

VIABILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA IMPORTADORA DE
MAQUINAS Y HERRAMIENTAS INDUSTRIALES,
CON SOPORTE TECNICO EN LA CIUDAD DE PALMIRA

NATALIA CORDOBA RAMIREZ
CODIGO: 1052219
JEFFERSON COLLAZOS ALZATE
CODIGO: 1052220

TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO
PARA OPTAR AL TÍTULO DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS



UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PALMIRA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PALMIRA
2017

VIABILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA IMPORTADORA DE
MAQUINAS Y HERRAMIENTAS INDUSTRIALES,
CON SOPORTE TECNICO EN LA CIUDAD DE PALMIRA

NATALIA CORDOBA RAMIREZ

CODIGO: 1052219

JEFFERSON COLLAZOS ALZATE

CODIGO: 1052220



PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR AL TITULO
ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Presentado a
Mag. VICTOR HUGO LEAL LONDOÑO
Director de Tesis

UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PALMIRA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PALMIRA
2017

NOTA DE ACEPTACIÓN

JURADO

Palmira, 5 de Abril de 2017

DEDICATORIA

A papito Dios por habernos dado la fortaleza y sabiduría para poder llegar a nuestra meta.

A nuestros **padres** que con gran satisfacción y alegría en el corazón tengo el orgullo de dedicarle este inmenso logro, quien ha sido a lo largo de mi vida un motor y un ejemplo de dedicación y esfuerzo, gracias por cada enseñanza y por cada aprendizaje, mil gracias por darme la oportunidad de formarme como profesional y por apoyarme en cada decisión durante toda la carrera.

AGRADECIMIENTOS

A papito Dios primeramente y a la virgen por darnos la sabiduría y entendimiento en este proceso tan satisfactorio y habernos acompañado en toda nuestra carrera, ya que pasamos dificultades

A nuestro Director de tesis Víctor Hugo Leal quien es una persona que admiramos mucho y le agradecemos todo el acompañamiento y las enseñanzas durante todo este proyecto, a lo largo de estos años de carrera, fue muy grato haber recibido sus enseñanzas. Se convirtió en un apoyo incondicional que fue para nosotros agradecimiento

Y de una u otra manera a todas aquellas personas que estuvieron al pendiente del desarrollo de este proyecto, a cada compañero, profesor amigo y empresarios que compartió la encuesta con que se realizó este estudio, de verdad fue un gesto de amabilidad, mil gracias.

A nuestras abuelas y familiares que con mucho orgullo nos acompañaron día y noche.

TABLA DE CONTENIDO

NOTA DE ACEPTACIÓN.....	2
DEDICATORIA	3
1. INTRODUCCION	7
2. PROBLEMA DE INVESTIGACION	10
2.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	10
2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	22
4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	22
5. JUSTIFICACIÓN.....	23
6. OBJETIVOS.....	30
6.1 OBJETIVO GENERAL.....	30
6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	30
7. MARCOS DE REFERENCIA	31
7.1 MARCO CONTEXTUAL	31
7.1.1 Victimización en la ciudad de Palmira año 2014	39
7.1.2 Denuncia en la ciudad de Palmira	39
7.2 UNIDADES ECONÓMICAS IDENTIFICADAS EN PALMIRA:	43
7.2.1 Personal ocupado en promedio por las unidades económicas censadas	48
7.3 INCONVENIENTES O DIFICULTADES.	50

8. MARCO CONCEPTUAL	53
9. MARCO TEORICO	59
9.1 EL MODELO CANVAS	59
9.2 MODELO INNOVACION EMPRESARIAL	66
9.3 Componentes del Proceso Empresarial	67
9.3.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD:	72
9.4 Clasificación de los estudios de factibilidad:	73
9.5 Teoría de las relaciones humanas.....	77
9.6 EL TRIÁNGULO DEL SERVICIO	79
10. MARCO JURIDICO.....	81
10.1 ISO 9001	81
10.2 ISO 14001	81
10.3 LEY 590 DEL 10 DE JULIO DE 2000 LEY MIPYME	82
10.4 LEY 905 DEL 2 DE AGOSTO DE 2004.....	82
10.5 LEY 1014 DE ENERO 26 DE 2006	83
10.6 DECRETO NUMERO 4463 DE 2006	84
10.7 LEY DE REFORMA LABORAL 789 DE 2002.....	85
11. CÓDIGOS DE COMERCIO Y LABORAL	85
12. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA 1991 TÍTULO XII DEL RÉGIMEN ECONÓMICO Y HACIENDA PÚBLICA.....	86
13. PASOS PARA IMPORTAR EN COLOMBIA	87
14. METODOLOGIA	94
14.1 FASES METODOLOGICAS	95

14.1.1 Fase exploratoria:.....	95
14.1.2 Fase diseño del cuestionario:.....	95
14.1.3 Fase de medición:	95
14.1.4 Fase de tabulación y análisis de datos:.....	96
14.1.5 Fase estudio técnico y económico:.....	96
14.1.6 Fase de conclusiones y recomendaciones:.....	96
14.2 Población.....	97
14.3 Muestra.....	97
14.4 Métodos.....	100
14.4.1 Técnicas de recolección de la información.....	100
14.5 Fuentes primarias.....	101
14.6 Tratamiento de la información	101
Transformar las estructuras de datos en información.....	102
15. ANALISIS DEL MERCADO.....	113
15.1 Análisis del sector y la compañía.....	114
16. ÁRBOL DE OBJETIVOS:.....	128
16.1 Análisis Del Mercado	130
16.2 Situación Del Mercado.....	130
16.3 Situación Del Producto O Servicio.....	131
16.4 Situación Competitiva	131
16.5 Situación De Macro Entorno	131
16.6 Propuestas De Precio.....	133
17. ANÁLISIS TECNICO.....	134
17.1 Localización Del Proyecto	134

17.2 Macro localización	134
17.3 Micro localización	135
18. DIAGRAMA DE FLUJO.....	140
19. ELEMENTOS TECNICOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO.....	141
19.1 MAQUINARIA Y EQUIPO.....	141
20. LA ORGANIZACIÓN	148
20.1 MODELO DE NEGOCIO	148
20.2 ADMINISTRACIÓN ESTRATEGICA	148
20.3 NOMBRE DEL PROYECTO	148
20.4 IMPOMANTENIMIENTO JN	149
20.5 VISIÓN	149
20.6 MISIÓN.....	149
21. OBJETIVOS CORPORATIVOS	150
21.1 OBJETIVO GENERAL	150
21.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	150
21.3 VALORES CORPORATIVOS.....	150
22. ESTRATEGIAS.....	152
23. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	153
23.1 Integración.....	153
23.2 ORGANIGRAMA IMPORTADORA DE MAQUINAS HERRAMIENTAS INDUSTRIALES	156
24. CONCLUSIONES	176

25. BIBLIOGRAFIA	178
26. ANEXOS	182

CONTENIDO DE GRAFICOS

Grafica 1 Empresas con matricula mercantil vigente	20
Gráfica 2 Cálculos Câmara de Comercio de Palmira.....	23
Grafica 3 Número de empresas por actividad económica año 2014.....	25
Grafica 4 Mapa del departamento del Valle del Cauca.....	33

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1 Principales Veinte Productos Importados 2014 en la ciudad de Palmira	17
Tabla 2 Principales Veinte Empresas Importadoras De Palmira 2014.....	27
Tabla 3. Datos del Municipio de Palmira Valle. 2014	33
Tabla 4: Unidad económica identificada en Palmira	43
Tabla 5: Tipo De Empresa De Las Unidades Económicas	43
Tabla 6: Tiempo de funcionamiento.....	46
Tabla 7: Actividad Principal De La Unidad Económica	47
Tabla 8: Personal Ocupado En Promedio Por Las Unidades Económicas Censadas.	49
Tabla 9: Principales 10 Actividades Industriales en la Jurisdicción de Palmira	52
Tabla 10: Empresas Matriculadas En 2017, En La Cámara De Comercio De La Ciudad De Palmira, Definidas Por Sector De Producción, Y Tamaño Grande Y Medianas, De Acuerdo Al Código Ciiu.	98
Tabla 11:Análisis estratégico	118
Tabla 12: Análisis Competitivo.....	119
Tabla 13: Análisis estratégico por Autores.....	120
Tabla 14: Empresa Competidora En Mantenimiento En La Ciudad De Palmira	122
Tabla 15: Proveedores Maquinas Herramientas Y Repuestos.....	125
Tabla 16: Árbol Del Problema	127
Tabla 17: Árbol De Objetivos	129
Tabla 18: DIAGRAMA DE FLUJO	140

1. INTRODUCCION

La industria manufacturera en la ciudad de Palmira ha venido creciendo en los últimos años, debido a los grandes proyectos que se han venido ejecutando en la región del valle del cauca, por ejemplo: la sociedad portuaria, en el puerto de buenaventura, la ampliación del aeropuerto internacional Alfonso Bonilla Aragón, las mejoras realizadas en las vías terrestres entre otros. Los cuales hacen que esta región se vea reflejada ante el mundo, como una región emprendedora, y de grandes oportunidades de negocios.

Las empresas según, la ministra de Comercio, Industria y Turismo, Cecilia Álvarez-Correa, La industria colombiana parece que ha tomado un rumbo definitivo de recuperación en el 2016, esto se debe a que la política de sustitución de importaciones empieza a dar frutos, así como los efectos de un dólar alto.

La funcionaria, quien cree que sí es posible que más empresas consigan exportar, dijo que el Valle del Cauca se ha recuperado mucho en materia industrial y que, además, es una de las regiones con más potencial en sectores como los servicios y el agro.¹

El Valle se ha repuesto, eso nos muestran las cifras que nos presenta la Cámara de Comercio de Cali y los diferentes indicadores de la región. El departamento tiene mucha capacidad sobre todo en la diversificación de productos, los azucareros piensan en exportar piña y en desarrollar otros productos. La región tiene las tierras más productivas del país.

¹ <http://www.elpais.com.co/economia/el-valle-sera-soporte-para-el-crecimiento-industrial-del-pais-cecilia-alvarez.html>

Hay muchas empresas radicándose en Cali y las que están en la región vienen creciendo bien. Por ejemplo, Carvajal está creciendo en servicios y exportaciones, su presidente, Bernardo Quintero, que necesitaba 300 empleados más, el Valle será un soporte muy grande para el crecimiento industrial y de la agricultura del país.

En la región se ha aumentado la producción en mano de obra y sus activos, entre los cuales podemos encontrar su parque de máquinas herramientas industriales. Los cuales no se pueden ver abastecidos por la producción nacional, ya que Colombia no cuenta con un productor nacional fuerte en este campo de la industria.

Las importadoras de maquinaria industrial a nivel de la región, se han convertido en una necesidad para poder que las empresas del sector industrial manufacturero puedan desarrollar sus actividades, y cumplan con tiempos para el desarrollo de su producción y mantenimiento. De allí la importancia de esta gran oportunidad de negocio.

Según el servicio que presten, las importadoras de maquinaria industrial solo se preocupan por hacer entrega del producto que sea adquirido por su cliente, sin preocuparse por la vida útil de este, lo que puede disminuir la vida útil del producto. Y dado el caso que sea necesaria una garantía, se perderá tiempo, ya que estas deben ser realizadas por los proveedores de las importadoras, lo cual hace que se pierda mucho tiempo. Por ende la importancia de una empresa que genere un valor agregado el cual, aproveche esta oportunidad de negocio. Ya que el sector industrial a nivel de la ciudad de Palmira, y sus alrededores va en crecimiento.

En la actualidad, la falta de tiempo, y a diferentes circunstancias como el trabajo, el mantenimiento, la mala operación, entre otros han hecho que la maquinaria y su mantenimiento se conviertan en un problema para estas empresas ya que se pierden muchos tiempos y no se cumple con estándares planteados.

De allí la importancia de realizar un estudio de viabilidad para la creación de una empresa importadora de máquinas herramientas, la cual también preste el servicio de mantenimiento y control de la vida útil del producto ofrecido a sus respectivos clientes.

Este estudio de viabilidad llevará a cabo en la ciudad de Palmira. Se escogió esta ciudad principalmente porque en la actualidad no cuenta con un establecimiento que ofrezca el servicio con este valor agregado, y por su posición estratégica tanto por la cercanía de los clientes, sino también por la cercanía del puerto de Buenaventura y el aeropuerto internacional Alfonso Bonilla Aragón.

La importancia de desarrollar este estudio de viabilidad es determinar, que impacto puede generar la creación de una empresa de este tipo en la ciudad de Palmira, y analizar si es viable económica y financieramente una empresa de este tipo.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACION

2.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Modelos Económicos De La Industrialización Colombiana

El inicio del modelo de sustitución de importaciones en Colombia ha sido tradicionalmente enmarcado en la historia económica en los primeros años de la posguerra. Sin embargo, mucho antes ya existían en Colombia elementos proteccionistas que directa e indirectamente fomentaban el desarrollo de actividades productivas de sustitución. Se puede hablar de un modelo implícito de sustitución de importaciones que no respondía a una concepción teórica específica pero que sí añadía ingredientes a lo que posteriormente se convertiría -a partir del período de la posguerra- en una estrategia de desarrollo económico: la sustitución de importaciones como motor del crecimiento y desarrollo doméstico de la economía. Atendiendo a esta diferenciación, ya aquellas variaciones en el modelo de desarrollo que se comenzaron a implementar a partir de 1967, esta sección ofrece un recorrido del proceso de industrialización colombiano frente a las políticas acogidas en los diversos escenarios, concluyendo, por supuesto, con el actual modelo de apertura económica.

El acelerado crecimiento económico que ocurrió en el período comprendido entre 1925-1929, se caracterizó por el auge de las exportaciones de café - que en volumen crecieron un 60%, mejorando los términos de intercambio del país- y por la dinámica de la inversión, que alcanzó un 25% del PIE gracias a la creación de varias industrias.

Las divisas procedentes de las exportaciones de café, producto que en el período aún abarcaba el 80% del valor de las exportaciones totales, eran un componente fundamental para el desarrollo económico, pues permitían una cierta capacidad importadora de maquinaria y equipo que a su vez impulsaba el desarrollo de actividades productivas internas.

Llegado el período de la posguerra, la estrategia de crecimiento por medio de la sustitución de importaciones comenzó a tener marcha propia dentro de las políticas de gobierno hasta convertirse en la estrategia líder de la industrialización. En un primer momento respondió a las restricciones del flujo comercial ocasionadas por la guerra, a los antecedentes de sustitución, que ya se venían adelantando en diferentes áreas productivas, y a los esquemas proteccionistas que imponían las potencias.

Durante los primeros años de implantación del modelo de sustitución de importaciones, se dio inicio en Latinoamérica al proceso de desarrollo industrial, basado en la creación de una industria liviana. Siguiendo este patrón de especialización, países como Brasil, Argentina, México y Colombia, entre otros, crearon un modesto pero dinámico sector manufacturero que mediante la intervención y asistencia del Estado logró posteriormente su relativa consolidación (Chica, 1994). En Colombia, a partir de 1945, el modelo de sustitución de importaciones se acompañó de una política definida de control a las importaciones, con un propósito industrialista, y de la aplicación de una serie de políticas de carácter sectorial que permitieron un acelerado y dinámico crecimiento del sector manufacturero.

Los instrumentos comúnmente empleados en los diferentes países para restringir la entrada de importaciones que pudieran competir con la industria

naciente eran de tipo arancelario y carácter cuantitativo, como la adopción de licencias previas y cuotas de importación. En general, el criterio para permitir la entrada de importaciones correspondía a la necesidad de complementar la producción nacional y de proporcionar maquinaria y equipo necesarios para desarrollar el aparato productivo doméstico.

Posteriormente, hacia finales de la década de los cincuenta, comenzó a presentarse un importante cambio estructural en la industria manufacturera, dándole cabida a la aparición y posterior consolidación de algunas industrias de bienes intermedios. Durante este período, en Colombia el auge de los precios externos del café, producto que lideró el crecimiento del sector agrícola exportador, contribuyó a generar encadenamientos con la demanda manufacturera. Los ingresos cafeteros proporcionaron divisas que permitieron impulsar la sustitución de importaciones en bienes de consumo e intermedios. Así, entre 1945 y 1950 se presentó un proceso de modernización industrial con un dinámico crecimiento de la industria manufacturera (al 7.5% promedio anual), casi el doble del PIB.

A partir de 1975, el sector industrial empezó a perder el liderazgo en el proceso de crecimiento económico. Desde el punto de vista de la política económica, el desmonte de la estrategia sustitutiva que se había iniciado con las reformas adoptadas por la administración López (1974-1978) implicó un debilitamiento de la mayor parte de los instrumentos de la política industrial: entre otros, el relativo estancamiento de la integración regional en el marco del Pacto Andino; la pérdida de importancia de la inversión estatal en la industria; la reducción de la disponibilidad de crédito a largo plazo e inversión para la industria a causa de la reforma financiera; la paulatina liberación de

las importaciones y reducción de las tarifas arancelarias; el menor énfasis en los incentivos fiscales frente a la tasa de devaluación como instrumento de promoción de exportaciones (Chica, 1994). Estos elementos le dieron importancia a la estabilización económica a corto plazo desplazando la estrategia y la continuidad de las políticas industriales de crecimiento a largo plazo.

Los primeros años de la década del ochenta se caracterizaron por el desequilibrio de las finanzas públicas -financiadas con crédito externo en el marco de la estrategia adoptada por la administración Turbay-, por los rezagos cambiarios relacionados con la bonanza cafetera de 1978 y por una caída en los términos de intercambio del país que deterioraron el crecimiento de la actividad real de la economía. Asimismo, dicha administración adoptó por un corto período la liberalización de las importaciones -mediante la reducción de la protección arancelaria, la liberalización del régimen de licencias de importación y rebaja de los incentivos a las exportaciones-, que derivó en el debilitamiento de algunos sectores industriales que apenas comenzaban a consolidarse en el mercado doméstico y frenó la dinámica exportadora y de diversificación de la base exportable que traía la industria. Las fallas de la política económica, junto con la crisis mundial, deterioraron notablemente la economía colombiana durante el período 1980-1982, el cual incluyó un serio desajuste externo y la peor crisis financiera desde los años treinta.

Durante toda la década del ochenta no se volvieron a distinguir ramas productivas importantes de sustitución de importaciones, y el crecimiento industrial resultó supeditado a dinámicas coyunturales de sectores diferentes.

A finales de la década de los años ochenta se inició en Colombia el debate sobre la necesidad de transformar la estructura productiva como la forma de afianzar el crecimiento económico a largo plazo. Los modestos resultados del crecimiento económico de la década del ochenta, el agotamiento del modelo de sustitución de importaciones, la adopción de modelos de liberalización en otros países de la región, y las presiones externas, en especial por parte del Banco Mundial, para desmontar los instrumentos comerciales proteccionistas, fueron factores que contribuyeron al consenso en torno a la necesidad de adoptar el nuevo modelo de desarrollo.

Los supuestos implícitos en el nuevo modelo de desarrollo económico, iniciado en el año 1990, consideraron en su momento que una economía cerrada no generaba la dinámica requerida para motivar cambios importantes en su estructura, y que tampoco alentaba la utilización más intensiva de sus recursos para alcanzar mayores niveles de productividad. Asimismo, se consideró que la estructura productiva debía promover nexos económicos con el exterior y acceder a las tendencias tecnológicas internacionales para no marginarse de las posibilidades de ampliar su participación en los flujos mundiales de comercio, inversión y tecnología.

El debate técnico de entonces creó entre autoridades económicas un relativo consenso respecto a que la estrategia de mantener mercados internos cautivos y reducidos, con precios altos -o lo que era igual, la estrategia de mantener industrias protegidas-, derivaba en una estructura industrial con pocas posibilidades de adaptarse a los niveles internacionales de eficiencia y cada vez más rezagada con respecto a los patrones tecnológicos de los países avanzados. Se reconocía que la protección de restricciones

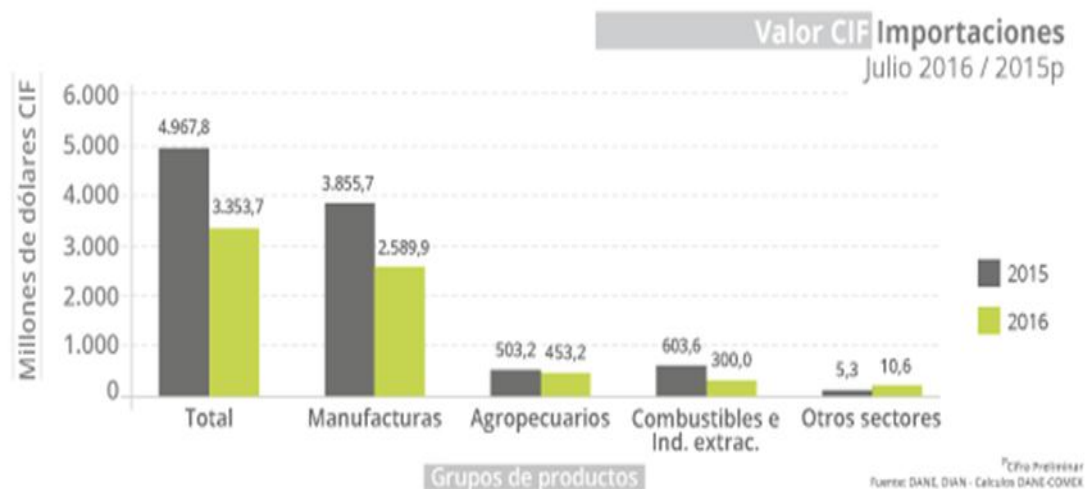
arancelarias y no arancelarias a la importación no siempre resultaba ser la más apropiada para promover industrias nacientes y fortalecer las tradicionales. De hecho, se interpretaba que los beneficios que la protección otorgaba a unas industrias resultaban muy distintos de las que otorgaba a otras, lo que conducía a una estructura industrial nocivamente discriminatoria. Además hacía énfasis en que la política de protección había estado asociada, por su propia naturaleza, a la existencia de importantes sesgos contra las exportaciones.

Hasta 1995, a juzgar por el buen comportamiento del producto manufacturero, se podría hablar del éxito de la apertura económica, por el menos desde la perspectiva del crecimiento industrial. Sin embargo, los resultados obtenidos hasta ese momento se entremezclaron con la que se podría llamar una demanda de consumo "reprimida" de los hogares colombianos y por una economía "inflada" gracias a un excedente de ingresos transitorio. Ya desde finales de 1995 y durante 1996, la actividad económica entró en un ciclo de estancamiento motivado, en buena medida, por una reevaluación real del peso, unas elevadas tasas de interés, el fin del ciclo de auge de la construcción, un incremento importante de los niveles de contrabando y un clima político desfavorable.

La actividad industrial se vio afectada por dicha situación, al punto de que en 1996 registró una tasa de crecimiento negativa del 3.1 %, dejando entrever los problemas de ajuste estructural en el proceso de adopción del nuevo modelo -cierre de empresas, incremento sustancial de las tasas de desempleo, entre otras- y, más importante, que aún la estructura industrial no había desarrollado ventajas competitivas reales que le permitieran

enfrentarse sólidamente a la competencia externa y penetrar con mayor dinamismo en los mercados internacionales².

Grafica 1.Importaciones en Colombia por sector: mes julio 2016 con respecto importaciones julio 2015.



Fuente: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/importaciones>

Se puede apreciar que el sector de las importaciones ha ido evolucionando, a lo largo de la historia del país, y ha representado un papel fundamental en la economía del territorio nacional.

En la ciudad de Palmira por ejemplo los principales productos importados en el año 2014, según estudios realizados por la cámara de comercio de la ciudad, fueron los siguientes:

² Garay, Luís Jorge; Colombia estructura industrial e internacionalización 1967-1996; página oficial banco de la república 2016; consultado en línea septiembre 2016 disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrialatina/202.htm>

Tabla 1 Principales Veinte Productos Importados 2014 en la ciudad de Palmira

ITEM	PRODUCTO	Nº	VALOR CIF USS	%DEL TOTAL
1	Los demás vehículos para el transporte de personas, con motor de embolo (pistón) alternativo, de cm3 pero inferior o igual a 3.000cm3	3	79.751.657,92	14,51
2	Maíz duro amarillo	5	71.562.158,40	13,02
3	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja (Soya), incluso molidos en “pellets”.	11	48.557.311,08	8,84
4	Los demás vehículos para el transporte de personas, como motor de embolo (pistón) alternativo, de encendido por chispa, de cilindrada superior a 1.000 cm3 pero inferior o igual a 1.500 cm3.	4	45.789.981,24	8,33
5	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico superior o igual al 80% vol.	4	21.504.359,47	3,91
6	Telas sin tejer, incluso impregnadas, recubiertas, recubiertas, revistadas o estratificadas de filamentos sintéticos o artificiales de peso inferior o igual a 25 g/m2.	2	21.224.482,69	3,86
7	Los demás vehículos, con motor de embolo (pistón) alternativo, de encendido por chispa, de cilindrada inferior o igual a 1000 cm3, principalmente para el transporte de personas	1	15.915.461,09	2,90
8	Aceite de Soja (soya) en bruto, incluso desgomado.	3	11.608.174,37	2,11
9	Alcohol propílico	1	10.357.452,61	1,88
10	Los demás tractores (excepto carretillas-tractor de la partida 87.09)	7	10.000.702,30	1,82

11	Las demás habas (porotos, frijoles, frejoles) de soja (soya), incluso quebrantadas	8	6.831.681,43	1,24
12	Neumáticos (llantas neumáticas) nuevos de caucho radiales, de los tipos utilizados en autobuses o camiones.	4	6.656.677,09	1,21
13	Los demás vehículos automóviles, con motor de embolo o pistón, de encendido por comprensión (diésel o semidioses), para el transporte de 10 o más personas incluso el conductor.	2	6.568.681,63	1,20
14	Ácido acético	1	6.342.216,00	1,15
15	Hidróxido de sodio (sosa caustica) en disolución acuosa (lejía de sosa cáustica)	1	6.311.952,99	1,15
16	Premezclas para la alimentación de los animales	5	5.738.545,68	1,04
17	Campero (4x4) para el transporte de personas, con motor de embolo (pistón) alternativo, de encendido por chispa, de cilindrada superior a 1.500 cm ³ pero inferior o igual a 3.000 cm ³ .	3	4.697.455,68	0,85
18	Las demás máquinas y aparatos de cosechar no incluidos antes, excepto las de la partida 84.37	2	4.607.072,37	0.84
19	Neumáticos (llantas neumáticas) nuevos de caucho	6	4.378.602,04	0.80

Fuente: cámara de comercio ciudad de Palmira

Lo que indica que el sector importaciones, representa grandes valores, en la economía de Palmira valle del cauca. Y que el sector manufacturero de la región, debe apoyarse en una gran cantidad de productos que son producidos en otros países, para desarrollar sus operaciones de producción.

2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

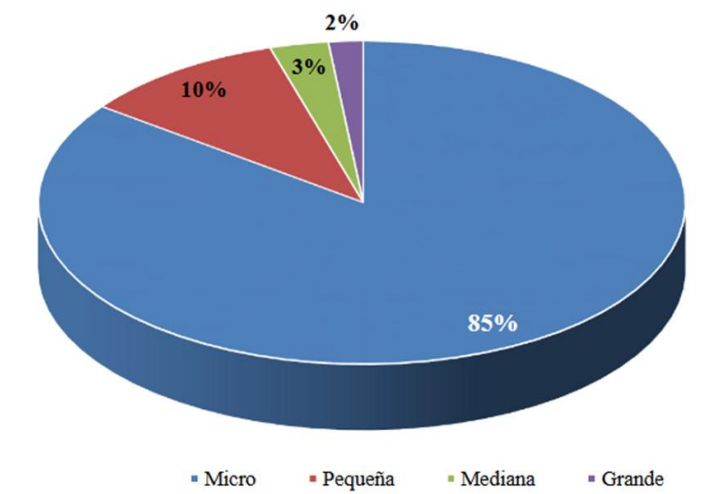
La industria en el valle del cauca ha venido teniendo un alto crecimiento, lo cual se ve representado en el gran número de empresas que podemos encontrarnos a lo largo de este departamento. Todo esto gracias a algunos factores tales como: la globalización, la industrialización del país y los tratados de libre comercio firmados con otros países. El crecimiento de estas empresas representa también un crecimiento de sus instalaciones y un incremento en la mano de obra, para poder desarrollar sus operaciones y poder cumplir con su demanda.

Sin embargo, a la hora de desarrollar sus operaciones, estas empresas se enfrentan con algunas dificultades como es no contar con el número de máquinas suficientes y tampoco con el personal calificado para realizar tanto las operaciones como el mantenimiento de las máquinas, por lo cual al averiarse éstas, se generan pérdidas de tiempo y retrasos en la producción.

Número de empresas con matricula mercantil 2015 sector manufacturero, 1337 en Palmira, y sus alrededores (florida, pradera, candelaria) según cámara de comercio Palmira, según su tamaño³.

³ situación económica de Palmira y su área de influencia (pradera, Florida y candelaria) Año2015; página oficial cámara de comercio Palmira 2016; consultado en línea septiembre 2016; disponible en: http://www.ccpalmira.org.co/portal/images/Docs/Situacion_economica/INFORME%20SITUACION%20ECONOMICA%202015.pdf pagina 64

Grafica 1 Empresas con matricula mercantil vigente



Fuente: Base de Datos Registro Mercantil Cámara de Comercio de Palmira.

En la ciudad de Palmira, por ejemplo, existen pocas importadoras de maquinaria industrial, y menos aún que estas presten un servicio de control sobre la vida útil de las máquinas y sobre su mantenimiento.

Según la gráfica 1 que en la página 21 se constituye en una gran oportunidad de negocio, sobre todo si se tiene en cuenta la posición estratégica de la ciudad de Palmira, y el gran mercado que existe en este sector. Es así como al investigar a fondo, en las universidades y cámara de comercio de la ciudad, se descubrió que no existe un estudio bien determinado de factibilidad para una empresa de este tipo y en este sector, y observando el código ciudad ofrecido por la cámara de comercio, acorde a la actividad económica del sector encontramos que existen pocas empresas constituidas de este tipo en el sector. Y prestan sus servicios por separado es decir: las

empresas constituidas en la ciudad de Palmira son: o comercializadoras de máquinas herramientas, o prestan un servicio de mantenimiento para estas. No prestan un servicio en conjunto que involucre las dos actividades.

Los principales aspectos para la ausencia de estudios de factibilidad para la creación de empresas de este tipo en Palmira son:

- La falta de información sobre el tema de importación, La dificultad de recolectar. Los altos costos para obtener información acerca del tema.
- La falta de capacitación, y oportunidades que prestan entidades públicas, relacionadas con este tema en el sector de Palmira.
- La ausencia de estudios científicos relacionados con el tema para la creación de este tipo de empresas en la ciudad.
- La tramitología, y, normatividad que involucra la creación de una empresa de tipo importación en Colombia.
- La falta de visión de los inversionistas, los cuales se enfocan solo en los altos costos de las tasas de interés, y las variaciones que existen a diario en el país, de las tasas de cambio. Las cuales rigen el comportamiento de las importaciones en Colombia. No permite que las personas dediquen tiempo a realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de este tipo.
- La falta de apoyo económico por parte de entidades públicas para la creación de empresas en el país.

Es por todo lo anteriormente expuesto que se decidió formular la siguiente pregunta de investigación:

3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es viable la creación de una empresa importadora de máquinas y herramientas industriales con soporte técnico en la ciudad de Palmira?

4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Es viable técnicamente, la creación de una empresa importadora, de mantenimiento y de control de la vida útil de maquinaria industrial, en la ciudad de Palmira?
- ¿Es viable comercialmente, la creación de una empresa importadora, de mantenimiento y de control de la vida útil de maquinaria industrial, en la ciudad de Palmira?
- ¿Es viable financieramente, la creación de una empresa importadora, de mantenimiento y de control de la vida útil de maquinaria industrial, en la ciudad de Palmira?

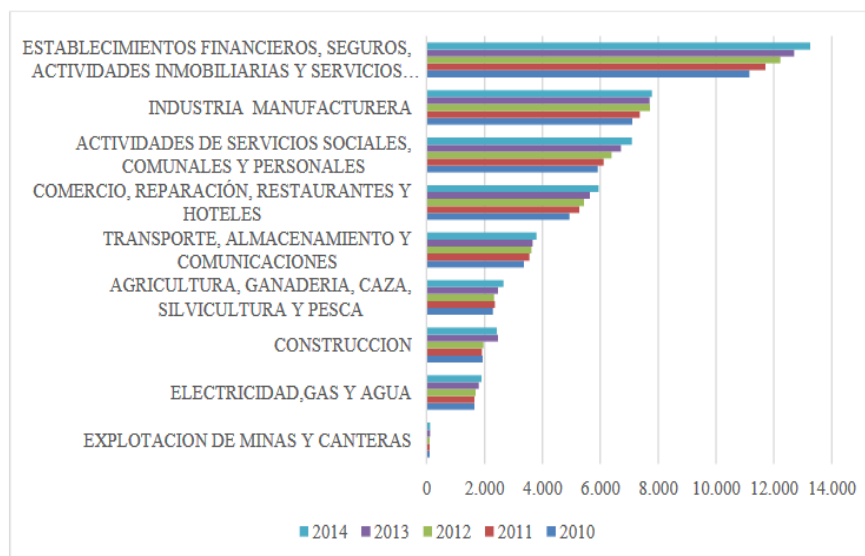
5. JUSTIFICACIÓN

La industria del sector industrial del valle del cauca ha logrado un gran crecimiento en los últimos tiempos y evolucionando de tal manera que en la actualidad ha llegado a convertirse en un pilar fundamental para el desarrollo económico de la región. Igualmente, el sector, ha tenido grandes cambios en la parte de sus procesos y en el incremento estructural en sus plantas. Debido a la globalización y automatización de sus procesos.

SENSO EMPRESARIAL CAMARA DE COMERCIO.

