



artesanías de colombia



**PROYECTO:
Fomento a la actividad productiva artesanal del
departamento de Cundinamarca**

**[Plan de Negocio para el desarrollo de la
producción y la comercialización de la
organización artesanal El Sol
del municipio de Tabio]**

Operador:

Unión Temporal Nexus – Gestando

**Laboratorio de Diseño e Innovación para
Cundinamarca ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A.**

Bogotá, D. C., 2014



AIDA VIAN LECHTER DE FURMAN SKI

Gerente General

IVÁN ORLANDO MORENO SÁNCHEZ

Subgerente de Desarrollo

Director del Proyecto

MARIA GABRIELA CORRADINE MORA

Profesional de Gestión Subgerencia de Desarrollo

Coordinadora Laboratorio de Innovación y Diseño de Cundinamarca

OPERADOR



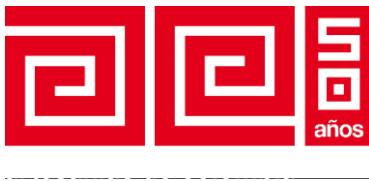
UNIÓN TEMPORAL. NEXUS – GESTANDO

ANGELLO LUCIÁN GALLEGO ORTIZ

DIRECTOR DEL PROYECTO

DAYRA CAROLINA CÁRDENAS RICO

Asesora Social



Plan de Negocio

NOMBRE DE LA INICIATIVA DE NEGOCIO: EL SOL

OFICIO ARTESANAL: BISUTERÍA

MUNICIPIO: TABIO

SECTOR AL QUE PERTENECE LA IDEA	AGRICOLA	<input type="checkbox"/>	CIENCIAS DE LA VIDA	<input type="checkbox"/>
	AGROINDUSTRIAL	<input type="checkbox"/>	INGENIERIA APLICADA	<input type="checkbox"/>
	MANUFACTURA	X	COMERCIALIZACIÓN	<input type="checkbox"/>
	SERVICIOS	<input type="checkbox"/>	TIC'S	<input type="checkbox"/>
	OTRO	<input type="checkbox"/>	CUAL? _____	
ESTADO DE AVANCE DEL PRODUCTO O SERVICIO	IDEA	X	APLICACIÓN COMERCIAL Y/O PRODUCCIÓN	<input type="checkbox"/>
	DISEÑO	<input type="checkbox"/>	PROTOTIPO	<input type="checkbox"/>
	OTRO	<input type="checkbox"/>	CUAL? _____	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

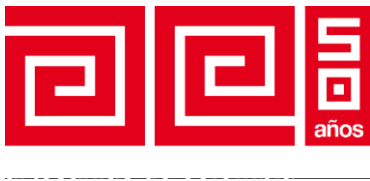
¿Cuál es la necesidad, deficiencia, carencia o ausencia detectada en el mercado?

Los amantes de los accesorios, las joyas y la bisutería son personas con un alto sentido de la moda y con un gran deseo por impactar y no pasar desapercibidos. Hoy en día los accesorios son diseñados para los diferentes gustos y estilos de las personas, pero el comprador debe ajustarse a los modelos ya creados por los diseñadores.

Los accesorios son un elemento necesario que complementa la presentación personal diaria, por ejemplo los accesorios deben hacer juego con la ropa, los zapatos, el perfume, los bolsos, y también dependen de la ocasión o el momento, no todos los modelos de accesorios están creados para toda ocasión, existen algunas restricciones en forma y color.

Ya que cada persona tiene su propio estilo en cuestiones de moda, y que tanto la ropa como los accesorios se ajustan a la personalidad de quien los lleva puestos, la propuesta consiste en crear un concepto exclusivo de moda y marca para el uso de accesorios, joyas y complementos; el consumidor tendrá la oportunidad de escoger accesorios según su propio estilo, según la ocasión, y también podrá diseñar sus propios modelos.

