

BUFFET DE NEGOCIADORES

PROYECTO DE CREACIÓN DE EMPRESA



AUTORES

CLAUDIA ESPERANZA LANCHEROS FORERO

MIGUEL USECHE ORTIZ

MARÍA PAULA VELASQUEZ TOBON

GRUPO: 5010

BUFFET DE NEGOCIADORES

BOGOTÁ D.C

2020

Tabla de contenido

Introducción	9
Problemas, retos y oportunidades.....	10
Problema 1.....	13
Problema 2.....	14
Problema percibido por los involucrados.....	17
1. Desconocimiento de la mecánica de exportación:.....	17
2. Burocracia:.....	17
3. Desconocimiento de la normativa:	17
4. Medidas no arancelarias:	17
Problema 3: Problema central	18
Condiciones negativas/Objetivos	19
Alternativas de negocio	23
Empresas dedicadas al mismo problema.....	23
Pro Colombia.....	23
Export Access.....	23
Sippo.....	24
EBay.....	24
Alternativas de ideas de negocio	24
Idea prometedora.....	24
Fuerza de la industria	25
Buffet de Negociadores	25
Análisis Externo	26
Análisis interno	27
Análisis de los proveedores.....	30

Criterios de rendimiento.....	31
Criterios económicos.....	31
Criterios adaptativos.....	31
Criterios legales.....	31
Características del servicio.....	34
Características del prototipo.....	34
Ejecutabilidad.....	34
Maduración.....	34
Representación:	34
Perspectiva	35
¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal?	35
¿Qué valores destacan a su cliente ideal?.....	35
¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?	35
Bondades descritas del cliente ideal.....	35
Ser empático.....	35
No te lo tomes personal.....	36
Escucha de forma active.....	36
Mejor autoconocimiento	36
Regula tus emociones.....	36
Tener más funcionalidades.....	36
Actores del mercado que ofrecen cosas similares	36
Población total de personas.....	36
Personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual...37	
Reinvención de productos y mercados:.....	39

Redefinición de productividad en la cadena de valor:	39
Desarrollo de Clústeres	40
Objetivos:	40
Elementos	40
Integración.....	40
Infraestructuras.....	40
Agrupaciones:.....	40
Fases:	40
Norma internacional.....	41
Diseño en detalle	32
Indicadores	34
Objetivo general	56
Objetivos Específicos	56
Tipo de investigación	57
Tabulación y Análisis de la información.....	57
Entrevista.....	57
Conclusiones	65

Tabla de tablas

Tabla 1. Cuadro pestel.....	10
Tabla 2. Cuadro de análisis.....	14
Tabla 3. Causalidad/Efecto.....	18
Tabla 4. Estructura de la idea.....	21
Tabla 5. Atributos del buffet de negociadores.....	25
Tabla 6. Análisis de la oferta.....	27
Tabla 7. Proveedores.....	32
Tabla 8. Diseño de concepto.....	42
Tabla 10. Ficha técnica.....	48
Tabla 11. Lea Cnavas.....	51

Tabla de figuras

Figura 1. Árbol de problemas.....	16
Figura 2. Árbol Medio/Fin.....	20
Figura 3. Lluvia de ideas.....	22
Figura 4. Propuesta de valor.....	37
Figura 5. Teoría del Valor compartido.....	38
Figura 6. Pasos de la teoría del Valor.....	38
Figura 7. Cadena de valor.....	39
Figura 8. Integración, desarrollo y consolidación.....	41
Figura 9. Diagrama de Bloques.....	45
Figura 10. Cadena de distribución.....	45
Figura 11. Brochur.....	47
Figura 12. Prototipo.....	53
Figura 13. Marco publicitario.....	54
Figura 14. Páginas Web.....	54
Figura 15. Páginas Web (Facebook.....	55
Figura 16. <i>Páginas Web (Gmail)</i>	55
Figura 17. Pregunta ¿Hace cuánto tiempo está constituido como persona jurídica?.....	59

Figura 18. <i>Pregunta</i> ¿Conoce alguno de estos tramite?.....	58
Figura 19. <i>Pregunta</i> ¿Cuáles creen que son los principales problemas para exportar en Colombia?.....	59
Figura 20. <i>Pregunta</i> ¿Programas del gobierno?.....	59
Figura 21. <i>Pregunta</i> ¿En qué sector de la industria se encuentra su empresa?.....	60
Figura 22. <i>Pregunta</i> ¿Conoce el servicio de la empresa?.....	60
Figura 23. <i>Pregunta</i> ¿Qué debe contener un buen servicio de asesoría para exportar?.....	61
Figura 24. <i>Pregunta</i> ¿Qué opina de la creación de una Escuela para exportadores?.....	61
Figura 25. <i>Pregunta</i> ¿Conoce usted cuantos tratados de libre comercio tiene Colombia?.....	62
Figura 26. <i>Pregunta</i> ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio ofrecido por una escuela de exportaciones?.....	63

Tabla de Anexos

Anexo I. Compromisos del autor.....68

Introducción

La exportación en Colombia es un tema amplio que se ha venido desarrollando paulatinamente por el gobierno, estado, empresas nacionales y demandas internacionales. De esto deriva un porcentaje importante parte de la economía en la nación, pero por sus índices y participación de la industria nos lleva a cuestionar y preguntarnos sobre el comportamiento, manejo y crecimiento de la exportación colombiana, sus requisitos y normas, problemas y oportunidades, retos o dificultades. Ha sido un eje central las situaciones globales como los confinamientos por la pandemia, pero en base a esto los mercados internacionales tienden a establecerse y algunos otros en mantener sus porcentajes.

En nuestra nación tenemos un panorama no alentador, ya que según datos de la Anif (Asociación Nacional de Instituciones Financieras), entre las razones que explican el pobre acceso de las Pymes colombianas a los mercados del mundo, figuran, por ejemplo, las deficiencias en infraestructura y logística, el bajo enfoque de los programas para motivar a las empresas a exportar y la alta concentración de recursos de financiación en unas pocas compañías (El país, 2017).

Es por esto, que queremos concentrar nuestros esfuerzos en realizar un análisis profundo de los Problemas que acarrearán las empresas colombianas para exportar y conquistar mercados extranjeros, enfocándonos en una para determinar posibles soluciones, dirigido por los estudiantes técnicos de la Universidad Corporación unificada de la educación superior, (CUN) con sus estudiantes de tercer semestre de negocios Internacionales que beneficiará y organizará las ideas, dudas o paradigmas de los emprendedores, empresas pequeñas o medianas de nuestro sector. Ofreciendo a nuestros emprendedores el acompañamiento que se necesita para potencializar su negocio, ayudarlos a posicionarse en el Mercado, contribuir al crecimiento económico del país.

Problemas, retos y oportunidades

Uno de los problemas que identificamos es la falta de conocimiento, el cómo formalizar sus empresas o emprendimientos, el no contar económicamente con un presupuesto para todas sus obligaciones, hay estudios en los que muchos emprendimientos desisten por no tener un acompañamiento profesional, inquietud del que funcione o no su producto.

Uno de nuestros retos como buffet de negociadores, es aliviar todas estas necesidades en el campo comercial, evidenciando resultados para estas entidades, emprendimientos, ofreciendo un servicio económico accesible para el tipo de cliente que llegue a nosotros, demostrándole a ellos con un estudio que su producto o servicio podrá tener todas las posibilidades de ser una micro o macroempresa.

Las oportunidades que se identifican como entidad, es el posicionamiento, reconocimiento que se adquirirá de brindar este acompañamiento desde cero sin excepción alguna; proyectos, emprendimientos o empresa

En cuanto al consumidor, tendrá todas las oportunidades posibles tener un gran auge con el producto o servicio, entrar en nuevos mercados, el uso de la tecnología (Las diferentes plataformas que nosotros como buffet le ofrecemos).

Tabla 1. *Cuadro pestel*

Factores externos	Oportunidades	Negativas	Neutras
Político	La ley 7 de 1991 establece la regulación del comercio exterior en Colombia, ya que actualmente hay 17 TLC con diferentes	Las políticas cambiarias que tenemos dentro del país impactan gravemente las exportaciones colombianas, porque	

	países y esto permite a las empresas colombianas ampliar las oportunidades para poder exportar sus productos (Congreso de Colombia, 1991)	esto provoca una inestabilidad política comercial y desalientan las inversiones en el sector exportador (Cárdenas et al, 2018)
--	---	--

Económico	Plan nacional de desarrollo, programas y ONG'S internacionales para apoyos de emprendimientos pequeñas y medianas empresas económicamente	Las reformas tributarias (IVA, aranceles, políticas, parafiscales), del país afectan directamente la producción de los costos de la producción de los pequeños empresarios, lo cual paraliza la idea de la exportación masiva colombiana y paraliza la capacidad de producir volúmenes
------------------	---	--

Sociales	El apoyo a jóvenes emprendedores de 18 a 28 años, por estar ubicados bien geográficamente, beneficia a la economía nacional	No hay mucho acompañamiento a la necesaria diversificación exportadora para no seguir dependiendo de la minería y del petróleo, que son
-----------------	---	---

	(Cámara de Comercio de Bogotá, s,f)	fundamentales pero no son parte del desarrollo del futuro.
Tecnológico	Plataformas avanzadas, para el trámite e información de las exportaciones e importaciones en Colombia. Como el uso de sistemas automatizados para el despacho de aduanas y el intercambio de información electrónica (Luzardo, 2016)	Atraso en manejo de plataformas digitales de las empresas de todos los sectores industriales y poco uso en ella en Colombia.
Legales	Leyes sobre el comercio Exterior; Ley 48 de 1983; Criterios generales sobre Comercio exterior (Congreso de Colombia, 1983). Art 27 de la ley 7 de 1991 (Congreso de Colombia, 1991)	Políticas cambiarias que se regulan dentro del país que afecta directamente la producción colombiana.

Ecológicos	<p>“Se exalta que el potencial de los recursos naturales del país no se mide en millones de dólares, sino en miles de especies de fauna y flora, que se traducen en un diez por ciento del capital biológico mundial” (El tiempo, 1996).</p>	<p>“Después de Brasil, Colombia es la segunda potencia mundial en diversidad de especies biológicas. Pocos son los colombianos que saben esa importancia, y tal vez eso les induce a contribuir con el deterioro ambiental en una forma calificada como alarmante”. (El tiempo, 1996)</p>
-------------------	--	---

Fuente: Elaboración propia

Problema 1

Uno de los retos importantes para llegar al hecho y la realidad, sería primero contar con las políticas de exportación adecuadas para el producto, donde su calidad, calificación cumplan con las demandas de exportación externa, sin que haya sobre costos de producción y poder e impulsar, ayudar a los pequeños empresarios a expandirse internacionalmente, ampliando su economía, puntos etc.

Evidenciamos los efectos que traen consigo las políticas cambiarias que se efectúan en nuestro País, y que no dejan libremente dar paso a los exportadores en Colombia. Problema directamente está en la constitución de estas políticas por el gobierno, congreso de la república y dependencias directamente encargadas. Teniendo en cuenta esto, solo nos hace falta recalcar el apoyo económico a empresas que cumplen dichos requisitos para ello.

Problema 2

Para calificar mejor los problemas que afectan directamente a la comunidad, presentamos un relacionamiento económico de crecimiento en Colombia por las exportaciones directas.

El año pasado las ventas de productos y servicios colombianos al exterior cayeron 5,7%, un grave retroceso que no se presentaba desde hace varios años, muy a pesar de que hay más de una docena de tratados de libre comercio y que con la devaluación del peso son dos aliados indiscutibles para dinamizar las exportaciones (EditorialLR, 2020)

Demanda internacional de materias primas como Carbón y petróleo, productos minero energéticos que pierden su espacio en el concierto internacional por la declarada obligación del uso del carbón y el avance de las energías renovables.