Económica

Gráfica 2 Cálculos Câmara de Comercio de Palmira



Fuente: DANE

Cálculos: Cámara de Comercio de Palmira

Miles de Millones de pesos colombianos Precios Constantes 2005

Según la cámara de comercio de la ciudad de Palmira, en el valle del cauca la industria manufacturera desde el año 2010 y hasta el 2014, ha tenido un crecimiento representativo en la economía del valle del cauca. Lo cual involucra que las empresas que están presentes en este sector han aumentado en número, y han ampliado su capacidad de producción lo que exige que necesiten un mayor número de activos como máquinas herramientas para su operación y mantenimiento, lo cual involucra una gran oportunidad en el sector en el cual estamos interesados en realizar nuestro estudio de factibilidad.⁴

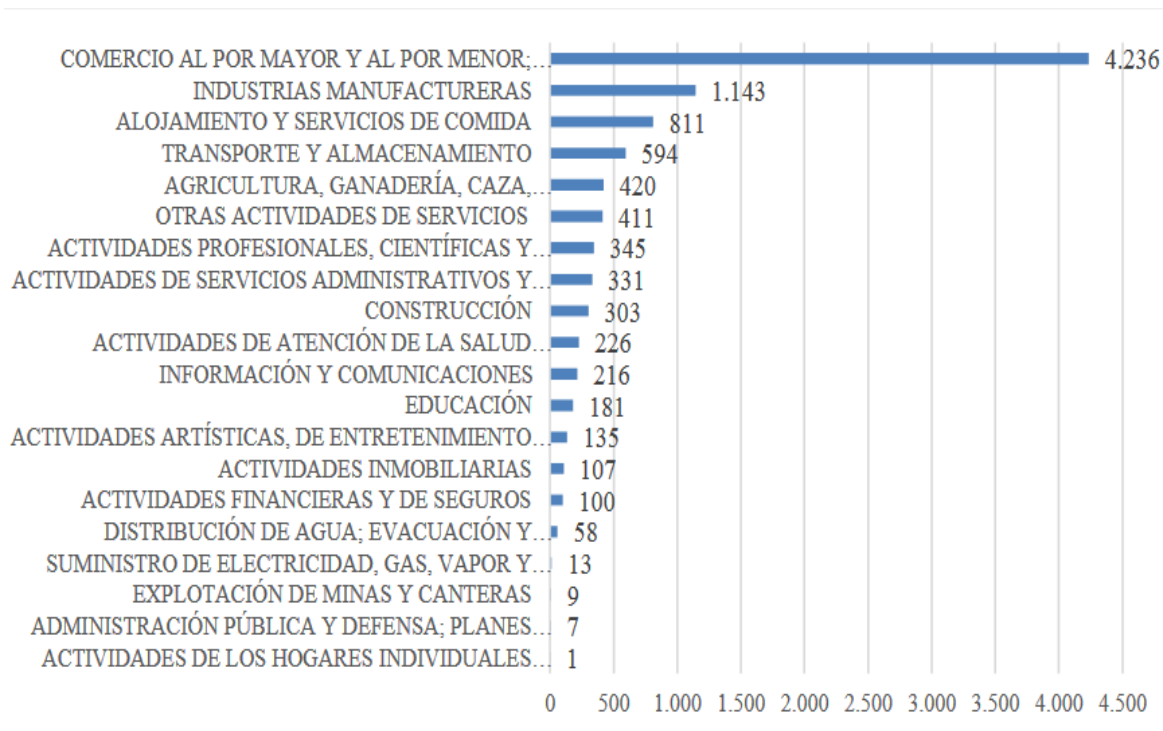
Según José Arturo Gutiérrez es profesor de la universidad nacional de Colombia La importación de máquinas herramientas corresponde a un flujo pequeño de tipo tradicional, ya que la compra de equipo informatizado es aún escasa. Esto corresponde al volumen de producción nacional relativamente modesto y a sus escasos requerimientos tecnológicos, suplidos más bien con la capacidad creativa de la mano de obra criolla. Así que se observa un parque de máquinas herramientas antiguo, aliado de la dependencia tecnológica y mercantil en diseño y componentes, lo que corta la autonomía en la capacidad de modelización de este sub sector⁵

⁴ situación económica de Palmira y su área de influencia (pradera, Florida y candelaria) Año 2015; página oficial cámara de comercio Palmira 2016; consultado en línea septiembre 2016; disponible en: http://www.ccpalmira.org.co/portal/images/Docs/Situacion_economica/INFORME%20SITUACION%20ECONOMICA%202015.pdf página 44

⁵ 4 Gutiérrez, José Arturo; Revista Innovar Jornal Revista de Ciencias Administrativas y Sociales; La productividad en la industria metalmeccánica colombiana 2016; consultado en línea septiembre 2016; disponible en: <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/19159/20104> página 52.

El crecimiento de una empresa involucra la adquisición por parte de esta de mayor cantidad de mano de obra y, así mismo maquinas herramientas para suplir sus procesos, bien sea operativos o de mantenimiento. Lo cual involucra que sus activos aumenten, y así mismo el mantenimiento de estos por lo cual las empresas, en algún momento de sus operaciones sufre retrasos por no contar con el personal adecuado, o el tiempo para realizar el mantenimiento adecuado a sus activos (en nuestro caso maquinas herramientas: taladros, pulidoras, entre otros).

Grafica 3 Número de empresas por actividad económica año 2014



Fuente: cámara de comercio ciudad de Palmira

Mercantil, del sector manufacturero en cámara de comercio Palmira fue de un total de 1337 empresas distribuidas de la siguiente manera: 960 en Palmira, 212 en candelaria, 101 en florida, y 64 en pradera

Según la cámara de comercio de la ciudad de Palmira, en el año 2104 existían un numero de 1143 empresas bien constituidas y con registro mercantil en la ciudad y sus alrededores: florida, pradera y candelaria. Para el año 2015 con corte el 30 de junio, existían registradas 1337.⁶

Lo cual nos demuestra que existe un gran número de clientes potenciales los cuales se verán beneficiados con el servicio que se quiere prestar con la creación de una importadora de maquinaria industrial, que preste el servicio de mantenimiento a sus productos

Otro punto importante para la realización de este proyecto es determinar, como está representado el sector importación de máquinas herramientas como son (taladros, pulidoras, caladoras entre otros)

Según la cámara de comercio de la ciudad de Palmira el sector de importaciones al año 2014 con fecha 31 de diciembre se comportó de la siguiente manera:

⁶ situación económica de Palmira y su área de influencia (pradera, Florida y candelaria) Año2015; página oficial cámara de comercio Palmira 2016; consultado en línea septiembre 2016; disponible en:
http://www.ccpalmira.org.co/porta/images/Docs/Situacion_economica/INFORME%20SITUACION%20ECONOMICA%202015.pdf página 65

Tabla 2 Principales Veinte Empresas Importadoras De Palmira 2014

ITEM	EMPRESA	Nº*	VALOR CIF US \$	% DEL TOTAL
1	METROKIA S.A.	20	157.822.535 ,94	28,72
2	ITALCO DE OCCIDENTE S.A.	62	128.643.637 ,17	23,41
3	SUCROAL S.A.	99	49.078.974, 82	8,93
4	PGI COLOMBIA LTDA	10	27.967.210, 64	5,09
5	QUIMPAC DE COLOMBIA S.A.	118	19.990.599, 65	3,64
6	COMERCIALIZADORA LLANTAS UNIDAS INTERNACIONAL S.A.S	29	18.210296,2 2	3,31
7	INGENIERIA MAQUINARIA Y EQUIPOS DE COLOMBIA SOCIEDAD ANONIMA	1.08 6	15.492.917, 59	2,82
8	REFINADORA NACIONAL DE ACEITES Y GRASAS S.A.	38	14.988.825, 56	2,73
9	AGROAVICOLA SAN MARINO S.A.	17	12.464.682, 78	2,27
10	TRIADA EMA S.A. SUCURSAL COLOMBIA	13	9.692.724,0 1	1,76
11	INGENIO PROVIDENCIA S.A.	180	8.969.439,5 5	1,63
12	COLREMAQ SUGAR CANE S.A.	219	6.851.383,1 2	1,25
13	CHINA AUTOMOTRIZ S.A.	150	6.398.516,3 0	1,16
14	MANUELITA S.A.	133	5.475.745,8 8	1,00
15	CARTONES Y PLASTICOS LA DOLORES LTDA	28	4.927.644,1 6	0,90
16	PLASTIC FILMS INTERNACIONAL S.A.	11	3.780.736,2 6	0,69

	(PLAFILMS INTERNACIONAL)			
17	ALIMENTOS LA CALI S.A.	8	3.648.431,2 6	0,66
18	INGREDIA Z F DEL PACIFICO S.A.S.	27	2.819.075,5 0	0,51
19	INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE	2	2.761.207,4 0	0,50
20	AMCOR HOLDINGS AUSTRALIA PTY LTD SUCURSAL COLOMBIA	12	2.610.193,3 7	0,48
	SUBTOTAL	2.26 2	502.594.797 ,18	91,47
	RESTO DE EMPRESAS	128 7	46.884.450, 06	8,53
	TOTAL	3.54 9	549.479.247 ,24	100,00

Fuente: cámara de comercio ciudad de Palmira

Esto indica que a nivel de Palmira valle del cauca no existe una empresa que importe maquinas herramientas que ocupe un lugar representativo a nivel del sector y además que el producto el cual, se busca se comercialice tampoco se ve representado en los productos de mayor importación en la región, lo cual es una gran oportunidad para penetrar en el mercado, observando el número de clientes potenciales que existe en este nicho del mercado, y además prestando el servicio innovador de mantenimiento y aumento de vida útil del producto ofrecido.(taladros, pulidoras, caladoras entre otro.).

Por último y no menos importante la creación de una empresa de este tipo en la región de Palmira valle del cauca, representaría un número importante de empleos, lo cual ayudara a impulsar la economía de la región.

La realización de este proyecto permitiría determinar si es viable económicamente. Crear una importadora de maquinaria industrial, la cual prestara el servicio de mantenimiento, y control de la vida útil de los productos ofrecidos a sus clientes, en la región Del valle del cauca, una nueva variedad de adquirir un servicio innovador para el cuidado y adquisición de elementos tan importantes para el desarrollo de los procesos en las empresas del sector manufacturero como lo son las maquinas herramientas. Debido a que en la actualidad no existe una empresa que preste este servicio innovador. Lo cual por ser algo novedoso resultará atractivo para las empresas del sector industrial de la ciudad de Palmira y el valle del cauca.

6. OBJETIVOS

6.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad para la creación de una empresa importadora de máquinas y herramientas industriales con soporte técnico en la ciudad de Palmira.

6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar si es viable técnicamente, la creación de una empresa importadora, de mantenimiento y de control de la vida útil de maquinaria industrial, en la ciudad de Palmira.
- Determinar si es viable comercialmente, la creación de una empresa importadora, de mantenimiento y de control de la vida útil de maquinaria industrial, en la ciudad de Palmira.
- Determinar si es viable financieramente, la creación de una empresa importadora, de mantenimiento y de control de la vida útil de maquinaria industrial, en la ciudad de Palmira.

7. MARCOS DE REFERENCIA

Para llevar a cabo el estudio de factibilidad planteado, es necesario recopilar un cierto grado de información, para lograr el desarrollo del estudio científico. De una manera concisa. Para ello utilizaremos cuatro marcos de referencia:

7.1 MARCO CONTEXTUAL

El proceso de industrialización colombiano y los patrones de acumulación sobre los cuales ha descansado, transcurren de un modo más o menos similar al del resto de los países de América Latina. Pueden distinguirse en este proceso dos etapas: una sustitutiva de importaciones, que si bien se inicia desde los años treinta, adquiere su configuración precisa en la década del cincuenta y mantendrá su carácter estrictamente sustitutivo hasta 1967. La otra, prolongando la etapa anterior, inicia su curso al amparo del estatuto cambiario de 1967 y de la Reforma Constitucional de 1968, adquiriendo su cabal realización merced a la favorable coyuntura mundial de comienzos de la década del setenta. En esta etapa, la industria colombiana, sin abandonar, como veremos luego, su carácter sustitutivo, apoyará su expansión fundamentalmente sobre la exportación de manufacturas, lo que le permitiría modificar, al menos en parte, las condiciones de acumulación desarrolladas desde los años cincuenta.⁷

⁷ 6 Bejarano, Jesús Antonio; Industrialización y Política Económica; página oficial banco de la república 2016; consultado en línea septiembre 2016; disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/historia/colhoy/colo8.htm>

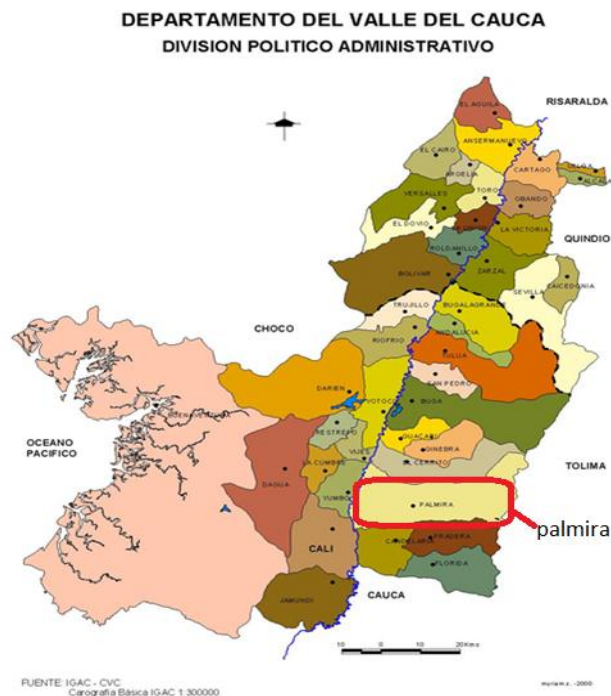
Las importadoras de maquinaria industrial a nivel de la región del valle del cauca, se han convertido en una necesidad para poder que las empresas del sector manufacturero puedan desarrollar sus actividades, y cumplan con tiempos para el desarrollo de su producción y mantenimiento. De allí la importancia de esta gran oportunidad de negocio.

El territorio colombiano está dividido en 32 departamentos, siendo uno de los más representativos el valle del cauca resulta de la unión de dos provincias las cuales son Cali y Buga. Su nombre se deriva porque su llanura es atravesada por el Río que lleva su mismo nombre (Cauca).Políticamente el departamento se encuentra dividido en cuarenta y dos municipios, su capital es Santiago de Cali, es administrado y dirigido por un gobernador y los municipios por alcaldes.

La creación del Valle del Cauca, se debe a un ciudadano bugueño, filántropo, y humanitario medico Ignacio palau Valenzuela, escritor y periodista, nacido el 25 de marzo de 1850, hijo de Don Francisco Antonio Palau, cartagüeño y Doña Susana Valenzuela. Fue él, en el año de 1907 quien mediante cartas personales empezó a gestar y promover la creación del nuevo departamento, pero como éste pertenecía a Estado de Departamento del Cauca, que se extendía desde Popayán, hasta Cartago, fue catalogado como perturbador del orden y antipatriota, por el entonces dictador General Rafael Reyes presidente de la república. El Decreto 916 del 31 de Agosto de 1908, basado el Ley 1ª de agosto 5 del mismo año, divide el territorio nacional en 46 departamentos, entre los cuales contaron a Cali, Buga y Cartago como tales⁸

⁸ 7 Historia del Valle del Cauca; página oficial gobernación del valle del cauca 2016; consultado en línea septiembre 2016; disponible en: <http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=27>

Grafica 4 Mapa del departamento del Valle del Cauca.



Fuente. <http://www.valledelcauca.gov.co/imagen.php?id=280>

Tabla 3. Datos del Municipio de Palmira Valle. 2014

Nombre del Municipio: Palmira

Otros nombres: Villa de las Palmas, Capital Agrícola de Colombia, Ciudad de Las Bicicletas.

Fecha de creación: 25 de Junio de 1824

Altura: A partir de 998 hasta 4.200 M.S.N.M.

Temperatura promedio: 23°C

Extensión: 1.162 km²

Población: 296.000 habitantes aprox.

Gentilicio: Palmirano, Palmireño

Indicativo: 2

Fuente: <http://www.culturayturismopalmira.com/nuestro-municipio.html>

Dentro de los Cuarenta y dos municipios que componen el departamento, se encuentra la ciudad de Palmira. Esta ciudad tiene una particular historia sobre su fundación, en 1536 el capitán Francisco Ciega de León visitó por primera vez estas tierras, enviado por el Adelantado Sebastián de Belalcázar con la misión de recorrer al río Grande o Gran Río, como llamaban al Río Cauca, De Cieza observó a muchos indígenas trabajando la tierra, cultivos hermosos, animales feroces y domésticos, aves de mil colores, árboles frutales, sintió fragancias que nunca había imaginado, escucho el canto de las aves y de los ríos.

A principios del siglo XVII, se formó un pequeño caserío que dio lugar a la población de “Llano Grande”, donde Don Francisco Rengifo Salazar edificó una capilla que puso bajo la protección de Nuestra Señora del Rosario del Palmar. En 1758 el Presbítero Gregorio Saa Rengifo, donó el globo de tierras de Llano Grande, para que se vendieran en lotes y construyeran casas, Don Joaquín de Castro comisionado por el Cabildo de Buga, hizo el trazado de las calles en 1797, dando forma a la villa que se convertiría a partir de 1824 en la ciudad de PALMIRA, convirtiéndose así en el único municipio del Valle del Cauca que no fue fundado sino creado.

Actualmente se calcula que Palmira cuenta con una población de 350.333 habitantes sus principales ocupaciones son: Agricultura, ganadería,

producción de Alimentos, Textiles, Talleres de partes de Maquinaria Agrícola, además del ejercicio de carreras profesionales⁹

El territorio del municipio de Palmira tiene como límites los siguientes: Por el Norte con Municipio de El Cerrito; por el Sur: con los Municipios de Pradera y Candelaria; por el Oriente: Departamento del Tolima; y por el Occidente: con los Municipios de Cali, Yumbo y Vijes. Su cabecera municipal se encuentra localizada a 3°32' de latitud norte; y, 76° 18' de longitud oeste.

A esta ciudad también se le ha otorgado el título de capital agrícola de Colombia, o agroindustrial de Colombia por el desarrollo científico y tecnológico de Palmira en este campo. Es sede de corporaciones e institutos públicos, mixtos y privados; nacionales e internacionales sin ánimo de lucro, que centran sus trabajos e investigaciones en aspectos como: preservación y uso racional de los recursos naturales y el ambiente, aumento de competitividad, desarrollo de capacidad científica, acceso a tecnologías de punta, mejoramiento de cultivos, agro diversidad, manejo de plagas y enfermedades, manejo de suelos y sistemas de producción. Algunas de estas instituciones trabajan mancomunadamente en torno al proyecto Parque Científico y Tecnológico; ellas son: Corpoica, ICA, Universidad Nacional de Colombia, Fundación Eco parque Llano grande, Centro de Agricultura Tropical (CIAT).

Un crecimiento acelerado gracias a su ubicación y a la nobleza de su terreno, Palmira presenta en los últimos años un crecimiento urbanístico y económico

⁹ 8 información general Palmira; página oficial alcaldía de Palmira enero 2012; consultado en línea septiembre 2016; disponible en: <http://www.palmira.gov.co/enlaces-de-interes/informacion-general-de-palmira>

que ha potenciado su desarrollo en otras áreas de la producción: la industria, el comercio, la ganadería y la minería. En la agricultura la caña de azúcar sigue siendo uno de los productos de mayor importancia, con unas 18.000 hectáreas cultivadas, caña procesada en ingenios de la región para producir azúcar, panela, miel y alcohol. Otros productos agrícolas son: café, tabaco, cacao, arroz, maíz, fríjol, yuca, papa, algodón, soya, plátano, sorgo, y gran variedad de hortalizas y frutas. La industria produce maquinaria agrícola, empaques, tubos de cemento y artículos metálicos, entre otros. Palmira tiene instituciones bancarias, servicio de transporte, hoteles, restaurantes e inmobiliarias. La Cámara de Comercio del municipio registra más de seis mil empresas distribuidas en los sectores de la producción mencionados ¹⁰

Palmira mantiene su carácter de centro agrícola porque se encuentra privilegiada por sus suelos fértiles y abundancia de agua que permiten desarrollar la agricultura a gran escala; además por su vinculación directa con el campo sumado a la diversidad de climas y topografías hicieron posible que años atrás fuera considerada la despensa agrícola de Colombia dónde se competía con diversidad de productos como Café, Tabaco, Cacao, Caña de Azúcar, Arroz, Maíz, Fríjol, Yuca, Papa, Algodón, Soya, Plátano, Sorgo, Hortalizas y Frutales. En 1940 se establece la Fiesta Nacional de Agricultura, reconocida por la Ley 51 de 1940 y fue elegida también como modelo para realizar diferentes programas de investigación, mejoramiento y aprovechamiento del agro reconociéndola por la innovación y comercialización de productos agrícolas. De la diversidad de cultivos que se producían en el municipio de Palmira se pasó al monocultivo, alterando de manera significativa el renglón más

¹⁰ 9 municipio de Palmira; página oficial alcaldía de Palmira enero 2016; consultado en línea septiembre 2016; disponible en: <http://www.culturayturismopalmira.com/nuestro-municipio.html>

significativo de la economía. Uno de los hechos que marco este fenómeno fue la fundación del Ingenio Manuelita a principios del siglo pasado dedicándose a la producción de azúcar, consolidando de manera gradual y acentuada la industria azucarera, pasando de una agricultura diversificada al monocultivo. Según los datos suministrados por el URPA, del territorio sembrado en cultivos permanentes de 34.755,94 hectáreas sembradas en el 2006 la caña de azúcar ocupa 32.328,00 hectáreas, es decir el 93,01%. Las regiones planas están sembradas casi en la totalidad por caña de azúcar, prácticamente relegando los demás cultivos a una mínima parte de lo plano y otra a la zona montañosa, estando el resto dedicado a la explotación cada vez menos intensa de cultivos semestrales y a la ganadería con tendencia a la explotación extensiva ¹¹

El municipio de Palmira, se ha convertido en un sitio observado como una gran oportunidad de negocio gracias a las grandes inversiones que se han realizado en los últimos años a su infraestructura, y las de sus alrededores como son, el aeropuerto internacional Alfonso Bonilla Aragón, y el puerto marítimo ubicado en la ciudad de Buenaventura, las vías terrestres que se diseñaron para mejorar el transporte y disminuir el tiempo que se tarda en movilizarse entre el departamento y el resto del país, túneles, puentes, caminos, autopistas, carreteras, entre otros.

El territorio de Palmira en su conjunto (zona plana y zona de ladera), corresponde a un sistema de asentamientos de distinto orden (de población, industriales, institucionales). La división político administrativa en comunas del municipio de Palmira está conformada por dos sistemas, uno urbano

¹¹ anuario estadístico de palmira 2015; página oficial fundación progreseemos 2016; consultado en línea septiembre 2016; disponible en: http://fundacionprogresamos.org.co/anuarios_estadisticos/palmira/anuario_2015/33.html

(barrios) y uno rural (corregimientos). El primero está estructurado por comunas, desde la No. 1 hasta la No. 7 y el segundo desde la No. 8 hasta la No. 16. (Modificado de: Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2004)¹²

Sobre una población de 278.388 habitantes sólo el 30% asiste a una institución educativa a nivel rural y urbano, el 35,1 % de la población residente ha alcanzado un nivel de básica primaria y el 35,15% el nivel de secundaria, el 7,5% el nivel de media técnica, el 7,2% el nivel profesional y sólo el 1,0% ha realizado estudios de especialización, maestría o doctorado. La ciudad cuenta con nueve universidades con 10.123 estudiantes, de los cuales un 41.9% están matriculados en universidades públicas (Universidad del Valle - sede Palmira y Universidad Nacional) y hay 284 estudiantes matriculados en cursos de Especialización, Maestría y Doctorado.

Un 15.5% de su población está desempleada y un 18% realiza actividades relacionadas con el subempleo, las razones para ello básicamente son el empleo inadecuado por competencias y por ingresos.¹³

También podemos observar que el factor seguridad en la ciudad de Palmira presento las siguientes determinantes para el año 2014 según estudios realizados por el DANE en esta ciudad¹⁴

¹² Situación económica de Palmira y su área de influencia (pradera, Florida y candelaria) Año2015; página oficial cámara de comercio Palmira 2016; consultado en línea septiembre 2016; disponible en:

http://www.ccpalmira.org.co/portal/images/Docs/Situacion_economica/INFORME%20SITUA

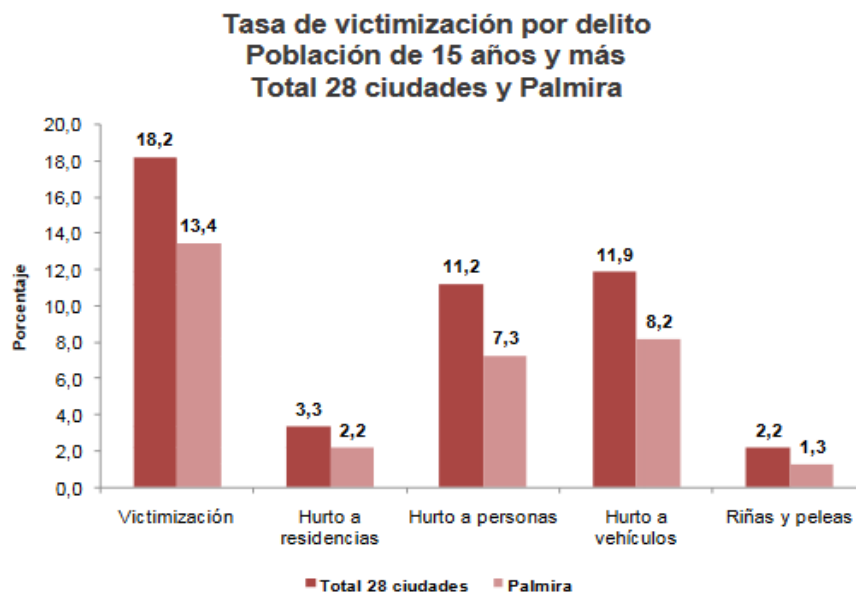
¹³ Escobar escobar Ivonne Karina; estrada pinchado Fredy Alexander; VIABILIDAD PARA LA CREACION DE UNA INCUBADORA DE EMPRESAS EN EL MUNICIPIO DE PALMIRA (V), PARA APOYAR LA FORMACION Y/O DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS; consultado octubre 2016

¹⁴ Boletín técnico; ENCUESTA DE CONVIVENCIA Y SEGURIDAD CIUDADANAECSC 2014PALMIRA22de octubre de 2014; página oficial DANE consultado en línea octubre 2016; disponible en: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/convivencia/2014/ECSC2014-Palmira.pdf>

7.1.1 Victimización en la ciudad de Palmira año 2014

En el total de las 28 ciudades geográficas, 18,2% de la población de 15 años y más reportó haber sido victimizada. En Palmira, la tasa de victimización fue 13,4%.

Grafica 5.Tasa de Victimización por delito población de 15 años y mas



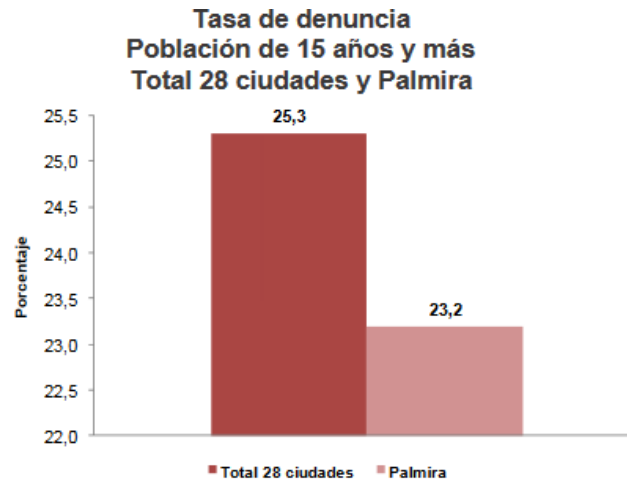
Fuente: DANE – ECSC 2014

Nota técnica: El indicador de hurto a residencias no es representativo estadísticamente para Palmira.

7.1.2 Denuncia en la ciudad de Palmira

El 25,3% de la población victimizada denunció el hecho a las autoridades en las 28 ciudades. En Palmira la tasa de denuncia fue 23,2%.

Grafica 6. Tasa de denuncia población de 15 años y más.

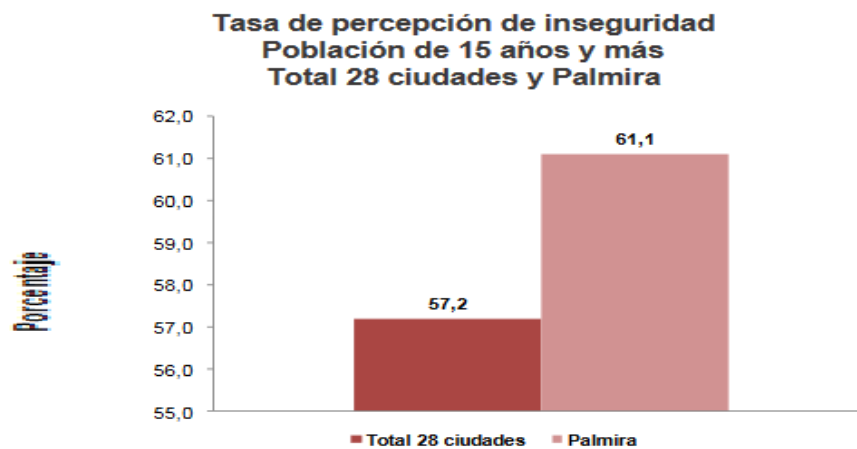


Fuente: DANE – ECSC 2014

7.1.3. Percepción inseguridad en Palmira

Percepción de inseguridad en la ciudad en Palmira, 61,1% de la población de 15 años y más se siente insegura en su ciudad.

Grafica 7 Tasa de percepción de inseguridad población de 15 años y más.

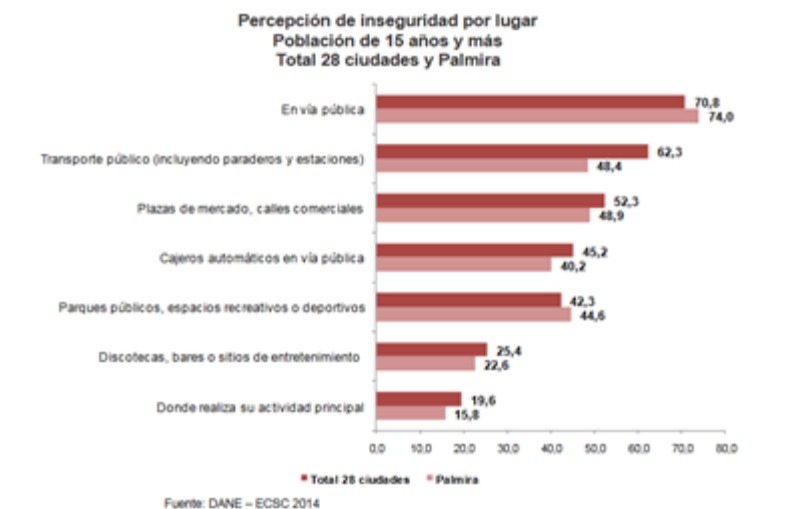


Fuente: DANE – ECSC 2014

7.1.4. Percepción de inseguridad por lugar

Los principales lugares en el cual la población de 15 años y más se siente insegura en Palmira son: en la vía pública y en plazas de mercado o calles comerciales.

Grafica 8. Percepción de inseguridad por lugar población de 15 años y mas.

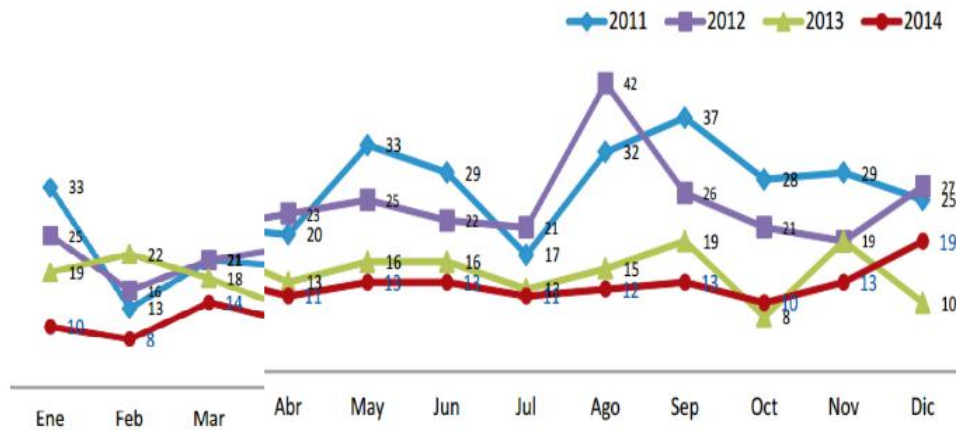


Estos factores indican que existe una pequeña probabilidad, de que algunos inversionistas no se sientan seguros de invertir en la ciudad debido a la inseguridad, así la ciudad de Palmira llame la atención por su amplio crecimiento económico en los últimos años. Cabe destacar que en la ciudad se ha venido ampliando y desarrollando nuevos métodos para mejorar la seguridad de la región. Como por ejemplo mayor número de policía, y el mejoramiento y apoyo para los medios de transporte utilizados por los mismos. Esto puede ser observado según un estudio realizado por el

Observatorio de Seguridad, Convivencia y Cultura Ciudadana el cual arrojo la siguiente información¹⁵

Casos De Homicidios Comparativo Por Meses, Municipio De Palmira, 2011-2014.

Grafica 9. Casos De Homicidios Comparativo Por Meses, Municipio De Palmira, 2011- 2014.



FUENTE: procesado por el Observatorio de Seguridad, Convivencia y Cultura Ciudadana., con datos de homicidios de la Policía Valle, medicina legal, CTI, SIJIN, Secretaría de Salud,

Se ubican un total de 12.065 unidades económicas, presentándose únicamente 241 casos de rechazo, evento en los cuales los empresarios no quisieron ofrecer información sobre la unidad económica encontrada.

