

CORCO'S LTDA

ESTUDIANTES

**JEEFERSON PEÑA ALVARADO
ENRIQUE ISAQUITA CORTES**

**CUN (CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN
SUPERIOR)
OPCIÓN DE GRADO III**

BOGOTÁ D.C.

2017

CREACIÓN DE EMPRESA



CORCO'S LTDA.

ESTUDIANTES

**JEEFERSON PEÑA ALVARADO
ENRIQUE ISAQUITA CORTES**

**OPCIÓN DE GRADO III – CREACIÓN DE EMPRESA
GRUPO 10106**

DOCENTE: JOSE AYUBI SILVA

**CUN (CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN
SUPERIOR)
OPCIÓN DE GRADO III**

BOGOTÁ D.C.

2017



AGRADECIMIENTOS

Este trabajo fue posible gracias a la CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN, ya que nos está formando para un futuro como negociadores internacionales y tengamos las bases necesarias para aportarle algo a la sociedad y la economía del país, que podamos crear empresas, teniendo los instrumentos y conocimientos que aprendimos en estas materias Opción de Grado I, II Y III , para poder llevar a cabo el proyecto, como profesionales eficientes y con una alta calidad humana.

De igual manera a nuestros queridos docentes Genaro y Carlos Arturo Cáceres que han hecho posible la creación de un proyecto viable y que tenemos la capacidad de hacerlo, pues ellos fueron los docentes que nos guiaron, orientándonos en cada metodología, explicándonos, corrigiéndonos en este proceso para llevar a cabo el trabajo realizado.

Nos queda bastante camino por recorrer, todo empezó con una idea loca, espontanea que se ha fortalecido y que la hemos venido transformando a la realidad, pero con las bases necesarias gracias a la universidad y nuestros tutores en cada materia, estamos seguros que podremos aplicarlos y salir victoriosos con nuestro proyecto, también agradecer a nuestros compañeros de clase, con los que hemos compartido grandes momentos, aportando ideas, los trasnochos y sacrificios que hemos tenido que realizar para sacar nuestro trabajo adelante.

DEDICATORIA

Este trabajo principalmente está dedicado a DIOS, que es el que nos da la fuerza y sabiduría necesaria para todas las cosas de nuestra vida, es el que enfoca nuestro camino y permite que todo nos salga bien dándonos la fuerza para seguir adelante, para nadie es un secreto que la mayoría de nosotros trabajamos y estudiamos, es bastante complicado tener el enfoque tanto en tu trabajo como en la universidad, solo lo sabe el, el esfuerzo tan grande que realizamos por sacar nuestras materias adelante ya es no es fácil perder una materia porque los sacrificios son bastante grandes, pero él nos enseña y nos da la fortaleza para superar obstáculos, y continuar cuando todo lo hemos perdido, sin él no somos nadie.

Solo queda por dedicárselos al motor de nuestra vida, a nuestros más leales amigos, los que nunca nos van a fallar y por más que tengamos problemas ellos siempre van a estar ahí, con sus cariños y comprensión, son los que hacen posible que nos estemos formando para aportar algo a la sociedad, a nuestra familia, por permitirnos y apoyarnos en todo momento, por brindarnos la mejor educación, habernos formado con buenos sentimientos, hábitos y valores, enseñarnos que con esfuerzo y trabajo podemos llegar a lograr grandes cosas, les agradecemos su cariño y comprensión y por último debemos luchar en todo momento, porque en la vida nada es gratis.

Contenido

1.Introducción.....	7
2 Objetivos.....	8
2.1 Objetivo general.....	8
2.2 Objetivo específico.....	9
3 Estudio de mercado.....	10
3.1 Caracterización del producto.....	12
3.1.1 Normas de calidad.....	14
3.2 Diseño.....	15
3.2.1. Componentes.....	16.
3.2.2 Presentaciones.....	16
3.3 Empaque y embalaje.....	16
3.3.1 marcado del empaque por fuera.....	17
3.3.2. Etiqueta.....	18
3.3.3 Posición arancelaria.....	20
3.4 Explicación del cubicaje.....	21
3.5 Distribución.....	24
3.5.1 Selectiva.....	24
3.6 Alistamiento de mercancía.....	25
3.7 Matriz de costos.....	29
3.8 Proveedores.....	30
3.9 Características de la oferta.....	31
3.9.1 Análisis de chile.....	32
4. estudio técnico / tecnológico.....	34
4.1 estudio técnico.....	34
4.1.1 macro localización.....	35
4.1.2 micro localización.....	38
4.1.3 procesos productivo.....	40
4.1.4 materias primas.....	41
4.2. Estudio tecnológico.....	42
5. Estudio legal y organizacional.....	43

INDICE DE FIGURA

- CAJA N° 1 – Figura 1..... 25 Pag.
- CAJA N° 2- Figura 2.....26 Pag.
- FRENTE CONTENEDOR DE 20” CAJAS N° 1 Figura -3..... 27 Pag.
- FRENTE CONTENEDOR DE 20” CAJAS N° 2 Figura -4.....27 Pag.
- FRENTE CONTENEDOR DE 20” CAJAS N° 1 Y 2 Figura 5.....28 Pag.
- CONTENEDOR 20” VISTO DE ARRIBA Figura- 6 28 Pag.

INDICE DE ANEXOS

- **IMAGEN 1 MANUFACTURAS EN CUERO..... 12 pág.**
- **IMAGEN 2 ESTUCHE..... 13 pág.**
- **IMAGEN 3 TIPO DE DISEÑO..... 15 pág.**
- **IMAGEN 4 MARCADO FRÁGIL..... 18 pág.**
- **IMAGEN 5 MARCADO PROTEJASE DE LA HUMEDAD..... 19 pág.**
- **IMAGEN 6 ETIQUETA DEL PRODUCTO..... 20 pág.**

1. INTRODUCCIÓN

Chile es un país de gran importancia económica en latino América teniendo como una de las principales actividades económicas la viticultura, debido a esta actividad el vino es uno de los productos más apetecido por los ciudadanos argentinos, acarreado con esta a la tecnificación e innovación de todo aquello que pueda afectar la producción, presentación, transporte, comercialización y publicidad del vino.

En el caso siguiente se tratara el tema relacionado a la presentación del producto haciendo énfasis en los estuches porta vino, creando una propuesta de negocio para La comercializadora internacional CORCO'S Ltda. (Presentada desde su creación) encargada en mejorar la presentación del vino Chile con su producto, estuches porta botella.

Se tendrán en cuenta estudios sobre producción, compra, venta y comercialización del vino argentino con el fin de determinar la demanda de estuches porta vino; analizando también diferentes presentaciones de estuches porta vino y similares dando este como resultado la competencia directa e indirecta para el producto a comercializar elaborados en cuero bovino, negro, tipo liso y con diferentes gravados artesanales con destino a las bodegas de Chile.

Al final de este estudio de mercado se tendrán en cuenta los resultados para toma de decisiones, creación de estrategia y así verificar la viabilidad del proyecto.

2. OBJETIVO

De acuerdo con el alto consumo y sus grandes exportaciones de vino en Chile, se ve la necesidad crear una excelente presentación para su consumidor, ya que este resulta ser muy exigente a la hora de compra. Generalmente encontramos vinos únicamente en botella sin ningún empaque atractivo visualmente; razón por la cual se crea el estuche porta vino en cuero bovino para dar una mejor presentación al vino.

Se presenta una opción efectiva para el caso de los productores de vino a la hora de cambiar la presentación de sus vinos más exclusivos ya que entran a ser muy llamativos para el consumidor, trayendo con esto un incremento en las ventas de sus vinos más representativos.

2.1 OBJETIVO GENERAL.

Ubicar las características específicas del mercado, del consumidor y del estuche porta vino; con el fin de ingresar a Chile posicionando la comercializadora junto con su artículo principal el estuche porta vino, con la innovación, diseño atractivo que lo hace diferente, logrando que este tenga la mayor acogida posible en las bodegas productoras de vino.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Conocer la oferta, demanda, gustos y disgustos en cuanto a los vinos en Chile, con el fin de saber qué capacidad de adquisición del producto existe.
- Analizar el impacto que tendrá el producto en el consumidor de vino final, determinando la importancia de un estuche para la botella de vino.
- Determinar las posibles bodegas productoras que comprarán el estuche, para saber cuánta será la demanda exigida por el mercado.

3. ESTUDIO DE MERCADO

Chile es un país de gran importancia económica en latino América teniendo como una de las principales actividades económicas la viticultura, debido a esta actividad el vino es uno de los productos más apetecidos por los ciudadanos argentinos, acarreando con esta a la tecnificación e innovación de todo aquello que pueda afectar la producción, presentación, transporte, comercialización y publicidad del vino.

En el caso siguiente se tratara el tema relacionado a la presentación del producto haciendo énfasis en los estuches porta vino, creando una propuesta de negocio para La comercializadora internacional CORCO'S Ltda. (Presentada desde su creación) encargada en mejorar la presentación del vino Chileno con su producto, estuches porta botella.

Se tendrán en cuenta estudios sobre producción, compra, venta y comercialización del vino Chileno con el fin de determinar la demanda de estuches porta vino; analizando también diferentes presentaciones de estuches porta vino y similares dando este como resultado la competencia directa e indirecta para el producto a comercializar elaborados en cuero bovino, negro, tipo liso y con diferentes gravados artesanales con destino Valle de Aconcagua.

Al final de este estudio de mercado se tendrán en cuenta los resultados para toma de decisiones, creación de estrategia y así verificar la viabilidad del proyecto.

De acuerdo al producto a comercializar se debe buscar los mercados potenciales en los cuales este podría tener excelente acogida, teniendo como producto el estuche porta vino se ve la necesidad de hacer un análisis de los posibles mercados de comercialización para la óptima escogencia del mercado en el cual se ofertara el producto.

Los posibles mercados de comercialización son todos aquellos países productores de vino en el mundo, teniendo como los principales países los ubicados en el continente Europeo como los son Francia, Italia y España; en

orden descendente en el continente Americano se encuentran Estados Unidos, Argentina y Chile.

Quedan los mercados ubicados en el continente americano es decir Estados Unidos, Argentina y Chile, pero debido a la cercanía que presenta Argentina y Chile para Colombia se decide entre estos dos mercados obteniendo como resultado que la mejor opción es Chile con el cual Colombia tiene acuerdo comercial, afinidad en idioma y cultura.

La comercialización de estuches de vino, al país de Chile ya que la uva tradicional de Chile es la uva del país, que fue traída por los conquistadores, y es todavía la cepa más cultivada en Chile. Se caracteriza por su productividad y por ser apropiada para vinos tintos simples, rústicos, hoy en día crecen en Chile además de la uva del país otras cepas para la producción de vino, conocidas internacionalmente y que se encuentran en los primeros lugares de preferencia a nivel mundial, por otro lado, es inusual en Chile el ensamblaje de vinos, que es la mezcla de diferentes cepas, no obstante en el último tiempo se está experimentando cada vez más en esta terreno, dándonos la oportunidad de ofrecer nuestro estuche de vino hecho en cuero para sus vinos más reconocidos, ubicando las características específicas del mercado, del consumidor y del estuche porta vino; posicionando la comercializadora junto con su artículo principal el estuche porta vino, logrando que este tenga la mayor acogida posible en las bodegas productoras de vino, con excelente calidad, novedad en diseños, colores, puntualidad y distinción.