Cifras del Dane (citado en EditorialLR, 2020), las ventas externas cerraron en \$39.501 millones el año pasado, 5,7% menos que en 2018, lastradas por una caída de 11% del sector minero-energético. Productos agropecuarios, alimentos y bebidas subieron 0,8% y las manufacturas bajaron 0,4%.

Esto nos hace centrarnos en que tenemos un Problema socio-político inmenso, con preferencias inigualables donde se muestra más en apoyo a minerales como el Petróleo y el Carbón y dejando a un lado Producciones agrícolas o de confección.

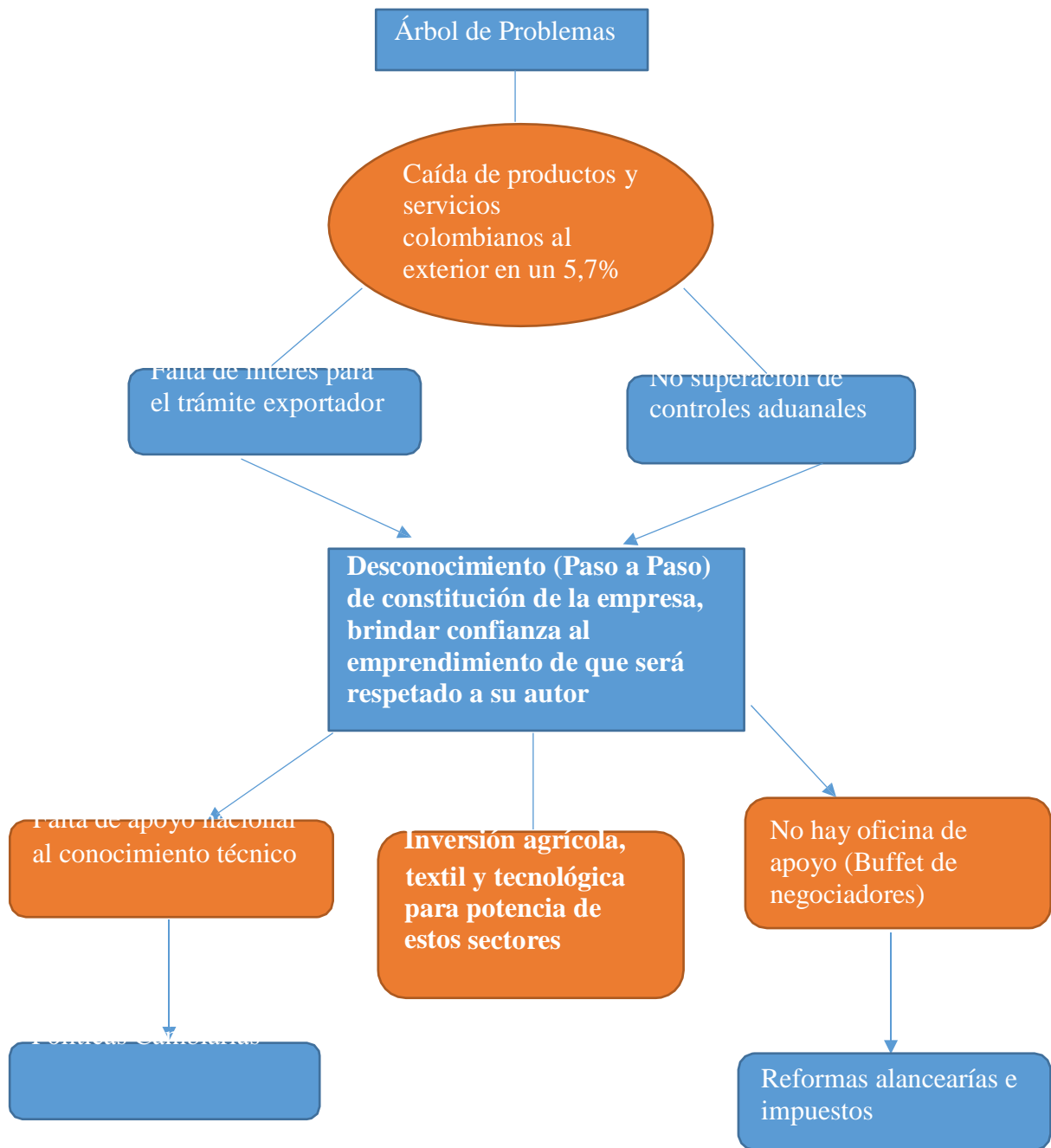
Tabla 2. Cuadro de análisis

Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
Conocimiento o experiencia	4	3	3
Asesoramiento de un experto	3	2	2
Alcance (Técnico, ¿Tenemos las	5	3	4

herramientas?			
¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema?			
¿Tenemos accesos a información, cifras, datos? ¿Puedo darle alguna solución?			
Tiempo	4	2	3
Costo	5	3	4
Impacto ¿Es trascendental?	5	4	4
¿Representa algún desafío?	5	3	3
¿Que les llama la atención en el desarrollo del problema?	5	3	3
Total	31	20	23

Fuente: Elaboración propia

Figura 1. *Árbol de problemas*



Fuente: Elaboración propia

Problema percibido por los involucrados

Principalmente, tenemos en cuenta que uno de los principales involucrados en el gobierno nacional con el ministerio de comercio y agricultura, debe de concentrar su apoyo en desarrollar vocaciones exportadoras en cada región del País y explotar con buenas practicas la cantidad de Materia prima que tenemos para competir en otros mercados exteriores.

Por otro lado, El país (2017) refiere que tenemos datos como el 73% de las Pyme no han exportado aún en Colombia. Siendo el país conformado por un tejido empresarial de pequeñas y medianas industrias, no han realizado ninguna exportación ni siquiera a mercados vecinos. Esto, grave Problema para la economía de nuestro territorio.

Dentro de los numerosos problemas que encuentran las empresas para exporta según (LegisComex, S,f), tenemos en cuenta los siguientes:

1. Desconocimiento de la mecánica de exportación:

Esto implica superar numerosos controles legales, sanitarios, técnicos y hasta culturales, como también exige cuidar la calidad del servicio o producto que se exporta.

2. Burocracia:

Lo complejo de los trámites y la falta de comunicación y cooperación entre los organismos públicos están entre las principales causas de las pérdidas económicas de las empresas

3. Desconocimiento de la normativa:

Gran parte de los empresarios desconocen los requisitos que deben de cumplir para exportar con éxito, Como las regulaciones arancelarias y no arancelarias.

4. Medidas no arancelarias:

Una encuesta realizada por el ITC entre empresas en Colombia reveló que 42% ha tenido algún tipo de problema relacionado con las medidas no arancelarias en sus operaciones de comercio exterior. Medidas sanitarias y fitosanitarias, normas de etiquetado y empaquetado, requisitos técnicos y procedimientos aduaneros son algunas de las regulaciones no arancelarias que hacen más duro el camino de la exportación (LegisComex, s,f)

Muchos empresarios desconocen estas regulaciones. De allí la importancia de proveerlos de información oportuna y actualizada.

Problema 3: Problema central

El problema central que seleccionamos para trabajar es el “Desconocimiento técnico, especializado, informativo e interactivo” para las empresas con tendencia, capacidad y calidad exportadora que desconocen, no operan por la ausencia de un Buffet de negociadores que les haga el acompañamiento paso a paso debidamente desde un inicio para potencializarlas, estructurarlas y organizar en esta temática que es tan importante y trascendental dentro de la economía de cualquier empresa, territorio o nación. A ello le sumamos el desconocimiento de leyes, de políticas que obstaculizan y paran cualquier actividad de esta índole.

Tabla 3. *Causalidad/Efecto*

Causas	Efectos
Desconocimiento de la marca	Falta de interés de las empresas industriales
Burocracia	Resentimiento; Falta de creencia institucional y bajo índice de exportaciones.
Desconocimiento de la normativa	No superan controles aduanales de calidad
Medidas arancelarias altas	Opresión económica a empresas que quieren exportar sus productos por primera vez.

Fuente: Elaboración propia basado en LegisComex (S,f),

Condiciones negativas/Objetivos

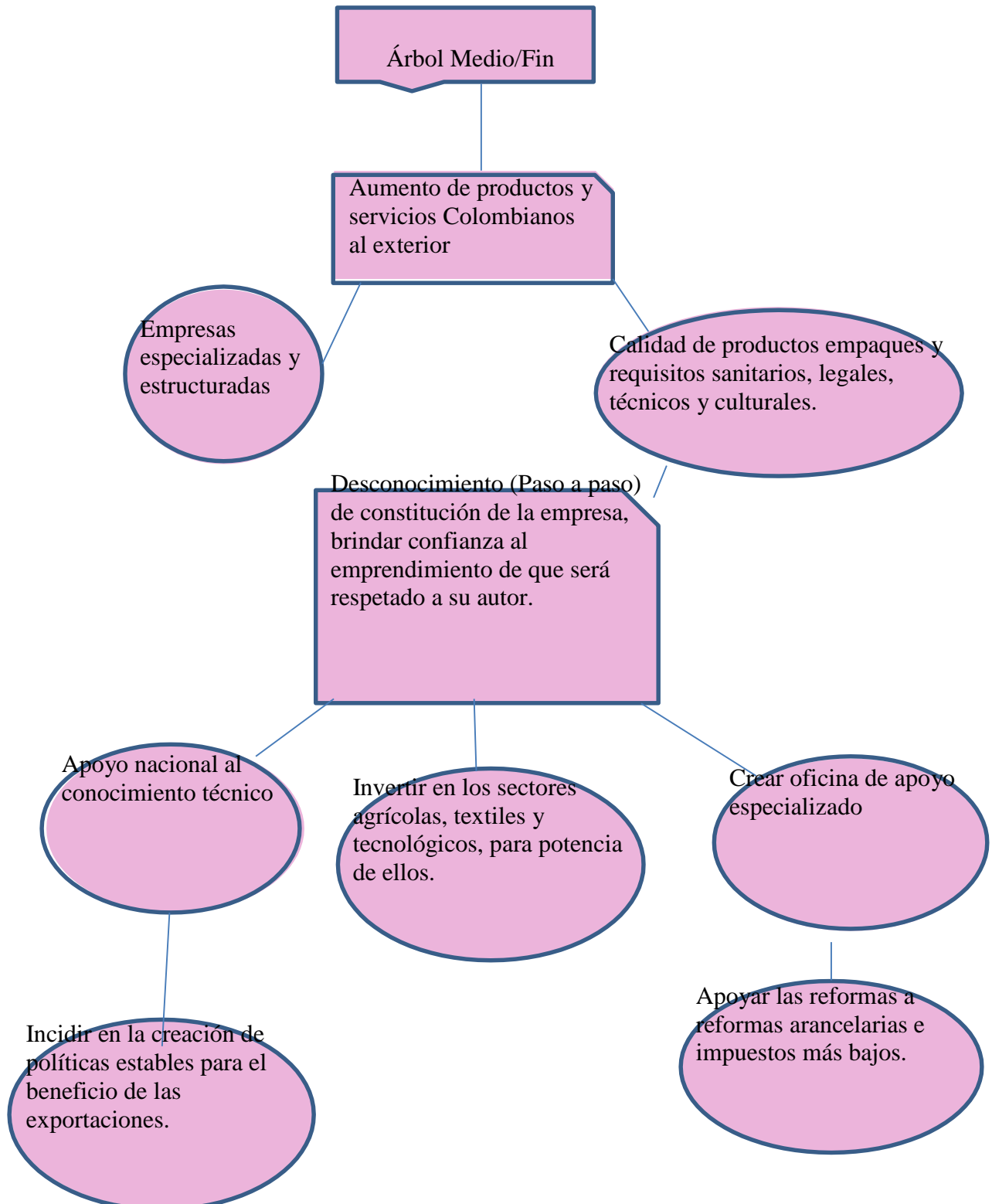
Incentivar en las empresas de capacidad exportadora y pequeñas y medianas Pymes el impulso exportador por medio de la comunicación interactiva y acompañamiento.