El 83.5% de las unidades económicas encontradas están localizadas en el casco urbano de Palmira y el 16.5% están ubicados en la zona rural.

¹⁵ situación económica de Palmira y su área de influencia (pradera, Florida y candelaria) Año2015; página oficial cámara de comercio Palmira 2016; consultado en línea septiembre 2016; disponible en: http://www.ccpalmira.org.co/porta/images/Docs/Situacion_economica/INFORME%20SITUACION%20ECONOMICA%202015.pdf pagina79

7.2 UNIDADES ECONÓMICAS IDENTIFICADAS EN PALMIRA:

Tabla 4: Unidad económica identificada en Palmira

Ítem	Cantidad	%
Urbanas	10.074	83.5%
Rurales	1.991	16.5%
Total	12.065	100%
Rechazos	241	2%

Fuente: Censo Empresarial, Cámara de Comercio de Palmira, Alcaldía de Palmira, Fundación Progresamos.

Se ubican un total de 12.065 unidades económicas, presentándose únicamente 241 casos de rechazo, evento en los cuales los empresarios no quisieron ofrecer información sobre la unidad económica encontrada.

El 83.5% de las unidades económicas encontradas están localizadas en el casco urbano de Palmira y el 16.5% están ubicados en la zona rural.

Tipo De Empresa De Las Unidades Económicas

Tabla 5: Tipo De Empresa De Las Unidades Económicas

Tipo de Empresa	Cantidad	%
Persona natural	9.574	79.4%
Sin dato	1.484	12.3%

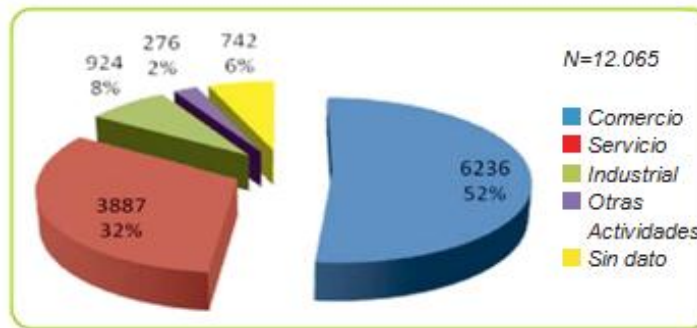
Sociedad limitada	320	2.7%
Sociedad por acciones simplificada - SAS	235	1.9%
Sociedad anónima	201	1.7%
Entidad sin ánimo de lucro	87	0.7%
Empresa unipersonal	68	0.6%
Sociedad en comandita simple	44	0.4%
Otra	21	0.2%
Organizaciones de economía solidaria	10	0.1%
Sociedad en comandita por acciones	8	0,10%
Sociedad de hecho	7	0.1%
Sucursal de sociedad extranjera	4	0.0%
Sociedad colectiva	1	0,00%
Empresa comercial o industrial del estado	1	0.0%
Total	12.065	100%

Fuente: Censo Empresarial, Cámara de Comercio de Palmira, Alcaldía de Palmira, Fundación Progresamos.

Se observa el tipo de empresa que han constituido las unidades económicas. El 79.4% equivalente a 9.574 unidades económicas están conformadas como persona natural. Un 2.7% equivalente a 320 unidades corresponde a sociedades limitadas, un 1.9% equivalente a 235 unidades son SAS y un 1.7% equivalente a 201 unidades son sociedades anónimas.

Actividades agrupadas según la actividad principal de la unidad económica.

Grafica 10 Censo empresarial cámara de comercio Palmira



Fuente: Censo Empresarial, Cámara de Comercio de Palmira, Alcaldía de Palmira, Fundación Progresamos.

Censo Empresarial

Según la actividad que principalmente ejecute la unidad económica establecida se observan las actividades agrupadas en comercio, servicios, industria u otras actividades. El comercio cuenta con el mayor porcentaje de unidades establecidas en Palmira, 52% equivalente a 6.236 unidades económicas. Las otras actividades (agrícola, pecuaria y minera) tienen el 2% equivalente a 276 unidades, se debe tener en cuenta que la encuesta solamente se aplicó en los centros poblados de la parte rural y no se tuvo en cuenta la zona dispersa, quedando un amplio número de unidades.

Tiempo de funcionamiento de la unidad económica

Tabla 6: Tiempo de funcionamiento

Tiempo de Funcionamiento	Cantidad	%
Menos de un año	2.834	23.5%
Entre uno y seis años	4.947	41%
Entre siete y once años	1.598	13.2%
Entre doce y dieciséis años	772	6.4%
Más de diecisiete años	1.635	13.6%
Sin dato	279	2.3%
Total	12.065	100%

Fuente: Censo Empresarial, Cámara de Comercio de Palmira, Alcaldía de Palmira, Fundación Progresamos.

El 41% equivalente a 4.947 unidades tienen un rango de antigüedad entre uno y seis años; el 23.5% equivalente a 2.834 unidades están funcionando hace menos de un año; el 13.6% equivalente a 1.635 unidades tienen una antigüedad superior a diecisiete años; el 13.2% equivalente a 1.598 unidades tienen un rango de antigüedad entre siete y once años y el 6.4% equivalente a 772 unidades tienen un rango de antigüedad entre doce y dieciséis años.

Actividad Principal De La Unidad Económica

Tabla 7: Actividad Principal De La Unidad Económica

Actividades	Cantidad	%
Compra y venta de productos no fabricados	5.392	44,70%
Otros servicios ¹	1.465	12,10%
Alojamientos, restaurantes, cafeterías	1.074	8,90%
Productos elaborados	924	7,70%
Mantenimiento y reparación	844	7,00%
Sin dato	742	6,20%
Correo y telecomunicaciones	519	4,30%
Otras actividades	276	2,30%
Salud, servicios sociales	270	2,20%
Transporte	230	1,90%
Educación	168	1,40%
Intermediación financiera	114	0,90%
Construcción	47	0,40%
Total	12.065	100%

Fuente: Censo Empresarial, Cámara de Comercio de Palmira, Alcaldía de Palmira, Fundación Progresamos.

El 44.7% de las empresas, equivalente a 5.392 unidades económicas censadas están destinadas a la compra y venta de productos no fabricados por ellos mismos; seguido del ítem otros servicios con el 12.1% equivalente a 1.465 unidades. El 8.9% equivalente a 1.074 unidades corresponde al servicio de alojamientos, restaurantes, cafeterías y expendios de comidas.

Para el estudio de factibilidad se enfoca en el dato de empresas dedicadas al mantenimiento y reparación, en este caso para el censo realizado por la cámara de comercio en el 2011, arrojo un dato de 844 empresas dedicadas al mantenimiento y reparación. Por ende se debe realizar un estudio más a fondo de qué tipo de servicio de mantenimiento prestan estas empresas para determinar cuáles serían los competidores directos.

7.2.1 Personal ocupado en promedio por las unidades económicas censadas.

Aquí se documentan el número de personas que en promedio ocupan las unidades económicas censadas. 5.624 unidades equivalente al 46.6% tienen un empleado, 2.920 unidades equivalente al 24.2% cuentan con dos empleados, 1.086 unidades equivalente al 9% reportan tres empleados, 505 unidades equivalente al 4.2% reportan cuatro empleados, 828 unidades tienen entre cinco y diez empleados y 474 unidades equivalente al 3.9% tienen once o más empleados. Realizando el análisis de los datos se concluye que según las unidades económicas censadas que respondieron esta pregunta, se genera aproximadamente 44.302 empleos; hay que tener en cuenta que las respuestas de esta pregunta presentan niveles de confianza bajos, ya que los empleadores en muchos casos se abstienen de brindar las cifras reales sobre la mano de obra empleada. Si la generación de empleo encontrada en estos datos del censo, se midiera por el número de empleados según la Ley 905 de 2004, las microempresas que son las que tienen hasta diez empleados, generarían 22.254 empleos y las que tienen de once empleados en adelante generarían 22.048 empleos.

Tabla 8: Personal Ocupado En Promedio Por Las Unidades Económicas Censadas.

# Empleados	# Empresas	%
0	22	0,2
1	5.624	46,6
2	2.920	24,2
3	1.086	9
4	505	4,2
5	277	2,3
6	187	1,5
7	114	0,9
8	121	1
9	51	0,4
10	78	0,6
11 y mas	474	3,9
Sin dato	606	5
Total	12.065	100%

Fuente: Censo Empresarial, Cámara de Comercio de Palmira, Alcaldía de Palmira, Fundación Progresamos.

¿A dónde se dirige principalmente la mercancía que vende, el servicio prestado o los productos fabricados?

En general las unidades económicas censadas dirigen sus servicios y productos principalmente al mercado local de Palmira con un 87.65%

equivalente a 10.574 unidades, seguidamente a otros municipios del Valle y en menor proporción al resto del país, Cali y fuera del país.

7.3 INCONVENIENTES O DIFICULTADES.

Aquí se puede observar que tan importante es la información, que se otorgó en páginas anteriores sobre la seguridad en la ciudad de Palmira, ya que es la principal causa que agobia a los empresarios en el municipio.

Grafica 11 Inconvenientes o dificultades.



Fuente: Censo Empresarial, Cámara de Comercio de Palmira, Alcaldía de Palmira, Fundación Progresamos.

Se observan los inconvenientes o dificultades plasmados por las unidades económicas censadas. Las principales problemáticas mencionadas por los empresarios son: De seguridad, para el 25.6% equivalente a 3.089 unidades; De comercialización, identificada por el 15.1% equivalente a 1.818 unidades; De financiamiento, identificada por el 13.5% equivalente a 1.633 unidades y

De capacitación, identificada por el 8.8% equivalente a 1.059 unidades económicas.

El 96% de las unidades económicas ubicadas en Palmira son microempresas, lo que indica que los programas o proyectos que piensen desarrollar las entidades públicas o privadas hacia el desarrollo socioeconómico de la ciudad, deben orientar sus esfuerzos hacia el crecimiento administrativo de las micros, lo cual lleve de la mano el mejoramiento de las condiciones laborales de sus empleados.

Es preocupante que para el sector empresarial la mayor problemática o inconveniente sea el tema de la seguridad en sus unidades económicas, pasando a un segundo plano la parte comercial, de financiamiento y de capacitación, entre otras, siendo estos los temas esenciales para el desarrollo y crecimiento de su negocio.

La cámara de comercio de la ciudad de Palmira adelantó un estudio en el cual según esta entidad, Se adelantó un estudio específico orientado a caracterizar el sector industrial en la zona de jurisdicción de la Cámara de Comercio de Palmira. Se tomaron las bases de datos del registro Mercantil con los datos reportados por las empresas cuya actividad económica corresponde a la categoría general de Industrias Manufactureras con corte a Junio 30 de 2015 y con base en ello se Construyó el estudio¹⁶:

¹⁶ situación económica de Palmira y su área de influencia (pradera, Florida y candelaria) Año2015; página oficial cámara de comercio Palmira 2016; consultado en línea septiembre 2016; disponible en:
http://www.ccpalmira.org.co/porta/images/Docs/Situacion_economica/INFORME%20SITUACION%20ECONOMICA%202015.pdf

Grafica 12 Total empresas con matricula mercantil vigente

Es de suma importancia dar a conocer que al momento de desarrollar el estudio de mercado correspondiente, se deberá tener en cuenta que no se tomara la totalidad de empresas matriculadas en este sector, ya que algunas de las empresas representadas en este sector, no necesitan en sus operaciones, el servicio que se desea ofrecer.

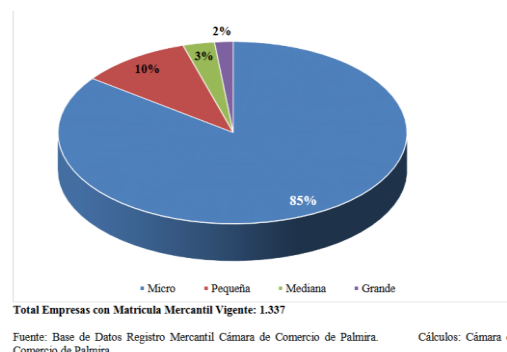


Tabla 9: Principales 10 Actividades Industriales en la Jurisdicción de Palmira

	ACTIVIDAD ECONOMICA	No. EMPRESAS	ACTIVOS	VENTAS	EMPLEOS
1	Elaboración de productos de panadería	219	34.462.207.094	25.755.095.224	1.224
2	Mantenimiento y reparacion especializado de maquinaria y equipo	146	19.866.591.151	24.815.876.094	680
3	Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel	142	22.710.182.206	18.708.301.167	1.022
4	Fabricación de productos metálicos para uso estructural	67	41.138.727.590	45.627.699.617	437
5	Fabricación de muebles	51	35.737.203.204	48.302.604.690	551
6	Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.	42	20.580.878.968	16.167.456.011	131
7	Actividades de impresión	31	8.485.147.653	2.884.159.085	77
8	Otras industrias manufactureras n.c.p.	24	20.162.791.799	3.088.939.642	129
9	Fabricación de materiales de arcilla para la construcción	21	16.752.064.993	6.751.713.603	219
10	"Fabricación de otros productos de madera	20	1.586.785.772	1.008.395.834	44

Fuente: Base de Datos Registro Mercantil Cámara de Comercio de Palmira. Cálculos: Cámara de Comercio de Palmira. 2015

Se puede observar que con respecto al estudio realizado por la cámara de comercio en el año 2011, existe un número menor de empresas en el sector de mantenimiento y reparación, ya que para el año 2011 existían con matrícula mercantil un número de 844 empresas, y para el año 2015, se encontraban matriculadas 146; lo cual es un dato muy importante porque al momento de realizar el estudio de mercado este deberá arrojar si es viable o no realizar el proyecto de una importadora de máquinas herramientas industriales, que preste el servicio de mantenimiento a sus productos.

Cabe destacar que no se tomara el total de empresas en este sector, si no las que estén más acordes al servicio que se desea prestar.

8. MARCO CONCEPTUAL

En el caso de cualquier trabajo investigativo se emplean una serie de conceptos técnicos que no son del manejo de todos los lectores y por tal motivo se hace necesario definirlos de acuerdo a la forma en que fueron aplicados en el trabajo.

Es así como el concepto de proyecto, el cual fue tomado del texto cómo elaborar proyectos del autor Hugo Cerda Gutiérrez, implica que se trata de aquello que se va a realizar a futuro y que se plantea en el presente como

una proyección de lo que será ese futuro. De esta manera el proyecto es una idea, una disposición o una intención de una persona ¹⁷

Otro de los conceptos que se encuentran en el desarrollo de este proyecto es de viabilidad comercial o de mercado. Lo cual consiste en realizar un estudio que para recolectar información sobre las posibilidades comerciales o de venta de un producto o servicio, de tal manera que facilite determinar si la idea de negocio será exitosa o no. Por tanto en dicho estudio será necesario obtener datos acerca del consumidor y el cliente. Estos datos recolectados serán utilizados con el propósito de desarrollar, evaluar y perfeccionar las estrategias de marketing que se deben realizar para posicionarse en el mercado.

Lo anterior no es otra cosa que una investigación de mercados que para Kinnear es lo que especifica la información requerida para abordar estos problemas; diseñar el método, recolectar la información; dirigir e implementar el proceso de recolección de datos; analizar los resultados y comunicar los hallazgos y sus implicaciones¹⁸

Es esencial tener en cuenta el concepto de planeación estratégica de mercado entendido como el método que permite elaborar técnicas o estrategias a desarrollar para orientar al consumidor, buscando oportunidades para penetrar el mercado, desarrollar el producto y mejorar el

¹⁷ HUGO CERDA GUTIÉRREZ; como elaborar proyectos Diseños, ejecución y evaluación de proyectos sociales y educativos; magisterio editorial; cuarta edición; 2001 pag.9 y 10

¹⁸ (18) Kinnear/Taylor, investigación de mercados; editorial mc Graw Hill; quinta edición; Colombia enero 2000 pág.; 5

servicio. Generando una guía útil para enfrentar el entorno que rodea el proyecto.¹⁹

Los tres conceptos que son la base fundamental de la presente investigación son los de viabilidad técnica, económica y financiera y de mercado.

En cuanto a la viabilidad técnica es considerada la que permite determinar qué bienes, muebles o enseres se verán involucrados en el proyecto para definir la función o producción en la prestación del servicio que se desea brindar optimizando la utilización de los mismos²⁰

Respecto a la viabilidad económica y financiera, se trata de ordenar la información monetaria que se ha generado, o recolectado en todas las etapas para determinar si el proyecto es viable o no .comercial y legalmente²¹

Otro concepto que se considera necesario para definir es el de la evaluación económica que es la parte final del análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, se sabrá hasta este punto que existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo para la localización del proyecto y el tamaño adecuado, así como todos los costos en que se incurriría en la etapa de producción, igualmente se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Como parte

¹⁹ Kinnear/Taylor, investigación de mercados; editorial mc Graw Hill; quinta edición; Colombia enero 2000; pág. 29

²⁰ 20 etapas de un proyecto; universidad de Córdoba; argentina ;consultado en línea octubre 2016;disponible en:

<http://www.efn.uncor.edu/departamentos/electrotecnia/cat/ecoen/apuntes/Ee2003%20I%20Evaluacion%20Proyectos.PDF>; pag 4

²¹ 21 etapas de un proyecto; universidad de Córdoba; argentina; consultado en línea octubre 2016; disponible en:

<http://www.efn.uncor.edu/departamentos/electrotecnia/cat/ecoen/apuntes/Ee2003%20I%20Evaluacion%20Proyectos.PDF>; pag 5

de esta evaluación económica es necesario tener en cuenta otros conceptos tales como²²

El valor presente neto que es el que determina si el proyecto es confiable a largo plazo, ya que determina si se logrará maximizar, o aumentar la inversión realizada en el proyecto, cabe destacar que el resultado debe ser positivo, para determinar si el proyecto es viable, en caso de arrojar un valor negativo el proyecto no será viable²³..

Es fundamental que se comprenda el concepto de la tasa interna de rentabilidad o de retorno que es una proporción de beneficio, o pérdida que tendrá el proyecto, de acuerdo a la inversión realizada²⁴

No menos importante es el concepto de la tasa interna de oportunidad que es la tasa obtenida por un inversor que invierte su dinero en un proyecto, de tal forma, un emprendedor puede generar una o más ideas de negocio, pero debe escoger aquellas que le brinden, por ejemplo; mayor rentabilidad, oportunidad de crecimiento en el mercado, proyección de la empresa, minimización de costos y un volumen de ventas acorde con las expectativas del negocio. Todo lo mencionado anteriormente está inmerso al interior de un plan de negocios tema que a continuación será sustentado teóricamente.²⁵

²² escobar escobar Ivonne Karina; estrada pinchado Fredy Alexander; VIABILIDAD PARA LA CREACION DE UNA INCUBADORA DE EMPRESAS EN EL MUNICIPIO DE PALMIRA (V), PARA APOYAR LA FORMACION Y/O DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS; consultado octubre 2016

²³ 23ALVAREZ, ALBERTO; matemáticas financieras; mc Graw Hill; segunda edición; noviembre 2001 Colombia; pagina242

²⁴ Altuve, José Germán; El uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones de inversión; consultado en línea google académico; octubre 2016; disponible en: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17341/1/articulo1.pdf>; página 12

²⁵ escobar escobar Ivonne Karina; estrada pinchado Fredy Alexander; VIABILIDAD PARA LA CREACION DE UNA INCUBADORA DE EMPRESAS EN EL MUNICIPIO DE PALMIRA (V), PARA APOYAR LA FORMACION Y/O DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS; consultado octubre 2016 página 58

No se podría dejar por fuera el concepto del plan de negocios que se trata de un documento que sirve para describir una futura idea de un proyecto, resumiendo los elementos involucrados para su desarrollo, como pueden ser objetivos, estrategias, valores de rentabilidad, entre otros. Cabe destacar que un plan de negocios también puede ser desarrollado para ampliar un proyecto que ya está en marcha²⁶.

En este proyecto También es importante determinar el término de importación, el cual será utilizado para dirigirse a productos, o servicios (maquinas herramientas, y mantenimiento), que serán introducidos al territorio nacional, de una manera legal, cuyo origen es un país extranjero. Mediante un transporte terrestre, marítimo, o aéreo. Con un fin comercial, para prestar un servicio a la industria de la región del valle del cauca²⁷

Como el giro directo del negocio es la importación de maquinaria industrial, también se hace necesario definir de qué se trata ésta. Son dispositivos mecánicos, impulsados por un tipo de energía alterna, comúnmente corriente eléctrica. Que buscan sustituir el esfuerzo de la mano del hombre, para realizar trabajos de tipo mecánico, por arranque de viruta, abrasión, choque, presión, o una combinación de los anteriores²⁸

A las máquinas herramientas, también se les debe realizar un respectivo mantenimiento cuya actividad debe ser realizada en las máquinas por técnicos competentes para aumentar su tiempo de vida y mejorar la calidad del trabajo. Este procedimiento se define como un conjunto de actividades

²⁶ 26TUIJA, MARSTIO; MANUAL PARA ESCRIBIR UN PLAN DE NEGOCIOS; 1999;google académico; consultado en línea octubre 2016;disponible en: http://descom.jmc.ut fsm.cl/proi/PLANIFICACION/busplan_esp.pdf pagina5-6

²⁷ definiciones ABC; consultado en línea octubre 2016; disponible en: <http://www.definicionabc.com/economia/importacion.php>

²⁸ (museo aren; consultado en línea octubre 2016; disponible en: <http://www.museoa.eus/es/historia/que-es-una-maquina-herramienta/>

desarrolladas con el fin de asegurar que las maquinas continúen desempeñando las funciones deseadas o de diseño, este puede ser: correctivo, preventivo, y predictivo²⁹

Al realizar las actividades de mantenimiento también es muy importante contar con repuestos o refacciones que son piezas que se utiliza para reemplazar las originales en máquinas que debido a su uso diario han sufrido deterioro o una avería. Por ejemplo rodamientos y otros tipos de piezas son sustituidos una vez producida la avería, en forma imprevista³⁰ (30).

Y finalmente el concepto de garantía sinónimo de Respaldo, que es muy importante, al momento de comercializar este tipo de productos(máquinas herramientas) es la protección que se brinda cuando se adquiere algo o se va a realizar una acción que necesita una supervisión directa para que el cliente o comprador se sienta a gusto y seguro. Cuando una persona solicita la reparación de un equipo, el técnico que le realizara la reparación le garantiza que su trabajo solucionara el desperfecto que presente, en este mismo orden de ideas, también existe un tiempo comprendido en el que luego de la reparación si presenta un daño, el equipo debe ser devuelto para una revisión³¹.

²⁹ ingeniería industrial online; consultado en línea octubre 2016; disponible en: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/mantenimiento/>

³⁰ WIKIPEDIA; consultado en línea octubre 2016; disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Repuesto>

³¹ concepto definición; consultado en línea octubre 2016; disponible en: <http://conceptodefinicion.de/garantia/>

9. MARCO TEORICO

Para determinar la viabilidad del proyecto es importante cuestionar, que herramientas se utilizaran para realizar los estudios necesarios, los cuales con sus resultados ayudaran a determinar, si es viable, o no, que éxito, y qué impacto tendrá, el proyecto al momento de llevarlo a la práctica.

Por lo cual se analizaran conceptos de modelos utilizados para determinar estas variables, muy importantes para la administración de empresas y desarrollo de proyectos como son: modelo canvas, modelo muy utilizado por empresas de la región de Palmira, ya que se ha impulsado la utilización de esta herramienta en la región con incentivos como el fondo emprender, y capacitaciones en la cámara de comercio de la ciudad para el desarrollo de nuevos proyectos. Modelo de las 5 fuerzas de porter, y el modelo de innovación empresarial del señor Rodrigo Varela.

Como primer punto del marco teórico para la realización del proyecto, se

Analiza:

9.1 EL MODELO CANVAS

El modelo canvas tiene su origen en la tesis doctoral que realiza Osterwalder (2004), y constituye un nuevo modelo de análisis de estrategia para definir modelos de negocio. La contribución principal que

realiza Osterwalder, es la conceptualización de los principales elementos que forman parte de un modelo de negocio. En un proceso de definición, implementación y seguimiento de la estrategia de una empresa, aporta como una cuestión fundamental la necesidad de poner el foco en el modelo empresarial y, por lo tanto, la descripción de dicho modelo de negocio adquiere una relevancia significativa. Para describir el modelo de negocio de una empresa, Osterwalder parte de las cuatro áreas principales que constituyen las cuestiones fundamentales de una compañía, y con la influencia previa de Kaplan y Norton (1996), plantea como pilares de un modelo empresarial los siguientes aspectos: 1) Producto, 2) Perspectiva del cliente, 3) Gestión de la infraestructura y 4) Aspectos financieros³²

Adicionalmente, a fin de obtener un nivel mayor de detalle e interrelación de las áreas que forman el modelo de negocio, describe los nueve elementos fundamentales que en su opinión lo componen:

- Propuesta de valor: Dicha propuesta describe la totalidad del valor que los productos y servicios de la empresa entregan a sus clientes, entendida en su globalidad. Es el elemento que conecta la empresa con las necesidades de sus clientes.

Segmento de clientes: El segmento de clientes identifica un conjunto homogéneo de clientes a los que la empresa desea ofrecer su propuesta de

³² google académico; Auto evaluación de la gestión por parte de pequeñas empresas y microempresas: Estudio exploratorio; consultado en línea febrero 2017; disponible en: <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/14008/Lucia-Clara%20Banchieri.pdf?sequence=1&isAllowed=y>; pag. 482

valor. La distinción de este elemento en el modelo refuerza la decisión de elegir aquellos segmentos de clientes a los que dirigirse y, por lo tanto, aquellos a los que puede ser necesario descartar.

Relaciones con los clientes: Trata de la tipología de contactos que se establecen entre la compañía y sus clientes, y describe la clase de relaciones que construye con ellos.

Canales: Son las diferentes vías que utiliza la empresa para ponerse en contacto con sus clientes. Este elemento se refiere a la forma en que una empresa actúa en el mercado, la forma en que capta a sus clientes y cómo interactúa con ellos.

Recursos clave: Define los recursos y capacidades que son imprescindibles para crear valor para el cliente. Incluye recursos físicos, intelectuales, humanos y económicos que son necesarios, los cuales pueden ser en propios, alquilados o facilitados por un partner externo

Actividades claves: Describen el tipo de actividades que son necesarias para llevar acabo la creación de valor para el cliente y para la entrega de ese valor; más allá de las áreas funcionales de la empresa. Es necesario identificarlas para cada modelo de negocio

Asociaciones clave: Describe todos aquellos acuerdos con terceros a fin de entregar valor al cliente. Tal como hemos mencionado, los recursos o capacidades necesarias que no se disponen internamente, pueden

obtenerse mediante colaboraciones (entendidas a largo plazo), denominadas en el modelo como “asociaciones clave”.

Ingresos: Describe todas las fuentes de ingresos generadas como consecuencia de la entrega de la propuesta de valor a los clientes. Aquí identificamos la cantidad que están dispuestos a pagar los clientes a cambio del valor que reciben.

Costes: Describe los costes incurridos como consecuencia del desarrollo de las actividades ejecutadas y de los recursos utilizados en el modelo de negocio. El estudio de Osterwalder (2004), fue posteriormente convertido en herramienta de innovación estratégica junto con la colaboración de Pigneur (Osterwalder & Pigneur, 2009). La representación del modelo en el llamado “lienzo de negocio” ha popularizado una novedosa metodología para mejorar la comprensión de los modelos de negocio existentes, así como para diseñar, entender e innovar otros nuevos. Los nueve elementos anteriormente descritos se representan gráficamente en un lienzo (canvas)³³ (33).

Otro de los modelos importantes para la administración de empresas, y que sirve para analizar a fondo el desarrollo de un proyecto es:

CINCO FUERZAS DE POTTER

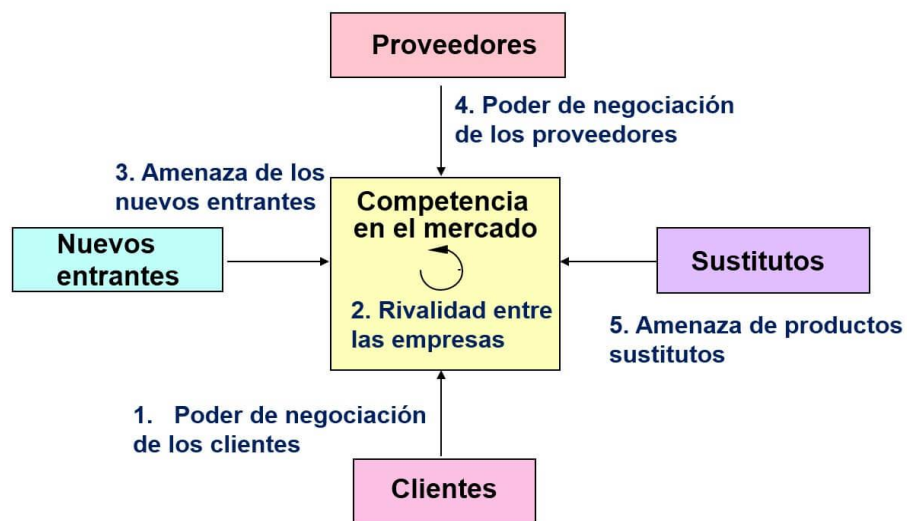
Las 5 fuerzas de Porter son esencialmente un gran concepto de los negocios por medio del cual se pueden maximizar los recursos y superar a la

³³ Google académico; Auto evaluación de la gestión por parte de pequeñas empresas y microempresas: Estudio exploratorio; consultado en línea febrero 2017; disponible en: <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/14008/Lucia-Clara%20Banchieri.pdf?sequence=1&isAllowed=y>; pag. 483

competencia, cualquiera que sea el giro de la empresa. Según Porter, si no se cuenta con un plan perfectamente elaborado, no se puede sobrevivir en el mundo de los negocios de ninguna forma; lo que hace que el desarrollo de una estrategia competente no solamente sea un mecanismo de supervivencia sino que además también te da acceso a un puesto importante dentro de una empresa y acercarte a conseguir todo lo que soñaste.

Se comienza desarrollando la visión de la empresa, estableciendo después la estrategia necesaria para cumplir la visión de la empresa. Se debe tener en cuenta desde los factores cuantitativos y cualitativos hasta lo más abstracto como el poder y la jerarquía dentro de una empresa³⁴

Grafica 13 LAS 5 FUERZAS DE PORTER.



Fuente: <http://www.5fuerzasdeporter.com>

³⁴ Las 5 Fuerzas de Porter, Clave para el Éxito de la Empresa; consultado en línea octubre 2016; disponible en: <http://www.5fuerzasdeporter.com/>

El modelo de las Cinco Fuerzas de Potter especifica que: “Existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La corporación debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial”³⁵.

Los egresados de la universidad del valle sede Palmira, IVONNE KARINA ESCOBAR ESCOBAR, y FREDY ALEXANDER ESTRADA PINCHAO definieron estas cinco fuerzas en su trabajo de grado, de la siguiente manera:

1. **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** El atractivo del mercado o el segmento depende de qué tan fáciles de franquear son las barreras para los nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.
2. **Rivalidad entre los competidores:** Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerra de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.
3. **Poder de negociación de los proveedores:** Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien

escobar escobar Ivonne Karina; estrada pinchado Fredy Alexander; VIABILIDAD PARA LA CREACION DE UNA INCUBADORA DE EMPRESAS EN EL MUNICIPIO DE PALMIRA (V), PARA APOYAR LA FORMACION Y/O DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS; consultado octubre 2016 página 70-71

organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido.

4. **Poder de negociación de los compradores:** Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, porque permite que pueda haber sustituciones por igual o menor costo.
5. **Amenaza de ingreso de productos sustitutos:** Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

Los cinco factores determinan la rentabilidad de la industria porque influyen en los precios, en los costos y en la inversión que deben realizar las compañías, es decir, en los elementos del rendimiento. Las fuerzas de los compradores inciden en los precios, lo mismo que en la amenaza de sustitución. También influye en los costos y en la inversión porque los clientes más poderosos exigen un servicio caro. El poder negociador de los proveedores determina el costo de las materias primas y de otros insumos. La intensidad de la rivalidad afecta a los precios y a los costos de competir en las áreas de la empresa.

9.2 MODELO INNOVACION EMPRESARIAL

Para el señor Rodrigo Varela, director del centro de desarrollo de espíritu empresarial de la universidad ICESI. En el desarrollo del proceso empresarial, hay una serie de etapas que cubren desde la identificación de idea hasta la conformación definitiva de la oportunidad de empresa, que a veces todos damos por hechas, por triviales y no les dedicamos un esfuerzo conceptual y pedagógico importante.

La creación de una empresa, es un proceso, y por ello está conformado por una serie de etapas que tienen una racionalidad, que permite al empresario ir tomando las decisiones requeridas en forma secuencial. Estas etapas están definidas por: idea, Idea de Empresa, Oportunidad de Empresa, Plan de Empresa, Arranque, Crecimiento y Desarrollo³⁶

Idea: que simplemente es una noción elemental sobre una concepción de algo que se quiere o se planea hacer. En esta etapa las ideas son muy genéricas y numerosas y por ello hay necesidad de avanzar un poco en ellas mediante procesos de desarrollo de evaluación y de decisión, hasta convertirlas en

Ideas de empresa: que como su nombre lo indica implica aplicaciones mucho más específicas de la idea, al entorno de los componentes propios de

³⁶ Varela, Rodrigo; de la idea al plan de empresa; consultado en línea 16 de febrero 2017; disponible en:
https://www.researchgate.net/profile/Rodrigo_Varela2/publication/44294345_De_la_idea_al_plan_de_empresa/links/55cbb87508aebc967dfe1de1.pdf; pag.1

la empresa: mercados, clientes, productos, tecnología, contactos, etc. En esta etapa se empieza a delinear la posible empresa y el empresario empieza a asociar sus valores orientaciones y competencias. Igual que en todas las etapas este diseño de la idea de empresa implica una profunda revisión de variables, un análisis de condiciones de entorno, una confrontación de los valores, orientaciones y competencias del empresario y por lo tanto, de nuevo, los procesos de evaluación y decisión siguen aplicándose en forma muy intensa.

