

**G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS**

Modalidad Creación de Empresa



DIANA CAMILA PATIÑO CELIS

GLORIA CONSTANZA ACERO PLAZAS

UNIVERSIDAD EAN  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES  
LENGUAS MODERNAS  
BOGOTÁ  
2012

**G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS**

Modalidad Creación de Empresa



DIANA CAMILA PATIÑO CELIS

GLORIA CONSTANZA ACERO PLAZAS

Tutor: Mgtr. Carlos Alberto Franco Bello

UNIVERSIDAD EAN  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES  
LENGUAS MODERNAS  
BOGOTÁ  
2012

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Firma Presidente del Jurado**

---

**Firma del Jurado**

---

**Firma del Jurado**

*A nuestras familias,  
a Dios y a esta hermosa amistad  
que hoy nos permite ver  
otro sueño cumplido.*

## Tabla de contenido

RESUMEN EJECUTIVO .....	9
1. INTRODUCCIÓN .....	11
2. OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	14
2.1 OBJETIVO GENERAL .....	14
2.2 OBJETIVOS A CORTO PLAZO .....	14
2.3 OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO .....	15
2.4 OBJETIVOS A LARGO PLAZO .....	15
3. JUSTIFICACIÓN .....	16
4. MERCADO .....	17
4.1 Mercado Objetivo .....	17
4.2 Aplicación de instrumentos .....	28
4.2.1 Análisis de las encuestas (Gráficas) .....	28
4.2.2 Ficha técnica .....	39
4.2.3 Conclusiones parciales .....	39
4.3 Análisis de la competencia .....	41
4.4 Estrategia de mercado .....	44
4.4.1 Concepto del servicio .....	44
4.5 Estrategias de distribución o difusión .....	47
4.5.1 Penetración .....	47
4.5.2 Estrategias de precio .....	48
4.5.3 Estrategias de promoción .....	48
5. ORGANIZACIÓN .....	49
5.1 Tabla No. 9 - Análisis DOFA G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS .....	51
5.2 Tabla No. 10 - Análisis DOFA idea de negocio .....	51
5.3 Descripción del proceso .....	52
5.4 Aspectos Legales .....	53
5.5 Constitución de la empresa .....	58
5.6 Estructura Organizacional .....	60
5.6.1 Departamentos .....	60
5.7 Logo de G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS .....	61

5.8 Imagen corporativa.....	62
6. COSTOS Y FINANZAS .....	63
7. ESTADOS FINANCIEROS .....	64
7.1 Estado de resultados .....	64
7.2 Criterios de decisión .....	67
7.3 Egresos.....	68
7.4 Punto de equilibrio .....	69
8. IMPACTO.....	70
9. EQUIPO DE TRABAJO .....	71
9.1 Perfil de los emprendedores .....	71
10. CONCLUSIONES.....	72
11. BIBLIOGRAFÍA .....	74

## INDICE DE GRÁFICAS

Gráfica No. 1 – Mercado destino para productos y servicios .....	18
Gráfica No. 2 – Principales países para establecer relaciones comerciales.....	20
Gráfica No. 3 – Sectorización de las empresas en Bogotá.....	21
Gráfica No. 4 – Principales actividades económicas.....	22
Gráfica No. 5 – Valor de las exportaciones de la región Bogotá – Cundinamarca 2011.....	24
Gráfica No. 6 - Tendencias en Colombia para la industria textil y confección en Colombia 2012.....	27
Gráfica No. 7 .....	29
Gráfica No. 8 .....	30
Gráfica No. 9 .....	31
Gráfica No. 10.....	32
Gráfica No. 11 .....	33
Gráfica No. 12.....	34
Gráfica No. 13 .....	35
Gráfica No. 14 .....	36
Gráfica No. 15 .....	37
Gráfica No. 16 .....	38
Gráfica No. 17 - Diagrama de Flujo, descripción proceso interno.....	52
Gráfica No. 18 - Estructura Organizacional.....	59
Gráfica No. 19 - Logo Empresa .....	60

## ÍNDICE DE TABLAS Y ANEXO

Tabla No. 1 – Las mejores ciudades para hacer negocios .....	19
Tabla No. 2 – Número de empresas en Bogotá, 2011.....	23
Tabla No. 3 – Características de las empresas formalmente constituidas en Bogotá en el 2009.....	25
Tabla No. 4 - Ficha Técnica Aplicación de Encuestas.....	39
Tabla No. 5– Fortalezas y Debilidades Empresa HM International Business Leadership Colombia.....	41
Tabla No. 6 – Fortalezas y Debilidades Empresa Gercons Colombia .....	42
Tabla No. 7 – Fortalezas y Debilidades Panda International .....	43
Tabla No. 8 – Descripción del Portafolio de Servicios.....	46
Tabla No. 9 - Análisis DOFA G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS.....	51
Tabla No. 10 – Análisis DOFA idea de negocio.....	51
Anexo Encuesta Estudio de Mercado.....	76

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo de grado se ha desarrollado con el interés de identificar, evaluar y analizar un plan de negocios para corroborar su viabilidad, creación y puesta en marcha. G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS es una empresa enfocada a ofrecer servicios de brokers de negocios o agentes comerciales y servicios logísticos. Es decir, intermediarios en negociaciones comerciales para colocar en el mercado local productos o servicios del exterior. Adicional a ello introducir en el mercado internacional productos o servicios colombianos que puedan competir con el mercado exterior. Todo esto apoyado con servicios logísticos y de aduanas y transporte, siempre y cuando el cliente lo requiera.

G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS participará en la consecución de negocios, asesoría a clientes y el proceso aduanero y de logística en transporte. Dichos negocios se llevarán a cabo tanto a nivel del mercado nacional como del mercado internacional, favorecidos por los recientes Tratados de Libre Comercio firmados por nuestro país en las últimas décadas.

Este proyecto está ubicado geográficamente en la ciudad de Bogotá, cuyo nicho o mercado objetivo son las PYMES de la capital, PYMES del sector manufacturero.

Bogotá es una ciudad con un gran desarrollo tecnológico y urbanístico, capital con un alto nivel competitivo frente a otras capitales de Latinoamérica, dicho escenario facilita el intercambio socio-económico de Bogotá por consiguiente de nuestro país al resto del mundo. Otra ventaja que nos permitió elegir a Bogotá como nicho de mercado es porque la mayoría de las empresas se sitúan en Bogotá y toda la intervención y el análisis de dicho proyecto se realizará tomando como muestra el mercado objetivo de ésta ciudad.

## **Glosario**

**Broker:** individuo o firma que actúa como intermediario entre un comprador y un vendedor, usualmente cobrando una comisión. Además se encarga de asesorar y aconsejar sobre temas relacionados con el negocio.

**Operador logístico:** Es aquella empresa que por encargo de su cliente diseña los procesos de una o varias fases de su cadena de suministro (aprovisionamiento, transporte, almacenaje, distribución e, incluso, ciertas actividades del proceso productivo), organiza, gestiona y controla dichas operaciones utilizando para ello infraestructuras físicas, tecnología y sistemas de información.

**Aduanas:** Entidad encargada del control de operaciones de comercio exterior, con el objetivo de registrar el tráfico internacional de mercancías que se importan y exportan desde un país concreto, y cobrar los impuestos que establezcan las aduanas de cada país.

**Comercio exterior:** Intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas.

## **1. INTRODUCCIÓN**

Empresa creada por dos mujeres líderes que desean entrar al mercado comercial bajo la premisa de crear empresa y fomentar el emprendimiento, nace G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS, empresa concebida para hacer las operaciones de brokers de negocios o agentes comerciales actuando como intermediarios entre vendedores y compradores de negocios en distintas partes del mundo. G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS ofrece el servicio de intermediación entre compradores y vendedores para la importación y exportación de bienes y servicios, en donde nuestro conocimiento en lenguas modernas se convierte en una ventaja para las negociaciones. De igual manera ofrecemos el servicio de intermediación aduanera, logística en transporte además de la consecución de clientes y la asesoría en negocios de bienes y servicios con el fin de facilitar el acercamiento entre las partes a conciliar y a su vez lograr una exitosa negociación.

El escenario objetivo que plantea el mercado actual en materia de intercambio económico favorece y permite que muchas empresas puedan trascender en materia económica. Las ventajas que ofrecen hoy en día los TLC, en especial aquellos adquiridos con los Estados Unidos de América, proyectan un reto para el mercado nacional colombiano así como la interacción económica que podrá dar un acceso directo y efectivo, favoreciendo el desarrollo socioeconómico del país.

Es por ello que G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS plantea incentivar el acceso del mercado comercial colombiano con aquellos países que puedan interesarse en los productos y servicios locales, aquellos países con los que hoy en día tenemos relaciones económicas y en donde exista algún cliente potencial interesado en comprar los productos y servicios colombianos. Es allí donde estará presente G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS posicionando aquellos bienes o servicios colombianos que puedan entrar a competir en la arena internacional y por consiguiente situarlos a la altura de la demanda real

existente, apoyando todo el proceso con servicios logísticos de transporte, asesoría a clientes en colocación de negocios y de agenciamiento aduanero.

Hoy en día, Colombia es una vitrina para Latinoamérica y para el mundo, es por ello que muchos empresarios extranjeros quieren apostar e invertir en un país que se encuentra en vía de desarrollo, después de largos años en donde la violencia ha dejado huellas imborrables que entorpecen el intercambio comercial producto de la inseguridad originada. Es por esto que G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS también quiere brindar un acompañamiento a todos aquellos empresarios internacionales que deseen posicionarse en el mercado local colombiano con productos y servicios reconocidos a nivel internacional. Como resultado de ello, G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS desea realizar y hacer un acompañamiento y asesoramiento completo garantizando su apertura ante dicha oportunidad.

El TLC se firmó en mayo de este año y ya son evidentes los resultados en beneficios que el mercado colombiano comienza a mostrar. Según el Ministro de Comercio, Industria y Turismo, Sergio Díaz-Granados, *“solamente en mayo (mes completo) el valor de las exportaciones colombianas se incrementaron en un 18%, comparado con el mismo mes del 2011, al alcanzar los US\$2,7 millones.”*<sup>1</sup>

Según el director de la Oficina de aprovechamiento para el TLC, Hernando José Gómez, hasta el 5 de julio las exportaciones del país con destino a los EE.UU. habían alcanzado los 795 millones de dólares, sin petróleo, carbón u oro. *“Los productos que ha movilizado este TLC, entre otros, son textiles y cuero”*.<sup>2</sup>

De acuerdo con la Revista Virtual Facultad de Ciencias Empresariales MERCATURA<sup>3</sup>, los Estados Unidos es un país de alrededor 285 millones de habitantes, con ingresos que

---

<sup>1</sup> Recuperado el 11 de diciembre de 2012, de: <http://www.portafolio.co/negocios/tratados-muestran-proyeccion-la-economia>

<sup>2</sup> Recuperado el 11 de diciembre de 2012, de: <http://www.portafolio.co/negocios/tratados-muestran-proyeccion-la-economia>

<sup>3</sup> Recuperado 11 de diciembre de 2012 de la revista virtual MERCATURA

alcanzan los 35.000 mil dólares de ingreso per cápita, cifra que representa un valioso poder de compra. El mercado americano es muy rico siendo uno de los más grandes y dinámicos del mundo, frente a esto, Colombia puede vender, negociar y exportar innumerables productos y servicios, lo cual permite generar un mejor nivel de desarrollo económico y social.

G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS propone activar los intercambios económicos favoreciendo las relaciones bajo la premisa del “gana, gana”. El profesionalismo y liderazgo característico de sus creadoras facilita la interacción para establecer buenas relaciones comerciales. Asimismo, el escenario actual es ideal para promover relaciones económicas ligadas al intercambio comercial que favorece a su vez el acceso a mercados más sólidos y amplios y por consiguiente se beneficien aquellas economías más pequeñas en proceso de desarrollo, así como la economía propia de nuestro país.

## **2. OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **2.1 OBJETIVO GENERAL**

- Crear una empresa de representación, negociación y asesoría comercial y de servicios logísticos para las pequeñas y medianas empresas colombianas, la cual facilite la comercialización y la exportación de sus bienes y servicios hacia al exterior y viceversa.

### **2.2 OBJETIVOS A CORTO PLAZO**

- Crear un equipo de trabajo sólido caracterizado por su emprendimiento y liderazgo, el cual pueda llevar al éxito a G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS, realizando un estudio financiero que muestre proyecciones de ventas y gastos reales y que resulte en la apertura y el funcionamiento óptimo de la misma.
- Elaborar una estructura organizacional enfocada en ofrecer servicios de asesoría, comercialización de bienes y servicios, además de ofrecer servicios en logística y transporte hacia el exterior y viceversa.
- Recolectar información de entidades que brindan apoyo financiero a empresas exportadoras tales como el Ministerio de Comercio Exterior y Proexport, con el fin de establecer alianzas estratégicas para el buen desenvolvimiento de dicha empresa.
- Establecer una base objetiva de clientes que nos permita identificar sus necesidades puntuales en relación con el tipo de servicio que ofrece G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS.
- Obtener el 1% de la participación del mercado en empresas manufactureras divididas en Micro, Pequeñas y Medianas empresas.

### **2.3 OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO**

- Diseñar una política que facilite la fidelidad de nuestros clientes, ofreciendo altos estándares de calidad, logrando así un reconocimiento significativo con el objetivo de ofrecer nuestros servicios a otras empresas.
- Proyectar G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS en el mercado colombiano como una empresa líder en el manejo de exportación de bienes y servicios.
- Desarrollar proyectos que permitan capacitar a los miembros de la organización según las tendencias identificadas de mercado, para así suplir las necesidades existentes.
- Obtener el 3% de la participación del mercado en empresas manufactureras divididas en Micro, Pequeñas y Medianas empresas.

### **2.4 OBJETIVOS A LARGO PLAZO**

- Expandir la empresa a nivel nacional y así destacarnos como líderes en el mejoramiento económico de las Pymes en Colombia.
- Lograr un reconocimiento público que demuestre mediante estadísticas el crecimiento de G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS.
- Iniciar proyectos de inversión social que contribuyan a mejorar las condiciones de vida para los sectores vulnerables de la sociedad.
- Entrar a competir en el mercado capturando empresas que se desarrollen en otro tipo de sector o ámbito.

### 3. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto de grado consiste en desarrollar un plan de negocios fomentado a lo largo de un semestre con el fin de constatar un sueño cumplido, que además como emprendedoras deseamos realizar. El mismo refleja el conjunto de una formación en idiomas con enfoque de negocios, habilidades de liderazgo y competencias de formación integral, además del escenario propicio para que G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS pueda surgir con una baja inversión en un mercado relativamente virgen.

La Universidad EAN es la única que ofrece dentro de su portafolio un programa de Lenguas Modernas con enfoque de negocios, diferenciado totalmente de los programas de licenciatura existentes, además de mostrar un enfoque organizacional en conjunto con el desarrollo de oportunidades de negocio sostenibles, la capacidad para liderar proyectos que generan valor económico y social. Todo ello está unido al manejo de herramientas tecnológicas de punta, ubicándose a la vanguardia en un mundo globalizado, exigente, dinámico y cambiante.

G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS se fundará soportada en un estudio de mercado que tenga en cuenta las tendencias, el mercado existente, la oferta real, el entorno mismo y la competencia actual. La orientación del tutor académico y la motivación de las emprendedoras hacen que éste proyecto sea viable e impacte sustancialmente en la sociedad colombiana. El mismo será financiado por un capital semilla puesto por las emprendedoras.

Esta idea de negocio reúne todos los elementos necesarios para que sea un proyecto sostenible, diferente a los desarrollados anteriormente en la facultad, realizado por estudiantes emprendedoras que se caracterizan por su sentido de pertenencia, liderazgo y excelente profesionalismo e idoneidad.

Es nuestro deseo que esta idea de negocio trascienda y que no solo quede plasmada en el papel; nos motiva aún más, que poco a poco podamos hacer realidad el sueño de ser

empresarias, fortalecer los vínculos de amistad, y ante todo ser reconocidas como egresadas EANistas exitosas.