Chile cuenta con una gran variedad de zonas vinícolas donde podríamos llegar con nuestro producto para darle elegancia a sus vinos más reconocidos, entre ellas los viñedos más importantes se encuentran en el centro de país.

Los chilenos solo consumen el 10% de los vinos que producen y exportan el otro 90% eso nos daría una gran ventaja a la Comercializadora ya que sus productos o ediciones especiales saldrían con un valor agregado que serían nuestros estuches.

- Medidas:
 - Alto: 30 cm
 - Diámetro: 10 Cm
 - Peso : 300 Gr
 - Capacidad: 900 cm³
- Características:
 - Color: se elaboraron negros y cafés
 - Diseño: se encontraran estuches de vino con diseños artesanales, otros serán lisos para darle elegancia al producto.

IMAGEN 2 FICHA TECNICA

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO:	ESTUCHE PORTA VINO	
FOTOGRAFIA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	
	Estuche porta vino en cuero con cremallera.	
	Materia prima	Cuero bovino
	Insumos	Cremallera, forro interno en tela
	Color	Negro
	Peso	300 gr
	Capacidad máxima	900 cm ³
CANTIDAD DE PRODUCCION MENSUAL	8000 unidades	
POSICION ARANCELARIA	42.02.91.90.00	
UNIDAD COMERCIAL	U unidad o artículos	

3.1.1 NORMAS DE CALIDAD

El producto ofrecido por la COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL CORCO`S LTDA son estuches porta vino dirigidos a la ciudad de Chile

Este producto está elaborado con los más altos estándares de calidad y seguidos por un material 100% cuero bovino avalados por la norma ISO 9000, material que es proveniente de las curtiembres más reconocidas en Colombia.

La Norma ISO 9000 describe los fundamentos de los sistemas de gestión de la calidad y especifica la terminología para los sistemas de gestión de la calidad.

Los requisitos para los productos pueden ser especificados por los clientes, por la organización anticipándose a los requisitos del cliente, o por disposiciones reglamentarias. Los requisitos para los productos y, en algunos casos, los procesos asociados pueden estar contenidos en, por ejemplo: especificaciones técnicas, normas de producto, normas de proceso, acuerdos contractuales y requisitos reglamentarios.

3.2 DISEÑO.

Los diseños que se van a utilizar dependiendo de la demanda y del proveedor:

- se crearán diseños muy elegantes para vinos exclusivos ya que vamos dirigidos a los sectores que tienen la mayor producción de vino.
- Para los estuches con diseños artesanales, se utilizarán hilos de diferentes colores para crear en el centro emblemas, representativos del país y como lo solicite el cliente.
- Se manejarán estuches con dos cremalleras un compartimiento donde vendrá el saca corcho, y otra donde se destapara para sacar la botella.
- Diseños muy sencillos pero con los hilos que van a alrededor de diferentes colores.

IMAGEN 3 TIPO DE DISEÑO



http://www.regalosempresarialescordoba.com/vinos_y_accesorios.html

3.2.1 COMPONENTES.

- Cuero bovino: para la realización del estuche porta vino se va a utilizar el porcentaje que se va usar es del 100% de cuero bovino
- Hilo: vamos a utilizar hilo monofilamento ya que tiene la suficiente consistencia y elasticidad como para tejido, tricotado o trenzado, el porcentaje que se va utilizar es de 60%, ya que solo se utiliza en los bordes, para los diseños se usara un porcentaje del 80%.
- Pegante: el pegamento que se va utilizar es especial para cartón piedra y el porcentaje a utilizar es de un 10%
- Cartón piedra: es un cartón manejable compuesto de varias capas de pasta de papel, que se utilizara para darle forma al estuche porta vino, el porcentaje a utilizar el de 15%.

3.2.2 PRESENTACIONES.

El producto tendrá diferentes presentaciones para los vinos más exclusivos, pero el tamaño siempre se va a mantener, a menos que el cliente solicite algo especial.

3.3 EMPAQUE Y EMBALAJE.

El empaque y embalaje de artesanías y manufacturas en cuero para exportación como lo son los estuches de cuero, están sujetos a diferentes riesgos sobre los que se deben de proteger mediante el empaque:

- El estuche porta vino, debemos limpiarlo para liberarlos de polvo, suciedad y huellas dactilares, verificar que estén totalmente perfectos, proveerlo de material de amortiguamiento y protección contra cualquier choque.
- Se deben envolver en papeles suaves o tela para evitar que se rayen y posteriormente empacarse individualmente en cajas plegadizas para prevenir su deformación.
- Para los estuches porta vino con el fin de mantener su forma vamos a utilizar materiales de relleno como bolsas de polietileno llenas de papel o papel solo, ya que dañan menos el cuero, a su vez lo iremos a empacar en cajas de cartón resistentes individuales, estos empaques van estar compuestos por un solo material, para poderlos reciclar.
- Al estar empacados cada uno es su respectiva caja, se empacaran en una caja más grande para poderlos paletizar y organizar para su plena exportación.

3.3.1 MARCADO DEL EMPAQUE POR FUERA.

Para la marcar las cajas de embalaje de los estuches porta vino, para su manipulación:

- Vamos a utilizar el marcado de frágil ya que se debe tener un cuidado especial al momento de cargar y descargar.

IMAGEN 4 MARCADO FRAGIL



FUENTE:<http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo2930DocumentNo8292.PDF>

- El otro marcado a utilizar es para que no le ingrese ningún tipo de humedad, al estuche porta vino, ya que es producto artesanal y el cuero necesita cuidados especial.

IMAGEN 5 MARCADO PROTEJASE DE LA HUMEDA



**Prótejase de
la humedad**

FUENTE:<http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo2930DocumentNo8292.PDF>

3.3.2. ETIQUETA.

Para poder comercializar el estuche porta vino deben cumplir con el reglamento técnico de etiquetado y debemos estar inscritos en el registro de fabricantes establecido por esta entidad, de acuerdo a la resolución 933 de 2008, el cual el acuerdo sobre obstáculo técnicos al comercio de la organización Mundial del Comercio, el cual asirio Colombia a través de la ley 170 de 1994 y la decisión de la comunidad Andina establece que los países tienen derecho a adoptar las medidas necesarias para asegurar la calidad de nuestro producto el estuche porta vino, para la protección de la salud y la vida de las personas, para la protección del medio ambiente, o la prevención de prácticas que puedan incidir a error, para la cual se deben adoptar reglamentos técnicos que incluyan prescripciones en materia terminología, símbolos, embalaje, marcado, la información y requisitos que debe tener el etiquetado son las siguientes:

Requisitos específicos del etiquetado de los artículos de marroquinería. El etiquetado deberá contener la siguiente información:

- Modificado. Res. 2250/2013, art. 3º, Min comerciό. El número de registro SIC: correspondiente al registro de productores e importadores de productos

(bienes o servicios) sujetos al cumplimiento de reglamentos técnicos vigilados por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).

- Modificado. Res. 2250/2013, art. 4º, Min. comerci. País de origen. Correspondiente al país donde fue elaborado o producido el producto.
- Información sobre los materiales.
- Para los artículos de marroquinería. En la etiqueta se indicará la información sobre la composición del producto y con arreglo a las siguientes prescripciones:
 - La etiqueta llevará información sobre la composición de cada una de las partes componentes principales del producto a saber:
 - Recubrimiento;
 - Forro;
 - La composición del producto deberá indicarse mediante indicaciones textuales o el símbolo que designen de manera genérica o específica los materiales utilizados en la elaboración de los artículos de marroquinería, de conformidad, siempre y cuando, la forma de designación del material no se preste para inducir a error o engaño al consumidor.
 - En el caso del recubrimiento y del forro la determinación de los materiales se hará sin tener en cuenta los accesorios o refuerzos tales como ribetes, adornos, hebillas, orejas, anillos para ojeteros o dispositivos análogos;
 - En la etiqueta se facilitará la información sobre el material de cada una de las partes componentes del producto que sea mayoritario al menos en el 80 por ciento medido en superficie. Si ningún material representa como mínimo el 80 por ciento, se facilitará la información sobre los dos materiales principales que componen las partes, colocando en la etiqueta, siempre de primero, el material predominante entre los dos descritos. Para los bienes que no presentan forro, deberá indicarse en la etiqueta “Sin forro”.

Nuestro producto vendrá con nuestra marca que se encuentra registrada en la Cámara de Comercio.

IMAGEN 6 ETIQUETA DEL PRODUCTO



3.3.3 POSICIÓN ARANCELARIA.

La partida arancelaria donde se encuentra clasificado nuestro estuche porta vino es la 4202.91.90.00 – LOS DEMAS.

- **Sección:** VIII Pieles, cueros, peletería y manufacturas de estas materias; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa.
- **Capítulo:** 42 Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa.
- **Subcapítulo:** No aplica
- **Partida:** 42.02 Baúles, maletas (valijas), maletines, incluidos los de aseo y los porta documentos, portafolios (carteras de mano), cartapacios, fundas y estuches para gafas (anteojos), binoculares, cámaras fotográficas o cinematográficas, instrumentos musicales o armas y continentes similares; sacos de viaje, sacos (bolsas) aislantes para alimentos y bebidas, bolsas de aseo, mochilas, bolsos de mano (carteras), bolsas para la compra, billeteras, portamonedas, porta mapas, petacas, pitilleras y bolsas para tabaco, bolsas para herramientas y para artículos de deporte, estuches para frascos y botellas, estuches para joyas, polveras, estuches para orfebrería y continentes similares, de cuero natural o regenerado, hojas de plástico, materia textil, fibra vulcanizada o

cartón, o recubiertos totalmente o en su mayor parte con esas materias o papel.

- **Notas de Capítulo:** En este capítulo, la expresión cuero natural comprende también los cueros y pieles agamuzados (incluido el agamuzado combinado al aceite), los cueros y pieles charolados y sus imitaciones de cueros o pieles chapados y los cueros y pieles metalizados.

UNIDAD FISICA.

Unidades o artículo

DESCRIPCIONES MÍNIMAS.