Oportunidad empresarial: Que es la integración total de los componentes de la empresa con la situación del entorno y del empresario para lograr un direccionamiento más específico y concreto de la empresa. Aquí se definen los grandes marcos de acción sobre los cuales va a analizarse la orientación de la empresa: se estructuran formalmente el concepto de empresa, el modelo de empresa y el marco de referencia para el plan de empresa. Es obvio que estas grandes definiciones, que empiezan a marcar un derrotero muy específico para la empresa y el empresario, son producto de procesos de evaluación y decisión de múltiples alternativas de acción que existen en relación a cada variable.

9.3 Componentes del Proceso Empresarial

en cuanto a los componentes de toda empresa, la metodología del CDEE-ICESI, plantea la integración de los 5 componentes definidos por Vespers: Conocimiento Técnico, Oportunidad, Contactos Personales, Recursos y Clientes con Pedido; y los 5 factores fundamentales para el desarrollo, planteados por Varela: los Recursos

Naturales en su amplio sentido y no solo Tierra, Recursos Humanos Capacitados y no solo Mano de Obra, Recursos Financieros y no solo Capital, Recursos Tecnológicos e Información y Redes Empresariales. De esta integración se llegó a una nueva estructura, compuesta por ocho componentes: Clientes con pedido, Información del Entorno, Tecnología, Recursos Naturales, Recursos Humanos, Recursos Financieros, Redes Empresariales y Oportunidad³⁷

Clientes con pedido: Una empresa solo tiene sentido cuando hay personas que se interesan realmente por acceder a los bienes o servicios que ella ofrece. Estas personas son los clientes que se acercan a ellas, colocan pedidos, pagan bien sea con recursos monetarios, o con especie, o con la sinceras gracias (caso en el cual habrá que buscar fuentes de recursos para mantener viva la empresa), y vuelven a repetir el ciclo. Debe quedar muy claro que independientemente del objetivo económico o de la estructura jurídica de la empresa, o de cualquier otra característica, empresa que no tiene clientes con pedido es empresa muerta. Este concepto, tan importante, a veces se olvida o se le da poca importancia y allí se comete uno de los grandes errores del proceso. De esta forma, las acciones de mercadeo, venta y cobro son piezas muy especiales del rompecabezas que dan origen y subsistencia a toda empresa. Recuerde que se produce para vender y que si no hay clientes que compren, paguen y vuelvan a comprar el ciclo vital de la empresa termina y con ello la razón de ser de la misma.

³⁷ 37)Varela, Rodrigo; de la idea al plan de empresa; consultado en línea 16 de febrero 2017; disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Rodrigo_Varela2/publication/44294345_De_la_idea_al_plan_de_empresa/links/55cbb87508aebc967dfe1de1.pdf; pag.1

Información del Entorno: La empresa opera en un entorno que en forma directa la condiciona. Ese marco de referencia o condiciones de entorno deben ser leídas y analizadas permanentemente por el empresario para poder implementar en la empresa las acciones que sean requeridas para enfrentar ese proceso. Esta información del entorno incluye información sobre todos los otros siete componentes, pero también incluye información sobre factores del tipo: económico, político, legal, tributario, ambiental, social, cultural, etc. que de una forma u otra afectan directamente el devenir de la empresa. En resumen el empresario requiere estar muy informado sobre todo lo que puede afectar a la empresa y tomar decisiones con base a dicha información.

Tecnología: Toda empresa requiere tecnología y ella debe estar disponible al mejor nivel que las condiciones de competitividad empresarial exijan. En este sentido la empresa, bien sea a través de su líder empresarial, de su equipo empresarial, de su personal o de sus proveedores tecnológicos debe garantizar los conocimientos y las prácticas científico – tecnológicas y de gestión que sean requeridas, no solo para hacer efectiva una ventaja competitiva hoy, sino también para estar en capacidad de adecuarse a todos los cambios que se puedan presentar en el desarrollo de la empresa. Es importante recordar que el término tecnología incluye simultáneamente las tecnologías duras basadas en ciencia e ingeniería y las tecnologías blandas basadas en aspectos humanos y de gestión.

Recursos Naturales: Los recursos naturales son de diferentes tipos, y por ello las demandas que una empresa pueda tener de ellos varían

sustancialmente. Los recursos naturales más frecuentes hacen relación a: tierra, agua, aire, minerales, clima, luminosidad, posición geográfica, tipo de suelos, flora, fauna, ambiente, paisaje, relieve, topografía, etc. Estos recursos naturales a veces son infraestructura básicas de la empresa, o materias primas y o servicios derivados de dichos recursos naturales o de la transformación de ellos.

Recursos Humanos: Toda empresa, requiere personas para desempeñar las distintas funciones exigidas para la operación de ella. Desde el líder empresarial, pasando por el grupo empresarial, el cuerpo ejecutivo, el personal administrativo y de operación, la empresa requiere disponer del mejor personal para su operación. Es pues necesario al estructurar cualquier empresa, identificar las necesidades de talento humano que se requieren en cada una de las diversas posiciones y garantizar la presencia de esas personas, con las competencias requeridas para poder llevar a cabo eficientemente sus funciones.

Recursos Financieros: Indiscutiblemente, muchos aspectos del funcionamiento de la empresa están claramente asociados al tema recursos financieros, pues son ellos los que permiten adquirir muchos de los componentes anteriores. Estos recursos financieros representados en capital o en mecanismos alternativos de financiación, son vitales tanto para iniciar la empresa como para crecerla, y el empresario y la empresa, igual que para cualquier otro componente, debe tener una identificación clara de las necesidades y unas estrategias específicas para conseguirlo.

Redes Empresariales: en las empresas, igual que en toda actividad humana, el principio de que el éxito es más viable con apoyo de otras personas que contra ellas, es aplicable siempre. Existen suficientes evidencias de que el éxito de toda empresa está asociado con la red empresarial, entendida esta como todo el conjunto de relaciones pertinentes a la empresa, que el empresario y/o el grupo empresarial tengan, pues esas relaciones facilitan enormemente todos los procesos operativos y de consecución de los demás componentes del “octágono empresarial”. Varios autores han indicado que en el éxito de la empresa es tan o más importante el “No Who”, que el “Know How” o sea que la red de contactos puede ser tan o más valiosa que el conocimiento de la empresa. Por ello todo empresario tiene que dedicar muchos esfuerzos, a identificar las distintas personas, organizaciones, instituciones, elementos de apoyo, colegas empresarios, etc., que en cualquier momento pueden ser vitales para el desarrollo de cualquier elemento de su empresa; y a establecer las relaciones positivas que permitan lograr el apoyo requerido.

Oportunidad: Este componente tiene que ver con el hecho de que la empresa sea, en el sentido estricto de la palabra, oportuna, o sea que este en el lugar, momento, forma y con la actitud adecuada para poder aprovechar adecuadamente la ventaja competitiva que tiene. Este concepto de oportunidad es el que permite atender los gustos, deseos, necesidades, expectativas y exigencias de nuestros clientes, o es el que permite usar la tecnología apropiada, o es el que permite que se usen los recursos humanos, informáticos, tecnológicos, financieros, naturales, en forma adecuada. La empresa requiere mantener una filosofía

de oportunidad, de estar permanente identificando las variables de lugar, momento, forma y actitud para poder mantener su ventaja competitiva.

Otros aspectos importantes para el desarrollo de un proyecto son teorías como las expuestas por el señor marcial Córdoba padilla, en su libro, formulación y evaluación de proyectos, como lo son:

9.3.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD:

La decisión de emprender una inversión tiene cuatro componentes básicos:

- El decisor, un inversionista, financiero o analista
- Las variables controlables por el decisor
- Las variables no controlables por el decisor
- Las opciones o proyectos que se deben evaluar.

El análisis del entorno (demográfico, cultural, tecnológico,) donde se sitúa la empresa y del proyecto que se evalúa implementar es fundamental para determinar el impacto de las variables controlables y no controlables. El análisis financiero es una evaluación del desempeño histórico de una firma y un pronóstico de sus posibilidades futuras. También es importante definir las opciones estratégicas de la decisión es un contexto dinámico.

Tipos de factibilidad:

Para recomendar la aprobación de cualquier proyecto es preciso estudiar un mínimo de tres factibilidades que condicionaran el éxito o fracaso de una inversión: la factibilidad técnica, la legal y la economía. Otras factibilidades son las de gestión, política y ambiental.

9.4 Clasificación de los estudios de factibilidad:

- Técnica
- Legal
- Económica
- De gestión ambiental
- Política

Evaluación financiera:

con la finalidad de determinar las bondades del proyecto , como base para la toma de decisiones de inversión, se debe presentar en el primer lugar las proyecciones de los estados financieros : ganancias y pérdidas , flujo de caja para la planificación financiera, balance general y flujo neto de efectivo para medir la rentabilidad de la inversión . Las proyecciones pueden realizarse a precios constantes y /o corrientes; para las ultimas deben establecerse y justificarse previamente las hipótesis asumidas para la oscilación interna de precios, en los diversos componentes de inversión, costo e ingreso.

La rentabilidad de un proyecto se puede medir de muchas formas distintas; en unidades monetarias, en porcentaje o en tiempo que demora la recuperación de la inversión, todas ellas se basan en el concepto del valor tiempo del dinero que, considera que siempre existe un costo asociado a los recursos que se utilizan en el proyecto, ya sea de oportunidad (otros usos) ya sea financiero (préstamo.)

Evaluación Económica

la evaluación de un proyecto no se puede concentrar solo en la evaluación financiera, pues si es cierto, que esta es bastante significativa en la forma de decisiones para la implantación de un proyecto y marca en gran modo el desarrollo del mismo; pero hay también criterios importantes que son empleados en la evaluación de proyectos y que se contemplan dentro de la evaluación económica, dando las orientaciones necesarias acerca de la conveniencia o rechazo que puede tener un proyecto dentro del medio.

Para efectuar la medición de la factibilidad económica de un proyecto se considera principalmente, la posibilidad de contar con recursos financieros, el costo de dichos recursos y la capacidad de las instituciones o las personas interesadas en el proyecto. Se puede efectuar una medición de la relación o indecente los beneficios a obtener con relación a los costos de los proyectos.

Los sistemas económicos están enmarcados bajo los grandes bloques, el sector privado y sector público. Siendo perfectamente claro que el sector público es aquel regido por los estamentos gubernamentales, de orden

nacional, gubernamental o municipal. El sector privado es de todo el grupo social en capacidad de generar bienes o servicios para regular un mercado.

Evaluación social:

La evaluación social constituye la verdadera manera de medir la rentabilidad para la sociedad de la realización de un proyecto en este análisis se incluye todos aquellos aspectos que no tienen valoración clara en el mercado o simplemente que no puede ser apropiados por el proyecto.

Esto es, aquellos aspectos que significan costos para el proyecto y que producen beneficios a los beneficiarios, pero de manera tal que esos beneficios no son apropiados por el proyecto.

Se considera el grado de aceptación del proyecto en función de los factores de tipo cultural, tradiciones, intereses de la comunidad y aceptación de los resultados para tener una visión de estos resultados es aconsejable elaborar una encuesta exploratoria muy rápida.

la evaluación social se basa en principios de la teoría económica, esta supone que para una economía asigne eficientemente los recursos y por lo tanto se obtenga el mayor bienestar posible de esa situación, se deben cumplir con una serie de condiciones, algunas de ellas son:

Los precios deben reflejar adecuadamente los costos de producción y los costos deben reflejar el verdadero costo alternativo de los factores; No

existen bienes y servicios que no se manifiestan en el mercado; Todos los mercados operan de manera eficiente (no existen monopolios, oligopolios, etc.);

Tiene por objetivo identificar, y valorar los impactos de un proyecto sobre el entorno y los posibles efectos del entorno sobre el proyecto, aspecto importante de incorporar en la formulación del mismo. El impacto ambiental del proyecto constituye un aspecto específico de primer orden e incluye:

- Alcance (cuencas, ciudades, áreas etc.) Con denominación de la localización específica.
- Duración en tiempo y alcance espacial de la influencia del proyecto.
- Recursos que se consideran
- Naturaleza del efecto, es decir si es recuperable, difícil de recuperar, y no recuperable.
- Forma de mitigar sus impactos.

La evaluación ambiental es un proceso formal empleado para predecir las consecuencias ambientales de una propuesta o decisión legislativa, la implantación de políticas y programas o la puesta en marcha de proyectos de desarrollos³⁸

³⁸ Córdova Padilla; Marcial; Formulación Y Evaluación De Proyectos; Bogota:Ecoe Ediciones,2006;350p

También siendo muy importan un enfoque organizacional para el desarrollo de la organización y sus actividades debemos recurrir a teorías organizacionales como: teoría de las relaciones humanas.

9.5 Teoría de las relaciones humanas

La teoría organizacional de los seres humanos es conocida por una variedad de nombres, casi tantos cuantos sub enfoques pueden distinguir dentro de la misma. Otras denominaciones son: organización humana , hombre en la organización, gerencia participativa, dirección humanizada , recursos humanos , factor humano en la organización, desarrollo operacional , problema humano de la dirección , psicología humana de la organización , la psicología organizacional , la administración de los recursos humanos, la teoría Z y otros tantos han logrado de este capítulo sostenemos que todas esas denominaciones coinciden en unos supuestos y valores básicos respecto a la organización , el trabajo y el hombre que a pesar de la existencia de diferencias entre algunos de estos sub enfoques en cuanto al nivel a que se aplica y las herramientas que utilizan , estas son relativamente menores rente a la semejanza esencial que tienen y que nos permite incluirlos a todos ellos dentro del enfoque de las relaciones humanas.

La filosofía, en que se basa así como su temática tiene mucha raíz inspiración en la década de los veinte de buscar nuevas formas de incrementar la productividad de los trabajadores, este interés se ejemplifica en los conocidos trabajos realizados en la planta Hawthorne, de la western

electricen las cercanías de Chicago entre los años 1927 a 1932, alrededor de los cuales surgió la escuela de la relaciones humanas.

CORRIENTE DE LAS RELACIONES HUMANAS

¿Por qué nace?

La corriente de las relaciones humanas nace debido a que grandes empresas norteamericanas en la década de 1920 buscan nuevas formas de incrementar la productividad de los trabajadores.

¿Cómo evoluciona?

La relaciones humanas, una misma corriente teórica con diferentes desarrollos a través de siete décadas (1930-2000).

Los diferente sub enfoques de la corriente coinciden en supuestos y valores básicos respecto a la organización del trabajo y el hombre.

¿Quiénes están involucrados en su desarrollo. ?

La teoría de las organizaciones humanas es producto del mundo académico de los estados unidos, con el liderazgo de universidades como Harvard, Michigan y Yale.

Las contribuciones a la teoría han venido principalmente de la psicología y de otras ciencias sociales como la sociología.

Un rasgo caracterizado del enfoque de las relaciones humanas es la estrecha interrelación entre el sector académico y las grandes corporaciones.

Características principales:

Base investigativa empírica

Individuo y pequeños grupo como unidad de análisis

Corriente centrada en las contribuciones de estados unidos.

SUPUESTA BASICOS

Visión de la organización como privada y en especial gran empresa.

La cooperación e integración.

¿La cooperación e integración de interés entre los trabajadores los patrones es posible?

Se ve en la conducta del hombre cargada de aspecto irracionales (40)

Otra de las teorías importantes para el desarrollo del proyecto es una relacionada con el servicio al cliente.

9.6 EL TRIÁNGULO DEL SERVICIO

El servicio se ve corrientemente en una forma plana, en la cual la relación se produce entre el cliente y el personal de línea frontal, entendiéndose por este último las personas que prestan el servicio en relación directa e inmediata con el cliente. Para la mayoría de los escritores del tema servicio, esta es una labor delegada al personal de línea frontal. Se supone que en ellos recae el mayor peso del servicio al cliente. Esta es una forma sencilla de ignorar el

fondo del asunto, dejando de considerar otros elementos que componen el servicio. Para Jan Carlson, el servicio es algo más complejo y para ello desarrolló un concepto en el cual intervienen los elementos que interactúan en un proceso de servicio. Para describirlo ideó el triángulo del servicio. Lo particular de este concepto es concebir el servicio como un todo, que se encadena y que actúa alrededor del cliente, manteniendo relaciones simbióticas entre los diversos elementos del llamado triángulo del servicio: la estrategia del servicio, el personal y los sistemas. Resulta evidente que si no existe una Estrategia del Servicio, diseñada para cada empresa en particular, y atendiendo las necesidades concretas de los clientes de la misma, es muy difícil que el todo funcione. Las empresas son muy diferentes en su naturaleza y al igual que los humanos que la componen son peculiares. No pueden existir fórmulas generalizadas, aplicables a todos por igual. Una estrategia debe considerar objetivos y metas concretas para el servicio de cada organización, y definir la logística para dar soporte al personal y los sistemas que dan el servicio al cliente. Por "sistemas" en este caso se entienden todos los elementos no-humanos que interactúan con el cliente, tales como sistemas de comunicación, sistemas informáticos, máquinas vendedoras automáticas, .sistemas de audio o video, Ascensores, escaleras mecánicas y otros muchos. Como conocemos muy bien, cada día se incorporan nuevos artefactos digitalizados inteligentes y dada la constante reducción de costo de las tecnologías, esto se incrementará en el futuro.(41)

10. MARCO JURIDICO

10.1 ISO 9001

Sistemas de gestión de la calidad Desde 1987, la Norma ISO 9001 enfocada a los Sistemas de Garantía de Calidad, ha ido evolucionando y estableciendo el marco de referencia para la gestión de la misma. En Septiembre de 2015 ha dejado de estar vigente la cuarta versión de la Norma internacional ISO9001:2008 “Sistemas de Gestión de la Calidad” Norma de reconocido prestigio, tanto en su aplicación como por su extensión, siendo sustituida por la nueva Norma ISO 9001:2015 Los plazos y resultados relativos al proyecto de elaboración de esta revisión de la Norma ISO 9001, se aprobaron formalmente en diciembre de 2012 y tras diferentes etapas de trabajo del Comité Internacional encargado de su revisión y actualización, ha culminado su labor en Septiembre de 2015 con la publicación de la quinta versión de esta Norma ISO 9001

10.2 ISO 14001

La iso 14001 es una serie de normas internacionales para la gestión medioambiental. Es la primera serie de normas que permite a las organizaciones de todo el mundo realizar esfuerzos medioambientales, y medir la actuación de acuerdo con unos criterios aceptados internacionalmente. La iso 14001 es la primera de la serie 14000 y especifica los requisitos que debe cumplir un sistema de gestión ambiental. La iso 14001 es una norma voluntaria y fue desarrollada por la international organization for standardization (iso) en ginebra. Está dirigida a ser aplicable

a “organizaciones de todo tipo y dimensiones y albergar diversas condiciones geográficas, culturales y sociales “. El objetivo general tanto de la iso14001 como de las demás normas de la serie 14000 es apoyar la protección medioambiental y la prevención de la contaminación en armonía con las necesidades socioeconómicas.

10.3 LEY 590 DEL 10 DE JULIO DE 2000 LEY MIPYME

La ley establece la inclusión de las políticas y programas de promoción de MIPYMES en el Plan Nacional de Desarrollo de cada gobierno. Origen: 97% de las empresas; generan el 63% del empleo nacional; aportan el 37% al PIB nacional; estructura productiva flexible, mayor capacidad de respuesta a los cambios en la demanda.

10.4 LEY 905 DEL 2 DE AGOSTO DE 2004

Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 ley mi pyme y se dictan otras disposiciones. Las modificaciones de la Ley 590, están encaminadas a Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de micro, pequeñas y medianas empresas (Mi pymes).

Se crea el Sistema Nacional de Mi pymes, conformado por los consejos superior de pequeña y mediana empresa, el consejo superior de microempresa y los consejos regionales; amplió la conformación del consejo

superior de la microempresa, del consejo superior de la pequeña y mediana empresa y consejo regional;

Programas educativos para Mi pymes y de creación de empresas. El Sena, las universidades e institutos técnicos y tecnológicos, sin perjuicio de su régimen de autonomía, considerarán lo dispuesto en la presente ley a efecto de establecer diplomados, programas de educación no formal, programas de extensión y cátedras especiales para las Mi pymes y a promover la iniciativa empresarial.

10.5 LEY 1014 DE ENERO 26 DE 2006

De fomento a la cultura del emprendimiento, promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país.

Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas.

Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento.

Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento, en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica

secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento.

Propender por el desarrollo productivo del micro y pequeñas empresas innovadoras.

Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes,

Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial

Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

10.6 DECRETO NUMERO 4463 DE 2006

Artículo 1°. Podrán constituirse sociedades comerciales unipersonales, de cualquier tipo o especie, excepto comanditarias; o, sociedades comerciales pluripersonales de cualquier tipo o especie, siempre que al momento de su constitución cuenten con diez (10) o menos trabajadores o con activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes. Dichas sociedades, podrán constituirse por documento privado.

10.7 LEY DE REFORMA LABORAL 789 DE 2002

La Ley de Reforma Laboral 789 de 2002 dio paso a la conformación del Fondo Emprender del SENA, por medio del cual se han beneficiado alumnos de esta Entidad, universidades y profesionales egresados con no más de dos años de haber obtenido su primer título profesional, mediante 3.158 planes de negocio avalados a la fecha, beneficiarios de recursos de capital semilla hasta por el equivalente a 224 salarios mínimos legales mensuales vigentes, que en el 2006 representan alrededor de 91 millones de pesos, recursos estos que al igual que los 100 millones de pesos de tope para beneficiar proyectos evaluados y aprobados para la creación de empresas por medio de las incubadoras, deja ver que no estamos tan mal en Colombia, no obstante las limitaciones financieras propias de nuestro entorno, si se compara con la experiencia de la Organización para Pequeñas y Medianas Empresas e Innovación Regional del Japón, que dispone de recursos anuales hasta por el orden de 26 mil millones de dólares, que para el caso de creación de empresas, los emprendedores reciben subvenciones hasta por 50 mil dólares, equivalentes a unos 110 millones de pesos colombianos, los cuales se desembolsan a más tardar en un año después de cumplir con las metas establecidas en el cronograma.

11. CÓDIGOS DE COMERCIO Y LABORAL

- Reglas
- Normatividad
- Procedimientos

- Pautas
- Tipos de sociedades
- Participaciones
- Obligaciones
- Contratación laboral
- Liquidaciones a empleados

12. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA 1991 TÍTULO XII DEL RÉGIMEN ECONÓMICO Y HACIENDA PÚBLICA

Título XII Del Régimen Económico y de la Hacienda Pública, Artículo 333, establece la libertad económica y toma la empresa como la base para el desarrollo.

ARTICULO 332. El Estado es propietario del subsuelo y de los recursos naturales no renovables, sin perjuicio de los derechos adquiridos y perfeccionados con arreglo a las leyes preexistentes.

ARTICULO 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.

La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.

La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación

13. PASOS PARA IMPORTAR EN COLOMBIA

1. Ubicación de la su partida arancelaria:

Usted tiene dos opciones:

1) Consultando directamente el arancel de aduanas.

2) Con la ayuda informal que le brinda el ZEIKY. (Es importante aclarar que la DIAN es el único Ente autorizado para determinar la clasificación arancelaria, según el Decreto 2685/99 Art.236 y la Resolución 4240/00 Art. 154 al 157 de la DIAN – División de Arancel, tel. 6079999 Ext. 2128/2129. Costo: medio salario mínimo).

2. Estudio de mercado:

Realice un estudio de mercado y de factibilidad económica de la importación, analizando entre otros aspectos: precio del producto en el mercado internacional, costos de transporte internacional, costos de nacionalización y demás gastos a que hubiere lugar.

3. Identificación del producto:

3.1 Verifique la sub partida arancelaria del producto a importar para que a través de ésta, pueda saber los tributos aduaneros (gravamen arancelario e impuesto sobre las ventas, IVA) y demás requisitos para su importación.

3.2 Consulte el Arancel de Aduanas para verificar si el producto a importar está sujeto a vistos buenos e inscripciones previas ante entidades como ICA, Invima, Ministerio de Minas, Ministerio de Ambiente, Ministerio de Transporte, Ministerio de Agricultura, Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, Superintendencia de Industria y Comercio, Ingeominas, entre otras.

En caso de que su producto no esté sujeto a ningún requisito previo no se requiere la autorización de registro de importación.

3.3 Si su actividad es el comercio de bienes debe estar inscrito en la Cámara de Comercio y solicitar el Registro Único Tributario (RUT), en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN, para solicitar el Número de Identificación Tributaria NIT, en Bogotá en la Calle 75 # 15-43 (Personas Naturales) o en la Carrera 6 # 15-32 (Personas Jurídicas).

4. Trámite ante El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: en caso de requerirse Registro de Importación

Este procedimiento se hace únicamente por medio electrónico por la página Web: www.vuce.gov.co

Para Importación de bienes cuyo valor sea Mayor a USD1.000:

- a) Se debe adquirir Firma Digital ante una entidad autorizada por la Superintendencia de Industria y Comercio (Certicamara).
- b) Inscripción en el Grupo Operativo a través del correo registro@mincomercio.gov.co (RUT, Nombre de la empresa, Nombre del representante legal, dirección de correo electrónico, número de teléfono, fax, dirección y ciudad de domicilio). Por medio de correo electrónico, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo asigna un usuario y una contraseña.
- c) Diligenciamiento del registro a través del sistema VUCE: www.vuce.gov.co, ingresar por el módulo de Importaciones y realizar el correspondiente pago vía electrónica. El valor del Registro de Importación por cada 1800 caracteres es de \$30.000.

Para Importación de bienes cuyo valor sea menor a USD1.000:

- a) Inscripción en el Grupo Operativo, Calle 28 # 13 A 15 Local 3, con Cámara de Comercio y RUT
- b) Firma de Condiciones de Uso en el grupo operativo. A través de correo electrónico se asigna un usuario y una contraseña.
- c) Elaboración del registro de importación a través del Sistema VUCE, en www.vuce.gov.co.

d) Pago de Registro de Importación electrónica.

Nota: El importador que utilice una Agencia de aduanas o un Apoderado Especial para diligenciar el Registro de Importación, deberá tramitar un poder autenticado y radicarlo en la Calle 28 # 13 A -15 Local 3, junto con el formato de condiciones de uso VUCE.

Para aquellas empresas o personas que tengan firma digital y quieran llevar base de datos de los registros realizados, pueden adquirir el aplicativo VUCE en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo que facilitará la transferencia de datos, por un valor de tres salarios Mínimos Legales Vigentes.

5. Procedimiento cambiario en las importaciones:

El Régimen Cambiario establece la obligación de canalizar el pago a través de los intermediarios del mercado cambiario autorizados por la ley (bancos comerciales, corporaciones financieras, etc.). El importador debe girar al exterior las divisas correspondientes al pago de la importación, previo el diligenciamiento del formulario Declaración de Cambio No. 1. Cuando el plazo para el pago sea superior a seis (6) meses (fecha documento de transporte), se constituye en operación de endeudamiento externo y se debe informar al Banco de la República a través de los intermediarios financieros, siempre y cuando la operación sea superior a diez mil dólares, (USD \$10.000) valor FOB y se efectúa dicho procedimiento con el Formulario No. 6, que lo entrega el banco.

6. Otros trámites:

Verifique los términos de negociación (Incoterms) y si le corresponde pagar el valor del transporte internacional, contrate la empresa transportadora con la que se definirán dichos costos para el traslado de la mercancía hasta el puerto colombiano que más convenga y a la cual se podrá dar indicación sobre el Depósito de Aduanas, en el que se desea que se almacene la mercancía mientras se nacionaliza.

7. Proceso de nacionalización:

7.1 Una vez se encuentre la mercancía en Colombia en el Depósito Aduanero, se recomienda solicitar autorización para realizar una pre-inspección con anterioridad a la presentación de la Declaración de Importación y demás documentos, esto cuando surjan dudas acerca de la descripción, números de serie o identificación o cantidad.

7.2 Si el valor de la Importación es igual o superior a USD5.000, se debe diligenciar la Declaración Andina Del Valor En Aduana. Este es un documento soporte de la Declaración de Importación, el cual determina el valor en Aduanas (Base para el pago de los Tributos Aduaneros) de las mercancías objeto de Importación y especifica los gastos causados en dicha operación.

7.3 La liquidación de tributos Aduaneros (Gravamen Arancelario, IVA), se hace a través de la Declaración de importación, el pago de estos impuestos

se realiza ante los intermediarios financieros, en las aduanas en donde opera el Sistema Informático Siglo XXI, los formularios se hacen por medio electrónico.

7.4 Según el Estatuto Aduanero (Decreto 2685/99) podrán actuar directamente ante la DIAN:

- Las personas Jurídicas que realicen importaciones que individualmente no superen el valor FOB de mil dólares americanos (USD1.000), quienes actuarán de manera personal y directa a través de su representante legal o apoderado.
- Las personas naturales que realicen importaciones que individualmente no superen el valor FOB de mil dólares americanos (USD1.000), quienes deberán actuar de manera personal y directa.
- Los viajeros en los despachos de sus equipajes.

Nota: Cuando se trate de importaciones cuyos montos sean superiores a mil dólares americanos (USD1.000), se debe contratar los servicios de una agencia de aduanas, para que realice este proceso.

7.5 Para el levante o retiro de la mercancía, una vez cancelados los tributos aduaneros, debe dirigirse al Depósito Habilitado de Aduanas donde se encuentre la mercancía y presentar los siguientes documentos, los cuales serán revisados por un funcionario de la Aduana respectiva, y que deberán conservarse por un término de cinco años como mínimo:

- I. Factura comercial
- II. Lista de Empaque
- III. Registro o Licencia de Importación, si se requiere.
- IV. Certificado de Origen (Según el producto y el Origen)
- V. Declaración de Importación
- VI. Documento de Transporte (Guía Aérea – Conocimiento de Embarque)
- VII. Declaración Andina del Valor en Aduana, Si se requiere
- VIII. Otros certificados o vistos buenos, si se requieren.

7.6 El sistema informático aduanero determina si podrá efectuarse levante automático o si se requiere inspección física de la mercancía. En el primer caso, podrá retirar la mercancía una vez sea autorizado por el Depósito o Funcionario Aduanero, en el segundo caso el inspector de la DIAN verificará la concordancia de lo declarado en los documentos con la mercancía para la cual se solicita autorización de levante.

Importación de Muestras sin Valor Comercial:

Se consideran muestras sin valor comercial aquellas mercancías declaradas como tales y estén amparadas en una factura pro forma o comercial. Para la importación de estas mercancías no se requiere registro o licencia de importación, salvo que por su estado o naturaleza requieran el cumplimiento de vistos buenos o requisitos que conlleven a la obtención de licencias o registros de importación.

En todo caso estos bienes están sujetos al pago de Tributos Aduaneros de acuerdo al estipulado en la sub partida arancelaria correspondiente.

14. METODOLOGIA

Para el proyecto se buscará desarrollar inicialmente una investigación exploratoria previa que proporcionará la información básica acerca de las condiciones en que el servicio es demandado y ofertado en la región de la ciudad de Palmira y sus alrededores.

Además de realizar un reconocimiento geográfico del terreno en el que se plantea la ubicación de la importadora, las empresas que serán futuros clientes, y las instalaciones por las cuales llegaran los productos. Para así luego comercializarlos, y realizar su respectivo mantenimiento. El lugar se encuentra estratégicamente ubicado ya que en sus cercanías está los clientes, el puerto marítimo de la ciudad de Buenaventura y el aéreo puerto internacional Alfonso Bonilla Aragón.

Se desarrollara un tipo de investigación descriptiva y cualitativa en la cual se aplicara un conjunto de métodos y procedimientos científicos para recolectar datos puros y generar estructura de datos que describan las características (actitudes, intenciones, preferencias, hábitos de compra, evaluaciones estratégicas actuales de mezcla de marketing) de una población objetivo en este caso empresas industriales de Palmira y otras ciudades del valle del Cauca (42).

14.1 FASES METODOLOGICAS

14.1.1 Fase exploratoria:

En este punto de la investigación se determinaron fuentes primarias y secundarias que dieran a conocer datos iniciales en la investigación, para elaborar un diagnóstico inicial de la problemática que se quiere solucionar con el proyecto.

Siendo así que con los datos recolectados se definió el problema de investigación, y se precisó el tipo de encuesta a realizar.

14.1.2 Fase diseño del cuestionario:

En esta fase se determinó el diseño del cuestionario, se elaboraron y determinaron las preguntas a realizar. Para realizar un instrumento indicado el cual sirva para la recolección de datos precisos. Para recoger la información necesaria y convertirla en datos estadísticos, que sirvan para determinar la viabilidad del proyecto

14.1.3 Fase de medición:

En esta fase se medirán los datos recolectados durante el desarrollo de la investigación, los cuales arrojarán características precisas de los datos que se quieren y se buscan dar a conocer.

14.1.4 Fase de tabulación y análisis de datos:

Después de recolectar los datos con la población deseada se totalizaron las respuestas de las encuestas, se realizó una tabulación para cada una de las preguntas realizadas a las empresas de la región, mediante un método porcentual, graficado, y las cuales vienen acompañadas de un análisis desarrollado de acuerdo a la información recolectada.

14.1.5 Fase estudio técnico y económico:

En esta fase se determinó como influye la información recolectada en los cuestionarios, realizados a las empresas de la región, para determinar si es viable técnica y económicamente el desarrollo del proyecto.

14.1.6 Fase de conclusiones y recomendaciones:

A partir de los análisis técnicos y financieros, que se pudieron realizar por la información recolectada, se definen conclusiones y recomendaciones para el desarrollo del proyecto.

