

**IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DEDICADA AL DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE “WEN YU”,  
SOFTWARE ESPECIALIZADO EN LA ENSEÑANZA DEL IDIOMA MANDARÍN /  
ESPAÑOL, ESPAÑOL / MANDARÍN PARA LAS INSTITUCIONES, MAESTROS,  
ALUMNOS Y VIAJEROS INTERESADOS EN ENSEÑAR Y APRENDER EL MANDARÍN  
EN COLOMBIA**



PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

**AUTOR: IVÁN ALEJANDRO SÁNCHEZ ARANGO**

**PONTIFICIA UNIVERIDAD JAVERIANA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE AMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**BOGOTÁ D.C.**

**NOVIEMBRE, 2010**

**IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DEDICADA AL DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE “WEN YU”,  
SOFTWARE ESPECIALIZADO EN LA ENSEÑANZA DEL IDIOMA MANDARÍN /  
ESPAÑOL, ESPAÑOL / MANDARÍN PARA LAS INSTITUCIONES, MAESTROS,  
ALUMNOS Y VIAJEROS INTERESADOS EN ENSEÑAR Y APRENDER EL MANDARÍN  
EN COLOMBIA**

**AUTOR: IVÁN ALEJANDRO SÁNCHEZ ARANGO**

**TRABAJO REALIZADO PARA CUMPLIR CON LOS REQUERIMIENTOS EXIGIDOS EN  
LA ASIGNATURA TRABAJO DE GRADO II**

**PONTIFICIA UNIVERIDAD JAVERIANA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE AMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**BOGOTA D.C.**

**NOVIEMBRE, 2010**

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios, que envió a las personas indicadas para que me enseñaran en los momentos difíciles y a las correctas para que me animaran cuando más lo necesitaba. A mi familia y amigos, que siempre me apoyaron incondicionalmente. Un agradecimiento especial al Experto en Negocios Internacionales Enrique Sandino Vargas, MBA, decano de la facultad de Contaduría de la Universidad Antonio Nariño, a la Economista Guiling Liu, profesora de los niveles 1, 2, y 3 de Mandarín de la Pontificia Universidad Javeriana, que siempre estuvieron en los momentos más importantes, con las mejores orientaciones y los mejores consejos.

## TABLA DE CONTENIDO

	Pág
INTRODUCCIÓN .....	19
1 TÍTULO .....	20
2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	22
2.1 ANTECEDENTES .....	22
2.2 FORMULACIÓN.....	26
3 JUSTIFICACIÓN .....	28
4 MARCO CONCEPTUAL .....	34
5 MARCO TEÓRICO .....	37
5.1 PLAN DE NEGOCIO .....	37
5.2 ETAPAS DEL PLAN DE NEGOCIO.....	46
6 OBJETIVOS.....	49
6.1 OBJETIVO GENERAL.....	49
6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	49
7 METODOLOGÍA.....	50
8 RESTRICCIONES.....	53
9 RECURSOS.....	54
10 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	56
10.1 ANÁLISIS DEL SECTOR .....	56
10.2 ANÁLISIS DEL MERCADO .....	65
10.2.1 Encuesta.....	66
10.3 ANÁLISIS DEL USUARIO .....	78
10.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	80
11 ESTRATEGIA DE MERCADOS .....	85
11.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO.....	85
11.2 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN Y/O APLICACIÓN .....	87
11.3 ESTRATEGIAS DE PRECIO.....	89
11.4 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN .....	90

11.5	ESTRATEGIAS PRODUCTO.....	93
11.6	PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADEO.....	95
11.7	ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO.....	97
11.8	ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN.....	99
12	PROYECCIÓN DE VENTAS.....	101
12.1	PROYECCIONES .....	101
12.2	POLÍTICAS DE CARTERA.....	109
13	OPERACIÓN .....	112
13.1	FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO .....	112
13.2	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	113
13.3	NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS.....	116
13.3.1	Presupuesto Por Unidad Año 1.....	117
13.4	PLAN DE PRODUCCIÓN Y COSTOS DE PRODUCCION .....	117
13.5	INFRAESTRUCTURA Y PARÁMETROS TÉCNICOS.....	119
14	ESTUDIO TÉCNICO.....	122
15	ORGANIZACIÓN.....	127
15.1	ANÁLISIS DOFA .....	127
15.2	ORGANISMOS DE APOYO .....	129
15.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	131
15.3.1	Análisis de desempeño .....	134
15.4	ASPECTOS LEGALES .....	135
15.4.1	Propiedad Intelectual .....	138
15.5	GASTOS DE PERSONAL .....	138
15.6	GASTOS DE PUESTA EN MARCHA .....	141
15.7	GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACIÓN.....	141
16	FINANZAS.....	143
16.1	FUENTES DE FINANCIACIÓN.....	143
16.2	FORMATOS FINANCIEROS.....	144
16.3	INDICADORES FINANCIEROS .....	149
16.3.1	Tasa Interna de Retorno .....	149

16.3.2	VPN .....	150
16.3.3	Punto de Equilibrio .....	150
17	PLAN OPERATIVO.....	152
17.1	METAS SOCIALES.....	152
17.2	IMPACTO .....	154
17.2.1	Impacto Económico, Regional, Social y Ambiental.....	154
18	RESUMEN EJECUTIVO.....	156
19	CONCLUSIONES .....	161
	BIBLIOGRAFÍA.....	162

## LISTA DE TABLAS

	Pág
Tabla 1: Plan de Negocio Fondo Emprender .....	38
Tabla 2: Pregunta 1; Encuesta.....	71
Tabla 3: Pregunta 2; Encuesta.....	72
Tabla 4: Pregunta 3; Encuesta.....	73
Tabla 5: Pregunta 4; Encuesta.....	74
Tabla 6: Pregunta 5; Encuesta.....	75
Tabla 7: Pregunta 6; Encuesta.....	76
Tabla 8: Pregunta 7; Encuesta.....	76
Tabla 9: Presupuesto.....	97
Tabla 10: Estructura del Mercado .....	101
Tabla 11: Ingresos de TI .....	101
Tabla 12: Capacidad Mano de Obra Instalada.....	103
Tabla 13: Ventas Anuales Producto.....	104
Tabla 14: Incremento Anual Precio .....	104
Tabla 15: Ciclicidad Ventas en el Año .....	105
Tabla 16: Proyecciones Mercado Real a Cinco (5) Años .....	106
Tabla 17: Proyecciones Mercado Potencial a Cinco (5) Años.....	106
Tabla 18: Proyecciones Porcentajes de Efectividad.....	106
Tabla 19: Proyección de Unidades Vendidas.....	106
Tabla 20: Presupuesto de Ventas Año 1.....	107
Tabla 21: Presupuesto de Ventas Año 2.....	107

Tabla 22: Presupuesto de Ventas Año 3.....	108
Tabla 23: Presupuesto de Ventas Año 4.....	108
Tabla 24: Presupuesto de Ventas Año 5.....	108
Tabla 25: Ficha Técnica.....	112
Tabla 26: Presupuesto por unidad año 1.....	117
Tabla 27: Materia Prima.....	118
Tabla 28: Compras de Materia Prima Mensual.....	118
Tabla 29: Formato conteo de software; Ejemplo.....	119
Tabla 30: Análisis DOFA.....	127
Tabla 31: Estrategias DOFA.....	128
Tabla 32: Manual de funciones.....	134
Tabla 33: Costo de constitución de la sociedad.....	137
Tabla 34: Gasto de personal.....	139
Tabla 35: Parafiscales y prestaciones sociales.....	140
Tabla 36: Costo de Constitución Sociedad Limitada.....	141
Tabla 37: Arriendo de bodega.....	141
Tabla 38: Estado de Pérdidas y Ganancias.....	145
Tabla 39: Balance General.....	146
Tabla 40: Flujo de Caja.....	148
Tabla 41: TIR.....	149
Tabla 42: VPN.....	150
Tabla 43: Punto de Equilibrio.....	150
Tabla 44: Resumen Proyecciones de Venta.....	158
Tabla 45: Utilidad Proyectada.....	158



## LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pág
Ilustración 1: Ingresos del Sector TI - Colombia .....	25
Ilustración 2: Crecimiento de las Ventas del Sector Tecnología (2003-2006) .....	29
Ilustración 3: Compradores Potenciales del Mercado de Software de Bogotá .....	30
Ilustración 4: Exportaciones Totales Colombianas, China (2004-2006) .....	31
Ilustración 5: Cobertura Nacional Educación Básica y Media (2002-2008).....	58
Ilustración 6: Cobertura Nacional Educación Superior (2001-2008).....	59
Ilustración 7: Evolución del Mercado de TI en América Latina .....	59
Ilustración 8: Evolucion del Mercado de TI en Colombia.....	60
Ilustración 9: Crecimiento Industria de Software en Colombia .....	60
Ilustración 10: Salario Mensual Ingeniería de Sistemas e Ingeniería Electrónica en América Latina .....	61
Ilustración 11: Jornada Laboral América Latina .....	61
Ilustración 12: Incremento Número de Trabajos (2005-2007) .....	62
Ilustración 13: Días de Indemnización por Despido sin Justa Causa (2006) .....	63
Ilustración 14: Índice de Disponibilidad Mano de Obra calificada .....	63
Ilustración 15: Número de Graduados Universitarios de Carreras Administrativas Ingeniería de TI.....	64
Ilustración 16: Inversión en Telecomunicaciones Como Porcentaje del PIB .....	64
Ilustración 17: Distribución.....	87
Ilustración 18: Cotización Fedex.....	88
Ilustración 19: Estrategia de comunicación.....	91

Ilustración 20: Costo Publicidad.....	92
Ilustración 21: Empaque Wen Yu .....	95
Ilustración 22: Distribución Para Librerías.....	115
Ilustración 23: Distribución Para Compras por Internet .....	115
Ilustración 24: Imágenes de la Bodega .....	121
Ilustración 25: Seguridad de la Bodega.....	121
Ilustración 26: Ubicación Zona Franca de Occidente.....	123
Ilustración 27: Porcentaje de Utilización de Adobe Flash.....	124
Ilustración 28: Funcionamiento AJAX .....	125
Ilustración 29: Estructura Organizacional.....	132
Ilustración 30: Cuadro Análisis de Desempeño .....	135

## TABLA DE ANEXOS

	Pag
Anexos 1. Lineamientos Taller de Grado 1.....	174
Anexos 2. Inscritos Premio Santander. ....	187
Anexos 3. Solicitud Inscripción Soporte Lógico (Software).....	188
Anexos 4: Minuta de constitución.....	193
Anexos 5: Hoja de Vida; Luis Eduardo Canaria.....	200
Anexos 6: Proyección de crédito Banco Av Villas .....	201
Anexos 7: Proyección de crédito Banco Davivienda.....	201
Anexos 8: Proyección de crédito Banco de Bogotá.....	201

## INTRODUCCIÓN

La Globalización es un proceso que afecta a todos, a unos para bien y a otros para mal, creando la necesidad de poder compartir un mismo idioma con diferentes personas, dejando de ser un lujo para pocos y sí una obligación para muchos. Las barreras comerciales se han estado acabando, los países Asiáticos y principalmente China se han ido convirtiendo en potencias comerciales, relegando a países como Alemania y el propio Estados Unidos, desatando así una batalla comercial en precios, distribución y alta calidad, obligando , como decía Charles Darwin, a que solo sobreviva el más apto,

Tomando lo anterior como referencia, surgió la idea de la creación de un plan de negocio, como trabajo de tesis de grado en el 2010, para un Software capaz de enseñar los aspectos más importantes del Mandarín a personas de habla hispana, en un principio de Colombia, pero con la visión de poder expandirlo a América Latina.

El principal objetivo de este plan de negocio es analizar todos los aspectos necesarios para la creación del Software, con la elaboración de los contenidos más completos, fáciles de entender y didácticos ofrecidos en el mercado colombiano. También es demostrar la utilidad que el Software tendría en personas de negocios, estudiantes y viajeros.

Por último, se espera que este plan de negocios sea un buen punto de partida para el desarrollo de nuevos e innovadores Software, de tipo exportación, creados en Colombia.

## 1 TÍTULO

Cesar Augusto Bernal (2006, 80) define en su libro *Metodología de la Investigación*, que: “El título debe mostrar el tema y, en particular, el problema que va a investigarse, que igualmente debe reflejarse en todo proceso del desarrollo del estudio, (...) el título puede modificarse durante el desarrollo de la investigación”.

Por su parte, José Cegarra Sánchez (2004, 192) en su libro *Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica*, hace énfasis en la elección de palabras para la construcción del título para así no salirse del tema específico.

Según Mohammad Naghi Namakforoosh (2005, 62) en su libro *Metodología de la investigación*, que el título de el problema “Es la presentación racional de lo que se investigara, precede al plan de la investigación y debe presentar una idea clara y precisa del problema

Para definir el nombre del producto se deben realizar dos (2) cosas. Primero, se debe consultar el posible nombre en la Homonimia Nacional, que es revisar sí el nombre ya fue registrado en la Cámara de Comercio<sup>1</sup> por parte de alguna empresa o comerciante. Para esta revisión se debe ingresar a <http://camara.ccb.org.co/portal/default.aspx> y en la parte de servicios en línea se encuentra el link de “Homonimia Nacional”.

La segunda parte depende del estilo de nombre que se quiere colocar al Software, en este caso llevará un nombre derivado del idioma chino. Para lograr lo anterior, se debe revisar si las opciones de los nombres, pronunciados en español, tienen algún significado coherente en chino. Por ejemplo, Coca Cola, al ingresar al mercado Chino, adopto 4 caracteres para lograr el mejor significado sin ninguna confusión., “kě kǒu kě lè” fue la palabra elegida. Según la profesora de Mandarín de la Pontificia Universidad Javeriana Guiling Liu el 3 de Marzo de 2010, Kě (可) deriva de la palabra literal poder (可以), kǒu significa boca (可口), los dos juntos significan algo rico, algo crocante, algo que brinda una

---

<sup>1</sup> Camara de Comercio de Bogota. Por nuestra sociedad. Disponible. Abril 2 de 2010. En <http://camara.ccb.org.co/portal/default.aspx>

sensación agradable a la boca. kě lè (可乐) viene de la palabra feliz y se puede interpretar como algo que genera felicidad.

A la hora de elegir el nombre para el producto se analizaron tres (3) opciones. La primera opción fue Xi Yu (西语), que significa “Literatura Occidente”. La segunda opción era Lao Yu (老语), que podría significar “Vieja Literatura”. La tercera opción era Wen Yu (文语) que podría significar “Escritura/Lengua/Cultura/Civilización Literatura”. La opción que será el nombre del producto es Wen Yu, ya que su significado se acopla perfectamente a la idea de negocio.

Según Homonimia Nacional, hay una persona natural registrada con el nombre de Yu Wenrui con matrícula 0000306372 activa de Barranquilla. También se encuentra registrada una persona natural con el nombre de Wen Yuan con matrícula 0001365173 cancelada. Lo que quiere decir que Wen Yu no presenta ningún inconveniente de ser utilizado en el plan de negocio como nombre para el Software.

Por consiguiente, y basándose en la idea de Cesar Augusto Bernal (80), el título para esta investigación será Implementación de un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada al diseño y comercialización de “Wen Yu”, software especializado en la enseñanza del idioma mandarín / español, español / mandarín para las instituciones, maestros, alumnos y viajeros interesados en enseñar y aprender el mandarín en Colombia, ya que él hace énfasis en que “El título debe ser general, en cuanto recoge la esencia del tema que va a tratarse, pero específico en cuanto debe referirse al problema objetivo de investigación” .

## 2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 2.1 ANTECEDENTES

Se parte de un punto clave, como reza el artículo 67 de la Constitución Política de Colombia de 1991 “La educación formara al Colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento, cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente”.

De lo anterior, se puede remitir al Plan Nacional de Desarrollo para Colombia 2006-2010, que al hacer referencia a alcanzar la inclusión digital, se debe tener acceso y servicio universal a las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC) donde “Se definan acciones para el fortalecimiento del bilingüismo en los alumnos y maestros de las instituciones públicas educativas”<sup>2</sup>.

Hoy por hoy, el aprendizaje de un segundo idioma es una obligación en el siglo XXI. Primero se debía aprender Inglés por ser el idioma más utilizado en los negocios, pero ahora, uno de los idiomas con más futuro es el Mandarín, ya que China demuestra ser la economía más influyente del mundo con un crecimiento del 8,8% en el 2010, liderando el crecimiento mundial que será de 2,4%<sup>3</sup> para el 2010.

Para el aprendizaje del Inglés, por ejemplo, se encuentran programas como Aba English<sup>4</sup>, dedicado a la enseñanza del idioma por internet. Su programa está basado no solo en hablar, pronunciar y entonar bien, si no en escribirlo sin faltas ortográficas. Utilizan tecnología muy avanzada en reconocimiento de voz, con lecciones basadas en situaciones cotidianas y ejercicios escritos.

Por otro lado, se encuentran distintos programas para el aprendizaje del Mandarín. Existe la pagina web <http://www.chino-china.com>, que ofrece servicios como “Cursos de

---

<sup>2</sup> Plan Nacional de Desarrollo, Op. Cit., p. 217. Febrero 26 de 2010

<sup>3</sup> Centro de Noticias ONU. ONU estima 2.4% de crecimiento económico para 2010. Marzo 15 de 2010 En <http://www.un.org/spanish/News/fullstorynews.asp?newsID=17183&criteria1=crecimiento&criteria2=>

<sup>4</sup> Aba English. The best way to learn english. Marzo 8 de 2010. En <http://www.abaenglish.com/>

mandarín, diccionario español, traducción de nombres, cultura, caligrafía, pintura, música, artículos, foros y intercambio lingüístico”<sup>5</sup>.

También se cuenta con el libro “Chino para Dummies”, creado bajo la premisa de identificación de un tema útil, luego complementarlo con contenidos fáciles y respaldado por autores reconocidos<sup>6</sup>. Este libro cuenta con la ayuda de un CD ROM, con 32 conversaciones que complementan el contenido.

Como otra opción ofrecida para el aprendizaje de mandarín, existen cursos que se pueden tomar directamente en China, como el ofrecido por Mandarin Training Center, La Escuela de Shanghái<sup>7</sup>, que brinda diferentes cursos en Shanghái, desde campamentos de verano para jóvenes hasta los 17 años, como cursos intensivos para adultos, que van desde los 18 años en adelante, con una intensidad horaria de hasta 32 horas por semana.

En Colombia, no existen muchas opciones para el aprendizaje del Mandarín. Algunos son proyectos menos masificados que otros, como StudioMandarin<sup>8</sup>, un centro para el aprendizaje de este idioma ubicado en Av. Cra. 30 # 85 A - 15, Bogotá D.C., que entre su portafolio de productos se encuentran cursos para niños, cursos empresariales y cursos para jóvenes y adultos, como también cursos especializados para colegios y universidades, empresas, turistas y preparación para examen HSK. Es un curso de modalidad presencial, presentando una inflexibilidad de tiempo para los estudiantes que deberían cumplir con los horarios preestablecidos.

También se encuentran cursos online como ChinesePod<sup>9</sup>, una forma de aprender Mandarín por medio de lecciones de audio, herramientas para el estudio en el celular y prácticas de pronunciación con un profesor en tiempo real, lo que ofrece gran flexibilidad en tiempo para los estudiantes. Sin embargo presenta un inconveniente, el curso está diseñado en Mandarín / Inglés, Inglés / Mandarín, lo que le dificulta en gran medida, a muchos colombianos, el aprendizaje de esta lengua asiática.

---

<sup>5</sup> Aprender Chino y Descubrir China.. Marzo 15 de 2010. En <http://www.chino-china.com/>

<sup>6</sup> ABRAHAM, Wendy. Chino Para Dummies: Traductor María Mercedes Correa. Bogotá: Grupo editorial Norma, 2007.

<sup>7</sup> La Escuela De Shanghái: Cursos de Chino en Shanghái a Tu Medida. Marzo 15 de 2010. En <http://mandarintrainingcenter.com/>

<sup>8</sup> StudioMandarin. Marzo 15 de 2010. En <http://www.studiomandarin.com/>

<sup>9</sup> ChinesePod. Marzo 15 de 2010. En <http://chinesepod.com/>



Según el diario El Colombiano<sup>10</sup>, un estudio realizado por el Ministerio de Educación en el 2008, reveló que solo el 1% de la población en Colombia, alrededor de 453,478 personas según datos del DANE<sup>11</sup>, tienen un nivel intermedio de Inglés y solo 35.000 personas tienen un nivel avanzado.

Según Doing Business<sup>12</sup>, que proporciona medidas objetivas de las regulaciones de negocios y sus aplicaciones en cerca de 183 economías de distintos países, sus ciudades más importantes y sus regiones, Colombia es un país apto para la realización de diferentes negocios. La reconocida protección a los inversores resalta por tener un alto grado de transparencia, siendo el doble del promedio de América Latina (AL) y de su fortaleza de protección de inversores que es casi el doble del promedio de la misma región. Se denotan buenos aspectos a la hora de comenzar o abrir un negocio, se deben realizar nueve (9) pasos para la apertura de un negocio, los mismos que el promedio de AL, con un tiempo de demora de 20 días, un tercio del promedio de AL y con un costo del 12% del ingreso per cápita siendo también un tercio del promedio. Por otro lado, es de analizar el comercio transfronterizo, ya que solo se requieren de 14 días para exportar, cuatro (4) menos que el promedio de AL, con un requerimiento de seis (6) documentos para su realización y un pago de aproximadamente \$ 3.400.736 pesos por contenedor.

Sobre la industria de software, según Jordi Mas i Hernández<sup>13</sup>, las tendencias mundiales van dirigidas a soluciones personalizadas, a la prestación de servicios, a la diferenciación de los software debido a la gran competencia y a la disminución de costes finales para reducir el precio respecto a los clientes.

Según Proexport, Colombia representa el segundo sector más grande de América Latina de tecnologías de información (TI), debido al alto crecimiento del sector de software que está compuesto por más de 3.000 mil empresas y 32.000 trabajadores que generan US\$

---

<sup>10</sup> Ramiro Velásquez Gómez. El Colombiano. En inglés hay que llegar al B1 Muy pocos los que lo hablan. Marzo 11 de 2010. En [http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/E/en\\_inglés\\_hay\\_que\\_llegar\\_al\\_b1\\_muy\\_pocos\\_los\\_que\\_lo\\_hablan/en\\_inglés\\_hay\\_que\\_llegar\\_al\\_b1\\_muy\\_pocos\\_los\\_que\\_lo\\_hablan.asp](http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/E/en_inglés_hay_que_llegar_al_b1_muy_pocos_los_que_lo_hablan/en_inglés_hay_que_llegar_al_b1_muy_pocos_los_que_lo_hablan.asp).

<sup>11</sup> Reloj de Población. Población Colombiana Ahora. Marzo 11 de 2010. En [http://www.dane.gov.co/reloj/reloj\\_animado.php](http://www.dane.gov.co/reloj/reloj_animado.php).

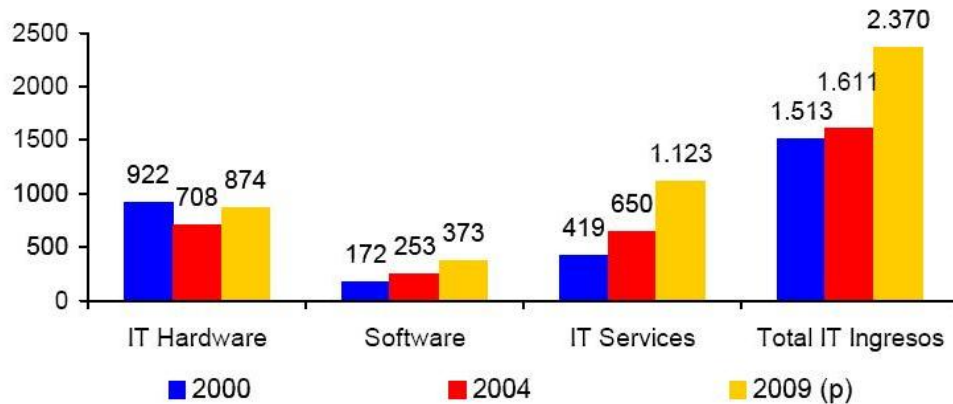
<sup>12</sup> Doing Business. Examine las Economías. Colombia. Abril 12 de 2010. En <http://espanol.doingbusiness.org/ExploreEconomies/?economyid=46>

<sup>13</sup> HERNÁNDEZ, Jordi Mas. Industria del software: mercado, tendencias, y oportunidades para el software libre. Mayo 19 de 2010. En [http://gent.softcatala.org/jmas/conf/programari\\_lliure\\_economia-es.pdf](http://gent.softcatala.org/jmas/conf/programari_lliure_economia-es.pdf)

270 millones al año. Colombia es también el mercado que más crece después de Brasil y México<sup>14</sup>.

### Ilustración 1: Ingresos del Sector TI - Colombia

**Ingresos del Sector TI – Colombia  
2000-2009 (US\$ millones)**



Fuente: IDC Colombia, Business Software Alliance BSA, 2005

Fuente:

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo5709DocumentNo7940.PDF>

A partir de lo anterior se concluye que en la actualidad existen diferentes programas o métodos de estudio de Mandarín enfocados cada uno de diferentes maneras. Algunos son para personas de negocios o ejecutivos, otros para colegios y universidades, otros con métodos de estudio guiados desde internet, algunos únicamente con clases presenciales y otros con profesores nativos o que aprendieron el idioma como segunda lengua.

<sup>14</sup> Proexport Colombia. Industria de Software en Colombia. Abril 4 de 2010. En <http://www.proexport.com.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo5709DocumentNo7940.PDF>.

## 2.2 FORMULACIÓN

En el año 2009, el autor, en su afán de aprender Mandarín, descubrió que existían muchos vacíos en el aprendizaje de este idioma para personas de habla hispana, principalmente colombianas. Descubrió que muchas traducciones provenían del Inglés al español. En otras palabras, las traducciones debían realizarse primero al idioma inglés y luego al idioma español en su respectivo orden y no de mandarín a español directamente, lo que distorsionaba de manera notable el significado original de la palabra. John Daniels afirma que “Traducir fielmente un idioma a otro puede ser difícil (...) algunas palabras no tienen una traducción precisa”<sup>15</sup>.

El autor, basándose no solo en los programas y métodos de estudio citados anteriormente, descubrió que varios, no todos, de esos métodos para el aprendizaje de esta lengua oriental eran desactualizados, poco agradables a la vista, sin mucha conexión entre una lección y la otra y con pocos ejemplos tanto de autocorrección como de sonidos.

También quedan expuestas las falencias para el aprendizaje del mandarín mediante medios electrónicos de fácil acceso que incluyan explicaciones sencillas, flexibles a diferentes horarios, con métodos definidos y sin la ayuda de un profesor la mayoría de tiempo.

En tal contexto, se evidencia la necesidad de un nuevo componente de estudio para el aprendizaje de este idioma, que pueda responder a las necesidades del mercado, en este caso colegios y universidades interesados, ejecutivos y turistas, que contenga como valor agregado, las falencias solucionadas presentadas anteriormente. En un principio, el software estaría aplicado para Colombia, pero la idea principal es, después de estar afianzado en el mercado Colombiano, comercializar el software en Latinoamérica, aprovechando el idioma español como base. Se tendrían que realizar pequeños cambios en el contenido, ya que existen varios regionalismos, pero no se tendría que cambiar todo el contenido.

---

<sup>15</sup> DANIELS, John D. *Negocios Internacionales: Ambientes y operaciones*. 10 ed. México: Pearson, 2004. 62p.

En virtud de lo anterior, la pregunta objeto del estudio es: ¿Será de gran aceptación y utilidad el diseño y comercialización de un Software dedicado a la enseñanza de mandarín / español, español / mandarín, equipado con contenidos coloridos (tipo historietas), sonidos, ejercicios de autocorrección y ejercicios de pronunciación, en un periodo no superior a los (2) años de estudio, enfocado a instituciones, maestros, estudiantes y viajeros en Colombia, y que, realizando pequeños cambios en la metodología se pueda comercializar en distintos países de Latinoamérica?

### 3 JUSTIFICACIÓN

Según John Daniels<sup>16</sup> solo el 6% de los habitantes del mundo hablan Inglés como lengua materna, pero esto constituye el 42% de la producción económica mundial, lo que explica de mejor manera la importancia del aprendizaje de este idioma. Por su parte, según BBC Mundo<sup>17</sup>, se muestra un muy alto crecimiento de la economía China, expandiéndose así 10,7% en el último trimestre de 2009, con un crecimiento total de 8,7% para todo el año. Lo anterior significa que China va rumbo a ocupar el lugar de Japón como segunda economía del mundo, lo que quiere decir que el Mandarín será el idioma más hablado en el mundo si sumamos el número de personas que lo aprenderán para los negocios junto con el 15%<sup>18</sup> de la población total del mundo que ya lo habla.

En Colombia, existen Colegios y Universidades que están implementando dentro de sus asignaturas el aprendizaje del mandarín como lengua extranjera. El colegio Nueva Granada, ubicado en la carrera 2 Este No. 70-20 en Bogotá, con el propósito de ofrecer el mandarín como tercera lengua, firmo un acuerdo con The International Council of the Chinese Language – Hanban in Beijing, El objetivo del acuerdo es establecer un Instituto Confucio en el Colegio. También el British School Cali aprobó como nueva cátedra Chino-Mandarín, de manera no obligatoria. El Dr. Luis Hernán Cuellar argumenta que “En China está el futuro del planeta: 1.200 millones de chinos desplazan a EEUU. En el futuro, el mandarín será tan importante como el inglés hoy”<sup>19</sup>.

En Bogotá, la Universidad de los Andes y la Pontificia Universidad Javeriana son solo dos (2) ejemplos de instituciones de educación superior que enseñan mandarín. Tanto en la Universidad Javeriana como en la Universidad de los Andes, se enseñan 5 niveles de mandarín, con opción de intercambio a China por un año.

---

<sup>16</sup> DANIELS. *Negocios Internacionales: Ambientes y operaciones*, Op. Cit., p. 60

<sup>17</sup> BBC Mundo. China, en camino a ser la segunda economía. Marzo 17 de 2010. En [http://www.bbc.co.uk/mundo/economia/2010/01/100120\\_0438\\_china\\_economia\\_jaw.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/economia/2010/01/100120_0438_china_economia_jaw.shtml).

<sup>18</sup> DANIELS, Op. Cit., p. 60.

<sup>19</sup> The British School Cali. Computador Portatil Reemplaza a los Textos Escolares. Marzo 17 de 2010. En <http://www.thebritishschoolcali.edu.co/noticias.php?noti=8>

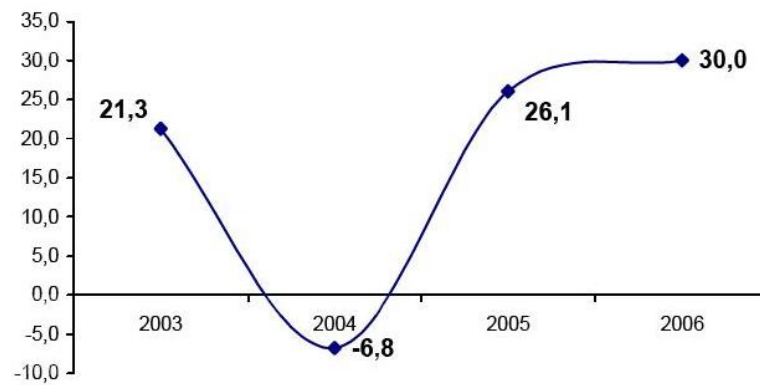
Se puede observar que los colegios y las universidades en Colombia quieren seguir el paso establecido por China en el mundo, pensando en el futuro de los negocios, la economía y los intercambios culturales.

Según Proexport<sup>20</sup>, el crecimiento de las ventas del sector tecnología ha aumentado cerca de un 8,7% entre el 2003 y 2006. Un comportamiento que se atribuye a la alta demanda de las pequeñas y medianas empresas y del sector financiero por aplicaciones de software.

**Ilustración 2: Crecimiento de las Ventas del Sector Tecnología (2003-2006)**

---

**Crecimiento de las ventas del sector Tecnología  
% 2003-2006**



Fuente: BPR Asociados

Fuente:

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo5709DocumentNo7940.PDF>

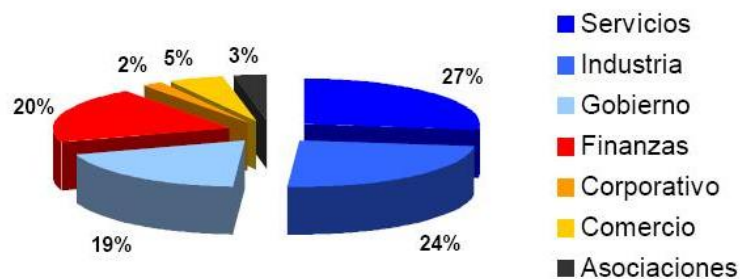
---

<sup>20</sup> Proexport Colombia. Industria de Software en Colombia. Op. Cit., p. 10

Por otro lado, los compradores potenciales del mercado de software en Bogotá están encabezados por el sector de los servicios y la industria, con 27% y 24% respectivamente en el 2005<sup>21</sup>.

### Ilustración 3: Compradores Potenciales del Mercado de Software de Bogotá

**Compradores potenciales del mercado de Software de Bogotá  
% 2005**



Fuente: Balance Tecnológico Cadena Productiva Desarrollo de Software en Bogotá y Cundinamarca Cámara de Comercio de Bogotá

Fuente:

<http://www.proexport.com.co/vBeContent/library/documents/DocNewsNo5709DocumentNo7940.PDF>

El mercado real para el producto serán las instituciones, maestros, alumnos y viajeros interesados en el aprendizaje del Mandarín por medio de un software sin la necesidad de recibir clases en sitios o instituciones especializadas. Proexport, en su informe de turismo correspondiente a Enero de 2009 sobre China, afirma que el consulado chino expidió cerca de 10.000 visas para viajeros colombianos hacia China en el 2008<sup>22</sup>. En el mismo

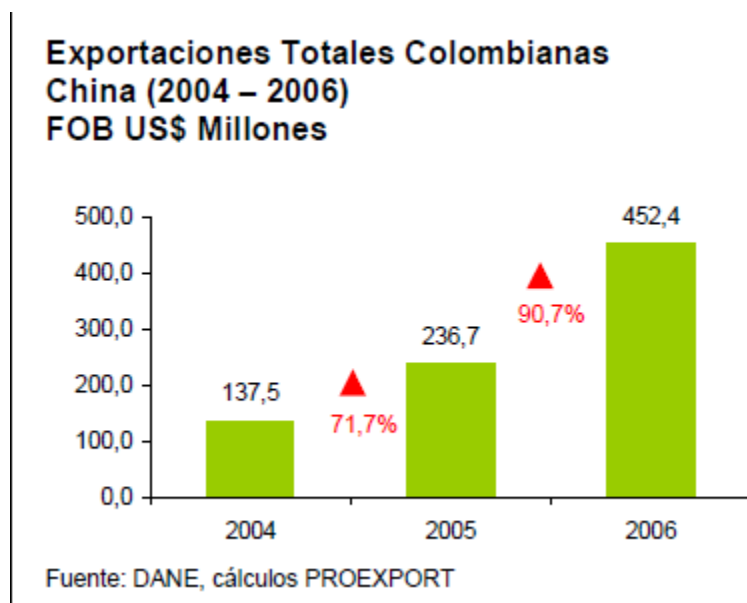
<sup>21</sup> Ibid., p.14

<sup>22</sup> Proexport Colombia. Informe de Turismo China Enero de 2009. Abril 6 de 2010. En <http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo10308DocumentNo8303.pdf>

informe se encuentra el número de viajeros hacia China en el 2007 que fue de 4.000 aproximadamente y en el 2008 de 5.033, lo que representa un incremento de 25,825%.

Lo anterior se podría deber al alto incremento de las exportaciones colombianas hacia China en los últimos años que, entre el año 2005 y 2006, presentaron un crecimiento de 90,7%<sup>23</sup>.

#### Ilustración 4: Exportaciones Totales Colombianas, China (2004-2006)



Fuente: <http://www.proexport.gov.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo8844DocumentNo7291.PDF>

Según el Ministerio de Educación, existen, hasta el 2006, 76 universidades, 93 instituciones universitarias, 59 instituciones tecnológicas y 49 instituciones de educación técnica profesional. Según la misma fuente, el número de estudiantes matriculados en

<sup>23</sup> Informe de tendencias: Comportamiento de exportaciones, turismo internacional e inversión extranjera – China. Abril 6 de 2010. En <http://www.proexport.gov.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo8844DocumentNo7291.PDF>



Colombia para el año 2006 fue de 1'301.728<sup>24</sup>. Para el 2008 existen 279 establecimientos en total y se matricularon 1'444,544<sup>25</sup> estudiantes para un 33,30% de cobertura.

Por otro lado, una de las claves para el éxito del producto es la innovación. Según el *Manual de Oslo: Guía para recogida e interpretación de datos para la innovación* (2005, 58), existen cuatro (4) tipos de innovación: Innovación de producto, de proceso, de mercadotecnia y de la organización. En este caso, abordaremos la innovación de producto.

En el Manual de Oslo (58), en lo referente a la innovación de producto, hace referencia a la nueva utilización de conocimientos o tecnologías, al desarrollo de una nueva utilización del producto, a las mejoras significativas de productos ya existentes, a la adición de nuevas funciones y al diseño.

Wen Yu se distinguirá de sus competidores por adoptar muchas de las características presentadas por el Manual de Oslo sobre la innovación. Se utilizarán nuevos conocimientos para la elaboración de los contenidos más completos, fáciles de entender y didácticos ofrecidos en el mercado. Como nuevas funciones, los contenidos serán muy coloridos en su diseño, con sonidos, ejercicios de autocorrección y ejercicios de pronunciación. Se realizarán mejoras a los productos ya existentes con el fin de crear capítulos tipo historietas, que hagan referencia a situaciones reales, como conversaciones en aeropuertos, restaurantes o simplemente para poder formular preguntas y respuestas, que son algunos de los momentos más usuales vividos por las personas que viajan a China, y la idea es brindar las mejores bases para el mejor desarrollo de estas situaciones.

Este proyecto de Software dedicado a la enseñanza de Mandarín, se presenta como una gran opción para satisfacer los nuevos mercados que se han ido creando en las instituciones educativas. Basándose en la combinación de enseñanza y entretenimiento, cumplirá con las necesidades y expectativas que se irán presentando con el transcurrir de los años.

---

<sup>24</sup>COLOMBIA MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Crece número de estudiantes en educación superior. Abril 6 de 2010. En <http://www.mineduccion.gov.co/cvn/1665/article-119496.html>

<sup>25</sup>\_\_\_\_\_. Estadísticas del sector. Abril 22 de 2010. En [http://menweb.mineduccion.gov.co/info\\_sector/estadisticas/index.html](http://menweb.mineduccion.gov.co/info_sector/estadisticas/index.html)

La multidisciplinariedad del proyecto se basa en la conformación de un equipo de trabajo conformado por Guiling Liu, economista de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y profesora de los niveles 1, 2, y 3 de Mandarín de la Pontificia Universidad Javeriana, quien colaboraría con los contenidos del software y sus posteriores actualizaciones. Lina Sepúlveda, abogada de la Universidad del Rosario, sería la encargada del aspecto legal. Paulo Pérez, Ingeniero de Sistemas de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, realizaría todo el diseño y la programación del software. Iván Alejandro Sánchez, estudiante de octavo semestre de Administración de Empresas en la Pontificia Universidad Javeriana estaría a cargo de la parte administrativa y gerencial. Enrique Sandino, asesor de Taller de Grado 1, MBA y experto en Negocios Internacionales sería el encargado de la parte de mercadeo. Luis Canaria, quien será el encargado, únicamente en el presente taller de grado, de las asesorías contables. Ver Anexo 5.

## 4 MARCO CONCEPTUAL

**Software:** “Conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas para ejecutar ciertas tareas en una computadora”<sup>26</sup>.

**Globalización:** Según José de Acosta, citando a Ulrich Beck, en su libro *Luces y Sombras de la Globalización* (2000, 21) “La Globalidad significa que ningún país del mundo puede vivir al margen de los demás... La Globalidad es una sociedad mundial, percibida y reflexiva”.

Augusto De Venanzi en su libro *Globalización y Corporación: El orden social en el siglo XXI*, (2002, 51) asevera que Globalización es el “(...) Aumento de transacciones comerciales y financieras, creación de un mercado mundial y relocalización de la producción”.

**Mandarín:** Es el dialecto más importante de la lengua China que son lenguas en sí mismas. Hablada por el 70% de la población China<sup>27</sup>.

- Lengua oficial de China<sup>28</sup>.
- En China también existen dialectos como el Wú, Yuè o cantones, Min, Xiang, Hakka, Gàn<sup>29</sup>.

**Tecnologías de Información (TI):** “El sector de tecnologías de información está compuesto por diversas ramas de actividad que comprende Industria, comercio y servicios relacionados, como la fabricación, distribución, instalación y soporte de hardware; los proveedores de acceso a Internet, el desarrollo y la comercialización de software”<sup>30</sup>.

---

<sup>26</sup> Real Academia Española. Diccionario de la lengua Española. Marzo 17 de 2010. En [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=software](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=software)

<sup>27</sup> Proel. Lengua China. Marzo 17 de 2010. En <http://www.proel.org/index.php?pagina=mundo/sino/chino>

<sup>28</sup> Lengua Mon. Lenguas del Mundo. Marzo 17 de 2010. En

[http://www10.gencat.net/pres\\_casa/llengues/AppJava/frontend/llengues\\_detall.jsp?id=652&idioma=6](http://www10.gencat.net/pres_casa/llengues/AppJava/frontend/llengues_detall.jsp?id=652&idioma=6)

<sup>29</sup> Proel, Op. Cit

<sup>30</sup> PUMAREJO, Johanna. Fedesoft. Descripción del sector del software. Abril 5 de 2010. En

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo1458DocumentNo4146.PDF>

**HSK:** “Es la prueba oficial y estandarizada destinada a quienes desean obtener un certificado que les permita acreditar su nivel de conocimientos de chino, se ha convertido en el referente internacional del idioma”<sup>31</sup>.

**Mercado Real:** En diferencia al Mercado Potencial, que se caracteriza por los posibles compradores en un futuro, el Mercado Real se caracteriza por lo clientes que están listos para comprar el producto.

**Servicios:** “Toda actividad que satisface las necesidades individuales o colectivas, diferente a la transferencia de la propiedad de un bien material se define como un servicio”<sup>32</sup>.

**Grupos Étnicos:** “Un grupo étnico es aquel que se diferencia en el conjunto de la sociedad nacional o hegemónica por sus prácticas socioculturales, las cuales pueden ser visibles a través de sus costumbres y tradiciones”<sup>33</sup>.

**Inmigración:** “Movimiento de población que alude a la llegada a un país de personas de otra nacionalidad para establecerse en él”<sup>34</sup>.

**Impuesto Sobre la Renta:** “Este impuesto recae sobre las personas naturales o jurídicas y asimiladas que sean contribuyentes y que en desarrollo de su actividad hayan recibido ingresos susceptibles de constituir incremento en su patrimonio”<sup>35</sup>.

**4 P:** Producto, precio, plaza y promoción. Son 4 variables de la mezcla de mercadeo introducidas por Philip Kotler en su libro Marketing Management en 1970<sup>36</sup>.

**7 P:** Son las 4 P más perceptibles, procesos y personas.

---

<sup>31</sup> Universia. Estudios Internacionales. Abril 6 de 2010. En <http://internacional.universia.net/seccionEspecial.jsp?idEspecial=135&idSeccion=5981&title=EXAMEN-OFICIAL-HSK>

<sup>32</sup> Colombia Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Servicios. Mayo 19 de 2010. En <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/NewsDetail.asp?ID=4092&IDCompany=6>

<sup>33</sup> Colombia Aprende: La red del conocimiento. Grupos étnicos. Mayo 19 de 2010. En <http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/article-84457.html>

<sup>34</sup> World Reference. Inmigración. Mayo 19 de 2010. En <http://www.wordreference.com/definicion/inmigraci%C3%B3n>

<sup>35</sup> Actualícese: El portal de los contadores públicos. Información sobre el impuesto a la renta y complementarios. Mayo 19 de 2010. En <http://actualicese.com/editorial/recopilaciones/Muisca/RUT/Rutyrenta.htm>

<sup>36</sup> Mercadeo.com. Cuatro o siete Ps...? Mayo 17 de 2010. En [http://www.mercadeo.com/06\\_cuatroPs.htm](http://www.mercadeo.com/06_cuatroPs.htm)

**AJAX:** “Acrónimo de Asynchronous JavaScript And XML (en inglés «JavaScript y XML asíncronos»). Técnica de desarrollo web para crear aplicaciones interactivas mediante la combinación de tres tecnologías ya existentes: HTML, DOM y Java Script”<sup>37</sup>.

**Cluster:** “(...) recoge el concepto de agrupaciones de empresas complementarias e interconectadas”<sup>38</sup>.

**Documentos Conpes:**

“Los Documentos CONPES tienen como objetivo direccionar la aplicación conjunta de políticas, instrumentos y estrategias en las acciones de los Municipios, Departamento y Nación que mejoren las condiciones socio económicas de los sectores y grupos poblacionales de un territorio o región dada, y que permita desarrollar la productividad y competitividad del territorio, a partir de la eficiencia en la aplicación de los recursos técnicos y financieros”<sup>39</sup>.