Producto: estuche porta vino

Composición: 93% cuero bobino, hilo 2%, cremallera 5%

Marca: Corco´s

Referencia: No tiene

3.4 EXPLICACIÓN DEL CUBICAJE

La COMERCIALIZADORA CORCO´S LTDA exportara 8.000 estuches porta vino en cuero bovino para el país de Argentina, donde los distribuirá a las bodegas productoras de vino, en la provincia de Mendoza departamento de San Martin, según el instituto de viticultura se encuentra la grandes viñeras y sus exclusivas cosechas de uvas, para transportar la cantidad mencionada de estuches porta vino, se utilizara un contenedor completo de 20´´ , tiene unas medidas de largo 5,89 mts, de alto 2,39 mts, y de ancho 2,35 mts donde se utilizara la unitarizacion de la mercancía en 20 pallets americanos con medidas de largo 1,20 mts y de ancho 1 mts, para esto se tendrá en cuenta dos referencias diferentes de cajas de cartón, la primera caja para la parte inferior con medidas de largo 60cm, ancho 50cm y alto 60 cm donde irán 60 estuches porta vino acostados, y en la segunda caja de medidas largo 50cm, ancho 60cm y alto 40cm , donde irán 40 estuches porta vino acomodados de igual forma que en la primera caja, se recurrirá a dos tipos de cajas para que en el contenedor quepan los 8.000 estuches porta vino, no queden apretados y no sufran ningún

riesgo, en los pallets tendrán un tendido de 4 cajas, con una apilamiento de 2, para que no sobrepasen la altura permitida de cada pallet que es de 1,50 mts de alto, se acomodara las cajas más grandes en la parte inferior donde irán 4.800 estuches porta vino y las pequeñas en la parte superior donde irán 3.200 estuches porta vino, en el contenedor irán 10 pallets arriba y 10 pallets abajo donde los dos últimos estarán acomodados de diferente manera y por ese motivo no se desperdiciara espacio.

3.5 DISTRIBUCIÓN.

Para la distribución del producto, se dispondrá de asesores comerciales, que irán a las más grandes bodegas productoras en Chile, donde dictaran conferencias dando a conocer el producto, lugar para que los posibles compradores podrán realizar las consultas necesarias para su comodidad y amplia información acerca del estuche porta botella, la empresa, las formas de pago, pedidos, etc., junto con muestras que les permitan apreciar la calidad y características del producto; también se entregaran catálogos con sus respectivas especificaciones y posteriormente se enviarán las cotizaciones para que ellos puedan confirmar la solicitud de envío de la mercancía.

3.5.1 SELECTIVA

La estrategia de distribución con la cual contara la Comercializadora va ser selectiva, ya que buscaremos el mayor número de ventas posibles, para una máxima cobertura y una elevada cifra de ventas, es una estrategia apropiada ya que llegaremos a las mejores bodegas ya que nuestro producto está dirigido a las productoras de vino, proporcionando un elevado número de ventas, sin dejar a un lado la calidad del estuche porta vino.

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN



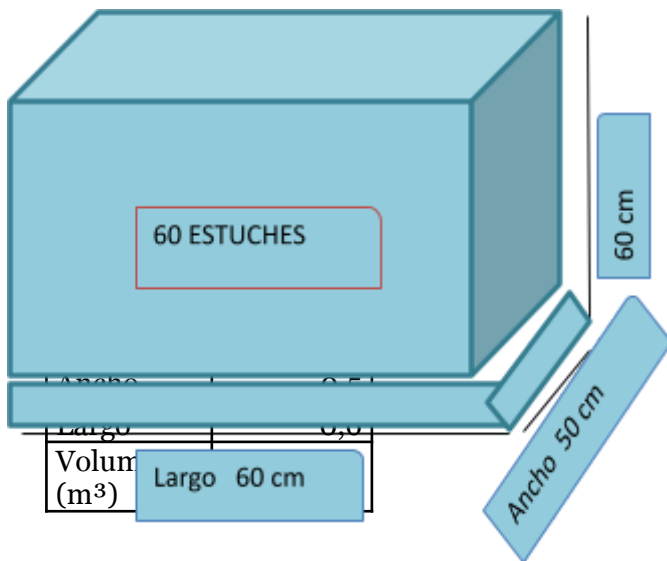
**DISTRIBUCIÓN
SELECTIVA**

3.6 ALISTAMIENTO DE MERCANCIA

PORTA VINO		
Diámetro	10	Cm
Alto	30	Cm
Peso	400	Gr

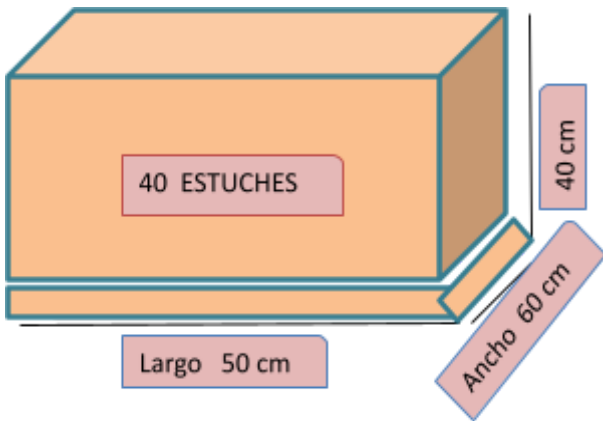


CAJA N° 1 – Figura 1



CAJA N° 2- Figura 2

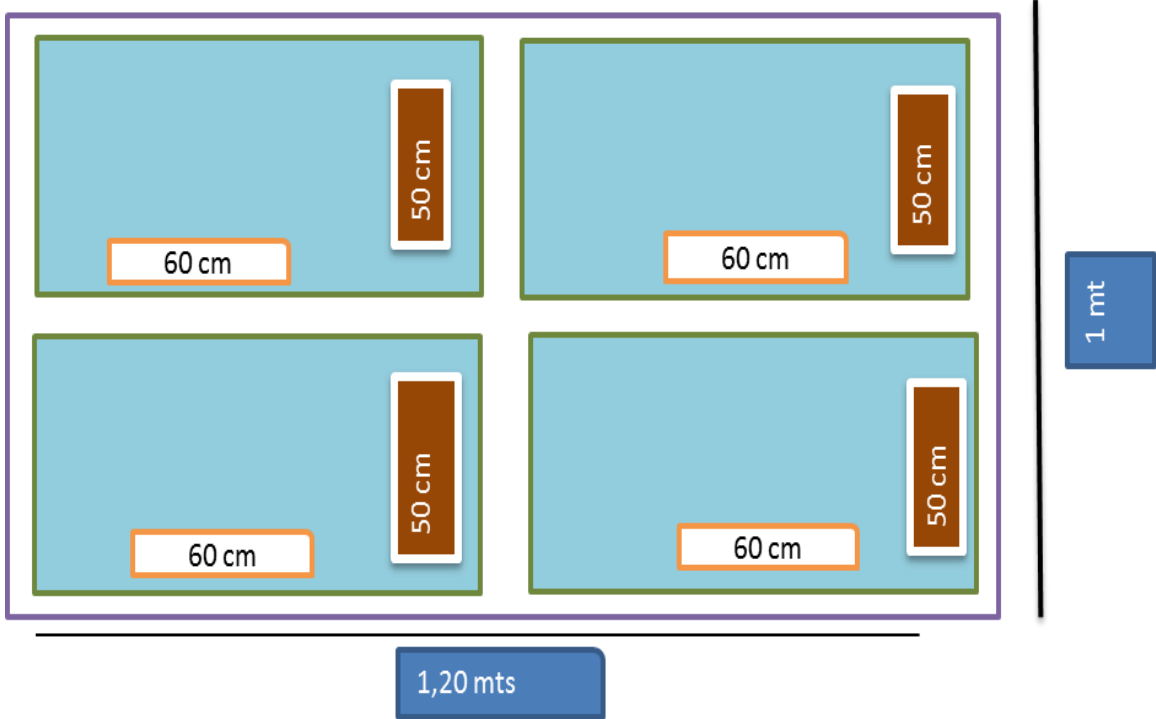
Caja 2	40
Alto	0,4
Ancho	0,5
Largo	0,6
Volumen (m ³)	0,12



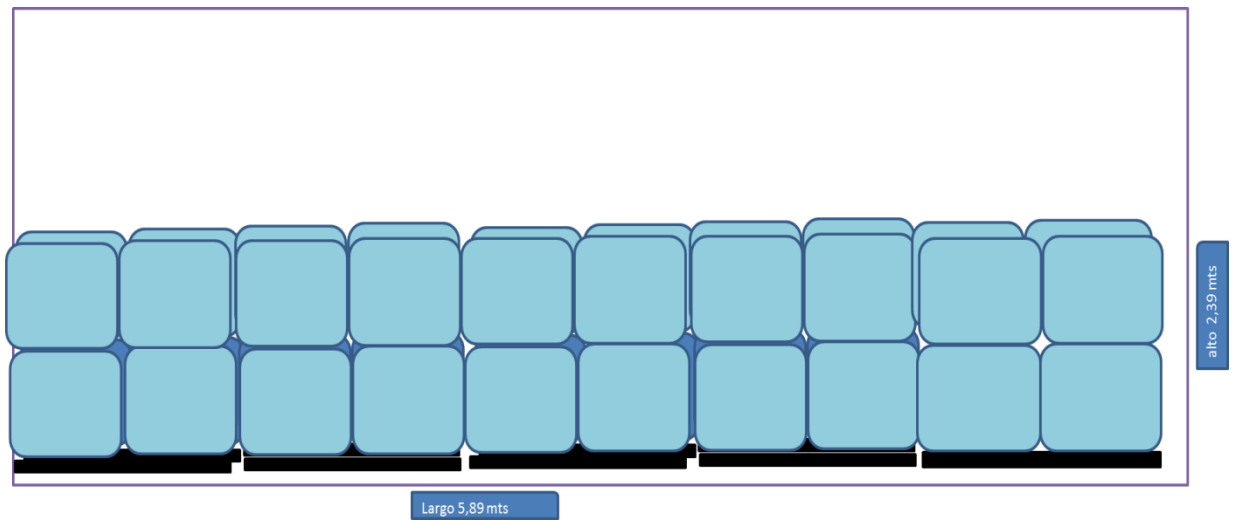
Cantidad de estuches por contenedor de 20"
8.000

Pallet superior	Cajas	Estuches	
Superior			
Tendido	4	160	
Apilamiento	2	320	3.200

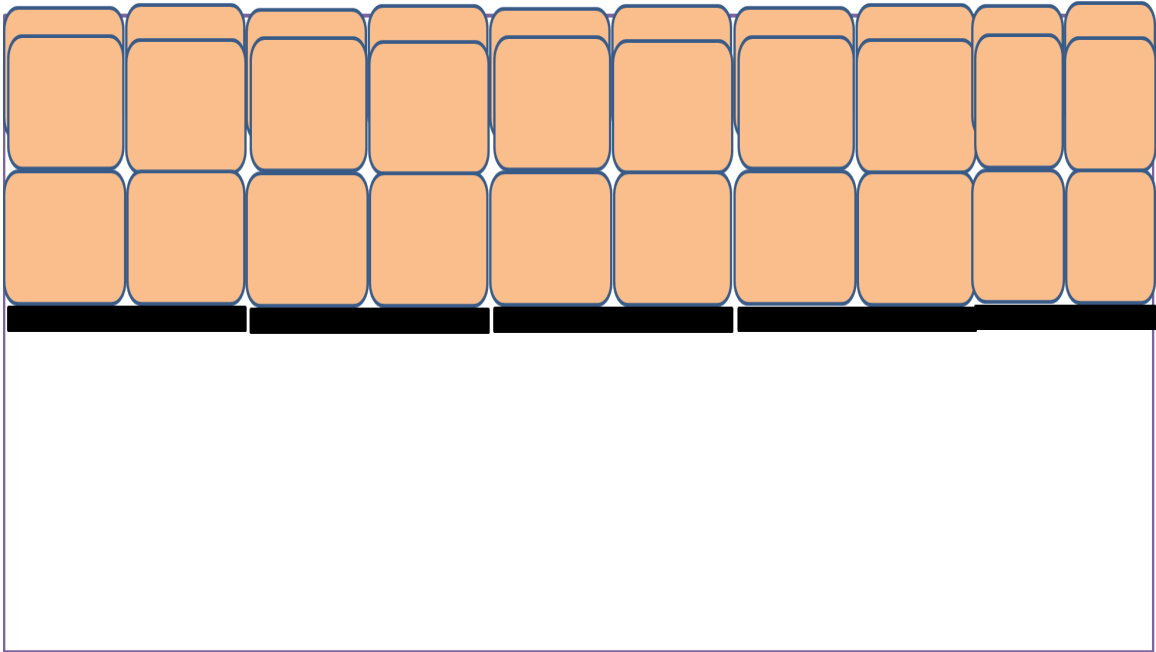
Pallet inferior	Cajas	Estuches	
Inferior			
Tendido	4	240	
Apilamiento	2	480	4.800



