, podría ser bien aceptado en las demás ciudades del país.
- Se identifica en la parte financiera de la compañía, se debe buscar un equilibrio entre los productos que tienen un porcentaje alto de utilidad contra el que menor utilidad proporciona, esto con el fin de tener variedad de productos, pero siempre buscando que el margen de utilidad en las ventas sea proporcional.
- La investigación se ha hecho enfocada en los hogares de la región, sin embargo vemos una buena oportunidad de negocio con otros espacios para decorar como centros comerciales, locales y espacios en los que se pueda plasmar algún ambiente y en el cual se vendería fácilmente productos como los Fotomurales.



## BIBLIOGRAFÍA

- Caracol. (2015). *Caracol*. Obtenido de Caracol: [www.noticiascaracol.com/antioquia/medellin/en-2014-se-pagaron-mas-de-50-mil-millones-de-pesos-por-extorsiones-fenalco](http://www.noticiascaracol.com/antioquia/medellin/en-2014-se-pagaron-mas-de-50-mil-millones-de-pesos-por-extorsiones-fenalco)
- COLOMBIANO, E. (15 de mayo de 2015). *www.elcolombiano.com*. Obtenido de [www.elcolombiano.com](http://www.elcolombiano.com): [www.elcolombiano.com/sector-servicios-el-mas-rentable-FH1922623](http://www.elcolombiano.com/sector-servicios-el-mas-rentable-FH1922623)
- COLOMBIAUN. (2015). *ONU*. Obtenido de ONU: [www.colombiaun.org/Colombia/sistema\\_politico.html](http://www.colombiaun.org/Colombia/sistema_politico.html)
- Comercio, R. U. (12 de 08 de 2015). *RUES*. Obtenido de RUES: <http://www.rues.org.co/RUES>  
Web/Consultas
- DIAN. (2015). *DIAN*. Obtenido de DIAN:  
<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefPerfilMercancia.faces>
- Espectador, E. (2015). *El Espectador*. Obtenido de El Espectador: <http://www.elespectador.com/noticias>
- GESTION. (2014). *INFORME DE GESTION*. Obtenido de INFORME DE GESTION.
- LEGALES, G. D. (2015). *CAMARA MEDELLIN*. Obtenido de CAMARA MEDELLIN:  
[www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2011/tramites\\_constituci%C3%B3n\\_empresas.pdf](http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2011/tramites_constituci%C3%B3n_empresas.pdf)
- Medellin, C. d. (10 de 08 de 2015). *CamaraMed*. Obtenido de CamaraMed:  
<http://virtuales.camaramed.org.co/consultas/ciiu.html>
- MENOR, C. A. (02 de 2015). *ANIF*. Obtenido de ANIF: <http://anif.co/sites/default/files/uploads/Feb9-15.pdf>
- MINCOMERCIO. (2015). *MINCOMERCIO*. Obtenido de MINCOMERCIO:  
[www.mincit.gov.co/tlc/publicaciones](http://www.mincit.gov.co/tlc/publicaciones)
- Mundial, B. (2015). *Grupo del Banco Mundial*. Obtenido de Grupo del Banco Mundial:  
<http://espanol.doingbusiness.org/data/exploreconomies/colombia/sub/medell%C3%ADn/topic/starting-a-business>

NIELSEN. (06 de 2015). *NIELSEN*. Obtenido de NIELSEN.

SANTOS. (2015). *CANCILLERIA*. Obtenido de CANCILLERIA: [www.cancilleria.gov.co/newsroom/news/las-relaciones-entre-colombia-y-mexico-estan-su-mejor-momento-presidente-juan-manuel](http://www.cancilleria.gov.co/newsroom/news/las-relaciones-entre-colombia-y-mexico-estan-su-mejor-momento-presidente-juan-manuel)

SEMANA. (2015). *SEMANA*. Obtenido de SEMANA: [www.semana.com](http://www.semana.com)

SERVICIOS, S. (2015). Obtenido de <http://clio.rediris.es/n37/oposiciones2/tema08.pdf>

Sociedades, S. d. (15 de 07 de 2015). *Supersociedades*. Obtenido de Supersociedades:  
[www.supersociedades.gov.co](http://www.supersociedades.gov.co)

SUPERINTENDENCIAS. (2015). *SUPERINTENDENCIA*. Obtenido de SUPERINTENDENCIA:  
[www.supersociedades.gov.co/noticias/Documents](http://www.supersociedades.gov.co/noticias/Documents)

SURA. (2015). *SURA*. Obtenido de SURA: [www.sura.com/blogs/mujeres/habitos-consumo-colombia.aspx](http://www.sura.com/blogs/mujeres/habitos-consumo-colombia.aspx)

## **ANEXOS**