Crear un asesoramiento paso a paso de los requisitos indispensables para exportar con éxito, esto para ayudar a superar los controles aduaneros de Colombia.

Contribuir en el desarrollo económico del territorio en la ciudad de Bogotá Colombia por medio de la creación del Buffet de Negociadores

Disminución del conocimiento técnico y especializado.

Figura 2. *Árbol Medio/Fin*



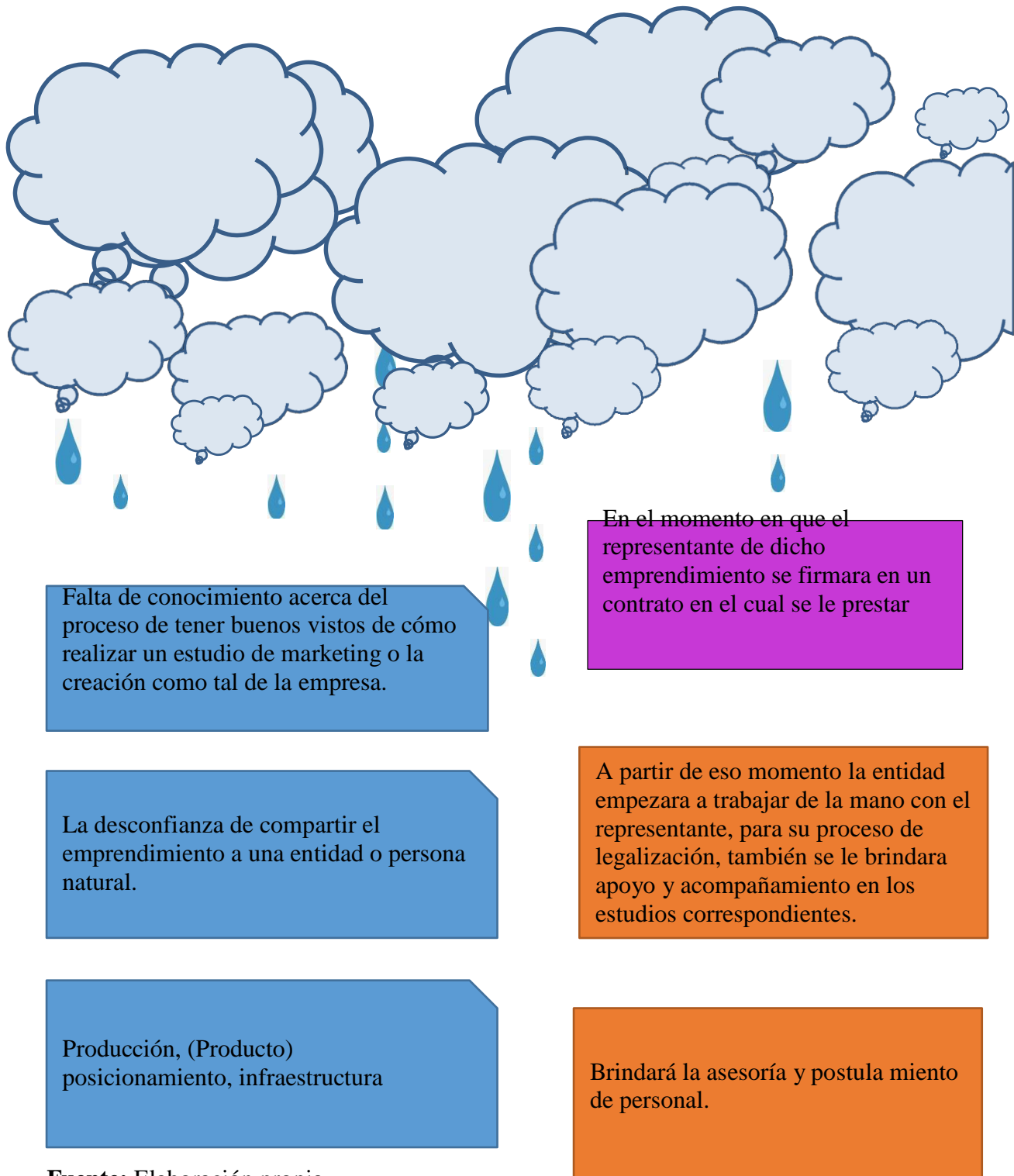
Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. *Estructura de la idea*

¿Cuál es el Producto o servicio?	Construir un Buffet de Negociadores técnicamente especializados para las Pymes del sector industrial/Servicios de Bogotá, Cundinamarca, que apoyen, orienten y estructuren por medio de UN entrenamiento paso a paso de los trámites y requisitos de la exportación
Cliente Potencial	Nuestro cliente potencial son todas las Pequeñas y medianas empresas del Sector de Bogotá Del Sector Industrial y Servicios.
Función del Servicio	Asesorar, Apoyar y hacer seguimiento a las empresas medianas y pequeñas del sector de Bogotá, para ello se requieren los siguientes documentos según (ProColombia, S,f) estos son: Trámite, registro, documentos de transporte, factura comercial, lista de empaque y demás procedimientos en cuanto la ley comercial.
¿Cuál es la Necesidad?	Busca de información técnica, especializada, trámites ágiles, seguros, regulaciones arancelarias y no arancelarias entre otras necesidades, todo esto en una sola asesoría u oficina óptima
¿Por qué nos preferirían?	Seremos una oficina ágil, flexible y de acceso a toda la información, formación y apoyo en el sector de Bogotá.

Fuente: Elaboración propia

Figura 3. *Lluvia de ideas*



Fuente: Elaboración propia

Alternativas de negocio

Para poder difundir la información, nuestra principal alternativa es apoyarnos en redes sociales Como fuentes de información, periódicos y radio para tener un alcance masivo dentro del sector señalado.

Estructurar una “plataforma de entrenamiento para la exportación e importación empresarial en el distrito de Bogotá, Cundinamarca”, con módulos interactivos y creativos para las empresas.

Escuela de exportadores colombianos, esto con el fin de crear un lugar especializado donde Podamos brindar el acompañamiento y seguimiento a todas las empresas del Sector

La creación de un Libro técnico, resumido con el Paso a paso de todos los trámites y requisitos con sus leyes y políticas.

Empresas dedicadas al mismo problema

Pro Colombia

PROCOLOMBIA, tiene a su disposición un servicio mediante el cual capacita de manera práctica a los empresarios, proporcionando las herramientas necesarias para dar inicio al proceso de internacionalización, minimizando riesgos optimizando las capacidades y habilidades de la empresa.

El programa está conformado por seminarios teórico prácticos en temas de Bienes, Servicios y Turismo (Procolombia, S,f)

Export Access

“El sistema Export Access es una herramienta dirigida especialmente a las MIPYME' de la región de las Américas y el Caribe. Aquí, los empresarios encontrarán información en un lenguaje amigable que les permite conocer las condiciones no arancelarias de exportación a varios países, como las medidas sanitarias, requisitos ambientales, permisos, licencias, etiquetado y empaque, entre otros” (Export Access, s,f), este sistema optimiza los valores como las capacidades y habilidades de la empresa, adicionalmente, el programa está conformado por seminarios teórico prácticos en temas de Bienes, Servicios y Turismo.

Sippo

“El Programa Suizo de Promoción de Importaciones (SIPPO) es un programa de la Secretaría de Estado de Asuntos Económicos (SECO) con la visión general del crecimiento económico sostenible e inclusivo y la integración de los países socios de SIPPO en el comercio mundial, a través de su misión de apoyar a las empresas Organizaciones de apoyo (denominadas BSO, que incluyen asociaciones públicas o privadas, cámaras de comercio, agencias de promoción de exportaciones, entre otras) para aumentar su capacidad de promoción de exportaciones y la provisión de servicios a empresas listas para exportar” (Sippo, s,f).

EBay

“Una de las nuevas oportunidades disponibles para que vendedores colombianos puedan alcanzar mercados a nivel global es Crece con eBay, una plataforma educativa creada por eBay para incorporar nuevos vendedores y aumentar las ventas de los existentes, a través de una serie de cursos, tutoriales, infografías y documentos que guían al usuario, paso a paso, durante el proceso de venta. Dichos recursos abarcan distintas fases que van desde la apertura de una cuenta, hasta la organización de las exportaciones, además del uso de herramientas de marketing para una autopromoción inteligente” (Unipaymes, 2019).

Alternativas de ideas de negocio

La creación de una Escuela especializada para empresarios transportadores, dirigida por un buffet de negociadores técnicos es necesaria para el sector se Bogotá, ya que cuenta con una asistencia personalizada que apoya directamente las Pymes del territorio.

Idea prometedora

Escuela de exportadores colombianos, esto con el fin de crear un lugar especializado donde Podamos brindar el acompañamiento y seguimiento a todas las empresas del Sector.

Tabla 5. *Atributos del buffet de negociadores*

	No Cumple	Cumple
Debe estar asociada a una noción de producto (sea este un bien o servicio)		x
Debe haber clientes que tengan la necesidad del producto y valoren su satisfacción		x
Debe ser posible aprovecharla oportunamente		x
Debe generar los ingresos que necesitamos o aspiramos.		x
Debe entusiasmarlos.		x
Debe representarnos algo hacia lo que podamos comprometernos.		x
Debe ser ética y legalmente permitida.		x

Fuerza de la industria

Buffet de Negociadores

Su actividad económica, servicio de Asesoría, Procesos legales, embalajes, constitución de empresas, por medio de plataformas digitales.

Tenemos capacidad de atender al mes 15, emprendimientos, empresas, plan de negocio, por asesor. Se cuenta con 150 asesores (negociadores especializados). Vía digital tenemos un alcance de asesoría de 800 personas al mes.

Lugar de ubicación Bogotá D.C Colombia

La personalidad de mis usuarios son creativos, independientes, con ideas de negocio, emprendedoras, con un comportamiento rebelde muy a su parecer, muy imperativas, con una gran creencia en sí mismos, en sus pensamientos, proyectos e ideas de negocio.

Hay un porcentaje del 55% de empresas constituidas a nivel nacional en el que nosotros como buffet vamos a tener una participación del 10% con estas empresas para exportar. Donde nuestra entidad tendrá una gran participación con estas empresas en proceso de exportación

Unos de nuestros competidores son plataformas digitales que ofrecen asesoría vía online, algunos proyectos del gobierno para la exportación de estas medias y grandes empresas. Donde una de las desventajas que se identificaron fueron que ellos ofrecen su asesora vía online, muy general, no estarán con su representante desde un inicio paso a paso para realizar estos trámites legales y demás, nosotros les brindamos a los emprendedores un contrato dónde ellos podrán financiar todo lo necesario con su empresa, con ayuda de nuestro buffet. Donde se intentara abarcar a la mayor cantidad de empresas o emprendimientos para que hagan parte de nuestra entidad y tener un gran posicionamiento.

Análisis de la demanda

Análisis Externo

“Hay 2.117 empresas colombianas que aún no exportan pero que tienen el potencial de hacerlo. Estas representan el 68,2% de las compañías en todo el país que visitamos desde junio de 2013 para facilitar las exportaciones de más empresas. De estas, 903 están terminando su proceso de adecuación para comenzar a exportar”; esto dicho por la presidenta de Proexport Colombia, María Claudia Lacouture (Dinero, 2020).

Se trata de un documento que posibilita que los empresarios colombianos accedan a los beneficios arancelarios que se han negociado fruto de los diferentes acuerdos de comercio internacional. Presentar el certificado de origen en el momento en que la mercancía llegue a su destino, un país signatario de un convenio con Colombia, implica que ésta goce de ciertos privilegios. Adicionalmente, es de recalcar que Colombia tiene tratados de Libre comercio con más de 27 Países.

