



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

CENTRO INTERNACIONAL DE NEGOCIOS BABEL

MAYRA ALEJANDRA GÓMEZ MENDOZA

MAYKHOL STEVEN DE LA PUENTE MOLINA

UNIVERSIDAD EAN

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LENGUAS MODERNAS

BOGOTÁ D.C

JUNIO 2013



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

CENTRO INTERNACIONAL DE NEGOCIOS BABEL

Trabajo de grado en la modalidad creación de empresas para optar al título de
Profesional en Lenguas Modernas de la Universidad EAN

TUTORA

Dra. Ceira Morales

UNIVERSIDAD EAN

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LENGUAS MODERNAS

BOGOTÁ D.C

JUNIO 2013

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Bogotá, D.C, 2013

AGRADECIMIENTOS

Ante todo queremos darle gracias a Dios por habernos permitido llegar hasta este momento de nuestras vidas, por habernos permitido tener salud, fortaleza, serenidad y por ayudarnos a no caer en el intento. Para nosotros es de gran orgullo poder estar en donde estamos, pero no podríamos disfrutar y sentirnos agradecidos de este momento si no hubiéramos tenido ese gran apoyo que representan para nosotros nuestros padres y hermanos (Héctor Gómez, Xiomara Mendoza, Daniela Gómez, Sergio De la Puente, Fabiola Molina y Sergio Eduardo De la Puente) que de una forma u otra nos ayudaron a llegar hasta donde estamos el día de hoy, es para nosotros de gran importancia resaltar la labor y el esfuerzo que hicieron cada uno de ellos para hacer que esta meta tan importante para nosotros se cumpliera a cabalidad, por eso y por mucho más queremos decirles Gracias por esa interminable labor de ser padres.

De igual manera queremos agradecer a cada una de las personas que contribuyeron a la realización de esta idea y proyecto de grado como lo fueron Carlos Martínez, Daniel Parra y Bibiana Rueda, a nuestros amigos quienes nos ayudaron he hicieron parte de la creación de la misma y quienes siempre los recordaremos con nuestro más aprecio.

Finalmente y no siendo menos importante queremos darle las gracias a la Universidad EAN por habernos permitido contar con excelentes Docentes quienes hicieron parte de nuestra formación académica, en este ámbito queremos darle las gracias a nuestra tutora Ceira Morales Quinceno quien nos ayudó a realizar este proyecto.

Tabla de contenido

1. Introducción.....	12
2. Resumen Ejecutivo.....	13
3. Objetivos.....	15
3.1. Objetivos Generales.....	15
3.2. Objetivos específicos.....	15
3.3. Objetivos a corto plazo.....	16
3.4. Objetivos a mediano plazo.....	16
3.5. Objetivos a largo plazo.....	16
4. Justificación.....	17
5. Estudio de mercado.....	18
5.1. Análisis del sector.....	18
5.2. Competencia	20
5.2.1. DOFA de la competencia.....	22
5.2.2. Conclusiones del análisis de la competencia.....	24
5.3. Estudio del mercado.....	24
5.3.1. Mercado objetivo.....	24
5.3.2. Características del mercado objetivo.....	27
5.3.3. Estimación del mercado objetivo.....	28
5.3.4. Herramienta de información del mercado objetivo.....	29
5.3.5. Conclusiones de la herramienta de información aplicada.....	30
5.4 Estrategias de Mercado.....	38
5.4.1 Estrategia de precio.....	38

5.5. Estrategia de distribución.....	40
5.6. Estrategia de promoción.....	42
6. Estudio operacional.....	43
6.1. Proceso de producción	43
6.1.1. Diagrama del proceso	43
6.1.2. Etapas del proceso	45
6.3 . Materia prima y componentes requeridos	46
6.4 Espacio requerido	48
6.4.1.1 Plano del lugar de operaciones	49
6.4.1.2 Proveedores	49
7. Estudio organizacional	50
7.1. Nombre de la empresa	50
7.2. Tipo de sociedad y sus características	50
7.3. Misión	51
7.4. Visión	51
7.5. Logo	51
7.6. Slogan	53
7.7. Valores corporativos	54
7.8. Requerimientos de la creación de empresa	55
7.8.1. Pasos, costos y documentos ante la Cámara de Comercio	55
7.8.2. Pasos, costos y documentos ante la DIAN	56
7.8.3. Pasos, costos y documentos ante el Distrito	56
7.9. Requerimientos de operación de la empresa	57
7.9.1. Impuestos	57

7.9.2. Permisos o requerimientos de otras entidades	58
7.10. Recursos humanos	58
7.10.1. Cargos , perfiles y responsabilidades.....	59
7.10.2. Procesos de búsqueda y contratación.....	60
7.11. Organigrama	61
7.12. DOFA de la empresa.....	62
7.12.1 Estrategias cruzadas de DOFA.....	62
8. Análisis financiero.....	65
8.1. Inversión inicial	65
8.1.1. Forma de financiamiento del capital inicial	66
8.2. Proyección de ventas	67
8.3. Costos	71
8.3.1. Mano de obra	71
8.3.2. Otros costos de producción	72
8.3.3. Administrativos	73
8.4. Balance general	75
8.5. Flujo de caja	76
8.6. Indicadores financieros	77
8.7. Evaluación financiera.....	82
8.7.1. TIR.....	83
8.7.2. VAN.....	83
8.8 .Punto de equilibrio.....	83
8.9. Conclusiones financieras.....	84
9. Responsabilidad social empresarial	86

10. Conclusiones	87
11. Recomendaciones del trabajo.....	88

Lista de Figuras

Figura I. Crecimiento del sector servicios en Colombia.....	19
Figura II. Flujos de inversión Extranjera Directa.....	25
Figura III. Participación por región del mundo en las llegadas de viajeros extranjeros...26	
Figura IV. Porcentajes de las llegadas a Colombia por región 2009-2011.....	29
Figura V. 1.¿Usted domina más de un idioma?	30
Figura VI. 2. ¿Usted como empresario estaría dispuesto a contratar un servicio de traducción para su empresa el cual le permita realizar negocios con otros ejecutivos?.....	31
Figura VII. 3. ¿Considera usted que es de gran ayuda acceder a un servicio que consista en ofrecer un espacio idóneo, ya sea físico o virtual, al momento en que su empresa lleven a cabo diferentes eventos ejecutivos que requieran la intervención profesional de los servicios de un traductor?	32
Figura VIII. 4. Estaría dispuesto a utilizar los servicios de una empresa que le brinde soluciones a su en cuanto a traducción, servicio de salones conferenciales y soluciones culturales en cuanto a la parte de negocios?.....	33

Figura IX. 5. ¿Cuenta usted con personal en su empresa que domine más de un idioma?.....	33
Figura X. Idioma Dominado.....	34
Figura XI. 6. ¿Porque me dio le gustaría contactar a la empresa?.....	34
Figura XII. 7. ¿Para usted que es más importante en cuanto a la realización de una traducción?.....	35
Figura XIII. 8. ¿Le gustaría contar con un servicio de acompañamiento al momento de la traducción?.....	36
Figura XIV. 9. ¿Cuándo nuestro servicio vaya a ser prestado , al momento de la firma de contrato por qué medio le gustaría hacerlo?.....	36
Figura XV. 10. ¿porque medio le gustaría enterarse de los servicios que nuestra empresa ofrece?.....	37
Figura XVI. Diagrama de Acompañamiento de Interpretación.....	44
Figura XVII. Diagrama de traducción.....	44
Figura XVIII. Diagrama de Salas de Negócius.	45

Figura XIX. Logo53

Figura XX. Organigrama.....61

Lista de tablas

Tabla I. DOFA de la competencia.....	22
Tabla II. Llegadas de viajeros Europeos a Colombia 2009-2011.....	27
Tabla III. Llegadas de viajeros Norte Americanos a Colombia 2009-2011.....	27
Tabla IV. Participación de turistas en las principales ciudades de Colombia.....	28
Tabla V. Precios Traducciones.....	38
Tabla VI. Precios Traducción Jurada.....	39
Tabla VII. Materia prima y componentes requeridos por unidad de producto.....	46
Tabla VIII. DOFA de la empresa.....	60
Tabla IX: Inversiones.....	63
Tabla X: Gastos operativos.....	63
Tabla XI: Constitución del capital.....	64
Tabla XII: Unidad de venta de servicios.....	65
Tabla XIII: Presupuesto mensual de ventas año 2014.....	66
Tabla XIV: Presupuesto anual de ventas.....	67
Tabla XV: Aumento anual en unidades de venta.....	68

Tabla XVI: Inflación porcentaje anual.....	68
Tabla XVII: Salario mano de obra.....	69
Tabla XVIII: Incremento anual del salario en porcentaje.....	69
Tabla XIX: Costos mensual promedio.....	70
Tabla XX: Costos anual promedio.....	70
Tabla XXI: Nomina administrativa anual.....	71
Tabla: XXII: Gastos operacionales.....	72
Tabla XXIII: Balance general.....	73
Tabla XXIV: Flujo de caja.....	74
Tabla XXV: Razón corriente.....	75
Tabla XXVI: Nivel de endeudamiento.....	76
Tabla XXVII: Rentabilidad de ventas.....	77
Tabla XXVIII: Rentabilidad del patrimonio.....	78
Tabla XXIX: Rentabilidad de los activos.....	79
Tabla XXX: Evaluación financiera.....	80
Tabla XXXI: Tasa de descuento.....	80
Tabla XXXII: Punto de equilibrio.....	81

Anexos

Encuesta

Brochure

1. Introducción

Centro Internacional de Negocios Babel (CINB) surge a partir de la necesidad que existe en la actualidad por parte de la industria colombiana de realizar con éxito negocios con empresas extranjeras, la mayor problemática que se genera es el desconocimiento idiomático y cultural entre los países, por consiguiente, impide la realización de negocios de forma óptima y beneficiosa, generando una desventaja competitiva a nivel empresarial y organizacional para nuestro país.

Lo que se pretende con la creación de esta empresa es ayudar a dar solución a dicha problemática generada. De este modo con el desarrollo de este proyecto se pretende ver la viabilidad financiera y comercial de la creación de un centro internacional de negocios en Bogotá D.C.

2. Resumen ejecutivo

CINB es una organización cuyo enfoque principal es, el mejoramiento de los distintos tipos de negocios entre Colombia y el mundo, ofreciendo de este modo dos servicios esenciales, los cuales, van a permitir el fortalecimiento de dicha necesidad.

Estos servicios se ofrecerán mediante el acompañamiento de nuestros profesionales en Lenguas Modernas especializados en solucionar los distintos problemas de comunicación que existen entre diversas culturas, por otra parte y como un valor agregado a esta problemática CINB tendrá el servicio de traducciones comerciales y de negocios de distintas lenguas al español ,tales como: inglés, alemán, portugués, francés e italiano, al mismo tiempo se ofrecerá el servicio de traducción de documentos en diferentes campos, para ofrecer este servicio CINB cuenta con el más alto nivel de preparación ,en cuanto a el talento humano, con el que cuenta con personal capacitado Y con experiencia para ejercer como asesor lingüístico en las diferentes áreas comercial y de negocio.

Como segundo servicio CINB contara con una variedad de espacios que permitan la realización de dichos negocios, ofreciendo así, aulas amobladas con la más alta tecnología, lo que quiere decir que se contara con video-beam, pantallas de proyección, mesas de juntas y todo lo necesario para la realización optima de dichos encuentros entre los empresarios, estas se realizaran con el acompañamiento de nuestros profesionales especializados en la adaptación multi-bilingüe de planes de negocios estratégicos y comunicación empresarial, con el objetivo de llegar a acuerdos comerciales entre las partes y del fortalecimiento no solo de la organización,

sino el crecimiento de la marca a nivel mundial, logrando un reconocimiento y una imagen como una empresa de competencia mundial.

La organización ofrecerá un compromiso práctico y una relación estrecha con nuestros clientes. Nuestro objetivo es ofrecer más que una solución, nos enfocamos en entender las necesidades estratégicas de nuestros clientes y ofrecer las soluciones más concretas que satisfagan dichos requerimientos.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general:

Realizar un plan de negocios el cual permita evaluar la viabilidad de un centro internacional de negocios y así mismo definir el mercado potencial.

3.2 Objetivos específicos:

1. Realizar un estudio de mercado el cual permita definir las principales necesidades de comunicación al momento de realizar negocios con otros países.
2. Desarrollar un estudio financiero el cual permita evaluar la viabilidad y las proyecciones que la empresa va a tener en los primeros cinco años.
3. Realizar un estudio organizacional y técnico con el que se definan los aspectos legales, estratégicos y administrativos.
4. Ofrecer un completo acompañamiento en el proceso de comunicación y negociación entre empresarios, por medio de herramientas de asesoramiento como organización empresarial, interpretación y traducción.

3.3 Objetivos a corto plazo (1 año)

1. Crear y establecer la empresa en el mercado Bogotano, rigiéndonos por las leyes y normas del estado.
2. Desarrollar nuestro plan de negocios de acuerdo al marco organizacional de la empresa.

3.4Objetivos a mediano plazo (3 años)

1. Establecer alianzas estrategias con distintos medios.
2. Consolidar la empresa en el mercado Bogotano, así siendo fuerte competencias para las empresas ya establecidas en dicho negocio.
3. Recuperar en 75 % el capital inicial invertido.

3.5 Objetivos a largo plazo (5 años)

1. Liderar el mercado nacional y establecer como una empresa reconocida en el mercado internacional.
2. Recuperar el capital invertido en su totalidad.
3. Ser una empresa totalmente constituida.

4. Justificación

En la actualidad Colombiana , las empresas juegan un rol vital en la economía nacional, oferta, demanda, competencia, productos, servicios, entre otros, son términos que identifican una actividad empresarial, la cual siempre está en búsqueda de un crecimiento, mejoramiento, y evolución. CINB nace no solo de una necesidad por suplir un servicio que el mercado estaba demandando, sino también por el querer de dos jóvenes emprendedores que desean poner en práctica su pasión y vocación hacia los idiomas y negocios.

Es así, como la creación de empresa se convierte de una idea a una oportunidad de plasmar y poner en práctica conocimientos, actitudes y navegar en el mercado de las traducciones, interpretaciones, siempre enfocadas al ámbito empresarial.

De igual manera, uno de los principales propósitos tácitos es la generación de nuevos empleos freelance, ya que en nuestro caso al terminar una carrera no tenemos el apoyo de una empresa, ni la confianza de la misma para incursionar en el mundo laboral.

Por otra parte, antes de crear CINB tuvimos en cuenta y nos fijamos en el crecimiento y evolución que ha tenido el sector de servicios en Colombia, con tanto potencial nacional CINB le apuesta al talento humano de los traductores, interpretes, acompañantes freelance, para un desarrollo del sector de servicios, del mercado de las traducciones, y de Colombia.

Es por esto, que surge la idea y la motivación de crear CINB.

5. Estudio de mercados

5.1 Análisis de sector

Centro de Negocios Babel hace parte del sector Servicios de este modo haremos un análisis de este sector.

Sector Servicios

Podemos hablar de sector servicios o sector terciario como aquel sector que no produce bienes materiales de forma directa.

