



**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER  
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PLAN DE NEGOCIOS  
EMPRESA IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE  
TERMOS ESPECIALES PARA DEPORTISTAS “BOTTLE PACK  
S.A.S.”**

**INFORME DE TRABAJO FINAL PARA OPTAR AL GRADO  
DE TECNÓLOGO EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**MIGUEL MATEO AREOSA BEDOYA  
SIMÓN PELÁEZ**

**MILTON CESAR TORO CADAVID  
ECONOMISTA - ESPECIALISTA EN GERENCIA DE PROYECTO**

2016

## ÍNDICE

	Pág.
LISTA DE TABLAS	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
LISTA DE GRÁFICAS	v
LISTA DE FIGURAS	vi
GLOSARIO	vii
ABSTRACT	vii
RESUMEN EJECUTIVO	ix
INTRODUCCIÓN	x
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
CAPÍTULO 1: INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	
<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>	
1.1 Nombre de la empresa	2
1.2 Tipo de empresa	2
1.3 Descripción de la empresa	3
1.4 Misión	3
1.5 Visión	3
1.6 Relación de bienes y servicios	3
1.7 Ventaja competitiva	4
CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE ENTORNO Y SECTOR	5
2.1 Entorno	5
2.2. Sector o industria	11
CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE MERCADOS	15
3.1 Objetivos de la investigación	15
3.2 Perfil del mercado meta de bienes y servicios	16
3.3 Mercado meta de los bienes y servicios	17
3.4 Cuantificación de los clientes potenciales	18

3.5	Mercado competidor	19
3.6	Mercado distribuidor	19
3.7	Comunicación y actividades de promoción y divulgación	20
3.8	Plan de ventas	21
CAPÍTULO 4: ANÁLISIS INTERNACIONAL		22
4.1	Tratados comerciales	23
4.2	Partida arancelaria	23
4.3	Vistos buenos	23
4.4	Capacidad importadora	24
4.5	Participación en ferias	24
4.6	Rutas de acceso	24
4.7	Liquidación de costos de importación	26
CAPÍTULO 5: ANÁLISIS TÉCNICO		27
5.1	Descripción del proceso de comercialización	27
5.2	Capacidad de producción	28
5.3	Recursos materiales y humanos para la producción	28
CAPÍTULO 6: ANÁLISIS ADMINISTRATIVO		30
6.1	Estructura organizacional del negocio	30
CAPÍTULO 7: ANÁLISIS LEGAL		31
7.1	Tipo de organización empresarial	31
7.2	Certificaciones y gestiones ante entidades públicas	32
CAPÍTULO 8: ANÁLISIS FINANCIERO		33
8.1	Tasas de interés, impuestos y rentabilidad	34
8.2	Aportes de capital de los socios	34
8.3	Créditos bancarios	34
8.4	Precios de los productos	34
8.4.1	Factores que influyen en el precio	34
8.4.2	Los precios tomando en base los costos	34
8.5	Ingresos y egresos	35
8.5.1	Ingresos	35
8.5.1.1	Ingresos propios del negocio	35

8.5.2	Egresos	36
8.5.2.1	Inversiones	36
8.5.2.2	Costos fijos y variables	37
8.5.3	Estados Financieros	37
8.5.3.1	Estado de pérdidas y ganancias	37
8.5.3.2	Flujo de caja	38
8.5.4	Estados financieros proyectados y análisis de sensibilidad	38
8.5.4.1	Análisis de sensibilidad	38
8.5.4.2	Estados de pérdidas y ganancias proyectados	39
8.5.4.3	Flujo de caja proyectado	39
8.6	Evaluación financiera	40
8.6.1	VPN TIR Y PAYBACK DESCONTADO	40
8.6.1.1	VPN	40
8.6.2.1	TIR	41
8.6.2.2	PAYBACK DESCONTADO	41
	CONCLUSIONES	42