Análisis interno

Existen Programas, Talleres y Plataformas de formación para las empresas exportadoras o que apenas van a iniciar su proceso exportador, pero no hay una centralizada que vaya directamente, haga acompañamiento previo, y de una hoja de ruta a aquellas empresas que lo requieren.

El desconocimiento de la información y los beneficios para la cantidad de empresas con potencial exportador es enorme y existe una gran brecha entre esta información o estos procedimientos y las empresas con potencial exportador, por eso se hace necesario el constituir un Buffet de negociadores que cumpla con la demanda que existe en este momento.

- Poder negociador de los clientes
- Nuestros clientes cumplen con las siguientes características:
- Ubicación estratégica del local
- Local propio
- Mano de obra apropiada
- Poca inversión por unidad de producto
- Puede manejarse con bajos costos operativos
- Posibilidad de Utilizar, materia prima e insumos de la zona o región. Estructura organizativa sencilla y flexible, que se adapta a los cambios.

Tabla 6. *Análisis de la oferta*

Nombre de la Empresa	Análisis de los competidores			
	Producto	Precio	Ventaja competitiva	Ubicación
PROCOLOMBIA	La promoción de las exportaciones de bienes no minero energético y servicios en	No aplica	Su inversión es pública, las asesorías metas o programas son	Calle 28 N° 13A - 15 Piso 35 - 36

mercados con	beneficio del	Bogotá
potencial, la	gobierno	Colombia
expansión de las		
empresas		
colombianas, la		
atracción de		
inversión extranjera		
directa a Colombia,		
el posicionamiento		
del país como		
destino turístico de		
vacaciones y		
reuniones y Marca		
País, son los		
principales ejes en		
los que centra su		
trabajo		
(PROCOLOMBIA,		
S,F).		

Export Access	“El sistema Export	Platafor	Su inversión es	Ubicación
	<p>Access es una herramienta dirigida especialmente a las MIPYME's de la región de las Américas y el Caribe. Aquí, los empresarios encontrarán información en un lenguaje amigable que les permite conocer las condiciones no arancelarias de exportación a varios países, como las medidas sanitarias, requisitos ambientales, permisos, licencias, etiquetado y empaque, entre otros” (Export Access, s,f)</p>	<p>ma gratuita</p>	<p>publica, las asesorías, metas o programas son beneficiados directamente por el gobierno</p>	<p>en Colombia</p>

ANALDEX	Analdex asesora a	Su	Articulan al sector	Ubicación
	los empresarios para que las exportaciones sean un mejor negocio y ayuda en la definición de estrategias de comercio exterior. De igual manera, incentiva la cultura exportadora y la competitividad (Analdex, s,f)	afiliación puede tener un costo de \$ 200.000 dólares mensual	privado y público, cuentan con una red de aliados estratégicos a nivel internacional	en Bogotá, Colombia

Fuente: Elaboración propia

Análisis de los proveedores

Una de las cuestiones más importantes según Manuales prácticos de la PYME (s,f) es el análisis de mercado es la relativa al estudio de los proveedores, en el cual para nuestra empresa serán para todos aquellos que quieran exportar su producto, sea nacional o internacional, dar crecimiento a esta y ayudarle con nuestro equipo de buffet de negociadores técnicos especializados en los procesos, requisitos y demandas del sector de las exportaciones.

La problemática referente a los proveedores radica, fundamentalmente, en decidir quiénes son, entre las distintas alternativas posibles, los más adecuados para garantizar el buen funcionamiento de nuestra empresa.

A continuación, se recoge un análisis de las empresas proveedoras bajo los siguientes criterios, de acuerdo a (Manuales practicos de la PYME, s,f: Ministerio de Industria, Energía y Turismo, s,f) estos son:

Criterios de rendimiento

Según el rendimiento de la oferta según los proveedores identificados, la diferencia en la calidad de los materiales no es igual de significativa, ya que este debe estar al gusto del cliente ya que esta ira sometida para entidades como la DIAN.

Criterios económicos

Aunque nos referimos básicamente al precio de compra del suministro, es necesario tener en cuenta también otros aspectos tales como la forma y el plazo de pago, los costes de uso y mantenimiento del bien adquirido, el nivel de cumplimiento en el ritmo de entrega de la mercancía, los costes de transporte.

El precio de los productos no varía mucho de unas empresas a otras, no obstante, en nuestra empresa los costes no varían mucho ya que este se podría enviar por medio de correo, aunque este va dependiendo la forma de llegada de este.

Criterios adaptativos

Son aquellos que ponen de manifiesto si los proveedores pueden adaptarse a las necesidades cambiantes de la empresa compradora, es decir en nuestro caso fueron descartados varios de ellos, puesto que el producto que solicitaban estaba dirigidos a otros segmentos, o no eran lo que buscaba el cliente.

Criterios legales

Hace referencia a las restricciones en materia político-jurídica que regulan las transacciones entre organizaciones. Para finalizar hay que indicar que la empresa compradora, a la hora de elegir definitivamente a sus proveedores, puede intentar renegociar las condiciones ofertadas por éstos en sus propuestas. También hay que señalar que la firma adquirente podría optar por seleccionar varios proveedores de una misma categoría de productos, con la clara finalidad de evitar el riesgo de estar a expensas de un único proveedor.

En cuanto a la adaptación de distintas empresas a las normativas vigentes, en general todos los proveedores contaban con certificados de seguridad, aunque la información aportada en sus respectivas páginas web era insuficiente o ilocalizable, la cual genera cierta desconfianza.


A continuación, se mostrará una tabla con los proveedores de la empresa.

Tabla 7. Proveedores

LEGIS DOCUMENTACIÓN ADUANERA
PARA EXPORTAR VIRTUAL
CESCE
CREDITOS DE EXPORTACIONES A OTROS PAISES
BOFOTÁ – CALLE 72 No 6-44 piso 12
B2 COMEX DOCUMENTACION
ADUANERA PARA
LA EXORTACION VIRTUAL Y PRESENCIAL

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. Buyer persona

	<p>MIEDOS: Perder status, Deteriorar su imagen en redes sociales.</p>	<p>DESEOS: Un sitio tranquilo para relajarse después de clase, Un lugar para estudiar fuera de casa, Experiencias gourmet, Descubrir sabores exóticos, Viajar a destinos nacionales</p>
		<p>SUEÑA: Independizarse, Viajar a destinos internacionales.</p>
		<p>ANHELA: Poder estar jugando en equipo de</p>

		futbol reconocido y desempeñar sus habilidades
Demográficos y geográficos Bogotá	Asesorar, Apoyar y hacer seguimiento a las empresas medianas y pequeñas del sector de Bogotá.	Podemos alcanzar dichas metas hoy siento muy disciplinado, también llevando a cabo las estructuras de aprendizaje para así determinar y poder apoyar dichas empezar en lo requerido, para que así se sientan satisfechas con nuestra labor
Frases que mejor describen sus experiencias	Precio es lo que pagas, valor es lo que recibes Sé temeroso cuando los demás sean avariciosos y sé avaricioso cuando los demás sean temerosos, El tiempo es amigo de los negocios buenos.	
Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta		

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 8, se enmarca los aspectos de la persona. Realizar esta segmentación es también un esfuerzo por mejorar la precisión de nuestros servicios de nuestra empresa. Es un proceso de agregación: agrupar en un segmento de mercado a personas con necesidades semejantes. Y así poder a satisfacer los requerimientos establecidos en unas propuestas, permite la identificación de

las necesidades dentro de un sub-mercado de servicios que ofrecemos y el diseño más eficaz de la mezcla de un buen servicio para satisfacerlas, llevar a nuestra empresa a crear una oferta de los servicios más afinada y pone el precio apropiado para el público objetivo, para si poder conseguir nuevas oportunidades y conveniencia en el crecimiento y así obtener en el servicio y en la empresa una ventaja competitiva.

En nuestra segmentación es aquella estrategia que se desarrolla entre negocios o empresas, las cuales llevan a cabo el intercambio comercial de bienes y servicios, o, es decir, la elección que conlleva un proceso racional. Por lo general, si la empresa está satisfecha con nuestro servicio que se le ofrece, se establece una relación a largo plazo, y así se esfuerza por mantener la lealtad de dicho cliente.

Características del servicio

- Asesorar empresas para pymes especializados.
- Tener una buena interacción para llegar a un acuerdo mutuo.
- Comunicación clara y eficaz, para así exponer las propuestas y demostrar desacuerdo ante una propuesta.
- Escuchar atentamente y leer el lenguaje corporal, la computación que nos ayudara a encontrar puntos a nuestro favor.
- Tener buenas habilidades interpersonales es muy necesaria para obtener un buen trabajo, para si tener paciencia y la capacidad de persuadir mediante la empatía.

Características del prototipo

En nuestro prototipo debemos incluir y saber las características como:

Ejecutabilidad: establecer una buena entrada y así poder realizar una buena actividad que gestione permitir untes adecuado de usabilidad.

Maduración: procesos de evolución, con el autosuficiente ensañamiento hasta así llegar al producto final.

Representación: tiene el aspecto y las características de actuación del sistema en planificación

Perspectiva: obtener cierto porcentaje de las competencias que todos los usuarios lleguen a manejar el determinado tiempo.

¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal?

Son empresas, nos relacionamos con personas que se comunican en nombre de sus compañías y tenemos que comprender en profundidad sus necesidades (tanto como empresa como profesional de la misma), sus retos y la relación que tiene con su empresa, dato que principalmente sabremos gracias a su cargo, dado el caso que las compañías que son mis clientes son las pequeñas y grandes empresas en general.

¿Qué valores destacan a su cliente ideal?

- Confiabilidad
- Integro e intangible
- Valor
- Actitud positiva
- Aseguramiento y reaseguramiento

¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?

Que estemos muy centrados en el proyecto que integramos para así poder cumplir sus deseos, unas de las referencias más importantes para el cliente ideal es que nos esforcemos en todos ámbitos arancelarios, documentación al día, llevar un contenido día a día para si informas y tener constancia al cliente. Accesorias y una oficina óptica para así el cliente aporte sus necesidades.

Bondades descritas del cliente ideal

Ser empático

Esta se ajusta al cliente ideal de una forma experimental objetiva, ser racional, Mantente cortés y amable, sin desconocer el enojo del **cliente** y sus motivos, para reorientar la conversación y mitigar su mal humor.

No te lo tomes personal

Podemos decir que es un ámbito de un mantra cotidiano para estar bien con uno mismo, dando que no dejemos de un lado al observar las actitudes, estilos y modos de trabajo y liderazgo. Es importante distinguarnos del mal “prestigio que se ha generado” y demostrar congruencia, profesionalismo y buena comunicación. Separar lo profesional de lo personal.

Escucha de forma active

En este contexto contribuimos con los clientes ideales, llevar a cabo las necesidades y concentrarse brevemente, una forma que se compleja para así dar función a tu cerebro de procesar las palabras, lenguajes corporales, el tono, la inflexión y los significados percibidos que provienen de la otra persona.

Mejor autoconocimiento

Debes utilizar el autoconocimiento; saber cuáles son tus fortalezas, tus debilidades, tus miedos y tus creencias, así podemos ajustar y dar con un buen ideal para el cliente ideal.

Regula tus emociones

Llevar a cabo una plenitud y tranquilidad para si no intentar no pensar en lo que te preocupa en un negocio, relájate respira hondo y recordar y pensar en las virtudes y en los éxitos tenido con anterioridad, llevar toda la atención hacia el asunto presente

Tener más funcionalidades

Llevar acabo características únicas que el para distinguir el producto, así encontrar estabilidad a las expectativas de dicho planteamiento.

Actores del mercado que ofrecen cosas similares**Población total de personas**

Por parte podemos decir ciertos grupos de compradores y vendedores, se ofrecen a las ventas bienes o servicios y ocurre transferencia. Puede ser definido también como la demanda de un producto o servicio, por otra parte, de cierto grupo de compradores posibles, como lo hemos

Llevado como esas pequeñas y grandes empresas que requieran, un apoyo o compañía sobre el sector industrial (PYMES).

Personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual
Personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto

En el entorno de nuestro servicio, donde generamos apoyo a dichos clientes ideal que llevan parte de lo que ofrecemos. Si la empresa sea pequeña o grande es potencial además muestra interés en buscar otros productos o servicios que ofrece, entonces tendrás un lead calificado. El objetivo es conseguir calificados para completar los ciclos de negociación.

Figura 4. Propuesta de valor



Fuente: Elaboración propia

Figura 5. *Teoría del Valor compartido*

Fuente: Elaboración propia basado en Cáceres (2015)

Según la teoría del valor compartido necesitaremos para nuestra empresa (Buffet de Negociadores) los siguientes pasos.

Figura 6. *Pasos de la teoría del Valor*

Fuente: Elaboración propia basado en Cáceres (2015)

Reinvención de productos y mercados:

Uno de los problemas que identificamos es la falta de conocimiento, el cómo formalizar sus empresas o emprendimientos, el no contar económicamente con un presupuesto para todas sus obligaciones.

Sin embargo a pesar del problema, queremos como equipo, convertir una amenaza como oportunidad, buscando recursividad, guía para lograr solución a nuestro problema, pensando pequeño, lo que se quiere decir es que podemos empezar desde poco, por ejemplo, haciendo trabajos a empresas que estén totalmente desarrolladas, lo que nos lleva a que podamos adquirir conocimientos, para ir fortaleciendo nuestra empresa e ir captando las debilidades de otras empresas y tenerlo como principal ventajas que nos diferencie, lo que queremos lograr es que el cliente ahorre tiempo y dinero por ello ofrecemos tienda online, páginas web, para capturar clientes.

Redefinición de productividad en la cadena de valor:

Según el análisis de planificación estratégica de nuestra empresa, con el objetivo de maximizar la cadena de valor mientras se minimizan los costos.

Figura 7. Cadena de Valor



Fuente: Elaboración propia basado en Cáceres (2015)

Desarrollo de Clústeres

Para desarrollar nuestro clúster para nuestra empresa tenemos a continuación los siguientes pasos:

Objetivos:

1. Lograr el aumento de la productividad de nuestra empresa
2. Impulsar la innovación en el campo
3. Tener mejor coordinación y organización

Elementos

De acuerdo a lo comentado, se establecen una serie de elementos que según Cáceres (2015) son sumamente importantes para en la planificación estratégica.

Integración: Oportunidades de hacer negocio con empresas la cual utilicemos sus recursos para beneficio común.

Infraestructuras: Empresas que tengan un clúster en sedes de Bogotá, que puedan hacer convenio con nuestra empresa, para obtener ventajas y beneficios:

Ayuda conseguir una visión que ayude a mejorar la posición competitiva

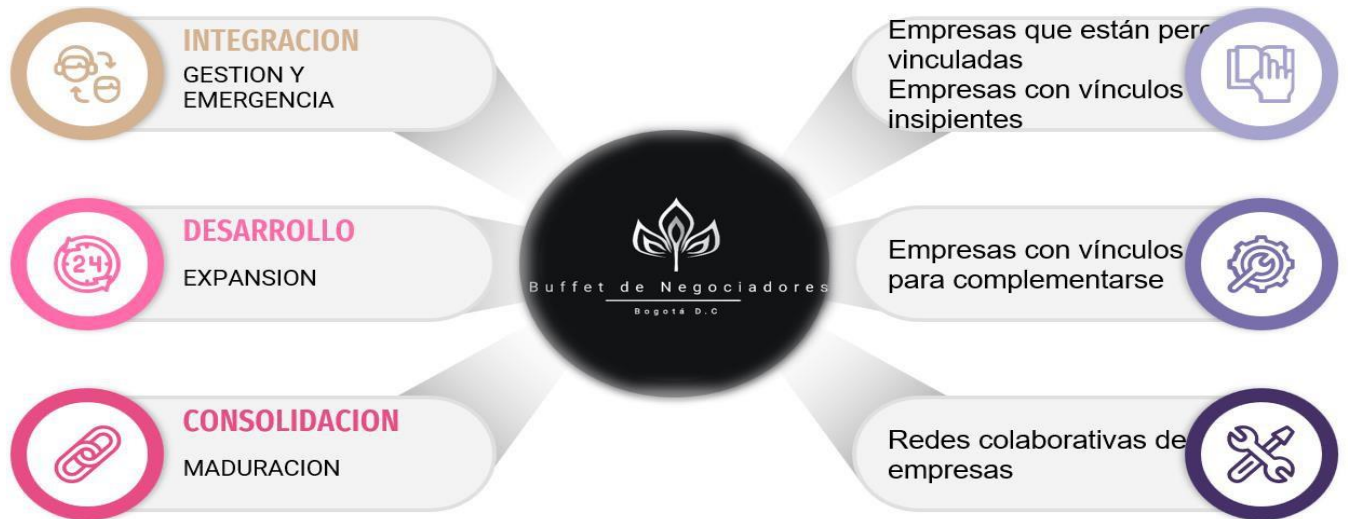
Enfocar mejor las necesidades de quien lo consume u/o cliente, la cual es el punto central de la ventaja competitiva

Agrupaciones: Agrupaciones: realizar agrupaciones con empresas que realicen la misma actividad para tener como objetivo mejorar nuestro flujo, intercambiar ideas e implementar innovaciones que beneficien a las dos empresas o agrupaciones.

Fases:

1. Misión y Visión de nuestra empresa (Buffet de negociadores)
2. Ubicación de la empresa (BOGOTA D.C Y Convenios)
3. Franquicias de la empresa.

Figura 8. Integración, desarrollo y consolidación



Fuente: Elaboración propia

En la figura 8, se observan aspectos a tener en cuenta para la integración, desarrollo y consolidación de nuestro Buffet de Negociadores.

Norma internacional

En cuanto a lo dicho anteriormente, se establecen varias reglamentaciones para cumplir con la ética del proceso, entre ellas están:

Norma ISO 9001 del 2015, la cual ha sido elaborada por la Organización Internacional para la Estandarización; esta norma principalmente constituye los estándares del Sistema de Gestión de Calidad (Organización Internacional para la Estandarización, 2015)





General de Protección de Datos (RGPD, o GDPR). Esta está basada en una regulación para la protección de los datos de los ciudadanos HERRANZ (2018)

Ley de Propiedad Intelectual (LPI), esta es propuesta por el Ministerio de Cultura de 1996, y establece los derechos de autor (Ministerio de Cultura, 1996)

Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI-CE): Conocida como Ley 34 del 2002 y establece los aspectos del servicio electrónico y del mercado interior. (Jefatura del Estado, 2002)

Para continuar se establecen los diseños y conceptos de la empresa.

Tabla 8. *Diseño de concepto*

Diseño de Concepto					
Ítem	Descripción	Cantidad	Valor U	Valor T	Fotografía
Computador	Portátil 14MC0032LAA6	10	2.175.900,00	21.759.000,00	
Escritorio	3x1 metros	1	2.500.000,00	2.500.000,00	
Teléfono Fijo	Panasonic Kx-ts500	3	59.800,00	179.400,00	
Teléfono Móvil	Samsung A30 S	10	639.900,00	6.399.000,00	

Sillas	RTA	10	219.900,00	2.199.000,00	
Impresora	Epson WF-6590DW	2	2.174.999,00	4.349.998,00	
Video Beam	Epson Powerlite	1	1.540.000,00	1.540.000,00	
Resma Hojas	Reprograf Carta	20	9.700,00	194.000,00	
Caja de Lapiceros	x 12 Bic Cristal	20	5.800,00	116.000,00	
A-Z	Copypac	30	18.100,00	543.000,00	
Software	Seguridad	1	469.900,00	469.900,00	
Dispensador de agua	línea blanca de Kalley	1	439.000,00	439.000,00	

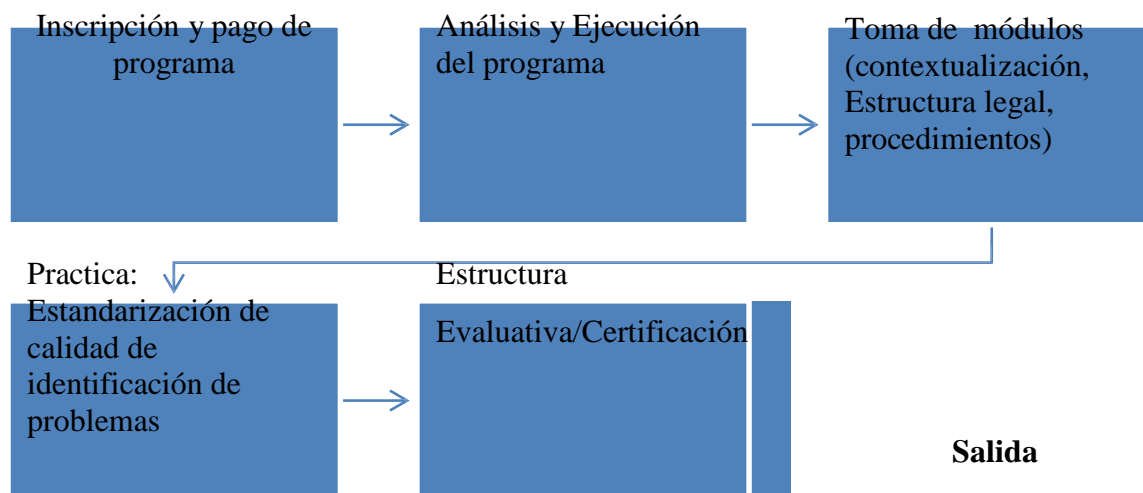
Fuente: Elaboración propia

Los costos de producción mensual están estimados en \$ 14.687.000 pesos, y el precio de venta del programa (servicio) se estima en 250.000 mil pesos