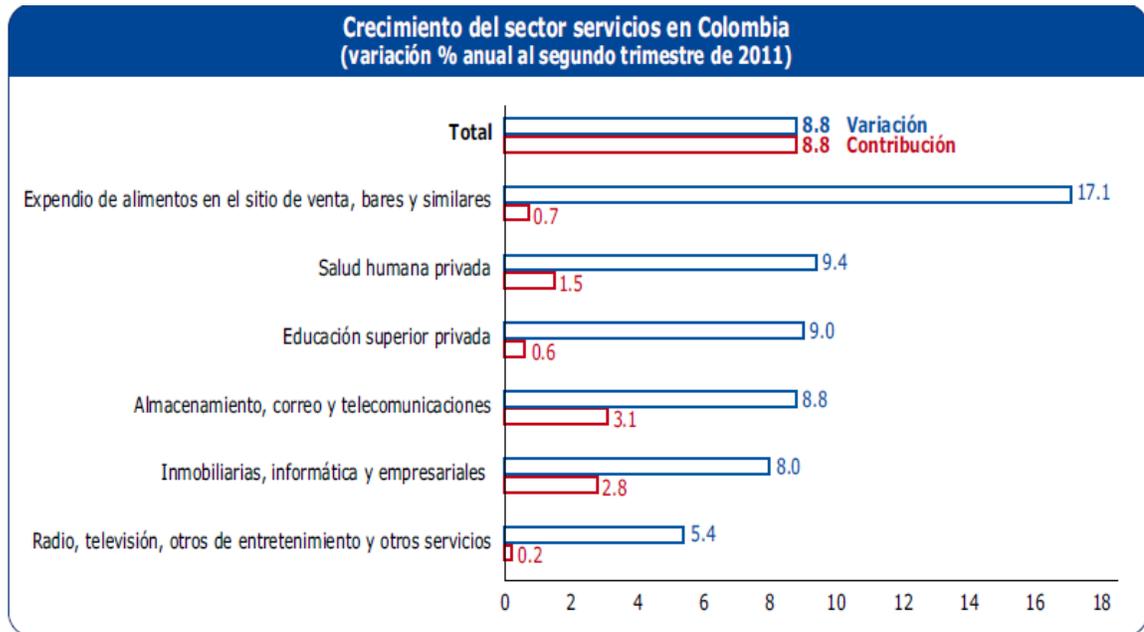
El sector Servicios en Colombia es uno de los sectores que más ha tenido evolución a comparación de los sectores que anteriormente aportaban más porcentaje al PIB nacional, es decir agro, industria y comercio. Actualmente el Sector Terciario cuenta con una participación del 61% en la economía Nacional, esto basado en comentario del Viceministro, al mismo tiempo que comento que este sector hizo un ingreso de 203mil millones de dólares a la economía.

Por otra parte este sector tiene una influencia en cuanto a la tasa de empleo del país aportando un 69%.

De acuerdo con la información y las estadísticas de Bancoldex para el año 2011 en el Sector Terciario las ramas que más aportan dentro de ella misma son las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (50.9% del total de empresas del sector), seguida por la salud humana privada (15.4%) y servicios de almacenamiento, comunicación y transporte (14.2%), para este año dicho servicio arrojó un aumento del 5.2% de la actividad

económica de ese año. Esto da a concluir que para el año 2010 y 2011, se obtuvo un crecimiento de un 4.1% de dicho sector.

Figura I: Crecimiento del sector servicios en Colombia



Fuente: cálculos Anif con base en Dane-Muestra Trimestral de Servicios (MTS).

Fuente: cálculos Anif con base en DaneMuestra Trimestral de servicios (MTS) 2011.

Si hablamos de este sector en el año 2012, para este año las cifras de ventas fueron de un total de 520.000 millones de dólares.

Para concluir con este análisis el sector servicio tiene propuesto incrementar mucho más sus cifras, esto teniendo en cuenta que las metas destinadas y propuestas por el gobierno Colombiano son el de tener ventas de 45.000 millones de dólares en ventas y exportaciones de

40.000 millones de dólares para el 2032, esto permitiendo que las personas salgan de la vulnerabilidad y pobreza.

5.2 Competencia

Competencia directa

Para CINB su principal competencia en el mercado es el WORLD TRADE CENTER, dicha compañía fue fundada en el año 1983, esta empresa cuenta con una amplia gama de servicios en la cual está incluido una cadena hotelera el cual permite que los empresarios que vienen a realizar negocios a nuestro país no solo se puedan alojarse en Bogotá sino también en las principales ciudades de nuestro país, es decir: Cali, Medellín y Barranquilla, el WTC está asociado a la cadena hotelera Royal.

Por otra parte el WTC cuenta con distintos espacios para la realización de negocios, es decir espacios adecuados para eventos sociales y de negocios. El World Trade Center cuenta con más de 50 espacios capacitados para alojar a más de 500 personas, es importante tener en cuenta que los espacios ofrecidos por el WTC no son propios, lo que quiere decir que son espacios ofrecidos por las distintas cadenas hoteleras con el cual el WTC tiene convenio.

Competencia indirecta

Actualmente existen varias empresas las cuales se dedican a la traducción de textos y documentos, por lo que podemos evidenciar que existe una gran competencia dentro del mercado; algunas de las empresas más destacadas son:

- MLA Traductores & Asociados

Fortalezas: Gran posicionamiento en el mercado, varios años de experiencia en el sector de la traducción, cuenta con grandes e importantes clientes.

Debilidades: Poca cobertura a nivel nacional.

- SattoTranslations

Fortalezas: Amplio portafolio de servicios, gran cantidad de idiomas a disposición.

Debilidades: Pocos años de experiencia en el mercado.

- Escritura sin Límites

Fortalezas: Prestación de muy buenos servicios aparte de la traducción de documentos.

Debilidades: Muy pocos años dentro del mercado, poca cobertura del servicio.

5.2.1 DOFA y análisis de la competencia

Tabla I: DOFA de la competencia.

Empresa	Debilidades	Fortalezas	Oportunidades	Amenazas
Ingles Bogotá	Servicio de traducciones en un solo idioma: inglés.	Empresa la cual lleva ofreciendo sus servicios durante largo tiempo. Empresa consolidada y reconocida.	CINB ofrece traducciones en distintos idiomas y aparte tiene una ventaja competitiva en cuento al servicio de espacios para la realización de reuniones entre empresarios.	Es claro que para CINB esta empresa representa una amenaza por tener bagaje en el mercado.
Grupo Cobo Producción y Eventos	Es una empresa la cual tiene un segmento de mercado bastante amplio y así mismo genera una	Es una empresa reconocida y la cual contiene todos los materiales adecuados para la realización de distintos	CINB es una empresa la cual solo se enfocara en la parte de negocios brindando así un evento con adecuaciones y así mismo dando	Al abarcar un segmento grande del mercado, es difícil para CINB competir con varios servicios y productos a la vez.

	mayor competencia.	eventos tanto empresariales como de entretenimiento.	solución a las necesidades del cliente.	
Centro Empresarial Y De Negocios Paseo Real	Es un centro de negocios la cual no ofrece al cliente la oportunidad de visualizar a través de una página web, que servicios ofrece ni sus instalaciones.	Empresa consolidada	CINB ofrecerá sus servicios tanto física como tecnológicamente, lo que quiere decir que tendrá una página web, para de este modo tener una comunicación con el cliente, y así mismo ofrecer sus servicios.	Presenta una amenaza no tan grande por no aprovechar el internet.

Fuente: Elaboración propia octubre del 2012

.2.2 Conclusiones del análisis de la competencia

Inglés Bogotá: Es una empresa enfocada solamente en traducir documentos del idioma inglés, la gran fortaleza de esta empresa es su consolidación en el mercado y la fidelización que ya tiene por parte de los clientes.

Grupo Cobo Producción y Eventos: Abarca un gran segmento del mercado de la traducción en Bogotá D.C., significa una gran amenaza y/o competencia para CINB, entrar a competir contra una empresa ya consolidada que ofrece eventos tanto empresariales como de entretenimiento.

Centro Empresarial y de Negocios Paseo Real: Es un centro de negocios la cual no ofrece al cliente la oportunidad de visualizar a través de una página web, que servicios ofrece ni sus instalaciones. No obstante, es una empresa ya consolidada en el mercado.

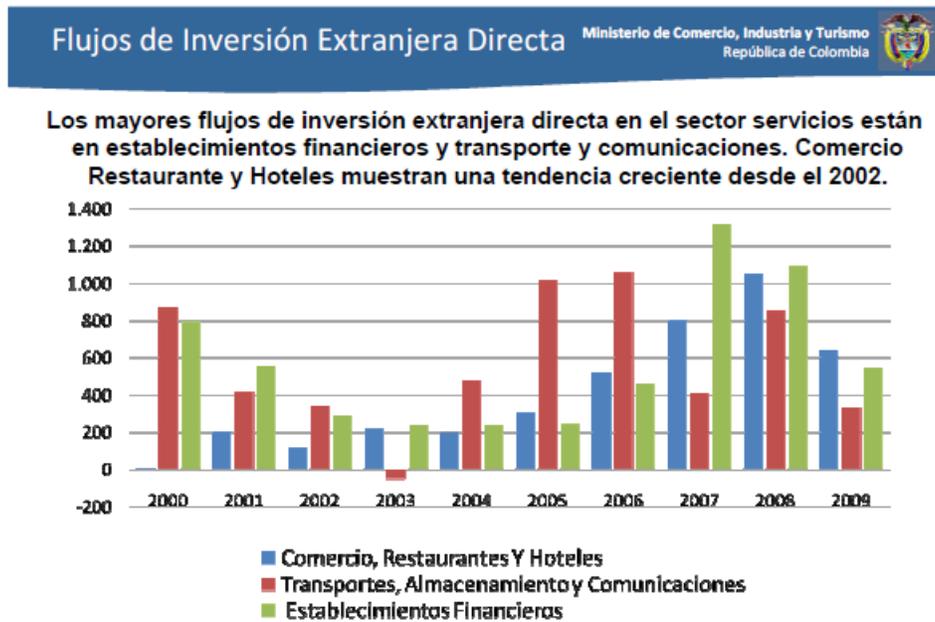
5.3 Estudio del mercado

5.3.1 Mercado Objetivo

Para Centro de Negocios Babel (CINB) su mercado objetivo son todos aquellos empresarios o personas naturales con intención de hacer negocios en nuestro país y/o que requieran de la traducción de un documento, pero al mismo tiempo los empresarios que vienen con esa intención, es decir turismo de negocios.

Tomamos este mercado objetivo ya que la participación de extranjeros en nuestra economía ha sido de gran influencia, al igual sus inversiones en nuestro país. (Véase figura II).

Figura II: Flujos de inversión extranjera Directa



Fuente: Banco de la República, balanza de pagos

Fuente: Banco de la República. Balanza de pagos (2010)

De este modo se puede observar la inversión que la parte extranjera hace a nuestro país en los distintos servicios que se ofrece, es de gran importancia para el crecimiento económico.

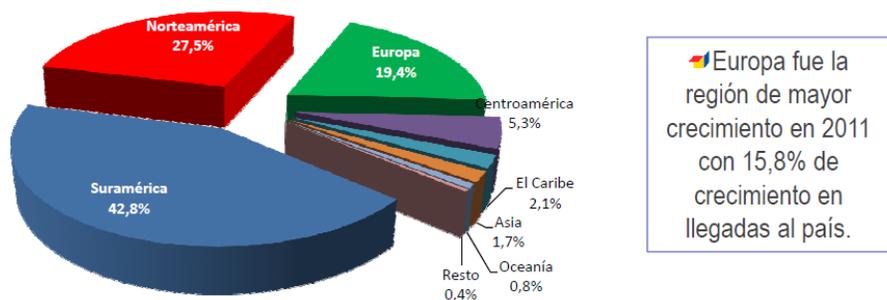
CINB pretende llegar a este nicho de mercado, teniendo en cuenta que la mayor parte de los turistas que entran a nuestro país son del continente Europeo, (véase figura III), de esta manera Colombia recibe tanto empresarios como turistas de lenguas maternas como lo son: inglés, alemán, francés entre otras, por otra parte y a modo de conclusión CINB pretende llegar a un nicho de mercado que tiene como preferencia el idioma inglés, de esta manera CINB puede llegar a satisfacer la necesidad que actualmente tiene nuestro país, esto teniendo en cuenta que solo el 2% de la población Colombiana habla inglés(Ministerio de Educación 2006).

Figura III: Participación por región del mundo en las llegadas de viajeros extranjeros a Colombia, 2009-2011.

Región	2009	% Part. 2009	2010	% Part. 2010	% Var. 2010/2009	2011	% Part. 2011	% Var. 2011/2010
Suramérica	578.776	42,8%	612.034	41,5%	5,7%	677.485	42,8%	10,7%
Norteamérica	397.568	29,4%	446.240	30,3%	12,2%	435.173	27,5%	-2,5%
Europa	242.696	17,9%	264.742	18,0%	9,1%	306.497	19,4%	15,8%
Centroamérica	68.788	5,1%	78.221	5,3%	13,7%	83.105	5,3%	6,2%
El Caribe	28.899	2,1%	30.650	2,1%	6,1%	34.007	2,1%	11,0%
Asia	20.048	1,5%	24.252	1,6%	21,0%	27.598	1,7%	13,8%
Oceanía	8.454	0,6%	10.639	0,7%	25,8%	12.215	0,8%	14,8%
Resto	8.531	0,6%	8.106	0,5%	-5,0%	6.038	0,4%	-25,5%
Total	1.353.760	100%	1.474.884	100%	8,9%	1.582.118	100%	7,3%

Fuente: Departamento Administrativo de Seguridad (DAS), elaboración Proexport (2011).

Figura IV: Porcentajes de las llegadas a Colombia por región, 2011.



Fuente: DAS, elaboración Proexport

Fuente: Departamento Administrativo de Seguridad (DAS), elaboración Proexport. (2011)

5.3.2 Características del mercado objetivo

De acuerdo a la información publicada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la participación de extranjeros entre los años 2009 y 2011 fue en un gran parte del continente Europeo, en su mayoría personas provenientes de los países de España, Alemania y Francia (véase tabla II). Es importante tener claro que también provienen turistas de otras ciudades Europeas, que dominan el idioma inglés.

Por otra parte es importante resaltar que no solo empresarios y turistas del continente europeo hacen presencia en nuestro país, sino que también hay gran influencia por parte del continente Norte Americano (véase figura IV)

Tabla II: Llegadas de viajeros europeos a Colombia, 2009-2011.