## **4. MERCADO**

### **4.1 Mercado Objetivo**

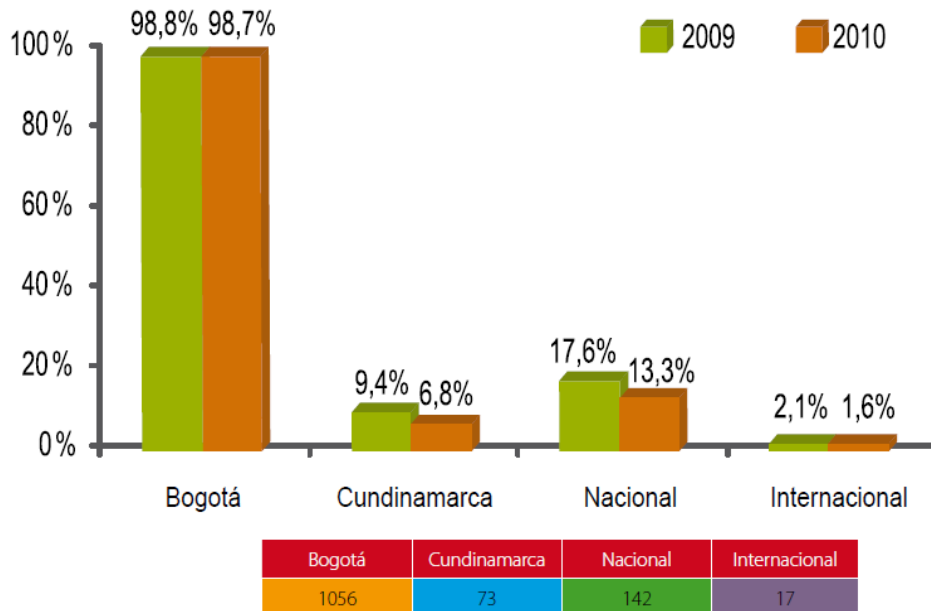
El mercado objetivo en el que se enfoca G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS son las PYMES ubicadas en la ciudad de Bogotá dedicadas al sector manufactura. Este nicho que no se encuentra muy explotado por brokers o agentes de negocios, quienes pueden asesorar y aconsejar sobre temas relacionados con negociaciones. Aquellas PYMES que deseen introducirse y posicionarse en mercados internacionales mediante la comercialización de sus bienes y/o servicios se proyectan como nuestro mercado objetivo fundamental. De igual manera G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS también ofrece en su portafolio el servicio de asesoramiento o consultoría para aquellas empresas del mercado internacional que vean en Colombia oportunidades significativas de crecimiento. Todo esto apoyado en servicios de logística en transporte y agenciamiento en aduanas.

Como se puede observar en la gráfica No. 1, el escenario para el periodo 2009 - 2010 muestra que el 98 % de la totalidad de las empresas de Bogotá comercializaban y se movían únicamente en el mercado local. Para ese entonces las ventajas comerciales no eran las mismas que tenemos actualmente como son los TLC, entre otras. Bogotá, y en general Colombia, goza actualmente de un sin número de ventajas y de escenarios que propician la actividad comercial.

La gráfica No. 1, muestra el escenario del mercado destino de los productos o servicios de las empresas PYMES.

**Gráfica No. 1 - Mercado destino para productos y servicios, 2011**

¿Cuál es el mercado destino de sus productos y servicios?



*Fuente:* Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

Por otro lado, únicamente el 13,3% de esas empresas atienden las demás regiones del país, mercados que representan más de la mitad de la población y del PIB de Colombia. En cuanto al mercado internacional, son muy escasas las empresas que le apuestan a este escenario, con apenas el 1,6%, principalmente empresas grandes y medianas. El mercado internacional debería ser visto como « la gallina de los huevos de oro », dadas esas ventajas se procede a concretar un TLC con los Estados Unidos. Es por ello que G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS le apuesta a este mercado focalizando sus servicios en hacer las veces de agentes comerciales para bienes o servicios locales que quieran incursionar en el mercado internacional y viceversa.

Como se muestra en la tabla No. 1, la economía de los Estados Unidos de América es la economía nacional más grande del mundo, cuenta con gran oportunidad para importar bienes y servicios generando altos niveles de aspiraciones en la Pymes, ya que los Estados Unidos cuenta con una amplia plataforma comercial altamente competitiva. Según la ICUR (Índice de Competitividad Urbana)<sup>4</sup> ésta califica a los Estados Unidos como el mejor país en América para hacer negocios.

**Tabla No. 1 – Las mejores ciudades para hacer negocios en Latinoamérica, 2010.**

**Las mejores ciudades para hacer negocios en Latinoamérica.**

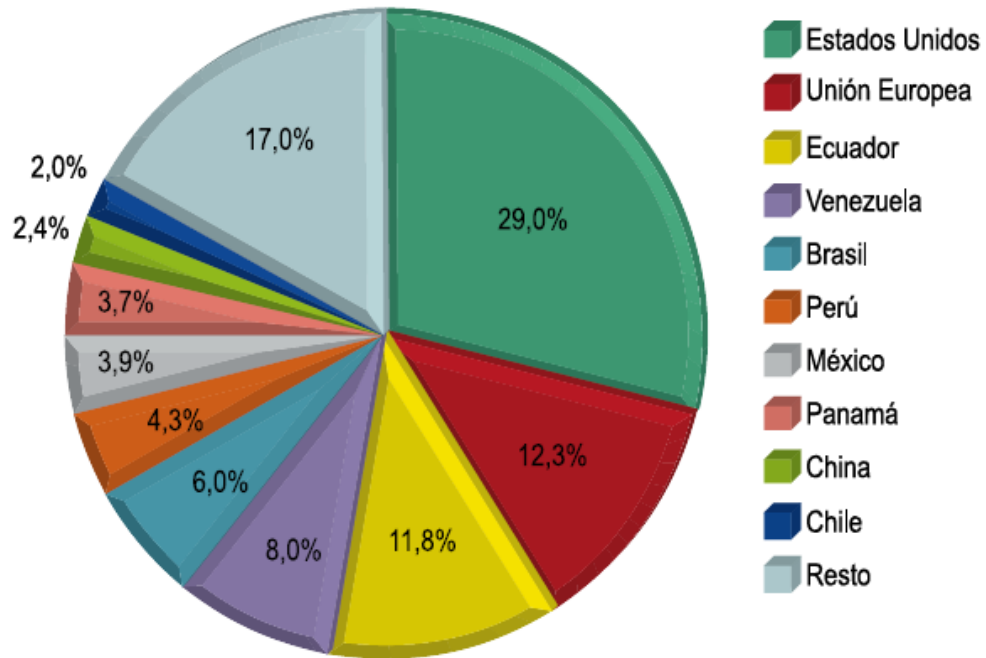
Posición	País	Ciudad	Indicadores macroeconómicos por ciudad				Dimensiones ICUR 2010								
			Población 2009 (millones de habitantes)	PIB per cápita en 2009 (dólares)	Desempleo 2009	No. habitantes por cajero automático 2009	Marco social y político	Marco y dinamismo económico	Servicios a empresas	Servicios a ejecutivos	Infraestructura y conectividad física	Capital humano	Sostenibilidad ambiental	Poder de marca	ICUR 2010
1	Estados Unidos	Miami	5,5	38.535	11,7%	307	91,3	97,3	100	100	100	84,4	82,5	91,7	100
2	Chile	Santiago	5,7	8.758	11,6%	3.934	100	93,1	67,4	68,2	50,3	93	90,9	100	90,9
3	Brasil	Sao Paulo	21,2	12.628	9,6%	2.090	71,9	100	76,9	66,7	61,7	85,4	86,1	94,5	88,5
4	México	Ciudad de México	19,9	10.645	6,9%	4.925	72,9	82,8	65,4	70,6	62,5	100	87,8	87	83,8
5	Brasil	Rio de Janeiro	12,5	8.792	6,4%	2.493	75,3	82	62,5	67,7	35	69,9	85	90,6	77,7
6	Argentina	Buenos Aires	12,9	10.494	7,1%	7.211	68,3	72,9	67,7	72,3	48,1	71,5	80,4	93,6	77,1
7	Panamá	Ciudad de Panamá	1,8	7.472	7%	4.086	81,5	77,5	63,3	58	49	48,2	90,4	85	75,2
8	Colombia	Bogotá	7,3	5.637	11%	2.168	66,3	78,1	53,1	58,8	42,9	65,9	93,7	91,8	74,5
9	Costa Rica	San José	1,6	7.121	4,9%	11.093	96,7	75	50,1	60,4	36,8	79,5	100	56,9	73,9
10	Perú	Lima	9	3.613	8,4%	9.424	73,1	75,8	52	59,4	40,6	48,6	87,4	93,4	72,7

Fuente: Revista Américaeconomía 2009.

Otra ventaja evidente que incide en que G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS actúe como intermediario colocando los negocios de nuestros clientes en el exterior, principalmente en los Estados Unidos; obedece a que según el DANE, dicho país es el principal para establecer relaciones comerciales. Ver Gráfica No. 2

<sup>4</sup>Recuperado el 11 de diciembre 2012, de: <http://rankings.americaeconomia.com/2010/mejoresciudades/fuentes-icur-2010.php>

**Gráfica No. 2 – Principales países para establecer relaciones comerciales. 2011**



**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en el DANE, primer semestre.

Este mercado representa el 29% y hace parte de nuestro mercado objetivo, en donde nuestra prioridad sin dejar de cubrir otros mercados internacionales sea los Estados Unidos. A esto le sumamos que el escenario actual es propicio para hacer intercambios comerciales dados los recientes TLC firmados con ese país, los cuales pretenden fortalecer los vínculos comerciales y que Colombia pueda a su vez ser mucho más competitiva.

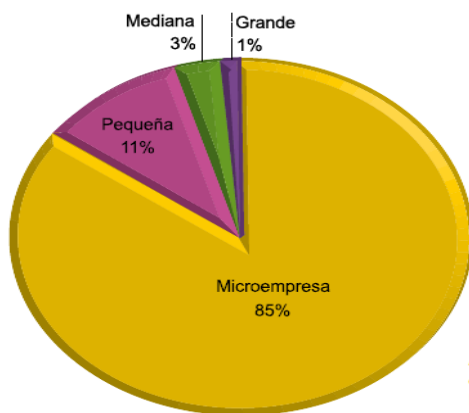
De igual manera, G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS pretende cubrir otras demandas del mercado por ejemplo en Asia y Europa dinamizando así el intercambio comercial colombiano.

## Bogotá

Bogotá ha ganado un reconocimiento nacional e internacional entre las ciudades de Latinoamérica como un destino importante para ubicar actividades productivas y para hacer negocios, lo cual representa para G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS una oportunidad no solo para exportar sino también para importar bienes y servicios, mejorando así la economía nacional, lo que representa la apertura de puertas hacia nuevas negociaciones internacionales.

En el primer semestre de 2011, se crearon en Bogotá más de 42 mil empresas con una suma de activos por \$16 billones de pesos, de acuerdo con la estructura empresarial de la región la mayoría son microempresas (85%) y pequeñas empresas el (11%). Ver Gráfica No. 3.

**Gráfica No. 3 - Sectorización de las empresas en Bogotá, 2011.**



**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en el Registro Mercantil, primer semestre.

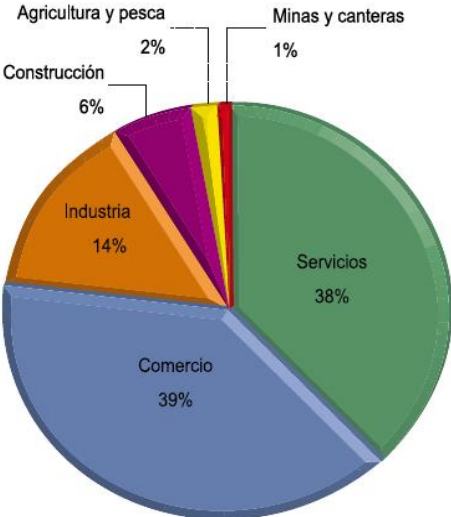
Dicho mercado hace parte del objetivo comercial al que G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS le quiere apuntar, buscando generar nuevas posibilidades de expandir estos mercados con miras internacionales. La ley de Formalización Empresarial y Generación de Empleo contribuyó de manera positiva al aumento y creación de las pequeñas empresas. Para el año 2011, sólo durante el primer semestre se registró un incremento del

30% en el número de micros y pequeñas empresas que se establecieron en Bogotá creando mercados mayormente estables.

Para la estructura empresarial de Bogotá se hace indispensable apoyar a las empresas para así facilitar su crecimiento y sostenibilidad en el mercado, de esta manera nuestra empresa busca poder llegar a este mercado y cumplir nuestros objetivos, desarrollando planes de acción en donde generemos el incremento a la tendencia de exportar en un mayor volumen.

Como se muestra en la Gráfica No. 4, la mayoría de las empresas están vinculadas a actividades de comercio al por mayor y al por menor (39%) y al sector de servicios (38%), en donde se destacan las actividades inmobiliarias y empresariales, hoteles y restaurantes.

**Gráfica No. 4 – Principales actividades económicas, 2011.**



**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en el Registro Mercantil, primer semestre.

Actualmente el elemento central de la transformación política y económica de cualquier país en transición es la creación de un importante sector privado, y de un mayor desarrollo de las Pymes y de la actividad emprendedora. Paradójicamente, a pesar de la relativa poca

atención que reciben de parte de los creadores de políticas, las Pymes representan una de las principales fuerzas en el desarrollo económico, especialmente en los países en vías de desarrollo.

En Bogotá, en el año 2011, la mayoría de las nuevas empresas se crearon como microempresas y pequeñas empresas, con un promedio de activos entre \$10 y \$644 millones respectivamente, lo que abre un mercado a nuevas posibilidades de exportación e importación. En dicha ciudad para el año 2011 se crearon 42.045 empresas a las cuales G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS le quiere apuntar, cobijando un mercado con un potencial inmensamente grande. Ver tabla No. 2.

**Tabla No. 2 – Número de empresas en Bogotá, 2011.**

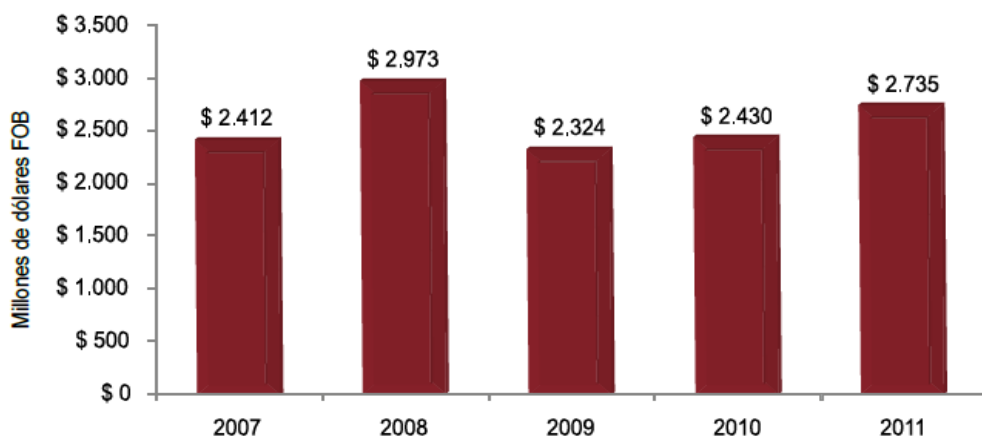
Tamaño	Número de empresas	Activos (millones de pesos)	Promedio activos (millones de pesos)
Microempresas	41.471	\$ 401.570	\$ 10
Pequeñas	520	\$ 334.731	\$ 644
Medianas	54	\$ 274.081	\$ 5.076
Grandes	22	\$ 15.757.436	\$ 716.247
Total	42.067	\$ 16.767.818	\$ 399

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en el Registro Mercantil, primer semestre.

En materia de exportaciones, como se muestra en la gráfica No. 5, Colombia y Bogotá mostraron un crecimiento del 39% y 13% respectivamente con respecto al mismo período del 2010; lo que corrobora la recuperación de la dinámica exportadora en el país y en la región. Si bien se mantiene la concentración de las exportaciones en productos y mercados, empiezan a dar resultados los esfuerzos orientados a ampliar la oferta exportable y los

negocios en otros mercados, aunque es evidente que se requiere un mayor esfuerzo en la región para ampliar la capacidad de exportar. Es allí donde G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS quiere entrar y lograr una participación activa, para seguir promoviendo nuestros mercados hacia mercados internacionales.