**Pymes:** Término para nombrar la pequeñas y medianas empresas.

**Benchmarking:** Estrategia de mercado que consiste en realizar análisis de la competencia, preferiblemente del líder, con el fin de adoptar para negocio propio algunas características que este tiene.

---

<sup>37</sup> Web Taller. Qué es Ajax. Septiembre 16 de 2010. En <http://www.webtaller.com/maletin/articulos/que-es-ajax.php>

<sup>38</sup> Comunidad Cluster, Medellín y Antioquia. Cluster. Oct 4 de 2010. En <http://www.camaramed.org.co/quees.html>

<sup>39</sup> Colombia Alcaldía Distrital de Buenaventura. Documentos Conpes. Oct 6 de 2010. En <http://www.buenaventura.gov.co/index.php?tipo=seccion&seleccion=77&full=0>

## 5 MARCO TEÓRICO

El marco teórico, para Mauricio Castillo Sánchez (60, 2004) en su libro *Guía para la formulación de proyectos de investigación*, “También podría interpretarse como el sustento académico del proyecto propuesto, el cual se construye a partir exhaustivo análisis y disertación en torno a la teoría existente relacionada con el problema de investigación (...)”<sup>40</sup>. Significa que su propósito es mostrar las bases con las cuales el plan de negocio está sustentado.

### 5.1 PLAN DE NEGOCIO

Sergio Viniegra (33, 2007) en su libro *Entendiendo el Plan de Negocios* afirma que, según su experiencia, existen ocho pasos para la creación de un plan de negocio:

1. Plan de Producto
2. Plan financiero
3. Plan de mercadotecnia
4. Plan operativo
5. Plan administrativo
6. Plan legal
7. Descripción de la empresa
8. Sumario ejecutivo

Según Harvard Business (13, 2007), en el libro *Crear un Plan de Negocios*, el plan de negocio “(...) puede combinar algunos elementos, agregar secciones nuevas, eliminar otras. Sin embargo, es necesario incluir la información crucial que sus lectores necesitan saber en relación a un negocio en particular”.

El plan de negocio del Fondo Emprender, será de mucha utilidad a la hora de consultar los contenidos que deben incluir los conceptos. Por ejemplo, el concepto es Estrategias de Distribución y el contenido explicado por Fondo Emprender es “Especifique alternativas

---

<sup>40</sup> CASTILLO SANCHEZ, Mauricio. *Guía para la formulación de proyectos de investigación*. Colombia: Cooperativa Editorial Magisterio, 2004. 60p.

de penetración, alternativas de comercialización, distribución física nacional ó internacional, estrategias de ventas, presupuesto de distribución, tácticas relacionadas con distribución, canal de distribución a utilizar. Estrategias de comercialización”<sup>41</sup>.

A continuación el Plan de Negocio del Fondo Emprender<sup>42</sup>:

**Tabla 1: Plan de Negocio Fondo Emprender**

<p><b>SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE - SENA</b></p> <p><b>FONADE</b></p> <p><b>FONDO EMPRENDER</b></p> <p><b>PLAN DE NEGOCIO</b></p> <p><b>RESUMEN EJECUTIVO</b></p>
--

## MERCADO

### Investigación de Mercados

CONCEPTO		CONTENIDO
Definición de Objetivos		Defina los objetivos a lograr con el desarrollo de su proyecto, teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y los demás que usted considere relevantes.
Justificación y Antecedentes del Proyecto		Justifique las razones para el desarrollo del proyecto teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y las demás que usted considere relevantes para la justificación de su proyecto. Así mismo relacione los antecedentes del proyecto
Análisis del Sector		Consigne el estudio realizado acerca del desarrollo tecnológico e industrial del sector; comportamiento del sector en los últimos 3 años, su evolución y tendencia prevista a corto, mediano y largo plazo.
Análisis de Mercado		Elabore un diagnóstico de la estructura actual del mercado nacional y/o de los países objetivos; defina el mercado objetivo, justificación del mercado objetivo, estimación del mercado potencial, consumo aparente, consumo per cápita, magnitud de la necesidad, otro; estimación del segmento/ nicho de mercado (tamaño y crecimiento), Perfil del Consumidor y/o del cliente. importaciones y exportaciones del producto/ servicio a nivel nacional y mercados objetivos (países);Relacione los productos sustitutos y productos complementarios
Análisis de la Competencia		Identificación de principales participantes y competidores potenciales; análisis de empresas competidoras; Relación de agremiaciones existentes; Análisis del costo de mi producto/servicio frente a la competencia; Análisis de productos sustitutos; Análisis de precios de venta de mi producto /servicio (P/S) y de la competencia; Imagen de la competencia ante los clientes; Segmento al cual esta dirigida la competencia; Posición de mi P/S frente a la competencia.

### Estrategias de Mercado

CONCEPTO	CONTENIDO
----------	-----------

<sup>41</sup> Colombia Fondo Emprender. Guía del plan de negocios. Mayo 19 de 2010. En <http://www.fondoemprender.com/home.asp>

<sup>42</sup> Ibid.

Concepto del Producto ó Servicio	Descripción básica, especificaciones o características, aplicación/ uso del producto o servicio (por Ej. Si el B/S es de consumo directo, de consumo intermedio, etc.), diseño, calidad, empaque y embalaje, fortalezas y debilidades del producto o servicio frente a la competencia
Estrategias de Distribución	Especifique alternativas de penetración, alternativas de comercialización, distribución física nacional ó internacional, estrategias de ventas, presupuesto de distribución, tácticas relacionadas con distribución, canal de distribución a utilizar. Estrategias de comercialización.
Estrategias de Precio	Presente un análisis competitivo de precios, precio de lanzamiento, punto de equilibrio, condiciones de pago, seguros necesarios, impuestos a las ventas, costo de transporte, riesgo cambiario, preferencias arancelarias, tácticas relacionadas con precios, posible variación de precios para resistir guerra de precios. Explique la manera mediante la cual definió el precio.
Estrategias de Promoción	Explique ó describa la estrategia de Promoción dirigida a clientes y canales (descuentos por volúmenes o por pronto pago), manejo de clientes especiales; conceptos especiales que se usan para motivar la venta, cubrimiento geográfico inicial y expansión; presupuesto de promoción, Costo estimado de promoción lanzamiento y publicidad del negocio. Precio de lanzamiento y comportamiento esperado del precio (tasa de crecimiento)
Estrategias de Comunicación	Explique la estrategia de difusión de su producto ó servicio; explique las razones para la utilización de medios y tácticas relacionadas con comunicaciones. Relacione y justifique los costos.
Estrategias de Servicio	Relacione los procedimientos para otorgar Garantías y Servicio Postventa; mecanismos de atención a clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros), formas de pago de la garantía ofrecida, comparación de políticas de servicio con los de la competencia.
Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo	Cuantifique y justifique los costos en que se incurre en las estrategias de mercadeo antes relacionadas(Producto, Precio, Plaza, Promoción)
Estrategias de Aprovisionamiento	Describa la forma de aprovisionamiento, precios de adquisición, políticas crediticias de los proveedores, descuentos por pronto pago ó por volumen, en caso afirmativo establecer las cuantías, volúmenes y/o porcentajes etc. Definir si los proveedores otorgan crédito, Establezca los plazos que se tiene para efectuar los pagos

### Proyecciones de Ventas

RECUADRO	CONTENIDO
Proyección de Ventas y Política de Cartera	Defina cantidades de ventas por periodo (mensualmente, trimestralmente, o semestralmente, el primer año y los totales por año, para el periodo de evaluación del negocio (este periodo es variable acorde con la naturaleza del negocio), teniendo en cuenta las demandas estacionales en caso de presentarse, así como los aumentos. Determine los ingresos (en \$) de acuerdo a la estrategia de precio y a la proyección de unidades vendidas. Cada producto debe tener asociado la posición arancelaria de Importación /Exportación. La proyección de ventas debe ser producto de un análisis en el que se haya utilizado un método de proyección como los relacionados en la caja de selección que ofrece el sistema. Explique cual es la fuente de los datos históricos y las razones por las que se utilizó el método seleccionado. Defina si dadas las condiciones del mercado se requiere otorgar crédito a los clientes. En caso afirmativo establecer los plazos de la cartera y los porcentajes respecto del valor de la venta.

### OPERACIÓN

#### Operación

CONCEPTO	CONTENIDO
Ficha Técnica del Producto ó Servicio	Describa las características técnicas del producto o servicio a desarrollar: capacidad, cualidades, diseño, tamaño, tecnología, características fisicoquímicas, condiciones climáticas, factores ambientales, características de empaque y embalaje, almacenaje, etc.
Estado de Desarrollo	Describa del estado del arte del bien o servicio ó el avance que se tiene del nuevo bien o servicio a desarrollar



Descripción del Proceso	Relacione y Describa en forma secuencial cada una de las actividades y procedimientos que forman parte del flujo del proceso de producción de su producto ó servicio En caso de subcontratación describir el proceso que es responsabilidad de la empresa (hacer diagrama de flujo de proceso, e insertarlo como archivo adjunto)
Necesidades y Requerimientos	Relacione las materias primas e insumos requeridos en el proceso de producción de su producto por cada unidad de producto y por período de producción; Tecnología requerida: descripción de equipos y máquinas; capacidad instalada requerida; mantenimiento necesario; Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas; Mano de obra operativa especializada requerida. Cuantificación del PRESUPUESTO requerido para el cubrimiento de las necesidades y requerimientos.
Plan de Producción	Tomando como referencia el plan de ventas, establezca las cantidades a producir por período, teniendo en cuenta las políticas de inventario de acuerdo con la naturaleza del negocio. Programa de producción (cuantifique la producción de unidades de producto por periodo de tiempo; por Ej. Cajas de tomate por /mes, número de almuerzo producidos y vendidos por mes, Etc.), presente el incremento de la producción en el tiempo por Ej. primer mes = 0 cajas de 50 unidades,.....quinto mes = 300 cajas de 50 unidades, ....sexto mes= 400 cajas de 50 unidades, ... mes n= 1000 cajas de 50 unidades

### Plan de Compras

RECUADRO	CONTENIDO
Consumos Por Unidad de Producto	Basado en el Plan de Producción, identifique, describa y justifique la cantidad de cada insumo que se requiere para producir una unidad de producto, registrando la información requerida por el sistema.

### Costos de Producción

CONCEPTO	CONTENIDO
Costos de Producción	Relacione el Costo de las materias primas (definiendo precio por unidad de medida), precios actuales, y comportamiento esperado y/o tendencias, Costo de los insumos (definiendo precio por unidad de medida). Costo de transporte de productos terminados. \$/ por unidad de medida. Costos de los materiales de empaque. Costo de mantenimiento de la maquinaria y equipo (por año). Costo de mantenimiento de instalaciones. En los casos que sea necesario establecer costo de repuestos. En los casos que se requiera, establecer el costo del arrendamiento de instalaciones de maquinaria y equipo, ó de lotes o terrenos. Requerimiento de mano de obra directa por periodo (Ej.: por semana, por mes, etc.). Costo de mano de obra directa por periodo en horario <b>normal</b> . En los casos que se requiera, establecer si existe estacionalidad en el requerimiento de mano de obra para la operación del negocio. Costos adicionales de mano de obra directa por concepto de labores que se deben desarrollar en horas extras. Costo por periodo de mano de obra indirecta. Costo estimado de los servicios públicos para el componente de producción. Costos estimados de mantenimiento y repuestos para el componente productivo del negocio.

### Infraestructura

CONCEPTO	CONTENIDO
Infraestructura	Relacione las máquinas a adquirir indicando la función de cada una de ellas en la producción ó servicio, relacione el mobiliario y las herramientas a utilizar en su proceso productivo, indicando el costo unitario de adquisición de cada maquina, herramienta y mobiliario. Costo de construcción y/o remodelación de las instalaciones requeridas. Requerimiento de equipos, muebles e instalaciones para la parte administrativa y de gestión comercial. Establezca si estas forman parte de las inversiones fijas o se adquieren por el sistema de arrendamiento.
Parámetros Técnicos Especiales	Para los negocios del sector agropecuario, entre otros, defina los parámetros técnicos como: Niveles de conversión alimenticia, tasas de mortalidad, tasas de natalidad, tasas de morbilidad, carga animal, Toneladas por /ha, densidad de plantas por /ha, etc.

## ORGANIZACIÓN

## Estrategia Organizacional

CONCEPTO	CONTENIDO
Análisis DOFA	El análisis debe contener la relación de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que se identifican en el producto. Esa relación debe complementarse obligatoriamente con una descripción del impacto estimado para cada una de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas registradas. Adicionalmente, frente al impacto identificado, se debe describir la estrategia a seguir para mitigar o controlar los impactos negativos y conservar o sostener los impactos positivos.
Organismos de Apoyo	Identifique y relacione las entidades tanto privadas como oficiales que vienen apoyando el proceso. Descripción del apoyo en la fase de definición del negocio, en la implementación del mismo. Describa el apoyo previsto para la etapa de operación del negocio.

## Estructura Organizacional

CONCEPTO	CONTENIDO
Estructura Organizacional	Describa la estructura organizacional incluyendo los niveles directivo, administrativo y operativo. Igualmente la conformación de la Junta Directiva, incluyendo la participación de cada uno de los miembros. Relacione los cargos previstos y el número de empleados por cada cargo.

## Aspectos Legales

CONCEPTO	CONTENIDO
Constitución Empresa y Aspectos Legales	Especifique el Tipo de sociedad que conformaría, cual es su estado legal actual; Legislación vigente (normas urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, tributaria, protección intelectual y ambiental) que regule la actividad económica, la comercialización de los Productos ó Servicios, Normas o Política de distribución de utilidades.

## Costos Administrativos

CONCEPTO	CONTENIDO
Gastos de Personal	Registre los pagos estimados por concepto de salarios (sueldo, prestaciones sociales, subsidios, parafiscales), pagos al destajo o jornales, honorarios a cancelar, una vez empiece a operar la empresa, identificando mensualmente los valores por cargo durante el primer año. Igualmente, registre los gastos o costos por concepto de dotaciones, uniformes.
Gastos de Puesta en Marcha	Relacione y Cuantifique los gastos por concepto de arranque y puesta en operación de la empresa, tales como registros, certificados, permisos, licencias, estudios, etc.
Gastos Anuales de Administración	Registre los gastos administrativos estimados, valorizados en forma anual, como servicios públicos.

## FINANZAS

### Ingresos

CONCEPTO	CONTENIDO
----------	-----------

Fuentes de Financiación	Especifique la cuantía de los aportes de los emprendedores, especificando si se trata de recursos en efectivo o aportes en bienes y servicios, estableciendo si los recursos se aplican a la etapa de implementación o a la etapa de operación del negocio. Si se tiene previsto incorporar recursos de crédito al negocio, se requiere contar con la información básica del crédito: cuantía, destinación de los recursos (para inversiones fijas, para capital de trabajo, etc.), plazo, forma de pago, tasa de interés etc. Igualmente, se hace necesario definir la Tasa de rentabilidad, efectiva anual, a la cual aspiran los emprendedores del negocio.
Formatos Financieros	Baje y diligencie los archivos de Balance inicial y proyectado, Estado de Resultados y Flujo de Caja. Tenga en cuenta que los periodos de proyección (para n años) deberán estar en función de la naturaleza del negocio, no obstante en ningún caso n podrá ser inferior a 2, una vez diligenciados los formatos utilice la opción que el sistema ofrece para subirlos.

## Egresos

CONCEPTO	CONTENIDO
Egresos	Ingrese la siguiente información: Índice de Actualización monetaria, que representa la tasa anual de crecimiento esperada de los egresos, Inversiones Fijas y Diferidas a efectuar. También deberá ingresar en el respectivo cuadro los Costos de Puesta en Marcha.

## Capital de Trabajo

CONCEPTO	CONTENIDO
Capital de Trabajo	Son los recursos que el emprendedor necesita para financiar la operación del negocio, suficientes hasta el momento de recuperar las ventas, como: adquisición de materia prima, adquisición de insumos, pago de mano de obra, costos de transportes, compra de materiales de empaque, arrendamientos, servicios públicos, etc. (costos operacionales).

## PLAN OPERATIVO

### Plan Operativo

CONCEPTO	CONTENIDO
Cronograma de Actividades	Es la herramienta que permite registrar las actividades, recursos y tiempos en el cual se desarrollará el plan de negocio, a través de esta herramienta se podrá hacer seguimiento a los avances, utilización de los recursos y gestión, con el fin de observar en forma clara la realización del proyecto. Para cada actividad registre las metas a lograr y los requerimientos de recursos por período.

### Metas Sociales

CONCEPTO	CONTENIDO
Metas Sociales del Plan de Negocio	Especifique cuales son las metas sociales a lograr con la puesta en marcha del plan de negocio
Plan Nacional de Desarrollo	Especifique como se enmarca el proyecto presentado en los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo (digitar obligatoriamente)
Plan Regional de Desarrollo	Especifique como se enmarca el proyecto presentado en los objetivos del Plan Regional de Desarrollo, (digitar obligatoriamente)
Cluster ó Cadena Productiva	Indique a que cluster o cadena productiva se asocia el proyecto propuesto, identificando en que fase de la cadena se integra digitar obligatoriamente
Empleo	Para cada empleo directo a generar, deberá seleccionar el mes a partir del cual empezará a pagar el salario registrado, adicionalmente, debe seleccionar para cada uno de ellos que características de "población vulnerable" cumple, si es el caso.
Emprendedores	Ingresar en los campos de beneficiario con la opción si/no, igualmente debe ingresar el porcentaje de la participación accionaria para cada uno.

## IMPACTO

CONCEPTO	CONTENIDO
Impacto Económico, Regional, Social, Ambiental	Describa los aspectos de su Plan de Negocio que según su criterio generarían impacto Económico, Social y Ambiental cuantificando los resultados del impacto por ejemplo en generación de empleo directo en las diferentes fases del proyecto, ventas nacionales y exportaciones, cobertura de población objetivo, clientes, consumidores, y proveedores de materias primas e insumos, planes de mitigación ambiental, compensación, ó corrección, y cuantificar su costo de implementación y mantenimiento

## RESUMEN EJECUTIVO

### Resumen Ejecutivo

CONCEPTO	CONTENIDO
Concepto del Negocio	Describa en forma concreta los objetivos que se persiguen con la puesta en operación del proyecto, actividades económicas a las que se dedicará, la función social que cumplirá, las necesidades del mercado a satisfacer, mercado objetivo, etc.
Potencial del Mercado en Cifras	Resuma con cifras el potencial de mercados regionales, nacionales e internacionales que tiene el bien o servicio
Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor	Ventajas más destacadas (comerciales, técnicas, operacionales, financieras, etc.) del producto ó servicio, que según su criterio le permitirá asegurar el éxito y valores agregados con respecto a lo existente ó la competencia.
Resumen de las Inversiones Requeridas	Defina las principales inversiones, aportes de los socios, recursos solicitados al Fondo Emprender
Proyecciones de Ventas y Rentabilidad	Resuma las cantidades a vender, los precios de venta estimados, por periodo, y la rentabilidad esperada el proyecto, en términos de la tasa interna de retorno.
Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad	Concretamente presente las principales bondades financieras y sustente la viabilidad comercial (mercados), técnica, ambiental, legal y operativa.

### Equipo de Trabajo

CONCEPTO	CONTENIDO
Resumen Ejecutivo	Presentación de los datos básicos del proyecto y del grupo de trabajo (Asesores y Emprendedores), que hacen parte del proyecto.

## ANEXOS

CONCEPTO	CONTENIDO
Anexos	Documentos relacionados con el plan de negocio

Fuente: <http://www.fondoemprender.com/>

El plan de negocio del Fondo Emprender cuenta con una plataforma creada para la realización de los aspectos financieros llamada Plataforma Bogotá Emprendedora, la cual

será utilizada en el presente plan de negocio. Esta plataforma se puede conseguir en la misma página web del modelo de plan de negocio.

La plataforma aligera la realización del estado de resultados, balance general, flujo de caja y proyección, pero presenta inconvenientes importantes que desmejoran su funcionamiento. A continuación de enumeraran los inconvenientes de la plataforma:

1. A la hora de realizar las proyecciones, se puede proyectar el precio, el valor de las ventas e inclusive el aumento de los costos por año, pero no se puede proyectar el mercado, es decir, las mismas unidades a vender se mantienen en todos los años suponiendo que nunca se venderán mas unidades.
2. No arroja el resultado de la Tasa Interna de Retorno (TIR) si el proyecto no registra un endeudamiento.
3. La plataforma no registra el valor de la seguridad social.

Este plan de negocio, también será elaborado según Rodrigo Varela, que afirma que “El empresario trata (...) de recoger toda la información que está a su alcance sobre la oportunidad de negocio en consideración, la procesa, le define estrategias para su manejo y evalúa si ella tiene o no todo el potencial que él o ella espera en particular”<sup>43</sup>. Este libro también fue utilizado por el autor en la clase de Ideas y Oportunidades de Negocio en la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá.

Rodrigo Varela afirma que el plan de negocio buscar dar respuestas a los 5 interrogantes más grandes de los empresarios, inversionistas, financistas, proveedores, compradores etc. Los interrogantes son:

1. ¿Qué es y en qué consiste el negocio?
2. ¿Quién dirigirá el negocio?
3. ¿Cuáles son las causas y razones del éxito?
4. ¿Cuáles son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr las metas previstas?

---

<sup>43</sup> VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresa. 2 ed. Bogotá: Pearson Education, 2001. 160p.

5. ¿Qué recursos se requieren para llevar a cabo el negocio y que estrategias se van a usar para conseguirlos?<sup>44</sup>

Para este autor, el plan de negocio debe prepararse cuidadosamente y con realismo, y para ello indica algunas razones de elaboración del plan de negocio como:

- Permite hacer una evaluación real de potencial de la oportunidad de negocio.
- Determina las variables críticas del negocio, o sea aquellas cuyas fluctuaciones podrían afectar sustancialmente el proyecto.
- Permite identificar posibles fatales para el éxito del negocio.
- Permite reducir los riesgos del proyecto, al tomar decisiones con más información y de mejor calidad.
- Establece objetivos y metas de corto y largo plazo.
- Entrega al empresario el primer supuesto y con ellos la primera herramienta administrativa de su empresa.
- Es una herramienta absolutamente necesaria para la búsqueda y consecución de los recursos del proyecto, especialmente para los recursos financieros. Toda entidad de crédito, inversionista, socio, ángel, o toda compañía de riesgo, lo primero que exige para analizar el negocio es el plan de negocio<sup>45</sup>.

A la hora de realizar un plan de negocio, Varela afirma que el empresario debe demostrar tres atributos básicos de su producto:

- a) Que dispone de un excelente producto/servicio con suficientes clientes dispuestos a adquirirlo.
- b) Que cuenta con un excelente grupo empresarial y un excelente grupo humano en lo técnico y en lo administrativo.

---

<sup>44</sup> Ibid., p.160

<sup>45</sup> Ibid., p.162

- c) Que tiene bien definidas las formas de operaciones, requerimientos de recursos, resultados potenciales y estrategias que permitan lograr todas las metas previstas<sup>46</sup>.

## 5.2 ETAPAS DEL PLAN DE NEGOCIO

Los planes de negocio pueden variar según el cronograma y los análisis de sus etapas que se quieran realizar<sup>47</sup>. En este plan de negocio, y basándonos en Rodrigo Varela, las principales etapas son:

- Análisis de Mercado: Tiene como objetivo determinar, entre otras cosas, la existencia real de clientes, la disposición de ellos de pagar el precio establecido, cantidad demandada para la elaboración de una proyección de ventas, la identificación de los canales de distribución, análisis DOFA, análisis del entorno etc.
- Análisis Técnico: Tiene como objetivo central definir la posibilidad de lograr el producto o servicio deseado en la cantidad, con la calidad y el costo requerido.
- Análisis Administrativo: Definir las necesidades del perfil del grupo, empresarial y de personal que el negocio exige, las estructuras y los estilos de dirección, los mecanismos de control, políticas de administración de personal, etc.
- Análisis Legal y Social: Tiene como objetivo definir la posibilidad legal y social que existe, para que el negocio se establezca y opere.
- Análisis Económico: Tiene como objetivo central, determinar las características económicas del proyecto; para ello se deben identificar las necesidades de inversión, ingresos, costos, gastos, utilidad, punto de equilibrio, etc.
- Análisis de Valores Personales: Busca determinar la adecuación de la posición personal del empresario en aspectos legales, éticos, morales y de gusto personal<sup>48</sup>.

---

<sup>46</sup> Ibid., p.163

<sup>47</sup> Ibid., p.164

<sup>48</sup> Ibid., p. 165

El documento final será un documento de negocios y no académico, por eso deberá tener las siguientes características en su escritura:

- a) Ser muy conciso. No debe tener más de 60 páginas y solo debe presentar lo que en realidad es trascendente.
- b) Escrito en idioma de negocios.
- c) Excelente redacción y ortografía. El documento debe ser leíble, con ideas bien concatenadas.
- d) Estar escrito para lograr objetivos específicos. Debe hacer énfasis en especificar las estrategias y las metas que justifiquen las decisiones del lector.
- e) Ser evaluativo. El propósito no es esconder debilidades y resaltar fortalezas, es mostrar la realidad del negocio, su potencial y las formas de contrarrestar las debilidades<sup>49</sup>.

Por otra parte, Cesar Augusto Bernal, autor estudiado en la clase de Investigación Cuantitativa – Cualitativa en la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, será el autor más utilizado para las definiciones correspondientes a la metodología de la investigación, como la elaboración del título, de la introducción, del planteamiento del problema etc. Como complemento, se citan autores como José Cegarra Sánchez y Mohammad Naghi Namakforoosh.

Respecto a los contenidos en Mandarín, Guiling Liu es la principal fuente de datos. Guiling, de nacionalidad China, profesora de los niveles 1,3 y 5 de Mandarín en la Pontificia Universidad Javeriana, siendo profesora del autor durante dos años, es experta en contenidos para el aprendizaje de Mandarín en Colombia.

Por parte de John Daniels, autor del libro *Negocios Internacionales: Ambientes y operaciones*, muy utilizado en la clase de Globalización y TLC en la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, se obtendrá bibliografía respecto a los negocios internacionales enfatizados en la utilización del Mandarín como idioma. Podremos encontrar cifras sobre idiomas comparando, el Inglés contra el mandarín, explicaciones sobre traducciones internacionales etc.

---

<sup>49</sup> Ibid., p. 169



Para hacer referencia a los aspectos legales y sociales, este plan de negocio estará basado, principalmente, en la Constitución Política de Colombia de 1991 y sobre los pasos para la constitución de una empresa descritos por la cámara de comercio de Bogotá, disponibles en <http://camara.ccb.org.co/portal/default.aspx>. También se toma como referencia al Código Sustantivo del Trabajo, a la DIAN, al Código de Comercio del Ministerio de industria y turismo colombiano y al Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010.

En el análisis económico, Enrique Sandino Vargas<sup>50</sup>, Contador Público, experto en Negocio Internacionales, apoyará el plan de negocio con sus conocimientos sobre VPN, TIR, presupuesto de ventas, presupuesto de compras, estados de pérdidas y ganancias, presupuesto de caja, balance general, etc.

Respecto a la bibliografía correspondiente a la elaboración del plan de negocio, se utilizará el libro de Rodrigo Varela *Innovación empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas*, visto en la clase de Ideas y Oportunidades de Negocio dictada por el área de emprendimiento de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá.

Para la elaboración de este plan de negocio, se seguirán las normas técnicas ofrecidas por Icontec llamadas *Trabajos escritos: Presentación y referencias bibliográficas*, del año 2009. Mientras que, los contenidos del plan de negocio estarán basados en lo lineamientos de taller de grado uno (TG1), elaborados por el área de emprendimiento de la pontificias Universidad Javeriana de Bogotá. Ver Anexo 1

---

<sup>50</sup> SANDINO, Enrique. MBA, Experto en Negocio Internacionales. Bogota, 2010.

## 6 OBJETIVOS

### 6.1 OBJETIVO GENERAL

Elaboración de un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada al diseño y comercialización de un Software dedicado a la enseñanza del Mandarín / Español, Español / Mandarín en Colombia, enfocado a instituciones, maestros, alumnos y viajeros interesados en aprender Mandarín y que, realizando cambios en el contenido, se haga posible su comercialización en países de Latinoamérica.

### 6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Idear los contenidos del software con sonidos, ejercicios de autocorrección y ejercicios de pronunciación. Estarán organizados por capítulos, tipo historietas, en situaciones reales de vida.
- ✓ Identificar el mercado objetivo mediante un exhaustivo análisis del mercado, análisis del sector, análisis del usuario y análisis de la competencia, haciendo énfasis en las instituciones educativas, maestros, alumnos y viajeros, con el fin de establecer el mercado real y el mercado potencial.
- ✓ Realizar análisis de la competencia, con el fin de detectar las falencias específicas de precio que estos presentan y así poder aprovecharlas para uso propio y convertirlas en oportunidades a la hora de desarrollar el software.
- ✓ Realizar el estudio financiero correspondiente, para obtener el presupuesto de ventas, presupuesto de compras, gastos, estados de pérdidas y ganancias proyectados a cinco (5) años junto con el presupuesto de caja y el balance general.
- ✓ Hacer énfasis en el Manual de Oslo<sup>51</sup>, con el fin de innovar en el producto nuevos conocimientos o tecnologías, desarrollar nuevas utilidades, crear mejoras significativas de productos ya existentes para lograr beneficio y adicionar nuevas funciones y diseños.

---

<sup>51</sup> OCDE y EUROSTAD. Manual de Oslo: Guía para recogida e interpretación de datos para la innovación. 3 ed. OECD/ European Communities, 2005. 194 p.

## 7 METODOLOGÍA

<b>OBJETIVO ESPECIFICO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>HERRAMIENTAS</b>	<b>ASIGNATURAS</b>	<b>FUENTES</b>
<p>Crear e idear los contenidos del software con sonidos, ejercicios de autocorrección y ejercicios de pronunciación. Estarán organizados por capítulos, tipo historietas, en situaciones reales de vida.</p>	<p>Creación de los contenidos del Software según lo especificado en el plan de negocio</p>	<p>Planeación de contenidos en mandarín y español</p>	<p>Mandarín I, II.</p>	<p>Fuentes Primarias: Temas tratados en clase de Mandarín I, II, ofrecida por Guiling Liu.</p>
<p>Identificar el mercado objetivo mediante un exhaustivo análisis del mercado, análisis del sector, análisis del usuario y análisis de la competencia, haciendo énfasis en las instituciones educativas, maestros, alumnos y viajeros, con el fin de establecer</p>	<p>Identificar los clientes para el software ubicados principalmente en las instituciones educativas, maestros y alumnos.</p>	<p>Análisis del mercado, análisis del sector, análisis del usuario y análisis de la competencia.</p>	<p>Investigación de Mercados y Gerencia de Mercadeo</p>	<p>Fuentes Primarias: Temas tratados en clase de Investigación de Mercados y Gerencia de Mercadeo</p> <p>Fuentes secundarias: Libro Fundamentos de Marketing de Philip Kotler y Gary Armstrong</p>

el mercado real y el mercado potencial.				
Realizar análisis de la competencia, con el fin de detectar las falencias que estos presentan y así poder aprovecharlas para uso propio y convertirlas en oportunidades a la hora de desarrollar el software.	Análisis de software y productos creados para la enseñanza de idiomas	Benchmarking	Principios de Mercadeo y Gerencia de Mercadeo	<p>Fuentes Primarias: Temas tratados en la clase de Gerencia de Mercadeo.</p> <p>Fuentes Secundarias: Libro Fundamentos de Marketing de Philip Kotler y Gary Armstrong</p>
Realizar el estudio financiero correspondiente , para obtener el presupuesto de ventas, presupuesto de compras, gastos, estados de pérdidas y ganancias proyectados a tres años junto con el presupuesto de caja y el balance general.	Realizar los pronósticos financieros necesarios para la planeación y elaboración del software.	Pronósticos financieros.	Finanzas Básicas, Valoración de inversiones, Gerencia Financiera.	<p>Fuentes Primarias: Temas tratados en clases de Finanzas Básicas, Valoración de inversiones, Gerencia.</p> <p>Fuentes secundarias: Asesorías brindadas por Enrique Sandino. Libro Contabilidad: sistema de</p>

				información para las organizaciones de Gonzalo Sinisterra, Luis Enrique Polanco y Harvey Henao
Hacer énfasis en el Manual de Oslo <sup>52</sup> , con el fin de innovar en el producto nuevos conocimientos o tecnologías, desarrollar nuevas utilidades, crear mejoras significativas de productos ya existentes para nuestro beneficio y adicionar nuevas funciones y diseños	Mantener la innovación como la clave del éxito del producto. Crear un software que la innovación sea su mayor ventaja competitiva.	Investigación y desarrollo continuo.	Habilidades Emprendedoras	Fuentes Secundarias: Manual de Oslo.

<sup>52</sup> Manual de Oslo: Guía para recogida e interpretación de datos para la innovación. Op. Cit.,.

## 8 RESTRICCIONES

Durante la realización de este plan de negocio, se han presentado situaciones que alteran el normal desarrollo de la investigación. Algunas de estas restricciones fueron:

- Poca información disponible sobre software dedicados a la enseñanza del mandarín, lo cual dificulta el análisis de la competencia.
- Dificultad para la planeación de los contenidos en Mandarín.
- Dificultad para conformar un buen equipo de trabajo para la planeación y posible elaboración del software, especialmente por ser de mandarín.
- El auge del Mandarín aun no se ha desarrollado en su totalidad en Colombia.
- Se presenta un problema cultural ya que muchos estudiantes entienden la importancia del mandarín pero evidencian, al mismo tiempo, un rechazo a este idioma por su fama de difícil y su no utilización de letras.

## 9 RECURSOS

Para una excelente elaboración de este plan de negocio, se debe contar con una serie de recursos capaces de complementarse entre sí. Esos recursos están compuestos por:

**Recursos Humanos:** La multidisciplinariedad del proyecto se basa en la conformación del equipo de trabajo conformado por Guiling Liu, economista de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y profesora de los niveles 1, 2, y 3 de Mandarín de la Pontificia Universidad Javeriana, quien colaboraría con los contenidos del software y sus posteriores actualizaciones. Lina Sepúlveda, abogada de la Universidad del Rosario, sería la encargada del aspecto legal. Paulo Pérez, Ingeniero de Sistemas de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, realizaría todo el diseño y la programación del software. Iván Alejandro Sánchez, estudiante de octavo semestre de Administración de Empresas en la Pontificia Universidad Javeriana estaría a cargo de la parte administrativa y gerencial. Enrique Sandino Vargas, asesor de Taller de Grado 1, MBA y experto en Negocios Internacionales quien sería el encargado de las asesorías en mercadeo. Luis Canaria, quien será el encargado, únicamente en el presente taller de grado, de las asesorías contables.

**Recursos Tecnológicos:** Para la realización de este plan de negocio se hace necesario dos (2) computadores con acceso a internet, el primero estará dotado con los mejores programas para la realización del software, incluyendo programas de diseño y programación, que será utilizado por el ingeniero de sistemas Paulo Pérez. El segundo equipo deberá estar equipado con Office 2010, cuyos programas más utilizados serán Excel y Word.

**Recursos Físicos:** El software será desarrollado en la comodidad del lugar de residencia del Ingeniero Paulo Pérez. El empalme con los contenidos del software se realizarán en la oficina ya establecida de Guiling Liu y se hará necesario el alquiler de una bodega para el almacenamiento de los software mínimos de inventario.

Se hace indispensable el acceso permanente a las bases de datos de la Pontificia Universidad Javeriana,, que ya están disponibles para el acceso de Iván Sánchez. Las bases de datos mas utilizadas serán Books@Ovid e Ebrary.

Recursos de Dinero:

<b><u>Actividad</u></b>	<b><u>Cantidad</u></b>	<b><u>Valor Unitario</u></b>	<b><u>Total</u></b>
Gastos en Transporte	62 x mes	\$1.300	\$80.600
Fotocopias	50 x mes	\$60	\$3000
Impresiones	60 x 3 meses	\$100	\$6000
Software de la competencia	3 x año	Descarga Gratis	\$0
Internet	Mensualidad Telmex	\$90.000	\$90.000

Recursos de Tiempo:

<b><u>Tutorías / Asesorías</u></b>	<b><u>Tiempo</u></b>	<b><u>Valor</u></b>
Reunión Tutor de Tesis	2 Horas x semana	No aplica
Reunión Asesoría Mandarín	1 Hora x semana	No aplica
Asesoría Extra Sobre Tesis <sup>53</sup>	1 Hora x semana	No aplica

<sup>53</sup> LIU Guiling, Economista y Profesora de Mandarín, Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá 2010.



## 10 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### 10.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

Wen Yu estará ubicado en el sector de servicios de software, que se encuentra en el mercado de tecnologías de información. El sector de tecnologías de información “está compuesto por diversas ramas de actividad que comprende Industria, comercio y servicios relacionados, como la fabricación, distribución, instalación y soporte de hardware; los proveedores de acceso a Internet, el desarrollo y la comercialización de software”<sup>54</sup>.

Tomando algunos datos de Daniel Hernández Rojas<sup>55</sup>, se encuentra que Colombia:

- Población total: 45 millones aprox.
- 20% de la población con de estrato alto (9 millones aprox.)
- 17% de la población vive con menos de \$1 dólar al día<sup>56</sup>.
- 49.2% de la población es pobre.
- Círculos de miseria en crecimiento.
- Centros urbanos importantes: Bogotá, Medellín, Barranquilla, Cali, Cartagena, Cúcuta, Pereira.
- Tasa de crecimiento poblacional: 1.06%
- Grupos étnicos: Indígenas; Wayuu, Nasa, Embera, Zenú (los más numerosos).
- 2.6 Hijos por mujer en la actualidad.
- Inmigración: Los grupos más importantes son; Árabes, Judíos, Gitanos, Españoles, Italianos, Alemanes, entre otros
- Migración Interna
  - 27 millones de habitantes cambiaron de ciudad.
  - 1'896.105 desplazados por la violencia

---

<sup>54</sup> PUMAREJO, Op. Cit ., p.3.

<sup>55</sup> CLASE DE ECONOMÍA COLOMBIANA. Profesor Daniel Hernández Rojas. Segundo semestre de 2008: Bogotá, Colombia.

<sup>56</sup> SANDINO, Op. Cit

- Idioma: El idioma oficial es el castellano.
- Religión: 90% son Católicos, 7% Judíos, Protestante, Musulmán. 3% repartido en pequeñas religiones y no creyentes.
- Economía colombiana = Quinta más grande de América.
- La moneda nacional es el Peso Colombiano.
- Desde el 2002 la economía colombiana ha crecido a un ritmo promedio de 5,3% anualmente
- Acuerdos comerciales: Comunidad Andina de Naciones, Área de Libre Comercio de las Américas, Ley de Preferencias Arancelarias Andinas, Grupo de los Tres.
- Ingreso promedio por trabajador en promedio es de \$680.000 pesos mensual.
- 7'650.000 personas viven con menos de US \$1.5 diarios.

Según el Banco de la Republica de Colombia:

- Tasa de desempleo del 11,3%<sup>57</sup> en el año 2009.
- Inflación 2009: 2%<sup>58</sup>
- Inflación corrida del año 2010: 1.82%<sup>59</sup>
- TRM: 1823,05 (25-10-2010)<sup>60</sup>

Se prevé que la industria de software, junto con la industria de los servicios de externalización de procesos, de la industria farmacéutica y servicios de ingeniería aporten 625 mil nuevos empleos en Colombia<sup>61</sup>.

---

<sup>57</sup> BANCO DE LA REPUBLICA COLOMBIA., Junta Directiva del Banco de la República presenta Informe al Congreso. En <http://www.banrep.gov.co/sala-prensa/index.html>

<sup>58</sup> Revista Semana. EN 2009 Colombia obtuvo la inflación histórica mas baja: 2 por ciento. Mayo 17 de 2010. En <http://www.semana.com/noticias-macroeconomia/2009-colombia-obtuvo-inflacion-historica-baja-ciento/133350.aspx>

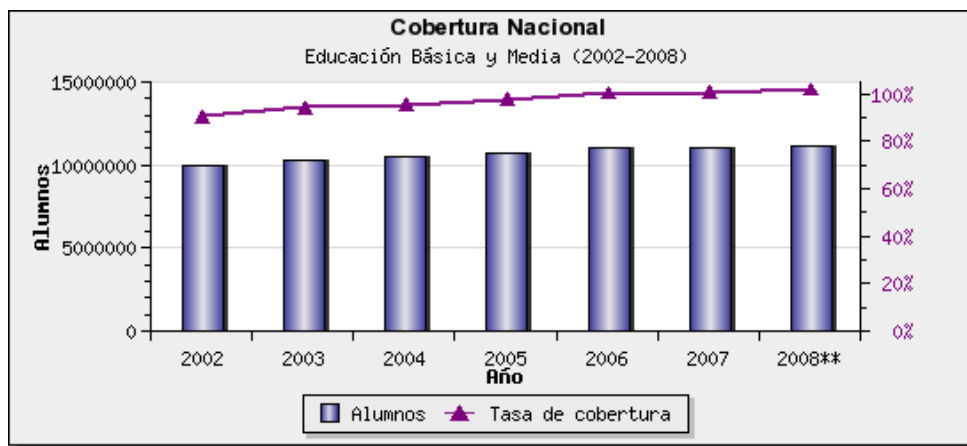
<sup>59</sup> Ibid. Inflación anual a marzo. Abril 22 de 2010. En <http://www.banrep.gov.co/index.html>

<sup>60</sup> Ibid., TRM. Abril 22 de 2010. En <http://www.banrep.gov.co/>

Carlos Villate, gerente general de Internacional Data Corporation<sup>62</sup> afirma que no se puede calcular el valor que aporta el sector de las telecomunicaciones (software) en el PIB, ya que se mide como gasto de la gente y no como inversiones.

Según el Ministerio de Educación Nacional<sup>63</sup>, en Colombia en el 2008 se tuvo una cobertura de educación básica y media cercana al 80%, y como ocurrió en el 2007, cerca de 11 millones de estudiantes asistieron a clases de educación básica primaria, secundaria y media, de los cuales 9.170.199 de estudiantes asistieron a establecimientos oficiales, mientras que 1.873.646 lo hicieron en establecimientos no oficiales.

**Ilustración 5: Cobertura Nacional Educación Básica y Media (2002-2008)**



Fuente: [http://menweb.mineducacion.gov.co/info\\_sector/estadisticas/index.html](http://menweb.mineducacion.gov.co/info_sector/estadisticas/index.html)

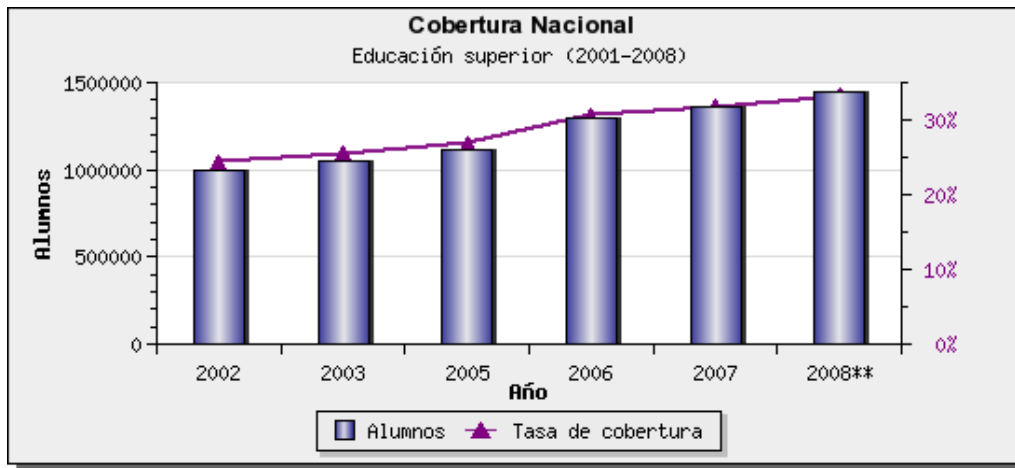
En educación superior, para el 2008 se matricularon 1'444,544 significando una cobertura del 33.30%.