País	2009	% Part. 2009	2010	% Part. 2010	% Var. 2010/2009	2011	% Part. 2011	% Var. 2011/2010
1 España	77.922	32,1%	80.829	30,5%	3,7%	88.380	28,8%	9,3%
2 Alemania	26.139	10,8%	29.547	11,2%	13,0%	41.166	13,4%	39,3%
3 Francia	30.368	12,5%	33.878	12,8%	11,6%	37.829	12,3%	11,7%
4 Italia	26.054	10,7%	28.847	10,9%	10,7%	29.594	9,7%	2,6%
5 Reino Unido	18.915	7,8%	20.760	7,8%	9,8%	25.473	8,3%	22,7%
6 Holanda	12.915	5,3%	14.352	5,4%	11,1%	16.463	5,4%	14,7%
7 Suiza	9.266	3,8%	10.343	3,9%	11,6%	11.512	3,8%	11,3%
8 Israel	8.036	3,3%	8.061	3,0%	0,3%	7.862	2,6%	-2,5%
9 Suecia	4.830	2,0%	5.316	2,0%	10,1%	5.763	1,9%	8,4%
10 Bélgica	4.115	1,7%	4.457	1,7%	8,3%	5.255	1,7%	17,9%
11 Rusia	2.472	1,0%	2.713	1,0%	9,7%	4.382	1,4%	61,5%
12 Austria	2.849	1,2%	3.412	1,3%	19,8%	4.153	1,4%	21,7%
13 Portugal	2.381	1,0%	2.896	1,1%	21,6%	4.094	1,3%	41,4%
14 Polonia	1.668	0,7%	1.922	0,7%	15,2%	3.333	1,1%	73,4%
15 Noruega	2.162	0,9%	2.778	1,0%	28,5%	3.028	1,0%	9,0%
16 Irlanda	2.271	0,9%	2.684	1,0%	18,2%	2.898	0,9%	8,0%
17 Dinamarca	2.032	0,8%	2.199	0,8%	8,2%	2.591	0,8%	17,8%
18 Finlandia	1.251	0,5%	1.553	0,6%	24,1%	2.088	0,7%	34,4%
Resto	7.050	2,9%	8.195	3,1%	16,2%	10.633	3,5%	29,7%
Total	242.696	100%	264.742	100%	9,1%	306.497	100%	15,8%

Fuente: DAS, elaboración Proexport

Fuente: Departamento Administrativo de Seguridad (DAS), elaboración Proexport.(2011)

Tabla III: Llegadas de viajeros norteamericanos a Colombia, 2009-2011.

País	2009	% Part. 2009	2010	% Part. 2010	% Var. 2010/2009	2011	% Part. 2011	% Var. 2011/2010
Estados Unidos	311.931	78,5%	345.536	77,4%	10,8%	317.954	73,1%	-8,0%
México	57.480	14,5%	67.818	15,2%	18,0%	78.827	18,1%	16,2%
Canadá	28.157	7,1%	32.886	7,4%	16,8%	38.392	8,8%	16,7%
Total	397.568	100%	446.240	129%	12,2%	435.173	100%	-2,5%

Fuente: DAS, elaboración Proexport

Fuente: Departamento Administrativo de Seguridad (DAS), elaboración Proexport(2011)

5.3.3 Estimación del mercado objetivo

Centro Internacional De Negocios Babel pretende centrar su servicio en la capital Colombiana es decir Bogotá, ya que de acuerdo a la posición mantenida por el ranking de ciudades para realizar negocios, Bogotá se encuentra ubicada en el octavo lugar, además que es una de las ciudades más visitadas por los turistas (véase tabla IV). De este modo se tendría un nicho de mercado del 14,1%, de acuerdo al porcentaje que nuestra fuente nos arroja para los años 2011/2010. Con esto CINB pretende llegar al 1,5% de la población que visita la ciudad de Bogotá. De este modo CINB lograría que a futuro la empresa crezca al mismo tiempo que el porcentaje de visitantes aumenta, y así CINB se podrá posicionar aún más en el mercado dando una gran oportunidad de crecimiento y estabilidad para la misma.

Tabla IV: Participación de turistas en las principales ciudades de Colombia.

Ciudad	2009	2010	% Part. 2010	% Var. 2010/2009	2011	% Part. 2011	% Var. 2011/2010
1 Bogotá	692.826	754.960	51,2%	9,0%	861.722	54,5%	14,1%
2 Cartagena	155.264	169.100	11,5%	8,9%	177.858	11,2%	5,2%
3 Medellín	143.093	163.120	11,1%	14,0%	151.470	9,6%	-7,1%
4 Cali	98.060	113.146	7,7%	15,4%	109.491	6,9%	-3,2%
5 B/quilla	50.872	52.647	3,6%	3,5%	53.694	3,4%	2,0%
6 San Andrés	47.550	48.633	3,3%	2,3%	46.277	2,9%	-4,8%
7 B/manga	23.009	23.961	1,6%	4,1%	22.997	1,5%	-4,0%
8 Santa Marta	17.078	18.128	1,2%	6,1%	20.437	1,3%	12,7%
9 Cúcuta	15.928	16.509	1,1%	3,6%	20.209	1,3%	22,4%
10 Pereira	15.878	16.510	1,1%	4,0%	15.692	1,0%	-5,0%
Resto	94.202	98.170	6,7%	4,2%	102.273	6,5%	4,2%
Total	1.353.760	1.474.884	100%	8,9%	1.582.120	100%	7,3%

Fuente: DAS; Cálculos Proexport. No equivale a llegadas o visitas efectivas al destino, es la información de destino principal que los viajeros declaran a su ingreso al país.

Fuente: Departamento Administrativo de Seguridad (DAS), elaboración Proexport. (2011)

5.3.4 Herramienta de información del mercado objetivo

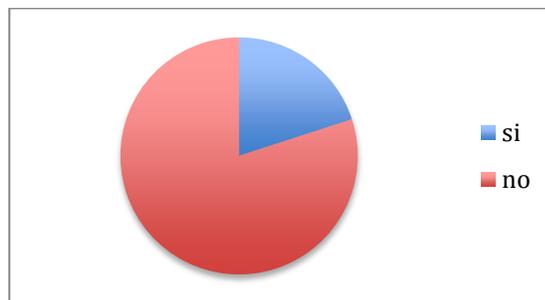
La herramienta de información empleada para analizar el mercado objetivo fue una encuesta la cual permitió ver la acogida que tendrá CINB, y al mismo tiempo ver si había que realizar algunos cambios a la idea de negocio.

La encuesta fue realizada por distintos empresarios en la ciudad de Bogotá, ya que CINB tiene como mercado objetivo empresarios que vengan a realizar negocios a nuestro país es por eso que se encuestaron tanto Extranjeros como Nacionales. Los Nacionales se encuestaron con el fin de ver la viabilidad y el porcentaje de participación de este nicho de mercado, y así mismo ver su interés frente al servicio que ofrece CINB.

5.3.5 Resultados de la herramienta

De acuerdo a la herramienta que se utilizó (encuesta) logramos ver la opinión de diferentes empresarios en cuanto a la creación del Centro Internacional de Negocios Babel, de este modo y al aplicar la encuesta obtuvimos unos resultados que ayudaran a la mejora de la creación de la misma. Los resultados que obtuvimos de cada pregunta fueron:

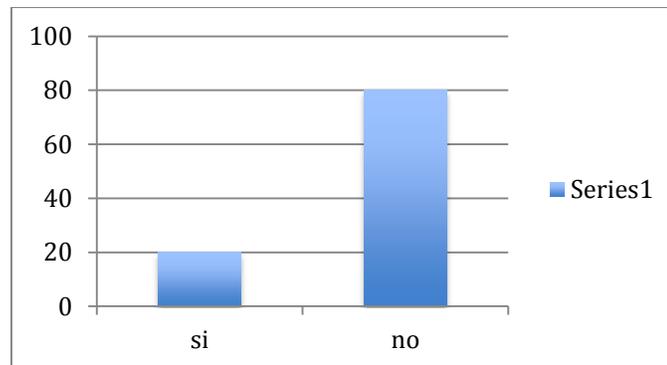
Figura V: 1. ¿Usted domina más de un idioma?



Fuente: Elaboración propia basado en el estudio de mercado. Marzo 2013.

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos ver que son muy pocas las personas que tienen la habilidad de dominar más de un idioma diferente del inglés, lo que por conclusión se puede decir que nuestra empresa tendría gran acogida con respecto a la traducción o interpretación de distintos idiomas.

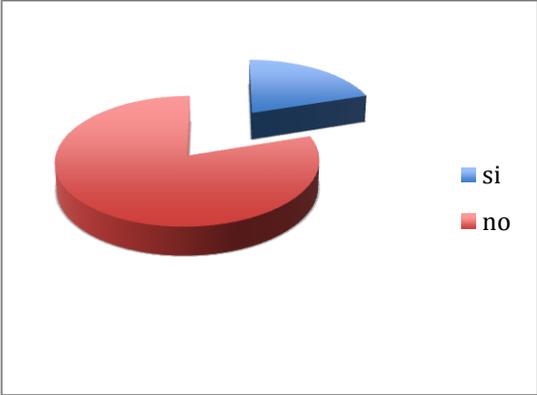
Figura VI: 2. ¿Usted como empresario estaría dispuesto a contratar un servicio de traducción para su empresa el cual le permita realizar negocios con otros ejecutivos?



Fuente: Elaboración propia basado en el estudio de mercado. Marzo 2013.

De acuerdo a los resultados de esta pregunta, se puede observar que el 85% de los empresarios si estarían dispuestos a contratar un servicio de traducción para su empresa, mientras que el 15% considera que no, que es un gasto innecesario.

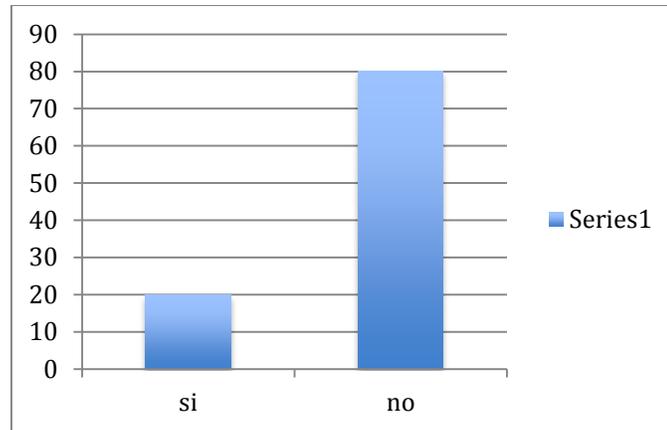
Figura VII:3¿Considera usted que es de gran ayuda acceder a un servicio que consista en ofrecer un espacio idóneo, ya sea físico o virtual, al momento en que su empresa lleven a cabo diferentes eventos ejecutivos que requieran la intervención profesional de los servicios de un traductor?



Fuente: Elaboración propia basado en el estudio de mercado. Marzo 2013.

Con las respuestas de los empresarios de si, sería factible alquilar salones para la elaboración de conferencias o reuniones ejecutivas encontramos dos respuestas las cuales nos permitieron ver que el 50% opina que sí, esta respuesta se debe a que la empresa no cuente con estos espacios, y como segunda respuesta obtuvimos un no con el 50%, lo que nos da a concluir que este porcentaje las empresas ya poseen estos espacios para sus reuniones.

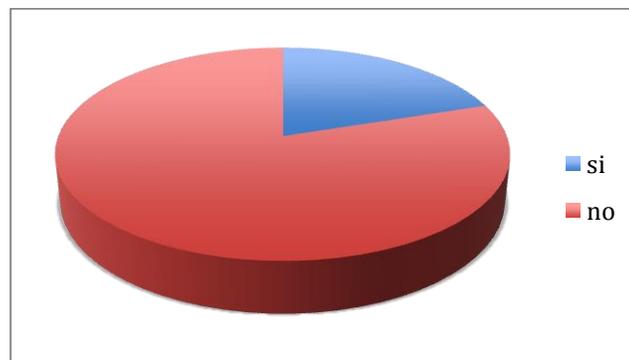
Figura VIII: 4. ¿Estaría dispuesto a utilizar los servicios de una empresa que le brinde soluciones en cuanto a traducción, servicio de salones conferenciales y soluciones culturales en cuanto a la parte de negocios?



Fuente: Elaboración propia basado en el estudio de mercado. Marzo 2013.

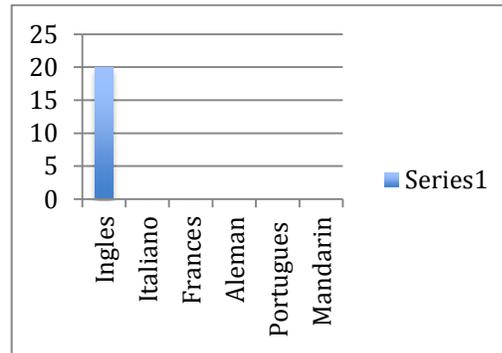
De acuerdo a la gráfica podemos analizar que el 80% de la población encuestada estaría dispuesta a utilizar los servicios de la empresa y el 20 % considera que es innecesario hacer este gasto para su empresa

Figura IX: 5. ¿Cuenta usted con personal en su empresa que domine más de un idioma?



Fuente: Elaboración propia basado en el estudio de mercado. Marzo 2013.

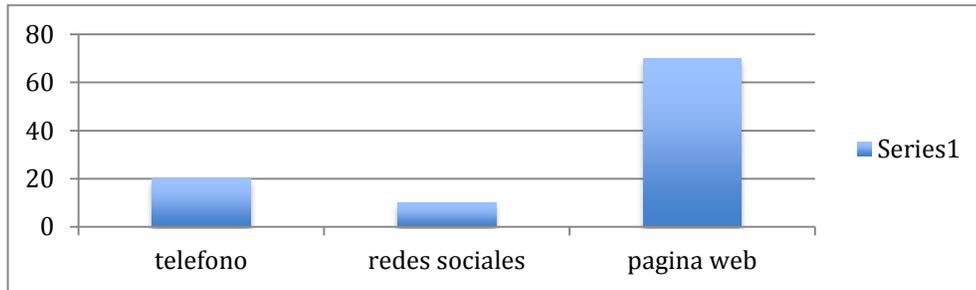
Figura X: Idioma dominado



Fuente: Elaboración propia basado en el estudio de mercado. Marzo 2013.

De acuerdo a esta pregunta podemos sacar como conclusión que solo el 20 % del personal de una empresa domina el idioma inglés, lo que quiere decir que nuestra empresa sería de gran ayuda para cubrir las necesidades de las demás empresas.

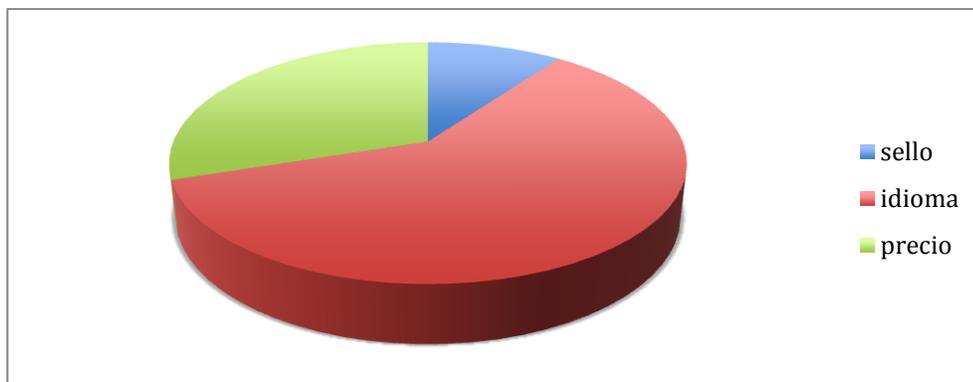
Figura XI: 6. ¿Porque me dio le gustaría contactar a la empresa?



Fuente: Elaboración propia basado en el estudio de mercado. Marzo 2013.