El proyecto requiere de flexibilidad en los procesos, de buenos canales de distribución, de habilidades y competencias en el equipo de trabajo que permitan sustraer las necesidades concretas de los clientes potenciales, de proveedores seguros, confiables y cumplidos, y como resultado de todo esto la satisfacción del cliente.



Plan de Negocio

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Comercializar joyas y accesorios es una actividad dedicada a relacionarse con los clientes y proveedores, el fin fundamental es vender, pero el objetivo del servicio es algo más que comerciar productos, es lograr una experiencia única para los clientes mediante el desarrollo y organización de los procesos necesarios que faciliten la adquisición de nuestros productos. La comercialización de joyas y accesorios es un servicio dirigido al cuerpo de las personas, están elaborados para ser usados y exhibidos, son parte de la presentación personal, los diseños de estos elementos tangibles son creados para brindarle a la mujer la satisfacción de expresar su propia personalidad y su imagen. El propósito del proyecto para comercializar los productos consiste en disponer para los clientes locales comerciales en donde se realizará directamente la prestación del servicio. Es imposible prestar el servicio sin los clientes, por esta razón es elevado el grado en que las personas y las instalaciones o locales comerciales son parte de la experiencia del servicio, además las instalaciones deben cumplir con diseños y formas adecuadas para la exhibición de los productos, para impactar al cliente y para generar un ambiente agradable durante la prestación del servicio.

2. MERCADO Y CLIENTES

Describa cual es el mercado objetivo y clientes potenciales de su iniciativa

Para la gran mayoría de las mujeres los accesorios y las joyas hacen parte de la vida diaria, son elementos que se llevan puestos día a día así como la ropa, son el complemento de la presentación personal, los accesorios se destacan según la ocasión, el tamaño, los colores, el diseño, los modelos, los materiales y las tendencias.

El estilo de cada persona también depende de otros factores como la actividad que realizan, por ejemplo, amas de casa, estudiantes, mujeres de oficina, deportistas, etc., la edad, el ambiente laboral, la capacidad económica y los sitios que frecuentan también son factores que influyen en el proceso de compra de los accesorios y las joyas.

La calidad, el tamaño, el material, el diseño, y la presentación son variables que determinan el costo de los accesorios y las joyas, por esta razón el mercado meta dependerá de estas variables y de los gustos y deseos que marcan la diferencia entre los diferentes grupos de consumidores según su actividad.

¿Cuál es el tamaño del mercado y su posible participación?

La comercialización de joyas pertenece al sector comercio de la economía nacional, por esta razón es indispensable hacer una descripción acerca de la información general y el comportamiento del sector a nivel nacional, a continuación se destacan los principales aspectos que determinaron el comportamiento de la economía colombiana en el 2005 y en el primer semestre del 2006.

En el 2005, la economía colombiana creció 5,13% y registró el nivel más alto desde la crisis de finales de la década de los noventa y uno de los más destacados entre los países de América Latina. La estabilidad macroeconómica fue favorable al crecimiento: la inflación fue 4,8% y se mantuvo en el rango determinado por la autoridad monetaria; se avanzó hacia el equilibrio fiscal, y la política monetaria le dio a la economía liquidez e incidió en la tendencia a la baja en tasas de interés (de 7,7% en diciembre del 2004 a 6,3% al finalizar el 2005)

CLIENTES

El cliente es la persona que brinda la posibilidad de cerrar el ciclo y tener una idea general de la calidad del servicio, recibir por parte de los clientes una retroalimentación le permite a la empresa esforzarse permanentemente por disminuir la brecha que existe entre lo que el cliente quiere y lo que realmente obtiene.



Plan de Negocio

Lograr la satisfacción del cliente y su fidelización son los componentes esenciales para que la empresa sea competitiva en el mercado y en el sector.

Es importante identificar las necesidades y expectativas especiales del segmento Potencial y el Exclusivo.

En términos generales las expectativas de lo que espera el cliente del servicio que presta la empresa son:

Velocidad en la respuesta.

Valor agregado.