## LISTA DE TABLAS

TABLA 1: INDICADORES ECONÓMICOS COLOMBIA .....	6
TABLA 2: INDICADORES DE CRECIMIENTO EN ESTADOS UNIDOS .....	10
TABLA 3: SECTORES DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN ESTADOS UNIDOS .....	11
TABLA 4: GRAVAMEN ARANCELARIO PARA LOS TERMOS.....	23
TABLA 5: VISTOS BUENOS.....	23
TABLA 6: ESTRUCTURA DE CAPITAL .....	34
TABLA 7: TABLA DE COSTOS.....	35
TABLA 8: TABLA DE PRECIOS.....	35
TABLA 9: TABLA DE VENTAS.....	36
TABLA 10: INVERSIONES .....	36
TABLA 11: COSTOS FIJOS Y VARIABLES.....	37
TABLA 12: PÉRDIDAS Y GANANCIAS .....	37
TABLA 13: FLUJO DE CAJA.....	38
TABLA 14: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS .....	39
TABLA 15: FLUJO DE CAJA PROYECTADOS.....	40
TABLA 16: CRITERIOS DE DECISIÓN .....	40

## LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
GRÁFICO 1: DISTRIBUCIÓN DE CONSUMIDORES DE PLÁSTICO EN COLOMBIA.....	11
GRÁFICO 2: RESULTADOS DE LA ENCUESTA .....	18
GRÁFICO 3: RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADOS AL PLAN DE VENTAS .....	21

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: LOGO DE LA EMPRESA .....	2
FIGURA 2: TERMO FITBOTTLE .....	4
FIGURA 3: LOGO DE BOTTLEPACK .....	20
FIGURA 4: RUTAS MARÍTIMAS .....	25
FIGURA 5: PLANOS OFICINA DE LA EMPRESA.....	29

## **GLOSARIO**

**IMPORTACIÓN:** Es la introducción de mercancías procedentes de otros países o de zona franca industrial colombiana al resto del territorio aduanero Nacional.

**OFERTA:** Una oferta es una propuesta que se realiza con la promesa de ejecutar o dar algo. La persona que anuncia una oferta está informando sus intenciones de entregar un objeto o de concretar una acción, en general a cambio de algo o, al menos, con el propósito de que el otro lo acepte

**DEMANDA:** Desde es la cantidad de los bienes o servicios que la población o los clientes desean conseguir para finalmente satisfacer sus necesidades.

**PRODUCTO SUSTITUTO:** Los productos sustitutos son aquellos que satisfacen las necesidades de los clientes igual que el producto que ofrece la industria o los medios tradicionales, como por ejemplo, gasolina y gas vehicular.

**COMERCIALIZADORA:** Una empresa comercializadora es la que se encarga simplemente de comercializar un bien o servicio finalizado. Según esto, es entonces una empresa cuya misión es mercadear o vender productos o servicios manufacturados o ya existentes en el mercado.

## **ABSTRACT**

The goal of this business plan is to see the viability for the creation of a commercial company of sports bottles in the city of Medellín-Colombia, where the market is very attractive for the cultural conditions that have been attacking the city and the country in general. The product will be imported from the United States and as mentioned above, initially marketed in Medellín-Colombia, with a plan to expand to the most important cities of the country in a period between 3 and 5 years.

In this work we will find a market study focused on two sectors, first the plastic industry that finally is the sector where the products belong to, and the second one to the industry of Fitness and sportsmen in Medellín-Colombia, which is the sector where the product will finally be commercialized, through a survey that allowed to know the degree of acceptance of the product and if it is possible or not to capture market.

A financial analysis was also carried out where it was observed that the project, although not the most profitable for the partners, is finally feasible and can be carried out, and has a high projection that is not mentioned, but that by the increase of sportsmen and of the culture Fitness in general can be given an exponential growth if know how to take advantage of these factors.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El objetivo de realizar este plan de negocios es ver la viabilidad para la creación de una empresa comercializadora de termos deportivos en la ciudad de Medellín-Colombia, donde el mercado se presta muy atractivo por las condiciones culturales que han venido atacando la ciudad y el país en general. El producto será importado de Estados Unidos y como se mencionó anteriormente, comercializado inicialmente en Medellín-Colombia, con un plan de expansión a las ciudades más importantes del país en un lapso entre 3 y 5 años.