Para esta pregunta podemos concluir que nuestro canal de distribución será a través de la página web de la empresa, lo que nos facilitara darnos a conocer, ya que en este mundo globalizado, el internet hace parte fundamental en nuestra vida cotidiana y hace parte esencial del mundo de los negocios.

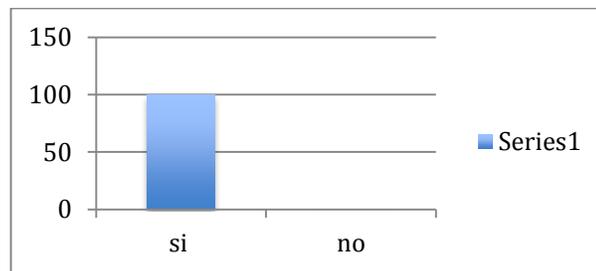
Figura XII: 7. ¿Para usted que es más importante en cuanto a la realización de una traducción?



Fuente: Elaboración propia basado en el estudio de mercado. Marzo 2013.

En este caso se observa que para el empresario es poco relevante que el traductor tenga el sello, de este modo se observa en la gráfica que lo importante y lo que más tiene relevancia a la hora de una traducción es que la persona tenga conocimiento del idioma y que al mismo tiempo el precio no sea elevado.

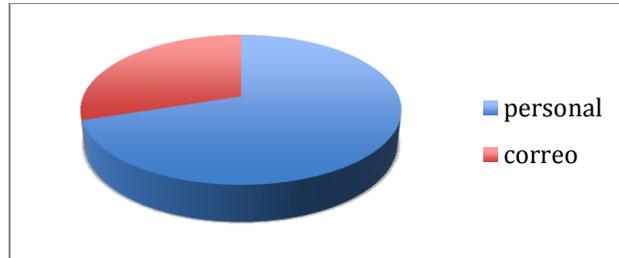
Figura XIII: 8. ¿Le gustaría contar con un servicio de acompañamiento al momento de la traducción?



Fuente: Elaboración propia basado en el estudio de mercado. Marzo 2013.

Esta respuesta fue basada en los comentarios que hicieron algunos empresarios ya que, en su opinión les gustaría contar con una persona calificada o con título que pudiera servir como apoyo al momento de hacer una traducción para su empresa.

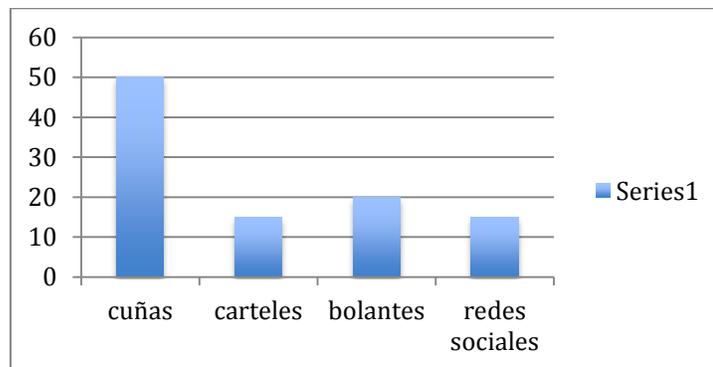
Figura XIV: 9. ¿Cuándo nuestro servicio vaya a ser prestado, al momento de la firma de contrato por qué medio le gustaría hacerlo?



Fuente: Elaboración propia basado en el estudio de mercado. Marzo 2013.

La mayoría de los encuestados opinan que es preferible firmar el contrato de forma presencial ya que da más seguridad y más confiabilidad tanto con la empresa como con la persona con la que se está haciendo el contrato.

Figura XV: 10. ¿Por qué medio le gustaría enterarse de los servicios que nuestra empresa ofrece?



Fuente: Elaboración propia basado en el estudio de mercado. Marzo 2013.

Los empresarios creen que para ganar posicionamiento en el mercado es importante hacer presencia en medios masivos en este caso emisoras, pero hay que tener en cuenta que nuestra es

una empresa que hasta ahora va a surgir en el mercado, por lo tanto no se tiene el suficiente capital como para hacer una inversión de este tamaño, sin embargo es importante tener en cuenta esta opinión ya que en un futuro se podrán aplicar estas estrategias de mercadeo publicitario

5.4 Estrategias de mercado

5.4.1 Estrategia de precio

En CINB consideramos importante informar con claridad y transparencia los precios y tarifas que ofrecemos para cada servicio y combinación lingüística. Los siguientes precios están sujetos a cambios temporales o acuerdos, dichos acuerdos o cambios se deben hacer previos al servicio.

Salas de negocios: como unidad de venta para las salas de negocio, hemos establecido 1 hora (60 minutos) como la mínima unidad de venta, esta de un costo de \$ 60.000 m/c, incluido los inmuebles requeridos para la prestación del servicio.

Traducción: Nuestro sistema está basado en una tarifa por palabra. Los precios de traducción que informamos aquí corresponden al precio estándar para traducciones no urgentes y/o de textos no especializados. Existe una serie de factores que influyen en la tarifa de traducción definitiva; fundamentalmente, la dificultad del texto y la urgencia con que se necesite recibir la traducción.

Tabla V: Precios traducciones

Traducción Inglés	\$ 170 palabra
Traducción Francés	\$ 170 palabra
Traducción Alemán	\$ 170 palabra
Traducción Italiano	\$ 170 palabra
Traducción Portugués	\$ 170 palabra

Fuente: Elaboración propia .Marzo 2013.

Aunque no se conozca el mercado de la traducción en Colombia, no es difícil deducir que no se tarda el mismo tiempo en traducir una carta comercial sencilla que un texto médico. Ni tampoco requiere la misma especialización técnica por parte de los profesionales lingüistas. Por todo esto, existen precios aproximados, aunque siempre es necesario un análisis exhaustivo para determinar la tarifa definitiva.

Precios para traducciones especializadas y técnicas: las traducciones implican una mayor dificultad, por usar terminología o un por glosario específicos, por ejemplo la traducción jurídica de contratos y acuerdos empresariales, conllevan un recargo del 5% del precio estándar.

De la misma forma que las traducciones especializadas, las traducciones técnicas implican un mayor grado de dificultad, por exigir un profundo conocimiento del sector, y conllevan un recargo del 8% del precio estándar.

Precios de traducciones juradas oficiales: una traducción jurada es una traducción oficial, certificada por un traductor jurado y válido ante las administraciones públicas. Son traducciones

oficiales, realizadas por traductores que actúan como un notario y no sólo tienen un coste muy superior sino que requieren un mayor plazo de entrega. A continuación la tabla de precios para traducciones juradas.

Tabla VI: Precios traducción jurada.

Traducción Jurada Inglés	Desde \$ 200 /pal.
Traducción Jurada Francés	Desde \$ 200 /pal.
Traducción Jurada Alemán	Desde \$ 200 /pal.
Traducción Jurada Italiano	Desde \$ 200 /pal.
Traducción Jurada Portugués	Desde \$ 200 /pal.

Fuente: Elaboración propia .Marzo 2013.

Interpretación y/o acompañamiento: hemos considerado que la unidad mínima cobrada de interpretación y/o acompañamiento tenga un valor de \$ 50.000 m/c incluido las herramientas que el intérprete o acompañante pueda necesitar.

5.5 Estrategia de distribución

Es vital para una compañía la buena elección de los canales de distribución, ya que son el medio por el cual la compañía hace llegar los productos y servicios de los fabricantes a los

consumidores y usuarios finales. Si una compañía está orientada a los consumidores, los patrones de compra de éstos regirán sus canales.

Los canales utilizados por una compañía conduce a crear las estrategias de distribución, éstas estrategias nos ayudan a conocer los medios de distribución más convenientes para el servicio o producto que se quiere comercializar.

Específicamente en nuestra empresa los canales de distribución para el servicio de interpretación y traducción son diferentes e independientes, por esta razón se prestaran de la siguiente manera:

Acompañamiento: Apoyo cultural e idiomático para la realización efectiva de negocios con empresas extranjeras.

Traducción: el cliente contactará a la empresa por medio de una de las varias opciones para establecer y expresar sus necesidades (página web, telefonía móvil, telefonía fija), de esta manera, el cliente nos informa sobre el documento a traducir, después de esto revisamos la complejidad, el tamaño, y la enfoque del documento a traducir, por último se le da al cliente una cotización del valor de la versión final del documento, y el cliente decidirá.

Salas de negocios: CINB cuenta con una variedad de espacios que permitan la realización de negocios, ofreciendo así, aulas amobladas con la más alta tecnología, lo que quiere decir que se contara con video-beam, pantallas de proyección, mesas de juntas y todo lo necesario para la realización optima de dichos encuentros entre los empresarios, estas se realizaran con el acompañamiento de nuestros profesionales especializados en la adaptación multi-bilingüe de planes de negocios estratégicos y comunicación empresarial.

5.6 Estrategia de promoción

Nuestra compañía utiliza dos medios de comunicación que en la actualidad son muy importantes para que una la organización pueda ser competitiva, dichos medios de comunicación son el internet y un medio de comunicación masiva como las revistas y los periódicos.

En la actualidad la internet se ha convertido en el conjunto de redes que comunican al mundo, simplemente cuando alguien quiere buscar algo lo busca en ella y se basa en los resultados que encuentra, es por esto que aprovechamos este medio masivo de comunicación y creamos una página web en la cual todos los clientes encuentran los productos que ofrecemos, la dirección de nuestras instalaciones y principalmente quienes somos.

Por otra parte, las revistas y los periódicos en Colombia como medio masivo de comunicación de toda la población, sin importar edades, credos y otros factores diferenciales, es por esto que la compañía quiere utilizar comerciales publicitarios a través de ellos y aprovechar ese medio tan concurrido por la población colombiana haciendo enfoque en las principales cadenas de información, para empezar CINB hará sus promociones en un apartado del periódico el Tiempo cuyo valor presupuestado es de 1 millón de pesos para el inicio.

De igual forma, esta estrategia de promoción será para el principio como se mencionó anteriormente, ya al transcurrir en el 5 año se pretende ampliar esta forma de promoción realizando publicaciones en los diferentes medios como lo son, la revista semana, dinero, Avianca etc., dando así un mayor reconocimiento en el mundo empresarial.

6. Estudio operacional

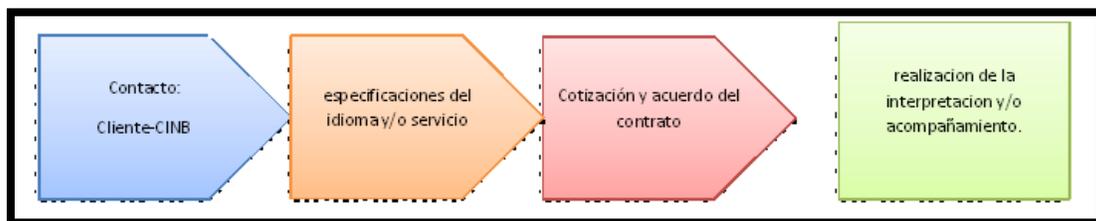
En esta parte del documento, se describirán los procesos y procedimientos que se desarrollarán para la prestación de los servicios, e igualmente los elementos y las herramientas que se requieren para llevar a cabo su realización con éxito.

6.1 Proceso de producción

A continuación se especificarán los pasos de cada servicio que CINB ofrece:

Acompañamiento e interpretación: Contacto, especificaciones del idioma y/o servicio, cotización y realización del servicio .

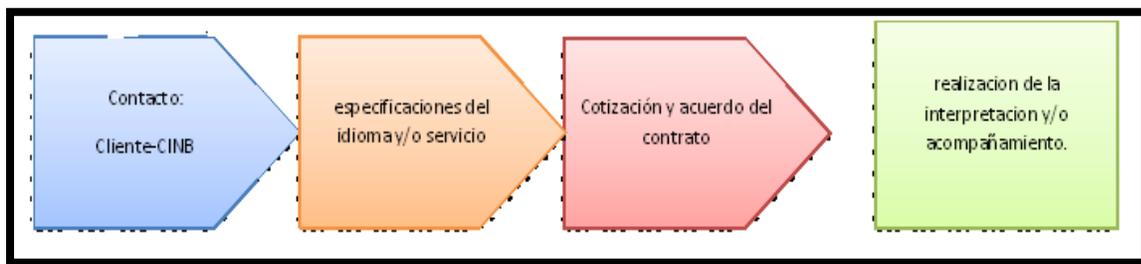
Figura XVI: Diagrama de acompañamiento e interpretación.



Fuente: Elaboración propia .Marzo 2013

Traducción : Contacto, especificaciones del idioma de origen y del idioma meta, instrucciones especiales (solo si son necesarias), cotización y tiempo de trabajo, realización de la traducción.

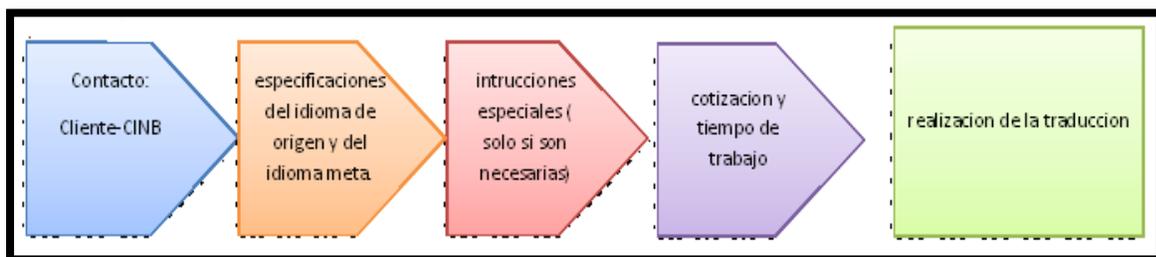
Figura XVII: Diagrama de traducción.



Fuente: Elaboración propia .Marzo 2013.

Salas de negocios: Contacto, especificación de las empresa y/o comerciantes que negociarán, número de personas ambas partes, inmuebles e instrumentos tecnológicos requeridos, cotización ,y prestación de servicio.

Figura XVIII : Diagrama de salas de negocios.



Fuente: Elaboración propia .Marzo 2013.

6.1.2 Etapas del proceso

Acompañamiento e interpretación

1. Contacto: Por medio de la página web, telefonía móvil.
2. Especificaciones del idioma y/o servicio: en que idiomas el intérprete deberá trabajar.
3. Cotización: de acuerdo a las especificaciones del idioma, y el tiempo del servicio, se le dará a conocer un presupuesto y/o estimación de honorarios.
4. Realización del servicio: se firmará un documento, a modo de contrato en el cual se especificará todas las condiciones del servicio, y puesto a esto, se llevará a cabo el servicio.

Traducción

1. Contacto: Por medio de la página web, telefonía móvil.
2. Especificaciones del idioma de origen y del idioma meta.
3. Instrucciones especiales (solo si son necesarias): ya sea que el cliente desee la traducción en menor tiempo, o un glosario de dicha traducción, se deberá especificar y contemplar el aumento en el precio debido a las peticiones especiales.
4. Cotización y tiempo de trabajo: Se le dará a conocer al cliente, el presupuesto y el tiempo en el cual la traducción será llevada a cabo.

5. Realización de la traducción: se firmará un documento, a modo de contrato en el cual se especificará todas las condiciones del servicio, y puesto a esto, se llevará a cabo el servicio.