Empatía

Anticipación a sus necesidades.

Cumplimiento estricto de la oferta del servicio y de las garantías sobre el mismo.

La relación precio / calidad (antes de usarlo)

La relación calidad /precio (luego de usarlo).

Es importante tener en cuenta que algunos de los factores que evalúan los clientes cuando reciben un servicio son la confiabilidad, la empatía, las instalaciones, la capacidad de respuesta, el valor agregado percibido y la seguridad entre otros, por lo tanto la empresa debe crear un ambiente para los clientes en los puntos de venta en donde no solo compren joyas y accesorios, sino que también perciban los valores y principios que demarcan la cultura de la empresa.

3. COMPETIDORES Y PRODUCTOS SUSTITUTOS

¿Qué empresas ha identificado como su competencia directa e indirecta, qué productos ofrecen y cuáles son sus fortalezas y debilidades?

El sector de joyería está conformado por las empresas que fabrican, importan, distribuyen y exportan artículos de piedras preciosas, joyas, relojes y bisutería.

La producción de la joyería busca darle valor agregado al producto (metales y piedras preciosas) y se puede clasificar en tres grupos:

Tradicional: Se destaca por la aplicación de filigrana. También es precolombina. Utiliza generalmente oro, plata y aleaciones. Se ubica en Mompox (Bolívar), Barbacoas (Nariño) y Santa Fe de Antioquia

De Diseño: Clásica o contemporánea y responde a las tendencias del mercado. Mezcla elementos convencionales como el oro y la plata con otros como maderas y semillas. La de diseño se ubica en las grandes ciudades como Bogotá, Medellín y Bucaramanga.

Artística: Basada en la expresión del artesano. Se produce en los talleres de las pequeñas localidades y ciudades intermedias como Cauca (Antioquia), Quinchía (Risaralda) y Marmato (Caldas).

La demanda del mercado es un factor clave para el proyecto, aunque las condiciones de ésta dependen de factores políticos y económicos a nivel nacional. Para la situación general en que se encuentra el país actualmente el mercado representa una buena oportunidad para invertir y desarrollar el proyecto, pero se debe tener en cuenta que el resultado del análisis de la competencia representa una amenaza menor y por lo tanto se requiere de un plan de mercadeo exitoso y representativo.

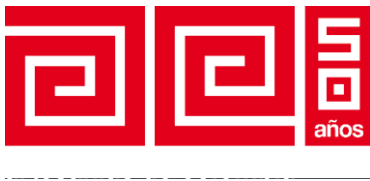
Fortalezas del Sector

Tradición artesanal, joyera y orfebre

Industria de la joyería con alto potencial de expansión- Fuente de generación de divisas

Bajos costos de mano de obra

Materia prima nacional (oro, plata, esmeraldas)



Plan de Negocio

Flexibilidad en diseño y producción por tratarse de productos fabricados totalmente a mano.
Buena disponibilidad de mano de obra calificada, lo que facilita el crecimiento.
Bajo costo de mano de obra.

Debilidades del Sector

Insuficiente calidad y diseño de productos.
Ineficiencia en los procesos de producción.
Baja capacidad de producción.

4. ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD

¿Cuáles son los factores fundamentales de diferenciación?

Lograr un impacto positivo de nuestros clientes con respecto a los diseños y variedad de joyas y accesorios.
Conseguir la aceptación por parte de los clientes con productos de alta calidad con precios alcanzables.
Crear una infraestructura innovadora para la exhibición de los productos.
Tener la figura de la mujer como base de comunicación e imagen.
Localizar locales comerciales adecuados para los puntos de venta.
Encontrar el fabricante y diseñador de los exhibidores para joyas y accesorios.
Ubicar el diseñador y fabricante de la infraestructura que se requiere para cada punto de venta.
Identificar el distribuidor de los equipos y la tecnología apropiada para los puntos de venta.

5. RED DE TRABAJO

¿Cuál es el perfil de las instituciones o personas que harán parte de la red de trabajo (Interna y Externa)?