FRENTE CONTENEDOR DE 20" CAJAS N° 1 Figura -3

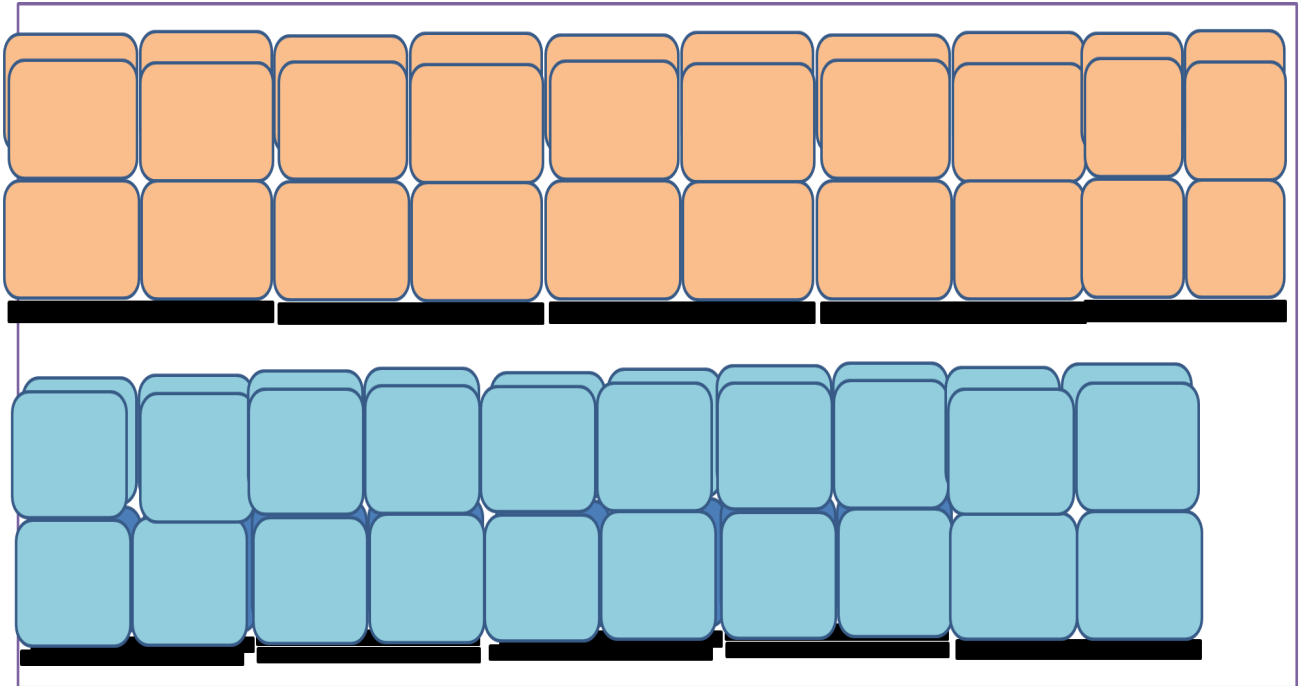


FRENTE CONTENEDOR DE 20" CAJAS N° 2 Figura -4



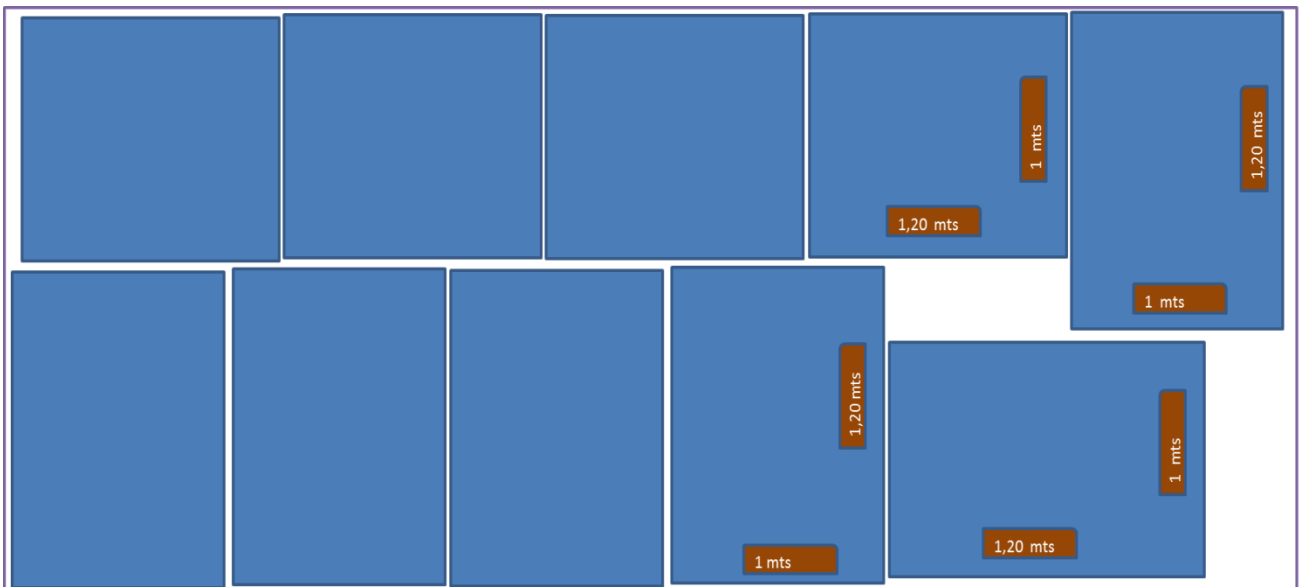
Largo 5,89 mts

FRENTE CONTENEDOR DE 20" CAJAS N° 1 Y 2 Figura -5



Largo 5,89 mts

CONTENEDOR 20" VISTO DE ARRIBA Figura -6



Largo 5,89 mts

PAIS DE ORIGEN	8.000	
Compra mercancía a proveedor (Milenium Cueros)	\$ 240.000.000	\$
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 360.000.000	\$
Traslado de fabrica a bodega de comercializadora (Rápido Humadea)	\$ 300.000	
Embalaje	\$ 350.000	
Etiquetado	\$ 1.200.000	

Empaque (Cajas de cartón Gómez y sarmiento Asociados)	\$ 736.000	
Estibas (pinar pinzón)	\$ 1.000.000	
Nomina	\$ 10.705.007	
Gastos administrativos (arriendo, servicios públicos)	\$ 2.500.000	
EXWORK	\$ 616.791.007	\$ 3
publicidad, conferencias, muestras	\$ 4.800.000	
Amortización préstamo (Bancolombia)	\$ 5.000.000	
Gastos fijos de agencia de aduanas (Granadina de aduanas)	\$ 80.000	
Transferencia electrónica SAE - DEX (Granadina de aduanas)	\$ 12.000	
Pre inspección Aduanera (Granadina de aduanas)	\$ 120.000	
Certificado de Origen (Granadina de aduanas)	\$ 30.000	
cargue de la mercancía a medio de transporte (Suramericana de montacargas)	\$ 80.000	
Transporte Bogotá - Buenaventura (Translogística)	\$ 1.560.000	
Uso de instalaciones portuarias (Sociedad Portuaria Regional de Buenaventura)	\$ 142.897	
Contrato de comodato (Hapag Lloyd)	\$ 893.105	
Bodegaje (Sociedad Portuaria Regional de Buenaventura)	\$ 32.420	
	\$ 629.541.428	3
FREE ALONG SIDE SHIP		
Intermediación Granadina de Adunas	\$ 2.183.616,15	
Manipulación en muelle cargue en medio de transporte internacional	\$ 151.828	
	\$ 631.876.872	3
FREE ON BOARD		
TRANSITO INTERNACIONAL		
Transporte internacional de puerto de Buenaventura a puerto de Valparaíso (Hapag Lloyd)	\$ 2.322.073	
Recargo Doc. Fee (Hapag Lloyd)	\$ 98.242	
Manejo CARGOLOG	\$ 89.311	
Transito internacional (Terra cargo cl.)	\$ 1.000.000	
COST AND FREIGHT	\$ 635.386.497	\$ 3
seguro internacional	\$ 3.777.248,57	
	\$ 639.163.746	3
COST INSURANCE AND FREIGHT		
PAIS DE DESTINO		
Descargue de la mercancía en muelle de (Puerto Valparaiso)	\$ 174.155	
Bodegaje en puerto destino (Puerto Valparaiso)	\$ 444.766	
	\$ 639.782.668	35
DELIVERED AT TERMINAL		
Derechos de importación IVA	\$ 132.694.143	\$
Agencia de aduanas intermediación (pollmann)	\$ 1.091.808	
Documentos DIM (palman)	\$ 89.311	
Descargue de la mercancía en bodega del importador	\$ 44.655	
DELIVERED DUTY PAID	\$ 773.702.585	
COSTO POR UNIDAD	\$ 51.713	
UTILIDAD DEL EJERCICIO POR UNIDAD	\$ 45.000	
VALOR POR UNIDAD	\$ 96.713	

3.7 MATRIZ DE COSTOS

EXW: Ex Works en fabrica

En este término la COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL CORCO'S LTDA ve reflejado la compra de mercancía de los 8.000 estuches porta vino a Milenium cueros, donde el proveedor nos dará a \$ 30.000 el traslado de la

mercancía hasta la COMERCIALIZADORA CORCOS´S LTDA, y todo el alistamiento de mercancía, para su distribución en el país de destino. Aquí se ve reflejado la factura comercial.

La responsabilidad se transmite cuando el vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en fábrica.