<sup>61</sup> Diario La Republica Colombia. Genera 625 mil empleos: El reto de los ocho nuevos sectores. Oct 25 de 2010. En [http://www.larepublica.com.co/archivos/ECONOMIA/2010-09-11/generar-625-mil-empleos-el-reto-de-los-ocho-nuevos-sectores\\_110250.php](http://www.larepublica.com.co/archivos/ECONOMIA/2010-09-11/generar-625-mil-empleos-el-reto-de-los-ocho-nuevos-sectores_110250.php)

<sup>62</sup> Diario La Republica Colombia. Sector TI crecerá mas del 7%. Oct 25 de 2010. En [http://www.larepublica.com.co/archivos/TECNOLOGIA/2010-01-26/sector-ti-crecera-mas-de-7\\_91761.php](http://www.larepublica.com.co/archivos/TECNOLOGIA/2010-01-26/sector-ti-crecera-mas-de-7_91761.php)

<sup>63</sup> COLOMBIA MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Estadísticas del sector. Abril 22 de 2010. En [http://menweb.mineducacion.gov.co/info\\_sector/estadisticas/index.html](http://menweb.mineducacion.gov.co/info_sector/estadisticas/index.html)

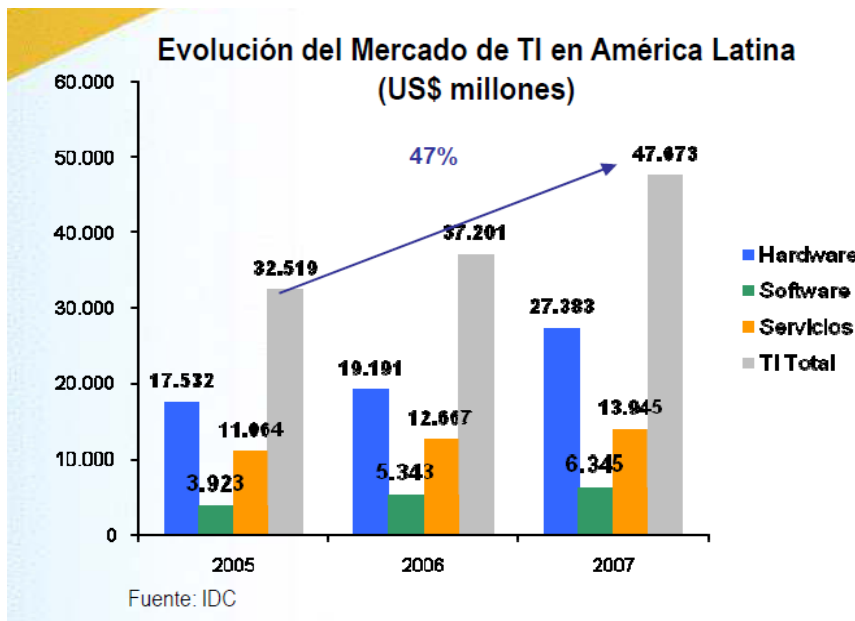
**Ilustración 6: Cobertura Nacional Educación Superior (2001-2008)**



Fuente: [http://menweb.mineducacion.gov.co/info\\_sector/estadisticas/index.html](http://menweb.mineducacion.gov.co/info_sector/estadisticas/index.html)

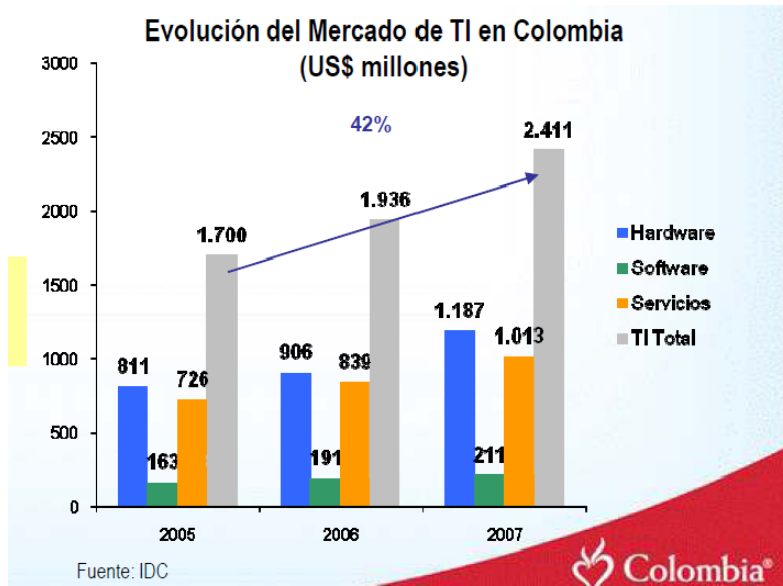
Según Proexport<sup>64</sup>, el mercado de tecnologías de información crecerá al 11%, mientras que América Latina lo hará al 12%

**Ilustración 7: Evolución del Mercado de TI en América Latina**



<sup>64</sup> COLOMBIA. PROEXPORT. Invierta en Colombia: Trabajo, compromiso, ingenio. Sector Software. Septiembre de 2009. Abril 21 de 2010. En [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070\\_Sector%20Software.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070_Sector%20Software.pdf)

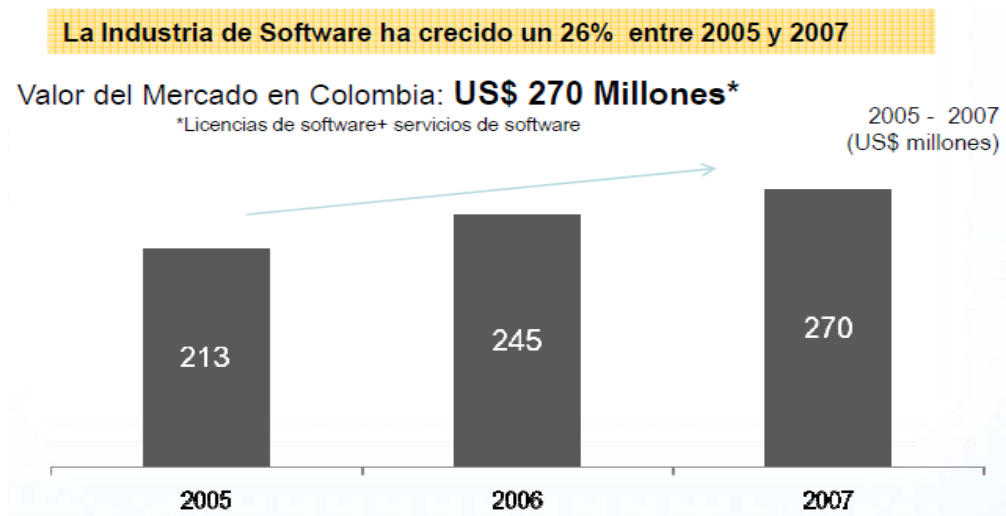
**Ilustración 8: Evolución del Mercado de TI en Colombia**



Fuente: [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070\\_Sector%20Software.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070_Sector%20Software.pdf).

El mercado del software es un mercado creciente, con un incremento del 26% entre 2005 y 2007.

**Ilustración 9: Crecimiento Industria de Software en Colombia**



Fuente: [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070\\_Sector%20Software.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070_Sector%20Software.pdf), p 15

Los ingenieros de sistemas y los ingenieros electrónicos son los trabajadores más capacitados para la elaboración de software. Según la Universidad Uruguaya de ORT, un aspecto del perfil de un Ingeniero de sistemas es “desempeñarse con éxito como creadores de software, consultores independientes, líderes de proyectos o gerentes de sistemas”<sup>65</sup>. Para Universitaria de Investigación y Desarrollo<sup>66</sup>, el Ingeniero electrónico está en la capacidad de diseñar sistemas y equipos electrónicos análogos y digitales. Sus salarios se encuentran entre los más competitivos de América Latina por encontrarse entre los más bajos.

**Ilustración 10: Salario Mensual Ingeniería de Sistemas e Ingeniería Electrónica en América Latina**

**Los salarios más competitivos en América Latina  
US\$ 2007 (salario mensual)**

	Ingeniería de Sistemas	Ingeniería Electrónica
Chile	5,574.43	5,674.72
Brasil	3,873.67	3,943.86
Perú	2,944.06	2,997.51
Mexico	2,658.67	2,706.64
Argentina	1,753,40	1,784.93
Colombia	1,452.00	2,064.00

Fuente: Salary Expert - Human Capital

Fuente: [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070\\_Sector%20Software.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070_Sector%20Software.pdf) . p. 5

Colombia posee la jornada laboral diurna más extensa de América Latina, desde las 6 am hasta las 10 pm, lo que genera bajos costos de salarios al tomar horas que se deberían pagar como nocturnas, diurnas.

**Ilustración 11: Jornada Laboral América Latina**

<sup>65</sup> Universidad ORT, Uruguay. Ingeniería en Sistemas. Abril 21 de 2010. En [http://www.ort.edu.uy/index.php?cookie\\_setted=true&id=AAAHAGAC&redir=1](http://www.ort.edu.uy/index.php?cookie_setted=true&id=AAAHAGAC&redir=1)

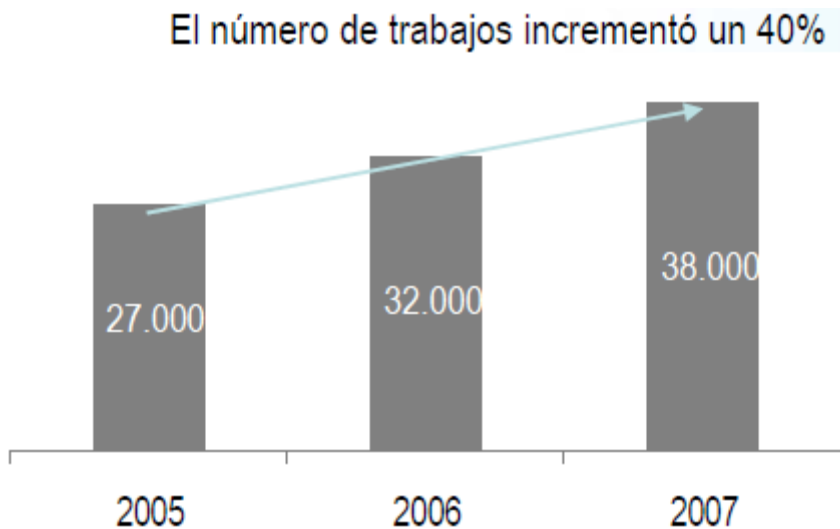
<sup>66</sup> Universitaria de Investigación y Desarrollo. Ingeniería Electrónica. Abril 21 de 2010. En <http://www.udi.edu.co/paginas/programas/electronica.htm>

País	Diurna	Nocturna
Colombia	6 a.m. - 10 p.m.	10 p.m. - 6 a.m.
México	6 a.m. - 8 p.m.	8 p.m. - 6 a.m.
Costa Rica	5 a.m. - 7 p.m.	7 p.m. - 5 a.m.
Ecuador	6 a.m. - 7 p.m.	7 p.m. - 6 a.m.
Argentina	6 a.m. - 9 p.m.	9 p.m. - 6 a.m.

Fuente: [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070\\_Sector%20Software.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070_Sector%20Software.pdf). p.7

El mercado creciente del software genero un incremento del 40% en el número de trabajos entre el 2005 y el 2007.

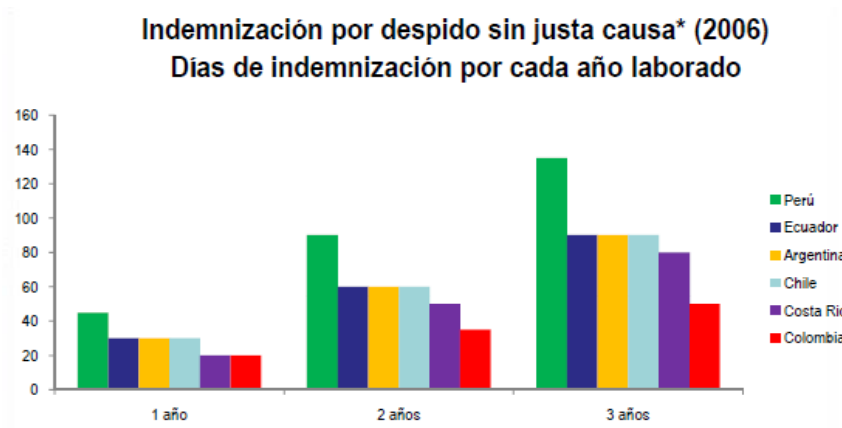
#### Ilustración 12: Incremento Número de Trabajos (2005-2007)



Fuente: [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070\\_Sector%20Software.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070_Sector%20Software.pdf). p 16

Como complemento de lo anterior, Colombia tiene los costos de despido más bajos de América Latina, siendo el país que menos paga indemnizaciones por despido sin justa causa. El indicador aplica para empleados con un contrato a término indefinido y con un salario mayor o igual a diez (10) salarios mínimos legales mensuales.

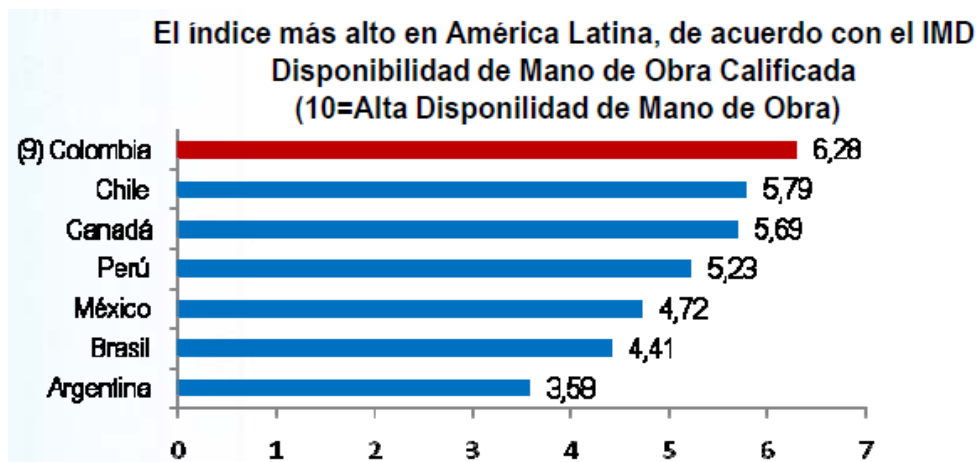
**Ilustración 13: Días de Indemnización por Despido sin Justa Causa (2006)**



Fuente: [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070\\_Sector%20Software.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070_Sector%20Software.pdf). p. 8

Colombia cuenta con el índice más alto en América latina de disponibilidad de mano de obra calificada.

**Ilustración 14: Índice de Disponibilidad Mano de Obra calificada**



Fuente: [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070\\_Sector%20Software.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070_Sector%20Software.pdf). p.10

Colombia es uno de los líderes en graduados de tecnología de información y carreras administrativas, ocupando el tercer puesto en los principales países de América Latina.



**Ilustración 15: Número de Graduados Universitarios de Carreras Administrativas e Ingeniería de TI**

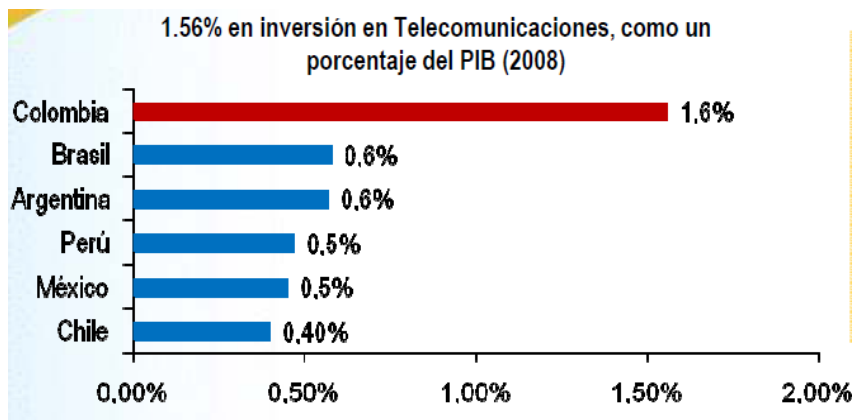
Tercer puesto en el número de graduados universitarios en los principales países de América latina 2007

	# de Graduados Carreras Administrativas	# de Graduados Ingeniería de TI
Brasil	55,181	10,766
México	61,813	13,005
Colombia	21,340	6,824
Argentina	18,640	4,047
Chile	8,353	9,205
Uruguay	1,032	235

Fuente: [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070\\_Sector%20Software.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070_Sector%20Software.pdf), p. 10

Sobre infraestructura, Colombia cuenta con una inversión del 1,56% del PIB (2008) en telecomunicaciones y serán invertidos cerca de US\$ 4 mil millones en telecomunicación en el 2010<sup>67</sup>.

**Ilustración 16: Inversión en Telecomunicaciones Como Porcentaje del PIB**



Fuente: [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070\\_Sector%20Software.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070_Sector%20Software.pdf), p. 18

Sobre Infraestructura para el desarrollo tecnológico, Colombia cuenta con ocho parques tecnológicos creados para el “desarrollo industrial y empresarial de las regiones y del país,

<sup>67</sup> PROEXPORT COLOMBIA. Invierta en Colombia: Trabajo, compromiso, ingenio. Sector Software, Op. Cit., p. 18.

mediante acciones dirigidas al fortalecimiento de la innovación y en general del desarrollo tecnológico, para enfrentar con éxito los procesos de internacionalización económica<sup>68</sup>. Estos son: Parque tecnológico de Antioquia, Manizales, la Umbria en el Valle del Cauca, Parquesoft Cali, Parque tecnológico de la Sabana, Guatiguará en Santander, Carlos Vélez Pombo de Cartagena y parque del Caribe<sup>69</sup>.

El gobierno brinda incentivos especiales para las compañías de software como:

- Deducción de Impuesto sobre la Renta. Para nuevo software desarrollado en Colombia, otorgado por Colciencias.
- Deducción del 125% del Impuesto sobre la Renta. Sobre inversiones en desarrollo científico y tecnológico.
- Deducción del 40% del valor de las inversiones realizadas sólo en Activos Fijos Reales Productivos (AFRP) adquirido.
- El 100% de los impuestos de Industria, comercio, avisos y tableros y Predial siempre y cuando se hayan pagado en el año respectivo gravable y tengan relación de casualidad con la actividad económica del contribuyente.
- Deducción del 25% del gravamen a los movimientos financieros, independientemente de su relación con la actividad económica del contribuyente.<sup>70</sup>

## 10.2 ANÁLISIS DEL MERCADO

El proceso de análisis de mercados será realizado mediante (2) métodos: El primer método será la elaboración de una encuesta con el fin de obtener datos cuantitativos sobre la opinión de los futuros clientes. El segundo método estará basado en la observación de la competencia, mediante el análisis de las ventajas competitivas y falencias que serán explicadas en las estrategias de distribución, precio, comunicación,

---

<sup>68</sup> MIPYMES COLOMBIA. Política de parques tecnológicos. Abril 22 de 2010. En <http://www.mipymes.gov.co/pyme/newsdetail.asp?id=254&idcompany=43>

<sup>69</sup> PROEXPORT COLOMBIA. Invierta en Colombia: Trabajo, compromiso, ingenio. Sector Software, Op. Cit., p. 19.

<sup>70</sup> PROEXPORT COLOMBIA. Invierta en Colombia: Trabajo, compromiso, ingenio. Sector Software, Op. Cit., p. 25 y 23

servicio, presupuesto de mezcla de mercadeo, aprovisionamiento y penetración de mercado.

### **10.2.1 Encuesta**

Según Cesar Augusto Bernal (2006, 177), “La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas”

La encuesta se realiza partiendo del supuesto que los entrevistados son los compradores directos del producto, por eso se entrevistan personas entre los 19 y 60 años, que hacen parte del segmento de las instituciones educativas y viajeros.

#### **10.2.1.1 Objetivo General**

Recolectar información e identificar las preferencias de los consumidores a la hora de querer comprar un software dedicado a la enseñanza del Mandarín / Español, Español / Mandarín en Colombia.

#### **10.2.1.2 Objetivos Específicos**

- ✓ Conocer la opinión de los posibles consumidores sobre un Software dedicado a la enseñanza del idioma Chino/Mandarín, para las instituciones, maestros, alumnos y viajeros interesados en aprenderlo.
- ✓ Identificar los aspectos que más le atraerían a los clientes sobre el producto.
- ✓ Conocer los lugares preferidos por los consumidores a la hora de realizar la compra del producto.
- ✓ Cuantificar las preferencias de los clientes sobre los métodos de publicidad más efectivos para ellos.
- ✓ Identificar la viabilidad del precio establecido.
- ✓ Identificar la viabilidad de que el producto sea comprado.
- ✓ Conocer las razones por las cuales los consumidores no comprarían el producto.

### 10.2.1.3 Tamaño de la Muestra

Para identificar el tamaño de la muestra se utilizará la fórmula de Muestreo Aleatorio Simple, tomada del libro de Cesar Augusto Bernal (2006, 80), *Metodología de la Investigación*:

$$n = \frac{Z^2_{\alpha/2} S^2}{\varepsilon^2}$$

Donde:

N= Tamaño necesario de la muestra

$Z^2_{\alpha/2}$  = Margen de confiabilidad o número de unidades de desviación estándar en la distribución normal que producirá el nivel deseado de confianza

S = Desviación estándar de la población, en este caso hallada con una prueba piloto

$\varepsilon$  = Error

Se realizó una prueba piloto de 30 encuestas para obtener la desviación estándar, tomando como referencia la pregunta número (6):

❖ *Partiendo de la base que el precio del producto le satisfaga, ¿lo compraría?*

- Sí
- No

Los resultados de la prueba piloto fueron que, el 73% de los encuestados sí comprarían el producto, mientras que el 27% restante no lo haría.

$$n = \frac{Z^2_{\alpha/2} * P * Q}{\varepsilon^2}$$

Donde:

P = 73% y Q = 27%

En referencia a lo anterior, se obtuvieron los siguientes resultados:

$Z^2_{\alpha/2} = 1,96$ , para un nivel de confianza de de 95%.

$P = 73\%$

$Q = 27\%$

$\varepsilon = 5\%$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,73 * 0,27}{0,05^2}$$

$$n = 302$$

Se necesitan realizar 302 encuestas.

#### **10.2.1.4 Encuesta Aplicada**

1. ¿Qué opinión le merece de un Software dedicado a la enseñanza del idioma Chino/Mandarín, para las instituciones, maestros, alumnos y viajeros interesados en aprenderlo?

- Muy interesante     Interesante     Neutro     Poco interesante     Nada interesante

2. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraerían del producto?

- Simplicidad  
 Facilidad de uso  
 Precio  
 Diseño  
 Atractivo  
 Está de moda  
 Ninguno de los anteriores

Otro (Por favor especifique):

3. ¿Dónde le gustaría poder adquirir este producto?

Librerías

Grandes almacenes

Internet

Otro (Por favor especifique)

4. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?

Anuncios en prensa o revista

Correo ordinario

Televisión

Vallas publicitarias

Folletos/Dípticos

Radio

Internet

Otro (Por favor especifique):

5. ¿Compraría este producto a un precio entre \$75.000 y \$85.000 pesos?

Muy probablemente

Probablemente

Es poco probable

No es nada probable

No lo sé

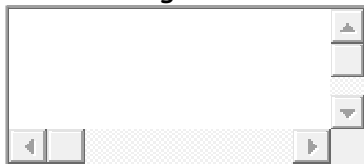
6. Partiendo de la base que el precio del producto le satisfaga, ¿lo compraría?

- Sí
- No

7. Por favor, díganos cuál o cuáles son sus razones por las que no le atraería el producto

- No lo necesito
- Es aburrido
- Es complicado
- Precio excesivo
- Es innecesario
- Otro (Por favor especifique):

8. ¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre este producto?

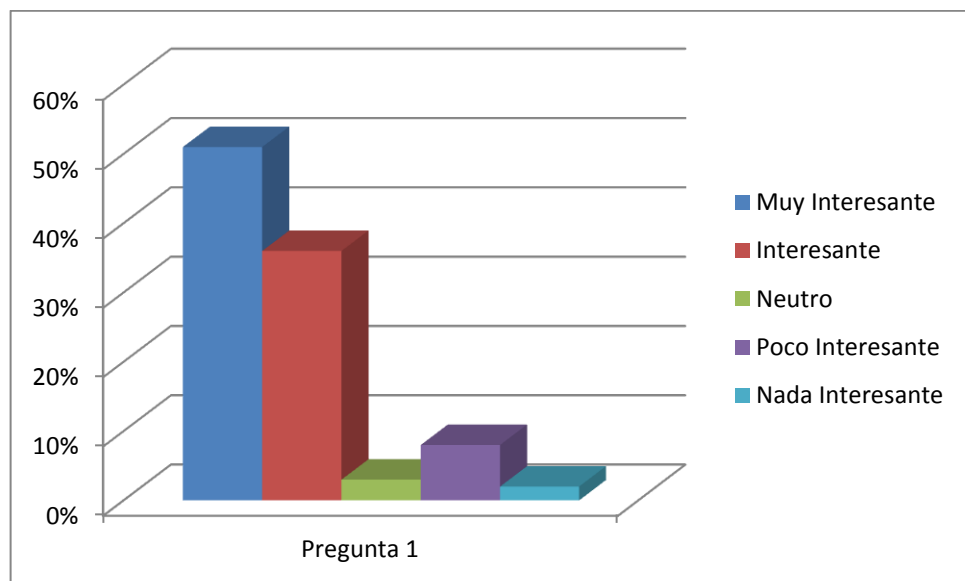


### 10.2.1.5 Análisis De Los Datos Obtenidos

1. ¿Qué opinión le merece de un Software dedicado a la enseñanza del idioma Chino/Mandarín, para las instituciones, maestros, alumnos y viajeros interesados en aprenderlo?

**Tabla 2: Pregunta 1; Encuesta**

<b><i>Opción</i></b>	<b><i>Porcentaje</i></b>
Muy Interesante	51%
Interesante	36%
Neutro	3%
Poco Interesante	8%
Nada Interesante	2%



Fuente: Elaboración Propia

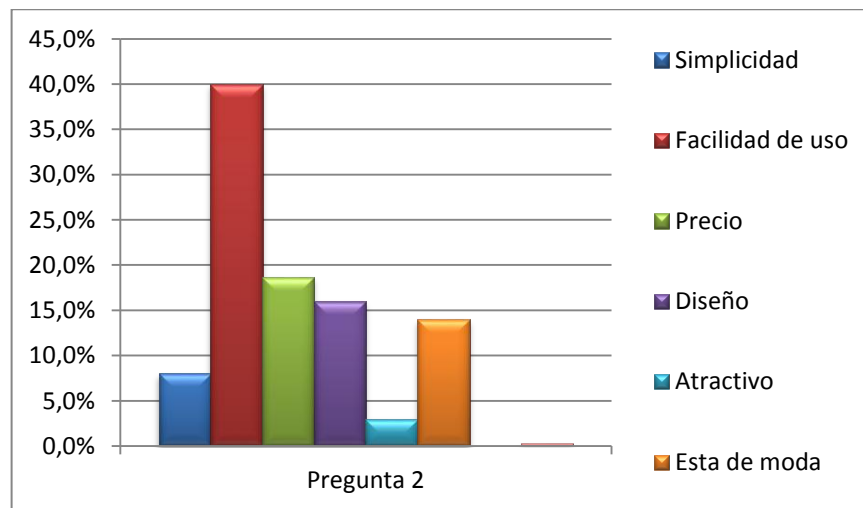
El 51% de los encuestados opinaron que el la idea de un Software dedicado a la enseñanza del idioma Chino/Mandarín era muy interesante, mientras que el 36% de los encuestados opinaron que la idea les parecía interesante. Esto significa que más del 80% de los entrevistados apoyan la idea de innovación que el producto ofrece.



2. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraerían del producto?

**Tabla 3: Pregunta 2; Encuesta**

<i><b>Opción</b></i>	<i><b>Porcentaje</b></i>
Simplicidad	8,0%
Facilidad de uso	40,0%
Precio	18,7%
Diseño	16,0%
Atractivo	3,0%
Está de moda	14,0%
Ninguna de las anteriores	0,0%
Otro	0,3%



Fuente: Elaboración Propia

Facilidad de uso se convierte en el aspecto más importante a la hora de señalar los aspectos que más le atraerían a los encuestados del producto, seguido por el precio y el diseño. Estos tres (3) aspectos demuestran que los posibles consumidores desean un producto fácil de manejar, con un precio reducido y un diseño agradable y poco monótono.

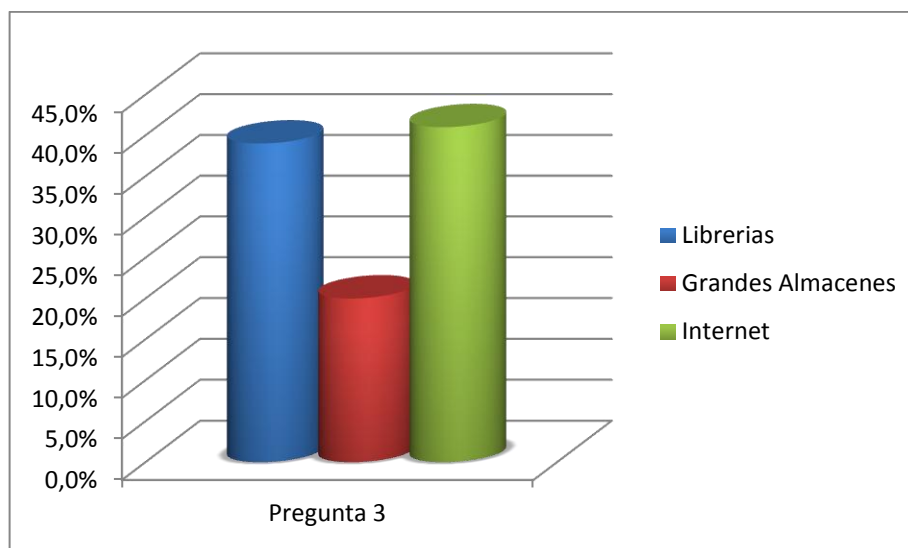
El 14% respondió que le atrae el producto porque está de moda, lo que demuestra el impacto que está generando China alrededor del mundo sobre su crecimiento.

Es de aclarar que solo un entrevistado agrego que lo que más le atraería del producto es el fácil aprendizaje que brindaría hacia sus estudiantes.

### 3. ¿Dónde le gustaría poder adquirir este producto?

**Tabla 4: Pregunta 3; Encuesta**

<i><b>Opción</b></i>	<i><b>Porcentaje</b></i>
Librerías	39,0%
Grandes Almacenes	20,0%
Internet	41,0%



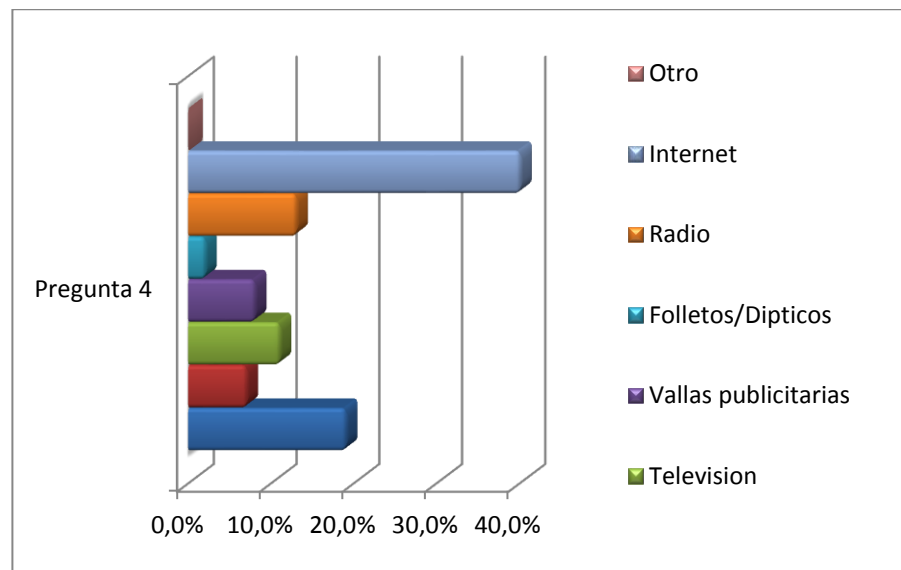
Fuente: Elaboración Propia

El 39% de los encuestados identifican el producto como elemento de estudio y aprendizaje, por eso lo desearían comprar en librerías. Por otro lado el 41% de los encuestados desearía comprar el producto por internet y solo el 20% lo desearían comprar en grandes almacenes. Lo anterior demuestra que algunos de los posibles compradores prefieren en gran medida comprar el producto desde la comodidad de su casa, mientras que otros prefieren comprarlo en un punto de fácil acceso e identificación como librerías o grandes almacenes.

4. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?

**Tabla 5: Pregunta 4; Encuesta**

<u>Opción</u>	<u>Porcentaje</u>
Anuncios en prensa o revistas	19,0%
Correo ordinario	7,0%
Televisión	11,0%
Vallas publicitarias	8,0%
Folletos/Dípticos	2,0%
Radio	13,0%
Internet	40,0%
Otro	0,0%



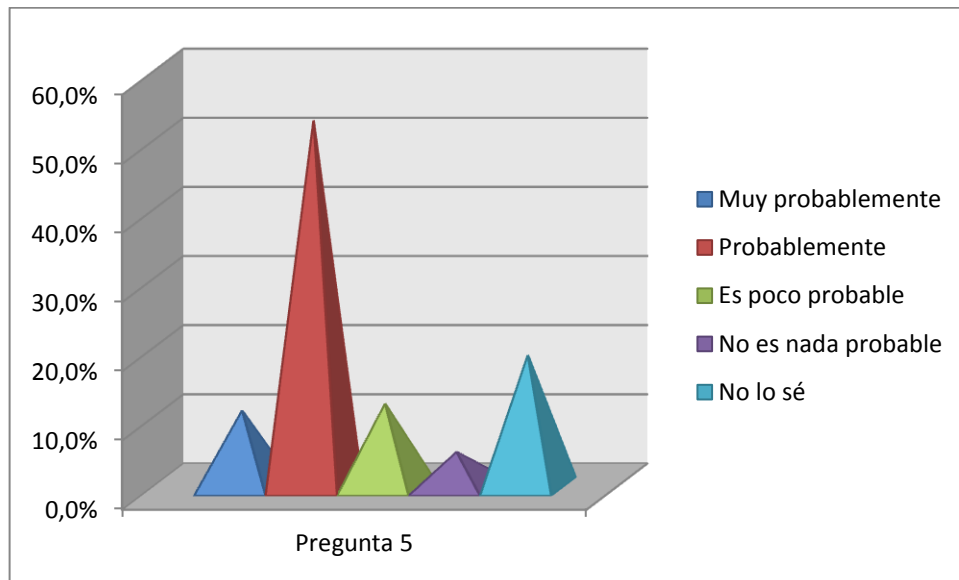
Fuente: Elaboración Propia

Las preferencias de los consumidores se continúan dirigiendo hacia la comodidad de la casa o del trabajo, ya que el 40% de los encuestados prefieren recibir información del producto por internet. El 19% prefieren recibir información en prensa y revistas, el 13% en radio y el 11% en televisión. Con un menor porcentaje se encuentran las vallas publicitarias con 8%, el correo ordinario con 7% y los folletos con 2%.

5. ¿Compraría este producto a un precio entre \$75.000 y \$85.000 pesos?

**Tabla 6: Pregunta 5; Encuesta**

<i><b>Opción</b></i>	<i><b>Porcentaje</b></i>
Muy probablemente	11,0%
Probablemente	53,0%
Es poco probable	12,0%
No es nada probable	5%
No lo sé	19%



Fuente: Elaboración Propia

El precio estimado para la venta se ve con buena acogida entre los entrevistados, ya que el 53% afirma que posiblemente comprarían el producto y el 11% muy probablemente lo comprarían.

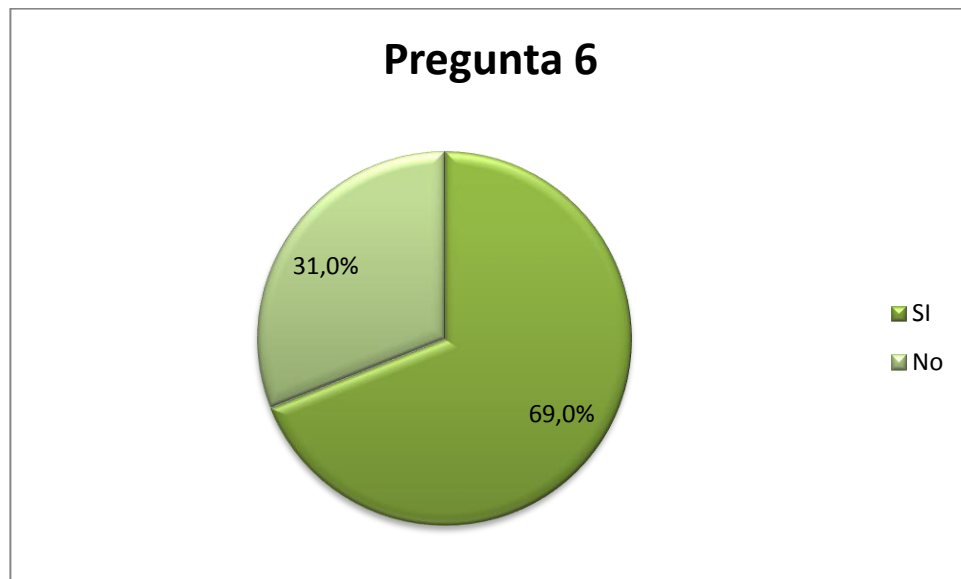
El 12% afirma que es poco probable comprar el software y el 5% dice que es nada probable comprarlo.

Por último y quizá uno de los más importantes es que el 19% afirma que no saben si comprarían o no el producto, esto significa que se deben intensificar estrategias para atraer estos posibles clientes y lograr que cambien su percepción del precio y producto.

6. Partiendo de la base que el precio del producto le satisfaga, ¿lo compraría?

**Tabla 7: Pregunta 6; Encuesta**

<u>Opción</u>	<u>Porcentaje</u>
SI	69,0%
No	31,0%



Fuente: Elaboración Propia

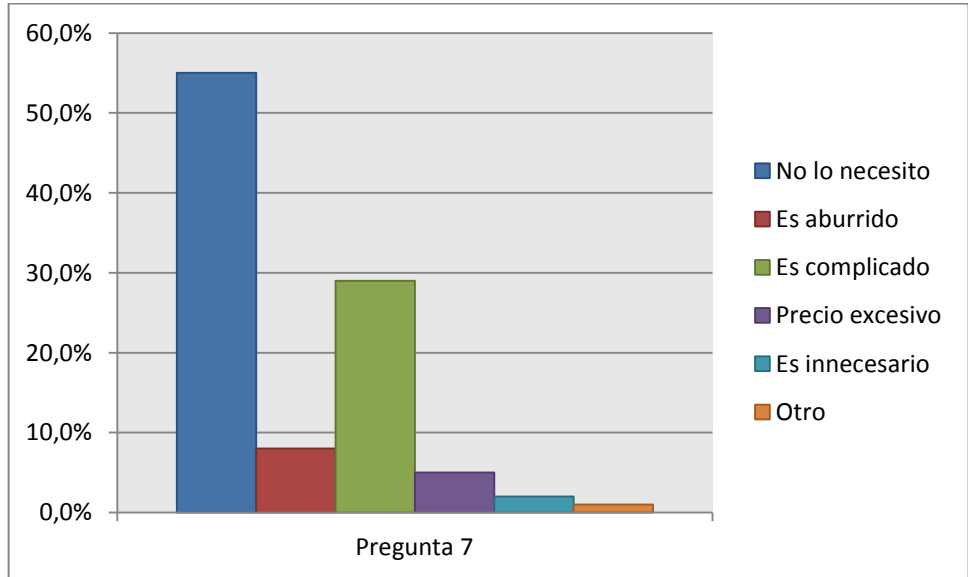
Es esta pregunta se representa claramente la voluntad de los posibles compradores respecto a la compra del software. El 69% afirma que sí comprarían el software y el 31% restante no lo comprarían.

7. Por favor, díganos cuál o cuáles son sus razones por las que no le atraería el producto.

**Tabla 8: Pregunta 7; Encuesta**

<u>Opción</u>	<u>Porcentaje</u>
No lo necesito	55,0%
Es aburrido	8,0%
Es complicado	29,0%
Precio excesivo	5,0%

Es innecesario	2,0%
Otro	1,0%



Fuente: Elaboración Propia

Se denota claramente que la principal razón por la cual no comprarían el producto es porque no lo necesitan, la siguiente razón en orden de importancia es porque es complicado el idioma y muchos piensan que tocaría vivir en China para aprender el idioma, La siguiente razón es porque sienten que es aburrido el idioma.

Algunos entrevistados denotaron que no comprarían el producto porque no es personalizado y sienten que su aprendizaje sería muy superficial.

### 10.3 ANÁLISIS DEL USUARIO

Los clientes de Wen Yu son las instituciones, maestros, alumnos y viajeros interesados en enseñar y aprender el mandarín en Colombia. Se manejarán dos (2) segmentos específicos para poder cubrir las necesidades más grandes del mercado.

En el primer segmento se encuentran las instituciones educativas, maestros y alumnos interesados en aprender el idioma Mandarín. La clasificación no será realizada por estratos, ya que las instituciones educativas enseñarían este idioma sin importar el estrato económico de los estudiantes. Colegios como Nueva Granada de Bogotá y el British School de Cali y universidades como La pontificia Universidad Javeriana y la Universidad de los Andes en Bogotá, están implementando el chino como una materia complemento del núcleo fundamental para mejorar la calidad del aprendizaje en los estudiantes. Según el Ministerio de Educación Nacional de Colombia, en el Plan Nacional de Desarrollo Educativo<sup>71</sup>, en el 2005 se logró el 64,6% de cobertura en educación básica primaria y secundaria (que comprende desde 5 a 17 años de edad), como meta para el 2010, se quiere llegar al 73% de cobertura en educación básica y secundaria. El 8,3% de aumento que habría entre el 2005 y 2010 es equivalente a 1'100.000 cupos nuevos en educación básica y media. Lo anterior demuestra el fuerte interés por parte del Gobierno por aumentar la cobertura de educación a nivel nacional, lo que significa un alto incremento del este segmento, convirtiéndose en una buena oportunidad.

El segundo segmento lo constituyen los viajeros y turistas que tengan interés en aprender el idioma, ya sea por interés comercial o cultural. Existen empresas en China que no realizan negocios en otros idiomas distintos al chino, eso con el fin de cuidar sus tradiciones. Por eso en el ámbito de los negocios se hace importante el aprendizaje de este idioma. Como dato extra para entender mejor la importancia que tiene China como país de negocios y de turismo, y como ya se citó anteriormente, el consulado Chino expidió cerca de 10.000 visas para viajeros Colombianos, lo que demuestra la creciente demanda por este país Asiático.

---

<sup>71</sup> COLOMBIA MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Plan nacional de desarrollo educativo 2006-2010. Mayo 5 de 2010. En [http://planeacion.univalle.edu.co/a\\_gestioninformacion/plandeaccion2008-2011/PND\\_2010\\_Educacin%20pdf1.pdf](http://planeacion.univalle.edu.co/a_gestioninformacion/plandeaccion2008-2011/PND_2010_Educacin%20pdf1.pdf)

La enseñanza del chino en Colombia no es muy fuerte aun, existen pocas empresas encargadas de esto, como StudioMandarin o Centro Asia, ubicadas en Bogotá. Esto se convierte en una posible ventaja competitiva ya que las instituciones educativas, maestros y alumnos carecen de un servicio ofrecido directamente en el lugar de estudio o trabajo al cual pertenecen nuestros clientes. La ventaja competitiva se originaría al poder ofrecerles un artículo de primera mano que pueda ser utilizado en las instituciones educativas.

Según el diario Nuevo Siglo<sup>72</sup>, el 45% de los colombianos son pobres y el 16,6% están en la indigencia, que significa que sus ingresos no le alcanzan para la alimentación necesaria para sobrevivir. Según la misma fuente, el ingreso en promedio de los hogares colombianos es de \$560.309 pesos en el 2009. Daniel Hernández Rojas<sup>73</sup> explica que, en porcentaje, el ingreso de los colombianos se gasta en:

- 42% En alimentos
- 22% En servicios públicos
- 12% En educación
- 12% En transporte
- 7% En medicamentos
- 5% En otros gastos.

Lo anterior significa que los colombianos cubren sus necesidades primarias antes que divertirse. Quiere decir que primero comen, luego pagan sus servicios de vivienda y luego invierten en educación.

Daniel Hernández Rojas<sup>74</sup> también afirma que solo el 20% de la población es de estrato alto. Este 20% de la población colombiana recibe en promedio, como ingreso mensual, \$4'250.000 pesos, de donde el 30% de su ingreso proviene de fuentes distintas a su empleo. Poseen, en promedio, cuatro personas por hogar, todos con educación superior. El desempleo de estas personas se encuentra por debajo al 8% y son dueños del 20% de las tierras cultivables del país. Como dato final de Daniel Hernández y seguramente el más preocupante, es que solo 30 personas de cada 100 que viven en zona rural pueden

---

<sup>72</sup> El Nuevo Siglo. El 45,5% de colombianos son pobres y el 16,6% indigentes. Mayo 6 de 2010. En <http://elnuevosiglo.com.co/economia/nacional/2817-el-455-de-colombianos-son-pobres-y-el-166-indigentes.html>

<sup>73</sup> CLASE DE ECONOMÍA COLOMBIANA. Op. Cit.

<sup>74</sup> Ibid.



comprar la canasta básica o mínima de bienes y servicios para sobrevivir. Es de aclarar que es imposible determinar con exactitud cuanto dinero necesita un hogar para vivir dignamente.

El precio de los software ya existentes para aprender mandarín oscilan alrededor de \$180 dólares, \$360.000 pesos aproximadamente. Si se parte del punto de que el colombiano promedio recibe \$560.309 mensuales, es obligación de que Wen Yu este a la venta con un precio muy bajo al de la competencia ya existente.

Según el directorio de productos y servicios Marketing To Marketing (M2M)<sup>75</sup>, el 94% de los consumidores colombianos pagan en efectivo sus compras, el 2% con tarjeta de crédito y el 1% cancelan con tarjeta debito. El 3% restante cancela con otras formas de pago.