La estructura de la empresa tiene como objetivo facilitar el seguimiento, control y apoyo por parte de los directivos hacia todos los colaboradores de la empresa.

Facilitar el proceso de comunicación entre los niveles jerárquicos, con el fin de asegurar y mejorar los procesos.

Ser el medio que permita evidenciar una cultura organizacional que se vea reflejada en el cliente.

Presentación del perfil laboral y personal con el que se evaluará el desempeño de cada colaborador.

Descripción detallada de los objetivos y funciones de cada uno de los integrantes de la empresa.

Definición de los requisitos para cada cargo, los cuales permitan a la empresa alinear de los recursos y las competencias de cada uno de los colaboradores.

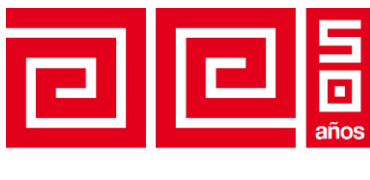
PERFIL DE LOS CARGOS

Es indispensable que a través de las actitudes del personal de contacto se transmitan la cultura y los principios de la empresa. El perfil del personal de contacto con el que contará la empresa deberá cumplir con las siguientes características:

Habilidades del Gerente

Comunicación: Comunicación informal, comunicación formal y poder de negociación.

Planeación y administración: Recopilar información, analizarla y resolver problemas; planear y organizar proyectos; administrar el tiempo; presupuestar y administrar las finanzas.



Plan de Negocio

Trabajo en equipo: Formación de equipos, creación de un ambiente de apoyo y manejo de dinámicas de equipo.

Acción estratégica: Entender el sector, comprender la organización y adoptar acciones estratégicas

Globalización: Conocimiento y comprensión de la cultura, apertura y sensibilidad cultural.

Manejo de personal: Integridad y comportamiento ético, dinamismo y capacidad de resistencia, equilibrio de las exigencias laborales y personales, conciencia y desarrollo personales.

6. PLAN FINANCIERO

INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial contará con recursos propios y de terceros, de los cuales se invertirán de la siguiente manera para su puesta en marcha. Los productos se distribuirán en 5 líneas: Cadenería, aretería, anillería, pulsos y aderezos. Para su comercialización se necesitan dos locales adecuados y una oficina administrativa para la administración del negocio. Se requieren los siguientes activos tales como los muebles y enseres, la compra de equipos, los gastos preoperativos de investigación y desarrollo y el capital de trabajo para el inicio del proyecto.

PROYECCIÓN DE VENTAS

PRODUCTO -	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cadenería unidades	900	963	1.030	1.103	1.180
Precio de Venta	\$ 75.000	\$ 80.250	\$ 85.868	\$ 91.878	\$ 98.310
Total Venta	\$ 67.500.000	\$ 77.280.750	\$ 88.478.731	\$ 101.299.299	\$ 115.977.567
Aretería unidades	4.320	4.622	4.946	5.292	5.663
Precio de Venta	\$ 35.000	\$ 37.450	\$ 40.072	\$ 42.877	\$ 45.878
Total Venta	\$ 151.200.000	\$ 173.108.880	\$ 198.192.357	\$ 226.910.429	\$ 259.789.750
Anillería unidades	2.160	2.311	2.473	2.646	2.831
Precio de Venta	\$ 60.000	\$ 64.200	\$ 68.694	\$ 73.503	\$ 78.648
Total Venta	\$ 129.600.000	\$ 148.379.040	\$ 169.879.163	\$ 194.494.654	\$ 222.676.929
Pulsos unidades	720	770	824	882	944
Precio de Venta	\$ 35.000	\$ 37.450	\$ 40.072	\$ 42.877	\$ 45.878
Total Venta	\$ 25.200.000	\$ 28.851.480	\$ 33.032.059	\$ 37.818.405	\$ 43.298.292
Aderezos unidades	1.080	1.156	1.236	1.323	1.416
Precio de Venta	\$ 95.000	\$ 101.650	\$ 108.766	\$ 116.379	\$ 124.526
Total Venta	\$ 102.600.000	\$ 117.466.740	\$ 134.487.671	\$ 153.974.934	\$ 176.285.902
TOTAL VENTAS	\$ 476.100.000	\$ 545.086.890	\$ 624.069.980	\$ 714.497.721	\$ 818.028.440