Salas de negocios

1. Contacto: Por medio de la página web, telefonía móvil.
2. Especificación de las empresa y/o comerciantes que negociarán
3. Número de personas: Se deberá especificar la cantidad de personas que harán parte de la negociación dentro de las salas de negocios.
4. Inmuebles e instrumentos tecnológicos requeridos: Se deberá especificar, la cantidad y variedad de los inmuebles que sean requeridos para llevar a cabo con éxito las reuniones.
5. Cotización: Se le dará a conocer al cliente el valor del servicio, teniendo en cuenta las especificaciones anteriormente mencionadas.
6. Prestación de servicio: se firmará un documento, a modo de contrato en el cual se especificarán todas las condiciones del servicio, y puesto a esto, se llevará a cabo el servicio.

6.3 Materia Prima y componentes requeridos

Para la prestación de su servicio Centro Internacional de Negocios Babel (CINB) , no requiere como fuente principal un elemento el cual sea transformado para la creación de un producto final, lo que quiere decir que el CINB requiere para la prestación de su servicio un Recurso Humano el cual permitirá la realización de las traducciones e interpretaciones que el

cliente necesite, es decir que se contará con personal capacitado y con los conocimientos requeridos para la realización de esta labor. Por otra parte se necesitarán insumos tecnológicos, este insumo será utilizado para la misma labor de traducción, y para brindar nuestro servicio cultural (investigación de diferentes culturas). Como valor agregado, se grabarán las interpretaciones (solo si el cliente lo requiere) realizadas y se le entregará a nuestro cliente una copia de dicho trabajo.

El insumo tecnológico también será utilizado para la creación de nuestra página web, el cual permitirá poder llegar a nuestro mercado objetivo y poder así mismo brindar toda la información necesaria a nuestros clientes.

De este modo CINB no requiere materia prima, sino requiere Insumos de tercerización, como lo serán los Hoteles o las Salas de Conferencia que serán utilizadas para la prestación de nuestro servicio.

6.3.1 Materia prima y componentes requeridos por unidad de producto

Tabla VII: Materia prima y componentes requeridos por unidad de producto

Materia Prima	Componentes Requeridos
Traducciones	Insumo tecnológico (computador), Hojas, Esferos o Lápices, Diccionarios de diferentes idiomas, tanto físicos como virtuales (Inglés, Alemán, Francés, Italiano y Portugués), Impresoras.
Interpretaciones	Conocimiento previo del tema que se va a tratar (investigación), bloc de notas.
Espacios de Negociación	Alianza estratégica con los distintos Hoteles, o compañías con las que se pueda realizar la tercerización de dichos espacios.

Fuente: Elaboración propia .Febrero 2013.

6.4 Espacio requerido

Dado a los pocos elementos que se requieren para el inicio del funcionamiento de la empresa, la “oficina” se creará inicialmente en un espacio Tecnológico (página web) el cual permitirá dar a conocer nuestros servicios a las distintas empresas a las cuales se desea llegar. Por otra parte y teniendo en cuenta el medio el cual la empresa se va a dar a conocer (Redes Sociales), es de suma importancia para la empresa poder contar con un espacio tecnológico el cual permita brindar toda la información necesaria para que el cliente pueda contactarnos y así mismo adquirir nuestro servicio. Es por esto que para adquirir nuestro servicio de Traducciones, Interpretaciones y Acompañamiento y Salas de negocio se realizara por medio de ella.

Este espacio tecnológico será creado con asesoría de las distintas entidades que regulan este medio, al mismo tiempo que se contara con la asesoría de una empresa o de una persona el cual brinde su conocimiento, para poder llevar a cabo la elaboración de dicha página web.

6.4.1 Plano del lugar de operaciones

El lugar en donde se realizaran los labores de la prestación de nuestro servicio será desde un lugar cómodo y confortable, en este caso sería desde la casa de cada uno de las personas que hacen parte del Recurso Humano, esto se hace con el fin de reducir costos al inicio de la empresa.

Posteriormente y logrando el posicionamiento de la empresa se planea tener un lugar más adecuado y con las herramientas necesarias, es decir, que CINB contará con espacios físicos pero

al mismo tiempo contará con su portal web, el cual permitirá al cliente los servicios y procedimientos que CINB realiza.

6.5 Proveedores

CINB no requiere de proveedores directos ya que la misma empresa se encargara de adquirir sus propios insumos, es decir que la empresa los comprara con recursos propios, y de este modo será una empresa autosuficiente.

En cuanto a los salones para reuniones CINB realizara, alianzas estratégicas con los hoteles que estén dispuestos a unirse a la compañía, es decir serán los hoteles que cuenten con los espacios requeridos por nuestra empresa y así mismo deseen incrementar sus ingresos.

CINB también realizará alianzas con los distintos medios tecnológicos que ofrecen la promoción de las distintas páginas web tanto a nivel Colombia como a nivel mundial, en este caso sería google, gurú y otras páginas que ayuden a su promoción.

7. Estudio organizacional

Dentro de una organización, la estructura organizacional es una ayuda fundamental a la hora de alcanzar los logros de la compañía, debido a que es una herramienta de distribución de trabajo, así como Gabriela Hutt y M. Belen Marmiroli definen a la estructura organizacional como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos.

7.1 Nombre de la empresa

Centro Internacional de Negocios Babel (CINB)

7.2 Tipo de sociedad y sus características

De acuerdo a la forma empresarial por la cual se constituirá el Centro Internacional de Negocios Babel, será S.A.S (Sociedad Anónima por Acciones Simplificadas)

El capital de las sociedades anónimas se divide en acciones de igual valor y se representan por un título negociable, la constitución de una sociedad anónima debe hacerse mediante escritura pública con el cumplimiento de los requisitos establecidos en el artículo 110 del código de comercio. Requiere también la inscripción en el Registro mercantil. Con respecto a las acciones, deben ser nominativas, esto quiere decir, en ellas debe figurar el nombre del titular de la respectiva acción.

Las acciones son indivisibles, es decir, que en la eventualidad que una acción llegare a pertenecer a más de una persona, ésta no se puede dividir, y por consiguiente, los diferentes

titulares de la acción, deberán elegir un representante para que en su nombre ejerza los derechos que les otorga la posesión de la acción.

7.3 Misión

Brindar a nuestros clientes un servicio integral, innovador, responsable, eficiente y eficaz garantizándoles así su completa satisfacción con los resultados de las asesorías, traducciones, interpretaciones y de los resultados de nuestro trabajo

7.4 Visión

Ser una empresa sólida, auto sostenible y reconocido para el año 2018 abarcando un gran porcentaje de extranjeros que vienen con fines comerciales a Bogotá.

7.5 Logo

Las características del logo de CINB representan el foco de la empresa, por ejemplo.

Forma: El logo tiene una forma rectangular vista desde tercera dimensión haciendo alusión a una torre, con esto quisimos representar y crear una relación visual de torre-babel.

Colores: destacamos los colores distintivos de Colombia, ya que nos sentimos orgullosos de que nuestros clientes sepan y se sientan identificados, y cómodos a la hora de realizar negocios. El color azul en la parte inferior del logo, él es color representativo de CINB, ya que el color azul lo relacionamos con el mar y el cielo, que a su vez representan paz, tranquilidad, profundidad, estabilidad; y eso es lo que queremos reflejar a los clientes en nuestro logo.

Figura XIX: Logo



Fuente: Elaboración propia. Marzo 2012

7.6 Slogan

“¿Negocios e idiomas? CINB la mejor forma de resolverlo!”

7.7 Valores Corporativos

Honestidad:

Nos comprometemos a dirigirnos a nuestros clientes de manera honesta. Esto quiere decir que proponemos exclusivamente servicios de traducción de alta calidad, respetando los tiempos dictados por el cliente.

Rapidez:

Nuestros clientes se sentirán a gusto con la puntualidad, eficacia y sobre todo, con la velocidad que nuestros servicios se llevan a cabo.

Calidad:

CINB se caracteriza no solo por la rapidez de sus servicios, sino por la calidad de ellos, siempre ofreciendo nuestros servicios con los más altos estándares de calidad

Competencia:

Queremos estar orgullosos de nuestro trabajo, por eso nos comprometemos siempre estar a la vanguardia del mercado.

Excelencia:

Nos exigimos al máximo para ofrecer lo mejor de nosotros.

Humanidad:

El capital humano es la base y el motor de toda empresa, en CINB nos preocupamos por qué nuestros clientes y colaboradores se sientan cómodos.

7.8 Requerimientos de la creación de empresa

De acuerdo a la forma empresarial por la cual se constituirá el Centro Internacional de Negocios Babel, será S.A.S (Sociedad Anónima por Acciones Simplificadas), se debe tener en cuenta que para la formación de esta Sociedad es necesario cumplir a cabalidad todos los trámites legales que esto necesita, esto con el objetivo de evitar inconvenientes al momento de formalizar la empresa.

7.8.1 Pasos, costos y documentos ante la Cámara de Comercio

Con respecto a la información que la Cámara de Comercio brinda y la página de emprendimiento del SENA a través de su página web, se puede observar que esta sociedad puede constituirse por una o varias personas naturales .De acuerdo a la información que se brinda a través de la página del SENA,CINB mediante un contrato o acto unilateral que consta de un documento privado, registrado en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal. A continuación se especificarán los documentos pertinentes para la aprobación de la creación de dicha empresa;

- Nombre , documento de identidad y domicilio de los accionistas;
- Original del documento de identidad.
- Formulario del Registro Único Tributario (RUT).
- Formulario Registro Único Empresarial (RUE).

- Carátula única empresarial y anexo de matrícula mercantil, este tendrá un precio de 105.000 según la tarifa establecida por la Cámara de Comercio para el año 2013(está información se basa de acuerdo a los activos de la empresa).
- Formulario registro con otras entidades.

7.8.2 Pasos, costos y documentos ante la DIAN

Para la creación de la empresa, es indispensable diligenciar la inscripción del RUT y del NIT ante la DIAN ya sea personal o vía web y así de esta manera recibir la información respectiva sobre las obligaciones que la empresa tendrá frente al Estado Colombiano. Estos documentos se pueden ser encontrados en la página web de dicha entidad y no tendrán ningún costo. (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, 2013).

7.8.3 Pasos, costos y documentos ante el Distrito

De acuerdo a los requerimientos y a las políticas que la empresa quiere para el buen funcionamiento y para que la empresa sea diferenciada a las demás compañías que existen en el mercado es necesario hacer la legalización de los distintos elementos que harán de esta diferente a la competencia ya existente, es decir: Nombre, slogan, logo, entre otros, esto con el fin de evitar imitaciones por parte de la competencia (Superintendencia de Industria y Comercio, 2013).

Por consiguiente, los documentos serán diligenciados ante la Superintendencia de Industria y Comercio para proteger la autenticidad de la empresa en el mercado Colombiano.

- Solicitud de registro de marcas y de lemas comerciales (este documento tiene un costo de \$750.000 para empresarios y de \$640.000 para micro-empresarios de acuerdo a lo establecido para el 2013).

7.9 Requerimientos de operación de la empresa.

Para prestar el servicio de traducciones se requiere un traductor certificado por la Asociación Colombiana de Traductores e Intérpretes, de este modo CINB brindara sus servicios de traducción e intérpretes con calidad y al mismo tiempo que es prestado por el manejo ético de los servicios que serán prestados.

7.9.1 Impuestos

De acuerdo a la sociedad escogida S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificadas) y según la ley 1258 del 2008 los impuestos que deben ser pagados por dicha sociedad son los siguientes:

Al firmar el contrato como una persona jurídica, está obligada a expedir factura y cobrar el Impuesto de Valor Agregado (IVA). Con respecto a este impuesto el cliente es el que paga dicho impuesto, lo que quiere decir que la empresa sirve como recaudador y debe consignar tal dinero a la DIAN bimestralmente.

Por otra parte una Sociedad por Acciones Simplificadas paga un impuesto del 33% que corresponde a la renta, este 33% corresponde a las utilidades obtenidas.

Por último están los aportes parafiscales que son el 9% de la nómina mensual (4% para las Cajas de compensación familiar; 3% para el Instituto de Bienestar Familiar y 2% para el SENA).

NOTA: Si la sociedad tiene la categoría de Mi pyme, tiene descuento en el pago de parafiscales durante los tres primeros años de funcionamiento. Para el primer año tiene un descuento del 75%, para el segundo año tiene un descuento del 50% y para el tercer año un descuento del 25%.

Antes de registrar la sociedad ante la Cámara de Comercio, hay que hacer la inscripción en el Registro único Tributario, RUT. Esta diligencia se hace por internet en el Portal de la DIAN.

7.9.2 Permisos o requerimientos de otras entidades.

Nuestra empresa no requiere ni licencias, ni certificaciones para ofertar u ofrecer nuestros servicios.

7.10 Recursos humanos

CINB contará con dos gerentes, uno general y uno técnico, los cuales cumplen distintas funciones, estos a su vez conforman la junta de socios, donde se toman las decisiones más importantes de la empresa, los gerentes trabajarán y delegarán funciones a los directores del departamento de recursos humanos y finanzas, estos últimos siendo freelance.

Se delegarán 3 directores freelance para 3 departamentos, los cuales son: Departamento de traducción, departamento de interpretación y/o acompañamiento, y departamento de salas de negocios.

7.10.1 Cargos, perfiles y responsabilidades

Gerente General: uno de las cabezas de CINB con una visión emprendedora, con actitudes de líder, paciente y tranquilo, sus funciones principales, son la toma de decisiones y el manejo general de la empresa.

Gerente Técnico: uno de las cabezas de CINB con una visión emprendedora, con actitudes de líder, paciente y tranquilo, sus funciones principales, son la toma de decisiones y el manejo general de la empresa, a diferencia del gerente general, este está más en contacto con los empleados freelance y envuelto con el trabajo técnico.

Recursos Humanos: debe ser una persona tranquila, respetuosa, la cual sepa valorar el talento humano y las capacidades de cada persona. Entre algunas de sus funciones junto con la ayuda del director del departamento financiero debe estar al tanto de la situación de los 3 departamentos de la empresa.

Departamento financiero: Será una persona con actitudes financieras, estratega, sagaz y hábil a la hora de tomar decisiones empresariales. Entre sus funciones está supervisar los 3 departamentos de la compañía, sus jefes directos son los dos gerentes.

Intérpretes y acompañantes: deben ser profesionales con capacidades sobresalientes, los cuales puedan garantizar la calidad de su trabajo.

Traductores: serán profesionales con capacidades de manejo de los idiomas y en varios de los casos en especialistas de ciertos tipos de traducción.

7.10.2 Procesos de búsqueda y contratación

Gerente General: Mayra Gómez

Gerente Técnico: Maykol De la Puente.

Recursos Humanos: Se hará una oferta publicitaria, un par de entrevistas y se acordarán honorarios con la persona idónea para el trabajo.