M2M afirma que “los lugares frecuentes de adquisición de bienes de consumo en Colombia son las tiendas de barrio (46%), las grandes superficies (22%), el mercado (10%), los sitios especializados (9%), las panaderías (5%), el vendedor ambulante (3%) y otros como los centros comerciales, las droguerías y las plazas”<sup>76</sup>.

Wen Yu será la principal herramienta para la enseñanza del chino, ya que será el único software realizado por colombianos que conocen bien la demanda y las necesidades del mercado y destinado al mercado colombiano.

#### **10.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

Chino Interactivo<sup>77</sup> es, según ellos mismos, el único curso interactivo y multimedia para la enseñanza del idioma chino hacia personas de habla hispana. Esto corrobora lo dicho anteriormente de que no existen muchas empresas especializadas en la elaboración de software para la enseñanza de chino.

---

<sup>75</sup> Ángela Castro ,Colaboración: Camilo Herrera. Marketing to marketing. Mayo 7 de 2010. En <http://www.marketcolombia.com/interna.asp?mid=14&did=16>

<sup>76</sup> Ibid.

<sup>77</sup> Chino Interactivo. Mayo 2 de 2010. En [http://www.chinointeractivo.com/index\\_2.html](http://www.chinointeractivo.com/index_2.html)

Chino Interactivo es un programa educativo que integra pronunciación, lectura, escritura, ejercicios de autocorrección y expresión oral para el aprendizaje del chino. Consta de 16 CD-ROM y 8 tomos que incluyen más de 300.000 expresiones cotidianas chinas traducidas al español, al igual que más de 5.000 caracteres con su respectiva traducción y pronunciación.

El profesor He Baozhang, ex director del departamento de chino de la Universidad de Harvard es el director del Chino Interactivo, con un grupo de aproximadamente 20 expertos en la enseñanza del chino y con más de 100 diseñadores multimedia y programadores encargados en el diseño y elaboración del software.

Chino Interactivo puede ser utilizado por instituciones educativas y estudiantes de chino, como también por empresarios que quieran mejorar su comunicación en chino. Su sistema está basado en el Pinyin, que es la metodología utilizada para la enseñanza del chino que consiste en escribir la pronunciación en el abecedario latino (A, B, C, D, E etc...) para poder leer y pronunciar correctamente el chino.

Editora Panamericana es la empresa encargada de la distribución de Chino Interactivo. Se encuentra ubicada en Avda. General Holley N° 2363, oficina 1305, Santiago, Chile, y se encarga de la distribución para toda Latinoamérica. El precio de Chino Interactivo es de aproximadamente \$179 dólares, según la tienda en internet CGC mall<sup>78</sup> ya que no se puede conseguir por medio de sus distribuidores por reestructuración de la red de distribuidores.

Tell Me More ® Chinese<sup>79</sup> ofrece, dentro de su portafolio de productos, un paquete de tres niveles para aprender chino. Desarrollado con la ayuda de INALCO (National Institute of Languages and Oriental Civilizations). Este software es el primero con tecnología de reconocimiento de voz, teniendo la capacidad de identificar los tonos del chino. Su contenido se basa en en situaciones de vida cotidianas encontradas en periódicos, televisión y emisoras.

---

<sup>78</sup> CGC Mall. Chino Interactivo (chino-español) -New!. Mayo 2 de 2010. En [http://www.cgcmall.com/Chino\\_Interactivo\\_p/cd001s.htm](http://www.cgcmall.com/Chino_Interactivo_p/cd001s.htm)

<sup>79</sup> Tell Me More. Learn Chinese with TELL ME MORE® Chinese. Mayo 2 de 2010. En [http://es.tellmemore.com/individuals\\_1/individuals/learn\\_chinese\\_1](http://es.tellmemore.com/individuals_1/individuals/learn_chinese_1)

Tell Me More ® Chinese contiene más de 800 caracteres en chino, ejercicios de comprensión de lectura y escritura, pronunciación y gramática. También posee más de 1500 frases y palabras tomadas de diálogos, cerca de 3.000 palabras componen el glosario y 1500 ejercicios para aprender chino. El programa está dividido en 18 lecciones que van evaluando el desempeño del estudiante. Es de agregar que este software está disponible únicamente en inglés y su venta se realiza a través de la página de internet de Tell Me More.

Interactive Chinese Chinese-English<sup>80</sup>, es otra opción de software para el aprendizaje del chino, pero obligando al estudiante a tener un buen nivel de inglés para su correcta utilización.

Interactive Chinese Chinese-English consta de palabras, sonidos, imágenes, animaciones y música incorporada. Fue elaborado por más de 20 expertos en el idioma Chino, con la ayuda de cerca de 100 programadores y diseñadores de software. Está diseñado para instituciones educativas, alumnos y personas de negocios que este aprendiendo chino por su propia cuenta. El material consta de un DVD-ROM, un CD-ROM y ocho libros. Se puede conseguir por internet y el precio oscila alrededor de \$159 dólares en la tienda en internet de CGC Mall.

Para niveles básicos, Interactive Chinese Level One es una buena opción. Está equipado con 12 lecciones, cuenta con conversaciones grabadas entre personas nacidas en China, los caracteres en chino puede aparecer de forma tradicional o simplificados, la enseñanza ocurre mediante el método Pinyin e incluye más de 1.000 caracteres para aprender, equivalentes a un año de estudio de chino en una universidad.

Interactive Chinese Level One fue diseñado bajo la premisa del aprendizaje en el lugar que cada estudiante quiera (casa, oficina, etc...) y con una flexibilidad de horarios acorde a cada uno.

La innovación de Interactive Chinese Level One consiste en:

- ❖ Conversaciones de voz grabadas, introduciendo nuevos vocabularios, gramática, sonidos y caracteres.

---

<sup>80</sup> Op. Cit., Interactive Chinese Chinese-English Version V5.0 (8 Books, 1 DVD, and 1 CD). Mayo 2 de 2010. En [http://www.cgcmall.com/Interactive\\_Chinese\\_p/cd001.htm](http://www.cgcmall.com/Interactive_Chinese_p/cd001.htm)

- ❖ Animaciones que permiten ver la posición de la boca para lograr una mejor pronunciación.
- ❖ Laboratorio especial para la pronunciación de distintos caracteres.
- ❖ Incluye 1.300 sonidos básicos, ordenados por iniciales, finales y tonos.
- ❖ Identificación de distintos sonidos básicos.
- ❖ Escritura de caracteres de chino
- ❖ Incluye juegos como: Juegos de dicar palabras, juego de memoria en reconocimiento de caracteres, rompecabezas de palabras, etc...

El precio de Interactive Chinese Level One oscila alrededor de \$19,95<sup>81</sup> dólares en la tienda por internet CGC mal y se puede conseguir por este mismo medio.

Otro software es Chinese Software de HanWJ.com<sup>82</sup>. Es un software que se puede descargar por partes según la necesidad de cada persona. Las opciones de descarga son:

- ❖ Traductor de chino a inglés.
- ❖ Ayudante especial para la elaboración de caracteres.
- ❖ Lector de escritos en chino.
- ❖ Configuración del teclado para la escritura en chino.
- ❖ Editor de textos en chino.

Chinese Software se puede descargar gratuitamente por internet, pero su mayor inconveniente es que se encuentra en Inglés.

Por otro lado, las tendencias del mercado cambian continuamente. Por ejemplo, CNN y LiveABC se han unido para crear una aplicación que enseña inglés a los usuarios chinos por medio del celular. Esta aplicación incluye videos del portafolio de entrevistas de CNN, incluye intercambio de subtítulos de inglés y chino, diccionario y ejercicios<sup>83</sup>. Esto

---

<sup>81</sup> Ibid., Interactive Chinese Level I. Mayo 3 de 2010. En <http://www.cgcmall.com/ProductDetails.asp?ProductCode=CD0033>

<sup>82</sup> Chinese Software by HanWJ.com. Mayo 3 de 2010. En <http://www.hanwj.com/main.htm>

<sup>83</sup> [Softpedia](#). English Learning Application for Chinese Windows Phone Users

demuestra que la comodidad es un factor importante a hora de realizar la elección de un producto.

Las clases en lugares específicos, los horarios preestablecidos que toca cumplir, y la poca flexibilidad de los cronogramas se han ido acabando, el mercado exige ahora la misma calidad en la enseñanza pero ofrecida en la comodidad de cada usuario.

Una debilidad de Wen Yu respecto a la competencia es que ya existe un software muy similar que pertenece a un mercado específico logrando recordación en los clientes, (Chino Interactivo). Esta debilidad se puede convertir en oportunidad ya que se podría realizar un proceso de Benchmarking con el fin de identificar las competencias que maneja y así poder utilizarlas en nuestro mercado. También se podría especializar Wen Yu en los países que no pertenece Chino Interactivo, logrando posicionar la marca. Como fortaleza, Wen Yu actuará primero en Colombia, en donde el mercado crece aceleradamente, obteniendo así una curva de experiencia que se utilizará en la internacionalización.

## 11 ESTRATEGIA DE MERCADOS

### 11.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO

El software Educativo “Lo forman los programas educativos y programas didácticos creados con la finalidad específica de ser utilizados como para facilitar los procesos de enseñanza y de aprendizaje”<sup>84</sup>. Se caracterizan por responder inmediatamente a las necesidades del estudiante, por generar autonomía en el aprendizaje y por ser fáciles de usar.

Idea de Negocio: Implementación de un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada al diseño y comercialización de “Wen Yu”, software especializado en la enseñanza del idioma Mandarín / Español, Español / Mandarín para las instituciones, maestros, alumnos y viajeros interesados en enseñar y aprender el mandarín en Colombia.

La constitución política de Colombia, en su artículo 67, asevera que “La educación formara al Colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento, cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente”<sup>85</sup>.

La idea surge por la falta de elementos de estudio para el aprendizaje de este idioma en nuestro país, ya que los textos, programas y ayudas que se ofrecen para Colombia, son ayudas traducidas primero de Chino/Mandarín a Inglés y posteriormente de Inglés a Español. Esto genera una distorsión en los significados, ya que muchas de las palabras en Chino/Mandarín no tienen traducción alguna a otros idiomas, entonces se intenta acomodar ese tipo de palabras al Inglés, y después volver a cuadrar la palabra en Inglés al Español.

Hoy por hoy, las posibilidades para aprender este idioma en Colombia son difíciles de acceder, ya que tocaría inscribirse en cursos costosos, o tomar clases con algún profesor de este idioma. La base de este proyecto es brindarles una gran facilidad a las personas

---

<sup>84</sup> Software educativo. Angelfire. Oct 26 de 2010. En <http://www.angelfire.com/az2/educacionvirtual/software.html>

<sup>85</sup> CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA, Op. Cit.

que deseen aprenderlo desde su casa por medio de un software, el cual será diseñado con la menos complicación posible; para “Dummies”.

El contenido será muy colorido, con sonidos, ejercicios de autocorrección y ejercicios de pronunciación. Se manejarán capítulos de historietas en situaciones reales, como por ejemplo conversaciones en aeropuertos, restaurantes o simplemente entablar una conversación, son algunos de los momentos más usuales vividos por las personas que viajan a China, y la idea es brindar las mejores bases para el mejor desarrollo de estas situaciones.

En un principio, el software estará aplicado para Colombia, pero la idea principal es, después de estar afianzado en el mercado Colombiano, comercializar el software en Latinoamérica, aprovechando el idioma español como base. Se tendrían que realizar pequeños cambios en el contenido, ya que existen varios regionalismos, pero no se tendría que cambiar todo el contenido.

Para la investigación, se cuenta con la ayuda de distintas personas que complementan los saberes y las necesidades que el proyecto necesita para su apropiada realización.

Algunos de los colaboradores (integrantes del equipo de trabajo) del proyecto son Güillín Liu, economista de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y profesora de los niveles 1, 2, y 3 de la Pontificia Universidad Javeriana, quien colaboraría con los contenidos del software y sus posteriores actualizaciones. Lina Sepúlveda, abogada de la Universidad del Rosario, sería la encargada del aspecto legal. Paulo Pérez, Ingeniero de Sistemas de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, realizaría todo el diseño y la programación del software. Iván Alejandro Sánchez, estudiante de octavo semestre de Administración de Empresas en la Pontificia Universidad Javeriana estaría a cargo de la parte administrativa y gerencial. Enrique Sandino, asesor de Taller de Grado 1, MBA y experto en Negocios Internacionales sería el encargado de la parte de mercadeo.

## 11.2 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN Y/O APLICACIÓN

Según William Stanton<sup>86</sup>, los canales de distribución cortos incluyen más control sobre el producto o servicio sin separarlo del productor. Estos incluyen una corta relación entre el productor y el consumidor, lo que significa una distribución directa o con un solo intermediario. Por ejemplo, según Stanton, Mc Donald's tiene más de 30.000 expendios, que elaboran y distribuyen su comida por sí mismos, generando el control en la cantidad de expendios para administrar y no en la longitud de su canal, como si lo harían los clientes de las agencias de viajes al tercerizar sus planes de viaje.

Wen Yu utilizará el canal de distribución corto ya que se venderá por internet y utilizará el canal de distribución largo, ya que también se comercializara en librerías.

Al ser vendido por internet, su forma de pago será de contado, ya que este se debita inmediatamente de la tarjeta con la cual se realiza el pago. Se recomienda que el pago se efectúe a través de Paypal<sup>87</sup>, una servicio diseñado para realizar pagos por internet sin la necesidad de revelar los números de la cuenta al vendedor, cobrando una comisión por realizar el pago.

El envío se realizará mediante una empresa encargada de transporte de mercancías puerta a puerta a nivel nacional e internacional posteriormente, como TCC, Servientrega, etc., cumpliendo así con el requerimiento básico de los canales cortos de tener un solo intermediario.

Sobre la distribución en librerías, se realizará casi de igual forma que como se comercializa por internet, pero agregando un intermediario mas. La distribución sería:

### Ilustración 17: Distribución



Fuente: Elaboración Propia

<sup>86</sup> STANTON, William, ETZEL, Michael y WALKER, Bruce. Fundamentos de Marketing. 14 ed. México: McGraw-Hill Interamericana, 2007. 312p.

<sup>87</sup> Paypal. Oct 26 de 2010. [https://www.paypal.com/co/cgi-bin/helpscr?cmd=\\_home](https://www.paypal.com/co/cgi-bin/helpscr?cmd=_home)



La idea principal es no perder comunicación con el cliente final, que nos brindará información sobre el rendimiento del producto, sus fallas, sus ventajas y algunas recomendaciones.

La puntualidad en la entrega del producto será una ventaja competitiva que se aplicara desde un principio. Los tiempos de entrega del producto estarán alrededor de dos (2) o tres (3) días máximo a partir del momento en que se realiza la compra por internet o el pedido realizado desde las librerías. Para cumplir con este objetivo, se hace necesario tener una alta cantidad de software en el inventario para minimizar los tiempos de respuesta. Estos inventarios no requieren de gran cantidad de espacio físico ya que es un producto muy pequeño y que se puede fabricar con una alta velocidad (copiar, imprimir y distribuir).

Al momento de internacionalizar el producto, se buscarán alianzas estratégicas con empresas encargadas de transporte de mercancías a nivel internacional como Fedex, DHL, UPS etc., con el fin de tener una buena distribución en el país donde sea requerido el software.

A continuación una cotización de un envío desde Bogotá hasta Quito Ecuador, con un peso de 1 kilo (el doble del estimado del paquete de software).

**Ilustración 18: Cotización Fedex**

Detalles		<a href="#">Ayuda</a>	
Las cantidades se muestran en USD			
<b>Servicios</b>	<b>FedEx International Priority®</b>	<b>FedEx International Economy®</b>	
con fecha/hora de entrega	18:00 vie 29 oct, 2010	21:00 vie 5 nov, 2010	
<b>Tarifa Base</b>	42.60	31.95	
+ Recargo de combustible	3.41	2.56	
<b>Total</b>	<b>46.01</b>	<b>34.51</b>	

#### Más información sobre sus resultados:

- **Importante para Aduanas:** Con el fin de evitar retrasos, su envío debe llevar adjuntos los siguientes documentos de aduanas: Factura Comercial, Certificado de Origen y Declaración de Exportación del Remitente. También podrían necesitarse documentos de despacho adicionales. Para obtener más información, visite nuestra Web de [herramientas internacionales](#).
- En el caso de países en los que pueda introducirse el código postal o nombre de la ciudad, se recomienda introducir el código postal para obtener un número más preciso de los servicios disponibles.

Fuente: <http://fedex.com/ratefinder/standalone?method=goToResultDetailPage>

### 11.3 ESTRATEGIAS DE PRECIO

La fijación de precios para penetrar en el mercado será la estrategia utilizada en este plan de negocio. Para Philip Kotler, la fijación de precios para penetrar en el mercado es “fijar un precio bajo inicial con el fin de penetrar el mercado de manera rápida y profunda - atraer un gran número de compradores en muy poco tiempo y conseguir una participación de mercado importante-”<sup>88</sup>. La idea es conseguir la mayor cantidad de clientes posibles, para que así los costos se disminuyan y no se tenga que subir el precio.

Dell, por ejemplo, utilizó esta estrategia para penetrar el mercado de computadores personales, al vender productos de muy buena calidad a poco precio. Esta estrategia se vio favorecida por la imposibilidad de Apple e IBM en disminuir sus precios y poder competir de la misma forma<sup>89</sup>.

Esta estrategia permite competir por precios, ya que estos, como se ve en el análisis de la competencia, se encuentran alrededor de \$180 dólares (Alrededor de \$360.000 pesos) para la compra de un software para la enseñanza de mandarín. En el mismo análisis se demuestra que el ingreso promedio de un colombiano, no perteneciente al estrato alto, es

<sup>88</sup> KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de marketing. 8 ed. México: Pearson Education, 2008. 275p.

<sup>89</sup> Ibid., p. 275.

de \$560.309 pesos y que solo el 12% de este ingreso se invierte en educación (alrededor de \$67.237 pesos). Un colombiano de estrato alto invierte alrededor de \$510.000 pesos en educación, casi lo mismo que recibe un colombiano mensualmente no perteneciente a este estrato.

Lo que busca esta estrategia de precio es brindarle acceso a la gran mayoría de colombianos al software. Wen Yu no será un producto para pocas personas que poseen el musculo financiero para pagar los \$360.000 pesos que cuesta en promedio un software de mandarín en el mercado.

Un factor de responsabilidad social se ve reflejado en esta estrategia, ya que se pretende que Wen Yu sea estudiado por el mayor número de personas posibles, tanto en Colombia como en el exterior y así mantener el ritmo establecido por la economía China y sus exigencias.

El precio de Wen Yu se encontrará aproximadamente entre \$75.000 y \$85.000 pesos (sugerido por los posibles consumidores), siendo tan solo el 22.2% del precio de los demás software en el mercado. El punto de equilibrio para este precio (\$85.000) se encuentra en la venta de 562 unidades, punto que se alcanzaría en el tercer año. La calidad no se verá afectada por el precio de venta, como política de producción la calidad será la mayor prioridad. Se espera que la utilidad por cada software vendido sea de 35%, \$28.000 pesos. Se estima vender alrededor de 156 unidades de software al año.

El precio está sujeto a cambios según la demanda del mercado. Se puede bajar o subir muy poco como herramienta de nuevas estrategias.

#### **11.4 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN**

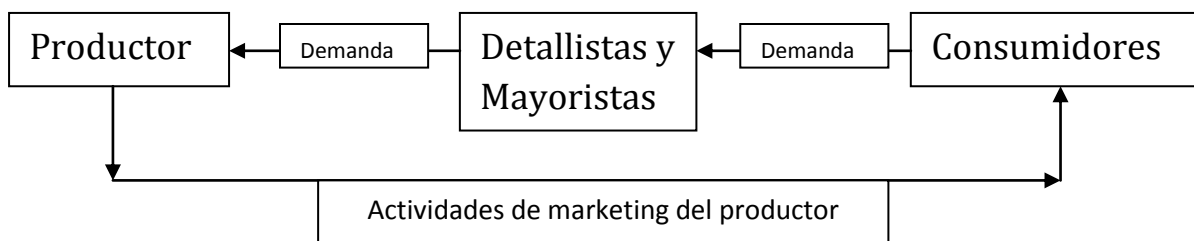
Para definir las estrategias de comunicación, se utilizarán todos los elementos de la mezcla de promoción/comunicación. Según Kotler, la mezcla de promoción consiste en una combinación de cinco (5) herramientas de publicidad. Estas herramientas son:

- **Publicidad:** Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.

- Promoción de ventas: Incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un producto o servicio.
- Relaciones públicas: Crear buena relaciones con los diversos públicos de una compañía mediante la obtención de publicidad favorable, la creación de una buena imagen corporativa y el manejo o bloqueo de rumores, anécdotas o sucesos desfavorables.
- Ventas personales: Presentación personal que realiza la fuerza de ventas de la compañía con el fin de efectuar una venta y crear relaciones con los clientes.
- Marketing directo: Comunicación directa con los consumidores individuales, seleccionados cuidadosamente, con el fin de obtener una respuesta inmediata y crear relaciones duraderas con ellos mediante el uso del teléfono, correo, fax, correo electrónico, internet y otras herramientas para comunicarse directamente con consumidores específicos<sup>90</sup>.

Como estrategia de comunicación, se utilizará la estrategia de atracción. Para Kotler, con la estrategia de atracción “el productor dirige sus actividades de marketing (principalmente publicidad y promoción ante consumidores) hacia los consumidores finales para animarlos a comprar el producto”<sup>91</sup>. Por ejemplo, Kraft Foods Inc. creadores de Bubbalo, galletas Club Social, Oreo, entre otras, utiliza publicidad en medios masivos, y promoción entre los consumidores para atraerlos a sus productos<sup>92</sup>.

#### Ilustración 19: Estrategia de comunicación



Fuente: KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de marketing. 8 ed. México: Pearson Education, 2008. 269 p.

<sup>90</sup> Ibid., p. 363.

<sup>91</sup> Ibid., p. 369.

<sup>92</sup> Ibid., p. 369.

Para la buena elaboración de esta estrategia, se hacen necesario utilizar algunos elementos de la mezcla de promoción como publicidad, promoción, una posible implantación de ventas personales y el marketing directo.

La publicidad de Wen Yu se realizará de tres (3) formas. La primera será por medio de avisos en el periódico, en donde serán los mismos interesados o padres de estos en leer el aviso publicitario, con un costo de \$65.500 pesos<sup>93</sup>. La segunda forma será en los puntos de venta, en este caso las librerías, por medio de volantes publicitarios y afiches, que tendrían un costo de \$100.000 pesos por 1000 volantes<sup>94</sup>. La tercera se realizará por publicidad on-line, ubicados en páginas web de acceso masivo como Facebook ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)), Twitter ([www.twitter.com](http://www.twitter.com)) o páginas web de noticias.

#### **Ilustración 20: Costo Publicidad**

<i>Publicidad</i>	<i>Valor</i>
Avisos en Periodico	\$ 65.000
Volantes	\$ 100.000
<b>Total Año</b>	<b>\$ 165.000</b>
Total Mes	\$ 13.750

Fuente: Elaboración Propia

El costo de las tres formas de publicidad será asumido por los socios de Wen Yu como un gasto aparte que no se incluirá en las proyecciones o estados financieros.

Esta última forma de publicidad será la más importante ya que uno (1) de los dos (2) métodos de venta del software será por internet. Se hace necesario un buen manejo publicitario on-line que este acorde a la necesidades del consumidor en relación a las ventas.

La promoción se realizará por medio de la elaboración de un Demo (una pequeña muestra del producto) que será donado por el ingeniero Paulo Pérez y entregado gratis a los posibles compradores. Con este Demo, se pretende mostrar las ventajas que ofrece

<sup>93</sup>El Tiempo Colombia. Clasificados. Oct 26 de 2010. En <http://clasificados.eltiempo.com/oldsite/landingpage/>

<sup>94</sup>OLX. Volantes Publicitarios. Oct 26 de 2010. En <http://bogotacity.olx.com.co/volantes-publicitarios-desde-80-000-iiid-38555091>

Wen Yu, su funcionalidad y su utilidad, para convencer a los clientes potenciales convirtiéndolos en clientes reales.

Una opción a considerar es la implantación de ventas personales para conseguir nuevos clientes. Se crearía un grupo de vendedores encargados de ofrecer el producto en las instituciones educativas, hablando directamente con los maestros, alumnos y directivas.

El marketing directo estaría encargado de ofrecer el producto a los viajeros constantes a China, por medio de las agencias de viajes, aerolíneas, etc.

### **11.5 ESTRATEGIAS PRODUCTO**

Según Kotler y Armstrong<sup>95</sup>, las decisiones de productos y servicios individuales es una de las formas existentes para tomar decisiones de productos y servicios. Este tipo de decisiones está compuesto por cinco niveles de decisiones que se deben tomar durante el desarrollo y el proceso de marketing del producto. Los niveles son:

1. Atributos del producto
2. Marca
3. Empaque
4. Etiquetado
5. Servicios de apoyo al producto.

Los atributos del producto constan de la calidad del producto y el estilo y diseño. Wen Yu contara con la mejor calidad posible. Como se especificó en las estrategias de precio, la calidad será uno de los mayores atractivos del producto. La calidad de Wen Yu consiste en la elaboración de unos, muy buenos, contenidos para un fácil aprendizaje del mandarín, siguiendo un orden cronológico. Se tratará de disminuir los errores ocurridos en la programación y creación del software, para que todos funcionen al 100%, “sin defectos”<sup>96</sup>. La calidad será revisada por cada trabajador en todas las áreas del software, desde el diseño hasta comercialización, con el fin de encontrar todo tipo de errores o implicar a todo el personal en el mejoramiento del software.

---

<sup>95</sup> Ibid., p. 205.

<sup>96</sup> Ibid., p. 206.

Sobre estilo y diseño, “los diseñadores de productos deben pensar menos en atributos y especificaciones técnicas y más en la manera en que los clientes lo usaran y en los beneficios que obtendrán del producto”<sup>97</sup>. Para lograr la mayor cantidad de beneficios hacia los clientes, se realizarán sesiones grupo con el fin de entender cómo quieren los consumidores el software en específico. Las preguntas que incluirán estas sesiones no serán sobre el contenido propio del software, si no sobre el diseño del mismo y del empaque. Se pretende diseñar el software según las preferencias de los clientes y sobre asesorías brindadas por profesores del idioma, para que todos sean parte activa del software y que sus gustos se vean expresados en el producto. Estas sesiones de grupo se realizarán cada año aproximadamente con el fin de mejorar el producto cada 365 días.

Kotler y Armstrong afirman que la marca “Es un nombre, termino, signo, símbolo, diseño, o una combinación de estos elementos, que identifica al fabricante o vendedor de un producto o servicio”<sup>98</sup>. El nombre del software ya está establecido, será Wen Yu que podría significar “Escritura/Lengua/Cultura/Civilización Literatura”.



Con este nombre se pretende penetrar el mercado y lograr un buen posicionamiento como una de las marcas mejor desarrolladas para el aprendizaje del idioma mandarín a nivel latinoamericano.

El empaque es un importante medio de venta, ya que busca atraer la atención de los clientes y describe el producto, dejando atrás la primaria idea de solo contener el producto<sup>99</sup>. El empaque de Wen Yu constara de dos (2) partes. La primera será un CD, que es donde el software estará grabado, con una etiqueta sobre la parte superior con el nombre “Wen Yu”. La segunda parte del empaque constará de una caja en donde ira el CD, con un manual de uso del software. Sobre la caja se especificará la información de la empresa creadora del software, su dirección, razón social, teléfono et

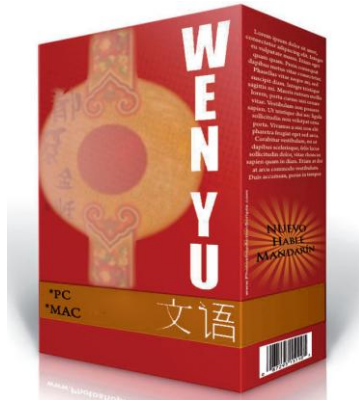
---

<sup>97</sup> Ibid., p. 208.

<sup>98</sup> Ibid., p. 208.

<sup>99</sup> Ibid., p. 209.

## Ilustración 21: Empaque Wen Yu



Fuente: Elaboración Propia

El servicio de apoyo al producto consta de brindar apoyo a los compradores después de haber realizado la compra. Wen Yu brindará básicamente tres (3) actividades de apoyo:

- 1) Cada año se realizarán sesiones o reuniones en grupo de clientes, con el fin de entender lo que quieren de Wen Yu y así poder modificarlo acorde a sus gustos.
- 2) La actualización gratuita de Wen Yu será un valor agregado para la obtención de clientes. Wen Yu se actualizará una vez, al cumplirse el primer año de la compra de éste, con el fin de prolongar el ciclo de vida del producto y mantener satisfechos a los clientes con el producto. El costo de cada actualización será asumido por la empresa desarrolladora del producto.
- 3) En nuestra página de internet se recibirán sugerencias sobre el software y se brindará el servicio de personalización del software según los gustos de cada cliente. La idea de esto es que, después de adquirido el software, se pueda modificar según los gustos de cliente para una mejor experiencia durante el aprendizaje.

### 11.6 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADEO

Wen Yu utiliza las 7 P's del mercadeo: Promoción, precio, plaza producto, perceptibles, procesos y personas. Esta nueva mezcla de mercado consta de 7 factores,



complementando las 4 P's planteadas por Kotler, (producto, plaza, precio promoción). Los perceptibles, los procesos y las personas son las 3 P faltantes<sup>100</sup>.

Los perceptibles hacen referencia a lo tangible que es difícil de evaluar y que se encuentra en el ambiente físico, como la temperatura, la música, los uniformes, la decoración, la apariencia del empleado, la publicidad, etc...<sup>101</sup> En el caso de Wen Yu, la publicidad, la presentación y el método de venta del empleado se tornan más importantes que los demás ya que las tres (3) formas de venta son en las librerías, donde se hace importante la publicidad y el internet y las ventas directas con las instituciones educativas donde resaltaría la importancia de la presentación y el método de venta del empleado.

Los procesos hacen referencia a la sincronización entre la oferta y la demanda, sobre qué hacer en tiempos donde las ventas no se mueven mucho o donde si se mueven mucho<sup>102</sup>. Para Wen Yu, los tiempos de baja demanda podrían ser los meses de marzo, abril, mayo y septiembre, octubre y noviembre. Estos son los meses que no comprenden la temporada escolar, que está comprendida por diciembre, enero, febrero, junio, julio y agosto. En los meses de temporada baja, se intensificará el desarrollo del software, que incluyen las actualizaciones y las mejoras. También se realizarán promociones para el otro segmento del mercado, que es el de los viajeros, con el fin afianzarlos más como clientes. Estas promociones incluyen nuevas aplicaciones en el software y desarrollos más personalizados según el cliente.

Se prevé que las mayores ventas se generen en temporada escolar, ya que es el nicho más grande al cual pertenece el software.

Por último, la nueva P habla de las personas, haciendo referencia a que las empresas no se deben concentrar solo en el mercado externo (consumidores), sino también en su mercado interno, refiriéndose a éste como la contratación, la capacitación y la motivación<sup>103</sup>. Los empleados en Wen Yu serán mucho más que eso, serán el equipo de trabajo encargado de todos los aspectos necesarios para la creación y comercialización del software. Todos tendrán tareas y áreas designadas según sus habilidades de trabajo

---

<sup>100</sup> PUENTE, Raquel. Universidad ICESI. Servicios: Las nuevas armas del mercadeo. Mayo 17 de 2010. En <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/212/21207504.pdf>

<sup>101</sup> Ibid.

<sup>102</sup> Ibid.

<sup>103</sup> Ibid.

pero mantendrá contacto con otras áreas cada vez que ellos quieran para aportar o recibir todo tipo de sugerencias. Cada integrante del grupo de trabajo recibirá parte de la utilidad, que se dividirá por porcentajes y a su vez tendrán un salario base de \$600.000 por 5 años. El porcentaje será de 40% dividido entre los integrantes del grupo de trabajo,

Se creará un ambiente cómodo y agradable al trabajo, que tenga la capacidad de inspirar a los creadores del software.

Empleados: Ingeniero= 1, Diseñador de Contenidos= 1, Administrador= 1, Asesor Legal= 1, Vendedor= 1 (contratación hasta el segundo año aproximadamente).

El presupuesto estará distribuido de la siguiente forma:

**Tabla 9: Presupuesto**

<b>Precio</b>	10%
<b>Distribución</b>	5%
<b>Penetración</b>	5%
<b>Perceptibles</b>	15%
<b>Aprovisionamiento</b>	5%
<b>Comunicación</b>	20%
<b>Producto</b>	15%
<b>Procesos</b>	10%
<b>Personas</b>	15%

Fuente: Elaboración Propia

## 11.7 ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO

Según Luis Alegre, Carmen Berné y Carmen Galve, en el libro *Fundamentos de economía de la empresa: prospectiva funcional* (2000, 210), explican que los objetivos de las estrategias de aprovisionamiento se dividen en dos (2), en las que minimizan los costes y las que maximizan el poder de negociación con los proveedores.

Los proveedores de Wen Yu están conformados principalmente por los creadores del contenido, los diseñadores del mismo y los programadores del software, que son los que crean el software gracias a sus conocimientos. El costo de estos proveedores será de \$600.000 mas una parte de la utilidad del software. Estos proveedores son:

- Guiling Liu, economista de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y profesora de los niveles 1, 2, y 3 de Mandarín de la Pontificia Universidad Javeriana
- Lina Sepúlveda, abogada de la Universidad del Rosario
- Paulo Pérez, Ingeniero de Sistemas de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas
- Iván Alejandro Sánchez, estudiante de octavo semestre de Administración de Empresas en la Pontificia Universidad Javeriana
- Enrique Sandino Vargas, asesor de Taller de Grado 1, MBA y experto en Negocios Internacionales.

Los CD y los empaques son de muy bajo precio, lo que no influiría en gran medida en los costos del software. Los CD en blanco se comprarían por internet en [Http://Mercadolibre.com](http://Mercadolibre.com). La marca sería Huskee y su costo es de \$29.990 pesos 100 unidades. La competencia más fuerte de Huskee en Mercado Libre es Smart Buy, que ofrece los mismos 100 CD por \$35.000 pesos.

La caja del empaque tiene un valor de \$300 pesos entre 13 a 200 unidades y \$287 pesos entre 201 unidades en adelante<sup>104</sup>.

La impresión del Manual se realizará sobre hojas tamaño carta, que se adecuaran al tamaño del empaque. Cada manual constara de (50) hojas. El valor de (500) hojas marca Cartoprint es de \$7000 pesos, según [Http://Mercadolibre.com](http://Mercadolibre.com), y la impresión tiene un valor de \$10 pesos por hoja.

Para poder disminuir los costos de los proveedores, se negociará con estos mismos para que acepten recibir parte de la utilidad como pago. La idea es que los integrantes del grupo de trabajo tengan un salario base de \$600.000 más la utilidad neta del software divida mensualmente entre cada uno, dependiendo de la importancia de su puesto de trabajo. Por ejemplo, se le asigna un porcentaje de la utilidad a cada integrante del grupo de trabajo pactado por ambas partes, luego, se toma toda la utilidad neta mensual y se

---

<sup>104</sup> Cajas y Empaques de Colombia. Caja 20x20x7 ref: 40110. Septiembre 16 de 2010. En [http://cajasyempaquesdecolombia.com/index.php?page=shop.product\\_details&flypage=flypage.tpl&product\\_id=262&category\\_id=17&option=com\\_virtuemart&Itemid=1](http://cajasyempaquesdecolombia.com/index.php?page=shop.product_details&flypage=flypage.tpl&product_id=262&category_id=17&option=com_virtuemart&Itemid=1)

divide en los porcentajes otorgados en un principio. Así, el dinero mensual de cada trabajador será muy elevado, eso los motivará para mejorar el software y lograr mejores resultados.

Se manejarán políticas de crédito con los proveedores de cajas de cartón y manuales, de 30 días de pago preferiblemente. Si este período se sobrepasa se pagará un cargo de 4% sobre el total de la deuda.

### **11.8 ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN**

Para la universidad EAFIT de Medellín, las estrategias de penetración de un mercado se dividen en cinco (5) grupos:

1. Adquisición de mercados y creación de empresas.
2. Defensa de una posición de mercado:
  - Estrategia defensiva de precio
  - Refuerzo de la red de distribución
  - Mejoras nuevas de producto o servicio.
3. Nacionalización del mercado:
  - Concentrarse en los segmentos más rentables.
  - Recurrir a distribuidoras más eficaces (encontrar un canal mas efectivo).
4. Desarrollar la demanda primaria:
  - Incitar a consumir más por ocasión
  - Incitar a utilizar el producto
  - Hallar nuevas oportunidades de utilización.
5. Aumentar la cuota de mercado:
  - Aumentar las ventas atrayendo compradores de otras marcas
  - Mejorar el producto o servicio
  - Reposicionar la marca por medio de una nueva publicidad.
  - Admitir reducciones sustanciales de precio

- Reforzar la red de distribución.<sup>105</sup>

Para este plan de negocio, se utilizará la estrategia de adquisición de mercados. Para lograr esto, se utilizarán estrategias como:

- Mantener la página de internet funcionando 24 horas al día, 30 días al mes. Y se disminuirán los tiempos de respuesta a las interrogantes dejadas por los usuarios, los pedidos del software y a las sugerencias. Estos tiempos no serán mayores a 24 horas de lunes a viernes y 48 horas los fines de semana. El costo de la página web está incluido en los honorarios del Ingeniero Paulo Pérez.
- Se mantendrán los precios bajos, como se especificó en la estrategia de precios, con el fin de atraer nuevos clientes o cliente de la competencia.
- Se diversificará el software realizándole pequeños, pero significativos cambios en su diseño y funcionamiento con el fin de crear un portafolio de productos para clientes más especializados.
- Con el fin de atraer nuevos mercados, después de estar ya consolidados en el mercado nacional, se expandirá el producto a mercados internacionales en Latinoamérica. La pauta para luchar en esos mercados no será por precios bajos, se competirá con valor agregado, un buen diseño de software y las mismas estrategias de comunicación (avisos en el periódico, publicidad on-line y publicidad en los puntos de venta).

---

<sup>105</sup> Colombia Univesidad EAFIT. Mercadeo. Mayo 17 de 2010. En <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:GI6Hs0g62KkJ:www.eafit.edu.co/NR/rdonlyres/58179F6F-A8DD-4744-B99C-C645B341FA1D/0/MERCADEO.doc+estrategias+de+penetracion&cd=3&hl=es&ct=clnk&gl=co>

## 12 PROYECCIÓN DE VENTAS

### 12.1 PROYECCIONES

#### 1. Estructura del Mercado

**Tabla 10: Estructura del Mercado**

PRODUCTO	MERCADO REAL	CONSUMO ANUAL PERCAPITA	VENTA UNIDADES AÑO 1	PARTICIPACION % MERCADO OBJETIVO
Software Mandarin	26.042	1	156	1%
<b>Total</b>			<b>156</b>	

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

**Tabla 11: Ingresos de TI**



Fuente: Invierta en Colombia

Según cifras de Invierta En Colombia, los ingresos del sector TI se han casi duplicado desde el año 2005 hasta el 2009, pasando de generar cerca de \$1600 millones de dólares a \$3500 millones. Esto demuestra el alto crecimiento que se proyecta que ocurra con Wen Yu.

Como se vio en el análisis de sector, en 2007 asistieron a clases cerca de 11 millones de alumnos a educación básica primaria y secundaria (alrededor de 11'500.000 en el año 2010), sumando el número de estudiantes en las universidades colombianas que, hasta el 2008 era de 1'444,544 y sumando el número de posibles viajeros hacia china que es

alrededor de 10.000 hasta el 2009, se puede lograr un estimado del mercado potencial que sería en total de 12'954.544.

El mercado real está constituido por el número de estudiantes que actualmente se encuentran estudiando el idioma Mandarín que, según la embajada China en Colombia era de dos mil (2000) estudiantes en el 2007<sup>106</sup>. Según el Instituto Confucio de Medellín<sup>107</sup>, el número de estudiantes de Mandarín se ha ido incrementando de forma acelerada ya que, por ejemplo, en la Universidad de los Andes en el año 2004 se tenían 17 estudiantes y en el 2008 la cifra subió a 320, lo que representa un incremento anual del 108% aproximadamente.

Si se utiliza el crecimiento estimado de los estudiantes de Mandarín en la Universidad de los Andes, en el 2008 se encontrarían 4.165 estudiantes, en el 2009 habrían 8.677 y en el 2010 aproximadamente 18.074 estudiantes que conformarían el mercado real de las instituciones educativas en Colombia.

Por otro lado, el mercado real de los viajeros estaría compuesto por el número de viajeros hacia China en el 2007 que fue de 4.000 aproximadamente y de 5.033 en el 2008, lo que generaría un incremento de 25,825% anual. Tomando el incremento se calculan aproximadamente 7.968 viajeros para el 2010 como mercado real de viajeros.

El total del mercado real estaría compuesto por la suma de 18.074 estudiantes en el 2010 y 7.968 viajeros para el mismo año, obteniendo un total de 26.042 personas. Se realizará el mismo proceso para cinco (5) años.

El porcentaje de efectividad de venta es de 0.2010%, obtenido de la división del mercado real entre el mercado potencial. Este porcentaje se va a utilizar para calcular el número de unidades vendidas en el primer año.

El consumo anual de cada comprador sería de un software, ya que este se actualizaría cada 365 días. Se prevé que se vendan mínimo 52 unidades en el primer año, que sería el porcentaje de efectividad multiplicado por el mercado real, pero la meta de Wen Yu

---

<sup>106</sup> Dinero Revista. Mandarín Para Todos. Agosto 23 de 2010. En [http://www.dinero.com/edicion-impresadineroyusted/mandarin-para-todos\\_31419.aspx](http://www.dinero.com/edicion-impresadineroyusted/mandarin-para-todos_31419.aspx)

<sup>107</sup> Instituto Confucio Medellín. Los Institutos Confucio en el Mundo. Agosto 23 de 2010. En [http://www.institutoconfuciomedellin.org/institutos\\_confucio\\_mundo.html](http://www.institutoconfuciomedellin.org/institutos_confucio_mundo.html)

para los dos (2) primeros años es vender tres (3) veces el porcentaje de efectividad, en este caso, 156 software.

## 2. Capacidad Mano de Obra Instalada

**Tabla 12: Capacidad Mano de Obra Instalada**

PRODUCTO		HORAS AÑO OPERARIO TURNO	UNIDADES HORA HOMBRE	CAPACIDAD INSTALADA POR OPERARIO AÑO 1	No. OPERARIOS O TIEMPO DE DEDICACION % AÑO 1	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD REQUERIDA
Software Mandarin	Unidad	1.185	0	237	100%	237	156
<b>Total</b>				<b>237</b>	<b>100%</b>	<b>237</b>	<b>156</b>

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

Existe un periodo de dos (2) años en donde el dinero de los salarios básicos y materia prima correspondientes a estos años proviene de la inversión inicial equivalente a \$30'000.000, desembolsados durante el primer año, cubriendo así el déficit presentado durante este periodo. Esta inversión no se asignará en las proyecciones, ya que no provendrá de algún tipo de préstamo, si no de ahorros de los inversionistas. Con esto se pretende disminuir el flujo de caja negativo del primer año y una leve disminución en los impuestos.

Se prevé que la jornada laboral para cada integrante del grupo de trabajo sea de (5) horas al día. No trabajarán los sábados y los domingos/festivos (con excepción de la persona encargada de la pagina Web) y tendrá 15 días de vacaciones al año según lo especifica el Código Sustantivo de Trabajo en Colombia. Al año son 237 días aproximadamente. Las unidades producidas por el grupo en una hora es de 0,2. La capacidad instalada del grupo es de 284 por cada año, donde la capacidad requerida es de 52.

## 3. Ventas Anuales Producto



**Tabla 13: Ventas Anuales Producto**

NOMBRE PRODUCTO	UNIDADES A VENDER	PRECIO DE VTA UNIT	VENTAS TOTALES \$ AÑO 1
Software Mandarín	156	85.000	13.260.000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>156</b>	<b>85.000</b>	<b>13.260.000</b>

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

El precio de venta sería de \$85.000 pesos colombianos, ya que es solo el 22.2% del precio de la competencia. Este precio fue puesto a consideración de los posibles consumidores en la pregunta seis (6) de la encuesta, en donde el 64% de los entrevistados contestaron que estarían dispuestos a comprar el software por ese precio.

Se estima que las ventas totales sean de \$13'260.000 en el primer año.

El equipo de trabajo de Wen Yu está en la capacidad de fabricar 237 software al año, pero solo se necesitara la fabricación de 156 inicialmente, luego se podrán fabricar más para los inventarios, teniendo en cuenta que no vale la pena tener inventarios cuando se aproxime una actualización.

**Tabla 14: Incremento Anual Precio**

PERIODO	INCREMENTO ANUAL PRECIO %	BASE + INCREMENTO
Año 2	5%	105%
Año 3	6%	106%
Año 4	7%	107%
Año 5	8%	108%

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

Como se describió anteriormente, la inflación del 2009 fue del 2% y la que va corrida del año 2010 es de 2,82%. Se prevé que el aumento del precio sea de 5% para el segundo año, más que la inflación, y se incremente 1% mas cada año respecto al año 1.