**Gráfica No. 5 - Valor de las exportaciones de la región Bogotá - Cundinamarca, 2011**



**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en el DANE, primer semestre.

Nuestro mercado objetivo busca capturar en primera instancia alrededor del 1% de las micros, pequeñas y medianas empresas que cuantitativamente equivalen a 366 empresas ubicadas en Bogotá. Actualmente, la cantidad de las micro, pequeña y medianas empresas alcanza las 36.684, todas ellas dedicadas al sector manufactura. Ver tabla No. 3.

Como se puede ver en la tabla No. 3, para el año 2010 tan solo en Bogotá en el sector manufacturero se crearon alrededor de 380 PYMES lo cual evidencia las oportunidades a las cuales G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS les quiere apuntar con el objetivo de buscar dinamizar más la economía de Colombia y así volverla más competitiva frente a un entorno global.

**Tabla No. 3 – Características de las empresas formalmente constituidas en Bogotá en el 2010.**

Actividad económica	Microempresas	Pequeñas	Medianas	Grandes	Total
Agricultura	492	255	108	17	872
Pesca	9				9
Explotación de Minas y Canteras	226	75	56	60	417
Industrias manufactureras	1.906	296	93	33	2.328
Suministro de electricidad, gas y agua	29	10	9	4	52
Construcción	1.438	500	238	44	2.220
Comercio y reparación de vehículos automotores	5.884	868	216	66	7.034
Hoteles y restaurantes	1.232	72	14	8	1.326
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	789	156	63	17	1.025
Intermediación financiera	902	185	60	27	1.174
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	4.580	1.210	262	49	6.101
Administración pública y defensa	11	2	2	1	16
Educación	290	34	3		327
Servicios sociales y de salud	806	129	28	4	967
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales	1.093	66	15	2	1.176
<b>Total</b>	<b>19.688</b>	<b>3.859</b>	<b>1.167</b>	<b>332</b>	<b>25.046</b>

*Fuente:* Registro Mercantil Cámara de Comercio Bogotá, 2010

Cálculos: Dirección Estudios e Investigaciones de la CCB

En definitiva, son muchas las ventajas que el mercado objetivo al que G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS le quiere apuntar con el objetivo de buscar dinamizar más la economía de Colombia. Por otro lado, es necesario fortalecer aquellos sectores en donde podemos ser más competitivos.

### **El mercado de logística y transporte**

Según la revista económica Supuestos de la Universidad de los Andes, el mercado de logística en Colombia ha alcanzado en los últimos años tasas de crecimiento positivas. Según los indicadores para el año 2011 el país alcanzó cifras récord en materia de ventas externas, logrando, algo nunca visto en la historia del país.<sup>5</sup> Para el año 2010 Colombia había avanzado 50 puestos en el ranking de logística mundial, pasando al puesto 66 según el Índice

<sup>5</sup> Recuperado el 20 de enero de 2013, de : <http://www.revistadelogistica.com/balances-perspectivas-y-expectativas-de-tres-lideres-en-logistica.asp>

de Desempeño Logístico. De acuerdo a Edgar Higuera<sup>6</sup> *“el operador logístico es una figura empresarial de servicios para el comercio y el transporte que permite profesionalizar y optimizar los niveles de asistencia. En el mundo globalizado, es el encargado de darle competitividad a la comercialización de los países”*. Con esto se puede evidenciar que las empresas que brindan servicios en apoyo logístico dinamizan la economía fortaleciendo las relaciones comerciales. El operador logístico es un eslabón estratégico dentro de la cadena de valor de comercio exterior.

En cuanto a tendencias se puede concluir que son muchos los factores que han permitido que Colombia avance en materia de logística, hoy Bogotá cuenta con el primer aeropuerto en América Latina en movimiento de carga, los bajos costos en fletes marítimos y el acceso a dos océanos facilitan el intercambio marítimo.

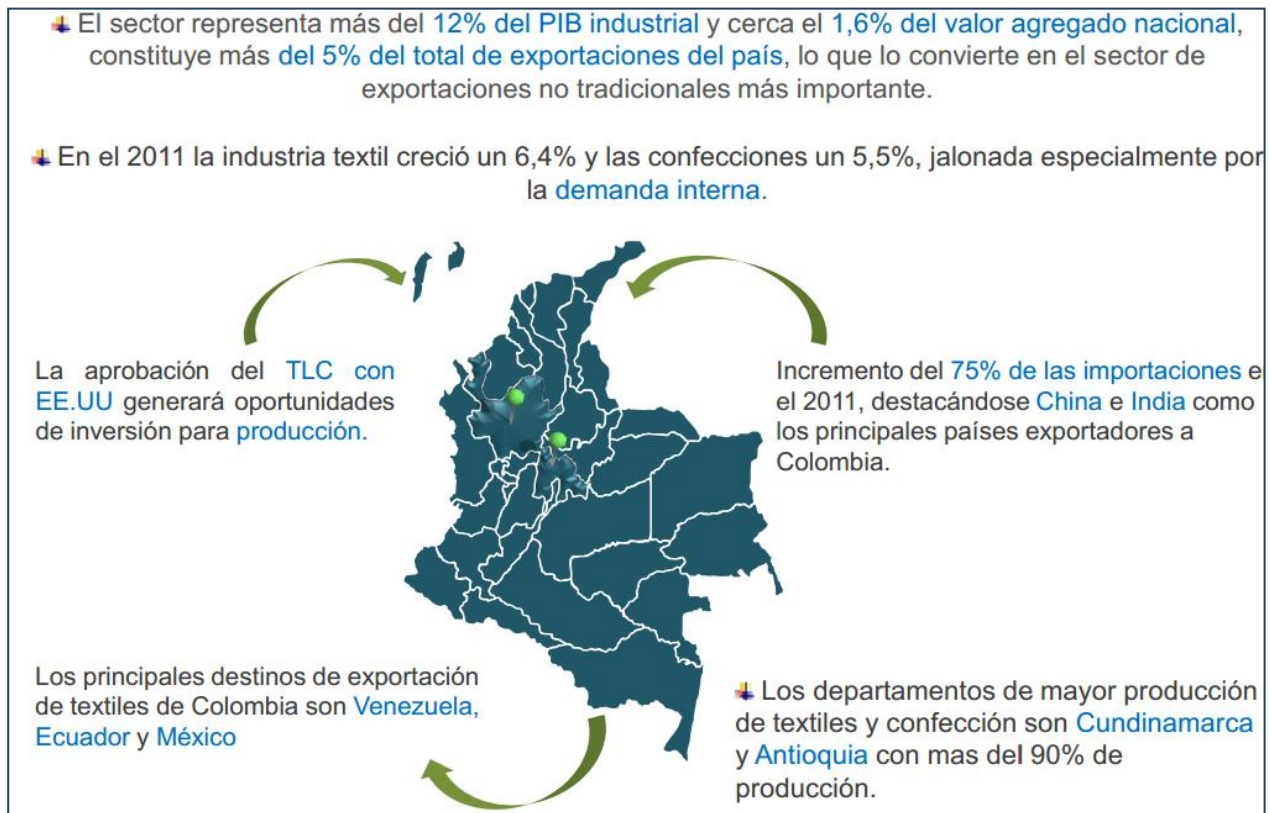
### **Acerca del mercado textil**

Un mercado altamente potencial dentro del sector Manufactura es el de los textiles, sector que es competitivo y de alta envergadura. Dicho sector cuenta con una mano de obra especializada, además de que el gobierno auspicia y fortalece el sector con programas gubernamentales de capacitaciones en textil y confección. Adicionalmente, muchas entidades públicas y privadas lo apoyan directamente; sin contar que anualmente se realizan más de 20 ferias de moda en todo el país que buscan impulsar y promover la inversión extranjera. En la gráfica No. 6, se puede evidenciar cuáles son las tendencias actuales en Colombia para la industria de los textiles. Con esto se quiere demostrar que el sector de la manufactura, específicamente en las PYMES, tiene un alto potencial que G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS puede abarcar.

---

<sup>6</sup> Edgar Higuera, Gerente de Infraestructura, Logística y Transporte de la ANDI

## Gráfica No. 6 – Tendencias en Colombia para la industria textil y confección en Colombia. 2012



**Fuente:** Estudio realizado por Proexport para el Sector Textil y de Confección, 2012.

## **4.2 Aplicación de instrumentos**

Las encuestas fueron aplicadas a 50 PYMES de Bogotá, sectorizadas en distintas áreas. Dichas empresas nos permitieron dimensionar cuales son las necesidades puntuales del mercado, qué tipo de servicios pagarían y cuanto sería el porcentaje que estarían dispuestos a pagar.

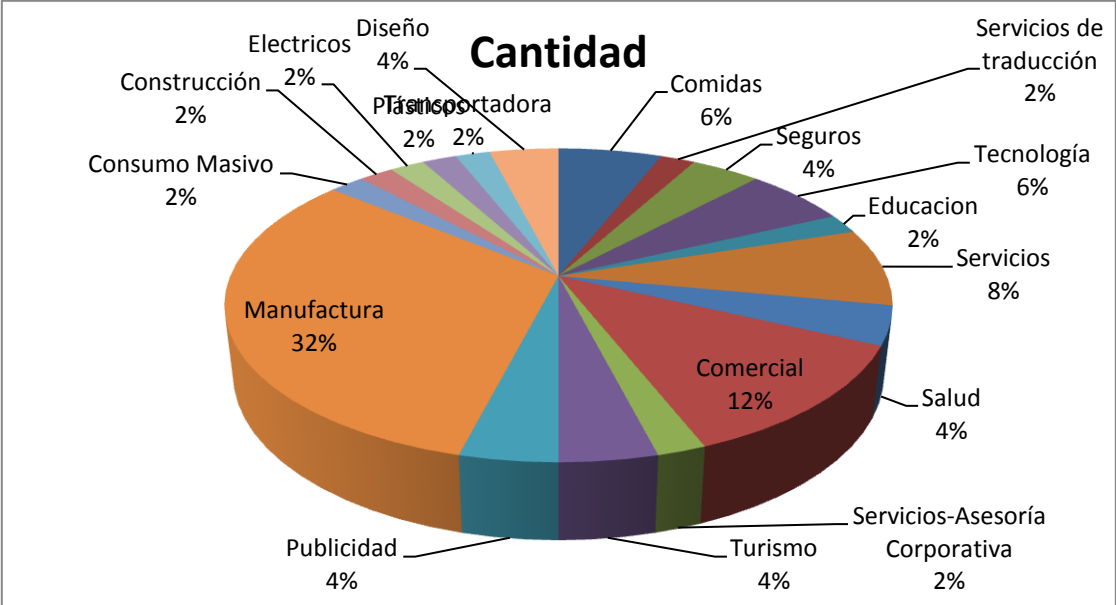
### **4.2.1 Análisis de las encuestas (Gráficas)**

Al aplicar el instrumento para medir el mercado, se pudieron identificar diferentes variables. Muchas de ellas permitieron evidenciar que el nicho de mercado desconoce el valor y las funciones que cumplen los brokers o agentes de negocios en las relaciones comerciales. Asimismo, identifica una necesidad o posible océano azul en el sector, debido a que muchas empresas desconocen las ventajas de los brokers de negocios. Actualmente Colombia se encuentra en una situación económica favorable, que permite apalancar relaciones económicas más solidas, permitiendo así que el país transite hacia un desarrollo más sólido y contundente.

La siguiente gráfica nos muestra como se encuentra repartida al torta en cuanto el sector económico. Muchos de estos sectores son más robustos que otros y el objetivo principal de G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS es dinamizar un poco más la economía.

**Sector económico en el cual se desenvuelve la empresa**

**Gráfica No.7**

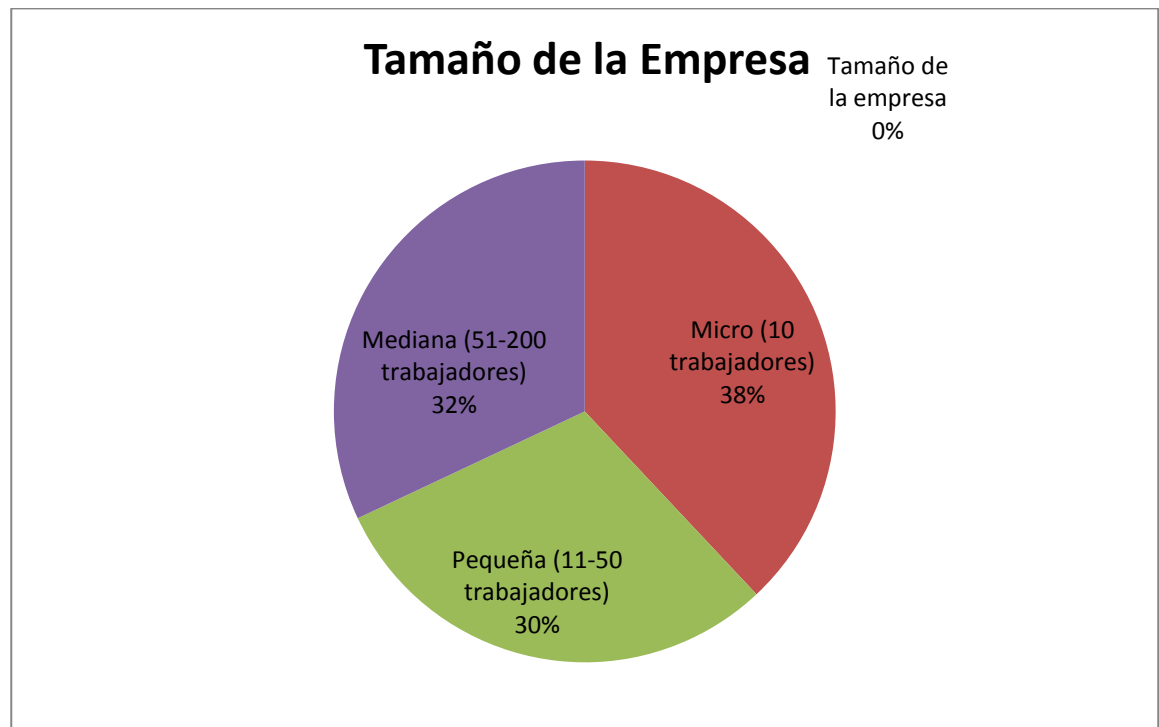


Fuente: Los autores, 2012.

Cerca del 32% de las empresas se desempeñan en trabajos manufactureros, el 12% se dedican a la comercialización de bienes y servicios y el 8% de estas se dedican a los servicios en la ciudad de Bogotá, estos son los mercados que G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS quiere penetrar.

## Tamaño de la empresa

Gráfica No. 8

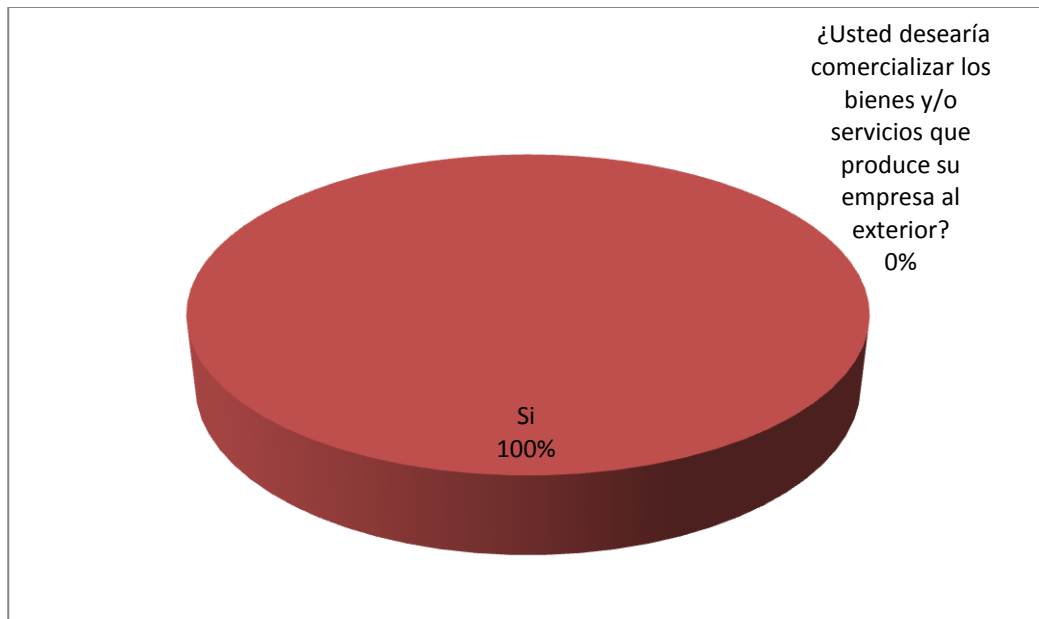


Fuente: Los Autores, 2012.