FAS: Free along side ship, franco al costado del buque

En este término la COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL CORCO´S LTDA ve reflejado todo el proceso para trasladar la mercancía de la bodega hacia el puerto de Buenaventura con todos los documentos que se requieran como el SAE (documento básico de la exportación), DEX (declaración de exportación) y todo lo relacionado con los servicios del puerto para el alistamiento del contenedor de 20´´,

La responsabilidad se transmite cuando la mercancía este al lado del barco en el puerto pactado, el vendedor es responsable de las gestiones y costos de la aduana de exportación.

FOB: Free on board, Franco a bordo.

En este término la COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL CORCO´S LTDA contratara la agencia de aduanas, Granadina que hará la intermediación para el traslado de mercancía. La responsabilidad se transmite cuando el vendedor entrega la mercancía sobre el buque.

CFR: Cost and freight, costo y flete

La COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL CORCO´S LTDA en este término refleja el tránsito internacional del puerto de Buenaventura hacia el puerto de Valparaíso Chile, los documentos que se requieren son el BL tanto para marítimo como terrestre.

El vendedor se hace cargo de todos los costos, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino, sin embargo el riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía llegue al puerto de destino.

CFR: Cost and freight, costo y flete

La COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL CORCO'S LTDA en este término refleja el tránsito internacional del puerto de Buenaventura hacia el puerto de Valparaíso Chile, los documentos que se requieren son el BL tanto para marítimo como terrestre.

El vendedor se hace cargo de todos los costos, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino, sin embargo el riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía llegue al puerto de destino.

DAT Delivered at terminal, entregado en terminal

La COMERCIALIZADORA CORCO'S LTDA tendrá en cuenta todo lo relacionado en el Puerto de Valparaíso Chile para el descargue de los estuches porta vino.

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio), hasta que la mercancía es descargada en la terminal convenida. También asume los riesgos hasta ese momento.

DDP: Delivered duty paid, entregada derechos pagados

La COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL COCOR'S LTDA en este término se hará cargo de todo el costeo de llevar la mercancía desde la comercializadora hasta el puerto de Chile a las bodegas distribuidoras de vino haciéndose cargo de todos los documentos correspondientes y pagando el IVA de derechos de importación.

El vendedor paga todos los gastos hasta dejar la mercancía en el punto convenido del país de destino. El comprador no realiza ningún tipo de trámite

3.8 Proveedores

PROVEEDOR	Dis. Claudia Mogollón Leather	RIVIERA MARROQUINERIA	MILENIUM CUE
------------------	--	----------------------------------	---------------------

CIUDAD	Bogotá, Colombia	Bogotá-Colombia	Bogotá - Colombia
DIRECCION	C.C. el retiro L1- 114, Zona Rosa	Calle 41 N° 13A-22	Cll. 63F No. 23-AGOSTO.
TELEFONO	3764124 – 3106095497	2458809 / 2450003	Tel. 2173846.
EMAIL	info@claudiamogollon.com	rivieralda@hotmail.com	cuerosmilenium@gmail.com
PRECIO	\$ 140.000 Negociables	100.000	\$ 60.000

- **Proveedor final**

Se ha escogido el proveedor **MILENIUM CUEROS** ya que es la empresa que nos ofrece el producto más económico, con la calidad, cantidad y en el lugar requerido, como también la confiabilidad que representa esta empresa ya que ha estado presente en el mercado colombiano por más de 30 años, sin embargo no se descarta la posibilidad de un segundo proveedor o cambio de proveedor, en busca de minimizar costos.

MILENIUM CUEROS
Bogotá-Colombia
Cll. 63F No. 23-32 7 DE AGOSTO.
Tel. 2173846.
cuerosmilenium@gmail.com
\$ 30.000

3.9 CARACTERISTICAS DE LA OFERTA

En el mercado de Chile los estuches porta vino tienen gran importancia debido a que es un país productor de vino y por ende requiere una mejor presentación para sus más exquisitos vinos aportando una excelente apertura en cuanto a lo referente a sus productos.

En lo que respecta a la clasificación de los materiales en los estuches porta vino encontramos:

Porta vino metálico se caracteriza por ser un producto de poca demanda ya que no es tan estético, presenta incomodidad para su manipulación y puede generar un riesgo para las personas que lo utilicen.

Porta vino de cartón se caracteriza por ser un producto susceptible al manejo, ya que es un material desechable y no proporciona seguridad, ni elegancia.

Porta vino de nylon se caracteriza por ser un producto sencillo, de fácil manipulación y es poco atractivo visualmente.

La oferta que se encuentra en el mercado objeto en lo referente a los estuches porta vino, encontramos que los más utilizados son los de madera por su comodidad, presentación para cualquier ocasión y el estuche de cuero que se está convirtiendo en la actualidad en la competencia directa de los elaborados en madera ya que le proporcionan a los clientes mayor economía, mejor presentación, protección y no proporciona mayor peso al producto contenido.

- **Objetivos de venta:**

Oferta disponible 3.000 unidades de porta vino mensuales, venta total de 234.000 USD/mes.

- **Objetivos de rentabilidad:**

Ingresos de 234.000 USD menos egresos de 156.000 USD genera rentabilidad de 78.000 USD/ mes

- **Objetivos comerciales cualitativos:**

Se desea vender 234.000 USD mensuales con incremento del 15% mensual, a partir del segundo año.

3.9.1 Análisis de Chile

Se realizara estudio sobre bases de datos de producción y venta de vino para conocer la posible demanda de estuches porta vino que exigirá el mercado de valle Maipo y viñedo Acongua; conocer la legislación comercial y aduanera de Chile que involucra el ingreso del porta vino al mercado; analizar los proveedores teniendo en cuenta su capacidad de producción, buenas prácticas de producción, que cumpla con todas las normas y requerimientos de la legislación comercial Colombiana; realizar encuesta a una serie de personas que constantemente consuman vino para determinar gustos y disgustos en la presentación del vino a la hora de compra, realizar todo el proceso de distribución física internacional teniendo en cuenta el presupuesto requerido, rentabilidad, costo del producto y venta del producto, por lo tanto notamos que el análisis que concretamos en que Chile está ubicado en la quinta posición a nivel mundial en producción de vino, donde la producción se basa en vinos blancos, vinos tinto, donde se cultivan principalmente las uvas francesas, son refinados y las técnicas de maduración cuenta con unos excelentes resultados.

VIÑEDO EN CHILE



Al determinar que nuestro país a llegar con nuestro producto es Chile debido a que la demanda es alta y cuenta con los viñedos establecidos y posicionados a nivel mundial, por lo tanto es de gran importancia para nuestro estuche que necesita un mercado con ese posicionamiento, al igual nuestra cercanía con Chile genera que sea más rápido el transporte y minimizar algunos costos que los podemos dirigir para otras operaciones, por lo tanto el mercado chileno se convierte en un mercado ideal para nuestro producto, cabe destacar que algunos acuerdos nos facilitan esta operación, porque el mercado chileno actualmente en Latinoamérica está bastante posicionado y es un plus con el que contamos para la comercialización de nuestro producto.

4. ESTUDIO TECNICO / TECNOLOGICO

4.1 ESTUDIO TECNICO

Para la Comercializadora es de gran importancia contar con los recursos tecnológicos, para que facilite a los empleados en los procesos para la exportación del estuche porta vino, disminuyendo gastos, tiempo y así generando mejor servicio y eficiencia al cliente.

El software que utilizaremos para la remisión de documentos y hacer el balances respectivo a cada cliente cuenta con plantillas sofisticadas, donde todo se encuentra formulado y llevaría un control de valores que tengamos con el proveedor y el cliente, así mismo con las pistola de conteo para los estuches porta vino, en cada caja, en la parte de afuera tendrá un código donde especifica que cantidad viene y lo llevara inmediatamente al programa de inventario para verificar que tantos productos tenemos físicamente, comprobar los reportes de ventas, evaluar y decidir sobre los productos de lento movimiento y mal estado, comprobar la rotación de productos, verificar que este registrado correctamente en la contabilidad, esta tecnología nos ayuda de gran manera ya que tenemos la información correcta de costos y ventas de la Comercializadora Corco´s.

Las maquinas para empaclar en este estudio tecnológico cumplen un papel muy importante ya que aumenta el tiempo de vida del producto, garantizando calidad, protección del material y un mayor seguridad a la hora de transportarse, estas maquinas están diseñadas, a la facilidad de manejo, suministrando que el producto quede perfecto para satisfacer las necesidades del empaque, también utilizaremos las maquinas paletizadoras ya que nos ayuda a la ubicación de cajas llenas en la estiba, aumentando la productividad de la Comercializadora, y reduciendo tanto los costos de mano de obra como los riesgos derivados de la manipulación manual.

Con esta tecnología para nuestro negocio son factores claves para la comercialización de los estuches porta vino de las forma mas eficaz y rentable posible, cumpliendo con un alto nivel de rendimiento al mas bajo costo.

4.1.1 MACROLOCALIZACION

La Comercializadora Corco´s no tendrá un punto establecido en Chile ya que, como Comercializadoras tenemos nuestra oficina principal en la Bogotá, pero tenemos un sector seleccionado para la llegada de los estuches porta vinos y un asesor comercial que ira semestralmente hacer un control y campañas para lanzar nuevos diseños.

Elegimos dos viñedos como puntos estratégicos y logísticamente son los que quedan más cerca del puerto y así disminuiremos costos de transporte, y riesgos para los productos, como estamos empezando hasta hora son los puntos mas cerca mientras nos distribuiremos y conoceremos el plano de cada viñedo.

TABLA: VIÑEDO ACONCAGUA

VIÑEDOS	DESCRIPCION
Valle de Aconcagua	El Valle de Aconcagua tiene una ubicación geográfica privilegiada debido a su cercanía con Santiago y Valparaíso e incluye las provincias de San Felipe, es una pequeña región dominada por el Monte Aconcagua. Con una elevación superior a los 6700 metros es la montaña más alta en América. El Aconcagua no solo presta su belleza al horizonte y atrae reconocidos montañistas a nivel mundial, también, sus nevadas cimas proveen agua de irrigación necesaria para el desarrollo de la agricultura en el valle inferior.

IMAGEN: MAPA UBICACIÓN VALLE DE ACONCAGUA



TABLA: VIÑEDO MAIPO

VIÑEDOS	DESCRIPCION
Valle de Maipo	Quizás sea uno de los valles más emblemáticos de la zona central y con mayor raigambre vitivinícola, rodea Santiago y es la casa histórica del Cabernet Sauvignon Chileno. Frecuentemente es comparada con el área de Medoc en la región de Bordeaux. La mitad de los viñedos y viñas de esta región cultivan Cabernet Sauvignon la otra mitad se dedica al Carmener, Cabernet Franc, Malbec, Merlot y Petit Verdot. Varios vitivinicultores mezclan vinos provenientes de diferentes viñas del Valle del Maipo para tomar ventaja de las diversas cualidades disponibles en

las distintas áreas del Valle. Producción vitivinícola se extiende desde la producción en diminutas comercios hasta producción de millones de litros en centros a gran escala, desde sueños nacientes hasta viñedos con largo arraigo y tradición, de producciones a escala industrial a producciones biodinámicas y todo el rango intermedio entre ellas.