14.2 Población

Una población es un grupo o congregación de elementos (por ejemplo, gente, productos, organizaciones; y entidades físicas,) de interés para el investigador y pertinente para el problema de información específico (40). En este caso la población serán las empresas grandes Y MEDIANAS del sector industrial matriculadas en la cámara de comercio de la ciudad de Palmira, que equivalen al 5% de 1337 empresas en este sector para el año 2015.

14.3 Muestra

Para definir mejor el nicho de mercado a analizar en este proyecto, se accedió a la base de datos de la cámara de comercio de la ciudad de Palmira, para determinar que numero de empresas, aprobarán el servicio que se quiere brindar, determinando el tamaño, y el sector específico de producción, el estudio arrojó la siguiente información:

Tabla 10: Empresas Matriculadas En 2017, En La Cámara De Comercio De La Ciudad De Palmira, Definidas Por Sector De Producción, Y Tamaño Grande Y Medianas, De Acuerdo Al Código Ciiu.

CÁMARA DE COMERCIO DE PALMIRA									
DATOS ESTADÍSTICOS DE EMPRESAS RENOVADAS AL AÑO 2016									
Año	Código CIIU	Nombre Sector y/o Actividad Económica	TIPO DE EMPRESA	CIUDAD					TOTAL
				PALMIRA	FLORIDA	PRADERA	CANDELARIA	TOTAL	
2016 y 2017	1051	Elaboración de productos de molinería	Mediana	-	-	-	-		0
			Grande	1	-	-	-	1	1
	1071	Elaboración y refinación de azúcar	Mediana	1	-	-	-	1	
			Grande	-	-	1	-	1	2
	1072	Elaboración de panela	Mediana	1	-	-	-	1	
			Grande	-	-	-	-	0	1
	1610	Aserrado, acepillado e impregnación de la madera	Mediana	-	-	-	-	0	
			Grande	-	-	-	-	0	0
	1620	Fabricación de hojas de madera para enchapado; fabricación de tableros contrachapados, tableros laminados, tableros de partículas y otros tableros y paneles	Mediana	-	-	-	-	0	
			Grande	-	-	-	-	0	0
	17	Fabricación de papel, cartón y productos de papel y cartón	Mediana	5	-	-	-	5	
			Grande	4	-	-	-	4	9
	19	Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles	Mediana	-	-	-	-	0	
			Grande	-	-	-	-	0	0
	20	Fabricación de sustancias y productos químicos	Mediana	1	-	-	2	3	
			Grande	7	-	-	-	7	10
	22	Fabricación de productos de caucho y de plástico	Mediana	3	-	-	-	3	
			Grande	2	-	-	-	2	5
	23	Fabricación de otros productos minerales no metálicos	Mediana	4	-	-	1	5	
			Grande	-	-	-	-	0	5
	24	Fabricación de productos metalúrgicos básicos	Mediana	1	-	-	3	4	
			Grande	3	-	-	-	3	7
	25	Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo	Mediana	1	-	-	4	5	
			Grande	-	-	-	-	0	5
	27	Fabricación de aparatos y equipo eléctrico	Mediana	-	-	-	-	0	
			Grande	-	-	-	-	0	0
	28	Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p	Mediana	-	-	-	-	0	
			Grande	-	-	-	-	0	0
	29	Fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques	Mediana	-	-	-	-	0	
			Grande	-	-	-	-	0	0
	31	Fabricación de muebles, colchones y somieres	Mediana	2	-	-	1	3	
			Grande	1	-	-	-	1	4
	33	Instalación, mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo	Mediana	2	-	-	-	2	
			Grande	-	-	-	-	0	2
Total Registros								51	

Empresas matriculadas en 2017, en la cámara de comercio de la ciudad de Palmira, definidas por sector de producción, y tamaño grande y medianas, de acuerdo al código ciiu.(43)

El muestreo aleatorio se realiza usando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2(N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q} \quad n = \text{número de encuestas a realizar}$$

A continuación se definen los parámetros de las variables utilizadas en la fórmula de muestreo.

N: Para definir mejor el nicho de mercado a analizar en este proyecto, se accedió a la base de datos de la cámara de comercio de la ciudad de Palmira, para determinar que numero de empresas, aprobarán el servicio que se quiere brindar, determinando el tamaño, y el sector específico de producción. Dando como resultado un total de 51 empresas.

Z: es una constante que depende del nivel de confianza que se asigne. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean ciertos: un 95.5% de confianza; es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4.5%.

Los valores k más utilizados y sus niveles de confianza son:

K	1.15	1.28	1.44	1.65	1.96	2	2.58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95.5%	99%

Para esta investigación se tomará un margen o nivel de confianza del 95%, equivalente a un nivel del 1,96.

e: Es el error de muestra deseado, es la diferencia que puede haber entre el resultado obtenido preguntado a una muestra de la población y el que se

obtendría si se pregunta al total de ella. Para este caso se usará un margen de error de 0,05 (5%).

p: 0.5

q: 0.5

n: Es el tamaño de la muestra o número de encuestas a realizar, según el resultado arrojado por la fórmula es necesario realizar 58 encuestas como se muestra a continuación:

Reemplazando en la formula, se obtiene:

$$n = 1,96^2 * 51 * 0,5 * 0,5 / 0,05^2 * 51 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5$$

$$n = 48.9804 / 1.0879$$

n= 45.02 entonces 45 encuestas a realizar

14.4 Métodos

14.4.1 Técnicas de recolección de la información

Tomando la decisión de realizar una investigación descriptiva ya que se debe determinar tres factores para la investigación: 1 la naturaleza del problema, 2 las preguntas redefinidas de la información, 3 los objetivos de investigación manifestados Se determina utilizar herramientas como la encuesta para suministrar la información necesaria para el estudio de mercado. Y herramientas estadísticas para determinar si es viable, o no el desarrollo del proyecto.

14.5 Fuentes primarias

Las fuentes de las estructuras de datos y la información que se requieren para resolver problemas de investigación o decisión. En este caso de terminan fuentes primarias representan datos y estructuras puras “de primera mano” que deben recibir alguna interpretación significativa³⁹

La observación: proceso sistemático de atestiguar y registrar los esquemas conductuales de objetos, personas y acontecimientos sin interrogarlos, o comunicarse directamente con ellos⁴⁰. En este caso es muy importante ya que se debe observar a fondo que percepción se tiene de este proyecto, en el entorno y en qué momento se hizo un proceso de observación.

La encuesta: fuente que servirá para recopilar la información necesaria para determinar si es viable o no el proyecto, mediante el encuentro informal entre un representante del futuro cliente y un encuestador, o investigador.

14.6 Tratamiento de la información

Una vez reunidos los datos primarios, el investigador debe aplicar varios procedimientos antes de emprender cualquier análisis de dichos datos.

⁴² Bush p. Robert; investigación de mercados 2a edición mc Graw Hill; 9 de febrero 2017; pag42

⁴³ Bush p. Robert; investigación de mercados 2a edición mc Graw Hill; 9 de febrero 2017; pag 676

Analizar los datos

Este proceso requiere convertir los datos puros en estructuras de datos para generar información significativa y útil para el encargado de tomar decisiones mediante diversas técnicas de análisis de datos, los procedimientos de análisis varían mucho en grado de elaboración y complejidad, de las distribuciones simples de frecuencias (porcentajes) a las medidas estadísticas de muestras (moda, mediana, media, rango, y desviación estándar) a las técnicas de análisis multivariados de datos⁴¹

Transformar las estructuras de datos en información

Se genera la información para tomar decisiones, en esta tarea se decide, se toman los resultados de las pruebas estadísticas de los descubrimientos de la investigación, y se debe generar una interpretación en prosa, esto no significa una mera explicación verbal de resultados⁴²

Resultados encuesta

1) ¿con que frecuencia, adquieren sus máquinas o herramientas?

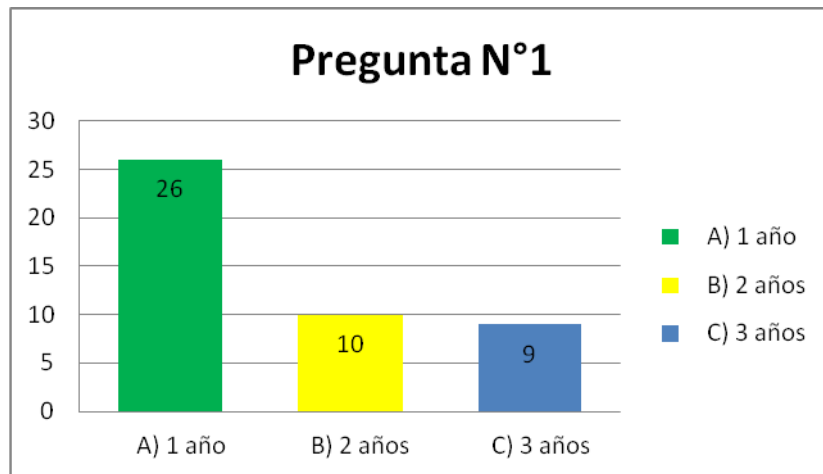
Según la información recolectada el 57.7% de las empresas encuestadas adquieren maquinas o herramientas cada año, lo que equivale a 26

⁴¹ Bush p. Robert; investigación de mercados 2a edición mc Graw Hill; 9 de febrero 2017;

⁴² Bush p. Robert; investigación de mercados 2a edición mc Graw Hill; 9 de febrero 2017;

empresas de la muestra pueden ser clientes potenciales para el proyecto durante el primer año de constitución del mismo.

Grafica 14 Encuesta pregunta N°1.

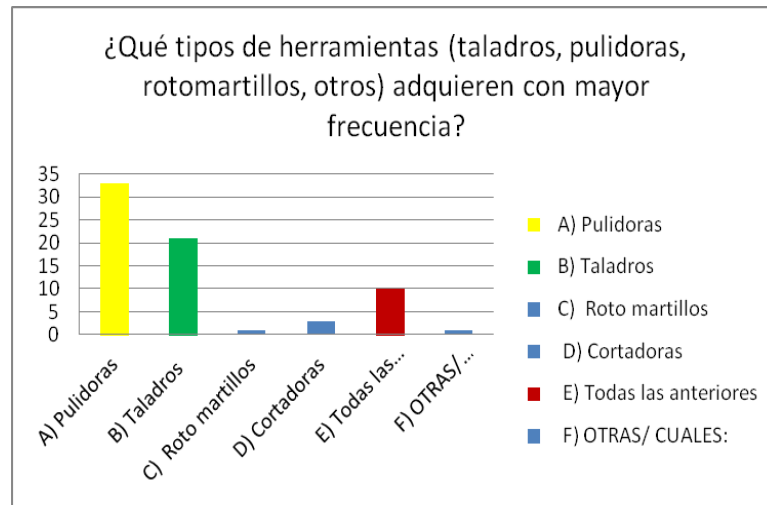


Fuente Elaboración Propia

2) ¿Qué tipos de herramientas adquieren con mayor frecuencia?

Se pudo observar que el producto mayor adquirido por los encuestados fueron las pulidoras, que son herramientas elementales de fácil mantenimiento comparado con otros tipos de herramientas que también son muy demandadas como los taladros.

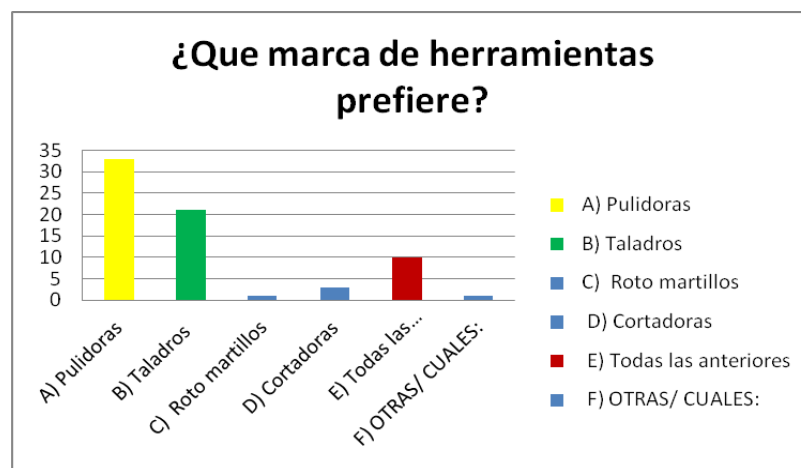
Gráfica 15 Encuesta PREGUNTA N°2.



3. ¿Qué marca de herramientas prefieren?

Según la información recolectada de marca de herramienta preferida por las empresas encuestadas de Dewalt, con un 91.1% lo indica que si se quiere que le proyecto sea exitoso, se debe ofrecer productos de esta manera, para lograr la aceptación en el mercado.

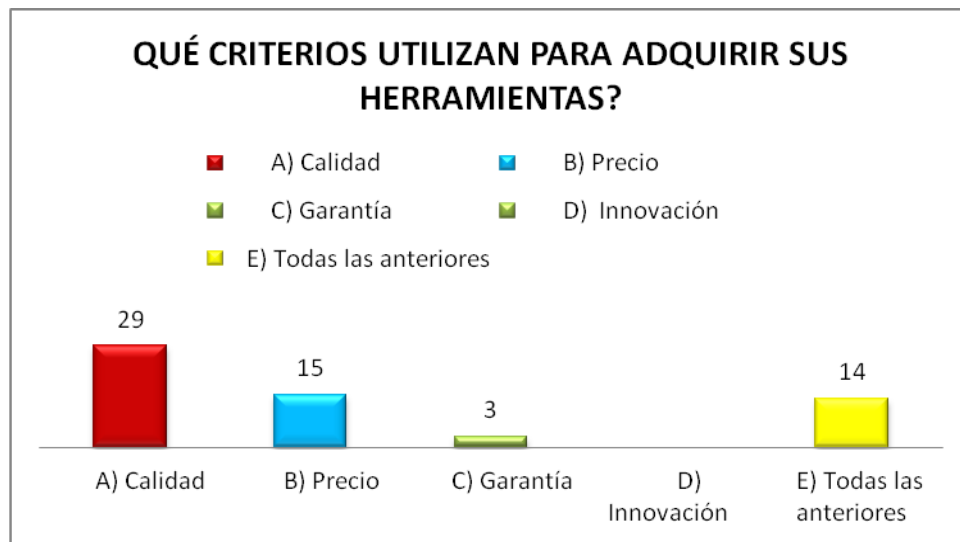
Grafica 16 Encuesta PREGUNTA N°3.



4. ¿Qué criterios utilizan para adquirir sus herramientas?

Las empresas de Palmira y sus alrededores, adquieren sus máquinas herramientas dependiendo de la calidad ofrecida por los productos adquiridos, lo que indica que el proyecto puede tener éxito ofreciendo productos a un costo un poco mayor si son productos de excelente calidad.

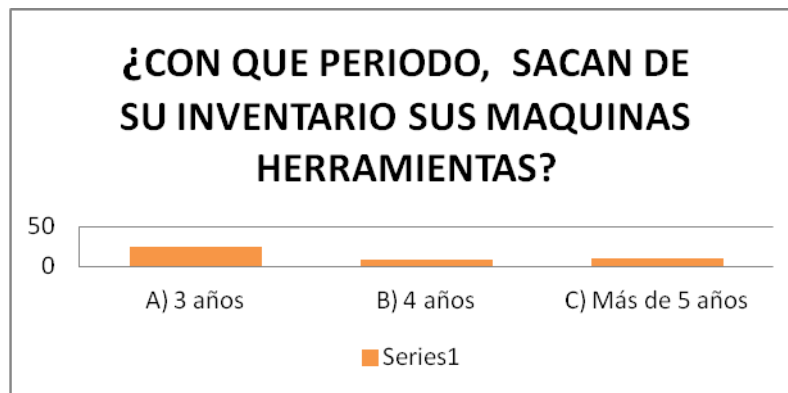
Grafica 17 Encuesta PREGUNTA N°4.



5. ¿con que periodo, sacan de su inventario sus máquinas herramientas?

Al 53.3% de las empresas a las cuales se ha realizado la encuesta sacan de su inventario, sus máquinas con una frecuencia de 3 años, lo que indica que tienen una rotación de su maquinaria cada 36 meses, lo que puede llegar a beneficiar el proyecto con sus ventas, de acuerdo al tipo de herramientas de beneficios que se ofrezca.

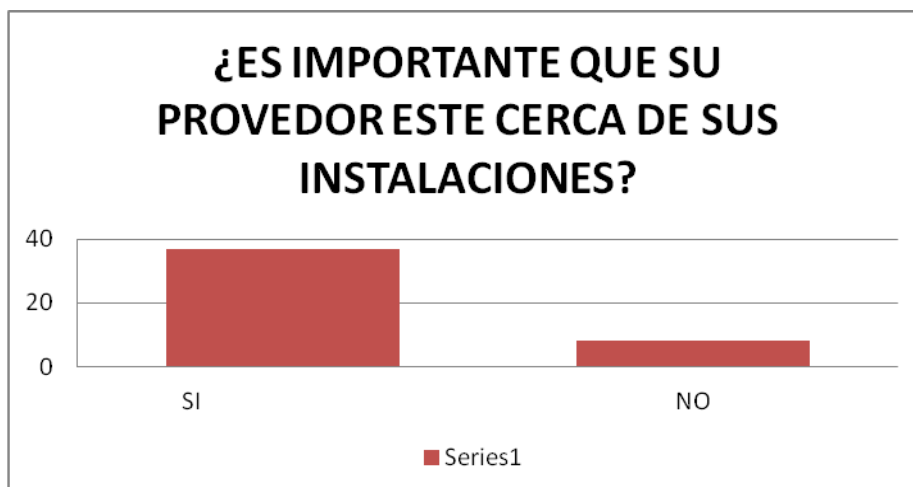
Grafica 18 Encuesta PREGUNTA N°5.



6. ¿Es importante que su proveedor este cerca de sus instalaciones?

El 37 % de las empresas encuestadas de la su importante que el proveedor solo vive de sus instalaciones puede ser debido a los tiempos de entrega, costos de logística, mantenimientos más rápidos, entre otros.

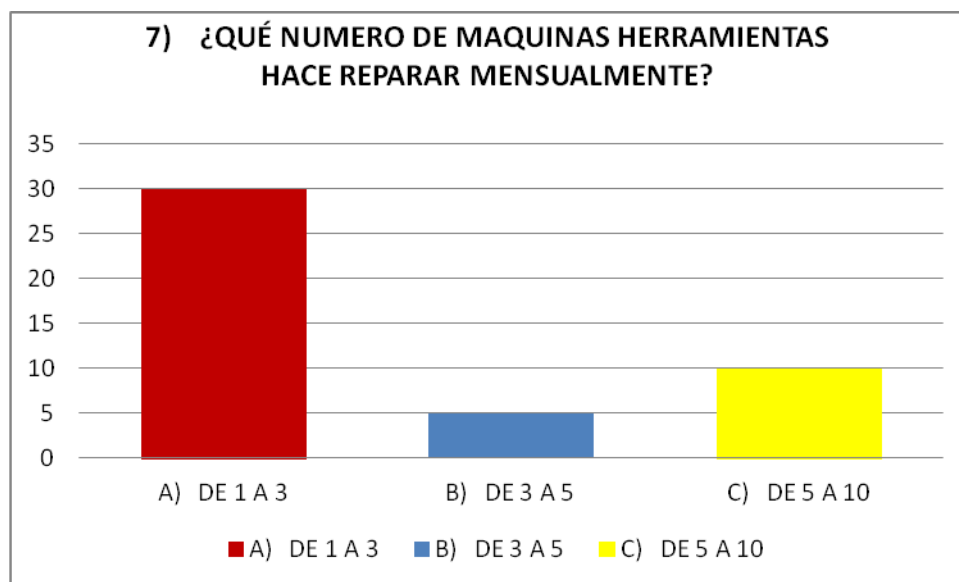
Grafica 19 Encuesta PREGUNTA N°6.



¿Qué número de máquinas herramientas hace reparar mensualmente?

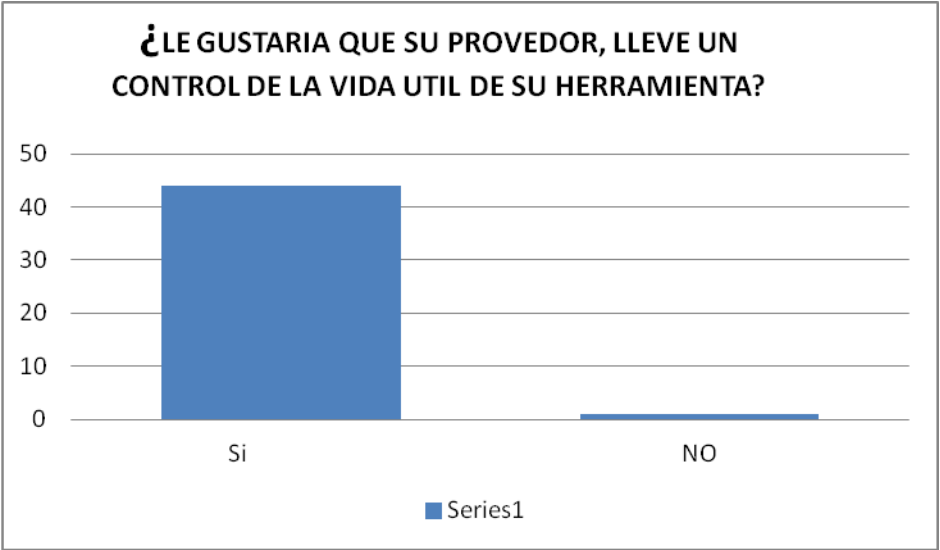
El 66.6% de las empresas encuestadas (45) determinan que mensualmente hacen reparar de 1 a 3 herramientas mensualmente, lo que indica que las empresas de la región hacer arreglar por lo menos 1 máquina herramienta mensualmente.

Grafica 20 Encuesta PREGUNTA N°7



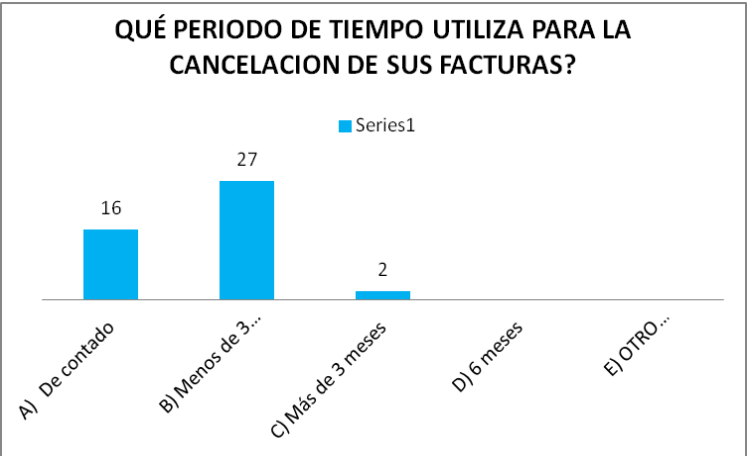
8. Según la información recolectada en la investigación o trabajo de campo se puede determinar que uno de los valores agregados por el proyecto es aceptado por el 98% de las empresas incrustada, lo que nos puede generar una ventaja competitiva.

Grafica 21 Encuesta PREGUNTA N°8.



9. Según la información recolectada durante la encuesta un total de 27 empresas pagan 500 facturas con una frecuencia de tiempo al menos de 3 meses lo que puede verificar los costos del proyecto o beneficiarlo. Si se aumentan los precios de los productos ofrecidos, sin llegar a un término de usura.

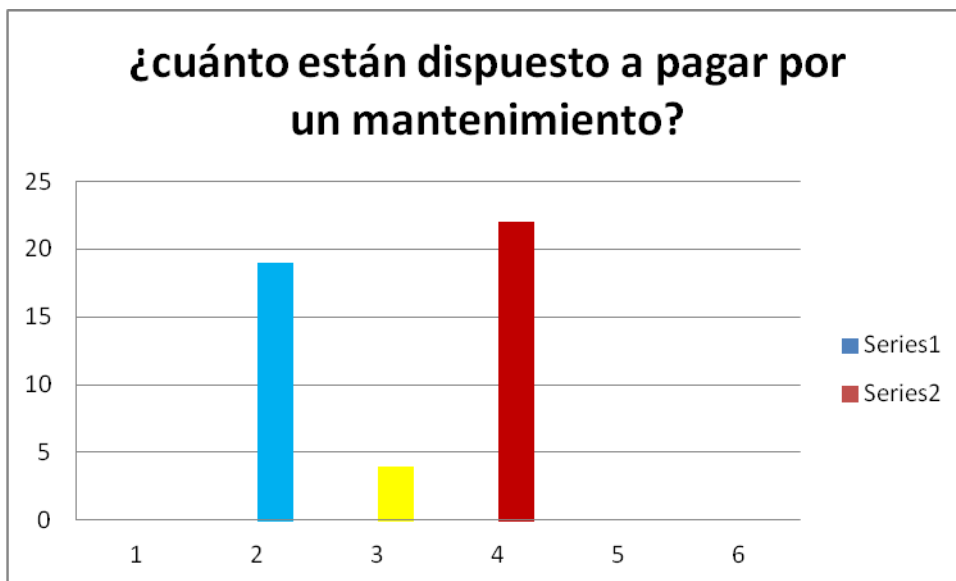
Grafica 22 Encuesta PREGUNTA N°9.



9. ¿cuánto están dispuesto a pagar por un mantenimiento?

El 48% de las empresas encuestadas determinaron que el valor a pagar por un mantenimiento preventivo es de 20.000 pesos lo que indica que este valor si puede manejar el proyecto, y que estaría por debajo del valor ofrecido por nuestro competidor en Palmira que es equivalente a \$27.000.

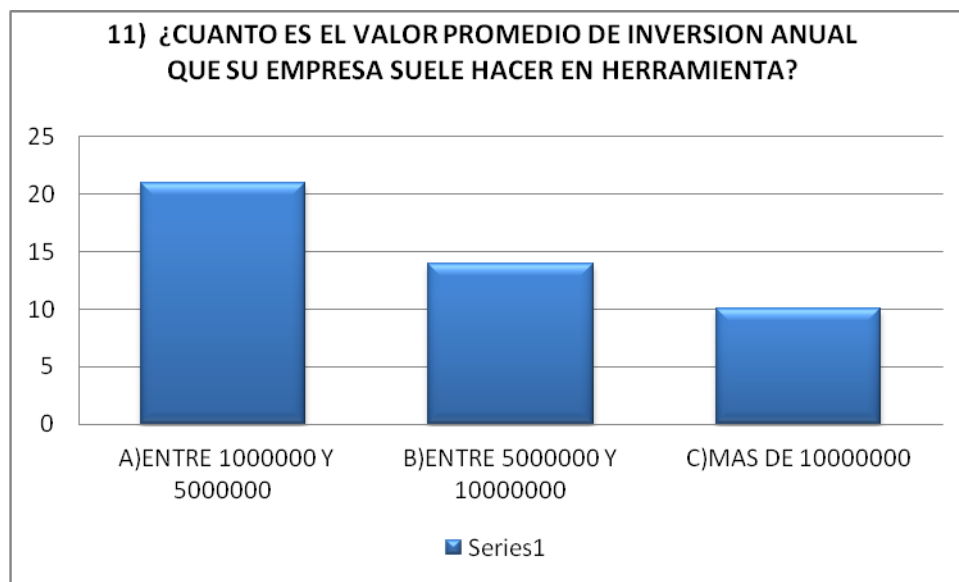
Grafica 23 Encuesta PREGUNTA N°10.



10. ¿Cuánto Es El Valor Promedio De Inversión Anual Que Su Empresa Suele Hacer En Herramienta?

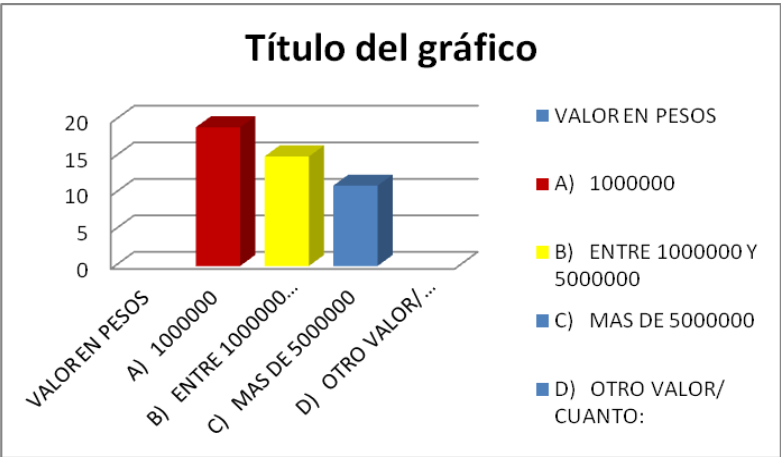
El valor que realizaron en máquinas y herramientas es de 1 a 5 millones de pesos cabe destacar que la muestra se realizó en su mayoría en impresión de tamaño mediano del sector industrial de Palmira y sus alrededores.

Grafica 24 Encuesta PREGUNTA N°11.



11. Según la información recolectada las 45 empresas visitando están dispuestos a invertir en ampliar sus activos, maquinaria, herramientas con valores que oscilan entre 10.000.000 y 50.000.000 millones de pesos.

Grafica 25 Encuesta PREGUNTA N°12.



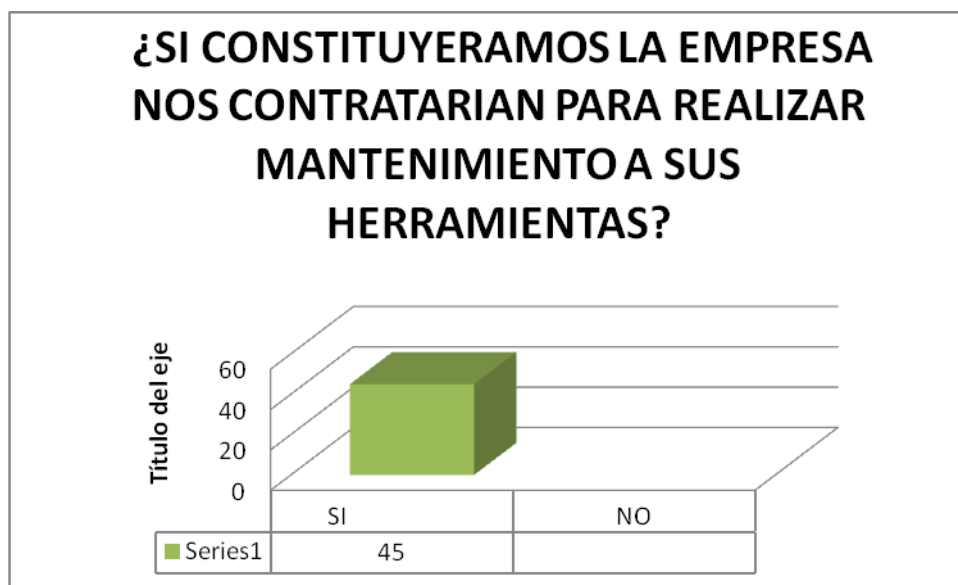
12. según la información que ofrecemos del proyecto durante las visitas en cuanto a valores agregados y críticos ofrecidos por el proyecto se nota la aceptación en su totalidad en todas las empresas visitadas para la adquisición de nuestros productos.

Grafica 26 Encuesta PREGUNTA N°13



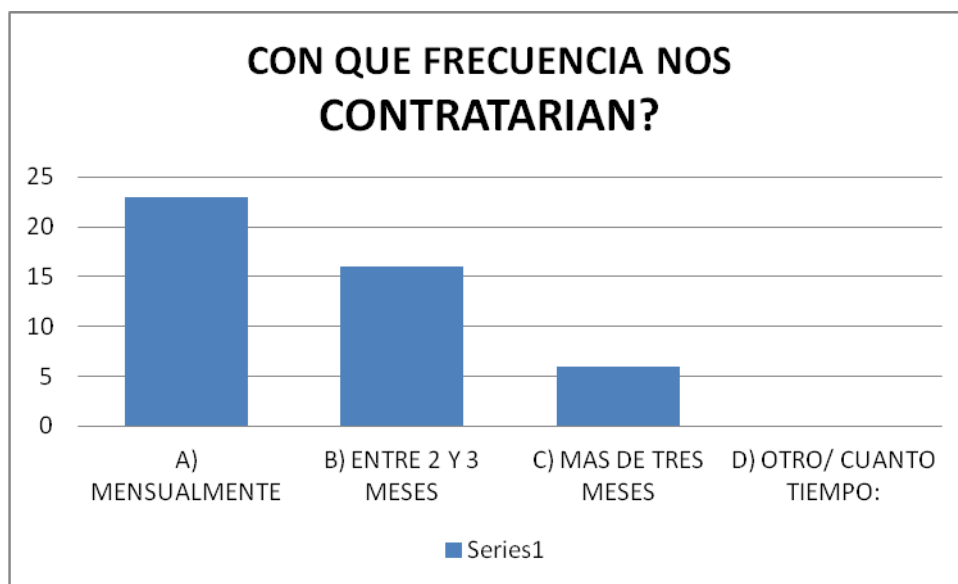
13. Dentro de las empresas encuestadas durante la investigación se concluye que el proyecto realizara mantenimiento a sus máquinas, herramientas, se generaran contratos para prestar este servicio.

Grafica 27 Encuesta PREGUNTA N°14.



14. Si el proyecto llegara a constituirá 23 de las 45 empresas contarán con el servicio con una frecuencia de un mes, 16 con un periodo entre 2 y 3 y 6 empresas con una frecuencia de más de 6 meses.

Grafica 28 Encuesta PREGUNTA N°15.



15. ANALISIS DEL MERCADO

En este punto de La investigación se trataron de definir aquellos aspectos que intervienen en el entorno del futuro proyecto, los cuales determinan la viabilidad de este. Como pueden ser: aspectos geográficos, y segmentación del mercado, entre otros.

Para ello, se utilizaron herramientas administrativas como: la matriz DOFA, y la teoría de las 5 fuerzas de porter. Obteniendo resultados que ayudaran a definir estrategias de mercado.