El mercado objetivo de G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS corresponde a las pequeñas y medianas empresas de Bogotá, de las 50 empresas encuestadas, el 62% pertenece a nuestro mercado objetivo. Mercado que presenta el escenario propicio para establecer relaciones comerciales que permitan apalancar la economía del sector, posicionando a las PYMES como un mercado competitivo. La encuesta fue aplicada con una base de datos extraída de diferentes fuentes como la base de datos de la biblioteca de la Universidad EAN, apoyo del tutor y varios contactos personales que poseen empresa. Es importante comprender el hecho de que el tamaño de la muestra no está relacionado con el tamaño de la población estudiada.

I. ¿Usted desearía comercializar los bienes y/o servicios que produce su empresa al exterior?

Gráfica No.9

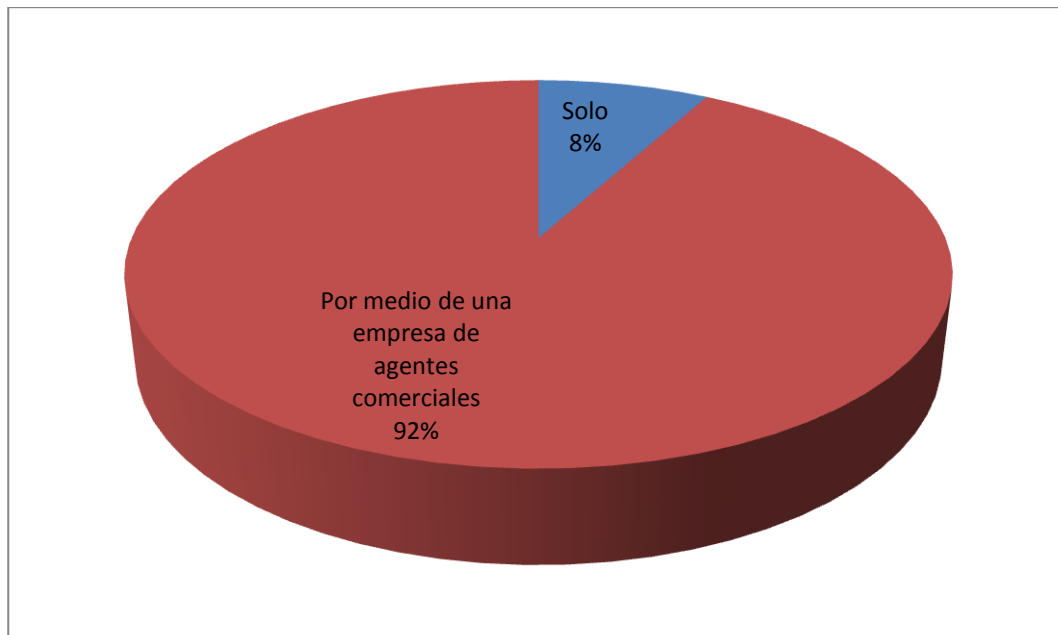


Fuente: Los Autores, 2012.

El 100% de las empresas encuestadas afirman que sí estarían dispuestas a comercializar sus bienes y/o servicios. Con esto se evidencia que es posible la apertura de negocios y colocación de los mismos en el exterior, generando oportunidades que son viables para G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS, con la convicción de que sí existe un mercado potencial interesado en nuestra idea de negocio como una opción de competitividad para el desarrollo de las PYMES.

- II. En caso de estar interesado en exportar o comercializar sus bienes y/o servicios. ¿preferiría organizar todo el papeleo para la exportación formal de sus bienes y/o servicios? ¿Ó le gustaría hacerlo por medio de una empresa que se encargue de hacer todo ese proceso, además de ubicar los contactos interesados en sus bienes y/o servicios?

Gráfica No. 10



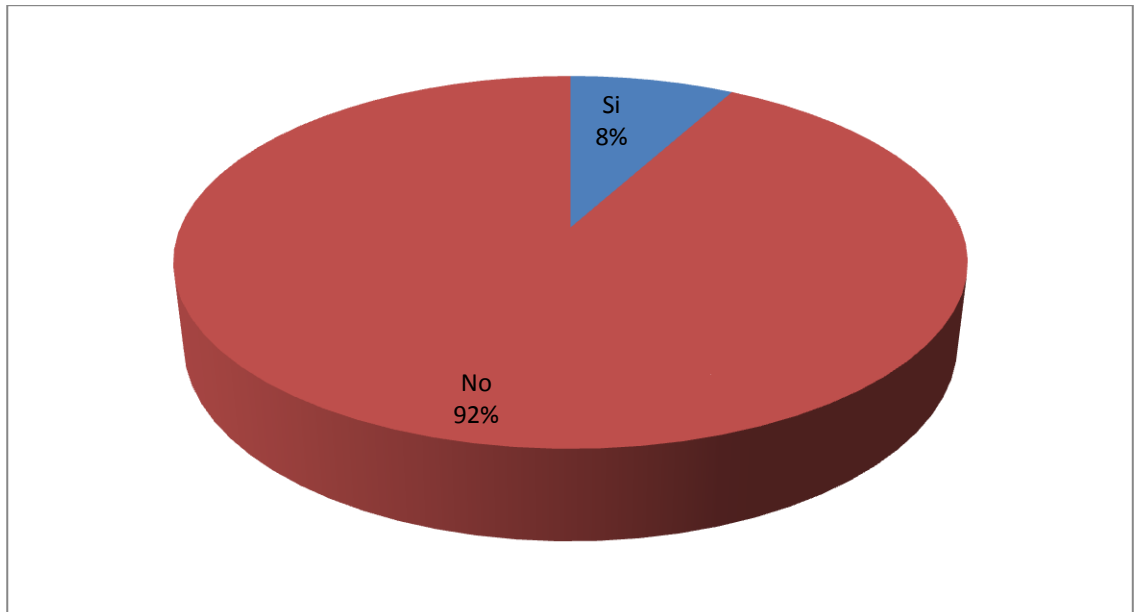
Fuente: Los Autores, 2012.

El 92% de los encuestados afirman que desean hacer el proceso de comercialización de sus bienes y /o servicios mediante una empresa que los asesore. Por otro lado el 8% de las empresas desean hacer este proceso de manera independiente ya que tienen el conocimiento de otras entidades, algunas de ellas son: Meyco, Aviator y/o patrocinadores. Sin embargo, el valor agregado que G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS quiere ofrecer es un servicio integral, tanto del acompañamiento como de los procesos logísticos, también contando con un apoyo en diferentes lenguas, para poder así apalancar nuevos mercados

internacionales en donde el manejo de tres idiomas y el conocimiento de otras culturas sea un valor agregado.

**III. ¿Actualmente usted conoce alguna empresa que brinde el servicio de agentes comerciales o brokers de negocios?**

**Gráfica No. 11**

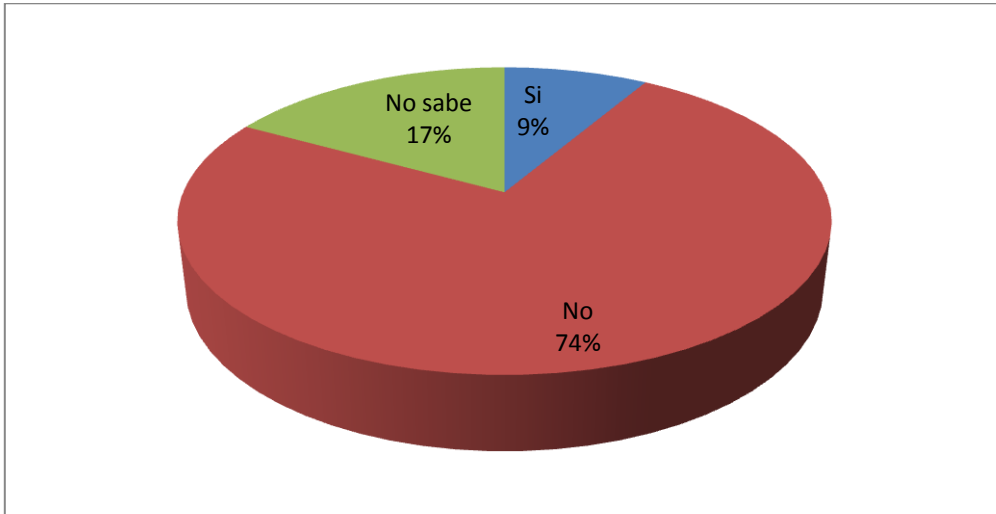


Fuente: Los Autores, 2012.

El mercado con que G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS cuenta es bastante amplio ya que el 92% de las PYMES encuestadas ubicadas en Bogotá, no conocen otras empresas que realicen este proceso de exportación de bienes y servicios. Esto evidencia que hay un mercado potencial en donde la oportunidad de crear empresa sea viable y sostenible. El escenario actual y las garantías económicas del país permiten evidenciar una mejora en las relaciones comerciales y la percepción que el mundo tiene acerca de Colombia. Esto permite que G&C pueda contar con mayores garantías para la consecución de clientes y colocación de negocios.

**IV. ¿Sabe usted en qué consiste el proceso que su empresa debe realizar para poder exportar o posicionar en el exterior sus bienes y/o servicios?**

**Gráfica No.12**



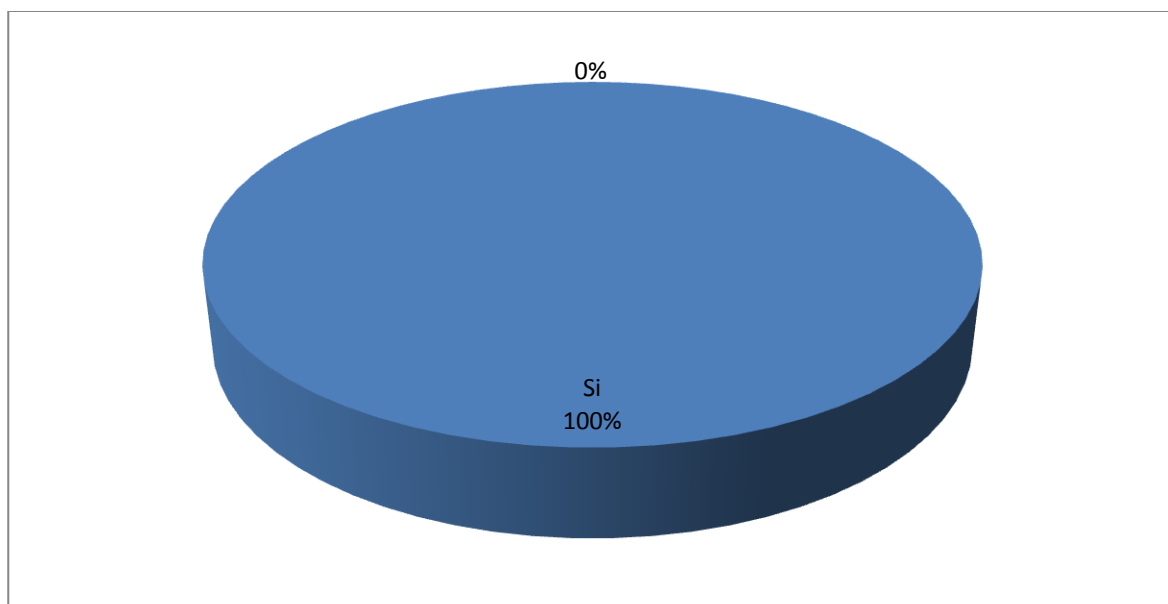
Fuente: Los Autores, 2012.

La gráfica nos muestra que el 74% de las empresas encuestadas no conocen en qué consiste el proceso para exportar bienes o servicios hacia otros países. El 17% desconoce que sus productos se puedan exportar; solo un 9% de las empresas encuestadas conocen el proceso de importación ya que trabajan en medios relacionados.

Estos resultados nos muestran que G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS debe entrar al mercado con una propuesta agresiva y mostrando todas las ventajas competitivas de nuestro proyecto, para así captar el mercado objetivo.

- V. Si usted llegara a saber de alguna persona interesada en comprar en el exterior sus bienes y/o servicios. ¿le gustaría exportar sus bienes y/o servicios al exterior?

Gráfica No. 13

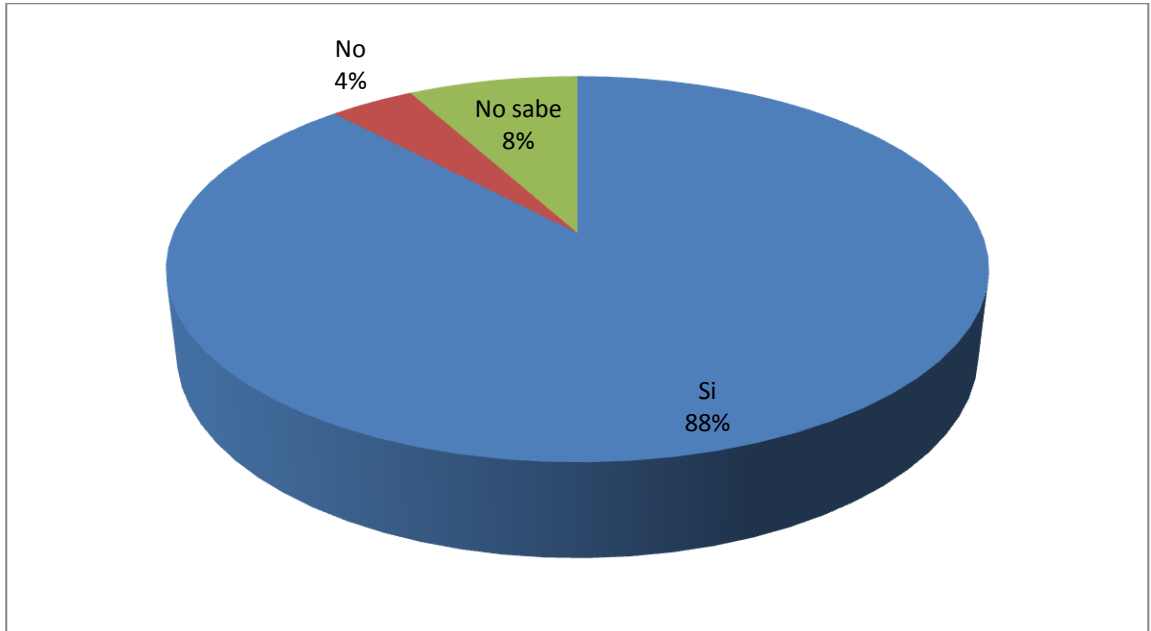


Fuente: Los Autores, 2012.

El 100% de las empresas desean encontrar un mercado en el exterior en el cual puedan comercializar sus bienes y/o servicios. Esto indica que G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS tiene un mercado potencial para hacer alianzas y estrategias comerciales generando mayor competitividad en la economía colombiana, con resultados innovadores y oportunidades en mercados internacionales.