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS



Plan de Negocio

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS BRUTOS	\$ 476.100.000	\$ 545.086.890	\$ 624.069.980	\$ 714.497.721	\$ 818.028.440
(-) DEVOLUCIONES DE SERVICIOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INGRESOS NETOS	\$ 476.100.000	\$ 545.086.890	\$ 624.069.980	\$ 714.497.721	\$ 818.028.440
(-) COSTO DE LOS PRODUCTOS	\$ 171.441.950	\$ 194.755.313	\$ 222.209.707	\$ 253.655.394	\$ 289.609.860
Inventario Inicial	\$ -	\$ 13.560.000	\$ 15.451.829	\$ 17.685.182	\$ 20.247.333
(+) compras	\$ 176.280.000	\$ 187.313.772	\$ 214.455.538	\$ 245.530.145	\$ 281.107.463
(-) Inventario Final	\$ 13.560.000	\$ 15.451.829	\$ 17.685.182	\$ 20.247.333	\$ 23.181.138
(+) Empaque	\$ 8.721.950	\$ 9.333.370	\$ 9.987.523	\$ 10.687.400	\$ 11.436.202
UTILIDAD BRUTA	\$ 304.658.050	\$ 350.331.577	\$ 401.860.273	\$ 460.842.326	\$ 528.418.581
(-) GASTOS OPERACIONALES	\$ 300.471.385	\$ 315.312.408	\$ 331.178.348	\$ 348.067.929	\$ 366.072.087
	36%	36%	36%	36%	35%
SALARIOS	\$ 70.636.800	\$ 73.815.456	\$ 77.137.152	\$ 80.608.323	\$ 84.235.698
PRESTACIONES	\$ 11.657.952	\$ 12.182.560	\$ 12.730.775	\$ 13.303.660	\$ 13.902.325
COMISIONES	\$ 9.522.000	\$ 10.901.738	\$ 12.481.400	\$ 14.289.954	\$ 16.360.569
HONORARIOS	\$ 6.000.000	\$ 6.270.000	\$ 6.552.150	\$ 6.846.997	\$ 7.155.112
ARRIENDO	\$ 153.600.000	\$ 160.512.000	\$ 167.735.040	\$ 175.283.117	\$ 183.170.857
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 15.180.000	\$ 15.863.100	\$ 16.576.940	\$ 17.322.902	\$ 18.102.432
ADMINISTRACION	\$ 14.400.000	\$ 15.048.000	\$ 15.725.160	\$ 16.432.792	\$ 17.172.268
SEGUROS	\$ 1.152.600	\$ 1.224.744	\$ 1.402.209	\$ 1.605.389	\$ 1.838.010
PUBLICIDAD	\$ 4.761.000	\$ 5.450.869	\$ 6.240.700	\$ 7.144.977	\$ 8.180.284
ICA	\$ 3.332.700	\$ 3.815.608	\$ 4.368.490	\$ 5.001.484	\$ 5.726.199
DEPRECIACION DE ACTIVOS	\$ 5.558.333	\$ 5.558.333	\$ 5.558.333	\$ 5.558.333	\$ 5.558.333
AMORTIZACION DE PREOPERATIVOS	\$ 4.670.000	\$ 4.670.000	\$ 4.670.000	\$ 4.670.000	\$ 4.670.000
EXCEDENTE OPERACIONAL	\$ 4.186.665	\$ 35.019.169	\$ 70.681.925	\$ 112.774.397	\$ 162.346.493
INGRESOS FINANCIEROS * Corto plazo	\$ 4.820.338	\$ 6.208.129	\$ 10.576.419	\$ 17.730.685	\$ 28.263.397
GASTOS FINANCIEROS PRESTAMO	\$ 25.044.475	\$ 22.156.108	\$ 18.463.990	\$ 13.744.459	\$ 7.711.615
GASTOS FINANCIEROS* Corto plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EXCEDENTE ANTES DE IMPUESTOS	\$ -16.037.472	\$ 19.071.189	\$ 62.794.354	\$ 116.760.624	\$ 182.898.275
PROVISION DE IMPUESTOS		\$ 7.342.408	\$ 24.175.826	\$ 44.952.840	\$ 70.415.836
UTILIDAD A DISTRIBUIR	\$ -16.037.472	\$ 11.728.781	\$ 38.618.528	\$ 71.807.784	\$ 112.482.439
RESERVA LEGAL		\$ 1.172.878	\$ 3.861.853	\$ 7.180.778	\$ 11.248.244
UTILIDAD NETA	\$ -16.037.472	\$ 10.555.903	\$ 34.756.675	\$ 64.627.005	\$ 101.234.195