#### 4. Ciclicidad Ventas en el Año

Se debe calcular en que meses del año las ventas serán muy altas, altas, normal y bajo. Para calcular la importancia de cada mes, se establece una escala de:

**Tabla 15: Ciclicidad Ventas en el Año**

CALIFICACION COMPORTAMIENTO VENTAS	CALIFICACION
Muy alto	9
Alto	7
Normal	5
Bajo	3

		AÑO 1	AÑO 1
		UNIDADES	VENTAS \$
Enero	9	21	1.808.182
Febrero	7	17	1.406.364
Marzo	5	12	1.004.545
Abril	3	7	602.727
Mayo	3	7	602.727
Junio	5	12	1.004.545
Julio	9	21	1.808.182
Agosto	7	17	1.406.364
Septiembre	5	12	1.004.545
Octubre	3	7	602.727
Noviembre	3	7	602.727
Diciembre	7	17	1.406.364
<b>Total</b>	<b>66</b>	<b>156</b>	<b>13.260.000</b>

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

Según la red de almacenes Colsubsidio, una de las etapas más productivas de todo el año la comprenden los meses de Enero, Febrero y Marzo por ser temporada escolar principalmente de calendario A<sup>108</sup>.

Los meses más importantes para la venta del software son enero y julio, que son los meses donde se encuentran la temporada escolar en su mayor auge, registrando ventas de 6,250 software cada uno. Los meses que menos registran ventas con abril y octubre con 2,083 software. La temporada escolar tanto para colegios como universidades se intensifica en enero y julio, ya que los periodos escolares comienzan a finales de estos meses, desatando así una fiebre de compra de útiles escolares para comenzar los periodos.

## 5. Presupuesto de Ventas Para Cinco (5) Años

<sup>108</sup> COLOMBIA MINISTERIO DE EDUCACION. La feria de los supermercados. Agosto 25 de 2010. En <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-118022.html>

Para realizar el presupuesto de ventas de cinco (5) años, es necesario conocer el incremento del número de estudiantes potenciales y reales y el número de viajeros hasta el 2015.

El incremento de los estudiantes potenciales entre el 2007, 2008 y 2009 ha sido aproximadamente entre 0,51%<sup>109</sup>.

**Tabla 16: Proyecciones Mercado Real a Cinco (5) Años**

<b>Incremento</b>	<b>Años</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
108,000%	Estudiantes	18074	37593,92	78195,354	162646,34	338304,38	703673,11
25,825%	Viajeros	7968	10025,736	12614,882	15872,676	19971,794	25129,51
	<b>SUMA</b>	<b>26042</b>	<b>47619,656</b>	<b>90810,236</b>	<b>178519,01</b>	<b>358276,17</b>	<b>728802,62</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 17: Proyecciones Mercado Potencial a Cinco (5) Años**

	<b>Años</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
0,510%	Mercado Pot. Estudiantes	12944544	13010561	13076915	13143607	13210640	13278014
25,825%	Mercado Pot. viajeros	10000	12582,5	15831,93063	19920,527	25065,003	31538,03969
	<b>SUMA</b>	<b>12954544</b>	<b>13023143,7</b>	<b>13092746,97</b>	<b>13163528</b>	<b>13235705</b>	<b>13309552</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 18: Proyecciones Porcentajes de Efectividad**

<b>Años</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Porcentaje de efectividad</b>	0,2010%	0,3657%	0,6936%	1,3562%	2,7069%	5,4758%

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 19: Proyección de Unidades Vendidas**

<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
<b>Ventas</b>	156	522	630	2421	9698	39908

Fuente: Elaboración Propia

Las ventas a crédito se realizarán a 30 días si el número de pedidos es menor a 20 unidades, pero si los pedidos superan esta medida, el plazo para el pago subiría a 60 días.

El precio utilizado para las proyecciones es de \$85.000 pesos, especificado en la estrategia de precios.

<sup>109</sup> Información obtenida de la pagina web

[http://menweb.mineducacion.gov.co/seguimiento/estadisticas/principal.php?consulta=mat\\_total&nivel=2](http://menweb.mineducacion.gov.co/seguimiento/estadisticas/principal.php?consulta=mat_total&nivel=2)

Calculando la diferencia de porcentaje de cobertura de educación básica y media entre el año 2008 y 2009.

**Tabla 20: Presupuesto de Ventas Año 1**

MESES	AÑO 1		
	Ciclicidad	Unidades	Ventas \$
Enero	9	21	1.808.182
Febrero	7	17	1.406.364
Marzo	5	12	1.004.545
Abril	3	7	602.727
Mayo	3	7	602.727
Junio	5	12	1.004.545
Julio	9	21	1.808.182
Agosto	7	17	1.406.364
Septiembre	5	12	1.004.545
Octubre	3	7	602.727
Noviembre	3	7	602.727
Diciembre	7	17	1.406.364
<b>Total</b>		<b>156</b>	<b>13.260.000</b>

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

**Tabla 21: Presupuesto de Ventas Año 2**

AÑO 2		
Ciclicidad	Unidades	Ventas \$
9	21	6.352.977
7	17	4.941.205
5	12	3.529.432
3	7	2.117.659
3	7	2.117.659
5	12	3.529.432
9	21	6.352.977
7	17	4.941.205
5	12	3.529.432
3	7	2.117.659
3	7	2.117.659
7	17	4.941.205
<b>66</b>	<b>156</b>	<b>46.588.500</b>

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

**Tabla 22: Presupuesto de Ventas Año 3**

<b>AÑO 3</b>		
Ciclicidad	Unidades	Ventas \$
9	86	7.740.409
7	67	6.020.318
5	48	4.300.227
3	29	2.580.136
3	29	2.580.136
5	48	4.300.227
9	86	7.740.409
7	67	6.020.318
5	48	4.300.227
3	29	2.580.136
3	29	2.580.136
7	67	6.020.318
<b>66</b>	<b>630</b>	<b>56.763.000</b>

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

**Tabla 23: Presupuesto de Ventas Año 4**

<b>AÑO 4</b>		
Ciclicidad	Unidades	Ventas \$
9	330	30.025.902
7	257	23.353.480
5	183	16.681.057
3	110	10.008.634
3	110	10.008.634
5	183	16.681.057
9	330	30.025.902
7	257	23.353.480
5	183	16.681.057
3	110	10.008.634
3	110	10.008.634
7	257	23.353.480
<b>66</b>	<b>2.421</b>	<b>220.189.950</b>

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

**Tabla 24: Presupuesto de Ventas Año 5**

MESES	<b>AÑO 5</b>		
	Ciclicidad	Unidades	Ventas \$
Enero	9	1.322	121.401.327

Febrero	7	1.029	94.423.255
Marzo	5	735	67.445.182
Abril	3	441	40.467.109
Mayo	3	441	40.467.109
Junio	5	735	67.445.182
Julio	9	1.322	121.401.327
Agosto	7	1.029	94.423.255
Septiembre	5	735	67.445.182
Octubre	3	441	40.467.109
Noviembre	3	441	40.467.109
Diciembre	7	1.029	94.423.255
<b>Total</b>		<b>9.698</b>	<b>890.276.400</b>

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

## 12.2 POLÍTICAS DE CARTERA

Según Gonzalo Sinisterra, una de las tantas estrategias de ventas existentes en el mercado, correspondientes a la administración de cartera, es “La colocación de bienes y servicios a crédito, sistema muy difundido en la actualidad sobre todo en economías de recesión”<sup>110</sup>.

Una de los métodos de venta de Wen Yu es la venta on-line desde la pagina web del software. Este método no incluye políticas de crédito porque se cancela en efectivo. Los clientes, a la hora de realizar el pedido, digitan el número de la cuenta de ahorros o crédito e inmediatamente el dinero se debita de las cuentas. Los compradores pueden pactar una forma de pago a crédito con el banco, pero no se puede hacerlo con el software.

El otro método de venta es la que se realizará en las librerías. Este método si incluye políticas de crédito, los cuales se les otorgaran a los clientes por medio de las librerías. A la hora de evaluar las políticas de crédito para las librerías, se deben valorar:

- Costos: Se evalúan los costos que se generarían según el número de días que se otorgaran como crédito (30 días, 90 días, etc.)

<sup>110</sup> SINISTERRA, Gonzalo, POLANCO, Luis y HENAO, Harvey. Contabilidad: Sistema de información para las organizaciones. Bogotá: Mc Graw-Hill Interamericana, S.A. 383p.

- Beneficios: Las ventajas que traería para la empresa recaudar el dinero en el tiempo pactado.
- Utilidad: El dinero que se recibirá por la venta en el futuro.
- Perdida: La cantidad de dinero que la empresa dejaría de ganar al no recibir el pago en el momento de la venta.<sup>111</sup>

Existe la posibilidad que Wen Yu logre una alianza con alguna editorial para su comercialización. Por ejemplo, según Mónica Bermúdez, supervisora de ventas de Mc Graw Hill en Colombia, el software podría ser comercializado y promocionado por esta entidad siempre y cuando se cumpla un número mínimo de pedidos de mil (1000) unidades, cuyo dinero sería recaudado por Mc Graw Hill entre 30 y 60 días de plazo dependiendo del cliente (universidades, librerías etc.) y de la forma de pago.

Entre el 7% y el 10% de la utilidad estaría destinada a la persona registrada en los derechos de autor.

Según Raúl Montaña de Cengage Learning, esta entidad podría comercializar, promocionar el software en 54 países del mundo, dependiendo de la calidad y del mercado disponible y en caso de necesitarse se podría ayudar a desarrollar. Cengage learning analizaría el mercado bajo sus propios parámetros para establecer la probabilidad de venta del software a nivel mundial. El pago de derechos de autor estaría alrededor del 10% de la venta real y se debería firmar un contrato de duración entre 3 y 5 años.

Si no se logra algún tipo de alianza, la política de cartera estará asignada según el número de software que adquiera cada librería en consignación. Si estas realizan pedidos de menos de 20 software, el crédito se otorgará por 30 días, si el número de pedidos superan los 21 software, el crédito se otorgará por 60, equivalente a dos meses para realizar el pago. Podrían cancelar el dinero con abonos a capital o esperar hasta el último día de los 30 o 60 para cancelar todo en su totalidad. Esto generaría beneficios para la librería, ya que el pago se extendería a 30/60 días, logrando invertir el dinero durante ese periodo de tiempo. La empresa no registraría pérdida, no es dinero que se pierde, es dinero que se gana a un ritmo más lento. Si se mira bajo el mismo punto de vista de las

---

<sup>111</sup> Ibid., p. 385.

librerías, sería dinero que se deja de ganar porque no se tiene para invertir durante 30 días.

Se espera que los pagos se consignen al número de cuenta bancaria de la empresa de software o, que también sean realizados en efectivo. Se recibirán cheques a las librerías que hayan realizado sus pagos cumplidos, sin ningún tipo de demoras, para así tener la certeza de que el cheque tendrá fondo a la hora de ser reclamado.



## 13 OPERACIÓN

### 13.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

La ficha técnica de un producto proporciona “(...) la información necesaria para la elección del mismo, muestra para que sirve, donde se debe aplicar y como ha de utilizarse”<sup>112</sup>.

**Tabla 25: Ficha Técnica**

<b>Nombre Producto</b>	Wen Yu
<b>Clientes</b>	Maestros e instituciones educativas y Viajeros a China.
<b>Región</b>	Comercialización en Colombia inicialmente
<b>Cargo responsable del Producto</b>	Director y administrador
<b>Descripción del producto</b>	Software especializado en la enseñanza del idioma Mandarín / Español, Español / Mandarín para las instituciones, maestros, alumnos y viajeros interesados en enseñar y aprender el mandarín en Colombia.
<b>Medio de Entrega</b>	Venta libre en librerías o a través de nuestra página de internet.
<b>Diseño</b>	Una (1) caja de 20cm x 20cm que incluye manual de instrucciones y un (1) CD con el contenido del Software.
<b>Requisitos Informáticos</b>	S.O Windows Xp o posterior.
<b>Ayudas On line</b>	Si
<b>Vigencia esperada</b>	1 Año
<b>Soporte técnico</b>	Si
<b>Actualización</b>	1 Año
<b>Multiusuario</b>	Si

Fuente: Elaboración Propia

<sup>112</sup> Publicaciones Vértice. Manipulación de Productos Químicos y de Limpieza. Málaga: Publicaciones Vértice. 2008. 53p.

## 13.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

La responsabilidad de elaboración de “Wen Yu” recae sobre un grupo de trabajo conformado por cinco (5) personas, cuyas capacidades (habilidades, actitudes y conocimientos) se complementan de manera perfecta.

- 1) El primer paso de la elaboración del Software está constituido por el diseño de los contenidos, a cargo de Guiling Liu e Iván Sánchez. Estos contenidos se diseñarán acorde a las necesidades presentadas anteriormente, como los son el interés por lograr un software colorido, con sonidos, ejercicios de autocorrección y ejercicios de pronunciación, etc.

Este proceso se realizará en cinco (5) pasos:

- i. Guiling presentará sus ideas sobre los contenidos según su experiencia como docente, que, adjuntando libros y archivos como manera de ejemplo, brindará su opinión y retroalimentación sobre los mismos.
- ii. Iván presentará sus ideas sobre qué debería llevar el software para lograr los objetivos “antiaburrimiento”. Opinará con base a sus experiencias en el idioma Mandarín que ha cosechado por más de dos (2) años y medio.
- iii. Se analizará el proceso descrito anteriormente sobre el contenido del software, haciendo referencia específica a cada uno de ellos, como lo son crear contenidos coloridos, sonidos, ejercicios de autocorrección y ejercicios de pronunciación, capítulos de historietas en situaciones reales, traducciones directas del Mandarín a Español y viceversa, facilidad en la utilización y actualización.
- iv. Se adoptaran las opiniones con mayor valor en porcentaje sobre el diseño, recogidas en las encuestas como “Direcciones estratégicas obligadas en el diseño”, con el fin de cumplir con los deseos de los posibles consumidores. Dentro de estas opiniones se encuentran: Facilidad de uso, diseño atractivo y evitar el aburrimiento en el producto.
- v. Se realizarán reuniones entre Guiling Liu e Iván Sánchez, para diseñar los contenidos del software. A su vez, se creará un manual de contenidos, donde se especificara que se quiere lograr con estos, evitando problemas de comunicación con los diseñadores del software.

- 2) El segundo paso es reunir a todo el equipo de trabajo, con el fin de que todos se conozcan de manera perfecta. A esta reunión asistirán Guiling Liu, Lina Sepúlveda, abogada de la Universidad del Rosario, Paulo Pérez, Ingeniero de Sistemas de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Iván Alejandro Sánchez, estudiante de noveno semestre de Administración de Empresas en la Pontificia Universidad Javeriana y Enrique Sandino Vargas, asesor de Taller de Grado 1 y 2, MBA y experto en Negocios Internacionales.
- 3) El tercer paso es asignar las actividades respectivas a cada integrante, dividiendo el grupo en cuatro (4) subgrupos, empoderando a cada uno de ellos a realizar su trabajo de la mejor manera posible. Luego, se programarán reuniones semanales con el fin de presentar el trabajo realizado hasta ese momento por parte de cada subgrupo, realizando retroalimentaciones, correcciones, sugerencias, nuevas asignaciones de tareas y sobre todo, el encuadre del trabajo.

Los cuatro (4) subgrupos serán:

- ❖ Guiling Liu e Iván Alejandro Sánchez.
  - Estarán a cargo del diseño de los contenidos.
- ❖ Paulo Pérez
  - Es la persona encargada del diseño de la página de internet del producto y de “Wen Yu” como software.  
Utilizará la Metodología XP (Extreme Programming). “Es una metodología ligera de desarrollo de software que se basa en la simplicidad, la comunicación y la realimentación o reutilización del código desarrollado”<sup>113</sup>. En otras palabras, esta diseñada para cambiar cada elemento sobre la marcha.
- ❖ Lina Sepúlveda Sánchez.
  - Se encargara de la normatividad y consejería legal con sus respectivas actualizaciones.
- ❖ Enrique Sandino Vargas

---

<sup>113</sup> FERNÁNDEZ ESCRIBANO, Gerardo. Introducción a Extreme Programming. Septiembre 15 de 2010. En <http://www.info-ab.uclm.es/asignaturas/42551/trabajosAnteriores/Presentacion-XP.pdf>

- Ofrecerá sus asesorías en mercadeo, especializándose en las estrategias de Comunicación, Producto, Perceptibles y Personas
- 4) El cuarto paso, consiste en, al tener el producto terminado, revisarlo por parte de cada integrante del grupo de trabajo que lo analizará bajo sus propias perspectivas, luego se le realizarán revisiones por parte de estudiantes de mandarín con el fin de encontrar errores.
  - 5) Finalmente, se recibirán las últimas retroalimentaciones sobre la prueba del software, se aplicaran las sugerencias y se tendrá el producto terminado.
  - 6) Se procede a grabar el software en los CD y después a empaçar cada unidad en una caja con su respectivo manual.
  - 7) El paso siguiente es la distribución y venta de del software. Para la venta por internet, Paulo Pérez diseñará una página Web, en donde se podrá encontrar la ficha técnica del producto, textos, gráficos del software, datos de contacto del fabricante, medios de pago, promociones, archivos HTML con información complementaria y demo del software.

Sobre la distribución del software, se habrán contratado empresas de transporte de mercancías puerta a puerta como TCC, Servientrega, El proceso de esta entrega será, como se sugirió en la estrategia de distribución, de la siguiente forma:

- a. Para las librerías.

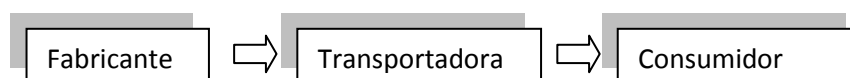
**Ilustración 22: Distribución Para Librerías**



Fuente: Elaboración Propia

**Ilustración 23: Distribución Para Compras por Internet**

- b. Para los compradores desde la pagina de internet.



Fuente: Elaboración Propia

### 13.3 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

A la hora de realizar en análisis de las necesidades y requerimientos para la elaboración de una unidad de software, es necesario hablar de los factores de producción. Según La Gran Enciclopedia de Economía, los factores de producción son “los recursos de la sociedad que se utilizan en el proceso productivo. Se dividen en tres grandes grupos: Tierra, trabajo y capital”<sup>114</sup>.

1. La Tierra: El software será desarrollado en la comodidad del lugar de residencia del Ingeniero Paulo Pérez, ya que no se hacen necesarios más elementos que un computador. El empalme con los contenidos del software se realizarán en la oficina ya establecida de Guiling Liu en la Universidad Javeriana o en el lugar pactado por todo el grupo.
2. El Capital: Entendiéndose como los elementos necesarios para producir bienes o servicios<sup>115</sup>, se clasificarán en:
  - a. Materias Primas:
    - Libros y archivos de Mandarín utilizados como ejemplos.
    - Legislaciones, normas y regulaciones sobre Derecho Mercantil que ya son propiedad de la Abogada Sepúlveda.
    - Caja plegadiza de 20cm x 20cm.
    - Hojas e impresión del Manual de (50) hojas.
  - b. Tecnología Requerida:
    - Dos (2) Computadores con acceso a internet. El primero estará dotado con los mejores programas para la realización del software, incluyendo programas de diseño y programación como Adobe Flash 10.1 y AJAX Programing, que es propiedad del ingeniero de sistemas Paulo Pérez. El segundo equipo deberá estar equipado con Office 2010, cuyos programas más utilizados serán Excel, Word y Nero Burning que es propiedad de Iván Sánchez.
3. El Trabajo:

---

<sup>114</sup> La Gran Enciclopedia de Economía. Factores de Producción. Septiembre 15 de 2010. En <http://www.economia48.com/spa/d/factores-de-produccion/factores-de-produccion.htm>

<sup>115</sup> Eumed. Manual Básico de Economía. Septiembre 16. En <http://www.eumed.net/cursecon/3/Factores.htm>

- a. Mano de Obra: Se utilizarán los conocimientos en el área de Mandarín de Guiling Liu, los conocimientos sobre administración de Iván Alejandro Sánchez, sobre programación y diseño en computación de Paulo Pérez, sobre mercadeo y negocios internacionales de Enrique Sandino Vargas y los conocimientos de Lina Sepúlveda Sánchez sobre Derecho Mercantil. Se prevé que se contrate un vendedor, dependiendo de la demanda del producto.

### 13.3.1 Presupuesto Por Unidad Año 1

**Tabla 26: Presupuesto por unidad año 1.**

Descripción	Cantidad	Costo
Computador	2	N/A
Normas Derecho Mercantil	1	N/A
Caja, Empaque	1	\$ 300
CD	1	\$ 300
Manual	1	\$ 1.200
Costo por Unidad		\$ 1.800
Costo unidades año 1		\$ 280.800

Fuente: Elaboración Propia

### 13.4 PLAN DE PRODUCCIÓN Y COSTOS DE PRODUCCION

Como método de inventario para Wen Yu, se utilizará el sistema de inventarios permanentes. Este método “permite un control constante de los inventaros, al llevar el registro de cada unidad que ingresa y sale del inventario”<sup>116</sup>. En los inventarios no se encontraran las materias primas sin ser procesadas, se encontraran los software ya fabricados guardados, esperando ser despachados al cliente.

A continuación se realizará el registro de las materias primas del primer año:

<sup>116</sup> Gerencie. Método PEPS. Septiembre 20 de 2010. En <http://www.gerencie.com/metodo-peps.html>

**Tabla 27: Materia Prima**

AÑO 1	Software Mandarin		
MATERIAS PRIMAS	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
Caja Empaque	\$ 300	1	\$ 300
CD	\$ 300	1	\$ 300
Manual	\$ 1.200	1	\$ 1.200
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 1.800</b>	<b>3</b>	<b>\$ 1.800</b>

PRODUCTO	UNIDADES AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO TOT AÑO 1
Software Mandarin	156	1.800	280.800
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>1.800</b>	<b>280.800</b>

PERIODO	INCREMENTO ANUAL COSTOS %	BASE + INCREMENTO
Año 2	3%	103%
Año 3	3%	103%
Año 4	3%	103%
Año 5	3%	103%

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

Los pedidos de materia prima se realizan según la proyección de ventas mensual, con el fin de no tener como inventario estas mismas. A continuación se presentan el programa de compras de materia prima mensual en el primer año:

**Tabla 28: Compras de Materia Prima Mensual**

	AÑO 1 UNIDADES	AÑO 1 COMPRAS \$
Enero	21	38.291
Febrero	17	29.782
Marzo	12	21.273
Abril	7	12.764
Mayo	7	12.764
Junio	12	21.273
Julio	21	38.291
Agosto	17	29.782
Septiembre	12	21.273
Octubre	7	12.764
Noviembre	7	12.764
Diciembre	17	29.782
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>280.800</b>

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

Cuando el software este grabado en los CD, empacado y listo para entregar, se seleccionan los que serán entregados inmediatamente a los clientes, los que sobren se

almacenarán. Para el control de los almacenados se utilizará un formato donde se especificará la cantidad de software encontrados hasta ese momento. Estos se almacenarán en cajas completamente selladas con capacidad para 20 software, así se evitara n pérdidas por diversas razones. Un ejemplo del formato es:

**Tabla 29: Formato conteo de software; Ejemplo**

Fecha: _/ _/ _	
# CAJA	Cantidad
Caja 1	Llena
Caja 2	2
Caja 3	0
Caja 4	0
Caja 5	0
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>

Fuente: Elaboración Propia

El conteo se realizará cada vez que se despache algún software y siempre se mantendrá un mínimo de 10 software como respaldo.

Es de recordar que Enero, Febrero y Marzo son, según los almacenes Colsubsidio, una de las etapas más productivas del año, por ser temporada escolar de calendario A, mientras que según Iván Sánchez y su experiencia en ventas de calzado escolar, Julio y Agosto son los meses más productivos de calendario B. Por lo anterior, la producción del software se incrementará en los meses de Julio y Enero debido al posible incremento en ventas de esos meses, como se vio en la proyección de ventas.

### **13.5 INFRAESTRUCTURA Y PARÁMETROS TÉCNICOS**

La base del equipo de trabajo de Wen Yu es la división de responsabilidades y su posterior empalme para evaluar el trabajo realizado hasta ese momento. Lo anterior significa que no es necesario mantener el grupo trabajando juntos todas las horas.

Para la elaboración de Wen Yu solo se hace necesaria la utilización de un computador dotado con Adobe Flash 10.0 y AJAX Programing y operado por un experto en sistemas, como lo es el Ingeniero Paulo Perez. El software será desarrollado en la comodidad del



lugar de residencia del Ingeniero Paulo Pérez. Este computador ya es propiedad del Ingeniero.

Para la administración del software se hace necesario otro computador dotado con Office 2010, cuyos programas más utilizados serán Excel, Word y Nero Burning, con el fin de llevar la contabilidad del proyecto, las estrategias a seguir, las actas de reuniones, etc. Este será operado por Iván Sánchez, que es el Administrador designado en el grupo de trabajo.

Las impresiones del Manual será responsabilidad de Iván Sánchez, quien los imprimirá con su propia impresora HP Photosmart c4780. La grabación de los CD será realizada también por Iván Sánchez, utilizando el programa Nero Burning.

Las reuniones del grupo de trabajo se llevarán a cabo en la oficina de Guiling Liu en la Universidad Javeriana en cualquier lugar neutral para los integrantes del grupo de trabajo, como restaurantes, cafeterías u hogares de cualquiera.

Para el almacenamiento de los inventarios si se hace necesario el arriendo de una bodega, con el fin de almacenar las cajas con los software. Para el almacenaje se utilizarán los servicios de U-Storage, quienes describen su servicio de la siguiente forma: "Contamos con modernas BODEGAS PERSONALES que cuentan con alta tecnología para tener total y absoluta seguridad sobre los objetos almacenados por el cliente. Son de diferentes tamaños de acuerdo con las necesidades requeridas y completamente independientes. El cliente controla directamente el espacio y la llave de su bodega"<sup>117</sup>.

Para almacenar 20 software se necesitan cajas que midan 1 metro por 80 centímetros. Se desea almacenar máximo 100 software, dependiendo de la cantidad demandada, lo cual genera la necesidad de conseguir una bodega de 24 metros cuadrados, con un arriendo de \$286.000 pesos mensuales (se prevé que el canon de arrendamiento aumente 3% anual). A continuación se presentarán imágenes de la bodega de U-Storage con esas especificaciones aproximadas.

---

<sup>117</sup> U-Storage. Servicios. Oct 14 de 2010. En <http://www.u-storageminiobodegas.com/servicios-bodegas-personales.html>

### Ilustración 24: Imágenes de la Bodega



Fuente: <http://www.u-storageminibodegas.com/servicios-bodegas-personales.html>

Estas bodegas cuentan con su propio acceso directo, con circuito cerrado y alarma brindando atención de lunes a sábado.

### Ilustración 25: Seguridad de la Bodega



Fuente: <http://www.u-storageminibodegas.com/portafolio-digital.html>

## 14 ESTUDIO TÉCNICO

Wen Yu estará ubicado inicialmente en Bogotá, con el fin de atraer la mayor cantidad de mercado concentrada en un mismo lugar y por encontrarse en el centro del país, facilitando así la distribución a las demás ciudades del territorio nacional. Según el Ministerio de Educación Nacional de Colombia, en el 2009 asistieron a educación básica y media 11.322.620<sup>118</sup> estudiantes, de los cuales Bogotá aportó 1.557.847<sup>119</sup> estudiantes, siendo este el 14% de la demanda nacional. En educación superior, Bogotá aporta el 50%<sup>120</sup> de los estudiantes de todo el país. Es de agregar que el aeropuerto El Dorado de Bogotá es el aeropuerto más importante de Colombia y segundo más importante de América Latina, después del de México D.F, concentrando el mayor número de viajeros.

Los integrantes del equipo de trabajo de Wen Yu se encuentran en la ciudad de Bogotá, facilitando así el encuentro en las reuniones y la comunicación, generando una disminución de costos en el transporte de los integrantes de una ciudad a otra. Para los proveedores de CD y papel para el manual, la ciudad de Bogotá disminuye sus costos de envío (ya que estos se realizarán por internet), mientras que el proveedor de las cajas para empacar el software Cajas y Empaques de Colombia, se encuentra en la ciudad de Medellín, ubicada a 414 kilómetros de distancia.

Bogotá cuenta con la Zona Franca de Occidente, descrita por ellos mismos como la mejor del país, facilitando así las posibles importaciones de materia prima en un futuro. Esta Zona Franca se caracteriza por su cercanía a las vías que conectan a Bogotá con el resto del país, ubicada a cuatro (4) horas de los puertos de Salgar y La Dorada, a 10 minutos del aeropuerto El Dorado y situado en una esquina del triangulo económico colombiano, integrado por Bogotá, Medellín y Cali<sup>121</sup>.

---

<sup>118</sup> COLOMBIA MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Estadísticas de educación básica y media. Oct 20 de 2010. En <http://menweb.mineduacion.gov.co/seguimiento/estadisticas/>

<sup>119</sup> \_\_\_\_\_. Estadísticas de educación básica y media. Oct 20 de 2010. En [http://menweb.mineduacion.gov.co/seguimiento/estadisticas/principal.php?seccion=2&id\\_categoria=2&consulta=mat\\_total&nivel=2&dpto=11](http://menweb.mineduacion.gov.co/seguimiento/estadisticas/principal.php?seccion=2&id_categoria=2&consulta=mat_total&nivel=2&dpto=11)

<sup>120</sup> \_\_\_\_\_. Estadísticas sectoriales de educación superior. Oct 20 de 2010. En [http://menweb.mineduacion.gov.co/seguimiento/estadisticas/principal.php?seccion=12&id\\_categoria=1&consulta=mat\\_total&nivel=12&dpto=11](http://menweb.mineduacion.gov.co/seguimiento/estadisticas/principal.php?seccion=12&id_categoria=1&consulta=mat_total&nivel=12&dpto=11)

<sup>121</sup> Zona Franca de Occidente Colombia. Ubicación. Oct 20 de 2010. En <http://www.zonafrancaoccidente.com/ubicacion.asp>

## Ilustración 26: Ubicación Zona Franca de Occidente



Fuente: <http://www.zonafrancaoccidente.com/ubicacion.asp>

Bogotá posee el Impuesto de Industria y Comercio, que “es un gravamen directo de carácter municipal que grava toda actividad industrial, comercial o de servicios que se realice en la jurisdicción del Distrito Capital de Bogotá”<sup>122</sup>.

Para la elaboración del software se utilizarán básicamente dos (2) programas, Adobe Flash y AJAX Programing. Esta tecnología ya la posee el grupo de trabajo de Wen Yu, específicamente el Ingeniero Paulo Peres. A continuación una breve explicación de cada una:

**Adobe Flash** es un software que permite una visualización de aplicaciones expresivas, contenidos y videos en diferentes pantallas y exploradores, diseñado para pantallas de dispositivos móviles.

Ventajas:

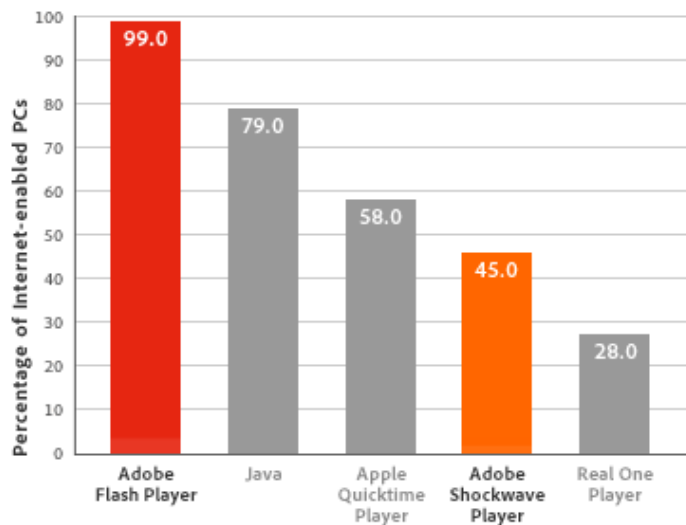
- Animaciones y composiciones que permiten crear gráficos animados integrados en imágenes y videos.
- Compatibilidad con dispositivos móviles, proporcionando contenidos expresivos en computadores personales, teléfonos móviles, libros inteligentes etc.
- Aceleración de Hardware, ofreciendo videos de alta calidad a dispositivos móviles.

<sup>122</sup> Secretaria de Hacienda. Impuesto de Industria y Comercio. Oct 20 de 2010. En [http://www.shd.gov.co/portal/page/portal/portal\\_internet\\_sdh/impuestos/ica\\_imp/Informacion\\_por\\_sectores1](http://www.shd.gov.co/portal/page/portal/portal_internet_sdh/impuestos/ica_imp/Informacion_por_sectores1)

- Efectos en 3D
- Creación de efectos en tiempo real y de alto rendimiento con el fin de crear videos cinematográficos.
- Utilización de *Text Layout Framework*, un código abierto utilizado para el diseño de textos.
- Tecnología multitáctil, permitiendo interactuar con múltiples objetos a la vez.
- Búsqueda inteligente que permite reproducir videos en cámara lenta, doble tiempo o repetición inmediata.
- Compatibilidad con mapas de bits de gran tamaño
- Entrada de acelerómetro<sup>123</sup>

Según la firma de investigación de mercados inglesa Millward Brown, el contenido de Flash funciona en el 99% de las vistas de internet, ubicándolo en la posición número uno en el mundo seguido por Java.

#### **Ilustración 27: Porcentaje de Utilización de Adobe Flash**



Fuente: [http://www.adobe.com/products/player\\_census/flashplayer/](http://www.adobe.com/products/player_census/flashplayer/)

<sup>123</sup> Adobe Flash Player. Oct 20 de 2010. En [http://www.adobe.com/products/player\\_census/flashplayer/](http://www.adobe.com/products/player_census/flashplayer/)

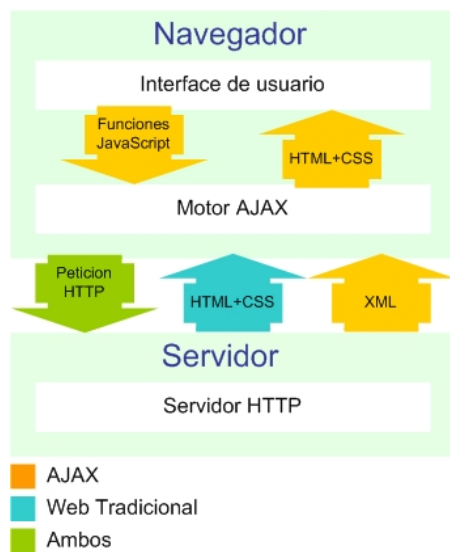
**AJAX Programing** es una técnica de desarrollo web que combina tres tecnologías ya existentes (Asynchronous, JavaScript y XML). Utiliza JavaScript, HTML, CSS, XML y Lenguaje de servidor.

En otras palabras, es una aplicación que realiza lo que el usuario desea sin tener que actualizar la página.

Funcionamiento:

“El usuario accede a la aplicación que es enviada por el servidor en formato HTML, JavaScript y CSS. Luego el código JavaScript de la aplicación pide al servidor los datos que quiere mostrar y este, ejecuta un código de lado de servidor que envía al navegador los datos en formato XML.”<sup>124</sup>

### Ilustración 28: Funcionamiento AJAX



Fuente: <http://www.programacionweb.net/articulos/articulo/?num=317>

Un ejemplo de Ajax es Google Maps, puede cambiar la posición del mapa sin actualizar la página<sup>125</sup>.

<sup>124</sup> Programación Web. Que es Ajax. Oct 20 de 2010. En <http://www.programacionweb.net/articulos/articulo/?num=317>

<sup>125</sup> Ibid,.

El tamaño del proyecto de Wen Yu puede cambiar muy rápidamente sin modificar la estructura de la organización. La parte complicada del software es la elaboración, pero significa lo mismo producir 1 o 1000, ya que el cambio solo radica en número de software que se desea grabar y empaquetar. Lo anterior significa que Wen Yu necesitaría de los mismos integrantes del grupo de trabajo para producir distintas cantidades del producto y el cambio solo se vería reflejado en el tamaño de la bodega de almacenamiento y el número de vendedores necesarios.

Si la demanda comienza a crecer de manera acelerada, se comenzaría a grabar más software en CD, con su respectivo manual en las cajas correspondientes. Luego se debería aumentar el mínimo de inventarios para almacenar con el fin de poder responder rápidamente a las necesidades del mercado. Posteriormente se crearían nuevas vacantes en el puesto de vendedor con el fin de intensificar la venta en distintos lugares del país, según lo amerite la demanda.

Los costos se incrementarían en tres (3) etapas: Número de CD, manuales y cajas necesarias para la grabación y comercialización del software; en el cambio de bodega, si se hace necesario, para un mayor almacenamiento de cajas con software; y el número de vendedores nuevos necesarios para la venta del software.

El número de integrantes del equipo de trabajo se puede ver incrementado si las necesidades del mercado demuestran los gustos que tendrían los clientes por nuevos componentes del software, lo que llevaría a actualizaciones más rápidas, generando vacantes para nuevos Ingenieros o Diseñadores que contribuirían al desarrollo de estas actualizaciones.

Se prevé expandir el proyecto al exterior, principalmente en países de habla Hispana. Con estas expansiones se proyecta modificar el software de tal forma que se acomode al lenguaje hablado en el país objetivo, incluyendo dichos y regionalismos. Para lograr los anteriores cambios, se haría necesaria la contratación de empleados nativos en el país al cual se quiere acceder, con el fin de colaborar con los cambios que el software debería tener.

## 15 ORGANIZACIÓN

### 15.1 ANÁLISIS DOFA

Según Hernando Zabala Salazar, la matriz DOFA (FODA) se define como “el conjunto de fortaleza y oportunidades, debilidades y amenazas, surgidas de la evaluación de un sistema organizacional que, al clasificarse, ordenarse y compararse, generan un conjunto de estrategias alternativas factibles para el desarrollo de dicho sistema organizacional”<sup>126</sup>.

**Tabla 30: Análisis DOFA**

<u><b>FORTALEZAS</b></u>	<u><b>OPORTUNIDADES</b></u>	<u><b>DEBILIDADES</b></u>	<u><b>AMENAZAS</b></u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidades, habilidades, actitudes y conocimientos del equipo de trabajo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de estudiantes de Mandarín en crecimiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muy elevado el tiempo que tomará realizar los contenidos. Aproximadamente un año.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento de la competencia</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación y comunicación activa por parte de toda la organización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda de bilingüismo por parte del gobierno, posibilitando la creación de nuevos mercados, como colegio públicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los diseñadores del software no saben nada del idioma Mandarín</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desinterés de los consumidores por el Mandarín</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio menor que la competencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El mercado ofrece complicados servicios para el aprendizaje del idioma Mandarín</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Al existir tanta diversidad en los trabajadores, se pueden presentar problemas para el entendimiento de las ideas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de elevados impuestos para software</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rápidos tiempos de respuesta con los clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elevados precios de la competencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se debe depositar mucha confianza en los demás trabajadores</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rápido crecimiento en Ventas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poder convertir la enseñanza en algo divertido</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexperiencia en el sector</li> </ul>	

<sup>126</sup> ZABALA SALAZAR, Hernando. Planeación estratégica aplicadas a cooperativas y demás formas asociativas y solidarias. Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia, 2005. 96p.



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto innovador</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta probabilidad de internacionalización</li> </ul>		
--	---	--	--

Fuente: Elaboración Propia

El paso a seguir es realizar cruces entre las diferentes variables con el fin de construir los objetivos estratégicos. Los cruces son entre fortalezas-oportunidades (FO), fortalezas-amenazas (FA), debilidades-oportunidades (DO) y debilidades-amenazas (DA)<sup>127</sup>.

**Tabla 31: Estrategias DOFA**

<b><u>ESTRATEGIAS FO</u></b>	<b><u>ESTRATEGIAS FA</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enfocar las capacidades del equipo de trabajo en la atracción de nuevos clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contrarrestar el crecimiento de la competencia con la elaboración de un producto bien valorado por el mercado.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepción de nuevas ideas sobre mejoramiento para lograr que el Gobierno nacional sea uno de los clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepción de nuevas ideas sobre cómo mantener los clientes y como conseguir nuevos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar la estrategia de precios para atraer los clientes y luego hacer énfasis en la facilidad del mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procuran no subir los precios debido al incremento de impuesto o factores externos con el fin de no afectar a los consumidores</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindarle al consumidor ahorro en el precio final y buen servicio durante y post venta</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un gusto en lo consumidores hacia el software con el fin de obtener mayores volúmenes en ventas</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Convertir el atributo de Innovador del software como cabeza de la estrategia de acceso a mercados internacionales.</li> </ul>	
<b><u>ESTRATEGIAS DO</u></b>	<b><u>ESTRATEGIAS DA</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratar más personal experto en Mandarín para cubrir la demanda de estudiantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ganar mercado de la competencia mejorando el tiempo de actualización del software.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación para los trabajadores por parte del gobierno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer la importancia del idioma mandarín a los consumidores y trabajadores.</li> </ul>

<sup>127</sup> Ibid., p. 97

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar el conocimiento diverso de los trabajadores para crear un producto fácil de utilizar por diversas personas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar la diversidad de los trabajadores para crear estrategias que no afecten el precio que subiría si los impuestos se incrementan.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Al ser nuevos en el sector, los preconceptos se rompen y se podrá crear un producto totalmente distinto a los ya existentes.</li> </ul>	

Fuente: Elaboración Propia

Con el fin de mitigar el impacto negativo y conservar los impactos positivos, en las reuniones del equipo de trabajo de Wen Yu se hablara sobre las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que se presenten hasta ese momento, con el fin de crear estrategias para cada situación, evitando así largos tiempos de respuesta que podrían impactar en el pensamiento del cliente.

## 15.2 ORGANISMOS DE APOYO

ParqueSoft, creado en el año 2007, es una entidad sin ánimo de lucro cuya finalidad es apoyar a los emprendedores de software. ParqueSoft es, definido por ellos mismos, “El Cluster de ciencia y tecnología más grande de Colombia que presta apoyo a proyectos cuya base es la tecnología e investigación tecnológica<sup>128</sup>”.

También se encuentra Sinertec, que “cuenta con un Centro de Investigación y Desarrollo en tecnologías de la información para promover la innovación, el desarrollo tecnológico y el lanzamiento de nuevas soluciones informáticas, apoya a las organizaciones en la producción de software de mayor calidad<sup>129</sup>”. Sinertec cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector de las tecnologías de información y comunicaciones.

Colombia cuenta con ocho (8) parques tecnológicos destinados al desarrollo tecnológico. La finalidad de estos parques es mejorar la competitividad de una región del país por medio de la creación de nuevas empresas de base tecnológica. Los parques son: Parque tecnológico de Antioquia, Manizales, la Umbria en el Valle del Cauca, Parquesoft Cali,

<sup>128</sup> ParqueSoft Bogotá. Modelo ParqueSoft. Octubre 4 de 2010. En <http://www.parquesoftbogota.com/ShowChannel.asp?ChannelId=10>

<sup>129</sup> Sinertec Colombia. Nuestra empresa. Oct 4 de 2010. En [http://sinertec.com.co/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=19&Itemid=84](http://sinertec.com.co/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=19&Itemid=84)

Parque tecnológico de la Sabana, Guatiguará en Santander, Carlos Vélez Pombo de Cartagena y parque del Caribe<sup>130</sup>.

Bogotá Innova, es un programa creado por la Cámara de Comercio de Bogotá, que busca facilitar, entre otras cosas, facilitar la creación y/o mejoramiento de productos, procesos y servicios para mejorar la competitividad de las empresas de Bogotá. “El Programa busca apoyar los procesos de innovación de todas las empresas de Bogotá y la Región, y fortalecer cinco sectores estratégicos: salud, software, turismo, diseño e industrias culturales”<sup>131</sup>.

TecnoParque es una red liderada por el SENA, especializada en desarrollo tecnológico, innovación y emprendimiento en Colombia. Esta red es sin ningún costo, ofreciendo herramientas, asesorías, infraestructura y expertos necesarios para el desarrollo de nuevas iniciativas de productos y servicios que se pueden convertir en nuevas empresas fortaleciendo la productividad y competitividad del país<sup>132</sup>.

Una posible organismo de apoyo es el Banco Santander con su concurso Premio Santander, Emprendimiento, Ciencia e Innovación Colombia 2010, en el cual el presente plan de negocios está inscrito y a la espera de los clasificados a segunda fase. Ver Anexo número 2.

Como fuente de financiación se encuentra Bancoldex que, en convenio con la Secretaria Distrital de Desarrollo Económico crearon Bogotá Banca Capital, para emprendedores, entidades microfinancieras PYMES y MINIPYMES afectadas por desastres naturales<sup>133</sup>.