En este trabajo se podrá encontrar un estudio de mercados enfocado a dos sectores, el primero la industria del plástico que finalmente es a la cual los productos pertenecen, y el segundo a la industria del Fitness y deportistas en Medellín-Colombia que es el sector donde el producto finalmente se comercializará, con la ayuda de una encuesta que permitió conocer el grado de aceptación del producto y si es posible o no capturar mercado.

También fue realizado un análisis financiero donde se observó que el proyecto, a pesar de no ser el más rentable para los socios, finalmente si es viable y puede llevarse a cabo, y tiene una alta proyección que no está mencionada, pero que por el aumento de deportistas y de la cultura Fitness en general puede darse un crecimiento exponencial si se saben aprovechar estos factores.

## **AGRADECIMIENTOS.**

Primero queremos agradecer al profesor Miltón Toro por las asesorías brindadas durante todo el semestre, y porque fue quién nos guio durante todo el proceso de la realización del mismo.

Segundo agradecer a nuestras familias por apoyarlos durante todo el ciclo tecnológico y la carrera en general, además por el apoyo y las ayudas brindadas durante estos 7 semestres.

Tercero agradecer a nuestros compañeros por el acompañamiento durante toda la carrera y por las dudas resueltas cuando no entendíamos de una forma adecuada lo que debíamos realizar.

Finalmente agradecer a la Universidad por brindarnos instalaciones adecuadas para el desarrollo de nuestro trabajo.

## INTRODUCCIÓN

Este trabajo es acerca de la creación de ‘’Bottle Pack S.A.S.’’ una empresa dedicada a la importación y comercialización de termos especiales para deportistas o personas que realicen actividad física con el fin de satisfacer la necesidad de estas personas de mantener su cuerpo hidratado y con los nutrientes necesarios antes (pre-workout), durante y después del ejercicio (post-entrenamiento). La empresa iniciará su comercialización en la ciudad de Medellín, Colombia y el área metropolitana, vendiendo su producto a personas (venta directa one to one, a través de redes sociales, entre otros), tiendas deportivas y creando una alianza estratégica con gimnasios para su comercialización.

Este proyecto de negocios tendrá como finalidad crear un negocio a partir de las oportunidades que se presentan en la actual sociedad y sus tendencias, donde se ve que el crecimiento de la cultura fitness en Medellín y en Colombia en general está en auge, con un crecimiento del sector a pasos agigantados.

La primera parte del proyecto está constituida por la creación de la empresa, donde se explica detalladamente el porqué del nombre de la compañía, de su logo y de su slogan. Posterior a esta explicación se procederá a explicar el análisis de mercado, donde se mostrará por qué se elige la ciudad de Medellín como ciudad inicial para comercializar el producto, y a su vez por qué se decide utilizar Estados Unidos como proveedor y no otros países como México por ejemplo. Una vez terminado el análisis de mercados se procederá a realizar el análisis de comercio internacional donde se define finalmente el proveedor en el exterior y la forma de negociación con este para proceder con la importación de los termos, en esta parte del proyecto también se explicará detalladamente cómo funcionará la comercialización de los mismos en la ciudad de Medellín. Finalmente se dará a conocer el análisis financiero del negocio donde se explicará por qué es o no viable constituir la empresa.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Antes de mirar las posibilidades de negocio que se podían crear, se comienza a mirar cuales son las tendencias actuales y con mayor proyección a nivel local, nacional y mundial, uno de los que actualmente se encuentra en auge, es todo lo relacionado con la belleza, la estética y el cuidado personal, donde especialmente el sector Fitness se encuentra creciendo exponencialmente.