IMAGEN: MAPA UBICACIÓN VALLE DE MAIPO

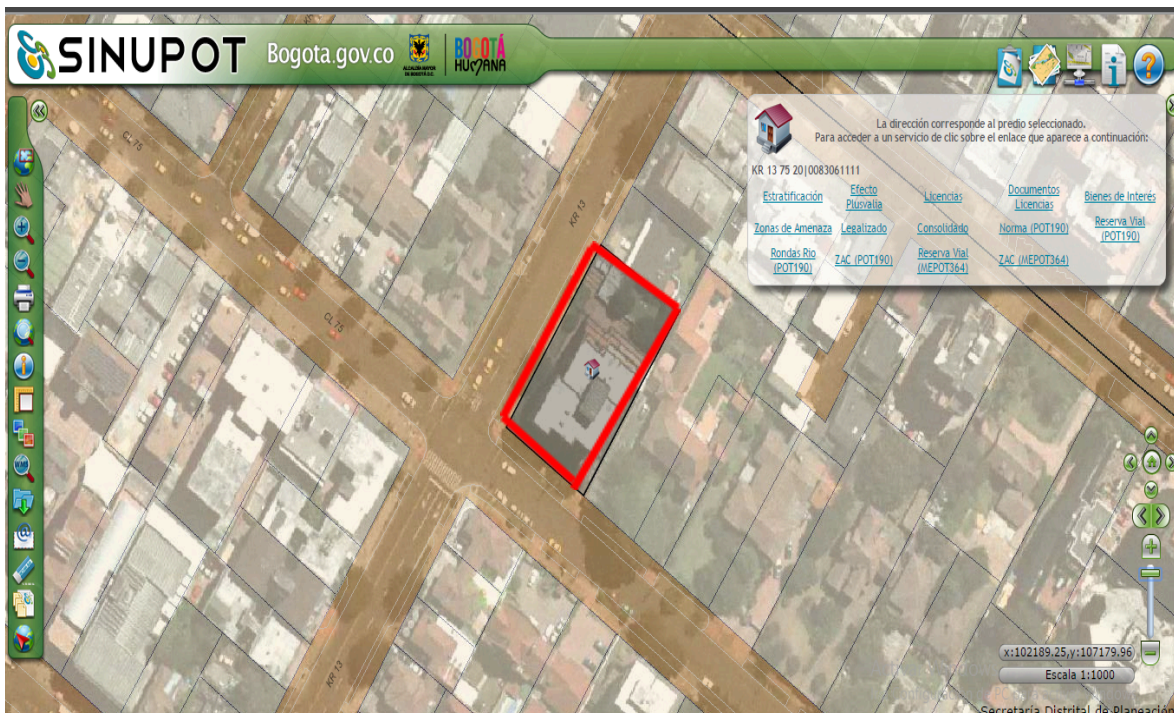


4.1.2 MICROLOCALIZACION

La Comercializadora Corco´s viendo que nuestra principal bodega se encontrara en la ciudad de Bogotá D.C, en la carrera 13 #75-10 barrio chapinero y pertenece al sector comercial por la ubicación, tenemos en cuenta que el valor en cuanto a servicios y arriendo tendrá un costo más alto a estar dirigidos en una zona industrial, pero es una zona de fácil acceso y con vías en un estado convincente para nuestro transporte tanto de la mercancía como de nuestros trabajadores, al ver nuestros posibles fortalezas y debilidades al encontrarnos en este sector de la ciudad contamos con una importante responsabilidad de entrar a mostrar una excelente publicidad.

Al estar ubicados en esta zona, estamos cerca a nuestro proveedor Milenius cueros, siendo esto de gran importancia ya que podemos estar pendientes de como va la producción de nuestros estuches porta vino, y seguir un control de calidad adecuado para la exportación, también estamos cerca al centro de carga de la 26, par despachar los productos hacia Chile.

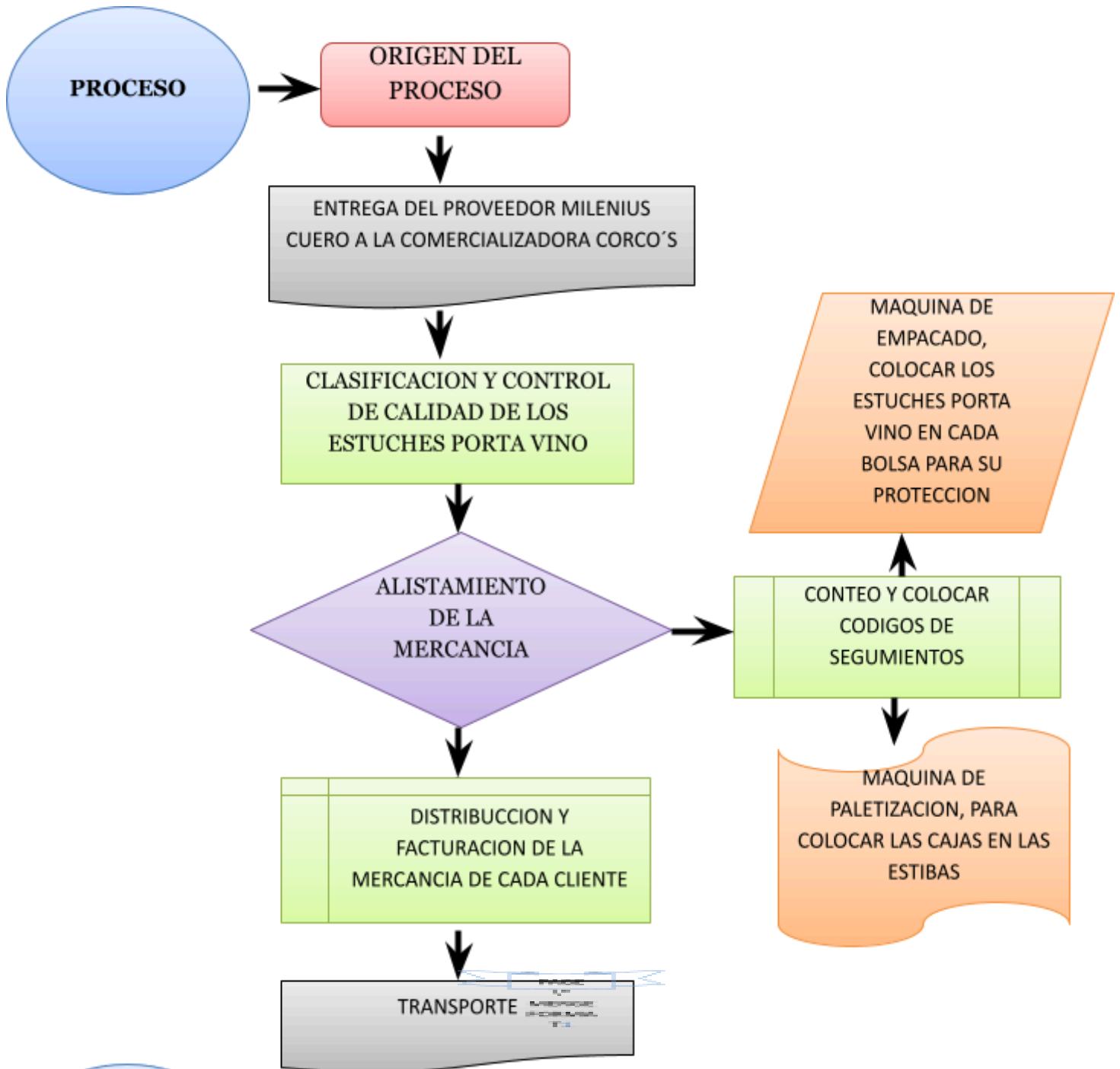
IMAGEN: UBICACIÓN COMERCIALIZADORA CORCO'S

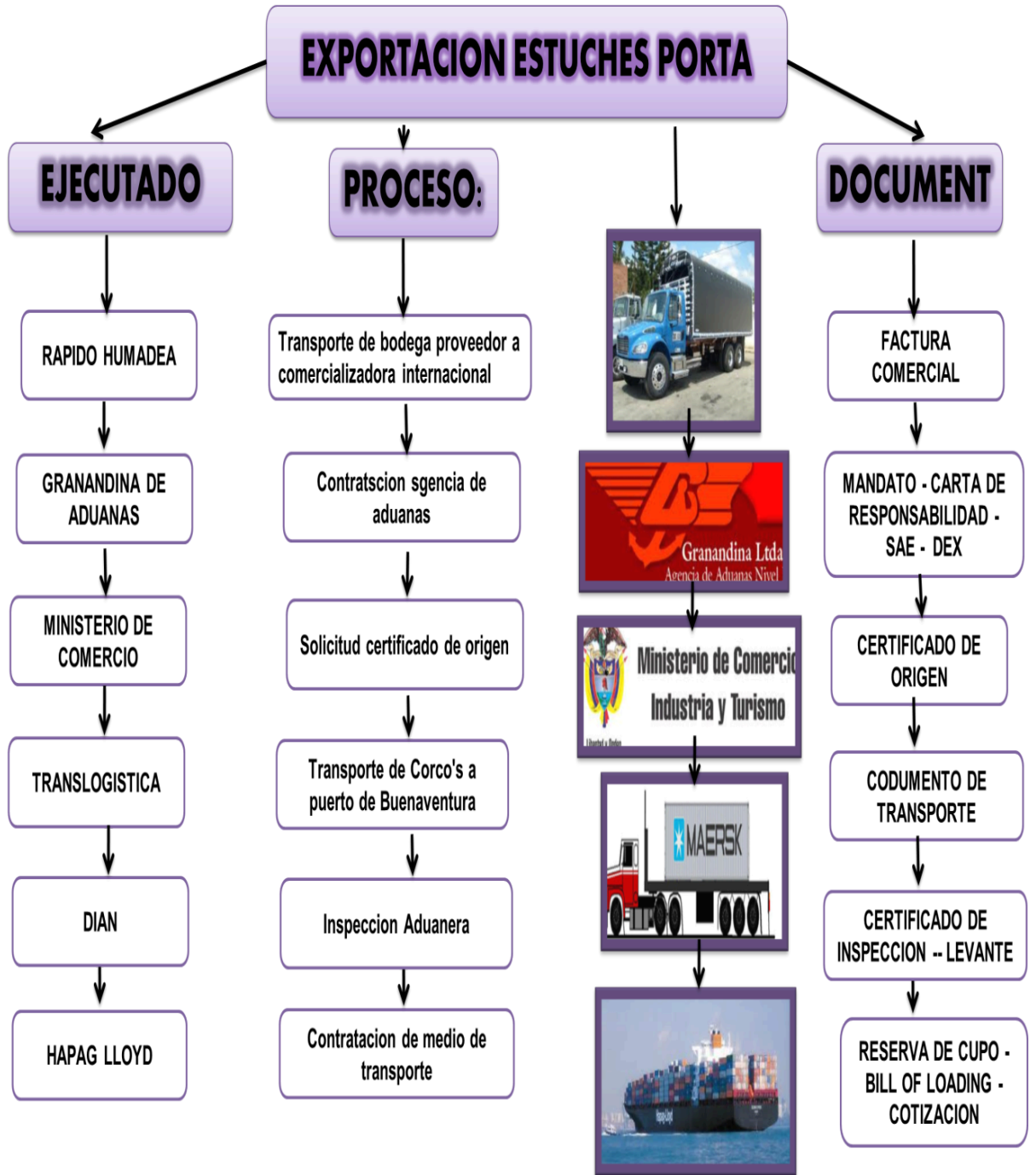


- Para el proceso de la exportación de los estuches porta vino desde nuestra empresa que esta ubicada en chapinero, hasta el puerto de Buenaventura, contamos con transporte de calidad y un asesoramiento de la agencia de aduanas con todos los papeles legales para llegar con todo en regla a nuestros clientes.