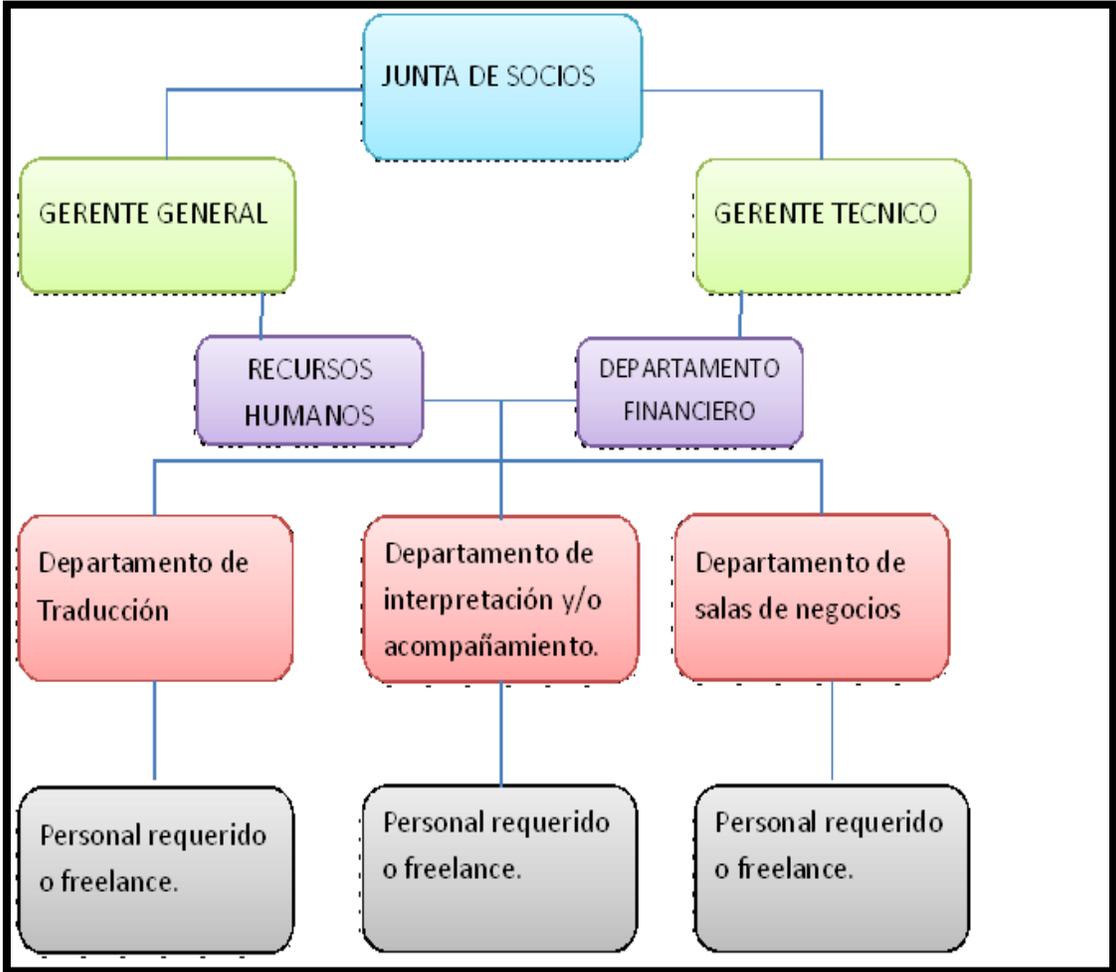
Departamento financiero: Se hará la búsqueda en los profesionales y estudiantes de administración de la Universidad EAN.

Intérpretes y acompañantes: Se buscarán profesionales principalmente de la Universidad EAN dispuestos a trabajar en un ambiente freelance.

Traductores: Se buscarán profesionales principalmente de la Universidad EAN dispuestos a trabajar en un ambiente freelance.

7.11 Organigrama CINB

Figura XX: organigrama



Fuente: Elaboración propia. Marzo 2011.

7.12 DOFA de CINB

Tabla VIII: DOFA de CINB

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de reconocimiento en el mercado. • Poca experiencia con la administración de empresas por parte de los fundadores. • Se necesita hacer alianzas estratégicas con algunos establecimientos comerciales de la ciudad para prestar el servicio de salas de negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • El constante incremento en el sector servicios en Colombia. • Posibilidad de expansión de la empresa por medio de alianzas estratégicas con otras. • Poca competencia e innovación en el servicio de salas de negocios.
Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Bajo costo del capital inicial para constituir la empresa. • Traductores e intérpretes freelance. • Dominio de las competencias requeridas para la traducción. 	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de barreras de entrada para la competencia. • La no fidelización de nuevos clientes, por ser nuevos en el mercado. • La venta de dos de nuestros servicios están ligadas a la cantidad de empresarios que vienen a realizar actividades empresariales a Bogotá D.C.

Fuente: Elaboración propia. Febrero 2013.

7.12.1 Estrategias cruzadas de DOFA

Debilidades

Por ser una nueva idea de negocio, la empresa deberá esperar un tiempo para que su marca sea reconocida en el mercado y así lograr que gran parte de los empresarios que vienen a Bogotá, utilicen nuestros servicios de la empresa.

A pesar del enfoque empresarial del pregrado de los fundadores de la empresa, éstos no cuentan con suficiente experiencia que les facilite el manejo eficaz de los diferentes procesos de la compañía y así evitar inconvenientes al momento de iniciar con los objetivos propuestos.

Oportunidades.

Cuando la empresa reciba una gran demanda de sus servicios, y se cuente con reconocimiento y experiencia en el mercado, esta podría incrementar su tamaño y además, se podría comercializar sus servicios en las principales ciudades de Colombia donde el flujo de empresarios es constante, para suplir la demanda de los productos, lo cual contribuiría al desarrollo de nuevas fuentes de empleo para el país.

Fortalezas

El proyecto no requiere de mucho capital tanto para la constitución de la empresa, por utilizar en su plantilla y organigrama personal freelance.

Además, los gerentes de esta idea empresarial cuentan con las competencias requeridas para traducir diversos documentos, teniendo en cuenta la terminología específica y el registro que se debe incluir en dichos textos para garantizar la calidad de los mismos y así garantizar la fidelización de nuevos clientes.

Amenazas

La empresa no cuenta con alguna barrera de entrada para impedir que las empresas que tienen un enfoque parecido, copien o imiten sus productos.

La cantidad de empresarios que vienen a Bogotá puede disminuir si el gobierno no mantiene sus políticas para optimizar la seguridad de los extranjeros en dicha ciudad.

8. Análisis Financiero

8.1 Inversión inicial

Tabla IX: Inversiones.

Inversion	Unidades	Precio	Total
Equipo de computo			
Smartphone	5	250.400	1.252.000
Computador	5	679.000	3.395.000
Multifuncional	5	139.900	699.500
Total			5.346.500

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

Tabla X: Gastos operativos.

Gastos preoperativos	
Gastos de constitucion	35.100
Creacion de pagina web	500.000
Licencias	200.000
Total	735.100
Capital de trabajo	13.918.400
Inversion total	20.000.000

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

El capital inicial para la formalización de la empresa CINB, hace parte en su totalidad de una inversión de 20.000 millones de pesos (véase tabla X) de este modo, para adquirir este capital los socios aportaran en un 100% el valor de dicha inversión, teniendo en cuenta todo lo que conlleva a la constitución de dicha empresa, es decir los gastos de constitución, la creación de la página web (hosting), las licencias de los distintos diccionarios que serán utilizados para la

prestación del servicio y las diferentes herramientas multifuncionales para la prestación de un servicio óptimo al cliente.

De este modo se puede analizar que la idea de realizar ésta idea de negocio en cierta parte es viable, ya que no se requiere de una cantidad significativa para iniciar.

8.1.2 Capital inicial

Tabla XI: Constitución del capital.

Constitucion de capital	Participacion	Monto
Capital social	100%	20.000.000
Prestamo bancario	0%	-

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

Para adquirir este capital y como se mencionó anteriormente CINB obtendrá su capital inicial en una totalidad por parte de los socios o creadores de la idea de negocio, esto con el fin de no financiarse con entidades bancarias y no incurrir en gastos financieros.

8.2 Proyección de Ventas

Tabla XII: Unidad de venta de servicios.

Traducciones: Unidad de venta: Documentos	
Hojas promedio por documento	5
Palabras promedio por hoja	300
Precio por palabra	170
Precio por documento	255.000
Interpretaciones, acompañamiento cultural: unidad de venta	
Precio por hora	50.000
Alquiler salas de negocios: unidad de venta - Horas	
Precio por hora	60.000

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

El precio de ventas para cada servicio se obtuvo promediando los precios que hay en el mercado y de acuerdo a la competencia que la empresa tiene. De esta forma llegamos a la conclusión que nuestros servicios serán vendidos de la siguiente forma, en cuanto a las traducciones la palabra traducida se venderá a 170 pesos, las interpretaciones y el acompañamiento cultural será vendido por horas, es decir a un precio de 50.000 pesos y para finalizar el alquiler de salas de negocios será vendido por 60.000 pesos por hora.

Tabla XIII: Presupuesto mensual de ventas año 2014.

Presupuesto mensual de ventas - Año 2014	Unidades	Columna1	Columna2	Columna3	Columna4
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Traducciones	17	17	17	17	19
Interpretaciones, acompañamiento cultural	10	10	10	10	12
Salas de negocios	10	10	10	10	12

Columna5	Columna6	Columna7	Columna8	Columna9	Columna10	Columna11
Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
19	19	21	21	21	23	23
12	12	14	14	14	16	16
12	12	14	14	14	16	16

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

De acuerdo a la tabla XIII se puede observar que las ventas mensuales al principio son bajas, mientras la empresa adquiere más mercado y reconocimiento.

Tabla XIV: Presupuesto anual de ventas.

Columna1	2014	Columna2	Columna3	2015	Columna4
Producto	Unidades	Precio	Ingreso	Unidades	Precio
Traducciones	234	255.000	59.670.000	258	263.000
Interpretaciones, acompañamiento cultural	150	50.000	7.500.000	165	51.600
Salas de negocios	150	60.000	9.000.000	165	61.900
			76.170.000		

Columna5	2016	Columna	Columna2	2017	Columna	Columna4	2018	Columna	Columna6
Ingreso	Unidades	Precio	Ingreso	Unidades	Precio	Ingreso	Unidades	Precio	Ingreso
67.854.000	284	271.300	77.049.200	313	279.800	87.577.400	345	288.400	99.498.000
8.514.000	182	53.300	9.700.600	201	55.000	11.055.000	222	56.700	12.587.400
10.213.500	182	63.900	11.629.800	201	66.000	13.266.000	222	68.100	15.118.200
86.581.500			98.379.600			111.898.400			127.203.600

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

En la proyección de ventas (véase tabla XIV) se puede observar los ingresos que la empresa va a obtener en los primeros 5 años, esto teniendo en cuenta que las unidades de ventas incrementan en un 10% por mes, al mismo tiempo que el precio del servicio sube de acuerdo a la inflación que el país adquiere al pasar de los años (véase tabla XV).

Tabla XV: Aumento anual en unidades de venta.

Aumento anual en unidades a vender	10%
Incremento anual en precio	de acuerdo a la inflacion

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

Tabla XVI: Inflación porcentaje anual.

Inflacion	Columna1	Columna2	Columna3	Columna4
2014	2015	2016	2017	2018
3,13%	3,13%	3,13%	3,13%	3,06%

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

8.3 Costos

8.3.1 Mano de Obra

Tabla XVII: Salario mano de obra.

Año	# de empleados	Cargo	Basico mensual	Basico anual	Prestaciones	Cesantias	Total
2014	4	Traductores	600.000	28.800.000	12.390.336	2.400.000	43.590.336
2015	4	Traductores	618.800	29.702.400	12.778.567	2.475.200	44.956.167
2016	4	Traductores	638.200	30.633.600	13.179.187	2.552.800	46.365.587
2017	4	Traductores	658.200	31.593.600	13.592.199	2.632.800	47.818.599
2018	4	Traductores	678.400	32.563.200	14.009.340	2.713.600	49.286.140

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

Tabla XVIII: Incremento anual del salario en porcentaje.

Incremento anual en salario de acuerdo a la inflacion	
Prestaciones	43,0%
Cesantias	8,3%

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

Para el análisis de los costos de mano de obra se tuvieron en cuenta los auxilios de transporte, caja de compensación, parafiscales y todo lo que la ley exige en cuanto a prestaciones de ley, por esto CINB pretende contratar a sus empleados legalmente, para que gocen de los beneficios de estas prestaciones.

Por otra parte y al transcurrir los años CINB aumentará los sueldos de cada uno de los empleados, esto rigiéndose sobre la inflación de cada año.

8.3.2 Otros costos de producción

Tabla XIX: Costos mensual promedio.

Costos	2014	Gasto anual
Presupuesto de gastos operac	Costo mensual promedio	2014
Papeleria	3.003	36.036
Suministros de oficina	8.333	100.000
Alquiler de salas	625.000	7.500.000
Depreciacion equipo de computo	213.860	1.069.300
Total	850.196	8.705.336

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

Tabla XX: Costos anual promedio.

Columna1	Columna2	Columna3	Columna4
2015	2016	2017	2018
41.091	46.727	53.356	60.858
103.100	106.300	109.600	113.000
8.514.000	9.700.600	11.055.000	12.587.400
1.069.300	1.069.300	1.069.300	1.069.300
9.727.491	10.922.927	12.287.256	13.830.558

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

Para el análisis de estos costos de producción se tuvo en cuenta los suministros que se van a necesitar para la prestación de los servicios (véase tabla XIX).

Para cada suministro se tuvo en cuenta el precio que existe en el mercado actual es decir que el precio de una resma de papel en el mercado actual es de 7.000 pesos contando con una cantidad de 500 hojas, y en cuanto al precio del cartucho de tinta su precio actual es de 21.000 pesos.

Para las herramientas multifuncionales se tuvo en cuenta la vida útil de 5 años de acuerdo a la normatividad contable.

8.3.3 Administrativos

Tabla XXI: Nomina administrativa anual.

Nomina administrativa	Columna1	Columna2	Columna3	Columna4	Columna5	Columna6	Columna7
Año	# de empleados	Cargo	Basico mensual	Basico anual	Prestaciones	Cesantias	Total
2014	1	Administrador	1.200.000	14.400.000	6.195.168	1.200.000	21.795.168
2015	1	Administrador	1.237.600	14.851.200	6.389.283	1.237.600	22.478.083
2016	1	Administrador	1.276.400	15.316.800	6.589.594	1.276.400	23.182.794
2017	1	Administrador	1.316.400	15.796.800	6.796.099	1.316.400	23.909.299
2018	1	Administrador	1.356.700	16.280.400	7.004.154	1.356.700	24.641.254

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

En el análisis de la parte administrativa se tuvo en cuenta que el administrador (uno de los socios) es la persona mejor remunerada ya que no solo ocupara el cargo de administrador sino que al mismo tiempo ayudara con las labores normales como traductor e intérprete, lo que da como conclusión que gozará de todas las prestaciones de ley, y que a medida del tiempo su remuneración incrementará de acuerdo a la inflación de ese año.

Tabla: XXII: Gastos operacionales.