Según el experto Stephen Bruner, quien es gerente de una compañía multinacional dedicada a la fabricación de máquinas para realizar ejercicio, en América Latina existe un crecimiento acelerado en la industria, pero en Colombia más que en cualquier otro país del continente.

“La industria del ‘Fitness’ en Colombia ha presentado, durante los últimos años, un crecimiento acelerado en relación a otros países de América Latina. Esto se debe a que el país ha reconocido las fortalezas del negocio y los empresarios han puesto su interés en el cuidado y bienestar de las personas”, afirmó a Radio Santa Fe Orlando Álvarez, Gerente de Precor para América Latina y el Caribe.

Según CNN, en Latinoamérica se generan más de 5.5 mil millones de dólares a partir del negocio del Fitness, y de estos, más de 220 millones de dólares son generados en nuestro país, Colombia. Podemos ver entonces como Colombia se convierte en un mercado interesante que está en constante crecimiento y en auge dentro de este sector.

“Gimnasios y centros de salud dotados con equipos tecnológicos y de alta gama marcan una fuerte tendencia en América Latina, pero sobre todo en Colombia” (Espectador, 2014)

Estas diferentes afirmaciones nos llevan a una misma conclusión; la industria del Fitness es una oportunidad que no se debe dejar pasar.

Gracias a estas afirmaciones y a la realidad de esta tendencia se da como resultado entonces la idea de la creación de la empresa “Bottle Pack S.A.S.”, una empresa que se dedicará a satisfacer las necesidades de hidratación y nutrición para personas que realicen actividad física.

# CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

## 1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

### 1.1 Nombre y logo de la empresa.

El nombre de la empresa será “Bottle Pack S.A.S.” y a su vez el nombre del producto será “Fit Bottle.”

El nombre del producto nace gracias a un juego de palabras entre Fit que hace alusión a la cultura fitness que como vimos anteriormente se está tomando cada vez más el país y Bottle que significa botella haciendo alusión que es un termo exclusivo para deportistas, además el slogan “Nutrición e Hidratación al alcance de tu mano” hace referencia a la posibilidad de tener un termo que permita guardar proteína en polvo dentro del mismo, y a su vez mezclarlo, además de poder guardar también frutas, comida, o incluso artículos como llaves en él.

**Figura 1: LOGO DE LA EMPRESA**



### 1.2 Tipo de empresa.

El tipo de empresa será una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S.) ya que este modelo cuenta con mayor flexibilidad a la hora formar empresa en Colombia, permitiendo comenzar proyectos con bajo presupuesto. Además de esto ofrece una serie de ventajas sobre otro tipo de empresas. Entre estas ventajas encontramos la simplificación de trámites; es decir las SAS pueden crearse mediante un documento privado lo cual disminuye los costos de transacción. El carácter las SAS siempre será comercial, por lo tanto no aplicará el derecho civil a estas. La limitación de la responsabilidad por parte de los socios de la compañía, la autonomía que tiene el empresario para elegir las normas que regirán la compañía y la estructura de capital flexible, son otras de las ventajas que ofrecen las SAS sobre los demás tipos de empresas.

### **1.3 Descripción de la empresa.**

Bottle Pack S.A.S. es una empresa dedicada a la importación de termos deportivos desde Estados Unidos hacia Medellín y una vez traídos los productos se procederá a la comercialización en tiendas deportivas, gimnasios y a personas que realicen cualquier tipo de actividad física.

En resumen, la empresa venderá sus productos a través de los canales de venta directa y también utilizando terceros como aliados estratégicos.

La empresa tendrá su ubicación en Medellín, contando con una única bodega que tendrá un espacio adecuado para oficina. Las actividades económicas de la empresa estarán descritas en el código CIIU 2229 ‘‘fabricación de artículos de plástico’’.