PRESUPUESTO DE CAJA



Plan de Negocio

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SALDO INICIAL DE CAJA	\$ -	\$ 53.580.000	\$ 2.943.200	\$ 3.075.644	\$ 3.214.048	\$ 3.358.680
INGRESOS						
VENTAS DEL PERÍODO CONTADO		\$ 476.100.000	\$ 545.086.890	\$ 624.069.980	\$ 714.497.721	\$ 818.028.440
APORTE ASOCIADOS	\$ 30.000.000					
PRESTAMO BANCARIO	\$ 90.000.000					
INGRESOS POR INTERESES - INVERSIONES CP		\$ -	\$ 56.709.857	\$ 73.036.807	\$ 124.428.459	\$ 208.596.300
TOTAL INGRESOS	\$ 120.000.000	\$ 476.100.000	\$ 601.796.747	\$ 697.106.787	\$ 838.926.179	\$ 1.026.624.740
TOTAL DISPONIBLE ANTES DE FINANCIAMIENTO	\$ 120.000.000	\$ 529.680.000	\$ 604.739.947	\$ 700.182.431	\$ 842.140.217	\$ 1.019.983.420
EGRESOS						
COMPRA DE COMPUTADOR	\$ 3.220.000					
COMPRA DE MUEBLES Y ENSERES	\$ 39.850.000					
GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 23.350.000					
COMPRA DE JOYAS		\$ 146.900.000	\$ 156.094.810	\$ 178.712.948	\$ 204.608.454	\$ 234.256.219
PAGO PROVEEDORES			\$ 29.380.000	\$ 31.218.962	\$ 35.742.590	\$ 40.921.691
PAGO CAJAS Y BOLSA		\$ 8.721.950	\$ 9.333.370	\$ 9.987.523	\$ 10.687.400	\$ 11.436.202
PAGO SALARIOS		\$ 76.408.352	\$ 79.711.341	\$ 83.153.757	\$ 86.741.251	\$ 90.479.680
PAGO DE CENSANTIAS			\$ 5.886.400	\$ 6.286.675	\$ 6.714.169	\$ 7.170.733
PAGO COMISIONES		\$ 9.522.000	\$ 10.901.738	\$ 12.481.400	\$ 14.289.954	\$ 16.360.569
HONORARIOS		\$ 6.000.000	\$ 6.270.000	\$ 6.552.150	\$ 6.846.997	\$ 7.155.112
PAGO ARRENDANDO		\$ 153.600.000	\$ 160.512.000	\$ 167.735.040	\$ 175.283.117	\$ 183.170.857
PAGO DE SERVICIOS PUBLICOS		\$ 15.180.000	\$ 15.863.100	\$ 16.576.940	\$ 17.322.902	\$ 18.102.432
PAGO ADMINISTRACIÓN		\$ 14.400.000	\$ 15.048.000	\$ 15.725.160	\$ 16.432.792	\$ 17.172.268
PAGO SEGUROS ACTIVOS		\$ 1.152.600	\$ 1.224.744	\$ 1.402.209	\$ 1.605.389	\$ 1.838.010
PUBLICIDAD		\$ 4.761.000	\$ 3.450.869	\$ 6.240.700	\$ 7.144.977	\$ 8.180.284
PAGO ICA		\$ 2.777.250	\$ 3.795.124	\$ 4.276.343	\$ 4.895.985	\$ 5.605.413
PAGO DE IMPUESTOS			\$ -	\$ 7.342.400	\$ 24.175.026	\$ 44.952.840
PAGO INTERESES PRESTAMO LP		\$ 25.044.475	\$ 22.156.108	\$ 18.463.990	\$ 13.744.459	\$ 7.711.615