**VI. Si a la anterior pregunta respondió Sí, ¿estaría su empresa dispuesta a pagar por los servicios para comercializar y posicionar sus bienes y/o servicios en el exterior?**

**Gráfica No. 14**

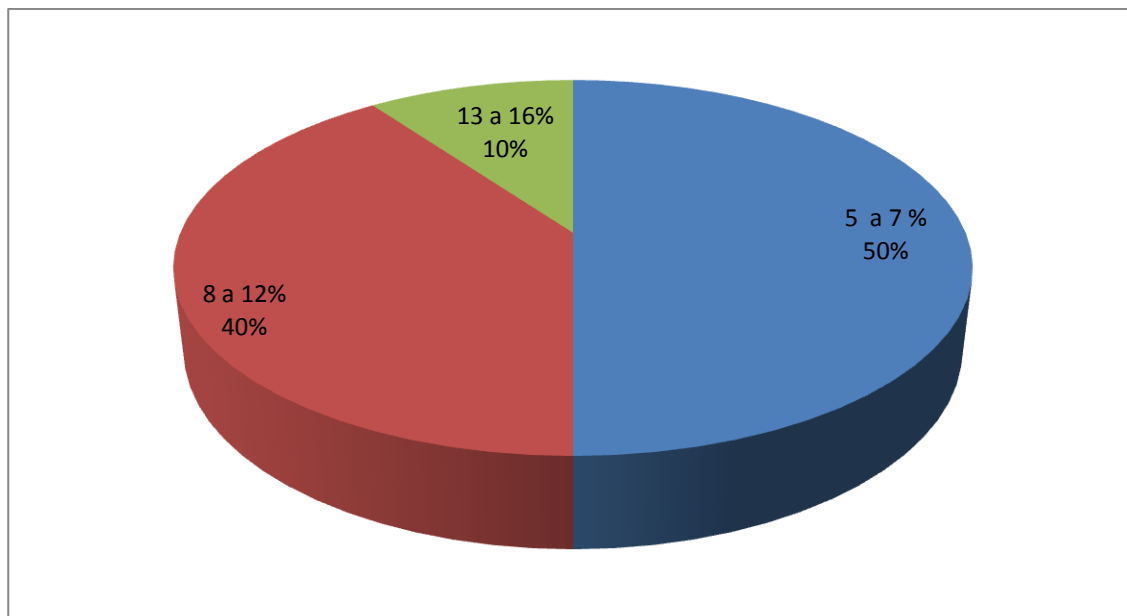


Fuente: Los Autores, 2012.

El 88% de los encuestados afirman que pagarían por el servicio de comercializar sus productos o servicios al exterior, el 8% contestó “No sabe” lo que corresponde a que no tiene conocimiento de un servicio con estas condiciones. En este caso, se podría tomar eso, como una ventaja debido a que es un mercado potencial y corresponde al mercado que se quiere cubrir. El 4% de los encuestados no está interesado en pagar por nuestros servicios ya que conocen otras empresas que les puedan suplir este tipo de servicios.

**VII. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a pagar por el servicio de agentes comerciales en un negocio de 10.000.000 dólares, teniendo en cuenta que el servicio se cobra por comisión, si se le garantiza un comprador para sus bienes y/o servicios?**

**Gráfica No. 15**



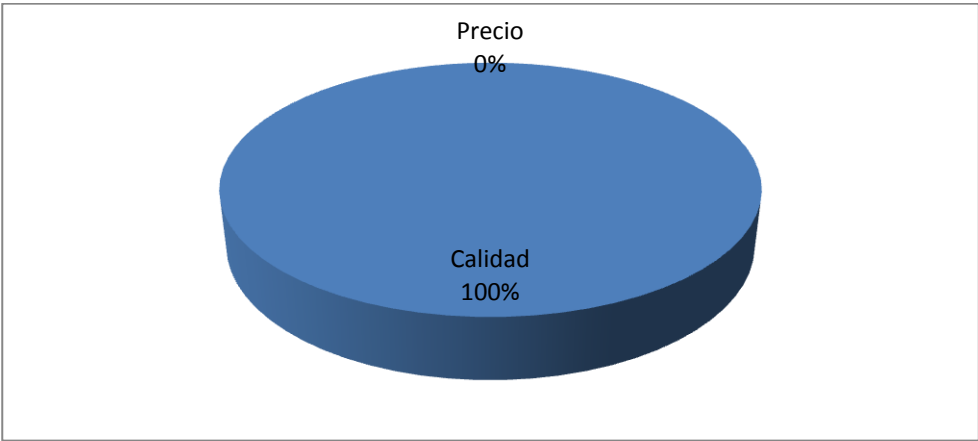
Fuente: Los Autores, 2012.

Dentro de nuestro portafolio, el servicio de consecución del cliente además de tener un cobro fijo por gastos de representación también se le efectuara un cobro al cliente de un porcentaje en comisión que es negociable dependiendo únicamente del servicio o producto a colocar y del volumen de ventas que se manejen. Según el estudio, en este caso a las empresas encuestadas les planteamos un negocio de \$10.000.000 millones de dólares para saber cuánto estarían dispuestos a pagar. El resultado fue muy positivo ya que el 50% pagaría cerca del 5 al 7 % y el 40% pagaría del 8 a 12% lo que hace de nuestra idea de negocio favorable, en donde se cobre por negocio colocado y cerrado entre ambas partes. Es importante tener en cuenta que aquí no se tuvo en cuenta el valor de servicio de transporte y logística, simplemente se pretendió medir en rango de porcentajes frente a un negocio colocado. La idea es poder hacer un acercamiento tentativo y medir el alcance en cuanto a los valores que los clientes estarían dispuestos a pagar. Para nosotras fue más lógico plantear

una ganancia en porcentaje y no en tasas fijas. El tipo de negocio permite establecer un punto de equilibrio jugando con porcentajes y paquetes colocados mensualmente, para cubrir los gastos fijos mensuales.

**VIII. ¿Para usted qué es más importante a la hora de calificar un servicio, calidad o precio?**

**Gráfica No. 16**



Fuente: Los Autores, 2012.

Para el 100% de los encuestados es mucho más importante la calidad del servicio que les vamos a ofrecer que el propio precio que podamos cobrar por el mismo. G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS está dispuesto a cumplir con los estándares de calidad más altos para demostrar que ofrecemos un servicio ético, con idoneidad y profesionalismo.

## 4.2.2 Ficha técnica

Tabla No. 4

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA APLICADA	
Solicitada por:	Camila Patiño Y Gloria Acero
Realizada por:	Estudiantes de la Universidad EAN
Unidad de Muestreo:	Pymes ubicadas en la ciudad de Bogotá.
Fecha:	27 de Octubre de 2012
Área de cobertura:	Bogotá, Colombia
Tipo de Muestreo: (No Probabilístico, probabilístico, estratificado, M.A, S, etc.):	Probabilístico
Técnica de recolección de datos:	Grupos foco, encuestas, encuesta por correo electrónico
Tamaño de la muestra:	50 empresas encuestadas
Número de preguntas formuladas	12 preguntas
Trabajo Piloto:	Del 27 de octubre al 7 de Noviembre del 2012 – 50 encuestas realizadas
Objetivo de la encuesta:	Identificar las necesidades de la Pymes por expandir su mercado a otros países y si estarían dispuestos a contratar un servicio para mejoras del mismo.
Número de preguntas formuladas	<a href="https://docs.google.com/a/correo.ean.edu.co/spr eadsheet/viewform?formkey=dEs3ZEILMDUzNIQ2R1loZ0wyeXlZUVE6MQ">https://docs.google.com/a/correo.ean.edu.co/spr eadsheet/viewform?formkey=dEs3ZEILMDUzNIQ2R1loZ0wyeXlZUVE6MQ</a>

## 4.2.3 Conclusiones parciales

- De las 50 empresas encuestadas, el 32% pertenece al sector manufacturero y el 12% se dedica al comercio de bienes y/o servicios, delimitando un mercado claro para nuestra empresa, ya que esos son los sectores a los cuales G&C COMMERCIAL

REPRESENTATIVE LEADERS quiere abarcar. Con esto se quiere crear estrategias para establecer alianzas con el fin de generar resultados positivos a nuestros clientes.

- El 90% de las empresas encuestadas afirmaron que no cuentan y no conocen una empresa que les preste los servicios de comercialización para sus bienes y/o servicios hacia otros países y viceversa, ya que las empresas no realizan ningún tipo de estrategias conforme a estos temas, por lo tanto no están generando ningún valor agregado en el mercado. Por lo mismo G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS pretende darle un valor agregado a estas empresas favoreciendo sus negociaciones.
- El 88% de las empresas a las cuales les aplicamos las encuestas estarían dispuestas a pagar por un servicio que les coloque sus productos y/o servicios en el exterior, para así convertirse en empresas más competitivas en mercados internacionales.
- Con el estudio de mercado, G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS se presenta como una empresa que podría cubrir un mercado potencial en un escenario actual con muchas ventajas para los intercambios comerciales.

### 4.3 Análisis de la competencia

#### HM International Business Leadership Colombia

<http://www.hmcolombia.com/home.html>

Es una empresa colombiana con sede en Cali, creada en el año 2010, que se especializa en negocios internacionales con el firme propósito de liderar la promoción, la comercialización, el posicionamiento de productos y servicios colombianos en el exterior, lo cual busca la introducción, la comercialización, el posicionamiento de productos y servicios en el propio mercado colombiano, así como la exportación de la producción local a otros mercados globales, ofreciendo herramientas que cubren concretamente muchos puntos importantes de los negocios y sus requerimientos cotidianos, comprobados y enriquecidos por sus clientes.

**Tabla No. 5 - Fortalezas y debilidades Empresa HM International Business Leadership Colombia**

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ubicación cerca del puerto (Buenaventura) para la exportación e importación de productos.</li><li>• Experiencia suficiente.</li><li>• Modalidades y estrategias de negocios.</li><li>• Personal experimentado.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de manejo de diferentes idiomas, solo se maneja el idioma español.</li><li>• No tiene presencia en la capital del país (Bogotá)</li></ul>

Fuente: Los autores, 2012.

## Gercons Colombia SAS

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

Empresa especializada en consultoría empresarial y asesoramiento comercial con oficinas en cinco ciudades principales del país, la cual ofrece sus servicios como agente comercial. Se caracteriza por gestionar de forma estructurada los servicios que tienen como objetivo la organización de las operaciones comerciales entre dos partes; el comprador y el vendedor dentro del marco legal y técnico del comercio local e internacional. Además se enfoca y comprende la búsqueda de producto/s o cliente/s para potenciar las exportaciones o importaciones de un determinado mercado por medio de un comprador o vendedor, facilitando las negociaciones internacionales.

**Tabla No. 6 - Fortalezas y debilidades Empresa Gercons Colombia**

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Representación en 5 ciudades del país.</li><li>• Experiencia suficiente.</li><li>• Estrategias de ventas.</li><li>• Personal experimentado.</li><li>• Buena estructuración.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de manejo de diferentes idiomas.</li><li>• No cuenta con representación internacional alguna.</li></ul>

Fuente: Los autores, 2012.

## Panda International

<http://www.pandainternational.co>

Empresa profesional y emprendedora dedicada al outsourcing, asesoría, consultoría y capacitación en temas multidisciplinarios tales como comercio exterior, logística de importación y exportación, así como redes y diseño gráfico. Se enfoca en la gestión del conocimiento a través de la oferta de servicios dirigidos a ofrecer asesorías y consultorías, potenciando los mercados y generando mercados internacionales.

**Tabla No. 7 - Fortalezas y debilidades Panda International**

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Estrategias de ventas.</li><li>• Personal calificado.</li><li>• Políticas establecidas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de manejo de diferentes idiomas.</li><li>• No cuenta con una vasta experiencia.</li><li>• No tiene representación legal internacional.</li></ul>

Fuente: Los autores, 2012.

Por consiguiente, nuestra competencia directa serían estas tres empresas que trabajan en este campo de acción, en el que nosotras como emprendedoras deseamos desarrollar nuestro proyecto. Representan competencia real debido a los años de experiencia con los que cuentan en el mercado y por su gran recorrido en el mercado colombiano, así como por el personal especializado que poseen y por las modalidades y estrategias de negocios con las que cuentan. Adicionalmente poseen una base de clientes fidelizados los cuales tendremos

que rescatar para alcanzar el buen desempeño de G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS.

## **4.4 Estrategia de mercado**

### **4.4.1 Concepto del servicio**

Con nuestra estrategia de mercado, pretendemos crear un marco de referencia que nos permita explorar clientes potenciales en las Pymes ubicadas en la ciudad de Bogotá para la comercialización y asesoría en la exportación e importación de bienes y servicios, acompañado de todo el proceso logístico que esto conlleva.

En primera instancia, G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS ofrecerá servicios de agentes de negocios, en donde jugaremos el papel de negociadores con empresas internacionales interesadas en comprar y comercializar los productos de empresas nacionales, con el fin de liderar la introducción y comercialización de bienes y servicios del mercado colombiano a mercados exteriores. Todo esto tiene como objetivo brindar un valor agregado a este tipo de empresas (Pymes), y así poder generar nuevas vías de negociación en donde estas empresas sean más competitivas.

G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS se encargará de todo el proceso que las empresas necesitan para exportar y comercializar sus productos, contando con la infraestructura necesaria, cumpliendo con todos los registros y procesos aduanales que cada país al que exportemos nos exija. Lo anterior, con el firme propósito de liderar los procesos de promoción, comercialización, posicionamiento de productos y servicios colombianos en los mercados globales, acompañado de los más altos procesos de calidad, efectividad, confiabilidad y sustentabilidad.

Por otro lado, nuestra empresa brindará soluciones integrales en servicios logísticos, consultoría internacional comercial, asesoría en comercio exterior, conocimiento y experiencia en el desarrollo de las modalidades de importación, y trámites para nacionalización en otros países, en donde nuestro amplio conocimiento de diferentes lenguas aportará un valor agregado significativo.

### **¿Cómo nos diferenciaremos de la competencia?**

G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS impactara al mercado con propuestas innovadoras; nos diferenciaremos de nuestra competencia porque no venderemos productos sino servicios integrales de acuerdo a las necesidades de nuestros mercados objetivos, desarrollando los más altos estándares de calidad, los cuales nos permitirán generar valores agregados de forma competitiva.

Desarrollaremos estrategias de investigación las cuales nos darán un impulso en el ámbito económico, teniendo en cuenta que Colombia es un lugar atractivo para la inversión estratégica lo que nos permitirá tener avances más significativos en comparación con tiempos anteriores. Tenemos la gran ventaja de que nuestro mercado aún no está saturado, esto nos da la posibilidad de marcar el paso y fidelizar nuestro mercado.

Ofreceremos un factor diferenciador en comparación con otras empresas, ya que abarcaremos diferentes mercados mundiales en donde para G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS los idiomas no serán una barrera; siempre podremos proporcionar un servicio más personalizado, de igual a igual. Éste es uno de los factores principales que deberemos aprovechar a la hora de llevar a cabo la diferenciación. Nuestro mercado objetivo encontrara en G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS un aliado estratégico que cuenta con el personal más calificado, dispuesto a suplir las necesidades.

A continuación se hace una completa descripción del portafolio de servicios que ofrece G&C, teniendo en cuenta su valor y el porcentaje de cobro en la comisión que se facturará para el paquete No. 4.

**Tabla No. 8 – Descripción del Portafolio de Servicios**

G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS				
Descripción Portafolio de Servicios				
Tipo de Paquete	Producto	Descripción	Valor	% en el negocio
Paquete 1	Asesoría a cliente	Este servicio consta de una completa asesoría, en donde se realiza un estudio de mercado, para evidenciar cuales serían las oportunidades más viables para la colocación del negocio en el exterior y viceversa.	225 USD	0%
Paquete 2	Exportación o importación del bien y/o servicio	Aquí el cliente ya tiene un activo tangible o intangible y G&C se encarga de exportar o importar el bien y/o servicio.	225 USD	0%
Paquete 3	Logística en Transporte	G&C se encarga de realizar y cumplir con todo el procedimiento para trasladar el producto al exterior, cumpliendo con todos los requerimientos logísticos y de aduanas.	475 USD	0%
Paquete 4	Consecución de cliente	G&C tiene la labor de conseguir un cliente interesado ubicado en el exterior para la colocación del negocio. Teniendo en cuenta el tipo de mercado, la competencia, la viabilidad del mismo y preferencias arancelarias.	800 USD	15% (negociable según el volumen de ventas logradas y el producto o servicio a colocar)

Fuente: Los autores, 2012.

G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS quiere promover la diversificación de la oferta exportable y de los mercados con base en el desarrollo de las actividades que se han identificado como potenciales por su capacidad de contribuir al crecimiento económico, aumentar las exportaciones y a su vez crear ventajas competitivas para las PYMES. Adicionalmente, pretendemos ofrecer mayor información a los empresarios sobre los mercados potenciales, cuáles son las ventajas y oportunidades que tienen los productos de la región con países con los que estas empresas quieran generar lazos comerciales.

## **4.5 Estrategias de distribución o difusión**

### **4.5.1 Penetración**

Participaremos en programas que promueve la Universidad EAN en su portafolio para líderes emprendedores como Entrepreneurship Awards en donde tendremos la posibilidad de dar a conocer nuestra idea de negocio y así poder concursar por un capital semilla para financiar nuestra empresa.