### **1.4 Misión.**

Bottle Pack S.A.S. es una empresa dedicada a importar y comercializar termos deportivos enfocados a los deportistas de la ciudad de Medellín, satisfaciendo la necesidad de no solo mantener el cuerpo hidratado antes, durante y después de la realización de actividad física; sino también la nutrición del mismo. Gracias a los compartimentos del producto, los clientes podrán tener al alcance de su mano tanto el agua o bebida hidratante, como las proteínas, frutas o alimentos requeridos por los deportistas o personas que realicen cualquier tipo de actividad física.

### **1.5 Visión.**

Bottle Pack S.A.S. para el año 2022 estará presente en las 4 ciudades principales de Colombia siendo la empresa líder en comercialización de termos deportivos en estas ciudades (Bogotá, Cali, Barranquilla y Medellín).

### **1.6 Relación de bienes y servicios.**

El bien que importará y comercializará la empresa serán termos deportivos (blender bottle), el proveedor se encuentra en Estados Unidos y proveerá la ficha técnica del producto para poder proceder con la importación del bien. Los termos como producto a comercializar surgen de la necesidad de los deportistas de estar en constante hidratación y de tener los

nutrientes adecuados para su cuerpo en el pre-entrenamiento, durante el entrenamiento y al finalizar el mismo.

Los termos cambiarán la forma de comercialización según el cliente. Para los gimnasios se realizará una alianza estratégica que más adelante estará explicada con detalle, para las tiendas dedicadas a vender artículos para deportistas se venderán al por mayor, y finalmente, para las personas naturales que realizan actividad física se realizará comercialización directa a través de diferentes canales.

**Figura 2: TERMO FITBOTTLE**



Este finalmente, será entonces el producto a comercializar, y a su vez Blender Bottle nuestro proveedor.

### **1.7 Ventaja competitiva.**

El producto Fit Bottle tiene como ventaja competitiva en el mercado que los clientes tendrán un todo en uno en el termo; es decir, tendrán donde guardar la comida, las llaves y lo más importante, la proteína en pastillas o en polvo, que incluso podrá ser mezclada con el mismo termo en caso de ser en polvo.

Otra ventaja competitiva es que el producto se encuentra patentado y esto garantiza que la mezcla se haga homogénea y sin grumos, lo que se traduce en un mejor sabor y una experiencia para el cliente final.

Esto convierte a Bottle Pack S.A.S. en una empresa en condiciones para volverse líder en la comercialización de termos en las principales ciudades de Colombia. Estas condiciones hacen que Bottle Pack S.A.S. sea una empresa que aprovecha las oportunidades del mercado global, en este caso la acogida a nivel mundial y el crecimiento acelerado en Colombia de la cultura fitness.

## CAPÍTULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

### 2. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR.

#### 2.1 Entorno.

##### El entorno de Colombia y análisis del país.

Datos generales:

- Población: 47,7 millones de habitantes.
- Capital: Bogotá. Otras ciudades importantes; Medellín, Cali, Barranquilla.
- PIB per cápita: 7928 USD.
- Superficie: 1'141.748 kilómetros cuadrados, incluyendo San Andrés y Providencia. Según el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) el 75% es urbano y el otro 25% rural.
- Principales productos agrícolas: Café, maíz, arroz, papas, frutas, flores, caña de azúcar.
- Principales recursos naturales: Esmeraldas, carbón, oro, plata, hierro, petróleo, gas natural, madera y agua.
- Principales industrias: Petrolera, minera y agrícola. Construcción, maquinaria, transporte, textiles, productos alimenticios, productos químicos, productos metálicos y sector financiero.
- Principales exportaciones: Café, algodón, cacao, petróleo, plásticos, hierro, acero, carbón, frutas, flores, cuero, textiles, productos industriales y productos manufacturados.
- Principales Importaciones: Maquinaria, productos químicos, equipos de transporte, aparatos, electrónicos, tecnología.
- Moneda: El peso Colombiano.