Bogotá Emprende ofrece distintas opciones de financiación para creadores. Dentro de las opciones se encuentran los créditos, inversión privada y cofinanciación. A continuación las tres (3) opciones:

1. Crédito: Puede ser con Banca Mia, con entidades financieras y con capital semilla. Con Banca Mia existe Banca Capital y con entidades financieras están FIMSA,

---

<sup>130</sup> MIPYMES COLOMBIA. Política de parques tecnológicos, Op. Cit.,

<sup>131</sup> Cámara de Comercio de Bogotá. Bogotá Innova. Oct 4 de 2010. En <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?conID=3270&catID=79>

<sup>132</sup> TecnoParque Colombia. Oct 4 de 2010. En <http://www.tecnoparquecolombia.org/tpc.php>

<sup>133</sup> Entidades de Financiación en Colombia. Red de Emprendedores Bavaria. Oct 4 de 2010. En <http://www.scribd.com/doc/29918859/Entidades-de-Financiacion-en-Colombia#fullscreen:on>

fundación COOMEVA, Fundación Mundo Mujer, Visión Mundial Colombia entre otras. Con capital semilla están Fondo emprender SENA, Presidencia, Fundación Corona y Red de Emprendedores Bavaria.

2. Inversión Privada: Para inversión privada se encuentran, Emprendedor, Escala Capital Fondo Inversor Focalizado en MiPymes, Progres Capital Exclusivo emprendedores y Fondo Capital de Riesgo COOMEVA

3. Existe el método de cofinanciación que:

Corresponde a aportes parciales de recursos financieros subvencionados, los cuales suelen ubicarse entre el 50 y el 75% del valor total del proyecto. El porcentaje restante debe ser financiado por el emprendedor o empresario. Los principales financiadores en esta categoría son entidades públicas. Dentro de esta categoría se incluyen modalidades como los programas de apoyo para la implementación de proyectos de investigación, desarrollo, innovación y transferencia tecnológica. Resultan adecuados para todas las fases de desarrollo de la empresa (creación, crecimiento).

Requisitos: buen entendimiento de las herramientas o convocatorias y el cumplimiento de las condiciones exigidas.

Ventajas: son recursos gratuitos<sup>134</sup>.

Para la cofinanciación se encuentran BID Challenge, Cartier Women Initiative Awards, COLCIENCIAS, Concurso Experiencias en Innovación Social CEPAL y Fundación W.K. Kellogs, Convocatoria FINBATEC- Colciencias, Endeavor, FOMIPYME, Global Moot Corp Competition entre otras<sup>135</sup>.

### 15.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Rubén Salazar, profesor de la materia de Empresas Familiares en la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, basándose en el modelo Spiral Dynamics de Beck y Cowen, que introdujeron colores para los niveles de las organizaciones, afirma que existe la organización purpura que “La empresa estructurada en grupos o bandas y algunas

---

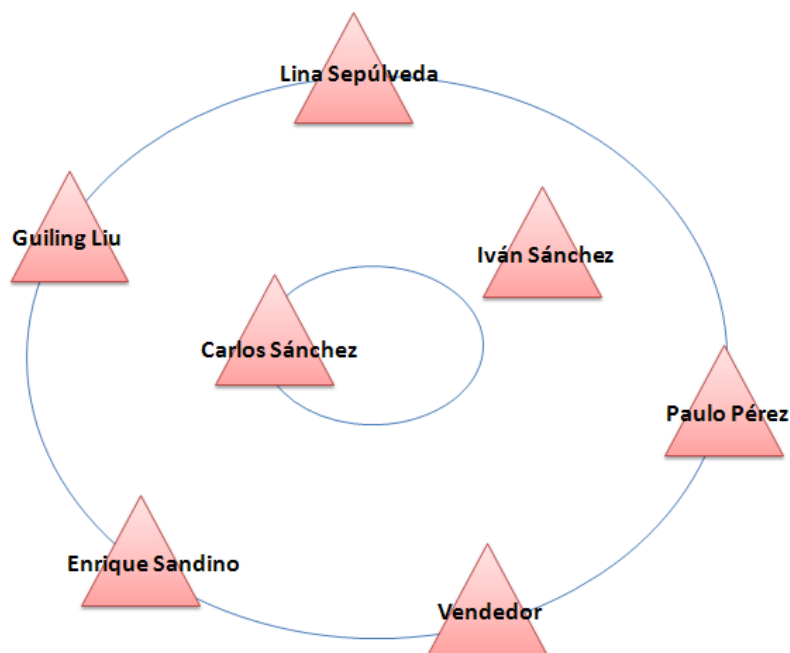
<sup>134</sup> Universidad Nacional De Colombia. Guía de fuentes de financiación para emprendedores con empresa de la Universidad Nacional de Colombia. Oct 4 de 2010. En <http://www.empresarial.unal.edu.co/descargas/Guiadeservicios4.pdf>

<sup>135</sup> Bogotá Emprende. Alternativas de financiamiento para creadores. Oct 4 de 2010. En <http://www.bogotaemprende.com/contenido/contenido.aspx?catID=710&conID=3692>

veces basada en linajes de sangre. Redes familiares con un patriarca que da seguridad y protección. Respeto de valores y rituales tradicionales. Mutuo apoyo en el grupo<sup>136</sup>.

La organización la componen dos (2) socios, Carlos Sánchez e Iván Sánchez, que a su vez son padre e hijo respectivamente, sobre quienes caerá la responsabilidad de representar y administrar la sociedad. Ellos dos (2) serán los encargados de tomar las decisiones más importantes de la organización, partiendo del punto de que serán decisiones consensuadas con los demás integrantes del equipo de trabajo.

### Ilustración 29: Estructura Organizacional



Fuente: Elaboración Propia

La comunicación del grupo será muy activa, ya que los niveles jerárquicos no existen y el mutuo apoyo es la clave. Todos hablarán con todos con el ánimo de retroalimentarse y aconsejarse sobre los procesos llevados hasta el momento, incluyendo las discusiones sobre el análisis DOFA presentado anteriormente. Iván Sánchez es el eslabón en la organización entre los trabajadores y el directivo Carlos Sánchez.

<sup>136</sup> Clase de Empresas Familiares. Pontificia Universidad Javeriana. Profesor Rubén Salazar. Segundo semestre de 2009. Bogotá, Colombia.

Se encuentran seis (6) puestos de trabajo en la organización distribuidos de la siguiente forma:

- 1) Diseño y programación: Puesto de trabajo encargado de diseñar y programar el software. También se hará responsable del mantenimiento y actualización de la pagina Web. Se requiere un Ingeniero de Sistemas para el puesto.
- 2) Diseñador de contenidos: Puesto de trabajo encargado de diseñar los contenidos del software que van en mandarín y en español. Diseño de los temas, ejemplos, dibujos, sonidos, ejercicios de autocorrección y temario. Se requiere un profesor de Mandarín.
- 3) Administrador: Puesto de trabajo encargado de planificar, controlar, dirigir y coordinar las actividades realizadas por todos los trabajadores de la organización junto con la planeación estratégica y financiera de la organización. Se requiere preferiblemente un administrador de empresas
- 4) Asesor Legal: Puesto de trabajo encargado de asesorar el aspecto legal de la organización, realizando énfasis en derecho mercantil. . Se requiere un abogado con énfasis en derecho comercial/
- 5) Vendedor: Puesto de trabajo encargado de vender el producto a librerías, colegios, universidades y turistas principalmente. Se requiere una persona con grandes habilidades de comunicación, empoderamiento y liderazgo.
- 6) Asesor Mercadeo: Puesto de trabajo encargado de brindar asesorías a toda la organización sobre mercadeo y negocios internacionales. Se requiere una persona especializada en Mercadeo.

Se utilizará un formato donde se especificarán las funciones de cada integrante del equipo de trabajo, incluyendo el perfil necesario para cada puesto.

**Tabla 32: Manual de funciones**

Manual de Funciones	Descripción
<b>Nombre de la empresa</b>	
<b>Area de Trabajo</b>	
<b>Perfil del Cargo</b>	
<b>Horario</b>	
<b>Salario</b>	
<b>Descripcion</b>	
Tarea 1	
Tarea 2	
Tarea 3	
<b>Resultados Esperados</b>	
<b>Dotación</b>	
<b>Información Adicional</b>	

Fuente: Elaboración Propia

### 15.3.1 Análisis de desempeño

“El análisis del desempeño o de gestión de una persona es un instrumento para gerencias, dirigir y supervisar personal”<sup>137</sup>. Partiendo de este punto, se utilizará un formato que calificara con 1. Excelente, 2. Muy bueno, 3. Normal, 4. Necesidad de Desarrollo o 5. Necesidad de Mejora Urgente el desempeño de los trabajadores. Se evaluarán 10 factores o competencias de los trabajadores, dentro de los que se encuentran la orientación a resultados, liderazgo, entre otros, agregando una autoevaluación de la persona involucrada.

Para complementar la calificación, se hará uso de la Evaluación de 360 grados o 360 Feedback. Este sistema permite que las evaluaciones sean realizadas por todo el entorno del empleado, dentro de los que se encuentran los jefes, compañeros de trabajo, y subordinados, incluyendo, si se quiere, a los proveedores y clientes<sup>138</sup>.

Wen Yu realizará evaluaciones mensuales a cada integrante del grupo de trabajo con el fin de identificar las cosas que no se estarán haciendo correctamente y mejorarlas a

<sup>137</sup> ALLES, Martha. Dirección estratégica de recursos humanos: Gestión por competencias. 5ed. Buenos Aires, México, Santiago, Montevideo: Granica, 2004. 383p.

<sup>138</sup> Ibid.,397p.

tiempo. Cada persona será evaluada por todos, lo que significa que cada uno será evaluado cinco (5) veces y se seguirán los parámetros presentados por Martha Alles sobre evaluación de desempeño.

**Ilustración 30: Cuadro Análisis de Desempeño<sup>139</sup>**

Nombre Evaluador:

Fecha: \_/\_/\_

Nombre del Evaluado:

Competencias y Comportamiento esperado	Nivel Según el Evaluado (1 a 5)	Nivel Según el Evaluador (1 a 5)	Comentarios
Orientación a resultados			
Colaboración			
Orientación al Cliente			
Liderazgo			
Delegación en Subordinados			
Comunicación			
Flexibilidad			
Trabajo en equipo			
Toma de Decisiones			
Organización			

Fuente: Elaboración Propia

Al finalizar las evaluaciones, se realizarán retroalimentación sobre las calificaciones de cada punto y se debatirá las acciones a realizar para cumplir con las mejorías.

**15.4 ASPECTOS LEGALES**

Respecto a los aspectos legales, la sociedad encargada del Wen Yu será limitada. Según el Portal Nacional de Creación de Empresas, apoyados por CONFECAMARAS, la sociedad limitada:

“Se constituye mediante escritura pública entre mínimo dos socios y máximo veinticinco, quienes responden con sus respectivos aportes, y en algunos casos según el Código de Comercio artículos 354, 355 y 357, se puede autorizar la responsabilidad ilimitada y solidaria, para alguno de los socios. Los socios deben definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa y podrán delegar la representación legal y administración en un gerente, quien se guiará por las funciones establecidas en los estatutos. El capital se representa en cuotas de igual valor que para su cesión, se pueden vender o transferir en las condiciones previstas en la ley o en los respectivos estatutos. Cualquiera que sea el nombre de la sociedad deberá

<sup>139</sup> Ibid.,392p



estar seguido de la palabra "Limitada" o su abreviatura "Ltda" que de no aclararse en los estatutos hará responsable a los asociados solidaria e ilimitadamente”<sup>140</sup>.

A continuación de nombraran los aspectos más importantes de la sociedad limitada.

- Los socios responden hasta el monto de los aportes.
- Mínimo dos socios, máximo 25
- Razón social; LTDA.
- La administración recae en todos los socios o en el representante legal.
- En junta de socios, se vota hasta el número de cuotas que cada uno tenga.
- Las acciones primero se venden a los socios.
- Disolución: Si las pérdidas están por debajo del 50% del capital o si el número de socios excede los 25 socios.
- Debe pagar Industria y Comercio, impuestos de renta<sup>141</sup>.

Pasos para la constitución:

1. Verificación del nombre de la empresa
2. Consulta de la ubicación de la empresa
3. Escritura pública de constitución
4. Registro mercantil
5. Registro ante la DIAN
6. Industria y comercio
7. Registro de los libros de contabilidad
8. Licencia sanitaria y de seguridad
9. Obligaciones laborales y de seguridad social
  - 9.1. Inscribirse ante la Administración de Riesgos Profesionales
  - 9.2. Inscripción de empleados en una Compensación Familiar
  - 9.3. Afiliación de empleados a Sistema de Seguridad, Entidades Promotoras de Salud y Fondo de Pensiones
  - 9.4. Afiliar empleados a Fondo de Cesantías<sup>142</sup>

---

<sup>140</sup> Crear Empresa, Portal Nacional de creación de empresas. Sociedad Limitada. Septiembre 23 de 2010. En <http://www.creatempresa.com.co/Consultas/TiposEmpresa.aspx#Limitada>

<sup>141</sup> Clase de Derechos de los Negocios, Pontificia Universidad Javeriana. Primer semestre de 2007. Bogotá, Colombia.

Los costos de constitución de sociedad son:

**Tabla 33: Costo de constitución de la sociedad<sup>143</sup>**

Items	Costo
Impuesto y estampilla	55300
Matricula	74000
Certificado de existencia	2500
Registro de la escritura publica	78314
<b>TOTAL</b>	<b>210114</b>

Fuente: Elaboración Propia

Las obligaciones tributarias son:

- Impuesto sobre la renta: 35%
- Impuesto al valor agregado: 16% al valor del servicio
- Impuestos de industria y comercio: 2 a 7 por mil mensual<sup>144</sup>

Las Sociedad Limitada de Wen Yu tendrá dos (2) socios, quienes aportaran el mismo capital y responderán únicamente por el valor de este, como se especifica en el Artículo 353<sup>145</sup>. Los socios serán Carlos Julio Sánchez Reyes, identificado con la cédula de ciudadanía 19'382.175 de Bogotá, e Iván Alejandro Sánchez Arango, identificado con la cédula de ciudadanía número 1'015'404.861 de Bogotá. El valor del capital aportado será de \$ 15'000.000 de pesos por cada uno, generando un total de \$30'000.000 de pesos que sería el total de la inversión inicial.

La distribución de utilidades para los socios será por mitad del valor que resulte de la repartición entre el equipo de trabajo. Por ejemplo, si se pacta que entre los trabajadores se va a dividir el 40% de las utilidades, el 60% restante se dividirá entre Iván Sánchez y Carlos Sánchez.

---

<sup>142</sup> Colombia Universidad EAFIT. Estudio legal, sociedad limitada. Septiembre 23 de 2010. En <http://bdigital.eafit.edu.co/bdigital/PROYECTO/P658.110775/Capitulo6.pdf>. 105.p.

<sup>143</sup> Ibid.,p.108

<sup>144</sup> Ibid.,p.108

<sup>145</sup> Colombia Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Código de Comercio. Septiembre 23 de 2010. En <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/inversion/CodigodeComercio.pdf>

La representación de la sociedad y la administración de la misma corresponde a todos los socios, como se estipula en el Artículo 358<sup>146</sup>. Las decisiones se tomarán en consenso al ser solo dos (2) socios.

Como lo estipula el Artículo 361, se llevará un libro de registro donde se anotarán el nombre, la nacionalidad, domicilio, documento de identificación y número de cuotas que cada socio posea<sup>147</sup>. El representante legal será Iván Alejandro Sánchez elegido por consenso.

En el momento de ceder las cuotas, tendrá prioridad en ellas el otro socio, si no se realiza un acuerdo, se podrán negociar por personas ajenas a los socios. En caso de muerte de algún socio, se ofrecerán a los demás socios o se cederán como herencia a la familia del socio fallecido.

Ver Anexo 4: Minuta de Constitución

#### **15.4.1 Propiedad Intelectual**

La Dirección Nacional de Derechos de Autor presta el servicio gratuito para el registro de soporte lógico o software. “La finalidad del registro es la de otorgar mayor seguridad jurídica a los titulares respecto de sus derechos autorales y conexos, dar publicidad a tales derechos y a los actos y contratos que transfieren o cambien su dominio y dar garantía de autenticidad a los titulares de propiedad intelectual y a los actos y documentos a que a ella se refieran”<sup>148</sup>.

Para lograr el registro, se debe tramitar el registro de Soporte Lógico o software ante la Dirección Nacional de Derechos de Autor. (Ver Anexo 3). Luego se envía el formulario diligenciado a la Calle 28 No. 13 A-15 Piso 17 en Bogotá, Colombia y posteriormente reclamar el formulario en la misma dirección al cabo de 15 días.

### **15.5 GASTOS DE PERSONAL**

---

<sup>146</sup> Ibid.,

<sup>147</sup> Ibid.,

<sup>148</sup> Colombia Dirección Nacional De Derechos De Autor. Registro de soporte lógico. Oct 5 de 2010. En <http://www.derechodeautor.gov.co/htm/registro/software.htm>

**Tabla 34: Gasto de personal**

MANO DE OBRA		
CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1
Ingeniero	600.000	7.200.000
Diseñador Co	600.000	7.200.000
<b>Subtotal</b>	<b>1.200.000</b>	<b>14.400.000</b>
Parafiscales	108.000	1.296.000
Cesantías	201.960	2.423.520
Intereses sob	2.020	24.235
Prima de Ser	99.960	1.199.520
Vacaciones	50.040	600.480
<b>Total salario</b>	<b>1.661.980</b>	<b>19.943.755</b>

ADMINISTRACION		
CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1
Administrado	600.000	7.200.000
Asesor Legal	600.000	7.200.000
<b>Subtotal</b>	<b>1.200.000</b>	<b>14.400.000</b>
Parafiscales	108.000	1.296.000
Cesantías	201.960	2.423.520
Intereses sob	2.020	24.235
Prima de Ser	99.960	1.199.520
Vacaciones	50.040	600.480
	<b>1.661.980</b>	<b>19.943.755</b>

VENTAS		
CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1
Vendedor 1	600.000	7.200.000
		0
<b>Subtotal</b>	<b>600.000</b>	<b>7.200.000</b>
Parafiscales	54.000	648.000
Cesantías	100.980	1.211.760
Intereses sob	1.010	12.118
Prima de Ser	49.980	599.760
Vacaciones	25.020	300.240
	<b>830.990</b>	<b>9.971.878</b>

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

Wen Yu es un proyecto realizado por un estudiante cuyo respeto hacia los trabajadores se encuentra muy arraigado desde hace varios años, por eso no se escatimarán los gastos en parafiscales, cesantías, interés sobre cesantías, prima de servicios y vacaciones en los trabajadores, que, para algunos contratistas, dejar de pagar estos auxilios representa una alta disminución de costos. Las tasas se presentan a continuación.

**Tabla 35: Parafiscales y prestaciones sociales<sup>149</sup>**

<b>PARAFISCA LES Y PRESTACIO NES SOCIALES</b>	<b>TASA</b>	<b>TASA</b>
Parafiscales	29,00%	9,00%
Cesantías	8,33%	16,83%
Intereses sob	1,00%	1,00%
Prima de Ser	8,33%	8,33%
Vacaciones	4,17%	4,17%
<b>Total</b>	<b>50,83%</b>	<b>39,33%</b>

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

El gasto de personal está dividido en mano de obra, administración y ventas. Para la mano de obra se hace necesario la contratación de un Ingeniero y un Diseñador de contenidos de mandarín. El gasto suma 18'707.515 pesos al año, incluyendo los parafiscales, cesantías, interés sobre cesantías, prima de servicios y vacaciones.

Los salarios de administración suman en el primer año 18'707.515 pesos, incluyendo los parafiscales, cesantías, interés sobre cesantías, prima de servicios y vacaciones, y los salarios en ventas suman 9'353.758 pesos en el primer año.

El incremento de los salarios será de 3% anual.

<sup>149</sup> El valor de la seguridad social esta sumado al valor de las cesantías

## 15.6 GASTOS DE PUESTA EN MARCHA

El registro de la patente del Wen Yu cuesta \$482.000<sup>150</sup> pesos y se realiza ante la Superintendencia de Industria y Comercio. Este gasto será asumido por los socios y provendrá de la inversión inicial.

Como se especificó anteriormente, el registro de soporte lógico sobre propiedad intelectual no tiene ningún costo, mientras que los costos de constitución de la sociedad limitada serán:

**Tabla 36: Costo de Constitución Sociedad Limitada**

Items	Costo
Impuesto y estampilla	55300
Matricula	74000
Certificado de existencia	2500
Registro de la escritura publica	78314
<b>TOTAL</b>	<b>210114</b>

Fuente: Elaboración Propia

En total los gastos de puesta en marcha serán de \$692.114 pesos.

## 15.7 GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACIÓN

**Tabla 37: Arriendo de bodega**

OTROS COSTOS DE PRODUCCION/ ADMINISTRACION		
CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1
Arriendo Bodega	286.000	3.432.000
<b>Subtotal</b>	<b>286.000</b>	<b>3.432.000</b>

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

Los gastos anuales de administración están compuestos únicamente por el arriendo de la bodega en donde se guardaran los software requeridos como mínimo de inventario. El costo mensual de la bodega es de \$286.000 (cotización realizada por Iván Sánchez con U-Storage), generando un total de \$3'432.000 anual, con un incremento de 3% anual durante los 5 años de proyección.

<sup>150</sup> Dinero Revista. Clarke, Modet & C<sup>o</sup> explica los principios básicos de la propiedad intelectual. Oct 27 de 2010. En [http://www.dinero.com/wf\\_ImprimirArticulo.aspx?IdRef=38653&IdTab=1](http://www.dinero.com/wf_ImprimirArticulo.aspx?IdRef=38653&IdTab=1)

En los gastos no se incluyen los servicios públicos, ya que el software será elaborado por Paulo Pérez en la comodidad de su casa, siendo él responsable de sus propios gastos los cuales se presumen sean cubiertos por el salario. Tampoco se incluyen gastos de mantenimiento de pagina Web, ya que es responsabilidad de Paulo Pérez.

## 16 FINANZAS

### 16.1 FUENTES DE FINANCIACIÓN

El presente plan de negocio fue inscrito en el Premio Santander de Emprendimiento en búsqueda de financiación para poder llevarse a cabo. El concurso consiste en premiar al mejor plan de negocios con \$35'000.000 de pesos distribuidos en \$31'554.800 abonados a la cuenta del Banco Santander perteneciente al participante y \$3'445.200 en acompañamiento técnico a través de un consultor experto seleccionado por la Fundación Corona durante 8 meses<sup>151</sup>. El segundo puesto será premiado con \$15'000.0000 de pesos.

“Financiera de Desarrollo Territorial S. A., FINDETER, consiste en la promoción del desarrollo regional y urbano, mediante la financiación y la asesoría en lo referente a diseño, ejecución y administración de proyectos o programas de inversión”<sup>152</sup>. Para Microempresas, el préstamo de Findeter puede ser hasta \$130 millones de pesos, a una tasa de 1.3% mensual aproximadamente. Para las pequeñas empresas el monto puede ser hasta \$250 millones con una tasa de 1.1% mensual aproximadamente. Los plazos son de 5 años, con amortización mensual o trimestral.

Bancóldex “Facilita el acceso al crédito a las micro, pequeñas y medianas empresas - MIPYMES, ofreciéndoles a través del Fondo Nacional de Garantías y sus fondos regionales, una garantía automática. Esta garantía disminuye el riesgo crediticio al intermediario financiero en un porcentaje del crédito solicitado con recursos Bancóldex”<sup>153</sup>. Bancóldex posee un alinea Multipropósito destinada a personas naturales y jurídicas consideradas como micro, pequeños, medianos y grandes empresarios. Los prestamos micro son hasta 501 salarios mínimos vigentes, (cerca de \$258.015.000), los prestamos de pequeña empresa son hasta 5001 salarios mínimos, (cerca de \$2.575.515.000), los préstamos para mediana empresa son hasta 30.000 salarios mínimos (cerca de \$15.450.000.000) y los préstamos para empresas grandes son superiores a 30.000 salarios mínimos.

---

<sup>151</sup> Banco Santander Colombia. Premio Santander. Oct 13 de 2010. En <http://www.santander.com.co/portal/formas/1314/emprendimiento.html>

<sup>152</sup> Colombia Mipymes. FINDETER. Oct 13 de 2010. En <http://www.mipymes.gov.co/pyme/NewsDetail.asp?ID=241&IDCompany=43>



Los bancos también serían fuentes de financiación para Wen Yu. El monto total del préstamo sería de \$30 millones de pesos. A continuación se analizarán tres (3) opciones de préstamos bancarios por el valor de \$30 millones de pesos.

1. Banco de Bogotá (ver anexo 8): Se realizó el cálculo con un crédito de libre inversión de \$30 millones de pesos. La tasa a la cual presta el banco es de 1,66% mensual, lo que generaría cuotas de \$586.714 pesos si se realizará a 60 meses o de \$943.652 si se realiza a 36 meses.

Las condiciones para acceder a este tipo de créditos es tener ingresos mayores a 1,5 salarios mínimos legales vigentes (poco más de \$800.000), ser persona natural, empleado o profesional independiente.

2. Banco AV Villas (Ver anexo 6): Se realizó el cálculo con un crédito Credivillas destinado a gastos personales por \$30 millones de pesos. La tasa a la cual presta el banco es de 21,32% Anual, equivalente a 1,60% mensual, lo cual generaría cuotas de \$2'771,612 si se realizará a 12 meses o de \$904.662 si se realiza a 48 meses.

Los requisitos para acceder a este préstamo son presentar los extractos bancarios del último trimestre y anexar certificaciones laborales.

3. Banco Davivienda (ver anexo 7): Se realizó el cálculo con un crédito Crediexpress Vehículo destinado a la compra de vehículo, ya que el banco no posee simuladores de crédito para libre inversión, simulando así el crédito de libre inversión de \$30 millones de pesos. La tasa a la cual presta el banco es de 22,28% Anual, equivalente a 1,69% mensual, lo que generaría cuotas de \$1'120.000 si se realiza a 36 meses.

## **16.2 FORMATOS FINANCIEROS**

**Tabla 38: Estado de Pérdidas y Ganancias**

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	13.260.000	46.588.500	56.763.000	220.189.950	890.276.400
Costo Materia Prima	280.800	289.224	297.901	306.838	316.043
Depreciaciones	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Costos Indirectos de Fabricación	3.432.000	3.534.960	3.641.009	3.750.239	3.862.746
Mano de Obra	18.707.515	19.268.741	19.846.803	20.442.207	21.055.473
<b>TOTAL COSTO DE VENTAS</b>	<b>22.470.315</b>	<b>23.142.925</b>	<b>23.835.712</b>	<b>24.549.284</b>	<b>25.284.262</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>-9.210.315</b>	<b>23.445.575</b>	<b>32.927.288</b>	<b>195.640.666</b>	<b>864.992.138</b>
Salarios de Administración	18.707.515	19.268.741	19.846.803	20.442.207	21.055.473
Gastos de Administración					
Salarios de Ventas	9.353.758	9.634.370	9.923.401	10.221.103	10.527.737
Gastos de Ventas	165.000	169.950	175.049	180.300	185.709
Amortización del Diferido					
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>28.226.273</b>	<b>29.073.061</b>	<b>29.945.253</b>	<b>30.843.610</b>	<b>31.768.919</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>-37.436.588</b>	<b>-5.627.486</b>	<b>2.982.035</b>	<b>164.797.056</b>	<b>833.223.219</b>
Intereses Crédito	176.392	137.851	91.223	34.811	
Otros Intereses					
Ley Mipyme					
Comisión FNG					
<b>TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES</b>	<b>176.392</b>	<b>137.851</b>	<b>91.223</b>	<b>34.811</b>	
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-37.612.980</b>	<b>-5.765.337</b>	<b>2.890.812</b>	<b>164.762.245</b>	<b>833.223.219</b>
Impuesto de Renta	-13.164.543	-2.017.868	1.011.784	57.666.786	291.628.127
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>-24.448.437</b>	<b>-3.747.469</b>	<b>1.879.028</b>	<b>107.095.459</b>	<b>541.595.092</b>

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

En el Estado de Pérdidas y Ganancias se observan el valor total de las ventas de cada año, siendo \$13'260.000 el total de ventas del año 1 y \$890'276.400 el total de ventas del año 5. Se proyecta el valor total de la materia prima (CD, manual y Empaque), la mano de obra total y los costos indirectos de fabricación. No se proyectan las depreciaciones porque este es un costo que depende del integrante del grupo de trabajo y sería asumido por este mismo.

El costo de mano de obra es el ítem que más influye el costo total de ventas, siendo el 83% del total. Wen Yu no tratará de disminuir el costo de mano de obra, porque la prioridad ética la tienen los trabajadores, mas sin embargo siempre se procurara aumentar las ventas para cubrir este costo de manera satisfactoria.

El fenómeno anterior también se refleja en los gastos operaciones, donde el ítem que más influye es el salario de administración, seguido por el salario de ventas. El gasto de ventas esta compuesto por la publicidad, que equivale a \$13.750 pesos mensual.

Los gastos operaciones suman \$28'226.273 pesos en el primer año y \$31'768.919 pesos en el quinto año, provenientes de la sumatoria de los salarios anuales de administración, los salarios de ventas y gastos en publicidad. Los gastos no operacionales equivalen al interés del crédito de los intangibles, que se terminaran de pagar en el cuarto año.

Se denota que solo a partir del tercer año se logra tener utilidad neta positiva, ya que en los dos (2) primeros años la pérdida es de \$24'448.437 pesos y \$3'747.469 pesos respectivamente y la recuperación de la inversión inicial no registrada se obtendría en el año cuatro (4), en donde la utilidad es de \$107'095.459.

**Tabla 39: Balance General**

BALANCE GENERAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
Caja y Bancos		-34.282.869	-26.894.717	2.303.802	169.590.029	943.384.397
Cuentas por Cobrar - Cartera						
Inventario de Materia Prima						
Inventario de Productos en Proceso						
Inventario de Productos Terminados						
Gastos Diferidos y Operativos						
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>-34.282.869</b>	<b>-26.894.717</b>	<b>2.303.802</b>	<b>169.590.029</b>	<b>943.384.397</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>						
Terrenos						
Construcciones						
Maquinaria y Equipo						
Intangibles	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Vehículos						
<b>SUBTOTAL FIJO</b>	<b>1.000.000</b>	<b>1.000.000</b>	<b>1.000.000</b>	<b>1.000.000</b>	<b>1.000.000</b>	<b>1.000.000</b>
Depreciación Acumulada		50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
<b>TOTAL ACTIVO FIJO NETO</b>	<b>1.000.000</b>	<b>950.000</b>	<b>950.000</b>	<b>950.000</b>	<b>950.000</b>	<b>950.000</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>1.000.000</b>	<b>-33.332.869</b>	<b>-25.944.717</b>	<b>3.253.802</b>	<b>170.540.029</b>	<b>944.334.397</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Proveedores						
Impormenta por Pagar		-13.106.793	-1.958.385	1.073.051	57.729.891	291.693.125
IVA por Pagar						
Laborales por Pagar (Cesantías e Ints.)		3.028.788	3.119.652	3.213.241	3.309.638	3.408.928
Parafiscales y Provisiones		270.000	278.100	286.443	295.036	303.887
Otros Pasivos						
Obligación (Crédito)	183.677	222.218	268.846	325.258		
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>183.677</b>	<b>-9.585.787</b>	<b>1.708.213</b>	<b>4.897.994</b>	<b>61.334.566</b>	<b>295.405.940</b>
<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>						
Obligación (Crédito)	816.323	594.105	325.258			
Otros Pasivos						
<b>TOTAL PASIVO MEDIANO Y LARGO</b>	<b>816.323</b>	<b>594.105</b>	<b>325.258</b>			
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1.000.000</b>	<b>-8.991.682</b>	<b>2.033.471</b>	<b>4.897.994</b>	<b>61.334.566</b>	<b>295.405.940</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital						
Utilidad del Ejercicio		-24.341.187	-3.637.001	1.992.809	107.212.654	541.715.803
Utilidad Retenida Ejercicios Anteriores			-24.341.187	-3.637.001	1.992.809	107.212.654
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>-24.341.187</b>	<b>-27.978.188</b>	<b>-1.644.192</b>	<b>109.205.464</b>	<b>648.928.458</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>1.000.000</b>	<b>-33.332.869</b>	<b>-25.944.717</b>	<b>3.253.802</b>	<b>170.540.029</b>	<b>944.334.397</b>

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

Para el primer año se tiene déficit de \$33'322.869 pesos, continuando hasta el tercer año donde se refleja superávit.

Como activos fijos se encuentran los intangibles, principalmente el patente a 20 años, al cual se le ha dado un valor de \$1'000.000 de pesos, con una depreciación a 20 años, lográndose como crédito con una tasa de 1,6%, siendo esta el promedio de las tasa a los cuales prestan los bancos actualmente

El pasivo corriente está compuesto por el impuesto de renta por pagar, obligaciones laborales como cesantías e intereses y parafiscales, provisiones y las obligaciones del crédito. El patrimonio está compuesto por la utilidad del ejercicio y el valor del producto.

Tabla 40: Flujo de Caja

PRIMER AÑO FLUJO DE CAJA MENSUAL													
MESES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO
VENTAS	1.808.182	1.406.364	1.004.545	602.727	602.727	1.004.545	1.808.182	1.406.364	1.004.545	602.727	602.727	1.406.364	13.260.000
COMPRAS M.P. E INSUMOS	38.291	29.782	21.273	12.764	12.764	21.273	38.291	29.782	21.273	12.764	12.764	29.782	280.800
<b>I. Ingresos Operativos</b>													
1. Ventas de Contado	1.808.182	1.406.364	1.004.545	602.727	602.727	1.004.545	1.808.182	1.406.364	1.004.545	602.727	602.727	1.406.364	13.260.000
2. Ventas a Crédito													
3. Recuperación Cartera													
<b>Total Ingresos Operativos</b>	<b>1.808.182</b>	<b>1.406.364</b>	<b>1.004.545</b>	<b>602.727</b>	<b>602.727</b>	<b>1.004.545</b>	<b>1.808.182</b>	<b>1.406.364</b>	<b>1.004.545</b>	<b>602.727</b>	<b>602.727</b>	<b>1.406.364</b>	<b>13.260.000</b>
<b>II. Gastos Operativos Fijos</b>													
<b>A. Fijos:</b>													
1. Pagos Laborales:	3.000.000	3.270.000	3.270.000	3.270.000	3.270.000	4.769.400	3.270.000	3.270.000	3.270.000	3.270.000	3.270.000	6.270.600	43.470.000
2. Arrendamientos	286.000	286.000	286.000	286.000	286.000	286.000	286.000	286.000	286.000	286.000	286.000	286.000	3.432.000
3. Servicios													
4. Mantenimiento													
5. Publicidad	13.750	13.750	13.750	13.750	13.750	13.750	13.750	13.750	13.750	13.750	13.750	13.750	165.000
<b>Subtotal</b>	<b>3.299.750</b>	<b>3.569.750</b>	<b>3.569.750</b>	<b>3.569.750</b>	<b>3.569.750</b>	<b>5.069.150</b>	<b>3.569.750</b>	<b>3.569.750</b>	<b>3.569.750</b>	<b>3.569.750</b>	<b>3.569.750</b>	<b>6.570.350</b>	<b>47.067.000</b>
<b>A. Variables</b>													
1. Compra de Contado Materia Prima e Insumos	38.291	29.782	21.273	12.764	12.764	21.273	38.291	29.782	21.273	12.764	12.764	29.782	280.800
<b>Subtotal</b>	<b>38.291</b>	<b>29.782</b>	<b>21.273</b>	<b>12.764</b>	<b>12.764</b>	<b>21.273</b>	<b>38.291</b>	<b>29.782</b>	<b>21.273</b>	<b>12.764</b>	<b>12.764</b>	<b>29.782</b>	<b>280.800</b>
<b>Total Gastos Operativos</b>	<b>3.338.041</b>	<b>3.599.532</b>	<b>3.591.023</b>	<b>3.582.514</b>	<b>3.582.514</b>	<b>5.090.423</b>	<b>3.608.041</b>	<b>3.599.532</b>	<b>3.591.023</b>	<b>3.582.514</b>	<b>3.582.514</b>	<b>6.600.132</b>	<b>47.347.800</b>
<b>Superavit /(deficit) Operativo</b>	<b>-1.529.859</b>	<b>-2.193.168</b>	<b>-2.586.477</b>	<b>-2.979.786</b>	<b>-2.979.786</b>	<b>-4.085.877</b>	<b>-1.799.859</b>	<b>-2.193.168</b>	<b>-2.586.477</b>	<b>-2.979.786</b>	<b>-2.979.786</b>	<b>-5.193.768</b>	<b>-34.087.800</b>
<b>III. Inversiones Fijas</b>													
1. Terrenos													
2. Edificaciones													
3. Maquinaria y Equipo													
4. Intangibles	1.000.000												1.000.000
<b>Subtotal</b>	<b>1.000.000</b>												<b>1.000.000</b>
<b>IV. Recursos Obtenidos</b>													
1. Préstamo Línea Emprendimiento	1.000.000												
<b>Subtotal</b>	<b>1.000.000</b>												
<b>V. Amortización Pasivos Financieros</b>													
1. Cuotas de Capital Crédito Propuesto	14.006	14.230	14.458	14.689	14.924	15.163	15.405	15.652	15.902	16.157	16.415	16.678	183.677
2. Intereses Crédito Propuesto	16.000	15.776	15.548	15.317	15.082	14.843	14.601	14.354	14.104	13.849	13.591	13.328	176.392
3. Ley Mipyme													
4. Comisión Fondo Nacional de Garantías													
<b>Subtotal</b>	<b>30.006</b>	<b>30.006</b>	<b>30.006</b>	<b>30.006</b>	<b>30.006</b>	<b>30.006</b>	<b>30.006</b>	<b>30.006</b>	<b>30.006</b>	<b>30.006</b>	<b>30.006</b>	<b>30.006</b>	<b>360.069</b>
<b>Superavit /(deficit) Financiero</b>	<b>-1.559.865</b>	<b>-2.223.174</b>	<b>-2.616.483</b>	<b>-3.009.792</b>	<b>-3.009.792</b>	<b>-4.115.883</b>	<b>-1.829.865</b>	<b>-2.223.174</b>	<b>-2.616.483</b>	<b>-3.009.792</b>	<b>-3.009.792</b>	<b>-5.223.774</b>	<b>-34.447.869</b>
<b>SUPERAVIT / DEFICIT DE CAJA</b>	<b>-1.559.865</b>	<b>-2.223.174</b>	<b>-2.616.483</b>	<b>-3.009.792</b>	<b>-3.009.792</b>	<b>-4.115.883</b>	<b>-1.829.865</b>	<b>-2.223.174</b>	<b>-2.616.483</b>	<b>-3.009.792</b>	<b>-3.009.792</b>	<b>-5.223.774</b>	<b>-34.447.869</b>
		-1.559.865	-3.783.039	-6.399.522	-9.409.314	-12.419.106	-16.534.989	-18.364.854	-20.588.028	-23.204.511	-26.214.303	-29.224.095	-167.701.625
<b>CAJA FINAL</b>	<b>-1.559.865</b>	<b>-3.783.039</b>	<b>-6.399.522</b>	<b>-9.409.314</b>	<b>-12.419.106</b>	<b>-16.534.989</b>	<b>-18.364.854</b>	<b>-20.588.028</b>	<b>-23.204.511</b>	<b>-26.214.303</b>	<b>-29.224.095</b>	<b>-34.447.869</b>	<b>-202.149.495</b>

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

El flujo de caja del primer año se especifica mensualmente mostrando déficit operativo en cada uno de los meses generados por las bajas ventas de cada mes. El flujo de caja da positivo en el tercer año, que es cuando se tiene superávit.

## 16.3 INDICADORES FINANCIEROS

### 16.3.1 Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la medida en porcentaje de la magnitud de los beneficios que le reporta un proyecto a un inversionista. En este caso es el porcentaje que recibiría un inversionista si desea invertir los 30 millones que se requiere como inversión inicial, decidiendo si la decisión sería invertir o no.

La decisión se tomar bajo los siguientes parámetros:

Sí TIR > tasa de descuento; Invierte

Sí TIR = Tasa de descuento; Da igual invertir o no

Sí TIR < Tasa de descuento; No invierte<sup>154</sup>

La tasa de descuento es el valor que el inversionista desea ganar como mínimo, en este caso se tomara la tasa ofrecida por el Banco de la Republica para los bonos de gobierno (TES) de 8% aproximadamente<sup>155</sup>. Los valores de cada año son los totales de caja.

**Tabla 41: TIR**

Inversión Inicial	(30.000.000,00)
AÑO 1	-202.149.495
AÑO 2	24.332.160
AÑO 3	92.047.496
AÑO 4	1.188.645.798
AÑO 5	5.687.933.711
TIR	142%

Fuente: Elaboración Propia

<sup>154</sup> Clase de Valoración de Inversiones. Pontificia Universidad Javeriana. Profesor Iván Sarmiento. Primero semestre de 2008. Bogotá, Colombia.

<sup>155</sup> Portafolio Colombia. Los TES vivirán un buen momento durante el 2010. Oct 27 de 2010. En [http://www.portafolio.com.co/negocios/consultorio/ARTICULO-WEB-NOTA\\_INTERIOR\\_PORTA-6946627.html](http://www.portafolio.com.co/negocios/consultorio/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-6946627.html)

Wen Yu es un proyecto recomendable para los inversionistas que deseen invertir ya que la decisión está en elegir si invertir en un bono de gobierno que paga intereses de 8% o buscar otro negocio en donde reciba mas dinero.

### 16.3.2 VPN

El Valor Presente Neto consiste en traer a valor presente los flujos que se presentarán en un futuro<sup>156</sup>. La decisión de inversión se toma si el VPN es mayor a cero ( si es menor a cero se recomienda no invertir) y depende de igual forma que la TIR, de la tasa de descuento del inversionista.

**Tabla 42: VPN**

Inversion Inicial	(30.000.000,00)
AÑO 1	-34.447.869
AÑO 2	-1.356.060
AÑO 3	8.526.181
AÑO 4	168.643.384
AÑO 5	825.613.328
<b>VPN</b>	<b>\$ 582.931.536</b>

Fuente: Elaboración Propia

Los valores de cada año son el déficit o el superávit de caja, y la tasa de descuento es de 8%. En este caso, se recomienda invertir en Wen Yu, porque el resultado del VPN arroja que es menos rentable invertir el dinero a una tasa de 8%, como lo es la tasa de los Bonos de gobierno actuales en Colombia.

### 16.3.3 Punto de Equilibrio

Es el punto donde los ingresos cubren la inversión.

**Tabla 43: Punto de Equilibrio**

VENTAS TOTALES ANUALES:		47.780.613		VENTAS PROYECTADAS		DIFERENCIA DE VENTAS	
PRODUCTOS	VENTAS ANUALES	UNIDADES ANUALES	Porcentaje	PESOS	UNIDADES	PESOS	UNIDADES
Software Mandarin	47.780.613	562	100,00%	13.260.000	156	-34.520.613	-406
<b>TOTAL</b>	<b>47.780.613</b>	<b>562</b>	<b>100,00%</b>	<b>13.260.000</b>	<b>156</b>	<b>-34.520.613</b>	<b>-406</b>

<sup>156</sup> Clase de Valoración de Inversiones. Op. Cit.

Fuente: Plataforma Bogotá Emprendedora

Se deben vender 562 unidades de software para llegar al punto de equilibrio, que equivalen a \$47'780.613 pesos. Se debe aumentar las ventas en 406 unidades de software, equivalentes a \$34'520.613 pesos, para alcanzar el punto de equilibrio.



## 17 PLAN OPERATIVO

### 17.1 METAS SOCIALES

Según datos del Seminario Internacional Pertinencia de la Educación: La educación para la Competitividad, llevado a cabo en Bogotá, Colombia, la cadena productiva del software no existe<sup>157</sup>, pero en la opinión de Iván Sánchez la cadena productiva de software si existe, ya que Colombia cuenta con distintas opciones para la elaboración de software, como parques tecnológicos, ingenieros preparados en el área, diseñadores graficas, que constituirían una cadena de elaboración.

El documento Conpes número 3072 busca masificar el uso de las Tecnologías de Información (TI), con el fin de “aumentar la competitividad del sector productivo, modernizar las instituciones públicas y de gobierno y socializar el acceso a la información”<sup>158</sup>.

Según el documento, las TI permiten el desarrollo de nuevas economías, como las encomias electrónicas o manejadas por internet, permiten la modernización del Estado y universalizan el acceso a la información.

Wen Yu se acopla al documento Conpes número 3072 ya que se dedica al desarrollo y comercialización de software, haciéndolo parte del sector de tecnologías de información. Se contribuirá con el aumento de competitividad del sector productivo al buscar la internacionalización en Latinoamérica, contribuyendo a la modernización o avance académico de las instituciones educativas por medio de la enseñanza del Mandarín a profesores y estudiantes.

Por otro lado, el Plan Nacional de Desarrollo para Colombia 2006-2010, busca “El desarrollo de competencias básicas que permitan a la población, más específicamente a estudiantes y docentes, apropiarse y utilizar adecuadamente la información y las TIC, es uno de los mayores desafíos en la reducción de la brecha digital”<sup>159</sup>

---

<sup>157</sup> Colombia Aprende. Seminario Internacional Pertinencia de la Educación: La educación para la Competitividad. Oct 28 de 2010. En [www.colombiaprende.edu.co/.../articles-129862\\_archivo.ppt](http://www.colombiaprende.edu.co/.../articles-129862_archivo.ppt)

<sup>158</sup> Colombia Documento Conpes 3072. Agenda de competitividad. Oct 6 de 2010. En <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Biblioteca/Catalogoenl%C3%ADnea.aspx>

<sup>159</sup> Plan Nacional de Desarrollo. Op. Cit.