De igual manera, queremos darnos a conocer por medio de campañas publicitarias en revistas y periódicos de negocios, participar en programas en donde tengamos acceso a plazas con el propósito de dar a conocer nuestra empresa, como es la feria Expo Mi Pyme, la cual se realiza anualmente en Corferias y convoca alrededor de 3.000 empresas. La idea de nuestra participación allí es captar y fidelizar clientes dando a conocer a G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS.

G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS participará en el programa Ventures, el cual es un programa auspiciado por el gobierno y la empresa privada mediante el cual se quiere apoyar e impulsar el emprendimiento sostenible en Colombia con capital semilla y dar asesorías empresariales para que las mejores ideas de negocios se puedan llevar a cabo.

### **4.5.2 Estrategias de precio**

Dada la proyección estimada en ventas para los 5 primeros años, en donde G&C cuenta con un portafolio de 4 servicios en los que a cada servicio les tiene asignado un precio fijo en dólares. De acuerdo a ese portafolio, G&C tiene planeado cobrar un porcentaje estimado para una comisión adicional para el servicio de consecución del cliente, es decir el paquete No. 4. Ese porcentaje de comisión será acordado y negociado directamente con el cliente, teniendo en cuenta el producto o servicio a colocar, la viabilidad del mercado y el volumen de ventas logradas en los tres primeros meses. El tipo de servicio que nosotros ofrecemos necesita garantizarle al cliente que su producto o servicio llegará a un consumidor final que le interesa comprar o adquirir su bien o servicio. Es por esto, que con el cobro de esa comisión, le garantizamos a ese cliente que podemos llegar a ser los mejores aliados en materia de relaciones comerciales.

### **4.5.3 Estrategias de promoción**

G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS dará a conocer sus servicios, realizando visitas a las empresas Pymes ubicadas en Bogotá, presentando su propuesta de servicios por medio de reuniones con los directivos de estas, para demostrar la importancia y beneficios de nuestros servicios en sus empresas. Para realizar esto, G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS usará tarjetas de presentación, catálogos con los servicios que ofrecemos, papelería con el logo de nuestra empresa, desarrollará artículos de interés social que aparecerán publicados en los blogs de negocios así como en las revistas y periódicos más destacados en esta área. Se creará un sitio web en donde las mismas podrán contactar y conocer nuestro servicio. También contaremos con campañas de tele mercadeo para tener un contacto directo con nuestro mercado objetivo y poder transmitir de manera correcta lo que G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS es y desarrolla para el buen funcionamiento de las negociaciones.

#### **4.5.4 Estrategia de Servicio al Cliente**

El servicio al cliente es una de las aristas fundamentales de nuestra idea de negocio, su fin radica en lograr una fidelidad de nuestro mercado objetivo con el cual se lograra un incremento en la ventas debido a que los clientes se sentirán cómodos adquiriendo nuestros servicios.

Aplicaremos estrategias de atracción, con promociones y publicidad para conquistar siempre nuevos clientes y así lograr fidelizarlos con nuestros servicios; de la misma manera, estrategias de mantenimiento, demostrando el mejor servicio post venta y demostrando siempre que nuestros procedimientos y trámites dan la seguridad necesaria a nuestro mercado objetivo.

### **5. ORGANIZACIÓN**

#### **Misión**

G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS se quiere distinguir por ser una empresa líder en el mercado local apoyando negociaciones comerciales, orientando a sus clientes en la colocación de sus productos o servicios en el mercado internacional. Todo este proceso e intermediación comercial se hará apoyado con un equipo logístico de servicios aduaneros y de transporte.

#### **Visión**

G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS llegará a ser una empresa reconocida por sus clientes, ofreciendo asesorías e intermediaciones comerciales para mercados locales e internacionales, generando así una mayor confianza entre sus clientes. Todo esto para poder lograr un alcance comercial y constituir nuevas alianzas en los mercados de Norte América,

Europa y Asia, en donde además de ser agentes y intermediadores comerciales podamos convertirnos en operadores logísticos, brindando profesionalismo e idoneidad en el servicio, contribuyendo a crear empleos directos e indirectos.

## **Valores y Principios**

### **Unidad de los objetivos**

Nuestra empresa G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS será estructurada de tal forma que el talento humano se aproveche e se invierta de la mejor manera dando cumplimiento a los logros de la organización.

#### **Honestidad**

Nuestros colaboradores deben ser coherentes en todos los procesos que conllevan a pensar, decir y actuar. Por lo tanto estos se deben manifestar mediante actitudes correctas, claras, transparentes y éticas, no solo internamente entre los trabajadores sino también entre nuestros proveedores y nuestros clientes.

#### **Mejoramiento continuo.**

Buscamos como empresa la excelencia en los procesos de comercialización y la mejor asistencia a las Pymes colombianas, alcanzando así logros individuales, grupales y organizacionales.

#### **Competitividad**

Un alto nivel de competitividad nos permitirá promover el crecimiento de nuestra empresa tanto interna como externamente y así poder desenvolvernos con éxito en un mundo globalizado.

## Responsabilidad

Cumplir no sólo con los compromisos que adquiramos al constituir una empresa legal, sino también formar profesionales con el aprendizaje que cada quien adquiera en nuestra organización, apoyando a la sociedad mediante programas de responsabilidad social.

### 5.1 Tabla No. 9 - Análisis DOFA G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"><li>• Nuevos en el negocio.</li><li>• Falta de mayor preparación en las funciones y actividades de la empresa.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bagaje cultural más amplio (experiencia viviendo en otros países)</li><li>• No requiere de mucha inversión tecnológica ni de capital semilla.</li></ul>
Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"><li>• Profesionales con el dominio de más de una lengua extranjera.</li><li>• Manejo de tecnologías de puntas para comercializar.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Empresas con mayor trayectoria y reconocimiento.</li><li>• La fluctuación de la TRM podría afectar el mercado y las oportunidades de negociación.</li></ul>

Fuente: Los autores, 2012.

### 5.2 Tabla No. 10 - Análisis DOFA idea de negocio

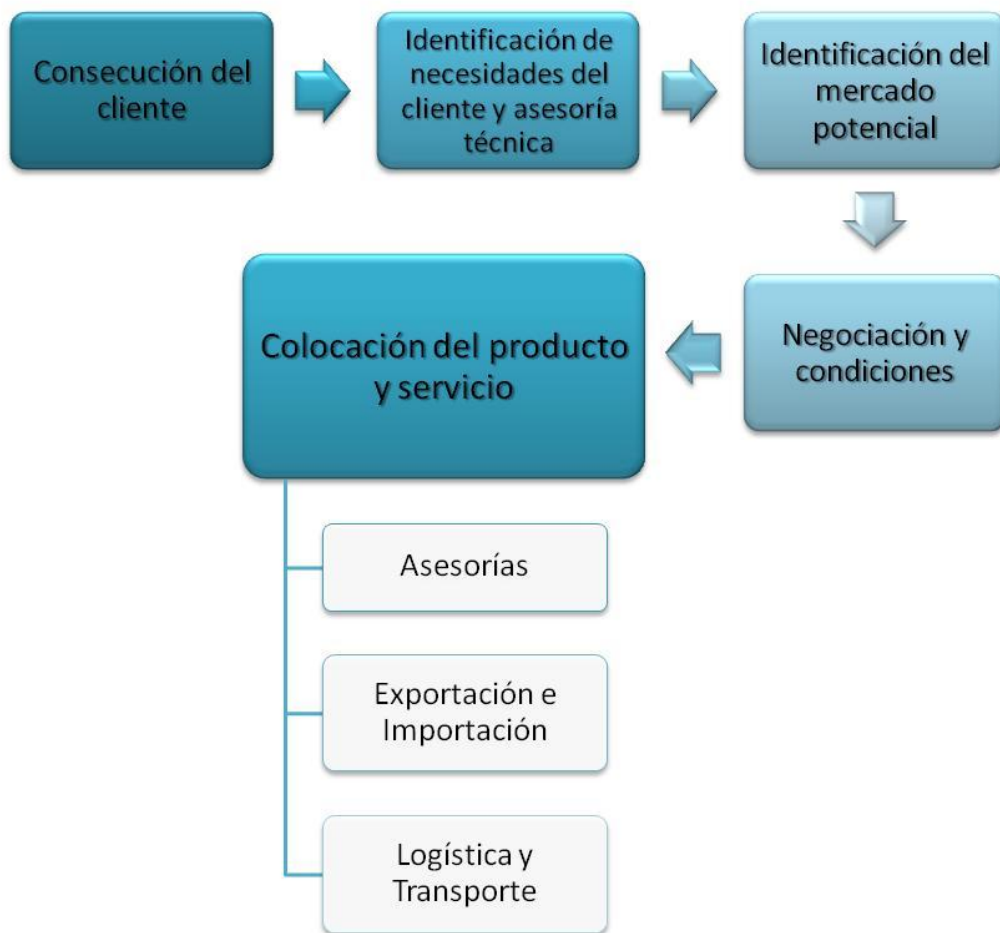
Debilidades	Oportunidades
-------------	---------------

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de conocimientos en Administración de Empresas.</li> <li>• Nueva presencia en el mercado, falta de reconocimiento sólido.</li> <li>• Falta de experiencia en los campos del conocimiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Explorar otros campos laborales en lo que el profesional de Lenguas Modernas puede incursionar.</li> <li>• Oferta innovadora para el perfil de Lenguas Modernas.</li> <li>• El TLC recientemente firmado entre Estados Unidos y Colombia crea el escenario propicio para el intercambio comercial.</li> </ul>
<b>Fortalezas</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Idea innovadora.</li> <li>• Manejo de diferentes idiomas.</li> <li>• Conocimientos técnicos en los idiomas aprendidos.</li> <li>• Espíritu emprendedor.</li> <li>• Mujeres líderes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La fluctuación de la TRM podría afectar el mercado.</li> <li>• Que nos roben la idea.</li> </ul>

Fuente: Los autores, 2012.

### 5.3 Descripción del proceso

Gráfica No. 17, Diagrama de flujo, descripción proceso interno.



Fuente: Los autores, 2012.

## 5.4 Aspectos Legales

A la hora de constituir una empresa, lo primero que se debe tener claro, es bajo qué tipo de persona ante la ley va a ser constituida la misma, es decir si se constituirá bajo persona natural o persona jurídica. *La persona natural comerciante es aquella que ejerce dicha actividad de manera habitual y profesional a título personal; dicha persona asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce. La persona*

*jurídica es una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente.*<sup>7</sup>

En el caso de G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS, su creación se hará bajo persona jurídica para lo cual la cámara de comercio establece los pasos a seguir:

1. Asesoría e idea de creación de empresa: El Centro de Emprendimiento Bogotá Emprende es una iniciativa de la Cámara de Comercio de Bogotá en convenio con la Alcaldía Mayor de Bogotá. Ellos cuentan con una página web, en la cual se podrá recibir orientación especializada sobre las actividades que va a desarrollar como persona natural y/o jurídica: [www.bogotaemprende.com](http://www.bogotaemprende.com). Allí también se podrán encontrar los horarios y los puntos de atención en la ciudad.
2. Documentos requeridos por G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS para registrarse como persona jurídica ante la Cámara de Comercio:
  - ✓ *Formulario del Registro Único Tributario RUT (se diligencia en [www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co)).*
  - ✓ *Formulario RUE (Registro Único Empresarial).*
  - ✓ *Carátula única empresarial y anexo de matrícula mercantil.*
  - ✓ *Formulario registro con otras entidades.*
  - ✓ *Original del documento de identidad.*
  - ✓ *Estatutos de la persona jurídica (documento privado o documento público)*<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>Recuperado el 11 de diciembre de 2012, de:  
<http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=97&conID=3413>

<sup>8</sup>Recuperado el 11 de diciembre de 2012, de:  
[http://www.empesario.com.co/recursos/instructivos/CCB/pasos\\_crear/persona\\_jur\\_p02.html](http://www.empesario.com.co/recursos/instructivos/CCB/pasos_crear/persona_jur_p02.html)

Otros procedimientos necesarios a la hora de crear G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS se deben tener en cuenta y se deben ejecutar antes de comenzar la creación y el registro de la empresa como tal, estos son los siguientes:

- ✓ *Consultar si el nombre de la empresa que se va a crear existe y si está inscrita en cualquier otra cámara de comercio del país.*
- ✓ *Consultar por medio de las guías que ofrece la Cámara de Comercio, qué formas jurídicas existen para poder ejercer una actividad económica y cuáles son sus particularidades.*
- ✓ *Consultar su clasificación económica, el código CIU, es decir el código de clasificación industrial internacional uniforme. Este código reúne diferentes actividades económicas similares en diversas categorías, facilitando a los empresarios el manejo de información estadística y empresarial. Este código deberá diligenciarse en el formulario de inscripción de matrícula mercantil. También este código será de gran ayuda a la hora de estudiar la competencia, los diferentes proveedores, analizar un mercado potencial y las posibles estrategias comerciales para mejorar las ventas.*
- ✓ *Consultar uso del suelo – DAPD (Departamento Administrativo de Planeación Distrital): esta consulta se realiza para saber si el proyecto puede llevarse a cabo “físicamente”.*

3. RUT: El registro único tributario es un documento suministrado por la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales) el cual “ es un mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyente declarante de impuesto sobre la renta y no contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio, responsables del régimen común y los pertenecientes al régimen simplificado, los agentes retenedores, importadores, exportadores y demás sujetos de

*obligaciones administradas por la DIAN*".<sup>9</sup> Con el RUT, el paso a seguir es la asignación del NIT (Número de identificación Tributaria).

4. Elaborar un documento público para establecer la creación y constitución de la empresa: existen dos formas de elaborarlo, una consiste en crear una minuta de constitución y otra consiste la creación de un documento público.

- ✓ Minuta de Constitución: este se elabora si la empresa que se va a constituir tiene activos totales menores a 500 salarios mínimo legales vigentes al mes, o el número de sus trabajadores no supera los 10 trabajadores y no se hacen aportes de bienes inmuebles.
- ✓ Escritura Pública: este se elabora a diferencia de la minuta, sin un valor de activos y/o número de trabajadores establecido, pero se hacen aportes de bienes inmuebles. En este caso, el impuesto de registro deberá ser pagado en la oficina de instrumentos públicos con copia del recibo que acredite que efectivamente se realizó.

Cualquiera que sea el documento escogido debe contener los siguientes requisitos:

- ✓ *Nombre, documento identidad y domicilio (ciudad o municipio) de accionistas.*
- ✓ *Razón social seguida de las palabras: sociedad por acciones simplificadas o S.A.S.*

---

<sup>9</sup> Recuperado el 12 de diciembre de 2012 de:  
[http://www.dian.gov.co/descargas/ayuda/guia\\_rut/content/Generalidades1.htm#1](http://www.dian.gov.co/descargas/ayuda/guia_rut/content/Generalidades1.htm#1)

- ✓ *Domicilio principal: la ciudad o municipio escogido para desarrollar la actividad de la sociedad. Si en el acto de constitución se establecen sucursales y se debe indicar el municipio donde estarán ubicadas.*
- ✓ *Término de duración (puede ser indefinido). En ausencia de estipulación contractual, el término de duración será indefinido.*
- ✓ *Enunciación de actividades principales. Puede definirse que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil lícita. Si nada se dice en los estatutos, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.*
- ✓ *Capital autorizado, suscrito y pagado: se debe expresar el capital que se aporta y la forma en que está distribuido.*
- ✓ *Clase, número y valor nominal de las acciones.*
- ✓ *El capital se pagará en los plazos establecidos en los estatutos. Este plazo no podrá exceder el término de dos (2) años.*
- ✓ *La prohibición de negociar acciones no puede exceder el término de diez (10) años, prorrogable por períodos de diez (10) años.*
- ✓ *Forma de administración: establecer en forma clara y precisa la forma de administración de los negocios sociales, con indicación de las atribuciones y facultades de los representantes legales y administradores.*
- ✓ *Nombre, identificación y facultades de los administradores. Se debe designar cuando menos un representante legal.*
- ✓ *Nombramientos: nombre, apellidos e identificación de los representantes legales, miembros de la junta directiva (si está creado el órgano en sus estatutos), revisores fiscales, según el caso.*

- ✓ *Cláusula compromisoria.*<sup>10</sup>

**NOTA:** Si su capital pagado es cero pesos (\$0) indicarlo así en el documento de constitución.

Luego de realizar todos los pasos anteriormente mencionados, G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS adquirirá:

- ✓ El NIT, que será emitido por la DIAN.
- ✓ G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS quedará formalizada ante la DIAN.
- ✓ Recibirá la notificación de apertura del establecimiento ante Planeación Distrital.