PAGO CAPITAL PRESTAMO LP		\$ 10.379.655	\$ 13.268.021	\$ 16.960.139	\$ 21.679.670	\$ 27.712.514
PAGO OBLIGACIONES E INTERESES A CORTO PLAZO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESO	\$ 66.420.000	\$ 474.847.281	\$ 534.835.624	\$ 583.116.344	\$ 647.915.933	\$ 721.226.440
SALDO MINIMO DE EFECTIVO	\$ -	\$ 2.943.200	\$ 3.075.644	\$ 3.214.048	\$ 3.358.680	\$ 3.509.821
TOTAL EFECTIVO NECERARIO	\$ 66.420.000	\$ 477.790.481	\$ 537.911.268	\$ 586.330.392	\$ 651.274.613	\$ 725.736.260
EXCESO DE EFECTIVO DISPONIBLE ANTES DE FINANCIACIÓN	\$ 53.580.000	\$ 51.889.519	\$ 66.828.678	\$ 113.852.040	\$ 190.865.614	\$ 304.247.160
FINANCIAMIENTO O INVERSION						
PRESTAMO O INVERSION ULTIMO DIA		\$ -56.709.857	\$ -73.036.807	\$ -124.428.459	\$ -208.596.300	\$ -332.510.557
INTERESES O RENDIMIENTOS		\$ 4.820.338	\$ 6.208.129	\$ 10.576.419	\$ 17.730.685	\$ 28.263.397
EFFECTOS DE FINANCIACION O INVERSION		\$ -51.889.519	\$ -66.828.678	\$ -113.852.040	\$ -190.865.614	\$ -304.247.160
SALDO EFECTIVO FINAL	\$ 53.580.000	\$ 2.943.200	\$ 3.075.644	\$ 3.214.048	\$ 3.358.680	\$ 3.509.821
SALDO MINIMO EN EFECTIVO						
Salarios		\$ 2.943.200	\$ 3.075.644	\$ 3.214.048	\$ 3.358.680	\$ 3.509.821
TOTAL	\$ -	\$ 2.943.200	\$ 3.075.644	\$ 3.214.048	\$ 3.358.680	\$ 3.509.821

7. LISTAR LAS FUENTES DE CONSULTA PARA LA FORMULACIÓN DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ: www.camara.ccb.org.co

• DANE: www.dane.gov.co • FENALCO: www.fenalcobogota.com.co

GARCIA, Oscar León. Administración financiera, Fundamentos y Aplicaciones. Tercera Edición.

• HAIR, Joseph F JR; BUSH, Robert P; ORTINAU, David J. Investigación de Mercados. En un ambiente e información cambiante. 2ª Edición. México: McGraw Hill, 2003.

• ORTIZ A, Hector. Análisis Financiero Aplicado con ajustes con inflación. Universidad Externado de Colombia. Décima Edición

• PROEXPORT COLOMBIA: www.proexport.com.co







SEGURIDAD INFORMÁTICA

Definición de seguridad informática
Medidas de protección de los datos
y sistemas de información
y dispositivos de almacenamiento de datos
en un entorno de red o en un sistema de información.