Diseño en detalle

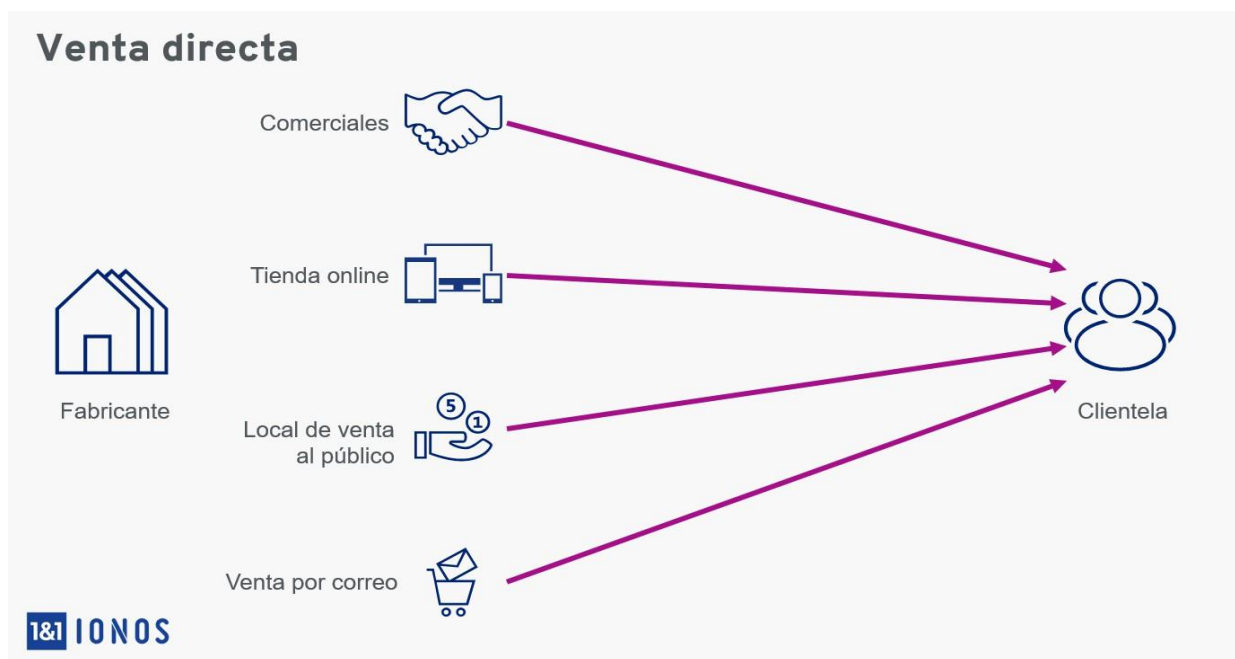
Figura 9. Diagrama de Bloques

Entrada



Fuente: Elaboración propia

Figura 10. Cadena de distribución



Fuente: Elaboración propia

Tabla 9. *Costos de producción*

Costos de Producción					
N	Item	Descripción	Cantidad	Valor U	Valor T
o					
Materia Prima					
1	Caja de Lapiceros				
2	A-Z	Copypac	30	18.100,00	543.000,00
3	Software	Licencia	3	100000	300.000,00
4	Resma Hojas	Reprograf Carta	20	9.700,00	194.000,00
5	Membresia Iso	Calidad	1	900000	
6	Internet y Telefonia	Tigo une plan 300 megas	2	250.000,00	500.000,00
Mano de Obra directa					
1	Asesores Tecnicos	Contenido del programa	3	1.500.000,00	4.500.000,00
2	Contador	Contabilidad	1	900.000	900.000,00
3	Abogado	Asesor empresa	1	1.800.000,00	1.800.000,00
4	Ingeniero en sistemas	Encargafo de Software	1	1.800.000,00	1.800.000,00
5	Asesores comerciales	Vendedores	3	800.000,00	2.400.000,00
6	Secretaria				850.000,00
Valor completo					12.250.000,00

Fuente: Elaboración propia

Como lo indica la tabla 9, los costos de producción mensual están estimados en \$ 14.687.000 pesos, y el precio de venta del programa (servicio) se estima en 250.000 mil pesos.

Indicadores

- Índice de satisfacción de clientes con la Marca
- Costo de Adquisición de un cliente
- Alcance en redes sociales de Campaña de reconocimiento de la marca
- Número de personas visitantes en Plataformas sociales
- Porcentaje de clientes contactados por Marketing Porcentaje de aceptación de muestras del Producto Previo Costo de Lead o prospecto

Figura 11. Brochur

Misión

SER UNA DE LAS MEJORES ENTIDADES A NIVEL NACIONAL Y TENER UN GRAN POSICIONAMIENTO A NIVEL INTERNACIONAL. OFRECIÉNDOLE A NUESTROS CLIENTES UN SERVICIO DE CALIDAD Y MUY ACCESIBLE. SIN PERDER NUESTRO ENFOQUE DE POTENCIAR PEQUEÑAS EMPRESAS Y EMPRENDIMIENTOS PARA 2023.

¿QUIENES SOMOS?

Somos una entidad que brinda servicios de calidad y personalizados en el proceso de apoyo y seguimiento para empresas o emprendimientos en Colombia. Dedicadas a los procesos de exportación, asesoría de constitución, académica, técnica y en logística de procesos de exportación, Plataformas digitales.

Uno de nuestros objetivos es el que nuestra entidad apoye, guíe estas nuevas empresas y existentes a posicionarse, a llegar a exportar sus productos u ofrecer sus servicios, en el que nuestra economía mejore, dónde se ofrezca más empleos. Ya que tenemos un gran potencial a nivel nacional, con jóvenes y adultos con excelentes ideas de negocio.

CONTACTO

Correo: negociadoresbu@gmail.com

Teléfono: 3175319836
Facebook: Buffet Negociadores
Instagram Buffet_Negociadores

Buffet de Negociadores

BOGOTÁ D.C COLOMBIA

No hay excusas para romper fronteras



Ventajas

- Ahorro de tiempo
- adquirir vistos buenos Obligatorios para su producto o servicio .
- Garantizamos estándares de calidad.
- Los asesores estarán especializados en diferentes procesos que el usuario requiera, se encargaran de formular, completar documentos obligatorios
- Servicio Accesible Económicamente

Servicios



Plataforma Digitales
\$250.000



Escuela de Procesos de Logística (Exportación) \$300.000



Acompañamiento Personalizado
\$350.000



Características

- Ofrecemos a nuestros usuarios una ruta a seguir.
- le ofrecemos una membresía de seis meses.
- la entidad brindara un apoyo a los emprendimientos con potencial .
- Agilidad en resultados
- seguridad con la propiedad intelectual (ideas de negocio)

BUFFET DE NEGOCIADORES

Fuente: Elaboración propia

En la figura 11, se enmarca aspectos como la misión, características, ventajas y servicios de nuestra empresa Buffet de Negociadores.

Tabla 10. *Ficha técnica*

Ficha técnica	
Nombre de la empresa	Buffet de negociadores
Correo	negociadoresbu@gmail.com
Contacto	317 531 9836
Ubicación	Bogotá D.C, Colombia
Redes sociales	Bufett_negociadores



Descripción General

Somos una entidad que brinda servicios de calidad y personalizados en el proceso de apoyo y seguimiento para empresas o emprendimientos en Colombia, Dedicadas a los procesos de exportación, asesoría de constitución, académica, técnica y en logística de procesos de exportación, Plataformas digitales.

Descripción del servicio

Ofrecemos a nuestros usuarios una ruta a seguir por medio del apoyo de asesoramiento por medio de una membresía inicial de 6 meses, brindando apoyo a las empresas con potencial exportador para siendo eficientes y ágiles en resultados, seguridad con la propiedad intelectual, ahorro de tiempo y crecimiento económico.

Proceso

Inscripción y pago

Datos de contacto: Tiempo
de constitución: Producto o
servicio: Información
Financiera: Datos de la
Persona Natural
o Jurídica:

Módulos

Contextualización
Estructura Legal
Procedimiento

Estandarización de calidad

Ubicación de la Empresa
Capacidad de Producción
Utilización de materia prima
Estructura jerárquica
Capacidad financiera

Estructura Evaluativa	Certificación
	Seguimiento
	Retroalimentación
	Fortalecimiento

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11. *Lea Cnavas*

Problema	Solución	Propuesta	Ventaja injusta	Segmento de clientes
1. Falta de apoyo nacional al conocimiento técnico	1. Asesoría personalizada	de Valor única	Te brindamos servicios de calidad y buen asesoramiento, ahorra tiempo y dinero, sabes lo que eres, pero aun no sabes lo que podemos logrararte hacer.	1. Empresas que no buscan asesoría para exportar.
2. no contar económicamente con un presupuesto	2. Ahorro en presupuesto.	No hay excusas para romper fronteras		2. Empresas que no cumplen con todo lo manifestado para la exportación
3. Tener que desplazarse para hacer tramites	3. No es necesario desplazarse, gracias a las plataformas que cuenta la empresa			3. Empresas que no pagan y hacen los tramites mal y causan multas
4. No tienen mayor conocimiento	4. Se realizan trámites de lo que requiere para dicha exportación.			4. Empresas con desconocimiento de la mecánica de exportación
5. No cuentan con todos los requisitos para dicho tramite	5. Se cuenta con personal con experiencia			
6. No cuentan con personal con experiencia	6. Ahorra tiempo			
7. Falta de tiempo				
	Métricas Clave		Canales	
	1. Trafico web:		1. Páginas web	
	SEO, SEM Visitas (su		2. Atención al cliente	

coste)	(telefonía,
contactos y ventajas	chat, WhatsApp , email)
2. Incrementos nuevos clientes	3. Contenido s útiles para aparecer en Google.
Estructura de costos	Fuentes de ingresos

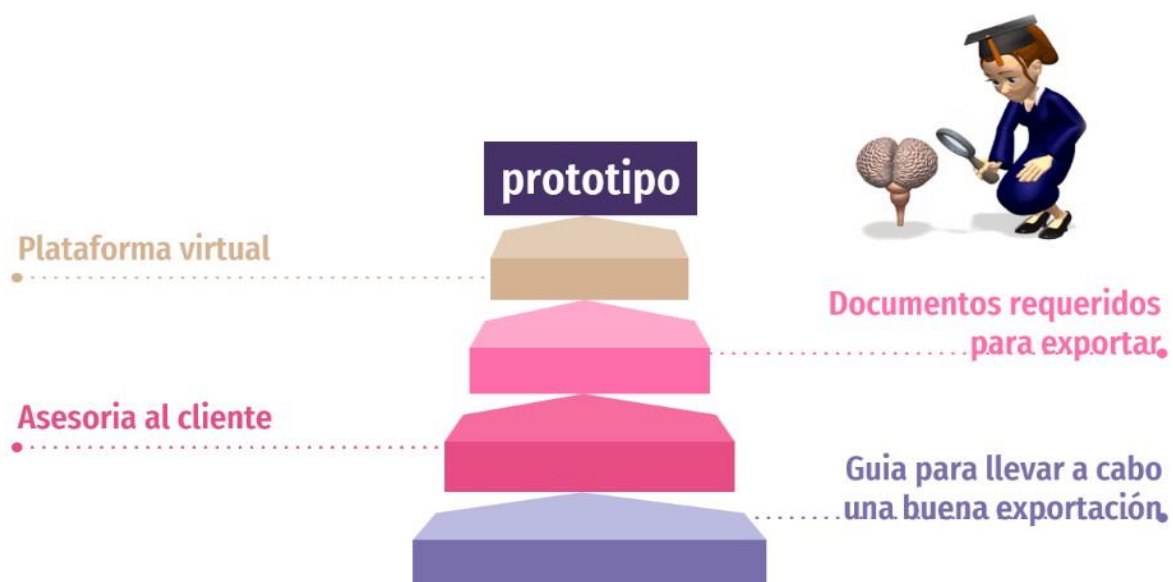
Variable:
documentación que requiera el cliente
aprox. 40% más: embalaje, portes, tasas y
publicidad

Fijo:
Local, teléfono, gestoría, hosting,
colaboradores, administración.

Compra no recurrente debe tener margen bruto
muy alto (40% documentación, 50% asesoría)

Fuente: Elaboración propia

Figura 12. *Prototipo*



Fuente: Elaboración propia

En la figura 12. Se denotan aspectos que tiene en cuenta Buffet de Negociadores en cuanto al prototipo.

Figura 13. Marco publicitario



Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la figura 13, se denotan los aspectos del marco publicitario de Buffet Negociadores, para ello se tendrá en cuenta la publicidad por medio de comunicación y medios virtuales.

Figura 14. Páginas Web



Fuente: Elaboración propia

Dentro de la figura 14, se establecen el tipo de páginas web, apps, publicidad se ha de utilizar para su divulgación

Figura 15. Páginas Web (Facebook)



Fuente: Elaboración propia

En la figura 15, está inmersa la representación de nuestra página de Facebook.

Figura 16. Páginas Web (Gmail)





Fuente: Elaboración propia

En la figura 16, a diferencia de la figura anterior, se enmarca nuestro correo electrónico a través de Gmail.

Objetivo general

Determinar por medio de una entrevista cuales son los mayores retos, problemas y necesidades para incrementar su capacidad empresarial profundizando e interpretando cada una de estas variables para poder dar una solución acertada a su problemática.

Objetivos Específicos

1. Diseñar una ruta convivencia donde los empresarios o personas incluidas dentro de este foco puedan dar a conocer las falencias, retos y oportunidades que identifican a la hora de emprender fuera del país.

2. Recolectar y organizar la información obtenida para orientar y/o estructurar la idea de negocio plasmada dentro de nuestro proyecto.

3. Detectar los principales errores dentro de la estructura de estos negocios o proyectos ya implementados para darle una innovación en el proceso.