15.1 Análisis del sector y la compañía

Las generalidades de la cadena productiva del comercio al por mayor de maquinaria y equipo en Colombia deben comprender, primero, la estructura del a industria de maquinaria y equipo; segundo, el proceso de distribución de estos equipos. La producción de maquinaria y equipo comprende una gran variedad de productos, partes y piezas que incluyen tanto aquellas para su ensamblaje como las provisiones para los servicios de reparación posteriores; la comercialización de la maquinaria y equipo al por mayor se divide en tres grandes grupos; una red de concesionarios oficiales que le sigue al canal de producción de la empresa complementado por servicios de post – venta, tales como la reparación, validación de garantías, en el caso de la maquinaria y equipo importado funge como centro de servicios autorizado. Luego le siguen las redes de concesionarios no oficiales, en las que convergen bienes de diversos productores de maquinaria y equipo; por último, están los talleres de repuesto y reparación.

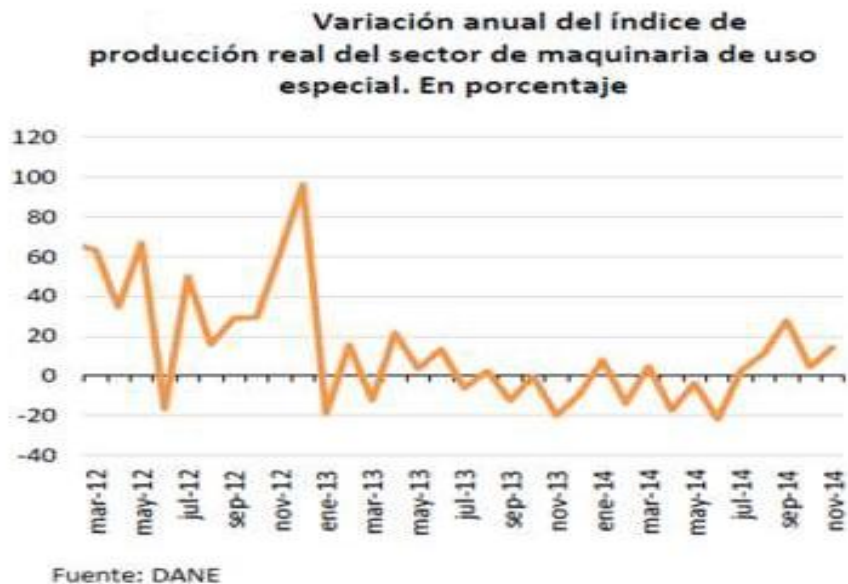
Según las cifras anuales de comercio que ofrece el DANE, de 2004 a 2012 el comercio al por mayor de todo tipo de maquinaria y equipo, sin incluir comercio de vehículos, tuvo un buen ritmo en sus ventas en comparación al total del comercio nacional. Además si se toma en cuenta que el comercio es uno de los sectores que mayor mano de obra absorbe en la economía colombiana, el sector de comercio al por mayor de maquinaria y equipo tiene un efecto multiplicador en este asunto, dado que además de la venta se complementa con el servicio de post-venta que incluye las reparaciones ulteriores al producto.

A partir del 2013 el nivel de ventas del comercio relacionado con el sector de Maquinaria y equipo se ha tornado sostenidamente positivo y a partir de del segundo semestre de 2014 estuvo por encima del total del sector comercio. Este comportamiento obedece sustancialmente al consumo de bienes semidurables y por una mayor oferta de bienes importados que se vieron favorecidos por niveles de tipo de cambio que se observaron en estos años.

En este mismo contexto, la industria nacional también se benefició, debido a la mayor oferta de partes y repuestos a las que tenía acceso, de ahí un fortalecimiento de las llamadas marcas propias que grandes almacenes de cadena tuvieron la opción de introducir al mercado; es por esto que la industria colombiana de este tipo de maquinaria observó un comportamiento diferenciado de otros subsectores de la industria manufacturera que no contaban con resultados positivos en varios trimestres.

En cuanto a la oferta de maquinaria y equipo de uso agrícola y otros usos, esta puede ser observada a través de las cifras de la fabricación de maquinaria y equipo de uso especial; como se mencionó, el total de la industria de fabricación de maquinaria equipo demostró unas cifras diferentes al resto de la manufactura nacional y para el caso de la maquinaria de uso especial este panorama no estuvo muy lejano, pero lamentablemente el crecimiento del índice de producción real durante 2013 aunque tuvo momentos sobresalientes cerró con una contracción cercana al -1% y para el 2014, a partir del segundo semestre mostro mejores indicadores.

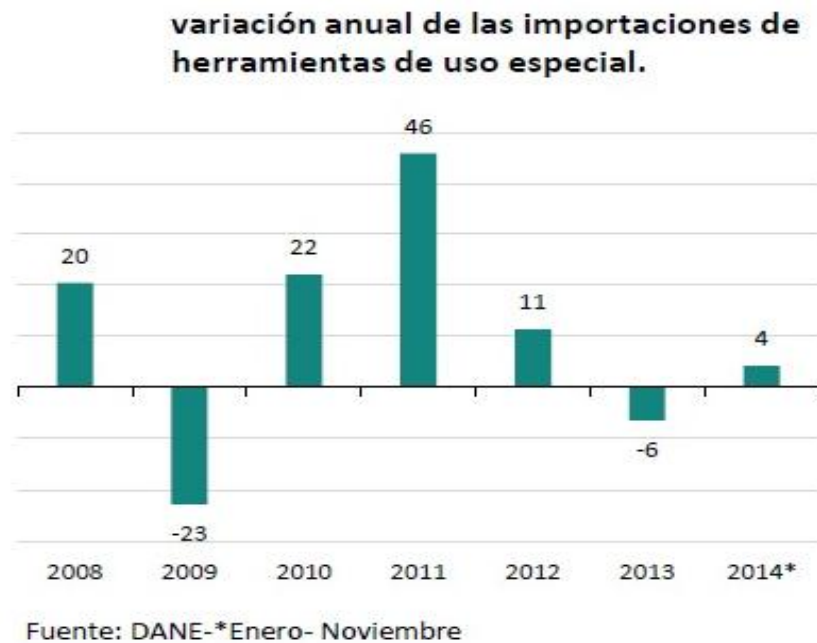
Grafica 29 Valoración Anual Del Índice De Producción Real De Maquinaria.



Variación anual del índice de producción

En cuanto a la evolución durante los últimos siete años de la entrada de maquinaria y equipo proveniente del exterior, su tasa anual de crecimiento es del 14% y en 2013 sufrió una contracción del 6%. Hasta noviembre de 2014, las importaciones se recuperaron en un 4% aproximadamente. Aunque se espera una reducción para diciembre y en lo corrido del 2015, en parte, por el encarecimiento de los productos importados debido al comportamiento del tipo de cambio.

Grafica 30 Valoración Anual De Las Importaciones De Herramientas De Uso Especial.



Variación anual de las importaciones de herramientas de uso especial

El desempeño de la demanda de maquinaria de equipo de uso especial manufacturado en Colombia se desaceleró en diciembre de 2013 (-7,9%), esto es lo que se puede observar en el crecimiento anual del índice de ventas reales, luego de que en noviembre se expandiera un 19% por lo que se dio un cuatro trimestre con una expansión de

1%, promovido por la compra de equipos para la poda y asistencia al campo. A partir del segundo semestre de 2014, esta tendencia se revirtió y ha crecido sostenidamente desde entonces.

Al igual que en la oferta, el encarecimiento de las importaciones jugará un papel importante. Los grandes comercializadores tendrán que tener presente nuevos proveedores internacionales o diversificar los proveedores nacionales, aunque a la final toda la cadena se verá afectada por la importación de partes o repuestos⁴³.

Tabla 11: Análisis estratégico

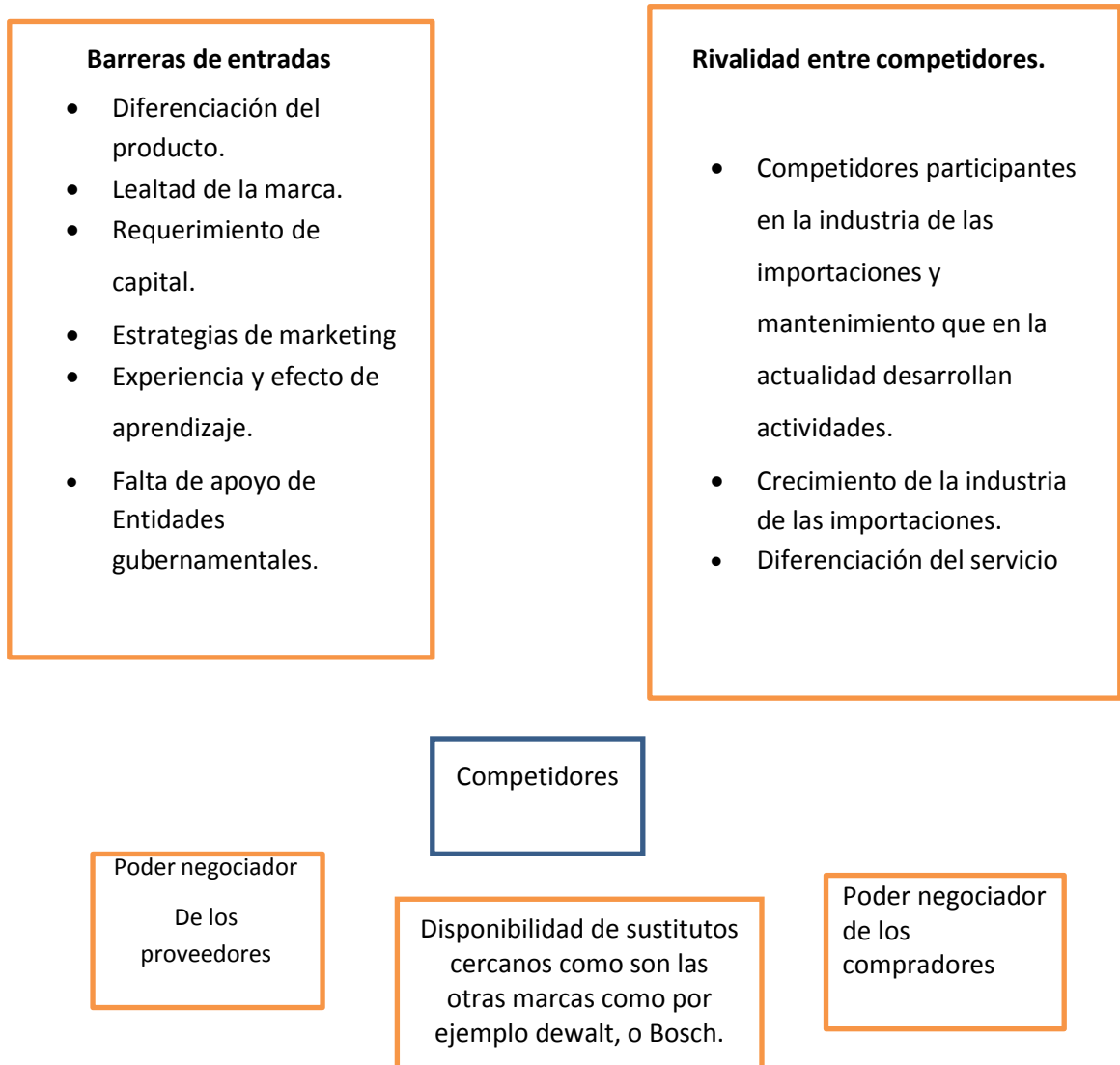
FORTALEZAS *Ser pioneros prestando un servicio innovador • Garantizamos servicios de primera bajo los estándares de calidad. • Personal capacitado. • Contar con equipos de última tecnología	OPORTUNIDADES • Los clientes prefieren que se lleve un control de su producto. • Facilidad de acceso al servicio. • Ofrecer un valor agregado sin ningún costo
DOFA	
DEBILIDADES • Altas inversiones en trámites. • Competidores bien conformados y establecidos • Falta de experiencia en las importaciones	AMENAZAS • Situación política, social y económica del país. • Entrada de nuevas empresas que ofrezcan este tipo de servicio. • La competencia en el sector importaciones y mantenimiento.

Fuente: elaboración propia

⁴³ 47) aktiva.com; estudios sectoriales, comercio al por mayor de maquinaria y equipo; consultado febrero 23 2017; disponible:http://aktiva.com.co/app/webroot/blog/Estudios%20sectoriales/2015/comercio%20de%20maquinaria%20y%20equipo_febrero_2015.pdf

En el cuadro anterior se puede analizar la DOFA del proyecto, la cual indica que se tienen grandes fortalezas con respecto a nuestros competidores si hay inversión en este mercado.

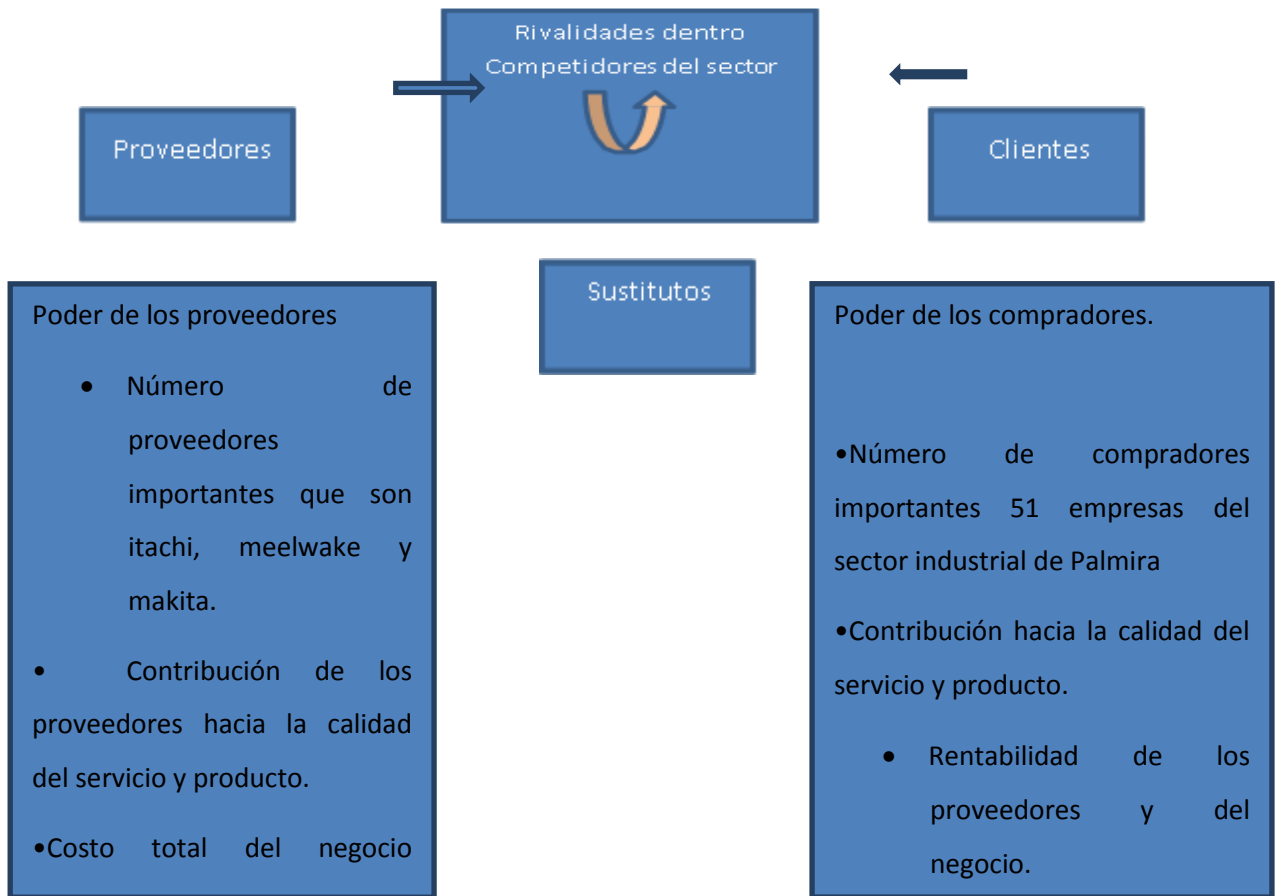
Tabla 12: Análisis Competitivo



Fuente: Elaboración propia

Tabla 13: Análisis estratégico por Autores

Se puede observar que existen barreras de entradas fuertes pero que no son imposibles de superar si el proyecto se plantea de una forma positiva



Fuente: Elaboración propia

Una de las debilidades que se encontró al realizar este proyecto es la disponibilidad de sustitutos cercanos como lo son máquinas herramientas de este tipo (taladros, pulidoras, cortadora entre otras) de las marcas conocidas

dewalt y Bosch ya que son muy demandados en esta región en las industrias o empresas.

De acuerdo al gráfico de Potter es fácil analizar el hecho de que en la región existe competencia para este tipo de negocios, pero no se encuentra una empresa que preste el servicio innovador que se desea ofrecer, se encontraron empresas que pueden sustituir este servicio con valores que incrementan ya que no prestan un servicio mixto “ofrecer el producto, y llevar un control de este, por ello la importancia de establecer valores agregados y estrategias de marketing que permitan fortalecer el posicionamiento del proyecto, a su vez es esencial mantener convenios con proveedores para trabajar eficientemente con los costos para ofrecer el servicio a precios más competitivos.

Descripción

Competidores: Según datos obtenidos hay una competencia directa en la localidad, ya que son negocios bien establecidos y es un sector en crecimiento, en la región. Pero no existen empresas que ofrezcan el valor agregado de llevar un mantenimiento para aumentar la vida útil de este. Al referirse a la amenaza de los competidores potenciales, se debe analizar cuán fácil o difícil para la importadora que ingresen a la industria, nuevos competidores que traten de entrar a competir, a pesar de las barreras de entrada existentes. Entre las principales barreras de entrada se tienen:

- **Requisitos de capital/de inversión.-** Uno de los obstáculos más grandes que se presenta en este negocio es la falta de capital, debido a que es un capital elevado, por los costos que conlleva la importación de un producto.
- **Diferenciación del Producto/Servicio.-** En cuanto a diferenciación del Servicio en esta industria, existen muchas variaciones las que posteriormente establecerán el posicionamiento es, el predominio y la fijación de la marca en la mente del consumidor. Es por tal motivo que esta barrera de entrada obliga a los entrantes a realizar fuertes inversiones para superar las expectativas del cliente, dichas inversiones son muy riesgosas y no hay valor de rescate si se falla.

Teniendo en cuenta competidores existentes en la ciudad y sus alrededores como:

Tabla 14: Empresa Competidora En Mantenimiento En La Ciudad De Palmira

	competidor # 01	competidor # 02	competidor # 03
Nombre	ELECTRO TOOLS	FERRETERIA BARBOSA	FERRETERIA MASTER
ubicación	CRA 28 26-52 PALMIRA VALLE	CARRERA 28 CON CALLE 42	CALLE 28 CON CARRERA 33
Materiales que proveen	MANTENIMIENTO GENERAL	HERRAMIENTAS INDUSTRIALES	HERRAMIENTAS INDUSTRIALES

	REPARACIONES		
--	--------------	--	--

Fuente: propias de autores

Cabe destacar que el único centro autorizado para realizar mantenimientos para este tipo de herramientas en la ciudad de Palmira, y solo para las marcas dewalt, y back and decker, es el almacén llamado electro tolos, y un mantenimiento en este establecimiento tiene un costo de 27000 pesos.

Amenazas: existen competidores directos en esta plaza, también existen amenazas que se podrían denominar competidores indirectos como son las ferreterías bien conformadas como por ejemplo (master y Barbosa), y sitios especializados en el mantenimiento de estas herramientas, sin contar con los técnicos que se encuentran dentro de las instalaciones de los futuros clientes(sus colaboradores). Lo que se convierte en una fuerte amenaza que se debe enfrentar y tratar de ganar espacio dentro de este mercado, otra amenaza importante es la variación de la tasa de cambio que se vive a diario en el país.

- Propensión del comprador a sustituir. La cultura colombiana tiene mucha influencia en el momento de elegir un sustituto, debido a que en Colombia no se es fiel a la marca, sino a los beneficios que ofrece el servicio, y por ende para los colombianos no es muy difícil la decisión de cambiarse de marca.

- Precios relativos de los productos sustitutos. Los precios relativos a herramientas existentes que hay en el mercado son muy variados y en algunos casos sumamente accesibles.
- Disponibilidad de sustitutos cercanos. La gama de sustitutos para los servicios ofrecidos por el proyecto es alta, pero en este caso debe ser diferenciado el servicio que se ofrezca a los posibles usuarios, de esta forma obtener una preferencia por parte de los clientes.

Proveedores: Los proveedores dentro de la Industria de las importaciones pueden ejercer un poder de negociación importante e incluso amenazante sobre el precio y la calidad del producto.

Dentro de esta fuerza se pueden analizar distintos aspectos tales como:

- Concentración de proveedores.- en la importadora se analizará muy detenidamente los proveedores con mejores características, tales como calidad, precio, servicio. En todo mercado existen variedad en lo que a proveedores se refiere.(ITACHI,MEELWAKE,MAKITA)
- Poder de la marca.- es importante saber que tan fuerte es la marca del proveedor con el que se trabaja, es de tal forma que la importadora apunta a trabajar con marcas que tienen alto posicionamiento en el mercado y que brindan no solo al negocio sino al consumidor final, un ambiente de confianza.

- Nivel actual de calidad y servicio.- la calificación del nivel actual de calidad y servicio de los proveedores debe ser óptima para satisfacer y sobrepasar las expectativas de los clientes con los que trabaja la importadora, de esta forma la marca de los proveedores, como la marca propia, se verán beneficiadas con prestigio, expansión del mercado, y lealtad por parte de los clientes

Se han escogido a ITACHI, MELWAKE, Y MAKITA.

Como proveedores por calidad, buenos precios, descuentos y financiamiento que hace posible la adquisición de maquinaria y suministros para el proyecto. Y porque estos capacitaran, y certificaran. A los colaboradores para que estos realicen los mantenimientos necesarios sin perder la garantía ya que serán sus representantes en la región.

Tabla 15: Proveedores Maquinas Herramientas Y Repuestos

	Proveedor # 01	Proveedor # 02	Proveedor # 03
Nombre	HITACHI	MELWAKEE	MAKITA
ubicación	SAN FRANCISCO EE UU	BROOKFIELD MILWAKEE EE UU	TEXAS EEUU
Materiales que proveen	MAQUINAS HERRAMIENTAS	MAQUINAS HERRAMIENTAS	MAQUINAS HERRAMIENTAS Y REPUESTOS
condiciones de pago	EFFECTIVO	EFFECTIVO	EFFECTIVO

Fuente: elaboración propia

Clientes: El nicho de mercado al cual está dirigido este proyecto es el sector manufacturero industrial empresas grandes y medianas que equivalen al 5% de la totalidad de empresas matriculadas en la cámara de comercio de la ciudad de Palmira (67 empresas), según la delimitación de acuerdo a los procesos desarrollados por estas organizaciones se decide que directamente serán 51 los clientes potenciales y las empresas que presten un servicio de outsourcing a estas. Se convierten en clientes potenciales. Debido a su necesidad de adquirir estos equipos.

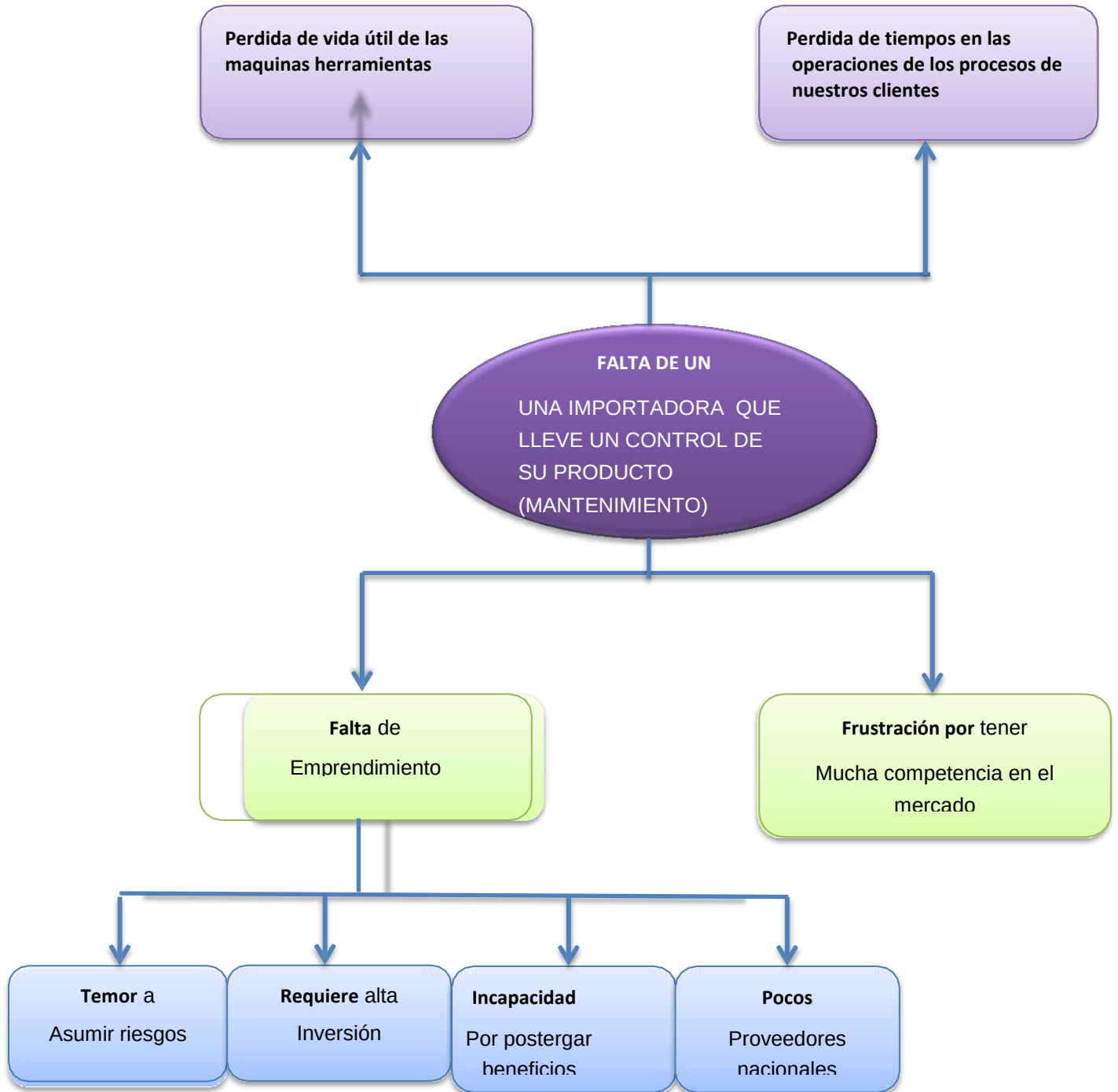
Los clientes finales disfrutan del servicio, por lo que su satisfacción dependerá del precio y de la calidad con la que se los atienda. Cabe recalcar que los vendedores directos tienen influencia en cuanto a la compra del servicio por parte de los clientes, debido a que la fuerza de ventas es la que fija en la mente del consumidor el servicio a elegir.

Para definir mejor el nicho de mercado a analizar en este proyecto, se accedió a la base de datos de la cámara de comercio de la ciudad de Palmira, para determinar que número de empresas, aprobarán el servicio que se quiere brindar, determinando el tamaño, y el sector específico de producción. Dando como resultado un total de 51 empresas.

Se deben tomar en cuenta factores importantes dentro de esta fuerza:

- **Concentración de compradores.-** El poder de los compradores en el mercado; es decir de quienes requieren las herramientas, y , sus respectivo mantenimiento, estos pueden aumentar, si se presta el servicio, a otras empresas ubicadas en Cali y otras ciudades de la región

Tabla 16: Árbol Del Problema



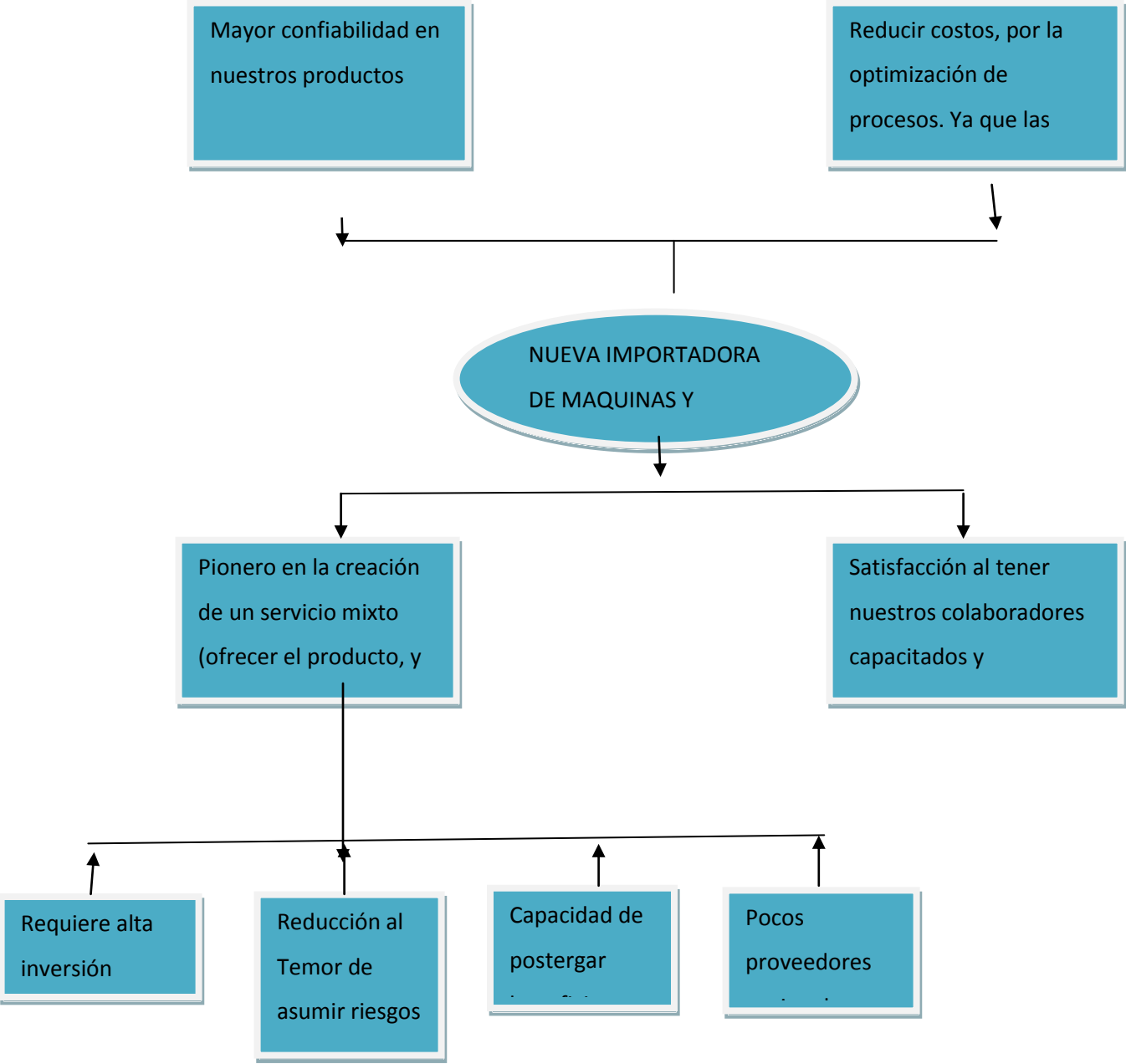
Fuente: autores propio

Utilizando el cuadro de la página anterior (árbol del problema) como herramienta se pueden resumir los factores que influyen para impulsar a la creación de un proyecto tan importante en la región, ya que se observan detalles como la pérdida de la vida útil de las herramientas lo que se transforma en pérdidas de tiempos y de costos.

16. ÁRBOL DE OBJETIVOS:

En este cuadro se identifica el problema central determinar viabilidad para la creación de una empresa importadora de máquinas y herramientas industriales, con soporte técnico en la ciudad de Palmira y se determinan las causas y efectos para desarrollar el proyecto, o llevarlos a cabo lo que arroja situaciones positivas al momento de realizarlo y analizarlos.

Tabla 17: Árbol De Objetivos



Fuente: elaboración propia

16.1 Análisis Del Mercado

La importadora de máquinas herramientas, se proyecta como un prestador de servicios (herramientas y mantenimiento). Los responsables del proyecto, serán los encargados de preparar un plan de acción a corto y a largo plazo, que conlleve a conseguir los objetivos financieros de la Empresa.

El presente Plan de Marketing, pretende ser una herramienta que permita obtener resultados concretos en la demanda, ofrecer servicio con valor agregado y compensar las acciones de la competencia.

16.2 Situación Del Mercado

El estudio de mercado, ha arrojado cifras seductoras, pues la región del valle del cauca es un área geográfica que tiene características sustanciales para la factibilidad del proyecto; pues es un territorio próspero para desarrollar un proyecto como el que se propone.

El mercado local es de 51 clientes, pues son las grandes y medianas empresas, ubicadas en el sector industrial de Palmira y sus alrededores, matriculadas en la cámara de comercio de la ciudad. Es el segmento objetivo de este proyecto.

16.3 Situación Del Producto O Servicio

El servicio que se pretende brindar en la región del valle del cauca, es de primera calidad, primando para eso las necesidades de la demanda, brindado para ello todas las aptitudes y comodidades necesarias.

El servicio ofrecido, estará al frente de personas capacitadas, en donde prevalezca la satisfacción del cliente a través de un servicio de calidad, personal técnico y humano calificados, infraestructuras adecuadas, ambientes atractivos, entre otros aspectos.

16.4 Situación Competitiva

Una de las oportunidades del presente proyecto es sin duda alguna el servicio, o valor agregado innovador que se busca prestar. Pues en la región no existe competidor alguno de esta naturaleza. Los indicadores actuales revelan que la competencia indirecta es alta. Si bien es cierto este tipo de empresas prestan servicios individuales, mientras que la presente propuesta pretende ofertar servicios integrales para la optimización de procesos y recursos.