4.1.3 PROCESOS PRODUCTIVO

En esta parte del proceso productivo donde la Comercializadora Corco´s se encarga solo del empaquetado y la distribución hasta el destino final de los estuches porta vino





4.1.4 MATERIAS PRIMAS

RECURSO DE MATERIAL

Para la elaboración del estuche porta vino la COMERCIALIZADORA CORCO´S, ofrece una calidad de materiales que no afectan a la salud humana y proporcionan seguridad al producto y al consumidor, nuestro proveedor Milenius Cueros cuenta con la maquinaria especializada para realizar los productos necesarios y en las mejores condiciones.

La Comercializadora hace parte de las empresas industriales manufactureras, ya que se encargara de producir un bien de consumo final, agregando un valor al proceso, satisfaciendo la necesidad del consumidor final, también nos dirigiremos a actividades comerciales, ya que intercambiamos nuestro estuche de vino a los grandes proveedores de Chile, generando empleo y una actividad económica, formaríamos parte del grupo minorista ya que compraríamos la materia prima y elaboraríamos el productos final para ser distribuido en grandes bodegas y viñedos de Chile.

TABLA DE RECURSOS DE MATERIAL PARA EL ESTUCHE PORTA VINO

MATERIALES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Cuero bovino	0.80 CM	\$20.000*MT	\$16.000
Hilo	15MTS	\$3.000*30MTS	\$1.500
Cartón piedra	0.80 CM	\$6.000*MT	\$5.000
Cremallera	0.50 CM	\$4.000*MT	\$2.000
Pegante	0.50MLT	\$7.000*500 MLT	\$1.800
Tela	1 MT	\$4.000*MT	\$4.000

TOTAL	\$30.300
--------------	----------

4.2 ESTUDIO TECNOLÓGICO

Con estos recursos tecnológicos son los necesarios para el funcionamiento de la Comercializadora, para su total aprovechamiento en el proceso de alistamiento y distribución del producto, contando con computadores y maquinaria modernas, acceso a Internet de alta velocidad, teléfonos inteligentes y equipos multifuncional, para estar preparados y así competir con éxito en el mercado, ayudándonos a desarrollar las operaciones cotidianas de nuestra empresa.

TABLA. CANTIDAD DE RECURSOS TECNOLÓGICOS QUE CUENTA LA COMERCIALIZADORA

Recursos Tecnológicos	Cantidad	Valor Unitario	Total
Computadores con software	5	\$ 800.000	\$ 4.000.000
Impresoras Multifuncionales	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Teléfonos	3	\$ 80.000	\$ 240.000
Pistolas de conteo	2	\$ 400.000	\$ 800.000
Maquina de empacar	2	\$ 600.000	\$ 1.200.00
Maquina Paletizadora	1	\$ 1.100.000	\$ 1.100.00

5

TOTAL	\$
--------------	----

5. ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL.

La Comercializadora se acogerá a la ley Mipyme ya el estado Colombiano ayuda al incremento de pequeñas, micro y medianas empresas establece incentivos fiscales para la creación, para establecer regímenes impositivos especiales como, periodos de exclusión, tarifas inferiores, nos redujo los aportes SENA, ICBF, y cajas de compensación, nos genera una ventaja ya que creo el ámbito para las entidades financieras y las ONG'S especializadas en créditos micro empresarial estableciendo la modalidad microcrédito.

Ley no. 590 (10 de julio de 2000)

Para todos los efectos, se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rurales o urbanos.

A todas aquellas MIPYME's se les otorgaran estímulos parafiscales, reducir los aportes al SENA, ICBF y Cajas de Compensación para las empresas que se constituyeran a partir de la promulgación de la Ley, de la siguiente forma: reducción del 75% durante el primer año, 50% durante el segundo año y 25% durante el tercer año.

	Microempresas	Pequeñas empresas	Medianas empresas
Activos totales	menos de 500 smmlv	501 hasta 5.000 smmlv	5001 hasta 30.000 smmlv
Monto activos	267.800.000	268'335.600 - 2.678'000.000	2.678'535.600 - 16.068'000.000
Empleados	menos de 10 personas	11 hasta 50 personas	51 hasta 200 personas

Fuente: Ley no. 590 (10 de julio de 2000)

5.1 ESTUDIO LEGAL

En la parte del régimen jurídico para la sociedad tomaremos la S.A.S (Sociedad por acciones simplificadas), donde tenemos ciertas implicaciones donde no existe una junta directiva y tampoco requiere de un revisor fiscal, también se puede conformar con solo un integrante; Para poder conformarla necesitamos de un nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas, donde tenemos un término de duración indefinido y designaremos a un representante legal que se encargara de todos los procedimiento y el capital se divide en 3 partes iguales que se debe cancelar en un tiempo menor de 2 años, no afectara nuestro capital personal a la hora de que la Comercializadora enfrente un situación económica difícil, nuestras vienes no entrarían a ser parte de la sociedad.

	SOCIEDADES DE PERSONAS		SOCIEDADES DE CAPITALES	PERSONAL	SOCIEDADES DE NATURALEZA MIXTA	
	SOCIEDADES COLECTIVAS	SOCIEDAD COMANDITA SIMPLE	SOCIEDAD ANÓNIMA	EMPRESA UNIPERSONAL	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS	SOCIEDAD LIMITADA
Constitución	Por escritura pública	Por escritura pública	Por escritura pública	Mediante escritura pública autentica en notaria o minuta de constitución ante la Cámara de Comercio	Documento Privado y nace después del registro en la cámara de comercio	Por escritura pública y pago de integración
Razón Social	Nombre completo o el solo apellido de alguno o algunos de los socios + las expresiones “y compañía”, “hermanos”, “e hijos”. No se podrá incluir el nombre de extraños	Nombre completo o el solo apellido de uno o más socios colectivos + la expresión “y compañía” o la abreviatura “& cia” seguida en todos los casos de la indicación abreviada S en C.	Razón social + la expresión sociedad anónima o de las letras “S.A.”	Denominación o razón social, seguida de la expresión “Empresa Unipersonal” o de la sigla “E.U.” so pena de que el empresario responda ilimitadamente	puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, su naturaleza es comercial, pero puede hacer actividades tanto comerciales como civiles, seguida de las letras “SAS”	Razón social y nombre de la sociedad
Número De Socios	Dos o más	Uno o más colectivos o gestores, uno o más comanditarios capitalistas	Mínimo cinco	Uno	Mínimo 1 accionista y no tiene un límite máximo.	De 1 a 50 máximo por la ley
Responsabilidad de los socios	Todos los socios responderán solidaria e ilimitadamente por las operaciones sociales, cualquier estipulación en contrario se	Ilimitada para los gestores o colectivos y hasta el monto de sus aportes para los comanditario.	Por el valor total de la suscripción que el accionista haya hecho.	El contribuyente responde con todos sus bienes, aunque no estén vinculados a la citada empresa.	Los accionistas responderás sólo hasta el límite de sus aportes. Sin importar la causa de la obligación, laboral, fiscal.	Limitada al monto de los aportes de cada socio

	tendrá por no escrita.					
SI					X	
NO	X	X	X	X		
PORQUE	La sociedad se disuelve con la muerte o incapacidad de uno de sus socios y no se ha previsto en estatutos la continuidad con herederos o los demás socios. El financiamiento por incremento de capital social a largo plazo es más difícil	Los socios comanditarios no pueden votar, En la simple mínimo debe haber un socio gestor o colectivo y un socio comanditario, y el capital debe pagarse intelectualmente al construirse la sociedad e inmediatamente se haga cualquier reforma a dicho capital, Si son varios socios gestores sus decisiones deben tomarse por unanimidad, y los comanditarios por mayoría, Gran cantidad de trámites, procedimientos y requisitos que la ley establece.	Ningún accionista puede tener más del 94.99% del capital social Requiere una forma más compleja de organización y una Junta de Accionistas al año como mínimo. Su constitución es costosa en relación a las otras formas de sociedad.	Asume todo el riesgo por las obligaciones tributarias y laborales que contraiga, la no exigibilidad de revisor fiscal hace que la presencia de su información financiera tenga menos credibilidad	Por que no requiere escritura pública, se puede crear sociedades de un solo socio, la responsabilidad es limitada, no se requiere precisar el número de años que durara en la sociedad, se pueden emitir distintas clases de acciones, participar en las deliberaciones de la asamblea general	Rest tran las part soci cuan adq un soci tran La los soci limi patr soci Obli de cont form puec obli puec Bols

5.2 ORGANIZACIONAL

5.2.1 MISION

Somos una Empresa dedicada a la Comercialización de estuches porta vino, con una alta calidad en nuestros productos y servicios, de acuerdo a las necesidades, de nuestro cliente contamos con un personal altamente calificado, apoyamos el desarrollo competitivo del país así influimos en la economía.

5.2.2 VISION

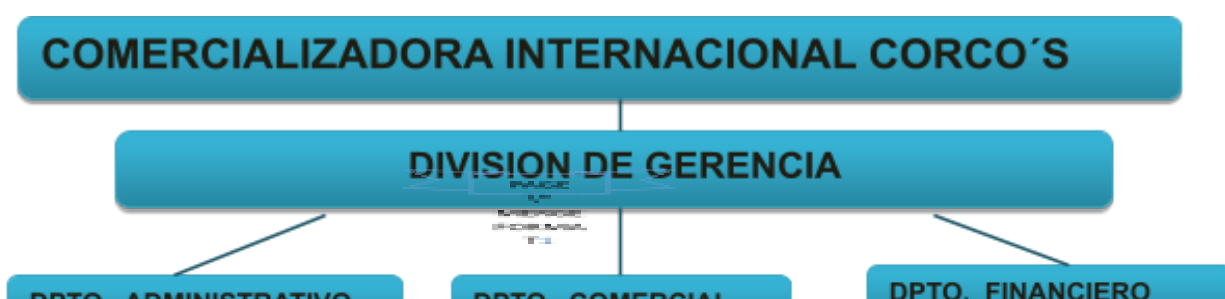
Queremos ser en el 2016 la Comercializadora más reconocida a nivel nacional, el 2017 a internacional, y en 2019 a nivel mundial acreditándonos nacional e internacionalmente, como un equipo humano competente, con ideas innovadoras que hagan que nuestros productos se posicionen con una alta imagen y calidad, para nuestros clientes y lleguen a todas partes del mundo.