Tipo de investigación

Se realizará de manera apropiada una investigación cualitativa donde podamos realizar una entrevista a diferentes emprendedores, Pyme o grandes empresas para identificar su puntos de dolor y nutrir nuestra idea de negocio. Nos parece relevante ya que nos permite separar los diferentes puntos de vista o conceptos de forma individual y recolectar la mayor parte de información ya que estamos trabajando con un grupo grande en el Mercado.

Tabulación y Análisis de la información

Tenemos dentro de los datos encontrados que apenas un 9% de los emprendimientos están constituidos apenas hace menos de un año y el 90% no se constituye aún. Aquí encontramos vacíos

Entrevista

1. ¿Hace cuánto está constituido como persona Jurídica?
 - Menos de 1 año
 - Entre 1 a 3 años
 - De 4 a 10 años
 - Más de 10 años
 - No estoy constituido
2. ¿Conoce alguno de estos trámites?
 - formulario Declaración de Exportación- DEX
 - Régimen de Libre Exportación
 - Régimen de Exportaciones sujetas a vistos Buenos
 - Solicitud de Criterios de Origen
3. Según su criterio ¿Cuáles creen que son los principales problemas para exportar en Colombia?
 - Falta de conocimiento de los tramites
 - Aranceles elevados
 - Déficit económico en la nación
 - Otro
4. ¿Conoce alguno de los Programas del gobierno para apoyar los procesos de exportación?

Si

No

Cuales? _____

5. ¿En qué sector de la industria se encuentra su empresa?
 - Comercialización
 - Servicios
 - Agropecuaria
 - Economía Naranja
 - Otro
6. ¿Cómo considera el servicio de estas empresas?
 - Export Access
 - Sippo
 - EBay
 - No las conozco
7. ¿Conoce usted cuantos tratados de libre comercio tiene Colombia?
 - 10 o menos
 - más de 20
 - No sé
8. ¿Según su criterio que debe de contener un buen servicio de asesoría para exportar?
 - Buen servicio
 - Información completa
 - Una Buena plataforma Online
 - Otro
9. ¿Qué opina usted de la creación de una Escuela para exportadores?
 - No es bueno ni malo
 - Es algo necesario
 - Requiere mucho conocimiento técnico
 - Ya hay muchas empresas que ofrecen este servicio
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio ofrecido por una escuela de exportadores?
 - 200 a 300 mil pesos

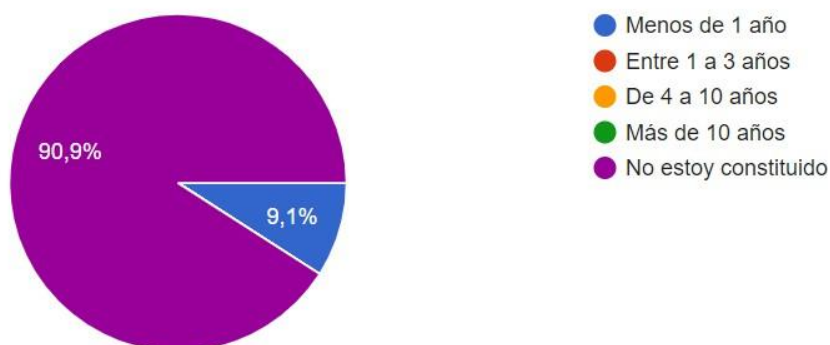
- 500 a 800 mil pesos
- 150 mil pesos

No sabe

Figura 17. *Pregunta ¿Hace cuánto tiempo está constituido como persona jurídica?*

1. ¿Hace cuánto esta constituido como persona jurídica?

33 respuestas

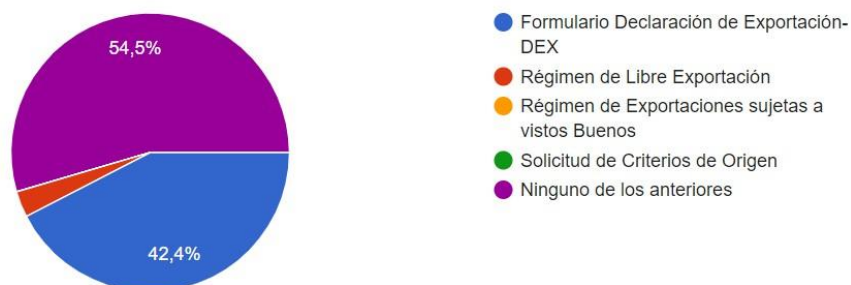


De acuerdo a la figura 17, los conocimientos previos de cada empresa, es donde podemos concertar que intereses tienen cada una de ellas. Dentro de este análisis podemos fijar que la gran mayoría de empresas no tienen intereses dentro del campo de la exportación o ampliación de la capacidad empresarial.

Figura 18. *Pregunta ¿Conoce alguno de estos tramites?*

2. ¿Conoce alguno de estos tramites?

33 respuestas

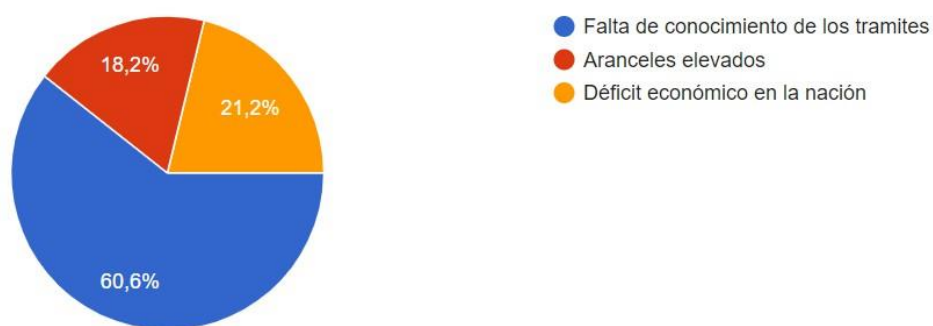


En la figura 18, podemos analizar el hueco en la falta de conocimiento previo que deben tener las empresas a la hora de realizar actividades en este campo. Lo que podemos apreciar es el apoyo maximizado para las empresas que quieren incursionar en este ámbito.

Figura 19. *Pregunta ¿Cuáles creen que son los principales problemas para exportar en Colombia?*

3. Según su criterio ¿Cuáles creen que son los principales problemas para exportar en Colombia?

33 respuestas

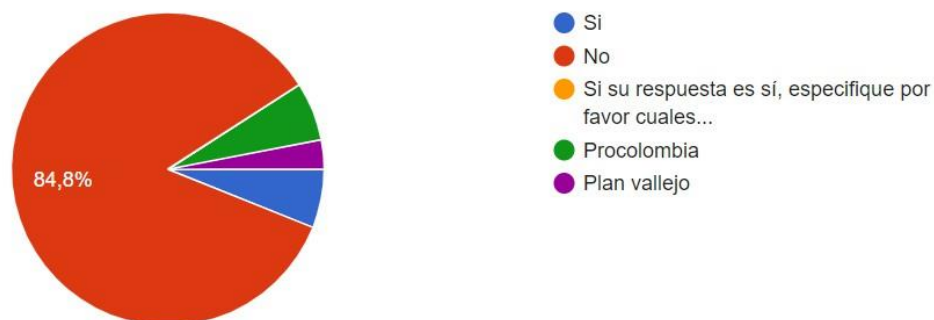


En la figura 19, solo el 6% de las empresas conocen procesos como Pro Colombia dentro de los programas del gobierno para apoyar el proceso de las exportaciones. Podemos asegurar que el problema aún es demasiado inmenso para solo un programa dirigido por el gobierno.

Figura 20. *Pregunta ¿Programas del gobierno?*

4. ¿Conoce alguno de los Programas del gobierno para apoyar los procesos de exportación?

33 respuestas

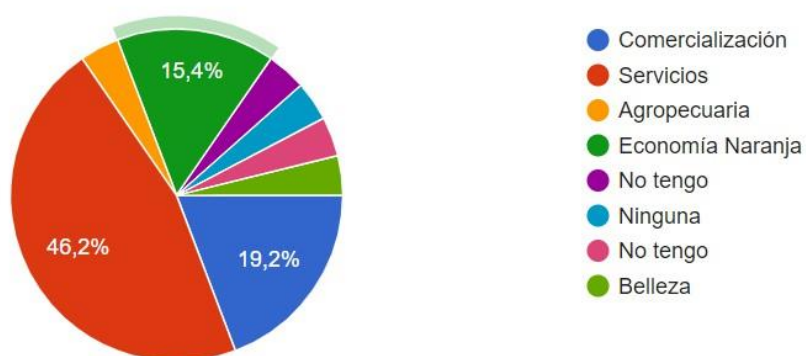


En cuanto a la figura 20, el 46% de las empresas encuestadas están dentro del sector servicios, los que nos lleva a pensar que tenemos pocas empresas del sector de la producción interesadas en la comercialización a gran escala de sus productos.

Figura 21. *Pregunta ¿En qué sector de la industria se encuentra su empresa?*

5. ¿En que sector de la industria se encuentra su empresa?

26 respuestas

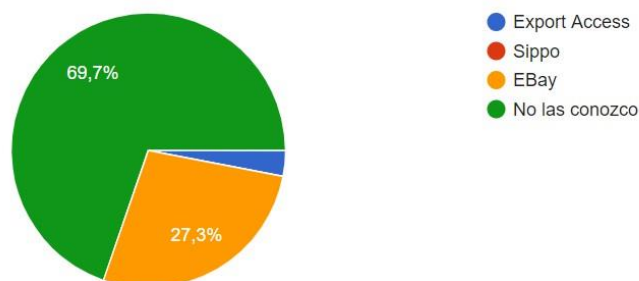


Si bien, en la figura 21, tenemos en cuenta que los Programas que ofrece el gobierno son importantes, pero se nota dentro del 69% de las empresas que manifiestan no conocer plataformas o empresas que ofrecen este servicio.

Figura 22. *Pregunta ¿Conoce el servicio de la empresa?*

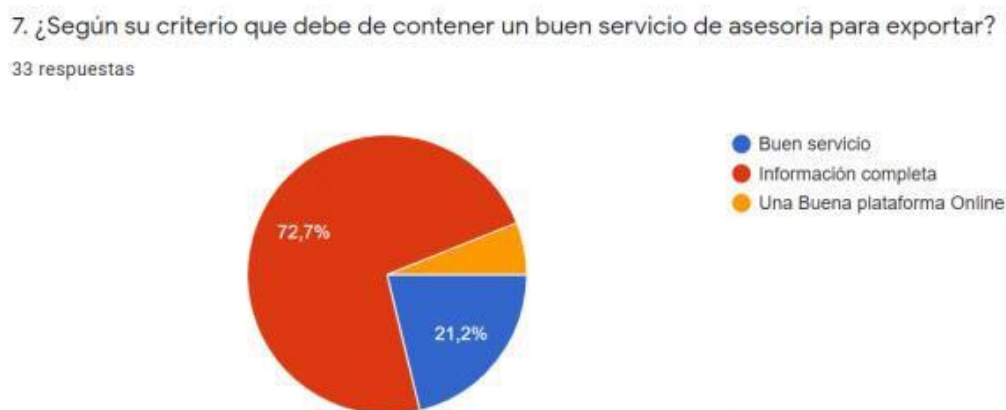
6. ¿Conoce el servicio de estas empresas?