**Tabla 1: INDICADORES ECONÓMICOS COLOMBIA**

Variable	Periodicidad	Unidades	Fecha último dato	Último dato disponible	Dato anterior	Un año atrás
PIB (precios constantes de 2005)	Trimestral	Var. % anual	mar-16	2,45	3,43	2,70
Índice de producción industrial (IPI) 1/	Mensual	Var. % anual	jun-16	6,61	4,38	4,02
Tasa de desempleo	Mensual	%	jun-16	8,88	8,85	8,25
Inflación al consumidor (IPC)	Mensual	Var. % anual	jul-16	8,97	8,60	4,46
TRM (viernes) 2/	Diaria	Pesos	ago-26-16	\$ 2.915,67	\$ 2.884,02	\$ 3.238,51
<b>Tasas de interés</b>						
Tasa de intervención			ago-01-16*	7,75	7,50**	4,50
DTF	Semanal		ago-26-16	7,24	7,23	4,55
<b>Agregados monetarios***</b>						
Base monetaria	Semanal	Var. % anual	ago-12-16	8,10	7,20	13,04
M3	Semanal	Var. % anual	ago-12-16	9,02	10,06	9,88
<b>Cartera ***</b>						
En moneda total	Semanal	Var. % anual	ago-12-16	10,74	10,70	11,27
En moneda legal	Semanal	Var. % anual	ago-12-16	12,79	12,85	12,66
En moneda extranjera 3/	Semanal	Var. % anual	ago-12-16	-15,33	-16,25	-3,61
<b>Sector externo</b>						
Cuenta corriente	Trimestral	US\$ millones % PIB	mar-16	-3.380,83 -5,60	-4.103,87 -5,63	-5.189,54 -7,04
Deuda externa	Mensual	US\$ millones % PIB	abr-16	114.698,88 42,36	114.386,55 42,24	106.934,49 36,63
Saldo de reservas internacionales netas	Mensual	US\$ millones	jul-16	47.091,19	47.025,08	46.845,80
<b>Situación fiscal: superávit (+) o déficit (-)</b>						
SPC 4/	Trimestral	% PIB	dic-15	-2,90	-0,90	-2,20
GNC	Trimestral	% PIB	mar-16	-0,86	-2,00	-0,40

\* Fecha de entrada en vigencia de la modificación.

\*\* Tasa definida el 29 de julio de 2016

1/ Corresponde al IPI total. EL DANE rediseñó la metodología de la Muestra Mensual Manufactura.

La nueva base del Índice de Producción Industrial es promedio mensual del año 2014=100.

2/ El dato de un año atrás corresponde al 28 de agosto de 2015. El dato anterior corresponde al 19 de agosto de 2016

3/ Se excluyen las variaciones originadas por tipo de cambio

4/ SPC: Sector público consolidado. Comprende SPNF, balance cuasifiscal del Banco de la República, balance de Fogafin y costos de reestructuración del sistema financiero.

### *Cuadro Resumen Principales Indicadores Económicos (Banrep 2016)*

#### *Colombia como país importante en el contexto global.*

Colombia hoy en día es un país con alta importancia en el contexto global aunque los factores que mencionaremos a continuación lastimosamente no han sido correctamente aprovechados por los gobiernos del país, no ha impedido que en el contexto global cada vez más países se fijan en el país. Entre estos factores que han estado convirtiendo a Colombia en un país con importante crecimiento dentro de los mercados globales encontramos una excelente posición geoestratégica con salida a dos océanos, un territorio con posibilidades de inversión tanto rurales como urbanas, una población de más de 47 millones de personas, una amplia gama de recursos naturales, su biodiversidad, entre otras.

A pesar de los problemas que se presentaron principalmente en la segunda mitad del siglo XX, donde Colombia era un país con alto número de problemas sociales relacionados con la

violencia, el racismo y el narcotráfico, Colombia mostro un buen progreso socioeconómico a comparación de otros países de Latino América, donde incluso algunos han ido en retroceso y cada vez más se acercan a crisis socioeconómicas.