## 5.5 Constitución de la empresa

¿Por qué G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS opta por constituirse como una Sociedad por Acciones Simplificadas?

Según la Ley 1258 de diciembre de 2008, una SAS se caracteriza por lo siguiente:

- ✓ Para constituirla no se necesita de una suma fija de capital.
- ✓ No requiere un número de empleados determinados; el número de trabajadores puede ser mayor o menor a 10.
- ✓ Esta sociedad puede ser constituida por un solo accionista o más, sin el hecho de que la persona que la integre sea jurídica o natural.
- ✓ Este tipo de sociedad puede fundarse con un documento privado, no se requiere una escritura pública.

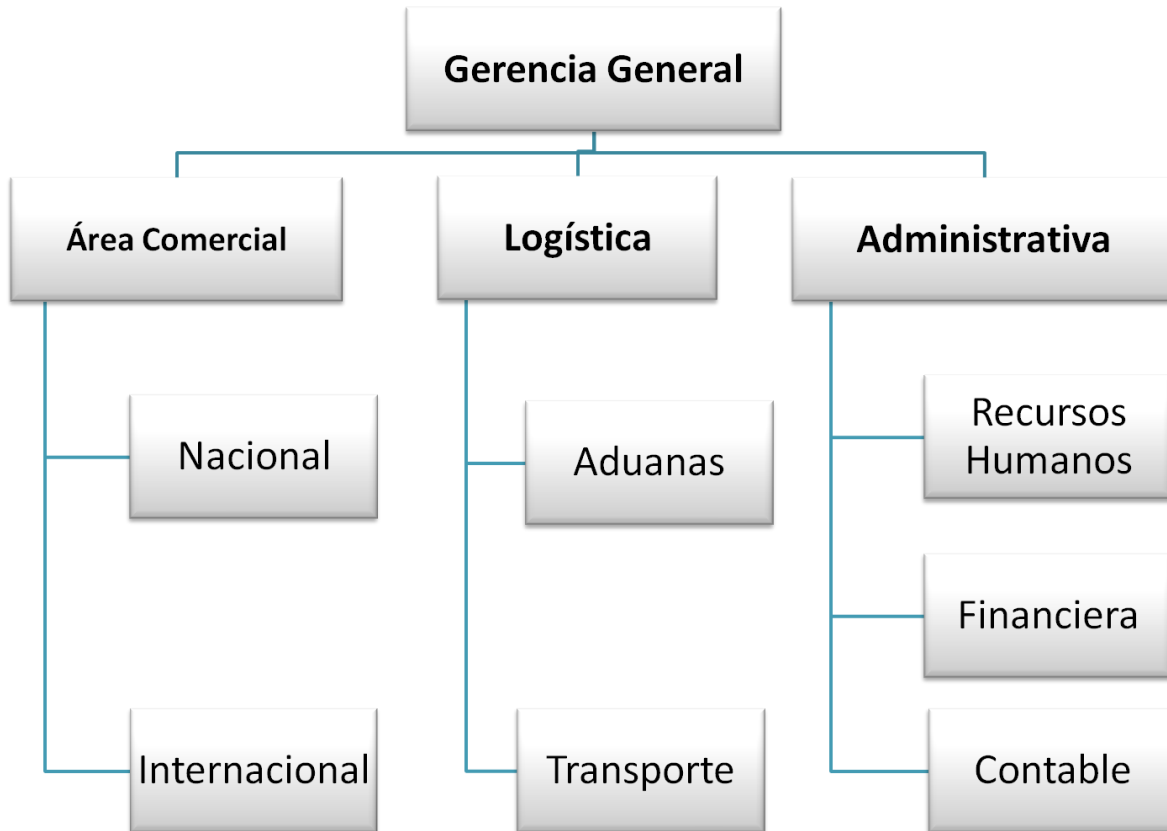
---

<sup>10</sup> Recuperado el 12 de diciembre de 2012, de: [http://camara.ccb.org.co/documentos/6848\\_guia28sas.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/6848_guia28sas.pdf)

- ✓ La permanencia en el mercado puede ser indefinida y la sociedad no rige bajo ningún código de comercio.
- ✓ Los accionistas de la sociedad no asumen ninguna responsabilidad solidaria en las deudas tributarias de la misma.
- ✓ Este tipo de sociedad no exige tener órganos administrativos, si cuenta con un representante legal es suficiente. Si la empresa es constituida por una sola persona, la misma puede hacer el papel de representante legal, y si la misma decide crear una junta directiva el representante y único accionista puede ser su único miembro.
- ✓ No requiere de un revisor fiscal. Sin embargo, la Ley 1258 de 2008, artículo 28: *en caso de que por exigencia de la ley se tenga que proveer el cargo de revisor fiscal, la persona que ocupe dicho cargo deberá ser contador público titulado con tarjeta profesional vigente. En todo caso, las utilidades se justificarán en estados financieros elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados y dictaminados por un contador público independiente.*

## 5.6 Estructura Organizacional

Gráfica No. 18, Estructura Organizacional



Fuente: Los autores, 2012.

### 5.6.1 Departamentos

**Gerencia General:** gerencia a cargo de toda la operación de la empresa. A esta división le reportan los tres departamentos del Área Comercial, Logística y Administrativa.

**Área Comercial:** departamento comercial encargado de la operación nacional e internacional para la consecución de clientes, colocación de negocios y asesoría para el manejo del portafolio para la operación nacional e internacional.

**Área Logística:** departamento encargado de toda la operación logística dividida en operación aduanera y operación de transporte; los cuales se encargan de coordinar todos los agentes involucrados en el manejo de la carga.

**Área Administrativa:** departamento a cargo de toda la operación financiera, contable y del recurso humano.

## 5.7 Logo de G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS

Gráfica No. 19 - Logo empresa



Fuente: Los autores, 2012.

## **5.8 Imagen corporativa**

Para G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS es muy importante la identidad corporativa y aún más importante cómo se muestra a los clientes y cómo es percibida por los mismos. Es por esto, que hemos creado nuestra imagen corporativa inspirada en proyectar una empresa que refleje profesionalismo, frescura y compromiso.

Utilizamos el color azul porque es un color fresco, tranquilizante y se le asocia a la parte más intelectual de la mente, ayuda a controlar la misma, a tener claridad de ideas y ser creativos, conceptos que van de la mano con los ideales de G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS. Nuestro nombre lleva las letras iniciales de cada uno de nuestros nombres como representación de nuestra unión, en lo profesional y la amistad que a lo largo de los años hemos conservado.

Nuestro logo contiene un mundo el cual representa hacia donde queremos llevar el mercado colombiano. G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS quiere generar un valor agregado a las empresas del sector PYMES, colocando sus negocios en un mercado que es cada día más competitivo. El logo contiene una ficha de rompecabezas la cual quiere representar una relación de complemento para hacer un todo; en donde G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS sea esa ficha clave. Es decir, queremos ser sus aliados estratégicos, su complemento para consolidar relaciones comerciales exitosas.

## 6. COSTOS Y FINANZAS

### 6.1 Gastos de personal

Salario Minimo 2012	
Salario Minimo	\$ 566.700
Auxilio de Transporte	\$ 67.800
<b>Total</b>	<b>\$ 634.500</b>

Nomina		
	Salario	Prest. Sociales
Gerente	\$ 1.067.800	\$ 533.334
Coordinador Comercial	\$ 767.800	\$ 379.334
Coordinador Logistico	\$ 767.800	\$ 379.334
Coordinador Administrativo	\$ 767.800	\$ 379.334
Asistente Comercial	\$ 634.500	\$ 310.907
Asistente Logistica	\$ 634.500	\$ 310.907
Asistente Administrativo	\$ 634.500	\$ 310.907
<b>Total</b>	<b>\$ 5.274.700</b>	<b>\$ 2.604.057</b>
<b>Total Gastos Personal</b>		<b>\$ 7.878.757</b>

### 6.2 Gastos de puesta en marcha

Presupuesto de Promoción		
Diseño Grafico	Tarjetas	\$ 250.000
	Material POP	\$ 250.000
	Recibos	\$ 100.000
Impresiones	Tarjetas	\$ 120.000
	Material POP	\$ 500.000
	Recibos	\$ 250.000
<b>Total Presupuesto Promoción</b>		<b>\$ 1.470.000</b>

## 7. ESTADOS FINANCIEROS

### 7.1 Estado de resultados

<b>G&amp;C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS</b>					
<b>Por: Gloria Acero y Camila Patiño</b>					
	2013	2014	2015	2016	2017
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Ventas	208.950.000	252.829.500	308.642.263	376.896.126	460.394.632
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	0	0	0	0	0
Depreciación	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	90.979.000	100.076.900	110.084.590	121.093.049	133.202.354
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>115.571.000</b>	<b>150.352.600</b>	<b>196.157.673</b>	<b>253.403.077</b>	<b>324.792.278</b>
Gasto de Ventas	0	0	0	0	0
Gastos de Administracion	102.150.432	112.365.475	123.602.023	135.962.225	149.558.447
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>13.420.568</b>	<b>37.987.125</b>	<b>72.555.650</b>	<b>117.440.852</b>	<b>175.233.830</b>
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Revalorización de Patrimonio	0	0	0	0	0
Ajuste Activos no Monetarios	0	0	0	0	0
Ajuste Depreciación Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Amortización Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Agotamiento Acumulada	0	0	0	0	0
Total Corrección Monetaria	0	0	0	0	0
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>13.420.568</b>	<b>37.987.125</b>	<b>72.555.650</b>	<b>117.440.852</b>	<b>175.233.830</b>
Impuestos (33%)	4.428.787	12.535.751	23.943.364	38.755.481	57.827.164
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>8.991.781</b>	<b>25.451.374</b>	<b>48.612.285</b>	<b>78.685.371</b>	<b>117.406.666</b>

### 7.2 Proyección de ventas, portafolio de servicios

G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS pretende generar una empresa rentable en donde se logren ganancias tanto para los socios como para el buen funcionamiento de la empresa, por eso se planteó una proyección de ventas en donde, durante el primer año se logre cubrir el punto de equilibrio, en donde es necesario vender 10,6 paquetes de servicios

avaluados en \$ **1.625.000** pesos en promedio. De acuerdo a esto, las ventas tendrán un incremento del 10% anual para así seguir generando una rentabilidad del negocio y cumplir la meta propuesta de en 5 años tener un patrimonio de \$ **157.844.916** pesos, para que así G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS sea una empresa exitosa y rentable aportando también un valor a nuestra economía.

<b>Proyección de Ventas</b>					
	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Paquete 1</b>	39	43	47	52	57
<b>Paquete 2</b>	39	43	47	52	57
<b>Paquete 3</b>	24	26	29	32	35
<b>Paquete 4</b>	24	26	29	32	35
<b>TOTAL</b>	<b>126</b>	<b>139</b>	<b>152</b>	<b>168</b>	<b>184</b>

Fuente: Los autores, 2012.

G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS						
Por: Gloria Acero y Camila Patiño						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>Activo Corriente</b>						
Efectivo	28.000.000	43.820.568	77.081.371	131.865.858	213.179.659	328.452.397
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	0	0	0	0	0	0
Amortización Acumulada	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados Neto	0	0	0	0	0	0
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>28.000.000</b>	<b>43.820.568</b>	<b>77.081.371</b>	<b>131.865.858</b>	<b>213.179.659</b>	<b>328.452.397</b>
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Depreciación Acumulada Planta		0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios Neto	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación	0	0	0	0	0	0
Depreciación Acumulada		0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	0	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Depreciación Acumulada		-1.000.000	-2.000.000	-3.000.000	-4.000.000	-5.000.000
Muebles y Enseres Neto	5.000.000	4.000.000	3.000.000	2.000.000	1.000.000	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Depreciación Acumulada		0	0	0	0	0
Equipo de Transporte Neto	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000
Depreciación Acumulada		-1.400.000	-2.800.000	-4.200.000	-5.600.000	-7.000.000
Equipo de Oficina Neto	7.000.000	5.600.000	4.200.000	2.800.000	1.400.000	0
Semovientes pie de cría	0	0	0	0	0	0
Agotamiento Acumulada		0	0	0	0	0
Semovientes pie de cría	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Agotamiento Acumulada		0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
<b>Total Activos Fijos:</b>	<b>12.000.000</b>	<b>9.600.000</b>	<b>7.200.000</b>	<b>4.800.000</b>	<b>2.400.000</b>	<b>0</b>
<b>Total Otros Activos Fijos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>40.000.000</b>	<b>53.420.568</b>	<b>84.281.371</b>	<b>136.665.858</b>	<b>215.579.659</b>	<b>328.452.397</b>
<b>Pasivo</b>						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	4.428.787	12.535.751	23.943.364	38.755.481	57.827.164
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
Obligacion Fondo Emprender (Contingente)	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>0</b>	<b>4.428.787</b>	<b>12.535.751</b>	<b>23.943.364</b>	<b>38.755.481</b>	<b>57.827.164</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	899.178	3.444.315	8.305.544	16.174.081
Utilidades Retenidas	0	0	5.395.068	20.665.893	49.833.264	97.044.486
Utilidades del Ejercicio	0	8.991.781	25.451.374	48.612.285	78.685.371	117.406.666
Revalorizacion patrimonio	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>40.000.000</b>	<b>48.991.781</b>	<b>71.745.620</b>	<b>112.722.493</b>	<b>176.824.178</b>	<b>270.625.233</b>
<b>TOTAL PAS + PAT</b>	<b>40.000.000</b>	<b>53.420.568</b>	<b>84.281.371</b>	<b>136.665.858</b>	<b>215.579.659</b>	<b>328.452.397</b>

Conclusión: Al finalizar el primer año de operaciones la empresa muestra activos por valor de \$ 53.420.568 pesos. Los pasivos que provienen de los impuestos por pagar ascienden a \$ 4.428.787 pesos. Dado que cada socio aportará un capital inicial para su creación proveniente de recursos propios, la empresa no tendrá deudas con bancos u otros acreedores. Finalmente, el patrimonio de la empresa en cinco años será de \$ 328.452.397 pesos lo que nos corrobora que es un negocio sostenible y enteramente viable.

## 7.2 Criterios de decisión

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	25%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	90,60%
VAN (Valor actual neto)	112.416.047
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	0,57
Duración de la etapa improductiva del negocio ( fase de implementación).en meses	18 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. ( AFE/AT)	0,00%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio ( Indique el mes )	24 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio ( Indique el mes )	48 mes

Fuente: Los autores, 2012.