33 respuestas



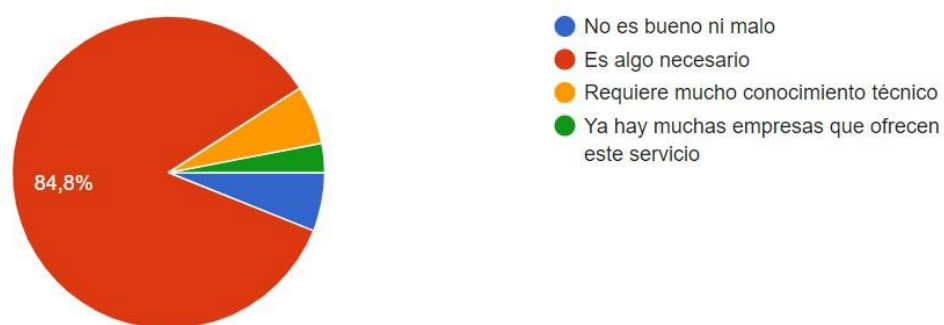
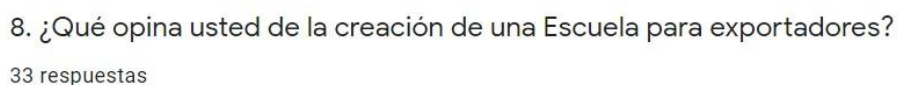
En la figura 22, tenemos en cuenta que la información completa a la hora de prestar un servicio es la mejor arma. Lo que nos lleva analizar que el 72% de las empresas encuestadas han sufrido malos servicios dentro de sus procesos o actividades empresariales.

Figura 23. *Pregunta ¿Qué debe contener un buen servicio de asesoría para exportar?*



En la figura 23, se hace el análisis de cómo es importante la creación de una estructura que acoja todas las problemáticas, retos y vacíos que existen dentro de este sector para las empresas primarias y para las que ya ha tenido su experiencia poder reforzar sus acciones dentro de los mercados internacionales.

Figura 24. *Pregunta ¿Qué opina de la creación de una Escuela para exportadores?*

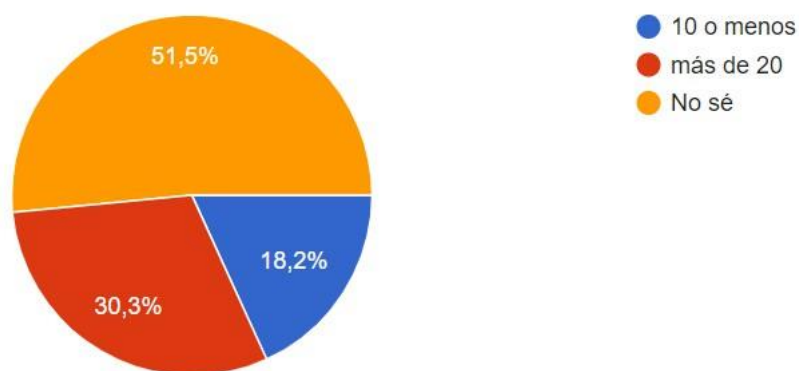


En la figura 24, se observa que más del 50% de las empresas o emprendimientos no conocen cuantos tratados de libre comercio en Colombia y solo un 30% sabe o se acerca a saber cuántos tiene realmente. Esto es una cifra preocupante ya que notamos que los empresarios están pesando en competir siempre dentro del mismo territorio sin mirar más allá de sus proyecciones.

Figura 25. *Pregunta ¿Conoce usted cuantos tratados de libre comercio tiene Colombia?*

9. ¿Conoce usted cuantos tratados de libre comercio tiene Colombia?

33 respuestas

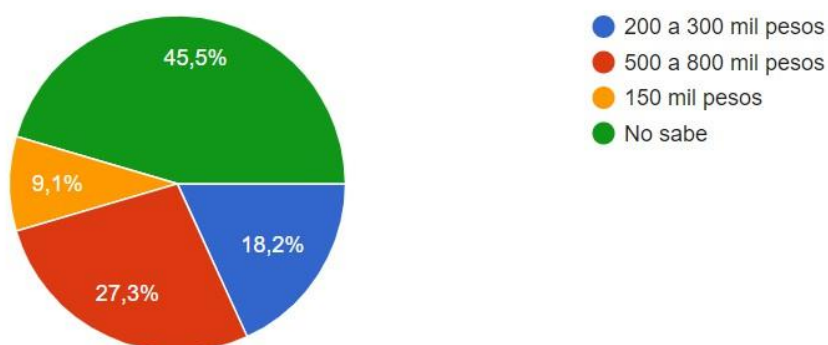


En la figura 25, se observa que el 51,5% no conoce sobre el tratado del libre comercio, mientras que el 30,3%, responde que hay más de 20 tratados de libre comercio en Bogotá, y en su minoría el 18,2%, comenta que hay 10 o menos tratados de libre comercio.

Figura 26. *Pregunta ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio ofrecido por una escuela de exportaciones?*

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio ofrecido por una escuela de exportadores?

33 respuestas



De acuerdo a la figura 26, el 45,5%, desconoce cuánto estaría dispuesta a pagar, el 27,3% comenta que entre 500 a 800mil y en su minoría el 9,1%, refiere que 150mil pesos.

Conclusiones

Al concluir este trabajo nos hemos dado lo importante la minuciosa investigación que se debe realizar para obtener una correcta creación de empresa, ya que es fundamental tener en cuenta nuestro cliente, el Mercado, nuestra propia idea de negocio, realizar el estudio y verificar que tan viable resulta lo que se propone. Donde cada proceso o punto a realizar nos enamora más de lo que podemos hacer posible.

En cuanto al trabajo como tal, nos hemos dado cuenta de las características que nos destaca como empresa y hasta las nuevas propuestas que surgen en el camino, las comparaciones con otras entidades son importante también, ya que encontramos falencias en nuestras ideas y se optó por sugerir otras que las suplieran.

El sacar resultados económicos de nuestros costos de producción como empresa hacen que nos enfoquemos verdaderamente en la parte financiera de nuestra entidad y así estudiar a fondo que beneficios podemos ofrecerle a nuestros usuarios por medio ello.

El proyecto surge debido a la misma necesidad, las pequeñas empresas y emprendimientos no tienen muchas posibilidades de llevar a cabo su negocio, debido a la falta de conocimiento en el campo, el no contar económicamente con un plante para realizar el proceso legalmente, nuestra entidad ofrece alternativas para que no haya excusa de surgir en el Mercado y adquirir todos los beneficios tanto económicos, sociales, cultural, donde identificamos en nuestra propuesta de valor nuestro posible cliente.

Referencias

- AnalDEX: Asociación Nacional de Comercio Exterior. (s,f). Quiénes somos. Recuperado 17 de septiembre de 2020. <https://www.analdex.org/quienes-somos/>
- Cáceres, N. D. (2015). La creación de valor compartido: estrategia de sostenibilidad y desarrollo empresarial. *Cultura Latinoamericana*, 22(2), 207-230.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (S,f). Ley de Emprendimiento Juvenil. Recuperado 17 de septiembre de 2020. <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Normativa-Registros-Publicos/Ley-de-Emprendimiento-Juvenil>
- Cárdenas, C. F., Cortes, B. A., & González, S. J. (2018). Efectos de la política cambiaria sobre el crecimiento económico, en un periodo de flexibilidad controlada 2000-2016.
- CONGRESO DE COLOMBIA. (1983, 20 de diciembre). LEY 48 DE 1983, por la cual se expiden normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular aspectos del comercio exterior colombiano. DIARIO OFICIAL. AÑO CXX. N. 36421 <http://www.suin-juricol.gov.co/viewDocument.asp?id=1602720#:~:text=LEY%2048%20DE%201983&text=3642113735-.por%20la%20cual%20se%20expiden%20normas%20generales%20a%20las%20cuales,aspectos%20del%20comercio%20exterior%20colombiano.>
- CONGRESO DE COLOMBIA. (1991, 16 de Enero). LEY 7 DE 1991. <https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-de-apoyo/gestionjuridica/leyes/ley-7-de-1991.aspx>
- Dinero. (2020, Septiembre). Colombia tiene con qué exportar. Recuperado 17 de septiembre de 2020. <https://www.dinero.com/empresas/articulo/potencial-exportador-colombia/200902>
- EditorialLR (2020, Septiembre). El problema de la caída de las exportaciones. <https://www.larepublica.co/opinion/editorial/el-problema-de-la-caida-de-las-exportaciones-2960864>
- El país. (2017, Mayo). 73% de las pymes del país no exporta sus productos. Recuperado 18 de septiembre de 2020. <https://www.elpais.com.co/economia/73-de-las-pymes-del-pais-no-exporta-sus-productos.html>

EL TIEMPO. (1996). Ventajas ecológicas de Colombia, que más aprecian en el EXTERIOR
Recuperado 18 de septiembre de 2020.
<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-375234>

Export Access. (s,f). ¿Qué es Export Access e IntradeBID?. Recuperado 17 de septiembre de 2020.
<http://www.exportaccess.intradebid.org/>

Herranz, A. (2018). GDPR/RGPD: qué es y cómo va a cambiar internet la nueva ley de protección de datos. <https://www.xataka.com/legislacion-y-derechos/gdpr-rgpd-que-es-y-como-va-a-cambiar-internet-la-nueva-ley-de-proteccion-de-datos#:~:text=GDPR%2C%20por%20sus%20siglas%20en,vivan%20en%20la%20Uni%C3%B3n%20Europea.>

Jefatura del Estado (2002, 12 de julio). Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2002/BOE-A-2002-13758-consolidado.pdf>

LegisComex (S,f). 10 tropiezos frecuentes a la hora de exportar. Recuperado 18 de septiembre de 2020.https://www.legiscomex.com/Noticias/10_tropiezos_frecuentes_a_la_hora_de_exportar-71229

Luzardo, A. (2016). Reporte destaca el papel de la tecnología en las exportaciones. https://www.enter.co/especiales/colombia-bringiton/reporte-destaca-el-papel-de-la-tecnologia-en-exportaciones-colombianas/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+boletin-ENTERCO+%28Bolet%C3%ADn+ENTER.CO%29

Manuales Prácticos de la PYME. (s,f). Como realizar un estudio de Mercado. http://emprenderioja.es/files/recurso/r02682_estudio1.pdf

Ministerio de Cultura (1996, 12 de abril). Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia. <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/es/es189es.pdf>

Ministerio de Industria, Energía y Turismo. (s,f). Creación de Empresas: Plan de empresas. <https://www.ajeasturias.com/wp-content/uploads/2014/04/el-plan-de-empresa.pdf>

Organización Internacional para la Estandarización (2015). ISO 9001. <http://sigug.uniguajira.edu.co:8080/sigug/pdf/ISO%209001%202008.pdf>

Procolombia. (S,f). Preguntas frecuentes que documentos se requiere para Exportar. Recuperado 17 de septiembre de 2020. <https://www.colombiatrader.com.co/contacto/preguntas-frecuentes/que-documentos-se-requieren-para-exportar>

PROCOLOMBIA. (S. f). Conozca a PROCOLOMBIA. Recuperado 17 de septiembre de 2020, de: <https://procolombia.co/nosotros/conozca-procolombia>

Sippo (S,f). Facilitamos el comercio sostenible. Recuperado 17 de septiembre de 2020. <https://www.sippo.com.co/>

Unipymes. (2019, Agosto). Ebay presenta su plataforma educativa de exportación para vendedores. Recuperado 18 de septiembre de 2020. <https://www.unipymes.com/ebay-presenta-su-plataforma-educativa-de-exportacion-para-vendedores/>

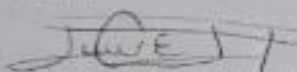
Anexos

Anexo I. *Compromisos del autor*

Compromisos del autor

Yo (Claudia Esperanza Lancheros Forero, identificada C.C 1002522942 ; Miguel Useche Ortiz, identificado C.C 1024594075 ; María Paula Velásquez Tobón, identificada C.C 1002549462) Estudiante del programa (Negocios Internacionales) declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier manifestación de plagio, copia o falta a la Fuente original, soy responsable directo, legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma



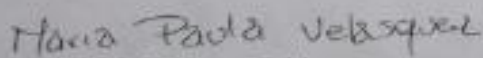
Claudia Esperanza Lancheros Forero

1002522942



Miguel Useche Ortiz

1024594075



María Paula Velásquez Tobón

María Paula Velásquez Tobón

1002549462