16.5 Situación De Macro Entorno

Se puede observar que, el mercado viable es importante, como trascendental será adoptar las estrategias necesarias para hacer que ese mercado de potencial sea real. Demográficamente este proyecto se presenta como una alternativa para todas las empresas que componen este sector

Si bien es cierto la situación económica es una variable que determina la compra del servicio, esto influenciará de manera positiva en nuestro mercado debido a que todas las empresas que componen este sector tiene posibilidades de acceder a el servicio.

El aspecto tecnológico se analiza de acuerdo a dos puntos de vista, el del servicio, debido a que la tecnología propuesta es de punta, maquinarias, equipos, etc. Y desde el punto de vista del marketing la tecnología es la herramienta fundamental para la promoción y publicidad del servicio en el mercado, hoy en día.

El aspecto político-Legal no es un problema, siempre es significativo cumplir con las reglas específicas determinadas en la constitución Política de Colombia, los Códigos, Ordenanzas y resoluciones. El cumplimiento necesario y ético del pago de impuestos, aprovechar las condiciones y oportunidades regionales de incentivos tributarios para este tipo de emprendimientos. En el aspecto legal, y su descripción posterior determinará los lineamientos jurídicos para la constitución de la empresa.

El entorno socio-cultural es una zona de reflexión, a la vez que es una circunstancia debido a la llamada y practicada globalización, en donde los servicios y productos ofertados son innumerables así como con un sinfín de características.

16.6 Propuestas De Precio

El precio de los productos (maquinas herramientas) será fijado de acuerdo al análisis de los costos de importación y otros factores importantes, como los costos de transportes, y seguros.

Los costos de importación varían de acuerdo al valor de la factura, a realizar.

A continuación se presenta las estrategias de precio:

- Con el fin de brindar un servicio de buena calidad, el precio del servicio no sobrepasará al precio del mercado.
- Para fijar el precio se tomará de acuerdo a la consigna de satisfacer plenamente a los clientes. El costo de los mantenimientos será determinado de acuerdo a los resultados que arrojaran el estudio de campo realizado veinte mil pesos (\$20.000)M/cte.

Los precios serán acordes, a los que se encuentran en el mercado, dependiendo de la herramienta que necesite nuestro cliente, y variaría dependiendo del precio de la tasa de cambio al momento de realizar la compra. Logrando crear una estrategia de penetración en el mercado, ya que estos precios les permitirán a los clientes acceder al valor agregado que se busca ofrecer. El precio del producto también va a tener un aumento de acuerdo a la inflación y comportamiento de los precios en el mercado.

17. ANÁLISIS TECNICO

Este estudio permitió establecer la localización y el tamaño conveniente de las instalaciones del proyecto, así como los insumos, recurso humano y la formación de los recursos físicos requeridos para las actividades diarias de este negocio.

17.1 Localización Del Proyecto

Se analizaron y determinaron las variables que determinaran el lugar donde el proyecto lograra la máxima utilidad, o el mínimo costo.

17.2 Macro localización

El proyecto se realizara en el Valle del cauca el cual es uno de los 32 departamentos de Colombia, situado en el sur occidente del país, entre la Región Andina y la Región Pacífica. Gran parte del departamento está en el valle geográfico del Río Cauca, entre las cordilleras occidental y central y de donde proviene su nombre. Su capital es Santiago de Cali.

Palmira posee innumerables fortalezas para pensar en este proyecto de gran magnitud, es una región agrícola, e industrial. Está en marcha la reconstrucción de la doble calzada en Buenaventura, donde se encuentra ubicado el segundo puerto marítimo del país, y por si fuera poco la ciudad cuenta con el aeropuerto internacional Alfonso Bonilla Aragón. Además

ofrece grandes oportunidades para invertir en un proyecto como este, debido a su ubicación estratégica

Estas características junto con el crecimiento económico y comercial del Valle y la ciudad de Palmira son los pilares fundamentales para proponer este proyecto de inversión.

17.3 Micro localización

Se debe contar con un local de aproximadamente 120mts², el cual este bien estructurado, y cuente con instalaciones presentables, ya que necesitamos espacio para implementar zonas administrativas, operativa, y complementarias.

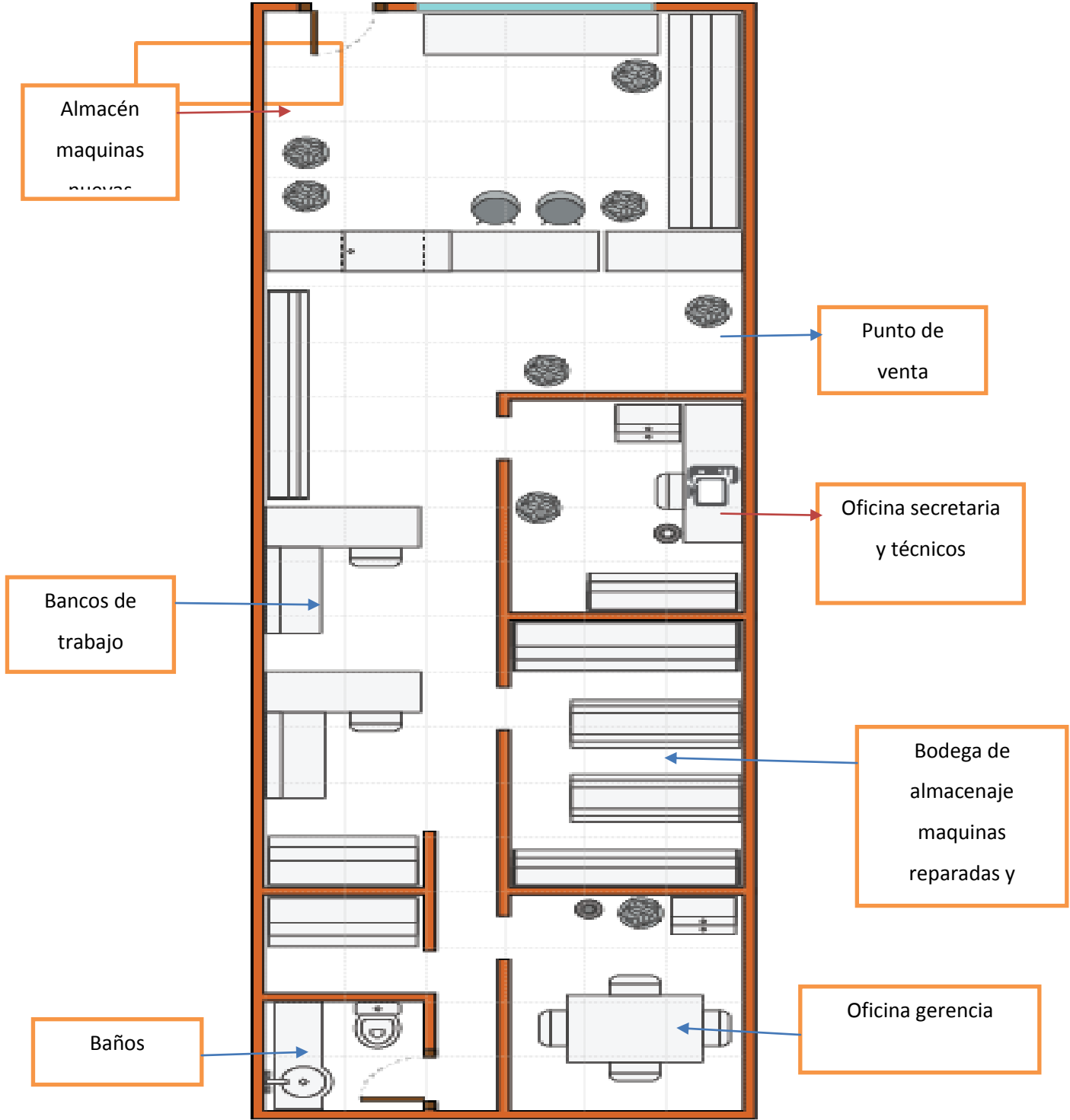
Las instalaciones de este proyecto deberán estar ubicadas, en el sector conocido como la Versalles, o sus alrededores. Ya que este sector es de fácil acceso, tiene una ubicación estratégica ya que allí llegan todas las vías de ingreso de la ciudad, y además en este sector existen muchos locales dedicados a mantenimiento, y ventas de repuestos de otro tipo de maquinarias, lo cual ayudara para que el proyecto se dé a conocer.

Grafica 31. Google maps Palmira valle del cauca (sector Versailles).



Fuente: Google maps

DISEÑO DE LA PLANTA propuesta DISEÑO



Criterios determinantes, para posicionamiento de las instalaciones, o planta.⁴⁴

Disponibilidad del terreno, mano de obra y capital: en este sector se puede encontrar gran número de locales comerciales que cuentan con estas especificaciones, y cuyo valor de arrendamiento se encuentra en un promedio de 1000000, hasta 1500000 pesos. Otro fuerte de esta ubicación es la cercanía con el Sena de Palmira, lo cual puede influenciar para adquirir mano de obra calificada.

Distribución de la demanda: localización y tamaño del mercado de consumo.

Cercanía con las empresas manufactureras industriales, de la ciudad y sus alrededores, las cuales son un total de 51 empresas de tamaño grande y mediano, bien constituidas. Según el estudio de mercado.

Distancia y acceso a la infraestructura, acceso a los medios de transporte, a la energía eléctrica y el agua:

Ubicado estratégicamente, por la cercanía con los futuros clientes, siendo un sector concurrido de la ciudad rodeado de otros locales comerciales, que pueden llegar a complementar sus actividades. Ubicado cerca de un puerto marítimo, un aeropuerto internacional, con excelentes vías de comunicación entre sí para la recepción de los productos ofrecidos (maquinas

⁴⁴ (Córdoba, padilla marcial. Formulación y evaluación de proyectos 1ª edición .eco ediciones, 2006 pag228

herramientas), las cuales vienen de otros países. Este sector cuenta con todos los servicios públicos para prestar el servicio, (agua, energía, gas natural, e internet, y comunicaciones)

Industrias conexas y servicios auxiliares: actividad económica de la región:

El sector está rodeado de bancos, canales de destrucción, como serví entrega, y otros locales comerciales que prestan servicios que pueden llegar a complementar los servicios que se quieren prestar. Es una industria centralizada en el sector de la ciudad de Palmira.

Impuestos y disposiciones legales:

Las disposiciones legales de este proyecto, son determinadas por el marco jurídico que se puede observar en páginas anteriores del presente proyecto. Además de esto muy importante contar con el apoyo de la cámara de comercio de la ciudad, para la matrícula mercantil, a realizar inscripción del Rut, pago de impuestos necesarios. Entre otros.

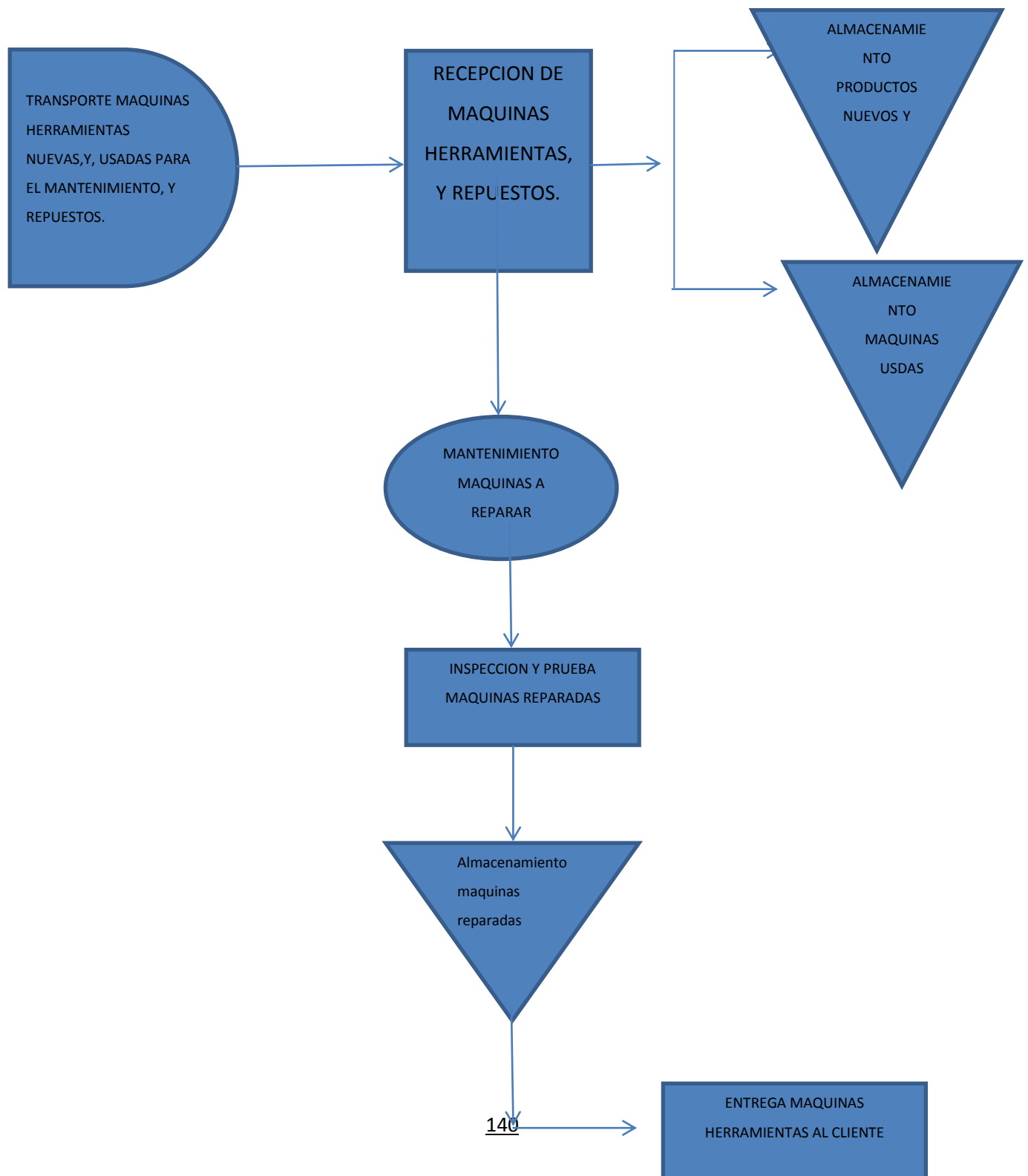
Valoración y ejecución de permisos exigidos para la puesta en marcha de las actividades, como permisos para el uso de suelos, y permisos ambientales entre otros.

También contar con personal calificado para el desarrollo de la normatividad para la importación de los productos a ofrecer.

Por ultimo pero no menos importante determinar costos y permisos para el pago de las prestaciones sociales de los colaboradores.

18. DIAGRAMA DE FLUJO
Proyecto importadora de herramientas

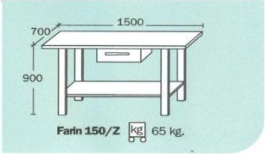
Tabla 18: DIAGRAMA DE FLUJO



19. ELEMENTOS TECNICOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO

19.1 MAQUINARIA Y EQUIPO

REQUERIMIENTOS MAQUINARIA Y EQUIPO	
	VITRINA MOSTRADOR HERRAMIENTAS: Características : Las vitrinas son muebles propios del hogar pero también se encuentran en comercios y en los museos para contener los objetos que allí se exhiben. Deben Constar de varios estantes en los que se colocan los artículos de forma organizada y estética. Cantidad: 3
	COMPUTADORES Características: Equipos de cómputo de alta gama, con la mejor capacidad que exista en el mercado ya que serán necesarios, para la comunicación cliente proveedor, llevar inventarios, costos y demás actividades de la empresa Cantidad: 3
	Banco de trabajo: Un banco de trabajo es una mesa acondicionada para realizar sobre ella un trabajo específico. Los bancos de trabajo suelen estar ubicados en talleres y en empresas de fabricación, elaboración, montaje o manipulación de productos. Cantidad: 2

 Farin 150/Z Cod. 010021038 • Tablero de hierro galvanizado de 3 mm. • Estructura de acero barnizado • Cajón + guías con cojinetes de bolas 500x500x130H • Se entrega desmontado   Farin 150/Z 65 kg.	
	Características: Estanterías con soportes para pulidoras, taladros, y todo tipo de herramientas, elaborada en Vidrio Templado 5 Repisas Altura Ajustable 192cm • Estantería Vidrio Templado 5.... Vitrina Seguros Para Ganchos Stop Lock y su respectiva Publicidad. Cantidad: 1
	Juego de llaves Características: Juego 20 Llaves Combinadas Pulgadas- mm Ref. 85-783 Stanley Set de llaves multipropósitos para trabajos profesionales, cromadas con doble níquel lo que garantiza alta resistencia y durabilidad. 15 % más resistencia que se aplica al torque. Cantidad: 2

	Juego 20 Llaves Combinadas Pulgadas-mm Ref. 85-783 Stanley Características: Set de llaves multipropósitos para trabajos profesionales, cromadas con doble níquel lo que garantiza alta resistencia y durabilidad. 15 % más resistencia que se aplica al torque Cantidad:2
	Juego de atornilladores: Características: Sets de atornilladores Varias medidas Juego de destornilladores con punta de precisión Cantidad: 2

	Estantes: Características: Representa el sistema más universal para el acceso directo y unitario a cada estiba. Es la solución óptima para almacenes en los que es necesario organizar productos con gran variedad de referencias. La distribución y altura de los racks se determinan en función de las características, de los elementos de almacenaje y de las dimensiones del local. Cantidad: 6
	Torno : Características motor de 400 W (es 50 W)potenciómetro para la velocidad del plato. Inversor de marcha, Inversor de sentido en el carro (para roscar a izquierdas) Engranajes para roscar en pulgadas y en métrica Es un 7x12 o lo que es lo mismo, 180mm de volteo por 300 mm entre puntas Tiene una reductora en la parte trasera También tiene y esto es importante un Contador.

	extintor: Características: Extintor Para juego de gases certificado Polvo químico seco, 10A, -40B : C EQUIPO UTILIZADO PRINCIPALMENTE EN COMERCIOS GRANDES Y MEDIANOS, CLINICAS, MALL BODEGAS, EDIFICIONES ETC. Cantidad: 3
	IMPRESORA CARACTERISTICAS Entre las muchas características de la impresora láser HP p1102w se destacan la posibilidad de imprimir hasta 19 páginas por minuto, y posee una bandeja que soporta hasta 150 hojas. Su memoria interna es de 8 Mb y cuenta con un procesador de 266 Mhz.

	ESCRITORIOS: CARATERISTICAS: Contar con un ambiente de trabajo dentro de la empresa que sea limpio y organizado. El tamaño del escritorio depende del uso, es decir, si es que tenemos con un ordenador sobremesa o una laptop. En el primer caso, se debe contar con una bandeja extensible para el teclado y un espacio inferior para el CPU y la impresora. Cantidad: 3
---	---

Políticas de inventarios:

- Suficientes equipos (máquinas y herramientas y sus respectivos repuestos, para ofrecer a nuestros clientes, dependiendo su necesidad.
- Realizar un control de calidad a los equipos reparados, antes de ser devueltos a nuestros clientes.
- Garantizar óptimas condiciones de almacenamiento y mantenimiento
- Garantizar el transporte de recepción y entrega de nuestros productos.

Desarrollo análisis técnico

Según el estudio técnico realizado durante la investigación del proyecto, se puede concluir: que la ciudad de Palmira cuenta con las condiciones necesarias para la ubicación técnica este: (la ubicación, estratégica, micro localización de la empresa, distribución de la demanda y tamaño de mercado de consumo)

Ya que la ciudad cuenta con una industria que va en crecimiento y que tiene las condiciones necesarias para desarrollar una infraestructura ubicada estratégicamente bien para la recepción, o distribución de los productos y servicios que se buscan ofrecer.

(Importar herramientas y realizar un soporte técnico a los mismos, como un valor agregado.)

20. LA ORGANIZACIÓN

20.1 MODELO DE NEGOCIO

La organización, tiene que ver con el ambiente donde se desarrollara el proyecto, la autoridad, los mecanismos de coordinación y los principios con los que se deben regir⁴⁵. En este capítulo se mencionaran los aspectos estratégicos que servirán para determinar el rumbo de este proyecto.

20.2 ADMINISTRACIÓN ESTRATEGICA

A continuación se mencionaran algunos aspectos, que orientaran, las acciones, a realizar por los involucrados en la organización, para determinar el rumbo del proyecto a futuro, para lograr alcanzar los objetivos propuestos. Tener costos de producción, gastos en el que se incurre para producir (Materia primas, mano de obra directa insumos o materiales y costos indirectos) es importante porque se lleva a cabo para investigar sobre el entorno de negocios dentro de la organización y estudio de la propia organización o empresa.

20.3 NOMBRE DEL PROYECTO

El nombre del proyecto es muy importante debido a que con este se conocerá en el mercado, y debe ser un nombre llamativo para que genere

⁴⁵ Córdoba, padilla marcial. Formulación y evaluación de proyectos 1ª edición .eco ediciones, 2006 pag285

una gran imagen en los clientes, y una sensación de recordación en estos para sobresalir por ello se determina el nombre de:

20.4 IMPOMANTENIMIENTO JN

Contando además con las iniciales de los creadores del proyecto y principales representantes de la empresa.

20.5 VISIÓN

El proyecto deberá ser reconocido, como una de las importadoras de máquinas herramientas industriales más grandes del valle del cauca por sus productos, recursos humanos, servicio de calidad, y por ayudar a optimizar uno de los sectores económicos más grande de la ciudad de Palmira y sus alrededores “el sector manufacturero industrial”.

20.6 MISIÓN

Hacer que nuestros clientes internos, y externos se sientan, a gusto con nuestros servicios, buscando siempre el beneficio de nuestra región, y sus habitantes. Ofreciendo un servicio innovador y de calidad, buscando siempre lograr la excelencia y su satisfacción.

21. OBJETIVOS CORPORATIVOS

21.1 OBJETIVO GENERAL

Satisfacer a nuestros clientes, ofreciendo un servicio innovador y de muy alta calidad. Atendidos por un grupo de profesionales capacitados y comprometidos con el mejoramiento a diario de nuestros servicios.

21.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la calidad de vida de los integrantes de la organización.
- Optimizar la vida útil de nuestros productos.
- Optimizar las operaciones de nuestros clientes.
- Innovar a diario en nuestras operaciones.

21.3 VALORES CORPORATIVOS

Actitud de servicio: relacionarse de tal manera que el cliente interno, como externo se sienta como en familia. Buscando siempre la satisfacción de los mismos. Generando fluidez en nuestros procesos.

Armonía: buscar una excelente relación entre todos los que conforman la empresa, generando un adecuado clima organizacional y lograr que todos los participantes persigan las mismas metas u objetivos.

Profesionalismo: ser profesionales en lo que hacemos reflejando al cliente confianza y una sensación de bienestar a la organización le brindando estatus y fidelidad.

Honestidad: generar confianza y armonía, garantizando respaldo, seguridad y credibilidad en las personas.

Entusiasmo: desarrollar lo mejor posible las actividades laborales, y personales para sentir que “esto es lo mejor que se puede estar haciendo en este momento”

Eficiencia: Aprovechar los recursos optimizándolos, minimizando las perdidas de las actividades realizadas, por los colaboradores.

Rapidez: desarrollar las actividades con el menor tiempo posible, teniendo siempre en cuenta, que la calidad, es lo más importante de todo, ya que es nuestra carta de presentación.

22. ESTRATEGIAS

- contar con los proveedores de las mejores marcas de máquinas herramientas, en el mercado actualmente.
- contar con excelente mano de obra capacitada, para sobresalir en el mercado.
- Contar con un servicio innovador, el cual actualmente no se presta en la ciudad.
- Estar ubicados estratégicamente en la región del valle del cauca, y en la ciudad de Palmira.
- Minimizar pérdidas de tiempo en los procesos de nuestros clientes.
- Desarrollar un plan estratégico que aumente nuestro número de clientes, distribuyendo nuestro servicio, por toda la región del valle del cauca, y norte del Cauca.

23. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

La realización de un proyecto, al igual que su puesta en marcha, necesita del diseño de una infraestructura administrativa que permita la acción conjunta y coordinada de elementos materiales, humanos y financieros, a fin de alcanzar el objetivo propuesto⁴⁶.

23.1 Integración

Integrar es obtener los elementos materiales y humanos que la organización y la planeación señalen como necesarios para el adecuado funcionamiento de un organismo social.

Los integrantes que han de desempeñar cualquier función dentro de un organismo social deben buscarse siempre bajo el criterio de que reúnan los requisitos mínimos para desempeñarse adecuadamente⁴⁷.

En este caso los encargados de la planeación de este proyecto, y la toma de decisiones son:

Nombre	profesión/ocupación	función en el proyecto
Natalia córdoba	administradora de empresas	Emprendedora

⁴⁶ Córdoba, padilla marcial. Formulación y evaluación de proyectos 1ª edición .eco ediciones, 2006 pag291

⁴⁷ Córdoba, padilla marcial. Formulación y evaluación de proyectos 1ª edición .eco ediciones, 2006 pag293

Jefferson collazos	administrador de empresas	Emprendedor
--------------------	---------------------------	-------------

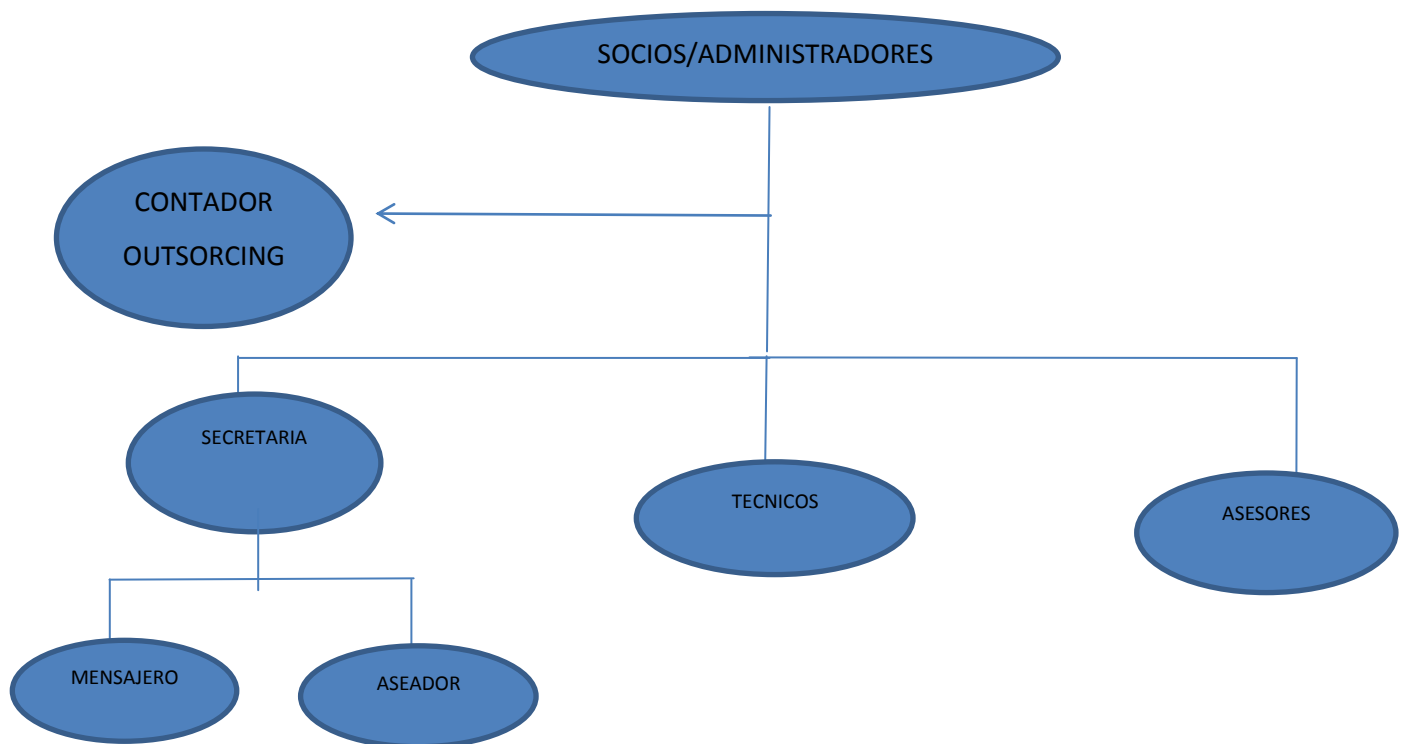
También cabe destacar que todo proyecto debe contar con un personal de apoyo para el desarrollo de las actividades a realizar, en este caso el personal requerido es el siguiente:

CARGO NECESARIOS PARA	FUNCIONES	PERFIL
ADMINISTRADOR	Encargado del normal funcionamiento de la importadora, encargado de realizar los trámites con nuestros clientes, proveedores y todo lo referente a las importaciones.	persona titulada administración de empresas o, ingeniería industrial, con conocimiento en mantenimiento industrial experiencia: 1 año cantidad: 1 vacante
CONTADOR	Llevar la contabilidad de la empresa, prestando un servicio de outsourcing	Persona con estudios contables, con gran pro actividad. Años experiencia: 3 años Cantidad: 1 vacante
ASESOR	Apoyaran las actividades del administrador, visitando las empresas para ofrecer nuestros servicios, y productos.	Personas que estén cursando semestres avanzados, de administración, o ingeniería industrial. Y que tengan conocimiento de herramientas. Experiencia: 1 año Vacantes: 2

TECNICO (AUXILIAR DE MANTENIMIENTO)	Realizar el mantenimiento de nuestros productos. Estar pendiente del normal funcionamiento de las máquinas para garantizar a los clientes una excelente experiencia.	Técnico en maquinaria especializada o con amplia experiencia en reparación de máquinas herramientas. Experiencia: 5 años Vacantes: 2
AUXILIAR DE LIMPIEZA	Se encargara de la limpieza de las instalaciones.	Persona técnico con buena actitud de servicio, y al cual brindaremos capacitación para que tenga la oportunidad de superarse. Experiencia: 1 año Vacantes: 1
MENSAJERO	Se encargara de entregar nuestros productos, al cliente y transportar las herramientas para realizar su debido mantenimiento.	Persona técnica con buena actitud de servicio, y al cual brindaremos capacitación para que tenga la oportunidad de superarse. Experiencia: 2 años Vacantes: 1
SECRETARIA	Persona que estará encargada, de administrar la información de llamadas, pedidos, y servicios requeridos por nuestros clientes.	Personas que estén cursando semestres avanzados, en administración, o carreras afines o estén culminando sus estudios. Experiencia: 1 año

23.2 ORGANIGRAMA IMPORTADORA DE MAQUINAS HERRAMIENTAS INDUSTRIALES

Este proyecto estar identificado por una estructura de tipo lineal donde la autoridad y la responsabilidad viajan en forma directa, con poca nivelación entre los elementos integrante, tal como se muestra a continuación:



Fuente: Autores Propio

LISTADO DE ACTIVOS

DETALLE	VALOR	VIDA UTIL
MAQUINARIA	\$ 4.000.000	10
maquinaria	\$ 4.000.000	
MUEBLES DE OFICINA	\$ 969.100	5
ESCRITORIO	\$ 120.000	
SALA ESPERA	\$ 500.000	
SILLAS PRINCIPAL Y DE CLIENTE	\$ 130.000	
IMPRESORA	\$ 219.100	
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	\$ 2.200.000	3
PC RECEPCIÓN	\$ 900.000	
PC CONTABILIDAD	\$ 1.300.000	
EDIFICACIONES	\$	20
LOCALES COMERCIALES	\$ 500.000	20
Arrendamiento	\$ 500.000	
SOTWARE	\$ -	5
TOTAL INVERSIÓN EN BIENES DE USO	\$ 7.669.100	

Activos fijos se refiere a los elementos necesarios para iniciar la empresa se abre con activos fijos y aportes que nosotros como socios hacemos para nuestro proyecto de empresa.

En este proceso se muestra la ilustración de la parte financiera del proyecto en el primer cuadro que aparece de nuestro trabajo esta los listados de activos la cual mostramos la empresa, y se relaciona con los bienes y el uso que se debe generar para demostrar la empresa, se debe tener estos artículos por valores y allí mismo nos va dando a conocer un poco más lo del fondo de artículos que podemos poseer.