Gastos operacionales	2014		2015			
	Gasto mensual promedio	Gasto anual	2015	2016	2017	2018
Personal administrativo + Prestaciones	1.716.264	20.595.168	21.240.483	21.906.394	22.592.899	23.284.554
Cesantías personal administrativo	100.000	1.200.000	1.237.600	1.276.400	1.316.400	1.356.700
Hosting	70.000	840.000	866.300	893.500	921.500	949.700
Publicidad	200.000	2.400.000	2.475.200	2.552.700	2.632.600	2.713.200
Servicio celular	250.000	3.000.000	3.093.900	3.190.800	3.290.700	3.391.400
Amortización gastos preoperativos	22.369	268.433	233.333	233.333		
Total	2.358.633	28.303.601	29.146.817	30.053.127	30.754.099	31.695.554

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

Los gastos que tendrá CINB serán: la remuneración de la parte administrativa al igual que sus cesantías. Por otra parte encontramos la parte de publicidad, la licencia de la página web y el servicio de celular para cada una de las personas que trabajan en la empresa. De este modo las normas contables permiten amortizar el pago de los activos diferidos. Los gastos de constitución se amortizan en el primer para los software se fijó un plazo de 3 años. (Véase tabla XXII)

8.4 Balance general

Tabla XXIII: Balance general.

ACTIVO						
Caja y Bancos	13.918.400	14.426.860	18.593.319	30.280.024	49.417.141	77.108.125
ACTIVO CORRIENTE	13.918.400	14.426.860	18.593.319	30.280.024	49.417.141	77.108.125
<hr/>						
Equipo de computo	5.346.500	5.346.500	5.346.500	5.346.500	5.346.500	5.346.500
Depreciación acumulada		(1.069.300)	(2.138.600)	(3.207.900)	(4.277.200)	(5.346.500)
ACTIVO FIJO	5.346.500	4.277.200	3.207.900	2.138.600	1.069.300	-
<hr/>						
Gastos preoperativos	735.100	735.100	735.100	735.100	735.100	735.100
Amortización gastos preoperativos		(268.433)	(501.767)	(735.100)	(735.100)	(735.100)
ACTIVO DIFERIDO	735.100	466.667	233.333	-	-	-
<hr/>						
TOTAL ACTIVO	20.000.000	19.170.727	22.034.553	32.418.624	50.486.441	77.108.125
<hr/>						
PASIVO						
Cesantías por pagar		3.600.000	3.712.800	3.829.200	3.949.200	4.070.300
Impuesto de renta por pagar		0	770287,3009	3090628,271	5890764,893	9069577,554
PASIVO CORRIENTE	-	3.600.000	4.483.087	6.919.828	9.839.965	13.139.878
<hr/>						
TOTAL PASIVO	-	3.600.000	4.483.087	6.919.828	9.839.965	13.139.878
<hr/>						
Capital social	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000
Reserva legal			(442.927)	(244.853)	549.880	2.064.648
Utilidades retenidas			(3.986.346)	(2.203.681)	4.948.916	18.581.829
Utilidad del ejercicio		(4.429.273)	1.980.739	7.947.330	15.147.681	23.321.771
TOTAL PATRIMONIO	20.000.000	15.570.727	17.551.465	25.498.795	40.646.476	63.968.247

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

En el análisis del balance general (véase tabla X) se puede evidenciar que el presupuesto es acorde, al cumplirse con la ecuación patrimonial, es decir Activo= Pasivo + Patrimonio, lo que permite evidenciar que las cuentas corresponden a cada año, esto teniendo en cuenta que en el primer año la ganancia de la empresa no es muy alta, pero que al transcurrir el tiempo y al

adquirir más reconocimiento en el mercado las ventas van incrementando , lo que dará como resultado la consolidación de la misma.

8.5. Flujo de caja

Tabla XXIV: Flujo de caja.

INGRESOS						
Ventas del período		76.170.000	86.581.500	98.379.600	111.898.400	127.203.600
Incremento de capital	20.000.000					
TOTAL INGRESOS	20.000.000	76.170.000	86.581.500	98.379.600	111.898.400	127.203.600
EGRESOS						
Mano de obra(sin cesantías)		41.190.336	42.480.967	43.812.787	45.185.799	46.572.540
Costos (menos depreciación)		7.636.036	8.658.191	9.853.627	11.217.956	12.761.258
Personal administrativo + Prestaciones		20595168	21240483,26	21906393,7	22592899,3	23284553,69
Hosting		840000	866300	893500	921500	949700
Publicidad		2400000	2475200	2552700	2632600	2713200
Servicio celular		3000000	3093900	3190800	3290700	3391400
Pago de cesantías		0	3600000	3712800	3829200	3949200
Pago de impuesto de renta		0	0	770287,3009	3090628,271	5890764,893
Compra de equipo de computa	5.346.500					
Pago de gastos preoperativos	735.100					
TOTAL EGRESOS	6081600	75661540	82415040,59	86692895,86	92761282,23	99512616,48
Flujo neto del período	13.918.400	508.460	4.166.459	11.686.704	19.137.118	27.690.984
Más saldo inicial de caja	0	13.918.400	14.426.860	18.593.319	30.280.024	49.417.141
SALDO FINAL DE CAJA	13.918.400	14.426.860	18.593.319	30.280.024	49.417.141	77.108.125

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

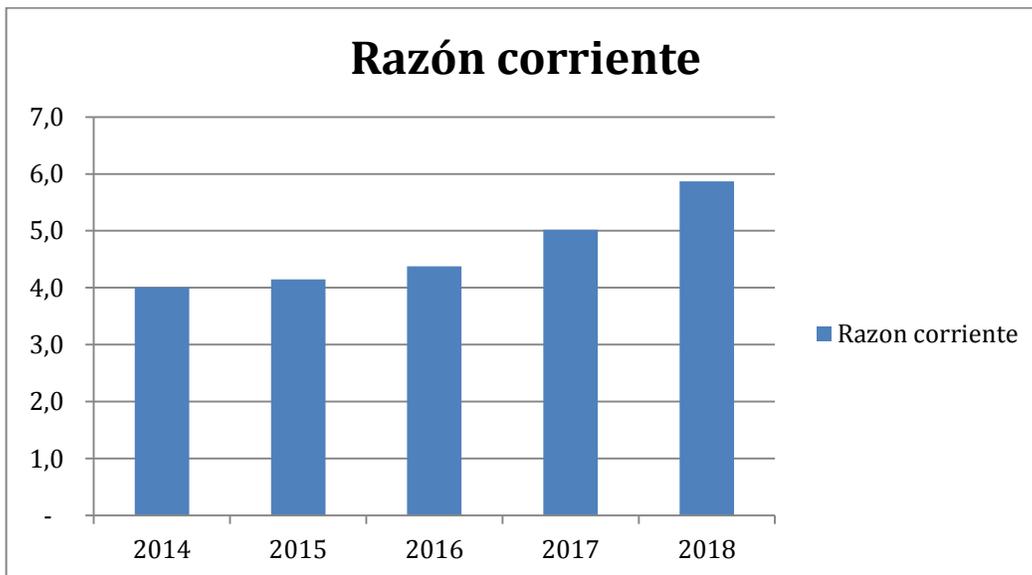
De acuerdo al flujo de caja se puede observar que (véase tabla X) si el saldo final de la caja resultase un valor negativo, reflejaría que el negocio no podría cubrir con sus obligaciones y por lo tanto no sería viable.

Pero analizando la tabla anterior se analiza que el presente presupuesto muestra para todos los años un saldo final de caja positivo, mostrando que el ingreso de la empresa soporta todos los gastos que implica una salida real de efectivo, dando como resultado la viabilidad de la creación de la empresa CINB.

8.6 Indicadores financieros

Tabla XXV: Razón corriente.

Columna1	2014	2015	2016	2017	2018
Razon corriente	4,0	4,1	4,4	5,0	5,9

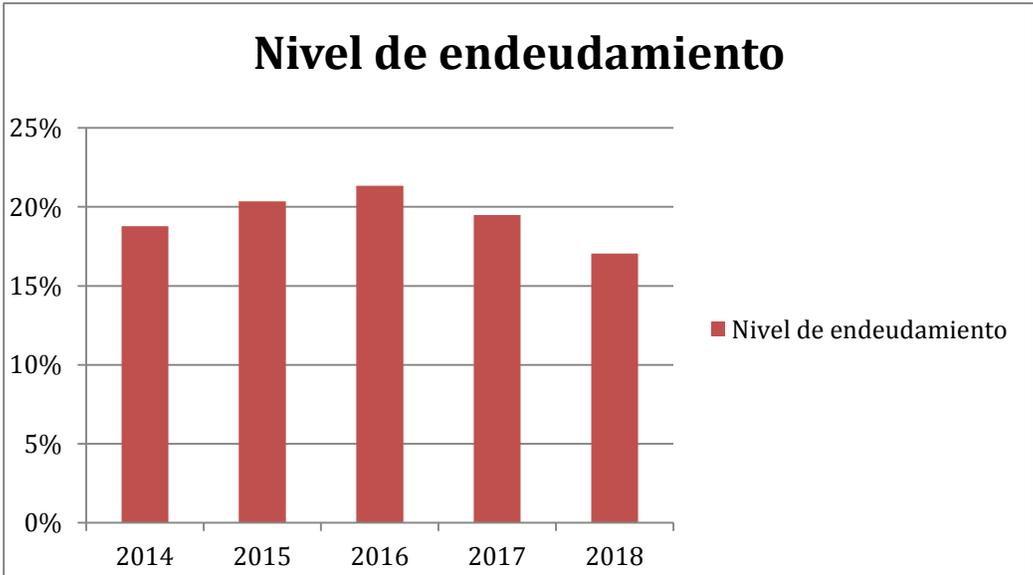


Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

Se interpreta así: por cada peso que la empresa debe a terceros, cuenta con 4 pesos para respaldar el pago de la deuda. Para todos los años hay liquidez, ya que no resulta ningún indicador de razón corriente menor a 1.

Tabla XXVI: Nivel de endeudamiento.

Columna1	2014	2015	2016	2017	2018
Nivel de endeudamiento	19%	20%	21%	19%	17%

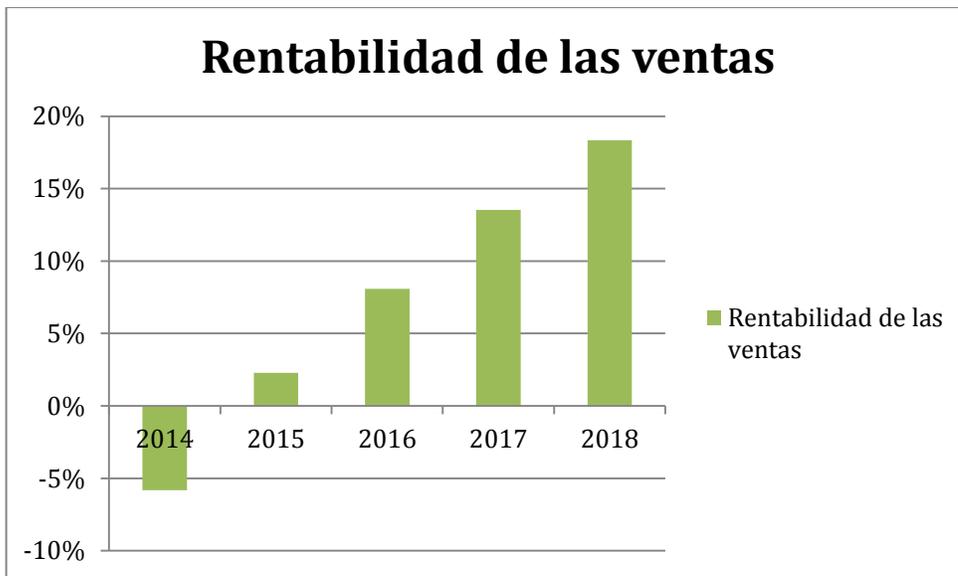


Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

Se interpreta así: Corresponde al porcentaje de endeudamiento de la empresa con terceros. En este caso la empresa siempre le queda debiendo el valor de los impuestos y las cesantías a los empleados. Los valores son sumamente bajos ya que no se recurren a financiación por medio de bancos.

Tabla XXVII: Rentabilidad de ventas.

Columna1	2014	2015	2016	2017	2018	
Rentabilidad de las ventas		-6%	2%	8%	14%	18%

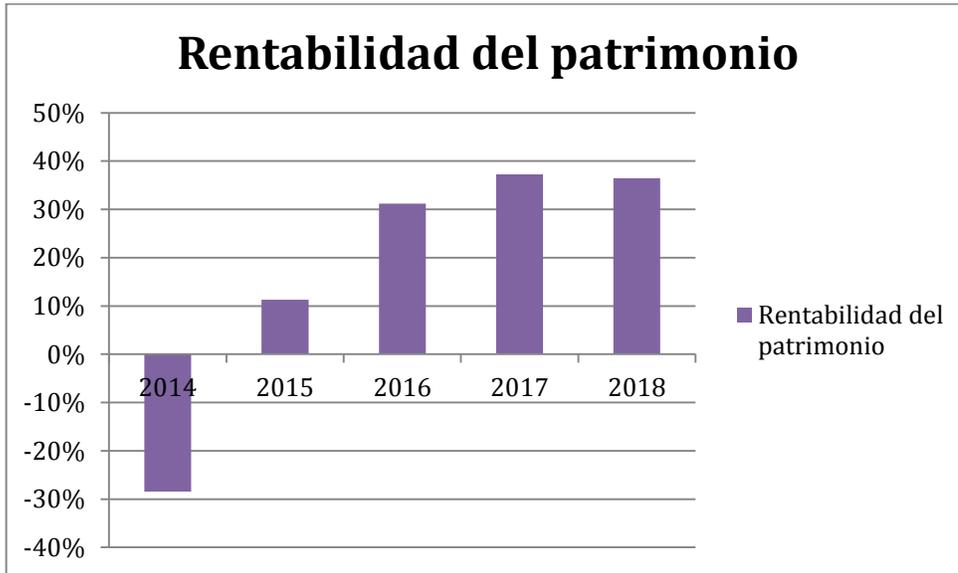


Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

Se interpreta así: El primer año resultan utilidades negativas y por lo tanto una rentabilidad igual. Para el 2015 las utilidades equivalen al 2% de las ventas, anualmente este porcentaje incrementa, haciendo este escenario conveniente para los intereses financieros de los inversionistas.

Tabla XXVIII: Rentabilidad del patrimonio.

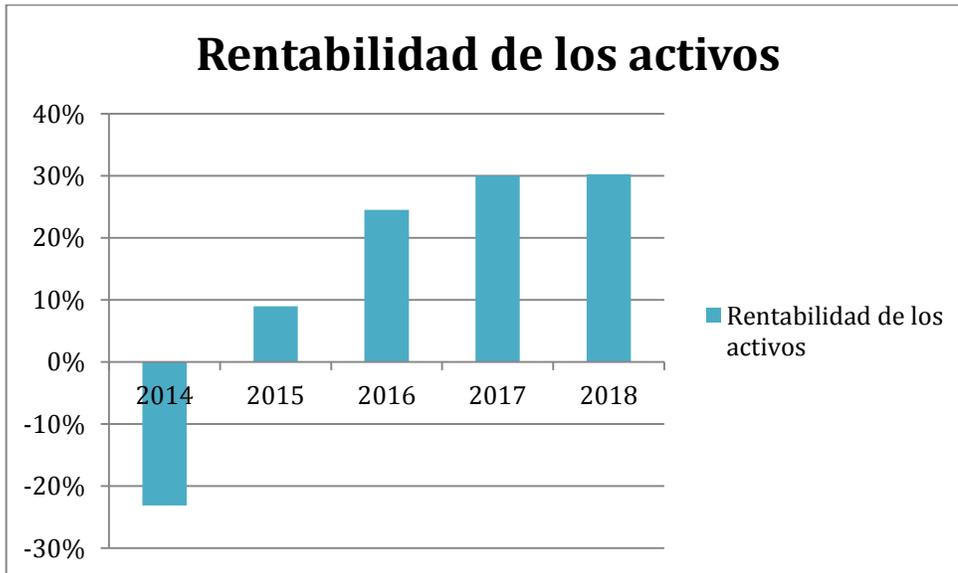
Columna1	2014	2015	2016	2017	2018
Rentabilidad del patrimonio	-28%	11%	31%	37%	36%



Fuente: Elaboración propia. Mayo 201

Tabla XXIX: Rentabilidad de los activos

Columna1	2014	2015	2016	2017	2018
Rentabilidad de los activos		-23%	9%	25%	30%



Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

En conclusión y dando un análisis final a las cuatro gráficas podemos concluir que la rentabilidad del patrimonio indica el rendimiento sobre el capital invertido por el inversionista .El rendimiento de los activos toma como base la totalidad del activo .Para ambos casos el comportamiento de los porcentajes es favorable, con una tendencia constante de crecimiento.