## 7.3 Egresos

G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS						
Por: Gloria Acero y Camila Patiño						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>Flujo de Caja Operativo</b>						
Utilidad Operacional		13.420.568	37.420.568	72.555.650	117.440.852	175.233.830
Depreciaciones		2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
Amortización Gastos		0	0	0	0	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-4.428.787	-12.535.751	-23.943.364	-38.755.481
<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>		<b>15.820.568</b>	<b>35.958.337</b>	<b>62.419.899</b>	<b>95.897.487</b>	<b>138.878.349</b>
<b>Flujo de Caja Inversión</b>						
Variación Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas e insumos <sup>3</sup>		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		0	0	0	0	0
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	0
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-5.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-7.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-12.000.000	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>-12.000.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>						
Desembolsos Fondo Emprender	0					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados		0	-2.697.534	-7.635.412	-14.583.686	-23.605.611
Capital	40.000.000	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>40.000.000</b>	<b>0</b>	<b>-2.697.534</b>	<b>-7.635.412</b>	<b>-14.583.686</b>	<b>-23.605.611</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>28.000.000</b>	<b>15.820.568</b>	<b>33.260.803</b>	<b>54.784.487</b>	<b>81.313.801</b>	<b>115.272.738</b>
<b>Saldo anterior</b>		<b>28.000.000</b>	<b>43.820.568</b>	<b>77.081.371</b>	<b>131.865.858</b>	<b>213.179.659</b>
<b>Saldo siguiente</b>	<b>28.000.000</b>	<b>43.820.568</b>	<b>77.081.371</b>	<b>131.865.858</b>	<b>213.179.659</b>	<b>328.452.397</b>

## 7.4 Punto de equilibrio

Nomina		
	Salario	Prest. Sociales
Gerente	1.067.800	533.334
Coordinador Comercial	767.800	379.334
Coordinador Logistico	767.800	379.334
Coordinador Administrativo	767.800	379.334
<b>Total</b>	<b>3.371.200</b>	<b>1.671.336</b>
<b>Total Gastos Personal</b>		<b>5.042.536</b>

Costos Fijos	
Gastos de Personal	5.042.536
Arriendo Oficina	1.500.000
Servicios Públicos	500.000
Publicidad	1.370.000
Depreciación	100.000
<b>Costos fijos Finales</b>	<b>8.512.536</b>
<b>Costos fijos Finales por año</b>	<b>102.150.432</b>

<b>Costos fijos Finales</b>	<b>8.512.536</b>
Utilidad Esperada	4.256.268
Costo Promedio por Prenda	1.625.000
<b>Punto de Equilibrio x Mes</b>	<b>7,9</b>

<b>Costos fijos Finales por año</b>	<b>102.150.432</b>
Utilidad Esperada	51.075.216
Costo Promedio por Prenda	1.625.000
<b>Punto de Equilibrio Anual</b>	<b>94</b>

De esta manera se estableció que para lograr el punto de equilibrio mensual que G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS quiere lograr, es necesario vender 7,9 paquetes de servicios evaluados en \$ 1.625.000 pesos en promedio. Por otro lado, se establece que para lograr el punto de equilibrio anual es necesario colocar 94 paquetes en donde se ofrezca nuestro servicio.

## **8. IMPACTO**

### **Económico**

G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS tendrá un impacto económico en el sector comercial, ya que uno de sus principales objetivos es lograr que las PYMES bogotanas logren un mayor desarrollo económico y que a su vez sean más competitivas, lo que incide directamente en el desarrollo del país. Actualmente, las PYMES generan alrededor del 80% del empleo en el país<sup>11</sup>; siendo un sector que sin lugar a dudas debe lograr mayor competitividad con la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio. Es por esto que por medio de G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS queremos ser los mejores aliados para las PYMES para ayudarlos a alcanzar los grandes retos que trae consigo un TLC. De igual manera vemos que la empresa aportará al aumento del PIB de la región en el sector al que corresponde.

### **Social**

Una de las metas sociales de la empresa G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS es generar empleos directos e indirectos para las personas que buscan tener un ingreso fijo para el sostenimiento de sus familias. Así mismo abrir un nuevo camino para los estudiantes de Lenguas Modernas de la Universidad EAN, en donde puedan evidenciar que no solo tenemos la traducción como campo de acción, sino que nuestros conocimientos pueden ir enfocados hacia otras áreas como las relaciones comerciales y de negocios.

---

<sup>11</sup>Recuperado el 12 de diciembre de 2012, de:  
<http://web.usbmed.edu.co/usbmed/mercatura/nro4/ventajas.htm>

## **Impacto Ambiental**

G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS tiene como objetivo contribuir con el medio ambiente de la mejor manera, por eso su idea es evitar manejar la menor cantidad posible de papel y en la medida de lo posible reutilizarlo. Nuestra idea como empresa es manejar audios y videos para no incurrir en el gasto de papel, tinta, etc, de igual manera en nuestras oficinas implantaremos tecnologías amigables que nos ayudaran a no impactar negativamente el ambiente.

## **Impacto Cultural**

G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS logrará un impacto cultural al hacer negociaciones comerciales que posibiliten la entrada de productos internacionales al mercado local que modifiquen las conductas o preferencias de la sociedad colombiana, lo cual podrá afectar de algún modo la cultura consumista de los países con los cuales realicemos dicho intercambio.

## **9. EQUIPO DE TRABAJO**

### **9.1 Perfil de los emprendedores**

#### **1. Diana Camila Patiño Celis**

Caracterizada por tener sentido de pertenencia y liderazgo. Hábil para manejar todo tipo de comunicaciones y para realizar cualquier labor con responsabilidad y eficiencia. Cuenta con un buen manejo de los idiomas inglés y alemán, y conocimientos básicos de idioma portugués. Establece excelentes relaciones interpersonales que aseguran un buen ambiente dando como resultado la orientación a buenos resultados y facilitando a su vez el trabajo en equipo.

## **2. Gloria Constanza Acero Plazas**

Líder, generadora de cambio, emprendedora, recursiva con excelentes relaciones interpersonales. Es candidata al título Profesional en Lenguas Modernas de la Universidad EAN, tiene un buen manejo oral y escrito en inglés y alemán, y además posee conocimientos básicos de idioma portugués. Responsable y altamente comprometida. Destacadas habilidades para comunicarse de manera efectiva. Posee orientación a resultados. Tiene gran habilidad para trabajar en equipo y toma de decisiones. Adaptabilidad al cambio.

## **10. CONCLUSIONES**

- La información financiera cumple un rol muy importante al producir datos indispensables para la administración y el desarrollo económico de nuestra empresa, por esto, teniendo en cuenta los datos financieros y el análisis de mercado que hemos realizado, se puede concluir que G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS es una empresa viable, sostenible y rentable en términos económicos y que hay una demanda claramente identificada para el tipo de servicio que ofrecemos.
- Siendo una idea de negocio realizada por estudiantes de Lenguas Modernas, se presenta como una idea innovadora en su campo, y así mismo puede abrir la posibilidad para que los profesionales con dicho perfil puedan incursionar en otras áreas comerciales y de negocios.
- El proyecto tiene un mercado establecido como foco de trabajo, así mismo, se puede potencializar para ser desarrollado en otras áreas, con otros sectores empresariales y a futuro, en otras ciudades del país. Los hallazgos del estudio de mercado demuestran que las aplicaciones generadas son útiles y valiosas para producir mejoras apreciables y significativas, tanto en la productividad de la PYMES, como en la competitividad del mercado.

- El Tratado de Libre Comercio facilita las condiciones para que este proyecto sea desarrollado en un escenario con una mayor viabilidad y a nivel global ya que crea un marco normativo de largo plazo, promoviendo así la inversión nacional y extranjera en Colombia. El TLC es un instrumento permanente que no requiere renovaciones periódicas y por ende brinda estabilidad económica del comercio de bienes y servicios entre los dos países. En términos generales, el mayor potencial de aprovechamiento del TLC en materia de servicios lo tienen la industria gráfica, el software y las tecnologías de la información, y por parte de los productos el sector manufacturero y la agricultura.
- Ninguna de las empresas de la competencia presenta mayor amenaza para el servicio ofrecido por parte de G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS, ya que ninguna tiene el mismo enfoque en cuanto a lo comercial y no manejan el apoyo de un segunda idioma para las negociaciones y el intercambio con otros países, todo esto como conclusión al realizar un análisis de la competencia basada en la herramienta DOFA.
- La proyección y aprovechamiento que desde las lenguas se le puede dar al proyecto como valor agregado, hacen del mismo una idea de negocio que permita demostrar las capacidades y profesionalismo de los egresados de Lenguas Modernas EANISTAS, sin embargo, la inexperiencia pone un grado de implicación dedicación y compromiso más alto para nosotras como profesionales que además deberá cumplir con resultados significativos.

## 11. BIBLIOGRAFÍA

DUQUE, G. (2012). Colombianos deben aprovechar. Recuperado el 12 de diciembre de 2012, de:<http://www.portafolio.co/economia/colombianos-deben-aprovechar-ventajas-comerciales-los-tlc>

HOYOS, N. (2011). Lo que debes saber sobre los INCOTERMS. *Revista Latinpyme*, (85). 38-40

KENNETH J., Albert. (1985) *Cómo iniciar su propio negocio*. USA: McGraw – Hill.

ORTEGA, M. y Rodríguez, L. (2012). Tratados muestran proyección. Recuperado el 12 de diciembre de 2012, de:<http://www.portafolio.co/negocios/tratados-muestran-proyeccion-la-economia>

PARDO, D. (2011). Colombia es MIPYME. *Revista La Nota Económica*, 6-10.

RENDÓN, C. (s.f.). El TLC. Recuperado el 11 de diciembre de 2012, de:<http://web.usbmed.edu.co/usbmed/mercatura/nro4/ventajas.htm>

RODRÍGUEZ, J., Ortegón, J., Torres, O., Enciso, C., y Gil, C. (2011). Observatorio de la. Recuperado el 12 de diciembre de 2012, de:[http://camara.ccb.org.co/documentos/9079\\_observatorio\\_de\\_la\\_region\\_Bogota\\_Cundinamarca\\_13.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/9079_observatorio_de_la_region_Bogota_Cundinamarca_13.pdf)

RODRÍGUEZ, Y. (s.f.). Balances, perspectivas y. Recuperado el 20 de enero de 2013, de: <http://www.revistadelogistica.com/balances-perspectivas-y-expectativas-de-tres-lideres-en-logistica.asp>

ROMERO, E. (2009). Nace la sociedad. Recuperado el 11 de diciembre de 2012, de:<http://www.portafolio.co/archivo/documento/CMS-4904319>

(s.a.). Colombia avanzó 50 (2010). Recuperado el 20 de enero de 2013, de:<http://www.eluniversal.com.co/cartagena/economica/colombia-avanzo-50-puestos-en-el-ranking-de-logistica-mundial>

(s.a.). (2010). Guía constitución de. Recuperado el 12 de diciembre de 2012, de:[http://camara.ccb.org.co/documentos/6848\\_guia28sas.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/6848_guia28sas.pdf)

(s.a.). (2010). Las mejores ciudades. Recuperado el 12 de diciembre de 2012 de: <http://rankings.americaeconomia.com/2010/mejoresciudades/fuentes-icur-2010.php>

(s.a.). Paso a paso para (s.f.). Recuperado el 12 de diciembre de 2012, de: <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=97&conID=3413>

(s.a.). Persona jurídica (s.f.). Recuperado el 12 de diciembre de 2012, de: [http://www.empresario.com.co/recursos/instructivos/CCB/pasos\\_crear/persona\\_jur\\_p02.html](http://www.empresario.com.co/recursos/instructivos/CCB/pasos_crear/persona_jur_p02.html)

SERRANO, J. y Rodríguez, J.,(2010). Clima de los. Recuperado el 12 de octubre de 2012, de [http://camara.ccb.org.co/documentos/7569\\_climanegociosbta.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/7569_climanegociosbta.pdf)

SILVA, Jorge. (208) Emprendedor. Alfaomega, 2008.

VESGA. R. y Quiroga, R. (2009). Global Entrepreneurship Monitor. Recuperado el 12 de diciembre de 2012, de: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2421>

FICHA BIBLIOGRÁFICA	
<b>Tipo</b>	Creación de Empresa
<b>Título</b>	G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS
<b>Programa</b>	Lenguas Modernas
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Edición</b>	Bogotá D.C., Universidad EAN 2012
<b>Autores</b>	Camila Patiño - Gloria Acero
<b>Palabras Claves</b>	Comercio, Aduanas, Exportaciones, Asesorías
<b>Descripción</b>	Proyecto encaminado a evaluar la viabilidad de creación de una empresa que se dedicará a asesorar, orientar y colocar negocios en el exterior y viceversa. Apoyando todo el proceso con el manejo de idiomas para las negociaciones y servicios en logística y aduanas.
<b>Fuentes</b>	Cámara de Comercio de Bogotá, Guía Fondo Emprender, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Proexport.
<b>Contenido</b>	El proyecto de G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS contiene un análisis de mercado enfocado a las PYMES en Bogotá. A dicho mercado pretende llegarle la empresa para ofrecer un servicio de colocación de negocios, asesoría en comercio y apoyo en servicios logísticos y de aduanas. Adicional a ello, se encuentra un completo análisis de la competencia y de unas estrategias de mercado enfocadas en estrategias de distribución, precio, penetración, promoción y comunicación. Finalmente se encontrará todo lo relacionado con la empresa, la estructura organizacional, la distribución de cargos, la proyección financiera y el impacto a la sociedad.
<b>Metodología</b>	Investigación y análisis del mercado para verificar la viabilidad de una idea de negocio enfocada en ofrecer un servicio de agentes comerciales y de logística.
<b>Conclusiones</b>	Las oportunidades que presenta el siguiente proyecto para que un profesional de Lenguas Modernas pueda desenvolverse en otro campo más comercial y que a su vez sea exitoso, son favorables. Por otro lado, los rendimientos proyectados a lo largo de los 5 primeros años de G&C COMMERCIAL REPRESENTATIVE LEADERS son positivos y evidencian que la idea de negocio es viable y sostenible.
<b>Periodo académico</b>	2012-2

## Anexo 1

### Encuesta para Estudio de Mercado

Lenguas Modernas

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales

Universidad EAN



### Encuesta Estudio De Mercado Para Idea De Negocio

Comercialización y asesoría de agentes comerciales para la exportación de bienes y/o servicios al exterior y viceversa.

Cordial saludo, con esta encuesta se pretende conocer su opinión con respecto a la creación de una empresa que brinde asesorías para la comercialización y posicionamiento de bienes y/o servicios en exterior y viceversa.

**Agradecemos de antemano su valiosa colaboración.**

1. Nombre de la empresa

---

2. Sector económico en el cual se desenvuelve la empresa

---

3. Tamaño de la empresa

\_\_\_ Micro (10 trabajadores)

\_\_\_ Pequeña (11-50 trabajadores)

\_\_\_ Mediana (51-200 trabajadores)

\_\_\_ Grande (+201 trabajadores)

4. ¿Usted desearía comercializar los bienes y/o servicios que produce su empresa al exterior?

SI  NO  NO SABE

**En caso de responder SI, por favor continúe con la siguiente pregunta. De responder NO, por favor continúe con la pregunta número 6.**

5. En caso de estar interesado en exportar o comercializar sus bienes y/o servicios. ¿Preferiría organizar todo el papeleo para la exportación formal de sus bienes y/o servicios? ó ¿le gustaría hacerlo por medio de una empresa que se encargue de hacer todo el proceso, además de ubicar los contactos interesados en sus bienes y/o servicios?

Solo  Por medio de una empresa de agentes comerciales

6. ¿Actualmente usted conoce alguna empresa que brinde el servicio de agentes comerciales o brokers de negocios?

SI  NO

**En caso de responder SI, por favor continúe con la siguiente pregunta. De responder NO continúe con la pregunta número 8.**

7. Si conoce alguna empresa de agentes comerciales o brokers responda:

¿Cuál? \_\_\_\_\_

8. ¿Sabe usted en qué consiste el proceso que su empresa debe realizar para poder exportar o posicionar en el exterior sus bienes y/o servicios?

SI  NO  NO SABE

9. Si usted llegara a saber de alguna persona interesada en comprar en el exterior sus bienes y/o servicios. ¿Le gustaría exportar sus bienes y/o servicios al exterior?

SI  NO  NO SABE

**En caso de responder SI, por favor continúe con la siguiente pregunta.  
De responder NO le agradecemos su valiosa colaboración.**

**10.** Si a la anterior pregunta respondió SI. ¿Estaría su empresa dispuesta a pagar por los servicios para comercializar y posicionar sus bienes y/o servicios en el exterior?

SI  NO  NO SABE

**11.** ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a pagar por el servicio de agentes de comerciales en un negocio de 10.000.000 dólares teniendo en cuenta que el servicio se cobra por comisión, si se le garantiza un comprador para sus bienes y/o servicios?

5-7%

8-12%

13-16%

**12.** ¿Para usted qué es más importante a la hora de calificar un servicio?

Calidad  Precio

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.**

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Gloria Constanza Acero Plazas

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 1.019.003.929

Nombre Completo Diana Camila Patino Celis

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 1.016.017.031

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

GSC Commercial Representative Leaders

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI  NO   
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>Diana Camila Rahno</u>	NOMBRE COMPLETO: <u>Gloria Constanza Acero Plaza</u>
FIRMA: <u>Camila Rahno C.</u>	FIRMA: <u>Gloria Acero Plaza</u>
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>1016017031</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>1019003929</u>
FACULTAD: <u>Humanidades y C. Sociales</u>	FACULTAD: <u>Humanidades y Ciencias Sociales</u>
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Lenguas Modernas</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Lenguas modernas.</u>

NOMBRE COMPLETO: _____	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: 30. Enero 2013