5.2.3 OBJETIVOS CORPORATIVOS

- Conocer la oferta, demanda, gustos y disgustos en cuanto a los vinos en Chile, con el fin de saber que capacidad de adquisición del producto existe.
- Analizar el impacto que tendrá el producto en el consumidor de vino final, determinando la importancia de un estuche para la botella de vino.
- Determinar las posibles bodegas productoras que comprarán el estuche, para saber cuánta será la demanda exigida por el mercado
- Establecer una excelente campaña publicitaria para promocionar el producto en las bodegas de vino, así tendremos una acogida masiva en las bodegas ya que se implementaran campañas de venta.

5.2.4 ORGANIGRAMA

“COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL CORCO S S.A.S.



5.2.5 MANUAL DE FUNCIONES

La división de comercio internacional esta subdividido en las secciones de ventas y distribución física internacional; y logística internacional. Las cuales a su vez se encuentran ubicadas en el departamento comercial.

Las funciones de la división de comercio internacional están divididas en dos secciones, compuesta así:

FUNCIONES DE CARGO

- Ventas y distribución física internacional: esta sección tendrá como función principal hacer contacto con los posibles clientes y concretar un contrato de compra-venta. Como también tendrán como función determinar el nicho y plaza de mercado, canales de distribución para una optima acogida del producto por parte del consumidor final.

FUNCIONES: La funciones que tendrá a cargo el empleado es situar nuestro producto el estuche porta vino en el mercado internacional cumpliendo con los términos negociados entre el vendedor y el comprador. Su objetivo principal es reducir al máximo los tiempos, los costos y el riesgo que se puedan generar durante el trayecto, desde el punto de salida en origen hasta el punto de entrega en destino concretando:

- Canales de distribución
- Precios
- Tiempos
- Gestión operativa
- Proyección a mediano plazo en concordancia con la política empresarial.

- Logística internacional: tienen como función hacer de agente aduanero para realizar todos los trámites pertinentes para la salida sin inconvenientes de la mercancía; supervisar el tiempo estimado de transporte internacional, seguro

y mercancía, para conocer el lugar de ubicación de la mercancía en tiempo real; hacer toda la documentación pertinente y nacionalización de la mercancía en país de destino o hasta donde se halla pactado con el comprador / importador.

FUNCIONES: La utilidad de un producto depende no solamente de su forma (características físicas), sino de dónde está y de si se halla en un lugar dado en el momento en que se lo necesita, y este cargo requiere tiempos exactos y que el producto llegue en las mejores condiciones:

- El acondicionamiento.
- El embalaje
- Los transportes complementarios
- Las formalidades de despacho de Aduana a la salida del país exportador y a la entrada del país importador
- Las modalidades de entrega desde el puerto o el aeropuerto de llegada
- La selección y el control del personal de servicio durante el desplazamiento de la mercancía

5.2.6 VALORES

- El trabajo la constancia, orden y disciplina que vamos a contar con nuestro personal altamente calificado es el éxito que tiene nuestra Comercializadora.
- Responsabilidad ofreciendo los mejores servicios, precios y calidad a nuestros clientes.
- Es el esfuerzo que día a día ofrecemos a fin de brindar una buena atención, así acaparar todas las necesidades dentro de lo que nos hemos capacitado para ser los mejores.
- Estamos dispuestos a ofrecer todo nuestro potencial, conocimiento y calidad humana para ofrecer el mejor servicio.

- Puntualidad en el compromiso que tenemos para llevar los estuches porta vino hacia su destino final.

5.2.7 SLOGAN – LOGOTIPO – JINGLE

- SLOGAN.



- **LOGOTIPO**

- **JINGLE**

*“Corco´s Corco´s la Comercializadora la preferida en los vinos,
Y en la mesa de los chilenos”*

- **LOGO**



CONCLUSIONES

Este trabajo se realizó con el fin de conocer y analizar todos los pasos logísticos una empresa, estrategias, marketing, entorno que tiene la COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL CORCO`S LTDA, el impulso que tiene en el mercado objeto con la finalidad de identificar los modelos de negociación propuestos para los estuches porta vino, con la generación de un gran impacto en el mercado.

Esto a su vez permitió identificar los procesos de venta relacionados al producto, donde se determinaron costos, estrategias, ventajas y desventajas que favorecen o desfavorecen el producto en el mercado de Chile

Este hace referencia a todo lo que tiene que ver con el producto y su proceso de distribución desde los insumos hasta llegar al cliente final en los tiempos, unidades y costes estipulados durante el proceso de comercialización.

Al realizar este proyecto pasa a paso nos da una motivación a para crear nuestra propia empresa que no necesitamos de tener dinero para llevar una idea de negocio, que es factible la realización, solo se debe analizar bien sus pros y sus contras, y tener la información claro ya que contamos con varias ayudas que el gobierno nos ofrece pero no las sabíamos utilizar o no las conocíamos.

6. ESTUDIO IMPACTO AMBIENTAL

Este estudio que nuestra compañía genera al impacto ambiental teniendo en cuenta que actualmente es un punto bastante importante que se debe tener en cualquier empresa, donde notamos que el planeta no es capaz de soportar actualmente el gran movimiento de procesos que conllevan actualmente los negocios y de esta manera notar que los recursos con los que contamos actualmente no son ilimitados y poco a poco se van desgastando y esto nos lleva a deducir que exige un riesgo para la salud de nuestro mundo, también dado que para nuestra compañía es importante pensar en el futuro de nuestra compañía donde vemos que nuestra preocupación es bastante alta por que se ha hecho más notorio la decaída de este.

El estudio al que esta empresa ha llegado es a ejercer un sin números de opciones para contribuir al planeta en todas las áreas con las que contamos cumpliendo con algunos estándares de reciclaje y otros puntos base para cumplir indicadores donde nuestro equipo de trabajo tendrá sus funciones para ser cada día más competitivos en este ámbito, donde aportaremos nuestro grano a una cuestión que se trabaja a nivel mundial.

6.1 Impacto ambiental.

Como compañía tendremos unos puntos con el fin de mejorar los riesgos de los que hablamos anteriormente, donde haremos algo indispensable con 4 puntos base para mejorar:

- Sobreutilización de recursos naturales no renovables.
- Emisión de residuos no degradables al ambiente.
- Destrucción de espacios naturales.
- Destrucción acelerada de especies animales y vegetales.

Donde tendremos una gestión del medio ambiente con un área de aplicación que será basada en una prevención, donde se realizaran evaluaciones de carácter ambiental que es una herramienta bastante eficaz.

Nuestra empresa realizara un plan para cumplir con estos indicadores ambientales para ello necesitamos de:

Identificación y registro de aspectos ambientales y evaluación de los impactos ambientales, donde por ejemplo tomaremos el ahorro de agua, el ahorro en papelería y hacer el uso del papel reciclable, debemos contar con todos los requisitos legales, donde hay unas normas externas e internas el cual será tomado mediante unos indicadores para poder tener objetivo donde serán medibles semestralmente por porcentajes.

En la implementación nuestra empresa desarrollara capacidades, y generar los mecanismos para lograr las políticas ambientales, procedimientos y controles operativos, capacitaciones, sistemas de medición, debemos también contar con los siguientes aspectos para la implementación estará a cargo el área de recursos humanos, donde se realizaran capacitaciones a el personal de la compañía, y realizaremos planes en caso de incidentes o emergencias ambientales; otro punto a tener en cuenta es la energía, minimizar el uso de la energía eléctrica, se apagaran los computadores cuando no estén en uso, conservar los recursos ambientales y naturales.

Donde todos estos indicadores serán llevados a una base de datos que estarán a la mano del área de recursos humanos, donde estará con su fecha correspondiente y de ser necesaria la modificación y esta área llevara todo el proceso con el cual contamos para saber en qué aspectos se encuentra la empresa a nivel empresarial.

Imagen Planeta Ambiental



6.2 SALUD OCUPACIONAL

La salud ocupacional como principal fundamento el proteger y mejorar la salud física, mental, social y espiritual de los trabajadores en cada una de sus labores, donde tomaremos en cuenta todos los aspectos de los trabajadores, donde trazamos una serie de objetivos en cuanto a este programa que es de gran importancia en la implementación de la compañía, y por lo tanto daremos una serie de secuencia;

- ❖ Definir actividades que hagan prevención y de esta manera mejoren las condiciones de trabajo y la salud de nuestros empleados.
- ❖ Identificar el origen de los accidentes en el área de trabajo y enfermedades laborales y poder controlar los factores que conlleven a esto.

Al llevar a cabo estos pasos anteriores nuestra compañía mejorara la calidad de nuestro ambiente laboral, una satisfacción personal y de igual forma mejorara la productividad y la calidad de nuestros servicios, de esta manera la planeación es indispensable la ejecución de actividades médicas, seguridad industrial, higiene, que mantendrá y mejorara la salud de nuestros trabajadores, este programa mantendrá una inspección que se realizara semestralmente, o dependiendo la cantidad de veces que se amerite revisar esto, por lo tanto es importante saber que en nuestro entorno contamos con

una serie de riesgos que a largo plazo afectaran tanto la salud de nuestro equipo de trabajo como el de nosotros mismo.

En este programa debemos contratar una empresa dedicada a una serie de riesgo que consta de la sigla (ARP) Aseguradora de Riesgos Profesionales, sabiendo que nuestro éxito está basado en la eficiencia de nuestro personal, donde el cualquier actividad laboral puede conllevar a un riesgo pero en el organizar y estructurar bien esto es fundamento para que la compañía tenga presente que no deben surgir sobrecostos en una mala estructuración, por lo tanto contaremos con el personal calificado para la realización de este proceso, otro punto a tratar en la salud ocupacional es el COPASO.

El copaso es un comité paritario de seguridad social es el encargo de vigilar y promocionar las reglas y normas que tengan que ver con la salud ocupacional y seguridad dentro de nuestra compañía, donde su principal fin es la reducción de los riesgos que puedan generarse en las labores realizadas durante los procesos a llevar a cabo, donde el llevar este comité se basa en cierto cumplimiento del artículo 2 de la resolución 2013 de 1986, donde habla que este comité debe ser elocuente con la cantidad de trabajadores que se tenga en la compañía.

Imagen Riesgo Profesional



BIBLIOGRAFIA

- <http://www.dian.gov.co/>
- <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo2930DocumentNo8292.PDF>
- <http://www.rutaschile.com/Vinos/>
- Fuente:
<http://urbinavinos.blogspot.com/2010/12/vino-de-chile.html>
- <http://arancel.legis.com.co/Login.aspx?Iniciar=1>
- <http://www.procolombia.co/>
- <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/Nota%20de%20clase%2018%20SAS.pdf>
- <http://www.cabanasdechile.com/es/destinos/1.mejores-regiones-vitivincolas-en-chile>
- <http://www.rutaschile.com/Vinos/>

• [anfix.tv > Sociedades](#)

• [www.ehowenespanol.com > Finanzas](#)

• [http://portal.circe.es/esES/emprendedor/SRL/Paginas/SRLVentajaseInconvenientes.aspx](#)