8.7. Evaluación financiera

Tabla XXX: Evaluación financiera

Columna1	Año 0	2014	2015	2016	2017	2018
Inversion	(20.000.000)					
Utilidad neta		(4.429.273)	1.980.739	7.947.330	15.147.681	23.321.771
+ Amortizacion		1.069.300	1.069.300	1.069.300	1.069.300	1.069.300
+ Depreciacion		268.433	233.333	233.333	.	.
Flujo de caja libre	(20.000.000)	(3.091.540)	3.283.372	9.249.963	16.216.981	24.391.071

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

El flujo de caja libre permite determinar el valor real de dinero disponible para ser repartido por los accionistas. Ni las depreciaciones ni las amortizaciones generan un egreso real de efectivo, es por esta razón que los valores correspondientes a estas cuentas se suman a la utilidad neta.

Tabla XXXI: Tasa de descuento

Tasa de descuento	18%	Columna1
TIR		24%
VNA		4.394.031
Recuperacion de la inversion		3 Años

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

La tasa de descuento es el interés exigido por los inversionistas del proyecto, si el rendimiento de la inversión es mayor a la tasa de descuento el proyecto es financieramente viable.

TIR: La TIR o tasa interna de retorno indica el rendimiento real del proyecto tomando como base los flujos de caja libres y la inversión de los accionistas. Para este caso resulto una TIR del 24%, superando en 6 puntos porcentuales la tasa de descuento. El modelo empresarial propuesto es financieramente rentable.

La metodología del VNA, devuelvo los flujos de caja futuros, y luego resta el valor de la inversión. La cifra resultante es un supuesto de ganancia inmediata para el accionista en caso de aceptar invertir en cualquier proyecto. Si el VNA es un número positivo, el proyecto es financieramente rentable.

8.8 Punto de equilibrio

Tabla XXXII: Punto de equilibrio

Punto de equilibrio	2014	2015	2016	2017	2018
Costos fijos	70.063.237	72.181.483	74.403.514	76.460.898	78.772.594
Costo variable total	7.536.036	8.555.091	9.747.327	11.108.356	12.648.258
Ventas totales	76.170.000	86.581.500	98.379.600	111.898.400	127.203.600
Punto de equilibrio en dinero	77.756.208	80.095.716	82.586.035	84.887.870	87.470.015
Traducciones	239	239	238	237	237
Interpretaciones, acompañamiento	153	153	153	152	153
Salas de negocios	153	153	153	152	153

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2013

Punto de equilibrio en dinero: Corresponde al valor del ingreso necesario para cubrir todos los gastos de la empresa, sin obtener ganancia

Punto de equilibrio en unidades: Indica el número mínimo de unidades a vender para no tener utilidades negativas

8.9 Conclusiones financieras

Como colusión y para finalizar este apartado, podemos concluir que para la empresa CINB es totalmente viable, a pesar de que al inicio las ventas no son favorables podemos observar que al transcurrir los años y al posicionarnos en el mercado la empresa podrá adquirir más ventas al mismo tiempo que creará fidelización con los clientes.

De esta manera y como se mencionó anteriormente al transcurrir los años, especialmente para el año 2 en adelante las ventas incrementarán , esto teniendo en cuenta el 10% de incremento para cada mes y al mismo tiempo la inflación para cada año correspondiente. De igual forma a la empresa contar con un personal reducido pero capaz de cubrir las necesidades que el mercado requiere, se puede observar que la empresa es capaz de soportar tanto las remuneraciones de la parte administrativa como los suministros que esta requiere para la prestación de su servicio.

Por otra parte y para finalizar es importante tener en cuenta que la cantidad de personas que vienen a realizar turismo en nuestro país es de constante incremento lo que le permitirá a CINB adquirir más ventas y más reconocimiento en la parte de prestación de servicios de

traducción, Interpretación y Acompañamiento y Alquiler de salas de negocios, dando así la oportunidad de adquirir más utilidad en el negocio.

9. Responsabilidad social empresarial

CINB será un empresa comprometida con el medio ambiente y así mismo con la sociedad Colombiana, de este modo al momento en que el CINB se consolide como una empresa formal en el mercado, esta pretenderá tener una alta Responsabilidad Social Empresarial, lo que quiere decir que ayudará al reciclaje, con este primer propósito se pretende que al momento de realizar un traducción y según su proceso de elaboración, los primeros borradores será elaborados en hojas recicladas de este modo se ahorrara tanto papel para le empresa como también ayudará a la conservación del medio ambiente, así mismo al momento de la impresión de cualquier documento ya sea tanto traducciones como contratos con los clientes, las impresiones serán realizadas con tintas biodegradables.

Por otra parte la empresa pretende garantizar relaciones comerciales de una manera transparente y confiable para que de este modo CINB sea reconocida como una empresa el cual respeta las normas y las leyes que rigen el país.

En cuanto a la Responsabilidad Social CINB pretende trabajar con Organizaciones sin Ánimo de Lucro el cual ayuden a la educación del país, es decir que CINB estará comprometida con la educación de los menores de edad, para que de este modo los niños y niñas puedan adquirir más conocimientos sobre los distintos idiomas que envuelven hoy nuestro mundo globalizado, es decir ayudará al aprendizaje de los mismo, logrando así un país que no tenga fronteras en el conocimiento. Esta labor la cumplirá cada una de las personas de la empresa; esta labor no pretende tener ningún costo para la compañía, sino que será un aporte voluntario por parte de cada persona que trabaje en CINB.

10. Conclusiones

El presente proyecto de grado ofrece una visión sobre la realización de una empresa de traducción y otros servicios, partiendo desde una idea primaria hasta llegar a la consolidación y proyección del plan de negocios de la misma.

En este documento, se puede evidenciar que de acuerdo al estudio de mercado, la probabilidad que la empresa surja y se posicione en el mercado es alta, gracias a la demanda que la población hace.

En el desarrollo de este proyecto, se evidenció que la combinación de servicios dentro de una empresa de traducción, es una buena oportunidad para abarcar gran parte del mercado demandante de negocios en Bogotá D.C. Es así, como CINB de acuerdo al completo acompañamiento en el proceso de comunicación y negociación entre empresarios, por medio de herramientas de asesoramiento como organización empresarial, interpretación y traducción, conseguirá establecerse en el mercado como una de las empresas más reconocidas.

Por otra parte, según el estudio financiero, que el primer año de la actividad económica del proyecto, no se obtendrá el punto de equilibrio, es decir, CINB se proyecta a conseguir el punto de equilibrio dos años iniciado el negocio, debido a que entre más reconocida la empresa más demanda de servicios obtendrá CINB.

De esta manera, consideramos que el proyecto es viable, pero es inevitable ocultar que el primer año de funcionamiento CINB no tendrá grandes ganancias, pero si se fundamentará y creará bases sólidas para proyección a futuro.

Además, es importante resaltar que el presente proyecto, no solo sirve como un excelente plan de negocio con fines lucrativos, sino que de la misma manera, es una herramienta y una ayuda para que las empresas Bogotanas puedan entrar y abarcar mercados internacionales. Es así, como nace CINB para crear puentes para el desarrollo de negocios en Bogotá con empresas foráneas.

11. Recomendaciones del trabajo

Dentro de lo que fue la realización de este proyecto, es importante hacer énfasis en que haya una mejora continua del mismo, por lo tanto es recomendable tener en cuenta los resultados que arrojo este modelo para que en un futuro la empresa pueda hacer una comparación de lo que se estima obtener a lo que se tenga al momento de hacer la comparación.

Por otra parte es importante que la empresa al momento de ser constituida implemente todas las tecnologías del momento al mismo tiempo que se tendrán en cuenta las actualizaciones que se presenten sobre las metodologías aplicadas en cuestión de traducción e interpretación de este modo se actualizara todo el servicio, esto teniendo en cuenta si solo es necesario para un buen funcionamiento y prestación de un óptimo servicio.

Referencias Bibliográficas

Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) (2012).Extraído el 25 de Abril de 2013, de <<http://www.camara.ccb.org.co>>

Cámara de Comercio de Cali (CCC) (2012).Extraído el 26 de Abril de 2013, de <<http://www.ccc.org.co>>

CEEI Ciudad Real. Como realizar un estudio de mercado. Extraído el 12 de Abril de 2013, de <http://www.daroca.es/UserFiles/gUIA%20Estudio_de_Mercado.pdf>

Diario de negocios de Colombia, La República. Comercio Exterior. Disponible en: extraído el 24 de septiembre del 2012, de <http://www.larepublica.co/node/11292>

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia (DIAN) (2012).Extraído el 30 de Abril de 2013, de <<http://www.dian.gov.co>>

Falabella (2013).Extraído el 18 de mayo de 2013, de <http://www.falabella.com.co/falabella-co/category/cat50611/Desktops-?kid=10926>

Grupo Bancolombia /Proyecciones Macroeconómicas y de Mercado 2013-2018. Extraído el 29 de Abril del 2013 de, <Proyecciones Macroeconómicas y de Mercado 2013-2018>

Gerencie.com. Extraído el 16 de mayo de 2013.de, <<http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html> >

Linguatrans-Traducción tarifas “¿*Quieres estimar el coste de tu traducción?* Extraído el 4 de marzo del 2013, de <http://www.linguatrans.com/tarifasdetraduccion.aspx>

Mundoline, (Julio/2011).La sociedad por Acciones Simplificadas [Blog Informativo].Extraído el 23 de Abril de 2013 de, <<http://sociedadesas.blogspot.com/p/funcionamiento.html>>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2007).Convenios de competitividad turística.Ranking nacional 2007.Extraído el 18 de mayo de 2013, de<<http://www.mincomercio.gov.co/descargar.php?id=56951>>

Panamericana Librería y Papelería S.A. (2013).Extraído el 15 de mayo de 2013,de<<http://www.panamericana.com.co>>

Súper Financiera- Doctrinas y Conceptos Financieros 1999. Extraído el 15 de mayo de 2013 de, <<http://www.superfinanciera.gov.co/Normativa/doctrinas1999/periodogracia0137.htm>>

Universidad Nacional de Colombia (Sede Manizales).Extraído el 17 de mayo de 2013 de, <<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010045/Lecciones/Cap%2010/10-1-2.htm>>

Anexos

Encuesta sobre la creación de empresa

CENTRO INTERNACIONAL DE NEGOCIOS BABEL

La siguiente encuesta tienen como objetivo evaluar el nicho de mercado el cual va dirigido a turistas y empresarios con el fin de evaluar la viabilidad y las exigencias de este mercado objetivo, con referencia a la creación de un centro de negocios, especializado en la parte de traducción y en la parte cultural de negocios.

Tenga en cuenta que para cada pregunta usted puede escoger sólo una respuesta.

1. ¿Usted domina más de un idioma?

*Sí *No

De ser positiva su respuesta por favor indique cuales son los idiomas que usted maneja en el siguiente campo.

.....

2. ¿Usted como empresario estaría dispuesto a contratar un servicio de traducción para su empresa el cual le permita realizar negocios con otros ejecutivos?

*Sí *No

Si su respuesta es afirmativa cuanto estaría dispuesto a pagar por cada palabra traducida teniendo en cuenta que una hoja de Word tiene alrededor de 300 palabras y que se requiere de un tiempo para realizar dicha traducción de acuerdo al contexto que se vaya a manejar.

- A. 60.000-80.000 pesos
- B. 80.000-100.000 pesos
- C. 100.000-150.0000 pesos

3. ¿Considera usted que es de gran ayuda acceder a un servicio que consista en ofrecer un espacio idóneo, ya sea físico o virtual, al momento en que su empresa lleven a cabo diferentes eventos ejecutivos que requieran la intervención profesional de los servicios de un traductor?

*Sí *No

4. ¿estaría dispuesto a utilizar los servicios de una empresa que le brinde soluciones a su en cuanto a traducción, servicio de salones conferénciales y soluciones culturales en cuanto a la parte de negocios?

*Sí *No

5. ¿Cuenta usted con personal en su empresa que domine más de un idioma?

*Sí

*No

De ser su respuesta positiva por favor diga que idioma en el siguiente campo

.....

6. ¿Porque me dio le gustaría contactar a la empresa?

- A. teléfono
- B. redes sociales
- C. página web

7. ¿Para usted que es más importante en cuanto a la realización de una traducción?

- A. Sello de traductor
- B. Que la persona sepa el idioma
- C. Que el precio no sea muy alto

8. ¿Le gustaría contar con un servicio de acompañamiento al momento de la traducción?

*Sí

*No

9. ¿Cuándo nuestro servicio vaya a ser prestado, al momento de la firma de contrato por qué medio le gustaría hacerlo?

A. correo electrónico

B. Personal

10. ¿porque medio le gustaría enterarse de los servicios que nuestra empresa ofrece?

a. Cuñas radiales

b. Carteles Publicitarios

c. Volantes

d. Redes Sociales

Muchas gracias por su colaboración

Brochure



Centro Internacional
de Negocios Babel

Dirección
Calle 106# 7a-19
Teléfono: 3123354173-
3173799303
Correo: CINBabel@gmail.com



Traducción.
Interpretación y
Acompañamiento
Salas de
Negocios.

**"¿Negocios e
Idiomas? CINB la
mejor forma de
resolverlo"**

TEL: 3123354173-
3173799303

Traducción. Interpretación y Acompañamiento Salas de Negocios

CINB ofrece tres servicios el cual pretende llegar a cada una de las personas interesadas en adquirirlos estos son:

TRADUCCIONES: Las traducciones serán realizadas por el personal capacitado Y con experiencia, de este modo se lograra hacer una traducción con calidad.

El precio de cada traducción es de \$170 pesos por palabra. Por otra parte el precio puede incrementar de acuerdo al tipo de traducción.

INTERPRETACIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO: Este servicio tiene un valor de \$50.000 por hora.

SALAS DE NEGOCIOS: Con un valor de %60.000 por hora.

Cada uno de nuestros servicios serán prestados de la mejor forma teniendo en cuenta las necesidades que usted como nuestro cliente requiere, porque

"¿Negocios e idiomas? CINB la mejor forma de resolverlo"