Con base a lo anterior, el Ministerio de Comunicaciones, el Ministerio de Educación y el Sena, adelantaran un plan de alfabetización de las Tecnologías de Información y Comunicación que incluye tres (3) aspectos:

- a. Se definan las competencias básicas en TIC que serán necesarias en cada uno de los niveles de educación
- b. Se promueva la incorporación de las competencias básicas en TIC en los programas educativos
- c. Se definan acciones para el fortalecimiento del bilingüismo en los alumnos y maestros de las instituciones públicas educativas<sup>160</sup>.

Adicionalmente, las entidades mencionadas anteriormente estarán en las escuelas oficiales desarrollando las habilidades en TIC en los maestros y alumnos.

Como sucede con el documento Conpes 3072, Wen Yu contribuirá con el desarrollo del bilingüismo en los alumnos y maestros de las instituciones públicas y privadas.

Según el documento Conpes número 3484, en materia de creación de empresas, con la Ley 1014 de 2006, se busca fomentar la cultura del emprendimiento por medio de la creación de empresas. Se destina Colciencias, Sena y MCTI (FOMIPYME) para fomentar la innovación y el desarrollo tecnológico. Respecto al acceso a mercados internacionales se cuenta con Expopyme, programa orientado a la preparación de las pequeñas y medianas empresas en el proceso de internacionalización<sup>161</sup>.

“Se diseñará y estructurará una estrategia para fomentar emprendimientos articulados a cadenas de valor con potencial real de mercado, que permitan ampliar la base empresarial y generar cambios sustanciales en la estructura productiva nacional”<sup>162</sup>. La estrategia consiste en crear mecanismos de control y financiación que se adecuen a las diversas partes del proceso proyecto.

Este plan de negocio es desarrollado por estudiantes íntegros socialmente, educados con valores de solidaridad, ayuda, entendimiento y ética, sobre todas las cosas. La cadena

---

<sup>160</sup> Ibid.

<sup>161</sup> Colombia Documento Conpes 3484. Política nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas: un esfuerzo público-privado. Oct 6 de 2010. En <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/CONPES/ConpesEcon%C3%B3micos/2007.aspx>

<sup>162</sup> Ibid.

productiva de Wen Yu no incluye población vulnerable, definiendo esta como “Grupo de personas que se encuentran en estado de desprotección o incapacidad frente a una amenaza a su condición psicológica, física y mental, entre otras”<sup>163</sup>. Pero lo anterior no significa que Wen Yu pierda su sentido social, por eso se asegura al lector que cierto porcentaje de la utilidad será destinado a la compra de mercados que serán donados a los sectores menos favorecidos en Colombia. Se asegura que esto se cumpla, pero está por definirse la cuantía de la donación que no será menor al 10% de la utilidad neta.

## **17.2 IMPACTO**

### **17.2.1 Impacto Económico, Regional, Social y Ambiental**

Dividiendo por Colombia es una organización sin ánimo de lucro creada en 1998 por empresarios en Colombia que buscan entrelazar las empresas con la responsabilidad social. Uno de sus proyectos es Reading Companion, un software desarrollado con la ayuda de IBM que busca mejorar el bilingüismo en Colombia, en este caso con el inglés<sup>164</sup>. Wen Yu busca generar un impacto social positivo ayudando a la enseñanza de otro idioma en Colombia con un software especializado en Mandarín. Se pretende que el software llegue a 52.883 clientes, mejorando el nivel de educación.

Por otro lado “El Gobierno Nacional debe emprender acciones orientadas a la generación de trabajo en condiciones dignas, a través de la promoción y divulgación de los principios y derechos fundamentales del trabajo y la prevención y reducción de la conflictividad laboral”<sup>165</sup>. Wen Yu generará cinco (5) empleos directos, lo que mejoraría la tasa de desempleo en el país. La meta de desempleo para el 2010 es de 8,8% tomando como línea base el año 2006 que tenía la tasa de desempleo en 11,9%<sup>166</sup>.

Con el fin de fomentar la innovación y el desarrollo tecnológico para la competitividad, como meta para el año 2010 el Plan Nacional de Desarrollo plantea reducir la brecha tecnológica que separa a Colombia con las tecnologías altamente competitivas, para ello se pretende el máximo aprovechamiento de las Tecnologías de Información y las

---

<sup>163</sup> Colombia Ministerio de Educación. Población vulnerable. Oct 6 de 2010. En <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-82770.html>

<sup>164</sup> Caracol Radio Colombia. Comenzará a implementarse programa piloto de bilingüismo en colegios de Bogotá y Cundinamarca. Oct 10 de 2010. En <http://www.caracol.com.co/nota.aspx?id=1367131>

<sup>165</sup> Plan Nacional de Desarrollo, Op. Cit.,

<sup>166</sup> Ibid.

Comunicaciones. En este sentido, Wen Yu pertenecerá al sector de Tecnologías de Información aportando al mejoramiento de la competitividad, principalmente en la educación y en la comunicación en los negocios, con el fin de posicionar a Colombia como una de la economías más competitivas a nivel mundial.

Respecto al impacto ambiental, la contaminación generada por Wen Yu será mínima, ya que los materiales que se utilizan para la fabricación del software son reciclables. Por ejemplo, los CD se pueden reciclar rescatando el 90% de su material de constitución, en este caso policarbonato. Con el 10% restante se pueden fabricar gafas, carcasas para gafas, teléfonos, entre otros<sup>167</sup> .

---

<sup>167</sup> Blipvert. Proceso de reciclaje cd/dvd. Oct 11 de 2010. En <http://reciclajecd.com/>

## 18 RESUMEN EJECUTIVO

Idea de Negocio: Implementación de un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada al diseño y comercialización de “Wen Yu”, software especializado en la enseñanza del idioma Mandarín / Español, Español / Mandarín para las instituciones, maestros, alumnos y viajeros interesados en enseñar y aprender el mandarín en Colombia.

La idea surge por la falta de elementos de estudio para el aprendizaje de este idioma en nuestro país, ya que los textos, programas y ayudas que se ofrecen para Colombia, son ayudas traducidas primero de Mandarín / Chino a Inglés y posteriormente de Inglés a Español. Esto genera una distorsión en los significados, ya que muchas de las palabras en Mandarín / Chino no tienen traducción alguna a otros idiomas, entonces se acomodan ese tipo de palabras al Inglés y después se vuelven a traducir desde el Inglés hasta el Español, modificando su significado.

EL mercado objetivo está compuesto por dos (2) segmentos principales: En el primer segmento se encuentran las instituciones educativas, maestros y alumnos interesados en aprender el idioma Mandarín, compuesto por 18.074 estudiantes de mandarín que se encuentran actualmente estudiando como mercado real. El segundo segmento lo constituyen los viajeros y turistas que tengan interés en aprender el idioma, ya sea por interés comercial o cultural, compuesto por 7.968 viajeros aproximadamente en el 2010 como complemento del mercado real. Es de aclarar que el mercado potencial de los dos (2) segmentos suma aproximadamente 12'954.544 personas.

Los atributos del producto constan de la calidad, el estilo y el diseño, siendo estas las ventajas competitivas. Wen Yu contara con la mejor calidad posible. Se tratará de disminuir los errores ocurridos en la programación y creación del software, para que todos funcionen al 100%, “sin defectos”<sup>168</sup>. La calidad será revisada por cada trabajador en todas las áreas del software, desde el diseño hasta comercialización, con el fin de

---

<sup>168</sup> KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de marketing. 8 ed. México: Pearson Education, 2008. p.206.

encontrar todo tipo de errores o implicar a todo el personal en el mejoramiento del software.

Sobre estilo y diseño, “los diseñadores de productos deben pensar menos en atributos y especificaciones técnicas y más en la manera en que los clientes lo usaran y en los beneficios que obtendrán del producto”<sup>169</sup>. Para lograr la mayor cantidad de beneficios hacia los clientes, se realizarán sesiones grupo con el fin de entender como quieren los consumidores el software en específico. Las preguntas que incluirán estas sesiones no serán sobre el contenido propio del software, si no sobre el diseño del mismo y del empaque. Se pretende diseñar el software según las preferencias de los clientes y sobre asesorías brindadas por profesores del idioma, para que todos sean parte activa del software y que sus gustos se vean expresados en el producto. Estas sesiones de grupo se realizarán cada año aproximadamente con el fin de mejorar el producto cada 365 días.

El empaque de Wen Yu constara de dos (2) partes. La primera será un CD, que es donde el software estará grabado, con una etiqueta sobre la parte superior con el nombre “Wen Yu”. La segunda parte del empaque constará de una caja en donde ira el CD, con un manual de uso del software. Sobre la caja se especificara la información de la empresa creadora del software, su dirección, razón social, teléfono etc.

El servicio de apoyo al producto consta de brindar apoyo a los compradores después de haber realizado la compra. Wen Yu brindará básicamente tres actividades de apoyo:

- 1) Cada año se realizarán sesiones o reuniones en grupo de clientes, con el fin de entender lo que quieren de Wen Yu y así poder modificarlo acorde a sus gustos.
- 2) La actualización gratuita de Wen Yu será un valor agregado para la obtención de clientes. Wen Yu se actualizará una vez, al cumplirse el primer año de la compra de este, con el fin de prolongar el ciclo de vida del producto y mantener satisfechos a los clientes con el producto. El costo de cada actualización será asumido por la empresa desarrolladora del producto.
- 3) En nuestra página de internet se recibirán sugerencias sobre el software y se brindará el servicio de personalización del software según los gustos de cada cliente. La idea de esto es que, después de adquirido el software, se pueda

---

<sup>169</sup> Ibid., p. 208.

modificar según los gustos de cliente para una mejor experiencia durante el aprendizaje.

La proyección de ventas se basa en el incremento mostrado en los últimos años de viajeros y estudiantes, que a su vez proyecta para obtener los números a futuro.

**Tabla 44: Resumen Proyecciones de Venta**

	Proyecciones de venta
Año 1	\$ 13.260.000
Año 2	\$ 46.588.500
Año 3	\$ 56.763.000
Año 4	\$ 220.189.950
Año 5	\$ 890.276.400

Fuente: Elaboración Propia

La utilidad neta proyectada de los 5 años obtenida del estado de pérdidas y ganancias es:

**Tabla 45: Utilidad Proyectada**

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UTILIDAD NETA	\$ (24.194.032)	\$ (3.514.898)	\$ 2.084.604	\$ 107.267.781	\$ 541.748.303

Fuente: Elaboración Propia

A partir del año 3 se comienza a obtener utilidad.

Se estima que la inversión inicial sea de \$30.000.000 de pesos, los cuales se utilizarían para cubrir los costos y los gastos correspondientes a los dos (2) primeros años y el retorno de la inversión se reciba en el cuarto año, en donde la utilidad es de \$107.267.781.

Para la investigación, se cuenta con la ayuda de distintas personas que complementan los saberes y las necesidades que el proyecto necesita para su apropiada realización.

La multidisciplinariedad del proyecto se basa en la conformación del equipo de trabajo integrado por Guiling Liu, economista de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y profesora de los niveles 1, 2, y 3 de Mandarín de la Pontificia Universidad Javeriana, quien colaboraría con los contenidos del software y sus posteriores actualizaciones. Lina Sepúlveda, abogada de la Universidad del Rosario, sería la encargada del aspecto legal.

Paulo Pérez, Ingeniero de Sistemas de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, realizaría todo el diseño y la programación del software. Iván Alejandro Sánchez, estudiante de octavo semestre de Administración de Empresas en la Pontificia Universidad Javeriana estaría a cargo de la parte administrativa y gerencial. Enrique Sandino Vargas, asesor de Taller de Grado 1 y 2, MBA y experto en Negocios Internacionales sería el encargado del componente de mercadeo. Luis Canaria, quien será el encargado, únicamente en el presente taller de grado, de las asesorías contables.

La base de este proyecto es brindar una gran facilidad a las personas que deseen aprenderlo desde su casa por medio de un software, el cual será diseñado con la menos complicación posible; para "Dummies". El contenido será muy colorido, con sonidos, ejercicios de autocorrección y ejercicios de pronunciación. Se manejarán capítulos de historietas en situaciones reales, como por ejemplo conversaciones en aeropuertos, restaurantes o simplemente entablar una conversación, que son algunos de los momentos más usuales vividos por las personas que viajan a China, y la idea es brindar las mejores bases para el mejor desarrollo de estas situaciones.

Como primer aporte al mejoramiento competitivo del país, se puede remitir al Plan Nacional de Desarrollo para Colombia 2006-2010, que al hacer referencia a alcanzar la inclusión digital, se debe tener acceso y servicio universal a las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC) donde "Se definan acciones para el fortalecimiento del bilingüismo en los alumnos y maestros de las instituciones públicas educativas"<sup>170</sup>.

Para el segundo aporte se parte de un punto clave, como reza el artículo 67 de la Constitución Política de Colombia de 1991 "La educación formara al Colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento, cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente"<sup>171</sup>.

Las fortalezas del emprendedor Iván Alejandro Sánchez Arango se basan en su creatividad y su buen análisis estratégico de las situaciones presentadas en el ámbito de

---

<sup>170</sup> Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010 "Estado Comunitario: Desarrollo para Todos" p. 217. Febrero 26. En <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/PND/PND20062010/tabid/65/Default.aspx>

<sup>171</sup> CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Artículo 67. Prologo Carlos Lemos Simmonds. Colombia: Editorial Panamericana, 1998. 74p.



los negocios diariamente. Su análisis estratégico lo ha llevado a crear nuevas alternativas para sus actividades de estudio, desarrollando así ideas y soluciones creativas en sus interrogantes estudiantiles. Iván se caracteriza por su espíritu luchador y su pro actividad, logrando llevar a cabo sus ideas con gran esfuerzo y dedicación, venciendo los obstáculos encontrados en el camino.

## 19 CONCLUSIONES

El presente trabajo de grado demostró académicamente que el proyecto Wen Yu (software especializado en la enseñanza del idioma Mandarín / Español, Español / Mandarín para las instituciones, maestros, alumnos y viajeros interesados en enseñar y aprender el mandarín en Colombia), es viable económica y socialmente, aportando al mejoramiento competitivo del país haciendo referencia al Plan Nacional de Desarrollo y la Constitución Política de Colombia.

Wen Yu generaría cinco (5) nuevos puestos de trabajo, cumpliendo con las obligaciones requeridas por la ley con los trabajadores.

Como información financiera, la TIR arrojada por Wen Yu es de 148%, si se compara con la opción de invertir en bonos del gobierno que ofrecen una tasa de 8%.

Se comercializaría, en primera instancia, en la ciudad de Bogotá, que cuenta con el mayor número de concentración de habitantes en Colombia con 10 millones de habitantes aproximadamente.

La ventaja comparativa de Wen Yu será el precio, siendo este de \$85.000 en el primer año, sin desconocer que la competencia lo podría igualar y disminuir en el corto plazo, mientras que las ventajas competitivas están compuestas por el diseño que se ofrecerá en el software, el equipo especializado de trabajo encargado de la creación y comercialización y las actualizaciones anuales.

Wen Yu estará fabricado con el fin de no aburrir a los estudiantes, generando un gusto por el aprendizaje del Mandarín.

Para finalizar, el presente plan de negocios fue realizado gracias a los conocimientos adquiridos por Iván Sánchez en administración, especializándose en mercadeo, con aportes muy importantes por parte de Guiling Liu y Enrique Sandino principalmente.

## BIBLIOGRAFÍA

- ABA ENGLISH. The best way to learn english. Marzo 8 de 2010  
<http://www.abaenglish.com/>
- ABRAHAM, Wendy. Chino Para Dummies: Traductor María Mercedes Correa. Bogotá: Grupo editorial Norma, 2007.
- ACTUALÍCESE. El portal de los contadores públicos. Información sobre el impuesto a la renta y complementarios. Mayo 19 de 2010. En <http://actualicese.com/editorial/recopilaciones/Muisca/RUT/Rutyrenta.htm>
- ADOBE FLASH PLAYER. Oct 20 de 2010. En [http://www.adobe.com/products/player\\_census/flashplayer/](http://www.adobe.com/products/player_census/flashplayer/)
- ALEGRE, Luis, BERNÉ, Carmen y GALVE, Carmen. Fundamentos de economía de la empresa: prospectiva funciona. 2 ed. Barcelona: Ariel, 2000. 210p.
- ALLES, Martha. Dirección estratégica de recursos humanos: Gestión por competencias. 5ed. Buenos Aires, México, Santiago, Montevideo: Granica, 2004.
- APRENDER CHINO Y DESCUBRIR CHINA. Marzo 15 de 201. En <http://www.chino-china.com/>
- BANCO DE LA REPUBLICA COLOMBIA., Junta Directiva del Banco de la República presenta Informe al Congreso. En <http://www.banrep.gov.co/sala-prensa/index.html>
- \_\_\_\_\_ Inflación anual a marzo. Abril 22 de 2010. En <http://www.banrep.gov.co/index.html>
- \_\_\_\_\_ TRM. Abril 22 de 2010. En <http://www.banrep.gov.co/index.html>
- Banco Santander Colombia. Premio Santander. Oct 13 de 2010. En <http://www.santander.com.co/portal/formas/1314/emprendimiento.html>

- BBC Mundo. China, en camino a ser la segunda economía. Marzo 17 de 2010. En [http://www.bbc.co.uk/mundo/economia/2010/01/100120\\_0438\\_china\\_economia\\_ia\\_w.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/economia/2010/01/100120_0438_china_economia_ia_w.shtml).
- BERNAL TORRES, Cesar Augusto. Metodología de la Investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. 2 ed. México: Pearson Education, 2006.
- Blipvert. Proceso de reciclaje cd/dvd. Oct 11 de 2010. En <http://reciclaiecd.com/>
- BOGOTÁ EMPRENDE. Alternativas de financiamiento para creadores. Oct 4 de 2010. En <http://www.bogotaemprende.com/contenido/contenido.aspx?catID=710&conID=3692>
- CAJAS Y EMPAQUES DE COLOMBIA. Caja 20x20x7 ref: 40110. Septiembre 16 de 2010. En [http://cajasyempaquesdecolombia.com/index.php?page=shop.product\\_details&flypage=flypage.tpl&product\\_id=262&category\\_id=17&option=com\\_virtuemart&Itemid=1](http://cajasyempaquesdecolombia.com/index.php?page=shop.product_details&flypage=flypage.tpl&product_id=262&category_id=17&option=com_virtuemart&Itemid=1)
- CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Bogotá Innova. Oct 4 de 2010. En <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?conID=3270&catID=79>
- \_\_\_\_\_ Por nuestra sociedad. Disponible. Abril 2 de 2010. En <http://camara.ccb.org.co/portal/default.aspx>
- Caracol Radio Colombia. Comenzará a implementarse programa piloto de bilingüismo en colegios de Bogotá y Cundinamarca. Oct 10 de 2010. En <http://www.caracol.com.co/nota.aspx?id=1367131>
- CASTILLO SANCHEZ, Mauricio. Guía para la formulación de proyectos de investigación. Colombia: Cooperativa Editorial Magisterio, 2004. 60p.
- CASTRO Ángela, Colaboración: Camilo Herrera. Marketing to marketing. Mayo 7 de 2010. En <http://www.marketcolombia.com/interna.asp?mid=14&did=16>
- CEGARRA SANCHEZ, José. Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica. Madrid: Díaz De Santos, 2004.

- CENTRO DE NOTICIAS ONU. ONU estima 2.4% de crecimiento económico para 2010. Marzo 15 de 2010. En <http://www.un.org/spanish/News/fullstorynews.asp?newsID=17183&criteria1=crecimiento&criteria2=>
- CGC MALL. Chino Interactivo (chino-español) -New!. Mayo 2 de 2010. En [http://www.cgcmall.com/Chino\\_Interactivo\\_p/cd001s.htm](http://www.cgcmall.com/Chino_Interactivo_p/cd001s.htm)
- \_\_\_\_\_ Interactive Chinese Chinese-English Version V5.0 (8 Books, 1 DVD, and 1 CD). Mayo 2 de 2010. En [http://www.cgcmall.com/Interactive\\_Chinese\\_p/cd001.htm](http://www.cgcmall.com/Interactive_Chinese_p/cd001.htm)
- \_\_\_\_\_ Interactive Chinese Level I. Mayo 3 de 2010. En <http://www.cgcmall.com/ProductDetails.asp?ProductCode=CD0033>
- CHINESE SOFTWARE BY HANWJ.COM. Mayo 3 de 2010. En <http://www.hanwj.com/main.htm>
- CHINESEPOD. Marzo 15 de 2010. En <http://chinesePod.com/>
- CHINO INTERACTIVO. Mayo 2 de 2010. En [http://www.chinointeractivo.com/index\\_2.html](http://www.chinointeractivo.com/index_2.html).
- CLASE DE DERECHOS DE LOS NEGOCIOS. Pontificia Universidad Javeriana. Primer semestre de 2007. Bogotá, Colombia.
- CLASE DE ECONOMÍA COLOMBIANA. Pontificia Universidad Javeriana. Profesor Daniel Hernández Rojas. Segundo semestre de 2008: Bogotá, Colombia.
- CLASE DE EMPRESAS FAMILIARES. Pontificia Universidad Javeriana. Profesor Rubén Salazar. Segundo semestre de 2009. Bogotá, Colombia.
- CLASE DE VALORACIÓN DE INVERSIONES. Pontificia Universidad Javeriana. Profesor Iván Sarmiento. Primero semestre de 2008. Bogotá, Colombia.

- COLOMBIA ALCALDÍA DISTRITAL DE BUENAVENTURA. Documentos Conpes. Oct 6 de 2010. En <http://www.buenaventura.gov.co/index.php?tipo=seccion&seleccion=77&full=0>
- COLOMBIA APRENDE. Grupos étnicos. Mayo 19 de 2010. En <http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/article-84457.html>
- \_\_\_\_\_ Seminario Internacional Pertinencia de la Educación: La educación para la Competitividad. Oct 28 de 2010. En [www.colombiaaprende.edu.co/.../articles-129862\\_archivo.ppt](http://www.colombiaaprende.edu.co/.../articles-129862_archivo.ppt)
- COLOMBIA DIRECCIÓN NACIONAL DE DERECHOS DE AUTOR. Registro de soporte lógico. Oct 5 de 2010. En <http://www.derechodeautor.gov.co/htm/registro/software.htm>
- COLOMBIA DOCUMENTO CONPES 3072. Agenda de competitividad. Oct 6 de 2010. En <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Biblioteca/Catalogoenl%C3%ADnea.aspx>
- \_\_\_\_\_ 3484. Política nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas: un esfuerzo público-privado. Oct 6 de 2010. En <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/CONPES/ConpesEcon%C3%B3micos/2007.aspx>
- COLOMBIA FONDO EMPRENDER. Guía del plan de negocios. Mayo 19 de 2010. En <http://www.fondoemprender.com/home.asp>
- COLOMBIA MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Servicios. Mayo 19 de 2010. En <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/NewsDetail.asp?ID=4092&IDCompany=6>
- \_\_\_\_\_ Código de Comercio. Septiembre 23 de 2010. En <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/inversion/CodigodeComercio.pdf>

- COLOMBIA MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Crece número de estudiantes en educación superior. Abril 6 de 2010. En <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-119496.html>
- \_\_\_\_\_ Estadísticas del sector. Abril 22 de 2010. En [http://menweb.mineducacion.gov.co/info\\_sector/estadisticas/index.html](http://menweb.mineducacion.gov.co/info_sector/estadisticas/index.html)
- \_\_\_\_\_ Estadísticas de educación básica y media. Oct 20 de 2010. En <http://menweb.mineducacion.gov.co/seguimiento/estadisticas/>
- \_\_\_\_\_ Estadísticas de educación básica y media. Oct 20 de 2010. En [http://menweb.mineducacion.gov.co/seguimiento/estadisticas/principal.php?seccion=2&id\\_categoria=2&consulta=mat\\_total&nivel=2&dpto=11](http://menweb.mineducacion.gov.co/seguimiento/estadisticas/principal.php?seccion=2&id_categoria=2&consulta=mat_total&nivel=2&dpto=11)
- \_\_\_\_\_ Estadísticas sectoriales de educación superior. Oct 20 de 2010. En [http://menweb.mineducacion.gov.co/seguimiento/estadisticas/principal.php?seccion=12&id\\_categoria=1&consulta=mat\\_total&nivel=12&dpto=11](http://menweb.mineducacion.gov.co/seguimiento/estadisticas/principal.php?seccion=12&id_categoria=1&consulta=mat_total&nivel=12&dpto=11)
- \_\_\_\_\_ La feria de los supermercados. Agosto 25 de 2010. En <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-118022.html>
- \_\_\_\_\_ Plan nacional de desarrollo educativo 2006-2010. Mayo 5 de 2010. En [http://planeacion.univalle.edu.co/a\\_gestioninformacion/plandeaccion2008-2011/PND\\_2010\\_Educacin%20pdf1.pdf](http://planeacion.univalle.edu.co/a_gestioninformacion/plandeaccion2008-2011/PND_2010_Educacin%20pdf1.pdf)
- \_\_\_\_\_ Población vulnerable. Oct 6 de 2010. En <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-82770.html>
- COLOMBIA MIPYMES. FINDETER. Oct 13 de 2010. En <http://www.mipymes.gov.co/pyme/NewsDetail.asp?ID=241&IDCompany=43>
- COLOMBIA NOTARIA 18. Constitución de sociedad limitada. Nov 19 de 2010. En [http://www.notaria18.com.co/index.php?option=com\\_content&task=view&id=22&Itemid=40](http://www.notaria18.com.co/index.php?option=com_content&task=view&id=22&Itemid=40)

- COLOMBIA. PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2006-2010 "ESTADO COMUNITARIO: Desarrollo para Todos" Febrero 26 de 2010 <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/PND/PND20062010/tabid/65/Default.aspx>
- COLOMBIA. SENA. Plataforma Bogotá Emprendedora.
- COLOMBIA UNIVERSIDAD DE LOS ANDES. Instituto Confucio. Marzo 17 de 2010. En <http://confucio.uniandes.edu.co/>
- COLOMBIA UNIVERSIDAD EAFIT. Estudio legal, sociedad limitada. Septiembre 23 de 2010. En <http://bdigital.eafit.edu.co/bdigital/PROYECTO/P658.11O775/Capitulo6.pdf>
- COLOMBIA UNIVESIDAD EAFIT. Mercadeo. Mayo 17 de 2010. En <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Gl6Hs0q62KkJ:www.eafit.edu.co/NR/rdonlyres/58179F6F-A8DD-4744-B99C6645B341FA1D/0/MERCADEO.doc+estrategias+de+penetracion&cd=3&hl=es&ct=clnk&gl=co>
- COMUNIDAD CLUSTER, MEDELLÍN Y ANTIOQUIA. Cluster. Oct 4 de 2010. En <http://www.camaramed.org.co/quees.html>
- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Artículo 67. Prologo Carlos Lemos Simmonds. Colombia: Editorial Panamericana, 1998. 74p.
- CREAR EMPRESA, PORTAL NACIONAL DE CREACIÓN DE EMPRESAS. Sociedad Limitada. Septiembre 23 de 2010. En <http://www.crearempresa.com.co/Consultas/TiposEmpresa.aspx#Limitada>
- DANIELS, John D. Negocios Internacionales: Ambientes y operaciones. 10 ed. México: Pearson, 2004.
- DE ACOSTA, José. Luces y Sombras de la Globalización. España: Universidad Pontificia Comillas, 2000.



- DE VENANZI, Augusto. Globalización y Corporación: El orden social en el siglo XXI. Caracas: Anthropos en coedición con la Universidad Central de Venezuela, 2002
- DIARIO LA REPUBLICA COLOMBIA. Genera 625 mil empleos: El reto de los ocho nuevos sectores. Oct 25 de 2010. En [http://www.larepublica.com.co/archivos/ECONOMIA/2010-09-11/generar-625-mil-empleos-el-reto-de-los-ocho-nuevos-sectores\\_110250.php](http://www.larepublica.com.co/archivos/ECONOMIA/2010-09-11/generar-625-mil-empleos-el-reto-de-los-ocho-nuevos-sectores_110250.php)
- \_\_\_\_\_Sector TI crecerá más del 7%. Oct 25 de 2010. En [http://www.larepublica.com.co/archivos/TECNOLOGIA/2010-01-26/sector-ti-crecera-mas-de-7\\_91761.php](http://www.larepublica.com.co/archivos/TECNOLOGIA/2010-01-26/sector-ti-crecera-mas-de-7_91761.php)
- DIAZ, Luis Fernando. Análisis y planeamiento: Con aplicaciones a la organización Policial. San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia, 2005.
- DINERO REVISTA. Clarke, Modet & C<sup>o</sup> explica los principios básicos de la propiedad intelectual. Oct 27 de 2010. En [http://www.dinero.com/wf\\_ImprimirArticulo.aspx?IdRef=38653&IdTab=1](http://www.dinero.com/wf_ImprimirArticulo.aspx?IdRef=38653&IdTab=1)
- \_\_\_\_\_Mandarín Para Todos. Agosto 23 de 2010. En [http://www.dinero.com/edicion-impresadineroyusted/mandarin-para-todos\\_31419.aspx](http://www.dinero.com/edicion-impresadineroyusted/mandarin-para-todos_31419.aspx)
- DOING BUSINESS. Examine las Economías. Colombia. Abril 12 de 2010. En <http://espanol.doingbusiness.org/ExploreEconomies/?economyid=46>
- DVOSKIN, Roberto. Fundamentos de Marketing: Teoría y Experiencia. Buenos Aires: Granica, 2004.
- EL IDIOMA CHINO. Marzo 10 de 2010. En <http://www.idiomachino.com/idioma.htm>
- EL NUEVO SIGLO. El 45,5% de colombianos son pobres y el 16,6% indigentes. Mayo 6 de 2010. En
- EL TIEMPO COLOMBIA. Clasificados. Oct 26 de 2010. En <http://clasificados.eltiempo.com/oldsite/landingpage/>
- RED DE EMPRENDEDORES BAVARIA. Entidades de Financiación en Colombia. Oct 4 de 2010. En <http://www.scribd.com/doc/29918859/Entidades-de-Financiacion-en-Colombia#fullscreen:on>

- EUMED. Manual Básico de Economía. Septiembre 16. En <http://www.eumed.net/cursecon/3/Factores.htm>
- <http://elnuevosiglo.com.co/economia/nacional/2817-el-455-de-colombianos-son-pobres-y-el-166-indigentes.html> GALINDO RUIZ, Carlos. Manual para la creación de empresas: Guía de planes de negocio. 2 ed. Bogotá: Ecoe Ediciones, 2006
- GANTT DESIGNER (Diseñador de diagramas de Gantt) (Gantt Designer) 1.0. Marzo 15 de 2010. En [http://www.freedownloadmanager.org/es/downloads/Dise%C3%B1ador\\_de\\_Gantt\\_35196\\_p/free.htm](http://www.freedownloadmanager.org/es/downloads/Dise%C3%B1ador_de_Gantt_35196_p/free.htm)
- GERENCIE. Método PEPS. Septiembre 20 de 2010. En <http://www.gerencie.com/metodo-peps.html>
- HARVARD BUSINESS. Crear un plan de negocio. Chile: Impact Media Comercial S.A., 2007. 123 p.
- HERNÁNDEZ, Jordi Mas. Industria del software: mercado, tendencias, y oportunidades para el software libre. Mayo 19 de 2010. En [http://gent.softcatala.org/jmas/conf/programari\\_lliure\\_economia-es.pdf](http://gent.softcatala.org/jmas/conf/programari_lliure_economia-es.pdf)
- INSTITUTO CONFUCIO MEDELLÍN. Los Institutos Confucio en el Mundo. Agosto 23 de 2010. En [http://www.institutoconfuciomedellin.org/institutos\\_confucio\\_mundo.html](http://www.institutoconfuciomedellin.org/institutos_confucio_mundo.html)
- KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de marketing. 8 ed. México: Pearson Education, 2008. 275p.
- LA ESCUELA DE SHANGHÁI: Cursos de Chino en Shanghái a Tu Medida. Marzo 15 de 2010. En <http://mandarintrainingcenter.com/>
- LA GRAN ENCICLOPEDIA DE ECONOMÍA. Factores de Produccion. Septiembre 15 de 2010. En <http://www.economia48.com/spa/d/factores-deproduccion/factores-de-produccion.htm>

- LENGUA MON. Lenguas del Mundo. Marzo 17 de 2010. En [http://www10.gencat.net/pres\\_casa\\_llengues/AppJava/frontend/llengues\\_detall.jsp?id=652&idioma=6](http://www10.gencat.net/pres_casa_llengues/AppJava/frontend/llengues_detall.jsp?id=652&idioma=6)
- LIU Guiling, Economista y profesora de Mandarín, Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá 2010.
- NAMAUFOROOSH, Mohammad Naghi. Metodología de la investigación. 2 ed. México: Limusa, 2005.
- MERCADEO.COM. Cuatro o siete Ps...? Mayo 17 de 2010. En [http://www.mercadeo.com/06\\_cuatroPs.htm](http://www.mercadeo.com/06_cuatroPs.htm)
- MIPYMES COLOMBIA. Política de parques tecnológicos. Abril 22 de 2010. En <http://www.mipymes.gov.co/pyme/newsdetail.asp?id=254&idcompany=43>
- OCDE y EUROSTAD. Manual de Oslo: Guía para recogida e interpretación de datos para la innovación. 3 ed. OECD/ European Communities, 2005. 194 p.
- OLX. Volantes Publicitarios. Oct 26 de 2010. En <http://bogotacity.olx.com.co/volantes-publicitarios-desde-80-000-iid-38555091>
- PARQUESOFT BOGOTÁ. Modelo ParqueSoft. Octubre 4 de 2010. En <http://www.parquesoftbogota.com/ShowChannel.asp?ChannelId=10>
- PORTAFOLIO COLOMBIA. Los TES vivirán un buen momento durante el 2010. Oct 27 de 2010. En [http://www.portafolio.com.co/negocios/consultorio/ARTICULO-WEB-NOTA\\_INTERIOR\\_PORTA-6946627.html](http://www.portafolio.com.co/negocios/consultorio/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-6946627.html)
- PROEXPORT COLOMBIA. Industria de Software en Colombia. Abril 4 de 2010 <http://www.proexport.com.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo5709DocumentNo7940.PDF>.
- \_\_\_\_\_ Informe de tendencias: Comportamiento de exportaciones, turismo internacional e inversión extranjera – China. Abril 6 de 2010. En

<http://www.proexport.gov.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo8844DocumentNo7291.PDF>

- \_\_\_\_\_ Informe de Turismo China Enero de 2009. Abril 6 de 2010. En <http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo10308DocumentNo8303.pdf>
- \_\_\_\_\_ Invierta en Colombia: Trabajo, compromiso, ingenio. Sector Software. Septiembre de 2009. Abril 21 de 2010. En [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070\\_Sector%20Software.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/070_Sector%20Software.pdf)
- PUBLICACIONES VÉRTICE. Manipulación de Productos Químicos y de Limpieza. Málaga: Publicaciones Vértice. 2008. 53p.
- PUENTE, Raquel. Universidad ICESI. Servicios: Las nuevas armas del mercadeo. Mayo 17 de 2010. En <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/212/21207504.pdf>
- PUMAREJO, Johanna. Fedesoft. Descripción del sector del software. Abril 5 de 2010. En <http://www.proexport.com.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo1458DocumentNo4146.PDF>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Diccionario de la lengua Española. Marzo 17 de 2010. En [http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=software](http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=software)
- RELOJ DE POBLACIÓN. Población Colombiana Ahora. Marzo 11 de 2010. En [http://www.dane.gov.co/reloj/reloj\\_animado.php](http://www.dane.gov.co/reloj/reloj_animado.php).
- REVISTA SEMANA. En 2009 Colombia obtuvo la inflación histórica mas baja: 2 por ciento. Mayo 17 de 2010. En <http://www.semana.com/noticias-macroeconomia/2009-colombia-obtuvo-inflacion-historica-baja-ciento/133350.aspx>
- TECNOPARQUE COLOMBIA. Oct 4 de 2010. En <http://www.tecnoparquecolombia.org/tpc.php>
- SANDINO, Enrique. MBA, Experto en Negocio Internacionales. Bogotá, 2010.

- Secretaria de Hacienda. Impuesto de Industria y Comercio. Oct 20 de 2010. En [http://www.shd.gov.co/portal/page/portal/portal\\_internet\\_sdh/impuestos/ica\\_imp/Informacion\\_por\\_sectores1](http://www.shd.gov.co/portal/page/portal/portal_internet_sdh/impuestos/ica_imp/Informacion_por_sectores1)
- SINERTIC COLOMBIA. Nuestra empresa. Oct 4 de 2010. En [http://sinertic.com.co/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=19&Itemid=84](http://sinertic.com.co/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=19&Itemid=84)
- SINISTERRA, Gonzalo, POLANCO, Luis y HENAO, Harvey. Contabilidad: Sistema de información para las organizaciones. Bogotá: Mc Graw-Hill Interamericana, S.A. 383p.
- SOFTWARE EDUCATIVO. Angelfire. Oct 26 de 2010. En <http://www.angelfire.com/az2/educacionvirtual/software.html>
- STANTON, William, ETZEL, Michael y WALKER, Bruce. Fundamentos de Marketing. 14 ed. México: McGraw-Hill Interamericana, 2007. 312p.
- STUDIOMANDARIN. Marzo 15 de 2010. En <http://www.studiomandarin.com/>
- TELL ME MORE. Learn Chinese with TELL ME MORE® Chinese. Mayo 2 de 2010. En [http://es.tellmemore.com/individuals\\_1/individuals/learn\\_chinese\\_1](http://es.tellmemore.com/individuals_1/individuals/learn_chinese_1)
- THE BRITISH SCHOOL CALI. Computador Portatil Reemplaza a los Textos Escolares. Marzo 17 de 2010. En <http://www.thebritishschoolcali.edu.co/noticias.php?noti=8>
- U-Storage. Servicios. Oct 14 de 2010. En <http://www.u-storage.minibodegas.com/servicios-bodegas-personales.html>
- UNIVERSIA. Estudios Internacionales. Abril 6 de 2010. En <http://internacional.universia.net/seccionEspecial.jsp?idEspecial=135&idSeccion=5981&title=EXAMEN-OFICIAL-HSK>

- UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Guía de fuentes de financiación para emprendedores con empresa de la Universidad Nacional de Colombia. Oct 4 de 2010. En <http://www.empresarial.unal.edu.co/descargas/Guiadeservicios4.pdf>
- UNIVERSIDAD ORT, URUGUAY. Ingeniería en Sistemas. Abril 21 de 2010. En [http://www.ort.edu.uy/index.php?cookie\\_setted=true&id=AAAHAGAC&redir=1](http://www.ort.edu.uy/index.php?cookie_setted=true&id=AAAHAGAC&redir=1)  
[http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/E/en\\_ingles\\_hay\\_que\\_llegar\\_al\\_b1\\_muy\\_pocos\\_los\\_que\\_lo\\_hablan/en\\_ingles\\_hay\\_que\\_llegar\\_al\\_b1\\_muy\\_pocos\\_los\\_que\\_lo\\_hablan.asp](http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/E/en_ingles_hay_que_llegar_al_b1_muy_pocos_los_que_lo_hablan/en_ingles_hay_que_llegar_al_b1_muy_pocos_los_que_lo_hablan.asp).
- UNIVERSITARIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO. Ingeniería Electrónica. Abril 21 de 2010. En <http://www.udi.edu.co/paginas/programas/electronica.htm>
- VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresa. 2 ed. Bogotá: Pearson Education, 2001. 400 p.
- VELÁSQUEZ GÓMEZ, Ramiro. El Colombiano. En inglés hay que llegar al B1 Muy pocos los que lo hablan. Marzo 11 de 2010. En
- VINIEGRA, Sergio. Entendiendo el Plan de Negocios. México: Lulu Press, 2007. 80 p.
- WEB TALLER. Qué es Ajax. Septiembre 16 de 2010. En <http://www.webtaller.com/maletin/articulos/que-es-ajax.php>
- WORLD REFERENCE. Inmigración. Mayo 19 de 2010. En <http://www.wordreference.com/definicion/inmigraci%C3%B3n>
- ZABALA SALAZAR, Hernando. Planeación estratégica aplicadas a cooperativas y demás formas asociativas y solidarias. Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia, 2005.
- Zona Franca de Occidente Colombia. Ubicación. Oct 20 de 2010. En <http://www.zonafrancaoccidente.com/ubicacion.asp>

# ANEXOS

**Anexos 1. Lineamientos Taller de Grado 1.**

Pontificia Universidad Javeriana

# LINEAMIENTOS PARA LOS TRABAJOS DE GRADO I - ESTUDIANTES

Área de Emprendimiento

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas



2010



## LINEAMIENTOS PARA LOS TRABAJOS DE GRADO

### EMPRENDIMIENTO

#### TALLER DE GRADO I

De acuerdo con los parámetros establecidos en el Departamento de Administración de Empresas, los estudiantes que hayan matriculado Taller I en el área de Emprendimiento, deben seguir los siguientes lineamientos para el contenido de sus tesis de grado.

**El objetivo del Trabajo de Grado debe estar relacionado con una de estas dos opciones:**

- a. **El diseño y elaboración de un Plan de Negocios** para la creación de una empresa. Dicho plan de negocios debe partir de un proyecto que sea viable y por lo tanto debe estar diseñado de tal manera que el proyecto sea realizable y ejecutable. No es un estudio de factibilidad. En este caso el alcance del trabajo de grado es como tal la presentación del plan de negocios.
- b. **La creación y montaje de la empresa.** En este caso el objetivo y por lo tanto el alcance deben ser el montaje real de la empresa. La evaluación de este tipo de proyectos se realizará verificando que la empresa haya sido creada formalmente.

El trabajo de grado deberá enmarcarse dentro de cuatro componentes que se sustentan desde la formación integral en el Proyecto Educativo<sup>172</sup> de la Universidad Javeriana:

“la Universidad espera que el estudiante:

- a. logre competencia disciplinaria y profesional; comprometa seriamente todas sus capacidades en la búsqueda de la excelencia académica, por el estudio y la investigación, con una clara percepción de la finalidad de lo que investiga y aprende; y adquiera la capacidad de articular sus conocimientos con otras ciencias y sus respectivos valores; **11**
- b. desarrolle un hábito reflexivo, crítico e investigativo que le permita formarse esquemas básicos de vida y mantener abierta su voluntad de indagar y conocer. Así aprende a discernir el sentido de los procesos históricos locales y universales, y el valor de modelos y proyectos que intentan transformar situaciones concretas; **12**

---

<sup>172</sup> Acuerdo No 0066 CONSEJO DIRECTIVO UNIVERSITARIO

c. desarrolle la inventiva mediante desafíos imaginativos y creativos que le permitan escudriñar la novedad, los conflictos, los usos constructivos de la adversidad y el valor de las dimensiones estética y lúdica del ser humano; **13**

d. se forme para una mayor libertad y responsabilidad social, como ser humano para los demás, y adquiera una visión ética del mundo que lo comprometa con el respeto de los Derechos Humanos, el cumplimiento de sus deberes, la participación política, la realización de la justicia y la protección y el mejoramiento de la calidad de vida. De esta forma tendrá presente en sus decisiones los efectos que éstas tienen en todas las personas, de manera especial en las víctimas de la discriminación, la injusticia y la violencia; **14**

e. viva y madure su fe como opción vital y libre en la transformación de la realidad a la cual pertenece. **15** “

También se establece, al interior de la Carrera de Administración de Empresas:

### Objetivos Específicos del Programa de Administración de Empresas

Los objetivos específicos de la Carrera se enfocan principalmente a los siguientes aspectos:

- **Integralidad:** Dotar al estudiante de una formación profesional y humana que le permita interpretar la organización en todos los contextos, en busca del mayor desarrollo del país.
- **Competencia:** Proveer al estudiante de elementos conceptuales y herramientas para que articule la teoría y técnica en beneficio de la generación de resultados acordes con los objetivos organizacionales
- **Perspectiva Estratégica:** Desarrollar en el estudiante una perspectiva orientada a la dirección empresarial que contribuya a la generación e identificación de ventajas competitivas para la organización.
- **Internacional:** Proporcionar al estudiante elementos que posibiliten interpretar contextos institucionales, económicos y culturales en entornos globales para administrar las empresas con una orientación internacional.
- **Grupos de Interés:** Desarrollar en el estudiante una visión de la empresa en función de las expectativas de los grupos de interés “stakeholders” y una capacidad de trabajo en equipo que fomente el liderazgo orientado al servicio, la ética y la responsabilidad social.
- **Organizaciones Competitivas:** Inculcar al estudiante los criterios de competitividad, innovación y sostenibilidad para toda empresa en la que se desempeñe.

### Perfil de Egreso

El perfil de egreso del Administrador Javeriano se orienta a:

- La capacidad de gestionar el proceso administrativo completo, que se conforma de las etapas de planeación, coordinación, dirección, control y evaluación.
- La capacidad de aprender y de adaptarse a cualquier entorno económico, político, social, cultural y legal, respetando y promoviendo los principios éticos y sociales, y preservando el medio ambiente.
- La capacidad para tomar decisiones, desde el cargo que desempeñe, que maximicen los beneficios de la empresa, basado en teorías, conceptos y herramientas vistas a lo largo de su formación profesional.