Inversión total requerida		
INVERSIÓN TOTAL REQUERIDA		
RUBRO	VALOR DE LA INVERSIÓN INICIAL	
	PARCIAL	SUBTOTAL
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS		
Maquinaria y equipos	\$ 4.000.000	
Muebles de oficina	\$ 969.100	
Equipo de computo	\$ 2.200.000	
Edificaciones	\$ -	
Locales Comerciales (puntos de ventas)	\$ 500.000	
Flota y equipo de transporte	\$ -	
Equipo o herramientas		
Software (información, libros otros)		
Terrenos (haga relación)		
Participación en empresas operando		
SUBTOTAL INVERSIÓN ACTIVOS TANGIBLES (1)		\$ 7.669.100
ACTIVOS INTANGIBLES:		
Patentes de inventos (haga relación)		
Franquicias (haga relación)		
Contratos de asociación (haga relación)		
Clientes establecidos (haga relación)		
Marcas establecidas (haga relación)		
Registro de marcas (haga relación)		
Titularizaciones en hipermercados (haga relación)		
Investigación y desarrollo de productos		
SUBTOTAL INVERSIÓN ACTIVOS INTANGIBLES (2)		\$ -
TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS (3=2+1)		\$ 7.669.100
INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO		
CAPITAL DE TRABAJO NETO OPERATIVO (KTNO)		
Cartera (según política establecida)	\$ 23.000.000	
+ Inventario (un promedio mensual)	\$ 7.355.260	
- Cuentas por pagar (crédito promedio concedido por proveedores)	\$ 13.226.231	
=SUBTOTAL KTNO (4)		\$ 17.129.029
+ Costo fijo (para un período considerado por mes o fracción) (5) (*)	\$ 15.195.435	\$ 15.195.435
= SUBTOTAL KTNO incluida reserva para costo fijo (6=4+5)		\$ 32.324.464
CAPITAL PARA CREAR MARCA		
Promoción (promedio mensual presupuestado año 1)	\$ 200.000	
Publicidad (promedio mensual presupuestado año 1)	\$ 1.100.000	
Merchandising (promedio mensual, presupuestado año 1)	\$ 840.000	
SUBTOTAL CREACIÓN DE MARCA (7)		\$ 2.140.000
TOTAL INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO (8=6+7)		\$ 34.464.464
INVERSIÓN TOTAL (9=3+8)		\$ 42.133.564
APORTE INICIAL SOCIOS		\$ 18.113.202

Inversión total requerida

Inversión requerida para llevar a cabo el proyecto, viabilidad para la creación de una empresa importadora de máquinas y herramientas industriales con soporte en la ciudad de Palmira son aquellos rublos que se necesitan para iniciar el mismo esta inversión involucra, la inversión de activos y capital de trabajo para este caso equivale a 18,113, 202 pesos colombianos, para la realización del proyecto

En este cuadro se elaboró un pequeño presupuesto con unos detalles muy mínimos para la elaboración de la proyección financiera, lo cual arroja como resultado la compra de algunos activos fijos y están divididos por diferentes rubros lo que da un total de 18.113.202 valor total del aporte que de los socios para dicha empresa. En este caso se hizo la depreciación del rublo de los activos fijos lo que conlleva a que una depreciación se elabore anualmente con lo cual se dicta este valor recordando que la ley tributaria colombiana dice lo que debe depreciar los artículos anualmente por dependiendo su vida útil, así mismo se elaboró con los diferentes procesos de los activos fijos que poseen la empresa en el momento de la creación para ellos se elabora esa proyección.

Depreciación

Activo	Valor	Costo fijo año depreciación	Vida Util
Maquinaria y equipos	\$ 4.000.000	\$ 400.000	\$ 10
Mubles de oficina y equipo de computo	\$ 3.169.100	\$ 633.820	\$ 5
Flota y equipo de transporte	\$ 0	\$ -	\$ 5
Edificaciones y Locales comerciales	\$ 500.000	\$ 25.000	\$ 20
TOTAL	\$ 7.669.100	\$ 1.058.820	

ANUAL	\$ 1.058.820
--------------	---------------------

Depreciación

La depreciación es un ítem muy importante debido a que asegura por corto tiempo se deben utilizar los activos y cuanto se debe pagar por ellos como depreciaciones decir cuando se debe cambiar cuando se haya terminado su vida útil pero nuestro caso el estudio financiero arroja que nuestros activos se depreciaran 1.058.820 anualmente

Costos Fijos mensuales		
COSTOS FIJOS		
Rubros	Parcial	Subtotal
Generales de Administración		
Arriendo	\$ 450.000	
Aseo	\$ 250.000	
Cafetería	\$ 250.000	
Papelaría	\$ 150.000	
Salarios Administrativos	\$ 6.000.000	
Prestaciones sociales (39.01% de Salario administrativo)	\$ 2.340.600	
Parafiscales anexos a nómina (9% de salario administra.)	\$ 540.000	
Seguros de vida	\$ -	
Seguros de activos	\$ 460.000	
Depreciación	\$ 88.235	
Impuestos directos	\$ 26.000	
Servicios públicos	\$ 120.000	
Otros rubros (Nómbrelos)	\$ -	
	\$ -	
Subtotal Generales de Administración (1)		\$ 10.674.835
Generales de ventas:		
Salarios fijos vendedores	\$ 2.600.000	
Prestaciones sociales (39.01%)	\$ 1.016.600	
Parafiscales anexos a nómina (9%)	\$ 234.000	
Auxilio de vehículo	\$ 230.000	
Comunicación (fax, celular, beeper, Internet)	\$ -	
Viáticos	\$ 250.000	
Muestras entregadas	\$ -	
Papelaría de Ventas - Tarjetas de Presentación	\$ 190.000	
Envíos a clientes	\$ -	
Merchandising (Marca)	\$ 840.000	
Publicidad (Marca)	\$ 1.000.000	
Promoción (Marca)	\$ 200.000	
Otros rubros (Nómbrelos)	\$ -	
	\$ -	
Subtotal Generales Ventas (2)		\$ 6.560.600
Total Costos o Gastos Fijos (3=1+2)		\$ 17.235.435

=Amortizacion'1'116+Amortizacion'1'144+Amortizacion'1'176

Años	Costos Fijos	Amortización	Intereses	CF + Amrt	CF+ Amor+Int	Amo + Int
1	\$ 206.825.220	\$ 6.702.592	\$ 7.137.311	\$ 213.527.812	\$ 220.665.123	\$ 13.839.903
2	\$ 213.278.167	\$ 8.845.000	\$ 4.994.904	\$ 222.123.167	\$ 227.118.070	\$ 13.839.903
3	\$ 220.700.247	\$ 11.672.203	\$ 2.167.700	\$ 232.372.450	\$ 234.540.150	\$ 13.839.903
4	\$ 228.049.565	\$ -	\$ -	\$ 228.049.565	\$ 228.049.565	\$ -
5	\$ 235.324.346	\$ -	\$ -	\$ 235.324.346	\$ 235.324.346	\$ -

Costos fijos mensuales

Costos que no varían con los cambios en el volumen de las ventas o, en el nivel de producción, contiene los costos la que se debe innovar para la protección de los servicios, costos de materiales por unidad y le porcentaje o cada item dentro del proceso de la prestación de servicios que se ofrecen. Son los gastos generados directamente rublo de gastos aquellos que dicen los gastos de aseo, papelería, cafetería y hasta gastos personales con el salario que implica tener la empresa abierta, aparte se debe tener una base fundamentada y una herramienta fundamentada cuales son los gastos que puede generar en la empresa

Cvu EMPRESAS DE SERVICIOS A.	
RUBRO APLICADO	VALOR
Costos comisiones vendedores:	
Vendedores Externos	\$ 490.000
Subtotal comisiones (1)	\$ 490.000
Costo insumos aplicados:	
Subtotal de insumos (2)	\$ -
Costos maquinaria y equipos aplicados:	
Costo por horas de maquinaria	
Costo por horas de equipos	
Herramientas Fungibles	
Subtotal maquinaria y equipos (3)	\$ -
Costo personal requerido:	
Honorarios profesionales	\$ 630.000
(Valor hora x número de horas)	
Honorarios técnicos	\$ 150.000
(Valor hora x número de horas)	
Honorarios ayudantes	
(Valor hora x número de horas)	
Subtotal Personal (4)	\$ 780.000
Costos desplazamientos:	
Desplazamiento poblaciones aledañas	\$ 130.000
Pernoctada	
Alimentación	\$ 140.000
Otros	
Subtotal desplazamientos (5)	\$ 270.000
Apoyos logísticos contratados	\$ 90.000
Asesorías requeridas	\$ 70.000
Subtotal costos especiales (6)	\$ 160.000
Total costo variable de prestar el servicio (7=1+2+3+4+5+6)	\$ 1.700.000

Costos Variables

COSTOS VARIABLES	
Línea	Costos Variables CVu 2
A	\$ 1.700.000
B	\$ -
C	\$ -
D	\$ -
E	\$ -

Producto -1	CVu (costo variable unitario en Colombia) -2	Cvu* (adicionados costos de exportación) -3	%Mcu (Margen de contribución unitario porcentual para exportar) -4	PVu (precio de vta unit. Para exportar) -5	MVu \$ (Margen de contribución unitario en pesos) (6)=(5)-(3)	% particip. en ventas posible -7	CI (capacidad instalada máxima teórica) -8	CI (Capacidad instalada para exportar) -9
A	\$ 1.700.000	\$ -	0%	\$ 1.700.000,0	\$ -	0%	100%	0%
B	\$ -	\$ -	0%	\$ -	\$ -	0%		
C	\$ -	\$ -	0%	\$ -	\$ -	0%		
D	\$ -	\$ -	0%	\$ -	\$ -	0%		
E	\$ -	\$ -	0%	\$ -	\$ -	0%		

Valoración del Margen de Contribución Unitario Nacional

VALORACIÓN DEL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO								
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	% Mcu Año 1	% Mcu Año 2	% Mcu Año 3	% Mcu Año 4	% Mcu Año 5	El Mcu es		
						B	R	M
A	50%	50%	50%	50%	50%	x		
B								
C								
D								
E								

Valoración del Margen de Contribución Unitario de Exportación

VALORACIÓN DEL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO								
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	% Mcu Año 1	% Mcu Año 2	% Mcu Año 3	% Mcu Año 4	% Mcu Año 5	El Mcu es		
						B	R	M
A	0%	0%	0%	0%	0%			
B								
C								
D								
E								

Participación en Venta % Nacional

Participación en Ventas %					
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A	100%	100%	100%	100%	100%
B					
C					
D					
E					
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Participación en Venta % de Exportación

Participación en Ventas %					
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A	0%	0%	0%	0%	0%
B					
C					
D					
E					
TOTAL	0%	0%	0%	0%	0%

BPM:

La variación de margen de contribución unitaria nacional arroja como resultado el 50 % que dentro del promedio es algo muy bueno donde indica que se puede perfectamente llegar a vender el producto, el cuarto cuadro que en mismo de la línea de las valorizaciones donde dice la participación de venta nacional es más claro que los productos en este estudio de mercado puede llegar a elaborar y se puede generar una venta al

100% ya que la competencia es mínima por ende se establece la marca, se posesiona en el mercado como una empresa, no líder pero si de competencia y la que es líder en el instante.

Estructura de costos Nacional						
ESTRUCTURA DE COSTOS AÑO 1						
Portafolio de productos (1)	Cvu (2)	Mcu % (3)	Pvu (4)	Mcu \$ (5)=(4)-(2)	Partic. Venta % (6)	Mcupp (7)=(5)*(6)
A	\$ 1.700.000	50%	\$ 3.400.000	\$ 1.700.000	100%	\$ 1.700.000,00
B	\$ 0	0%	\$ -	\$ -	0%	\$ -
C	\$ 0	0%	\$ -	\$ -	0%	\$ -
D	\$ 0	0%	\$ -	\$ -	0%	\$ -
E	\$ 0	0%	\$ -	\$ -	0%	\$ -
TOTAL						\$ 1.700.000

En este cuadro se diagnostica la situación de los costos que influyen en el desarrollo del proyecto, costos que se ven involucrados mensualmente para la prestación del servicio que se desea brindar en la región, después de haber identificado los puntos críticos, con estos costos debemos diseñar las soluciones, y tomar decisiones sobre el negocio para optimizar las actividades que se deben desarrollar en el día a día. En análisis arroja unos costos mensuales de 1.700.000 pesos.

Valoración del Mercado Potencial

VALORACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL					
PRODUCTO 1	Nº COMPRADORES INTERESADOS EN EL BIEN 2	FRECUENCIA USO/MES 3	VENTA POT. UNIDADES 4=(2)*(3)	PRECIO VTA PROBABLE 5	MERCADO POTENCIAL 6=(4)*(5)
A	6.432	0,5	3.216	\$ 3.400.000	\$ 10.934.400.000
B			0	\$ -	\$ -
C			0	\$ -	\$ -
D			0	\$ -	\$ -
E			0	\$ -	\$ -
TOTAL			3.216		\$ 10.934.400.000

Valoración del Mercado Objetivo

VALORACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO					
PRODUCTO 1	Nº COMPRADORES INTERESADOS EN EL BIEN 2	FRECUENCIA USO/MES 3	VENTA POT. UNIDADES 4=(2)*(3)	PRECIO VTA PROBABLE 5	MERCADO OBJETIVO 6=(4)*(5)
A	355	0,5	178	\$ 3.400.000	\$ 603.500.000
B			0	\$ -	\$ -
C			0	\$ -	\$ -
D			0	\$ -	\$ -
E			0	\$ -	\$ -
TOTAL			178		\$ 603.500.000

Valoración de participación en el mercado (año 1)

VALORACIÓN DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO (AÑO 1)					
PRODUCTO 1	Nº COMPRADORES INTERESADOS EN EL BIEN 2	FRECUENCIA USO/MES 3	VENTA POT. UNIDADES 4=(2)*(3)	PRECIO VTA PROBABLE 5	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO 6=(4)*(5)
A		1	0	\$ 3.400.000	\$ -
B			0	\$ -	\$ -
C			0	\$ -	\$ -
D			0	\$ -	\$ -
E			0	\$ -	\$ -
TOTAL			0		\$ -

VARIACIÓN DEL MERCADO

Es un punto fundamental diríamos uno de los más importante en nuestro proyecto de grado y empresarial es: el mercado potencial hacemos un análisis donde arroja como resultado un mercado potencial muy alto que permite ser y generar ingresos a futuro para el buen desarrollo del proyecto, lo cual indica que si es viable dentro de lo que cabe este análisis de potencia en el mercado.

No obstante, sin dejar atrás los indicadores económicos proyectados manejando las tasa del PIC por unidad pre capital lo desarrollamos y arroja como resultado una variación del IP en una forma accederte de los cuales los primeros años hay un descenso muy leve pero a medida del tiempo se tiene asensos supremos y proyecta ser una empresa libre dentro del mercado.

Fundacion Coomeva		
A = Valor buscado de la cuota a pagar		
p = Valor presente del crédito a tomar	\$ 27.219.795	
i = Tasa de interés pactada (Anual)	29%	7,2%
n = número de períodos (Trimestral)	12	
cuota a pagar (Trimestral)		\$ 3.459.976

Amortización crédito banco 1.

AMORTIZACIÓN A DEUDA BANCO DE BOGOTÁ						Intereses	Amortización
Año	Período	Cuota	Interés	Amortización	Saldo		
1	0				\$ 27.219.795	\$ 7.137.311	\$ 6.702.592
	1	\$ 3.459.976	\$ 1.954.381	\$ 1.505.595	\$ 25.714.200		
	2	\$ 3.459.976	\$ 1.846.280	\$ 1.613.696	\$ 24.100.504		
	3	\$ 3.459.976	\$ 1.730.416	\$ 1.729.560	\$ 22.370.945		
	4	\$ 3.459.976	\$ 1.606.234	\$ 1.853.742	\$ 20.517.203		
2	5	\$ 3.459.976	\$ 1.473.135	\$ 1.986.841	\$ 18.530.362	\$ 4.994.904	\$ 8.845.000
	6	\$ 3.459.976	\$ 1.330.480	\$ 2.129.496	\$ 16.400.866		
	7	\$ 3.459.976	\$ 1.177.582	\$ 2.282.394	\$ 14.118.472		
	8	\$ 3.459.976	\$ 1.013.706	\$ 2.446.269	\$ 11.672.203		
3	9	\$ 3.459.976	\$ 838.064	\$ 2.621.912	\$ 9.050.291	\$ 2.167.700	\$ 11.672.203
	10	\$ 3.459.976	\$ 649.811	\$ 2.810.165	\$ 6.240.126		
	11	\$ 3.459.976	\$ 448.041	\$ 3.011.935	\$ 3.228.192		
	12	\$ 3.459.976	\$ 231.784	\$ 3.228.192	\$ 0		

Financiación de la Inversión Requerida

FINANCIACIÓN DE LA INVERSIÓN REQUERIDA							
Fuentes de financiación 1	Valor a financiar 2	Participación % 3=2/IT	Destinación de recursos 4	Condiciones de financiación			
				Línea 5	Plazo 6 Años	Tasa de Interés Anual 7	Forma de pago 8
Emprendedores	\$ 7.320.000	17,4%	Capital de trabajo (KT)	-	0	0%	Utilidades y flujo de caja libre
Inversores K de riesgo	\$ 0	0,0%	(KT) y Activos Fijos (AF)	-	0	0	Utilidades y flujo de caja libre
Banco 1	\$ 27.219.795	64,6%	Activos Fijos (AF)	Ordinaria	0	0%	Trimestre vencido
Banco 2	\$ 0	0,0%	Activos Fijos (AF)	Fomento	0	0%	Trimestre vencido
Banco 3	\$ 0	0,0%	Activos Fijos (AF)		0	0%	Trimestre vencido
Total	\$ 42.133.564	82%	Inversión	-		-	-

Aquí se observa el resultado total en la estructura financiera lo que los inversionistas inyectaran en dinero, para llevar a cabo el proyecto (7.320.000 pesos), y cuál es el valor del crédito al se accede en el banco. Esta disponibilidad arroja un resultado de \$ 42.133.564 que sería la inversión total del proyecto.

Estructura Financiera y Costo de Capital

FUENTE	VALOR FINANCIADO	PARTICIPACIÓN%	COSTO INTERÉS % ANUAL	COSTO DE DESPUÉS DE IMPUESTOS (5)	COSTO DE CAPITAL %
1	2	3	4		6 = (3)x(5)
Emprendedores	\$ -	0,0%		0,0%	0,0%
Inversion k Riesgo	\$ -	0,0%		0,0%	0,0%
Banco 1	\$ 27.219.795	100,0%	28,7%	28,7%	28,7%
Banco 2	\$ -	0,0%		0,0%	0,0%
Banco 3	\$ -	0,0%		0,0%	0,0%
Total	\$ 27.219.795	100%			28,7%

Flujo de Caja Libre

FLUJO DE CAJA LIBRE					
RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad neta	\$ -20.034.973	\$ 68.328.386	\$ 219.932.687	\$ 425.424.507	\$ 813.371.277
+ Depreciaciones y amortizaciones de diferidos*	\$ 1.058.820	\$ 1.058.820	\$ 1.058.820	\$ 1.058.820	\$ 1.058.820
+ Intereses	\$ 7.137.311	\$ 4.994.904	\$ 2.167.700	\$ -	\$ -
= Flujo de Caja Bruto (FCB)	\$ -11.838.842	\$ 74.382.110	\$ 223.159.208	\$ 426.483.327	\$ 814.430.097
-Aumento del capital de trabajo neto operativo** (KTNO)	\$ 15.115.445	\$ 27.448.011	\$ 48.373.506	\$ 76.649.728	\$ 129.823.272
- Aumento en los activos fijos por reposición	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= FLUJO DE CAJA LIBRE (FCL)	\$ -26.954.287	\$ 46.934.099	\$ 174.785.701	\$ 349.833.600	\$ 684.606.825

Capital de trabajo neto operativo (KTNO)

CAPITAL DE TRABAJO NETO OPERATIVO (KTNO)					
RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuentas por cobrar	\$ 39.020.833	\$ 66.000.000	\$ 111.166.667	\$ 180.583.333	\$ 303.750.000
+ inventarios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Cuentas por pagar	\$ 23.905.388	\$ 38.551.989	\$ 62.793.161	\$ 103.933.606	\$ 173.926.728
Capital de Trabajo Neto Operativo (KTNO)	\$ 15.115.445	\$ 27.448.011	\$ 48.373.506	\$ 76.649.728	\$ 129.823.272

La columna vertebral tiene como reflejo un pronóstico de venta para 5 años lo cual el 100% de nivel internacional se desea estandarizar un poco más allá de lo que se puede lograr , pero no hay evidencia clara de lo que puede llegar hacer parte de la exportación y refleja un aporte significativo en las ventas nacionales posesionarse primero en la región , después en parte del sur occidente colombiano y al mismo tiempo llegar a

La distancia de nuestro país y así buscar la maneras y alternativas y llegar a ser la empresa líder y pionera de exportación de los productos que se manejan y así dar viabilidad de los productos.

Primer año de estados de resultados se observa que hay una perdida, pero no obstante no quiere decir que en el primer año que estamos realizando nuestra proyección sea malo, por el contrario, la proyección la perdida sea más grande y a medida del tiempo y el cuadro que van pasando la idea de ello vamos identificando de que realmente la empresa va a dar un giro de 180 grados la cual permite tomar decisión para la elaboración de la misma.

El segundo año del estado de resultado y la estructura de costo compartiendo las ventas genera una alta alternativa de utilidad de renta lo cual dice que si es viable la empresa, entonces como resultado se obtiene un valor de \$68.328.386 lo cual puede generar alternativas de reinvertir esa cantidad de dinero en más productos y así ser la empresa más competitiva del mercado.

El tercer año sigue con la estructura del presupuesto más y más alta de la proyección en este momento es de 219.932.687 lo cual indica que día tras día mejora la empresa, le hicimos una proyección de renta de 38.5% , se hizo con esa la vamos a coger a normas lo cual nos permite a nosotros tener beneficios y al mismo tiempo comprender el desarrollo social del estado, en el momentito tenemos 25% por renta y el 8% por CREI la proyección que le estamos laborando es con lo que nos dice la norma que poco a poco y sustancialmente el CREI va aumentando por ende nosotros lo estamos calculando directamente con la proyección a futuro del CREI .

El año cuarto y quinto arroja 425.424.507 como la empresa de la región más sostenibles de los productos lo cual dará más inversión poco a poco va creciendo sustancialmente.

La rotación de carteras se hizo a 30 días con rotación de cartera a los 12 meses porque a ese tiempo, permite captar el dinero más fácil y hacerle reinvertir ese dinero por ello es viable dentro de las políticas que se elaboraron se hizo con menos de 30 meses y de allí para allá se le cobraría impuestos e intereses más de lo que se puede proyectar.

Rotación de inventarios a 30 días, la rotación de carteras permite identificar cual es la posibilidad del flujo de carga libre, se ve, se refleja y se hace un análisis de año tras año cual es la posibilidad que arroja como resultados estos valores a mostrar.

Calculo de Dinero Disponible para Decisión de los Socios.

Año (1)	Flujo de Caja Bruto (2)	Reposición capital de trabajo (3)	Reposición activos Fijos (4)	Flujo de caja libre (5)=(2)-(3+4)	Servicio a la deuda (6)	Disponible para decisión de socios (7)=(5)-(6)
1	\$ -11.838.842	\$ 15.115.445		\$ -26.954.287	\$ -	\$ -26.954.287
2	\$ 74.382.110	\$ 27.448.011		\$ 46.934.099	\$ -	\$ 46.934.099
3	\$ 223.159.208	\$ 48.373.506		\$ 174.785.701	\$ -	\$ 174.785.701
4	\$ 426.483.327	\$ 76.649.728		\$ 349.833.600	\$ -	\$ 349.833.600
5	\$ 814.430.097	\$ 129.823.272		\$ 684.606.825	\$ -	\$ 684.606.825

AÑOS	Flujo de Caja Libre	Tasa de interés i (costo de oportunidad)	Inversión Inicial (I₀)
1	-26.954.287	28,7%	\$ 42.133.564,00
2	46.934.099	28,7%	
3	174.785.701	28,7%	
4	349.833.600	28,7%	
5	684.606.825	28,7%	
		VPN	\$ 368.374.480

En este cuadro permite determinar las decisiones que se deberán tomar, de acuerdo a los beneficios que se buscan obtener si se llegase a poner el proyecto en marcha, de deben tomarlas mejores opciones al momento de abordar una situación, ya que se pueden obtener una utilidad o bien sea mayor o menor, en este caso el estudio financiero arroja cifras llamativas para los socios y los inversionistas lo que involucra que se debe tomar la decisión d poner el proyecto en marcha sin tardar.

AÑOS	Flujo de Caja Libre	Tas de interés i (costo de oportunidad)	Inversión Inicial
			(I ₀)
1	\$ -26.954.287	5,9	\$ -42.133.564
2	\$ 46.934.099	5,9	
3	\$ 174.785.701	5,9	
4	\$ 349.833.600	5,9	
5	\$ 684.606.825	5,9	

TIR	119,9%
-----	--------

AÑOS	Flujo de Caja Libre
Inver.	\$ -42.133.564
1	\$ -26.954.287
2	\$ 46.934.099
3	\$ 174.785.701
4	\$ 349.833.600
5	\$ 684.606.825

La parte más importante es esta la TIR año tras año de los cinco años involucrados en el negocios y arroja como resultado 119.9 lo cual dice que es un negocio supremamente viable entonces aquí es donde se debe hacer la pequeña inversión y a obtener resultados grandes a futuro.

24. CONCLUSIONES

Este proyecto tiene como finalidad determinar si es viable o no la creación de una empresa de maquinaria industrial y de mantenimiento de las respectivas en la ciudad de Palmira, contando con unos valores agregados que no existen o no son ofrecidos en esta ciudad por los negocios que existen bien constituidos en el sector que se quiere incursionar o directa el desarrollo del proyecto se determinó que en Palmira solo existe un negocio bien constituido que realiza mantenimiento a este tipo de herramientas y que solo marcas Bosh y Dewalt se requiere el mantenimiento para la marcas que se busca fabricar makita, hitachi, milwalukee, las impresiones deben dirigirse a la ciudad de Cali, ya que no existe un taller certificado por estas marcas y no se cuenta con los repuestos ni servicios para el debido mantenimiento, también se desarrollaron estudios técnicos y financieros para determinar la viabilidad del proyecto a continuación se determinan algunas conclusiones:

El sector al que se quiere incursionar es llamativo, ya que solo existe una empresa bien constituida y conocida en Palmira para el desarrollo de los mantenimientos.

- Se desea incursionar en este nicho del mercado con dos valores agregados que son aceptados por los futuros clientes.

- El proyecto es aceptado en su totalidad por las empresas que pueden llegar a ser los futuros cliente son su totalidad, las empresas del sector manufacturera industrial de Palmira y sus alrededores.
- La empresa no está bien constituida, pero si buscara acceder a entidades como el fondo emprender para el desarrollo del mismo.
- El VPN (valor presente neto) arrojado por el estudio financiero, genera un valor positivo para el desarrollo del proyecto.
- Los resultados arrojados por la TIR son positivos para el desarrollo del proyecto en la ciudad de Palmira.

25. BIBLIOGRAFIA

Situación económica de palmira y su área de influencia (pradera, florida y candelaria) año2015; página oficial cámara de comercio palmira 2016; consultado en línea septiembre 2016; disponible en: http://www.ccpalmira.org.co/portal/images/docs/situacion_economica/informe%20situacion%20economica%202015.pdf página 44

Gutiérrez, José Arturo ; revista innovar journal revista de ciencias administrativas y sociales; la productividad en la industria metalmecánica colombiana 2016 ;consultado en línea septiembre 2016; disponible en:<http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/19159/20104> página 52.

Situación económica de Palmira y su área de influencia (pradera, florida y candelaria) año2015; página oficial cámara de comercio Palmira 2016; consultado en línea septiembre 2016; disponible en: http://www.ccpalmira.org.co/portal/images/docs/situacion_economica/informe%20situacion%20economica%202015.pdf pagina 65

Bejarano, Jesús Antonio ; industrialización y política económica; página oficial banco de la republica 2016; consultado en línea septiembre 2016; disponible en:

<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/historia/colhoy/colo8.htm>

Historia Del Valle Del Cauca; página oficial gobernación del valle del cauca 2016; consultado en línea septiembre 2016; disponible en: <http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=278>

Situación económica de Palmira y su área de influencia (pradera, florida y candelaria) año 2015; página oficial cámara de comercio Palmira 2016; consultado en línea septiembre 2016; disponible en: http://www.ccpalmira.org.co/portal/images/docs/situacion_economica/informe%20situacion%20economica%202015.pdf pagina 79

Kinnear/taylor, investigación de mercados; editorial mc graw hill; quinta edición; Colombia enero 2000 pág.; 5

Etapas de un proyecto; universidad de cordoba; argentina ;consultado en línea octubre 2016; disponible en:

<http://www.efn.uncor.edu/departamentos/electrotecnia/cat/ecoen/apuntes/ee2003%20I%20evaluacion%20proyectos.pdf>; pag 4

Etapas de un proyecto; universidad de cordoba; argentina; consultado en línea octubre 2016; disponible en:

<http://www.efn.uncor.edu/departamentos/electrotecnia/cat/ecoen/apuntes/ee2003%20I%20evaluacion%20proyectos.pdf>; pag 5

Escobar Escobar Ivonne Karina; estrada pinchado Fredy Alexander; viabilidad para la creación de una incubadora de empresas en el municipio de Palmira (v), para apoyar la formación y/o desarrollo de las microempresas; consultado octubre 2016

Álvarez, Alberto; matemáticas financieras; mc graw hill; segunda edición; noviembre 2001 Colombia; pagina242

Altuve, José Germán; el uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones de inversión; consultado en línea google académico; octubre 2016; disponible en:

<http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17341/1/articulo1.pdf>; página 12

Escobar Escobar Ivonne Karina; Estrada Pinchado Fredy Alexander; viabilidad para la creación de una incubadora de empresas en el municipio de Palmira (v), para apoyar la formación y/o desarrollo de las microempresas; consultado octubre 2016 página 58

Tuija, marstio; manual para escribir un plan de negocios; 1999; google académico; consultado en línea octubre 2016; disponible en: http://descom.jmc.utfsm.cl/proi/planificacion/busplan_esp.pdf pagina5-6

Definiciones abc; consultado en línea octubre 2016; disponible en: <http://www.definicionabc.com/economia/importacion.php>

Ingeniería industrial online; consultado en línea octubre 2016; disponible en: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/mantenimiento/>

Wikipedia; consultado en línea octubre 2016; disponible en:
<https://es.wikipedia.org/wiki/repuesto>

Concepto definición; consultado en línea octubre 2016; disponible en:
<http://conceptodefinicion.de/garantia/>

Google académico; auto evaluación de la gestión por parte de pequeñas empresas y microempresas: estudio exploratorio; consultado en línea febrero 2017; disponible en: <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/14008/lucia-clara%20banchieri.pdf?sequence=1&isallowed=y;pag.483>

Las 5 fuerzas de porter, clave para el éxito de la empresa; consultado en línea octubre 2016; disponible en: <http://www.5fuerzasdeporter.com/>

Escobar Escobar Ivonne Karina; estrada pinchado Fredy Alexander; viabilidad para la creación de una incubadora de empresas en el municipio de Palmira (v), para apoyar la formación y/o desarrollo de las microempresas; consultado octubre 2016 página 70-71

Varela, Rodrigo; de la idea al plan de empresa; consultado en línea 16 de febrero 2017; disponible en:
https://www.researchgate.net/profile/rodrigo_varela2/publication/44294345_de_la_idea_al_plan_de_empresa/links/55cbb87508aebc967dfe1de1.pdf;pag.1

26. ANEXOS



ENCUESTA, VIABILIDAD CREACION DE UNA EMPRESA IMPORTADORA, Y, DE REPARACION DE MAQUINAS HERRAMIENTAS INDUSTRIALES EN LA CIUDAD DE PALMIRA

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Desarrollar una investigación exploratoria previa que proporcionara la información básica acerca de las condiciones en que el servicio es demandado y ofertado en la región de la ciudad de Palmira y sus alrededores.

1) ¿CON QUE FRECUENCIA, ADQUIEREN SUS MAQUINAS HERRAMIENTAS?

- A. 1 año
- B. 2 años
- C. 3 años

2) ¿QUÉ TIPOS DE HERRAMIENTAS ADQUIEREN CON MAYOR FRECUENCIA?

- A) Pulidoras
- B) Taladros
- C) Roto martillos
- D) Cortadoras
- E) Todas las anteriores
- F) Otras/ cuales:

3) ¿QUE MARCA DE HERRAMIENTAS PREFIEREN?

- A) Hitachi
- B) Milwaukee
- C) Makita
- D) Bosch
- E) Dewalt
- F) todas las anteriores
- G) otras/cuales

4) ¿QUÉ CRITERIOS UTILIZAN PARA ADQUIRIR SUS HERRAMIENTAS?

- A) Calidad
- B) Precio
- C) Garantía
- D) Innovación
- E) Todas las anteriores

5) ¿CON QUE PERIODO, SACAN DE SU INVENTARIO SUS MAQUINAS HERRAMIENTAS?

- A) 3 años
- B) 4 años
- C) Más de 5 años
- D) Ninguna de las anteriores

6) ¿ES IMPORTANTE QUE SU PROVEDOR ESTE CERCA DE SUS INSTALACIONES?

- SI
- NO

7) ¿QUÉ NUMERO DE MAQUINAS HERRAMIENTAS HACE REPARAR MENSUALMENTE?

- A) DE 1 A 3
- B) DE 3 A 5
- C) DE 5 A 10

8) ¿LE GUSTARIA QUE SU PROVEDOR, LLEVE UN CONTROL DE LA VIDA UTIL DE SU HERRAMIENTA?

SI

NO

9) ¿QUÉ PERIODO DE TIEMPO UTILIZA PARA LA CANCELACION DE SUS FACTURAS?

- A) De contado
- B) Menos de 3 meses
- C) Más de 3 meses
- D) 6 meses
- E) Otro Periodo/Cuanto

10) ¿CUÁNTO ESTÁN DISPUESTO A PAGAR POR UN MANTENIMIENTO?

Valor en pesos

- A) 15.000
- B) 17.000
- C) 20.000
- D) Otro Valor/ Cuanto:

11) ¿CUANTO ES EL VALOR PROMEDIO DE INVERSION ANUAL QUE SU EMPRESA SUELE HACER EN HERRAMIENTA?

VALOR EN PESOS:

12) ¿CUÁNTO ESTARIA DISPUESTO A INVERTIR EN AMPLIAR SUS ACTIVOS (MAQUINAS HERRAMIENTAS)?

VALOR EN PESOS

- A) 1.000.000
- B) ENTRE 1.000.000 Y 5.000.000
- C) MAS DE 5.000.000
- D) Otro Valor/ Cuanto:

13) ¿SI CONSTITUYERAMOS LA EMPRESA NOS CONTRATARIAN PARA

COMPRAR HERRAMIENTAS?

SI

NO

14) ¿SI CONSTITUYERAMOS LA EMPRESA NOS CONTRATARIAN PARA REALIZAR MANTENIMIENTO A SUS HERRAMIENTAS?

SI

NO

15) ¿CON QUE FRECUENCIA NOS CONTRATARIAN?

A) MENSUALMENTE

B) ENTRE 2 Y 3 MESES

C) MAS DE TRES MESES

D) OTRO/ CUANTO TIEMPO:

GRACIAS POR SU ATENCION.

EMPRESA VISITADA:

AREA VISITADA:

FUNCIONARIO VISITADO