- La capacidad de entender claramente los sistemas sociales (redes de trabajo intra e interinstitucional) de tal manera que se conviertan en una fortaleza a la hora de alcanzar los objetivos propuestos en la empresa.
- La capacidad de mando y disposición para trabajar y coordinar equipos humanos con el fin de optimizar los distintos tipos de recursos y hacer más productiva la organización.

### Perfil Ocupacional

- El Administrador Javeriano tendrá capacidades, habilidades y destrezas para desempeñarse en los sectores público y privado, en las áreas de: administración y organizaciones, gestión humana, finanzas, producción y operaciones, mercadeo, negocios internacionales, gestión de asuntos interdisciplinarios (ambiental, social, tecnológica, etc); diagnóstico y asesoría empresas, y creación de empresas.
- La Carrera de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana forma al egresado para desarrollar su actividad profesional en diversos campos de desempeño que incluyen la **creación**, dirección, gestión y asesoría de **organizaciones**, con una perspectiva estratégica en un entorno global, que lo proyecta hacia cargos de nivel directivo. Además, puede realizar actividades en investigación y generación de conocimientos en las áreas fundamentales de la administración: administración y organizaciones, economía y finanzas, producción y operaciones, mercadeo, informática y gerencia de personal

## 1. COMPONENTES

### i. El Compromiso social y ambiental.

El trabajo de grado I, deberá incluir la importancia y compromiso que se asume con el desarrollo del Plan de negocio, incluyendo el efecto hacia la comunidad, el beneficio a grupos de interés (dirección y gobierno, organización interna, proveedores, consumidores, comunidad, bienes y servicios) particularmente necesitados de beneficiarse con el desarrollo de la Empresa, su impacto en el medio ambiente o los aportes que en esta materia generará el proyecto.

### ii. Tener un componente claro de creatividad e innovación.

- a. Esto significa que el proyecto debe tener como valor agregado un factor de innovación dentro de los procesos en cualquiera de los capítulos del plan de negocios
- b. El objetivo de esta exigencia es que los planes de negocio presentados tengan una clara diferencia con empresas del mismo tipo. Se pretende fomentar la creatividad y la innovación en la creación de nuevas empresas que ofrezcan un verdadero valor agregado al mercado en innovación y competitividad.

- iii. **Competitividad internacional:** Que se incluya en la propuesta la inserción internacional del proyecto en los sectores claves de la economía de la región y que a su vez el sueño de empresa contemple la visión y diseño inicial de un plan de expansión internacional.
- iv. **Trabajo en equipo:** Tendrá una especial connotación, este componente, pues permitirá complementar saberes, desarrollar la puesta en común de ideas a considerar en el equipo y el debate multidisciplinar a partir de la idea del negocio. Se incluye además la presentación de redes y contactos, que promuevan el desarrollo del proyecto.

Se puede incluir un quinto componente, que es la Viabilidad Económica, que se trabajará en el Plan de Negocios (Trabajo de Grado II)

## 2. CONTENIDOS PARA LA ENTREGA DE TALLER DE GRADO I

### A. CONTENIDO DE LOS ANTEPROYECTOS (TALLER DE GRADO I)

El anteproyecto tendrá un desarrollo a lo largo del penúltimo semestre, de manera que como resultados del mismo el estudiante formulará un plan de investigación cuya extensión no será mayor de veinte páginas. Este deberá contener:

#### a. Título:

Debe ser claro y preciso. No debe ser extenso, el título da una idea de lo que se va a ser en el Trabajo, no lo especifica todo. En muchas ocasiones se coloca cuando ya se tienen los demás puntos. Deber ser coherente con el objetivo general.

#### b. Planteamiento del Problema (Antecedentes y formulación):

En este punto se contextualiza el objeto de estudio, indicando la situación actual, dónde surge el problema, qué se ha realizado sobre el tema en cuestión, qué síntomas y qué resultados se presentan. Adicionalmente, explica por qué el objeto de estudio es un problema. Debe estar sustentado con datos y estadísticas reales. El problema debe estar definido como un vacío o una necesidad en un mercado definido.

**Modelo y mercado - Competitividad:** Dentro de la iniciativa se debe tener en cuenta las tendencias mundiales y se considera un plan de expansión, aprovechando las potencialidades de la región. El modelo de negocio y la propuesta de valor reflejan una clara estrategia de penetración del mercado.

Finalmente, se concluye con la *formulación del problema* y generalmente se redacta en forma de pregunta, la cual debe ser clara y precisa y debe tenerse en cuenta que el estudio dará respuesta a este interrogante.

### **c. Justificación del Proyecto:**

Contiene el porqué del negocio o de la propuesta. Por qué vale la pena resolver el problema, vacío o necesidad en ese mercado determinado. Determinar claramente cuál es la oportunidad de negocio mediante datos y estadísticas del sector.

Dentro de la justificación se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- ✓ Innovación: Propone realizar inversiones en I+D buscando apropiarse de tecnologías que apoyen el proceso de generación de nuevos productos, procesos o mercados, ofreciendo valores y beneficios que la competencia no ofrece.
- ✓ Viabilidad e implementación: Existe una adecuada identificación de mercados, propone un análisis de las principales inversiones y determinación de las estrategias adecuadas para acceder a los clientes y fuentes de financiación, impactando favorablemente el medio.
- ✓ Expertise del equipo: Propone o Identifica alianzas y/o inversionistas para su proyecto, a la vez que se apoyan en un equipo interdisciplinario que se complementa con la formación, contactos o experiencia, que a su vez se constituyen como factores claves dentro de la iniciativa.

### **d. Marco Teórico y/o conceptual:**

El marco teórico es en lo que se fundamenta la investigación o estudio a realizar, y se realiza a partir de una exhaustiva revisión del tema a tratar, analizando y seleccionando las diversas teorías que lo sustentan. En el caso de creación de empresas, el marco teórico está relacionado con el modelo de plan de negocios que se pretende utilizar como herramienta para desarrollar el proyecto, definiendo de diversas fuentes aspectos como:

¿Qué es un plan de negocios?

- Recomendaciones para la aplicación del plan de negocios.
- Modelos de planes de negocios.

El marco conceptual es la definición de términos y conceptos involucrados tanto en el proyecto como en el marco teórico que por su importancia no pueden presentarse

ambigüedades ni equívocos. Son los conceptos relacionados directamente con el negocio que se pretende crear.

**e. Objetivo General:**

Es el propósito del trabajo, debe ser tangible e indica cuál es el producto (bien o servicio) que va a resultar. Debe especificar el qué y el para qué y ser congruente con el problema.

**f. Objetivos Específicos:**

Son aquellas acciones encaminadas a lograr el objetivo general. Éstas se traducen en subproductos concretos que forman parte del producto final. Deben redactarse en orden lógico, medible y alcanzable e igualmente su estructura corresponde al qué y para qué.

**g. Metodología:**

Es el cómo se va a alcanzar cada objetivo específico, detallando las actividades, asignaturas, fuentes de información y las herramientas a emplear. Se debe elaborar un cuadro con estos puntos y se debe definir el tipo de investigación. |

**h. Restricciones:**

Son aquellas situaciones que se vislumbra pueden dificultar o afectar el desarrollo de la investigación.

**i. Recursos:**

Son los recursos de todo tipo que se utilizarán para hacer la investigación. Deben estar valorados (en términos de tiempo, dinero, tecnológicos, humanos)

**j. Cronograma:**

Se debe realizar un cronograma detallado de todas y cada una de las actividades que se desarrollarán **durante el trabajo de grado (Taller II)** con el fin de cumplir los objetivos propuestos

**k. Tabla de contenido propuesta:**

Se refiere a la tabla de contenido que deberá contener el Trabajo de grado. Debe ser coherente con los objetivos específicos y el objetivo general

**l. Bibliografía:**

Se deben listar todas las fuentes bibliográficas utilizadas en la realización del anteproyecto. Debe estar elaborada con normas Icontec.

## **B. ESTUDIO DE MERCADO**

### **a) INVESTIGACION DE MERCADOS:**

6. **Análisis del Sector:** Comportamiento histórico, análisis de su evolución y tendencias previstas en el corto; mediano y largo plazo.
7. **Análisis del Mercado:** Estructura actual del mercado a nivel nacional e internacional, mercado objetivo, justificación del mercado, mercado potencial, análisis del consumidor etc.
8. **Análisis de la Competencia:** A nivel local, nacional e internacional, productos sustitutos etc.

### **b) ESTRATEGIA DE MERCADOS:**

9. Concepto del producto, servicio o proceso
10. Estrategias de Distribución y/o aplicación
11. Estrategias de Precio
12. Estrategias de Comunicación
13. Estrategias de servicio
14. Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo
15. Estrategias de aprovisionamiento
16. Estrategias claras de penetración.

### **c) PROYECCION DE VENTAS**

17. Proyecciones
18. Política de Cartera

## **3. PROCESO DE EVALUACIÓN**

Entre los criterios a evaluar se incluyen:

1. Planteamiento del problema. Soporte bibliográfico; datos, hechos y fuentes utilizadas; claridad (redacción y estructura).

2. **Objetivos:** Redacción, claridad, alcance, medibles, que haya relación con el problema, estructura.
3. **Marco teórico:** Estructura, redacción, claridad, articulación de fuentes y manejo de fuentes; bibliografía, pertinencia, base académica, ; creatividad, innovación; aportes propios; análisis, que tenga relación con el problema y los objetivos.
4. **Metodología:** Se refiere al conjunto de métodos y herramientas que se siguen para alcanzar la gama de objetivos propuestos, por tanto deben ser pertinentes y claros.
5. **Cronograma:** Diseño, presentación, coherencia.
6. **Estudio de Mercado.**
7. La participación en los eventos organizados por el área (conferencias, charlas, concursos entre otros), serán tenidos en cuenta en el proceso de evaluación final.
8. **Forma del documento:** Presentación, redacción, ortografía, correcta citación de fuentes bibliográficas, coherencia de la estructura del documento.

#### 4. ENTREGAS

Se realizarán dos entregas, en la primera (entrega preliminar) los estudiantes deben entregar el **anteproyecto terminado**, en ésta entrega el estudiante tendrá la oportunidad de recibir una retroalimentación cualitativa por parte de su evaluador; ésta entrega es de carácter obligatorio, sin ésta no se podrá hacer la respectiva entrega final. En la segunda (entrega final) los estudiantes deberán entregar el documento completo (**anteproyecto y estudio de mercados**).

##### A. ENTREGA PRELIMINAR

Para Taller de Grado I, se realizará el día:

(Única fecha) **17 DE MARZO DE 2010**



- Debe entregar el documento escrito **con el anteproyecto completo** (Impreso y argollado); debidamente marcado con el Título del Trabajo, nombre del/los autor(es), nombre de tutor.
- **EL TRABAJO DEBE SER PRESENTADO CON NORMAS INCONTEC.**
- Actas de cada una de las tutorías desarrolladas en donde se consigne las observaciones, tareas, actividades, lugares, hora y demás datos que contribuyan con la constancia del trabajo realizado por parte del tutor y de los estudiantes. (El modelo del acta, será entregado por la Coordinación).
- Carta de presentación por parte del tutor del trabajo de grado que ha avala su respectivo contenido.
- Se entrega en el Edificio Central, Piso 7; Área Emprendimiento. **No habrá aplazamiento.**
- Horario: 2:00 p.m. – 6:30 p.m. (No se recibirán trabajos en horarios diferentes al mencionado)

#### B. ENTREGA FINAL TALLER DE GRADO I

(Única fecha). **19 DE MAYO DE 2010**

- Debe entregar el documento escrito **con el anteproyecto y el estudio de mercados completo**; debidamente marcado con el Título del Trabajo, nombre del/los autor(es) y nombre de tutor, período académico (2009-2)
- Medio Magnético -CD (archivo en Word).
- **EL TRABAJO DEBE SER PRESENTADO CON NORMAS INCONTEC.**
- Actas de cada una de las tutorías desarrolladas en donde se consigne las observaciones, tareas, actividades, lugares, hora y demás datos que contribuyan con la constancia del trabajo realizado por parte del tutor y de los estudiantes. (El modelo del acta, será entregado por la Coordinación).
- Carta de presentación por parte del tutor del trabajo de grado que ha avala el su respectivo contenido.
- Formato de Evaluación por parte del tutor, debidamente diligenciado.
- Se entrega en el Edificio Central, Piso 7; Área Emprendimiento. **No habrá aplazamiento.**
- Horario: 2:00 p.m. – 6:30 p.m. (No se recibirán trabajos en horarios diferentes al mencionado)
- **Los trabajos de grado que se acompañen con los anteriores requisitos no serán recibidos.**

Las actas son el medio de garantizar las actividades realizadas por los estudiantes y tutor. Razón por la cual se podrán solicitar en cualquier momento dentro del proceso de tutoría.

## 5. RECOMENDACIONES

- ✓ Diligenciar el formato de seguimiento en cada sesión de tutoría para tener un control del desarrollo del trabajo.
- ✓ En caso de presentarse algún inconveniente durante el desarrollo del trabajo, informar oportunamente a la coordinación de trabajos de grado, con una comunicación por escrito comentando los inconvenientes presentados y anexados las evidencias.
- ✓ Para las personas que estén desarrollando su práctica es **OBLIGACIÓN** realizar las tutorías en horas no laborales (en las noches o los sábados, de acuerdo con el tutor), no se puede utilizar tiempo laboral para el desarrollo de las mismas.
- ✓ La entrega del trabajo final, para revisión por parte del tutor, se debe realizar por lo menos 8 días antes de la fecha establecida, para tener el tiempo suficiente de revisar y poder hacer las correcciones pertinentes, no esperar a ultima hora ya que el tutor no estará en la obligación de avalar un documento que no ha tenido la oportunidad de revisar cuidadosamente. Todos estos procesos deberán quedar consignados en las actas de asesoría.
- ✓ El resultado de los trabajos de grado, deberá conllevar la generación de una idea de negocio competitiva y un plan de negocios que pueda ser presentado a posibles inversionistas u otras fuentes de financiación y que el estudiante se apropie de su trabajo y se comprometa con sus resultados.
- ✓ **Diseñar un plan de trabajo estricto** para prever problemas en el acceso a la información, el desarrollo del trabajo y la obtención de resultados.
- ✓ Concretar desde el inicio del proceso las **reglas de trabajo** con el tutor, estas reglas deben ser claras, objetivas y conocidas por las partes involucradas; se deben incluir; un **horario** de tutorías que no debe ser menor a **una hora a la semana**, y el **lugar de reunión** que se recomienda sea la **universidad**, de escogerse un lugar fuera de la universidad debe ser establecido por mutuo acuerdo y no impuesto por alguna de las partes, se recomienda acordar un lugar de fácil acceso para las partes y que no entorpezca el desarrollo de sus otras obligaciones y genere pérdida de tiempo.
- ✓ En caso de haber matriculado taller de grado I o II y **no cumplir o abandonar el trabajo**, se realiza un reporte por parte de tutor y la coordinación de trabajos de grado y la asignatura

queda con una calificación de 0.0 (cero punto cero) y debe ser repetida en el siguiente semestre, haciendo todo el proceso nuevamente.

- ✓ **La universidad brinda las herramientas e instalaciones** necesarias para el desarrollo de su trabajo, una amplia base bibliográfica y capacitaciones para consultas de bases de datos y artículos, en la biblioteca general encuentran apoyo para esta tarea.

## 6. CONTACTO – DUDAS - SUGERENCIAS

**EDGAR ANDRES BAHAMON GONZALEZ**

*Coordinador Trabajos de Grado*

*Área de Emprendimiento*

*Pontificia Universidad Javeriana*

[ebahamon@javeriana.edu.co](mailto:ebahamon@javeriana.edu.co)

*Contacto 3208320 ext 3172/3171*




## Anexos 2. Inscritos Premio Santander.

A continuación una pequeña parte de todos los inscritos.

Universidad	Título Proyecto	Categoría		Nombre
Mariana	EMPRESA PROMOTORA DE EMPRENDIMIENTOS EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO. PROEMPRESA LTDA.	Emprendimiento	Servicios	GINA STEPHANIE ESTRADA RAMOS
Pedagógica Nacional	ESTADO DEL ARTE SOBRE EL CAMPO DE CONOCIMIENTO DE LA ENSEÑANZA DE LA BIOLOGÍA	Ciencia e Innovación		EDGAR ORLAY VLABUENA USSA
COLOMBIANO JAIME ISAZA CADAVID	SPRESS LIGHT	Emprendimiento	Industria	BRISBANY ORLANDO GOMEZ VANEGAS
Politecnico Grancolombiano	Plan Exportador JADRIBI	Emprendimiento	Industria	Marisol Vargas Reyes
Politecnico Grancolombiano	Pijamas Via España	Emprendimiento	Industria	Diana Carolina Páez Madrid
Pontificia Bolivariana	DESARROLLO DE UNA METODOLOGIA BASADA EN RESONANCIA PARA ENSAYOS DE FATIGA A FLEXIÓN EN	Ciencia e Innovación		Alfonso Santos Jaimes
Pontificia Bolivariana	VibraTek	Emprendimiento	Servicios	Tatiana Pacheco Rondon
Pontificia Bolivariana	OOPS!	Emprendimiento	Servicios	MARIA CAMILA MEJIA
Pontificia U. Javeria	Intervención Ergonómica en la Operación Manual de Válvulas en las Plantas Petroquímicas del Complejo Barrancabermeja	Ciencia e Innovación		Leonardo Quintana
Pontificia U. Javeria	Proyecto para la innovación social y el desarrollo de servicios y productos arquitectónicos y de diseño sostenibles.	Ciencia e Innovación		Carlos Alberto Hernandez Correa
Pontificia U. Javeria	MÉTODO Y COMPOSICIÓN INMUNOQUIMICA PARA LA DETECCIÓN DE ALERGENOS DE ÁCAROS USANDO ANTICUERPOS IgY EN MUESTRAS DE POLVO	Ciencia e Innovación		Luis Alejandro Barrera Avellaneda
Pontificia U. Javeria	IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE "WEN YU", SOFTWARE ESPECIALIZADO EN LA ENSEÑANZA DEL IDIOMA MANDARÍN / ESPAÑOL, ESPAÑOL / MANDARÍN PARA LAS INSTITUCIONES, MAESTROS, ALUMNOS Y VIAJEROS INTERESADOS EN ENSEÑAR Y APRENDER EL MANDARÍN EN COLOMBIA	Emprendimiento	Industria	Ivan Alejandro Sanchez Arango

### Anexos 3. Solicitud Inscripción Soporte Lógico (Software)

 <p style="text-align: center;"> <b>REPÚBLICA DE COLOMBIA</b>  <b>MINISTERIO DEL INTERIOR Y DE JUSTICIA</b>  <b>DIRECCIÓN NACIONAL DE DERECHO DE AUTOR - UAE</b>  <b>OFICINA DE REGISTRO</b> </p> <p style="text-align: center;"> <b>SOLICITUD INSCRIPCIÓN SOPORTE LÓGICO (SOFTWARE)</b>                      AHORA TAMBIÉN PUEDE REALIZAR SU TRÁMITE A TRAVÉS DEL <u>REGISTRO EN LÍNEA</u>                      UBICADO EN NUESTRO SITIO WEB <a href="http://www.derechodeautor.gov.co">www.derechodeautor.gov.co</a> </p>		
<b>1. DATOS DEL AUTOR O AUTORES</b>		
Nombre:	Doc Ident:	De:
Nacionalidad:	Dirección completa y ciudad:	
Seudónimo (Allegar escritura: Ver instrucción 1.2):	Fecha de defunción:	
Nombre:	Doc Ident:	De:
Nacionalidad:	Dirección completa y ciudad:	
Seudónimo (Allegar escritura: Ver instrucción 1.2):	Fecha de defunción:	
Nombre:	Doc Ident:	De:
Nacionalidad:	Dirección completa y ciudad:	
Seudónimo (Allegar escritura: Ver instrucción 1.2):	Fecha de defunción:	
<b>2. DATOS DEL PRODUCTOR</b>		
Nombre :		
Correo electrónico:	Sitio web:	Fax:
Dirección:	Ciudad:	País:
<b>3. DATOS DE LA OBRA</b>		
Título: _____		
Año de Creación:	<input type="radio"/> Inédito	
País de Origen:	<input type="radio"/> Publicado	Año de Publicación: _____
Carácter de la obra (Ver instrucción 3.1):		
<input type="radio"/> Obra individual <input type="radio"/> Obra colectiva <input type="radio"/> Obra originaria <input type="radio"/> Obra anónima <input type="radio"/> Obra seudónima <input type="radio"/> Obra en colaboración <input type="radio"/> Obra por encargo <input type="radio"/> Obra derivada <input type="radio"/> Obra póstuma <input type="radio"/> Otra (Especificar): _____		
<b>4. ELEMENTOS DEL SOPORTE LÓGICO (SOFTWARE) APORTADOS</b>		
A. Programa de Computador <input type="radio"/> B. Descripción de Programa <input type="radio"/> C. Material Auxiliar <input type="radio"/>		
Breve Descripción de Funciones: _____		
<b>5. TRANSFERENCIAS</b>		
_____		
<b>6. OBSERVACIONES GENERALES</b>		
_____		
<b>7. DATOS DEL SOLICITANTE</b>		
Nombre:	Doc. Ident:	De:
Nacionalidad:	Dirección:	Teléfono:
Correo electrónico:	Sitio web:	Fax:
Ciudad:	País:	En representación de:
<p style="font-size: 2em; color: lightblue; margin: 0;">USO OFICIAL</p> <p style="margin: 0;">_____</p> <p style="margin: 0;">Fecha Solicitud <span style="float: right;">Firma del Solicitante</span></p>		

## INSTRUCCIONES

Antes de diligenciar el formulario, lea cuidadosamente las instrucciones que a continuación se presentan.

- A. Con este formulario puede solicitar únicamente el registro de soporte lógico (software) que de conformidad con la legislación autoral es considerado como una creación propia del dominio literario entendido como la expresión de un conjunto de instrucciones mediante palabras códigos, planes o cualquier otra forma que, al ser incorporadas en un dispositivo de lectura automatizada, es capaz de hacer que un ordenador, ejecute determinada tarea y obtenga determinado resultado. El programa de ordenador comprende también la documentación técnica y los manuales de uso.
- B. El formulario consta de una hoja denominada solicitud de inscripción, la cual deberá ser diligenciada de idéntica manera, sin enmendaduras ni entre renglones, firmada en original y remitida conjuntamente con la obra y los anexos a la entidad.
- C. Procure llenar el formulario a máquina o en letra imprenta cuidando de que toda la información quede lo suficientemente clara.
- D. Por cada formulario diligenciar el registro por una sola obra. Utilice tantos formularios cuantas obras (software) desee registrar. De requerir formularios adicionales puede tomarle las fotocopias que necesite, teniendo presente que estas deben ser totalmente nítidas y legibles, conservando en su integridad la estructura del presente formato.

---

### 1. DATOS DEL AUTOR O AUTORES

- 1.1 **Autor** es la persona física que realiza la creación intelectual. Las personas jurídicas no son consideradas como autores por nuestra legislación. Diligenciar en las respectivas casillas “Datos del Autor o Autores” el nombre completo de cada una de las personas que intervinieron en la elaboración o creación de la obra. Si es del caso, diligenciar tantos formularios cuantos sean necesarios para incluir el nombre de todos los autores.
- 1.2 **Seudónimo** es el nombre empleado por un autor en vez del suyo verdadero. Si diligencia la casilla “seudónimo”, se debe marcar en el carácter de la obra 3.1 “Obra seudónima”.

---

### 2. DATOS DEL PRODUCTOR

Indique los datos correspondientes de la persona natural o jurídica que tiene la iniciativa, la coordinación y la responsabilidad en la producción de la obra (software); es quien fija, distribuye y comercializa el soporte lógico (software).

---

### 3. DATOS DE LA OBRA:

- El título consignado en el formulario debe ser idéntico al que figura en la obra.
- Se tiene por año de creación la fecha en que el autor creó la obra.
- Indicar, si es del caso, la fecha de publicación del software, es decir, cuando se ha hecho accesible al público en forma masiva.
- Mencionar el país de origen.
- Marcar con una X si la obra es inédita o si por el contrario ya se ha publicado.

### 3.1. **Carácter de la obra:**

**Obra individual:** La que es producida por una sola persona natural.

**Obra en Colaboración:** La que es producida conjuntamente, por dos o más personas naturales, cuyos aportes no pueden ser separados. En este evento el ejercicio de los derechos patrimoniales corresponderá a todos los autores, de tal manera que para que uno de ellos utilice la obra, necesitará el consentimiento de todos los demás.

**Obra Colectiva:** La que es producida por un grupo de autores por iniciativa y bajo la orientación de una persona natural o jurídica que la coordina, divulga y publica bajo su nombre. En este caso, la ley presume que esta última detendrá los derechos patrimoniales (derechos de explotación de la obra), por lo que deberá especificarse en la casilla 5 del formulario denominada “Transferencias” a quién corresponden los derechos patrimoniales, y acompañar el documento que acredita tal circunstancia. Los autores sólo conservarán las prerrogativas morales.

**Obra por Encargo:** Cuando la obra es creada en desarrollo de un contrato de prestación de servicios, la ley presume que la titularidad de los derechos patrimoniales la tiene el contratante que ha señalado el plan y que asume el costo y responsabilidad de la misma, evento en los cuales se deberá diligenciar la casilla del formulario No. 5 “Transferencias” y allegar el documento que acredite tal situación. El autor solo conserva las prerrogativas morales.

**Obra Originaria:** Aquella que resulta del trabajo intelectual del autor sin basarse en una obra preexistente.

**Obra Derivada:** Es aquella obra basada en otra ya existente que resulta de la adaptación, traducción u otra transformación de una obra originaria, siempre que constituya una creación autónoma. En este caso especifique qué clase de obra derivada es: traducción, adaptación, entre otras.

**Obra Anónima:** Es aquella en donde no se menciona el nombre o seudónimo de autor por voluntad del mismo o por ser ignorado. En este evento la ley atribuye la titularidad de los derechos patrimoniales al editor, sin perjuicio que desde el momento mismo en que el autor revele su identidad puede hacerse acreedor de los mismos.

**Obra Seudónima:** Es aquella en que el autor se oculta bajo un seudónimo o nombre que no lo identifica. En caso de usarlo, deberá acompañar una declaración de seudónimo efectuada ante notario donde conste que este se halla registrado conforme a las disposiciones relativas al estado civil de las personas, ya que de lo contrario el ejercicio de los derechos patrimoniales corresponderá al editor.

**Obra Póstuma:** Es aquella que ha sido dada a conocer al público sólo después de la muerte del autor.

**Otras:** Indicar si se trata de una antología, compilación de obras o bases de datos, que por la selección o disposición de los materiales constituyan creaciones personales. Si se trata de cualquier otra categoría de obra diferente a las relacionadas, favor mencionarla.

**Breve descripción de funciones:** Describa de manera sucinta las características y funciones básicas y fundamentales del soporte lógico (software).

---

#### 4. ELEMENTOS DEL SOPORTE LOGICO

A. Indique con una X los elementos de soporte lógico (software) aportados al registro, entendiéndose por:

1. **Programa de computador:** La expresión de un conjunto organizado de instrucciones en lenguaje natural o codificado, independientemente del medio en que se encuentra almacenado, cuyo fin es el de hacer que una máquina capaz de procesar información, indique, realice u obtenga una función o resultado específico.
2. **Descripción de programa:** Una presentación completa de procedimientos de forma idónea, lo suficientemente detallada para determinar un conjunto de instrucciones que constituya el programa de computador correspondiente.
3. **Material auxiliar:** Todo material distinto de un programa de computador o de una descripción de programa, creado para facilitar su comprensión o aplicación, por ejemplo, descripción de problemas e instrucciones para el usuario.

B. Observaciones: Especifique la identificación del material allegado.

---

#### 5. TRANSFERENCIAS

Esta casilla sólo se diligencia en el evento de inscribirse un titular de los derechos patrimoniales (de explotación de la obra) diferente al autor, es decir, cuando ha mediado una transferencia de tales derechos, en cuyo caso, se debe indicar su nombre o razón social, aportando el documento mediante el cual adquirió los derechos. Si el documento se allega en fotocopia, ésta deberá ser autenticada. La transferencia debe constar en escritura pública o en documento privado reconocido ante notario (reconocimiento de firma y contenido).

---

#### 6. OBSERVACIONES GENERALES

Indicar de forma breve cualquier particularidad sobre la obra.

---

#### 7. DATOS DEL SOLICITANTE

- A. Indique el nombre de la persona natural que hace la solicitud, así como su documento de identificación, nacionalidad, dirección, teléfono, ciudad y país. Tenga presente que la petición del registro puede ser hecha por el autor (si este es menor de edad, la solicitud debe ser presentada por uno de los padres, allegando el registro civil de nacimiento), por el editor, o por el titular de los derechos patrimoniales. En los dos últimos casos, si se trata de personas jurídicas deberá adjuntarse la documentación que acredite su existencia y representación legal.
- B. Cuando el solicitante actué como representante de otro, deberá acompañar la prueba de su representación. Para el evento de ser el representado persona jurídica, deberá



aportarse adicionalmente, como se indicó en el párrafo anterior, el certificado de existencia y representación legal.

---

**REQUISITOS ADICIONALES**

Junto con el formulario allegar uno de los tres elementos del soporte lógico (software) debidamente identificado.

AHORA TAMBIÉN PUEDE REALIZAR SU TRÁMITE A TRAVÉS DEL REGISTRO EN LÍNEA,

MINISTERIO DEL INTERIOR Y DE JUSTICIA  
DIRECCIÓN NACIONAL DE DERECHO DE AUTOR-UAE  
OFICINA DE REGISTRO  
Calle 28 No. 13 A-15 Piso 17. Teléfono 3418177. Fax: 2 860813, Bogotá, D.C., Colombia  
Correo electrónico: [Info@derechodeautor.gov.co](mailto:Info@derechodeautor.gov.co)/ Sitio Web: [www.derechodeautor.gov.co](http://www.derechodeautor.gov.co)  
Línea de atención de Quejas y Reclamos: 01 8000127878

## **Anexos 4: Minuta de constitución**

### **CONSTITUCION DE SOCIEDAD LIMITADA<sup>173</sup>**

Otorgantes, comparecientes con minuta:

1.- CARLOS JULIO SANCHEZ REYES varón, colombiano, mayor de edad, domiciliado y residente en esta ciudad e identificado con cédula de ciudadanía 19.382.175 de BOGOTA estado civil casado

2.- IVAN ALEJANDRO SANCHEZ ARANGO varón, colombiano, mayor de edad, domiciliado y residente en esta ciudad e identificado con cédula de ciudadanía 1.015.404.861 de BOGOTA estado civil soltero, manifestaron su voluntad de constituir una Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada que se registrá por los siguientes ESTATUTOS

ARTICULO PRIMERO.- SOCIOS.- CARLOS JULIO SANCHEZ REYES y/e IVAN ALEJANDRO SANCHEZ ARANGO

ARTICULO SEGUNDO.- RAZON SOCIAL WEN YU LTDA."

ARTICULO TERCERO.-

DOMICILIO.- BOGOTA (ciudad), Podrá establecer Sucursales, Agencias y dependencias en otros lugares del país o del exterior conforme a la ley

Dirección para notificaciones judiciales y Administrativas: Calle 66 Número 59-31

Correo Electrónico: saintivan@hotmail.com

ARTICULO CUARTO.- DURACION: 10 AÑOS, contados a partir de la fecha de la presente escritura. OCTUBRE 11 DE 2010

---

<sup>173</sup> Colombia Notaria 18. Constitución de sociedad limitada. Nov 19 de 2010. En [http://www.notaria18.com.co/index.php?option=com\\_content&task=view&id=22&Itemid=40](http://www.notaria18.com.co/index.php?option=com_content&task=view&id=22&Itemid=40)

ARTICULO QUINTO.- OBJETO SOCIAL.- La sociedad tendrá como objeto principal las siguientes actividades: Diseño y Comercialización de software dedicado a la enseñanza del idioma Mandarín/Chino para persona de habla hispana.

ARTICULO SEXTO.- CAPITAL.- PESOS \$30'000.000 dividido en dos (2) cuotas o partes de interés social, de un valor nominal de PESOS \$15'000.000, cada una, las cuales corresponden a los socios en proporción a sus aportes, totalmente pagados y recibidos a satisfacción de la sociedad, conforme se describe a continuación: -----

#### SOCIOS CUOTAS VALOR

CARLOS JULIO SANCHEZ REYES - \$15'000.000.

IVAN ALEJANDRO SANCHEZ ARANGO \$15'000.000.

TOTALES \$ 30.000.000.

PARAGRAFO. La responsabilidad personal de los socios queda limitada al monto de sus respectivos aportes.

ARTICULO SEPTIMO.- CESION DE CUOTAS.- Las cuotas o partes de interés social no están representadas por títulos ni son negociables libremente en el mercado y solamente son cedibles mediante el otorgamiento de la correspondiente escritura pública de reforma estatutaria.- Toda cesión en cuanto a procedimiento y condiciones previas y finales se sujetará en un todo a lo previsto y ordenado por los Artículos 363 y siguientes del Código de Comercio.

PARAGRAFO.- La Sociedad llevará un Libro de Registro de Socios inscrito en la Cámara de Comercio del domicilio social, con los requisitos y para los efectos consagrados en el Código de Comercio DECRETO 410 DE 1971

ARTÍCULO OCTAVO.- ADMINISTRACION.- La administración de la sociedad corresponde en derecho a todos y cada uno de los socios, éstos la delegan expresamente en la Junta de Socios y ésta a su vez en la Gerencia. IVAN ALEJANDRO SANCHEZ ARANGO será el representante legal y gerente general

ARTICULO NOVENO.- JUNTA DE SOCIOS - REUNIONES.- La Junta de Socios la constituyen todos los socios reunidos personalmente, representados por sus apoderados o mandatarios o en las formas autorizadas por la Ley, con el quórum requerido. Las reuniones de la Junta de Socios serán ordinarias o extraordinarias y se celebrarán en la sede social de la empresa. Las reuniones ordinarias tendrán lugar por lo menos una (1) vez al año en la fecha que determine la Junta, por convocatoria del Gerente, hecha mediante comunicación por escrito dirigida a cada uno de los socios con quince (15) días hábiles de anticipación y ellas tendrán por objeto examinar la situación de la sociedad, designar los administradores y demás funcionarios de su elección, determinar las directrices económicas de la compañía, considerar las cuentas y balances del último ejercicio, resolver sobre la distribución de utilidades y acordar todas las providencias necesarias para asegurar el cumplimiento del objeto social. Si convocada la junta ésta no se reuniere, o si la convocatoria no se hiciere con la anticipación indicada, entonces se reunirá por derecho propio el primer (1er) día hábil del mes de abril, a las 10 a.m., en las oficinas de la administración del domicilio principal.

Las reuniones extraordinarias de la Junta de Socios se efectuarán cuando la Gerencia o un número plural de socios o sus apoderados representantes de la cuarta (1/4) parte o más del capital social lo soliciten. La convocatoria para las reuniones extraordinarias se hará en la misma forma que para las ordinarias, pero con una anticipación de cinco (5) días comunes a menos que en ellas hayan de aprobarse cuentas y balances generales de fin de ejercicio, pues entonces la convocatoria se hará con la misma anticipación prevista para las ordinarias.

Las reuniones de la Junta de Socios serán presididas por el Socio o apoderado del socio que designe la misma Corporación por mayoría de votos; el Presidente señalará la persona que debe actuar como Secretario y su nombramiento podrá recaer en cualquier persona sea o no Socio de la Compañía. Habrá quórum en la reunión de la Junta de Socios cuando concurra un número de ellos que representen por lo menos el noventa por ciento (90%) de las cuotas inscritas del capital social.

En las reuniones de la Junta de Socios cada uno tendrá tantos votos como cuotas o partes de interés social posea en la Empresa y las decisiones que se adopten para que

tengan validez, deberán ser aprobadas por la mayoría de los votos presentes o debidamente representados a menos que se trate de adoptar resoluciones referentes a la disolución y liquidación de la Compañía, reforma de sus estatutos o la aprobación de un traspaso de cuotas o partes de interés social a terceros, casos en los cuales dichas decisiones deberán ser aprobadas por un número de votos que representen por lo menos el setenta por ciento (70%) en que se encuentra dividido el capital social. De todas las reuniones y decisiones de la Junta de Socios se dejará constancia en un Libro de Actas debidamente rubricado y foliado y cada acta será firmada por todos los concurrentes, el presidente y el secretario de la respectiva reunión. Cualquier resolución de la Junta de socios que entrañe una modificación a los estatutos sociales, cesión, disolución o liquidación será elevada a Escritura Pública.-----

#### ARTICULO DECIMO.- REUNIONES NO PRESENCIALES.

Cada vez que los Socios puedan deliberar por cualesquiera medios de telecomunicaciones, las decisiones tomadas en las conferencias serán válidas y jurídicamente vinculantes. Las deliberaciones por telecomunicaciones deberán ser siempre sucesivas o simultáneas. La evidencia de la telecomunicación y de las resoluciones pertinentes, como una confirmación por fax o correo electrónico, se incluirá en las actas respectivas, de conformidad con los requisitos establecidos en estos Estatutos.

ARTICULO DECIMO PRIMERO.- ATRIBUCIONES.- Son atribuciones de la Junta de Socios:

- 1.- Autorizar la reforma de los estatutos sociales.

---

- 2.- Nombrar al Gerente y su suplente. (o los cargos que se creen)
- 3.- Reunirse ordinaria o extraordinariamente cuando lo estime conveniente o necesario. -
- 4.- Aprobar o improbar los balances.
- 5.- Decretar la venta total de los bienes sociales.
- 6.- Decretar y distribuir las utilidades.
- 7.- Crear agencias, sucursales o filiales.
- 8.- Crear y proveer los cargos que la ley o los estatutos señalen.

9.- Acordar las reservas para la protección del capital social.

10.- Decretar la disolución y liquidación de la Sociedad;

11.- Aprobar la cesión de cuotas o partes de interés social

---

12.- Las demás funciones que le corresponden como suprema autoridad directiva y administrativa de la Sociedad.

ARTICULO DECIMO SEGUNDO.- GERENCIA.- El uso de la razón social de la Compañía y su representación legal y administrativa estarán a cargo de un Gerente con su respectivo Suplente, (o de los cargos que se creen) quien remplazará al Gerente en sus faltas absolutas, temporales o accidentales con las mismas facultades y atribuciones de éste, designados por la Junta de Socios. En el Gerente delegan los socios la personería de la empresa y su administración con las más amplias facultades dispositivas y administrativas.

-----

ARTÍCULO DECIMO TERCERO.- FUNCIONES.- Además de los actos de disposición y administración concernientes al giro ordinario de las operaciones de la Sociedad, son atribuciones del Gerente:

a.- Representar legalmente a la sociedad y celebrar toda clase de actos o contratos sin límite de cuantía. (los socios pueden limitar por cuantía)

b.- Ejecutar las decisiones y órdenes de la Junta de Socios y convocarla cuando así lo requieran los intereses sociales.-----c.- Custodiar los bienes

sociales.-----d.- Informar cada seis (6) meses a la Junta de Socios acerca de los negocios ejecutados y a ejecutarse. -----

e.- Rendir los informes respectivos y presentar los balances anuales correspondientes.

f.- Constituir apoderados o mandatarios que representen a la sociedad judicial administrativa o extrajudicialmente. -----

g.- Nombrar y remover los empleados de la sociedad que no sean de la competencia de la Junta de Socios y fijarles su remuneración.-----

ARTICULO DECIMO CUARTO.- BALANCE.- El treinta y uno (31) de Diciembre de cada año se cortarán las cuentas, se hará el inventario y se formará el balance de liquidación del respectivo ejercicio para ser sometidos al estudio y aprobación de la Junta de Socios;

una vez aprobados, de las utilidades liquidadas resultantes se destinará el diez por ciento (10%) para la constitución de la reserva legal que debe ascender al cincuenta por ciento (50%) del capital social. Además de la anterior reserva, la Junta de Socios podrá crear o decretar las que considere convenientes o necesarias, siempre y cuando tengan una destinación específica y se aprueben con la mayoría prevista en estos Estatutos. Una vez deducidas las reservas, el saldo restante de las utilidades se distribuirá entre los socios a prorrata de sus respectivos aportes.----- Ninguno de los socios podrá retirar suma alguna de la Sociedad, salvo las utilidades que le correspondan después del balance actual respectivo. -----

Los sueldos se estimarán como gastos generales de la Sociedad. -----  
Las pérdidas si las hubiere, se distribuirán igualmente entre los Socios en proporción a sus respectivos aportes.-----

ARTICULO DECIMO QUINTO.- DISOLUCION.- La Sociedad se disolverá: -

a.- Por expiración del término fijado para su duración o de las prórrogas que se hubieren acordado oportunamente;

b.- Si las pérdidas redujeran el capital de la sociedad y las reservas, a menos del cincuenta por ciento (50%) de aquél; -----

c.- Por decisión de todos los socios;

d.- Por cualquiera otra causa legal.-----

ARTICULO DECIMO SEXTO.- LIQUIDACION.- Disuelta la Sociedad, su liquidación se hará por el Gerente o por la persona o personas que la Junta de Socios designare. La liquidación se efectuará de conformidad con las disposiciones legales vigentes.

PARAGRAFO.- Si al tiempo de la liquidación existieren bienes en especie para ser distribuidos entre los Socios, éstos bienes se avaluarán por el liquidador y serán adjudicados a prorrata de lo que le corresponda a cada socio como utilidades o participación.

ARTICULO DECIMO SEPTIMO.- MUERTE O INCAPACIDAD DE UN SOCIO.- En caso de muerte o incapacidad legalmente decretada de uno de los Socios, la sociedad continuará con sus herederos, quienes nombrarán una sola persona para que los represente.- Dentro de los treinta (30) días siguientes a la muerte del Socio, los demás tendrán derecho a adquirir las cuotas o aporte del fallecido, por el valor comercial en la fecha de su muerte. Si no se llegare a ningún acuerdo respecto del precio y condiciones de pago, serán determinados por peritos designados por las partes. Si fueren varios los Socios que desearan adquirir, las cuotas se distribuirán entre ellos a prorrata de las que posean en la Sociedad.

ARTICULO DECIMO OCTAVO.- NOMBRAMIENTOS.- Designase como Gerente de la sociedad a: IVAN ALEJANDRO SANCHEZ ARANGO, identificado con cédula de ciudadanía .1.015.404.861 de BOGOTA y como Suplente del Gerente a CARLOS JULIO SANCHEZ REYES identificado con la cédula de ciudadanía 19.382.175 de BOGOTA, quienes aceptaron los nombramientos.

CLAUSULA COMPROMISORIA.- Los socios aceptan solucionar sus diferencias por trámite conciliatorio en la Notaría 19 - Bogotá. En el evento que la conciliación resulte fallida, se obligan a someter sus diferencias a la decisión de un tribunal arbitral, renunciando a hacer sus pretensiones ante los jueces, designando tres (3) árbitros, quienes podrán transigir y fallarán en equidad en un plazo máximo de ocho (8) días calendario.



## **Anexos 5: Hoja de Vida; Luis Eduardo Canaria**

Contador Público, Egresado de la Universidad de la Salle en el año de 1990, Especialista en Ciencias Fiscales en la Universidad Antonio Nariño. Con cursos y seminarios que apoyan y fortalecen los conocimientos tales como: Taller de educación superior y a distancia en la Fundación Universitaria San Martín, flujo de efectivo en la Price Waterhouse, papeles de trabajo en La Revisoría Fiscal en la Universidad Santo Tomás, Reforma Tributaria en la DIAN. A parte de esto todo buen contador permanece continuamente en la búsqueda de la actualización de datos para ir a la vanguardia con todo lo referente a los temas de contabilidad, derecho laboral y tributario, revisoría fiscal y todos los aspectos económicos que día a día cambian.

Profesional integral con veintinueve años de experiencia en desempeño de cargos de responsabilidad y manejo a nivel directivos, administrativos y financieros en empresas del sector privado. Docente universitario con experiencia de quince años en Costos de Producción: Costos predeterminados (Estándar y Estimados), costos por procesos productivos, costos por órdenes de trabajo, costos Volúmenes de producción, Análisis Financiero, evaluación y formulación de proyectos con énfasis en aplicación de costos de producción. Tutor universitario a distancia.

Experiencia en la interpretación y aplicación de las normas de contabilidad generalmente aceptadas en entidades del sector privado específicamente en el sector industrial, Manejo de Impuestos, declaraciones de renta, presupuestos, estados financieros, Sistemas, Manejo de Paquete Contable, Personal y amplios conocimientos en Revisoría Fiscal.

Experiencia en diversas compañías del sector privado tales como: ARINCO LTDA, ALMACEROS LTDA, NUTRICION TÉCNICA S.A, INVERAVES LTDA. Y GRUPO EMPRESARIAL PPC S.A.

Como docente experiencia en: UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO, FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN, UNIVERSIDAD NUEVA COLOMBIA Y INSUTEC.

Excelentes relaciones interpersonales, habilidad para hacer presentaciones en público, capacidad para asumir responsabilidades y toma de decisiones.

**Anexos 6: Proyección de crédito Banco Av Villas**

(Archivo imposible de escanear por confidencialidad del banco)

**Anexos 7: Proyección de crédito Banco Davivienda**

(Archivo imposible de escanear por confidencialidad del banco)

**Anexos 8: Proyección de crédito Banco de Bogotá**

(Archivo imposible de escanear por confidencialidad del banco)