Mientras ocurrían fuertes cambios a nivel internacional, Colombia también comenzó a transformarse rápidamente. En los últimos quince años Colombia ha mostrado un cambio acelerado muy complejo impulsado por la globalización mientras que anteriormente se daba de forma lenta debido a la poca aceptación de los ciudadanos hacia el capitalismo global.

Las reformas comenzaron a ser impulsadas a finales de la década de los 80 y a principio de los 90 donde se buscó un ajuste de la economía y una reforma del estado que pudiera adecuar las instituciones a la nueva Constitución de 1991, aunque esta constitución realmente buscaba sacar al país del colapso generado por el terrorismo y por la crisis económica y a su vez crear un nuevo marco de políticas públicas. A raíz de esta constitución el país vivió un cambio institucional aunque no se han dado los resultados esperados ni a nivel social ni económicos; se mantiene un alto desempleo, un amenazante déficit fiscal del Estado y un incremento sustantivo de las brechas sociales. A partir de la segunda guerra mundial el país ha mantenido un crecimiento de aproximadamente del 4% que no ha sido suficiente para satisfacer las necesidades de la sociedad y tampoco se ha visto reflejado en una transformación visible de la estructura productiva.

Luego vino en Colombia un cambio drástico y una mayor apertura si hablamos de globalización, y esto se da a partir de 1991 ha tenido una incursión mayor en el comercio internacional.

A pesar del crecimiento sostenido mencionado anteriormente, la productividad es algo que tanto el conflicto social y el político han afectado de forma negativa, siendo la guerra dentro de nuestro país uno de los conflictos más graves de los países occidentales, reflejado en el número de víctimas, las violaciones a los derechos humanos, secuestros o desapariciones, entre otros.

*‘La violencia, el narcotráfico y la corrupción han producido una escala de valores que favorece el enriquecimiento ilícito y el aprovechamiento de los bienes públicos (justicia, ciencia, educación, infraestructura) a favor de los intereses particulares’.* (Universidad del valle, 2015)

Esta dinámica social genera una inmensa pérdida de riqueza, la esperanza de vida de la población ha descendido cerca de seis años y los costos materiales ascienden a varios puntos del Producto Interno Bruto.

Colombia es un país en que actualmente vive un proceso de transformación en lo demográfico, lo ambiental y lo cultural y se está convirtiendo en uno de los países de mayor desarrollo relativo de América Latina. La población económicamente activa está en aumento progresivo, gracias a la cantidad de jóvenes que demandan servicios de educación y empleo.

En Colombia está aumentando constantemente el tamaño medio urbano donde el sector de construcción está en un auge importante y también ha aumentado la importancia que tienen para el país las ciudades no principales y los centros subregionales; esto está generando un mayor deterioro Ambiental y se han visto afectadas en gran medida las dotaciones de recursos naturales de trascendencia geopolítica tales como los recursos hídricos.

En resumen, Colombia está en un momento de alta transición de actores, de institucionalidad, de códigos culturales y uno muy notorio en las ciudades importantes y medianamente importantes a nivel de infraestructura. También cambiando así los modelos de desarrollo pero no los objetivos de la política pública donde se sigue buscando el beneficio particular de quien tiene el poder. Con lo referente al acuerdo de paz que se encuentra actualmente en negociación y teniendo en cuenta los anteriores factores el país está en un momento crucial, en el cual puede caer en un círculo vicioso de entropía social y organizativa, una espiral negativa de acumulación de crisis, o reorganizarse y construir alternativas que satisfagan las aspiraciones de paz, bienestar y progreso de la ciudadanía, además de generar nuevas aperturas en temas económicos a nivel global.

#### Fortalezas (Coface 2016)

- Tiene acceso a dos océanos.
- Gran población (Casi 50 millones de habitantes).
- Cuenta con abundantes recursos naturales.
- Gran potencial turístico.
- Tiene una política económica prudente.
- Estabilidad institucional.
- Solido sistema bancario.

#### Debilidades (Coface 2016)

- Sensible al cambio de los precios en las materias primas y el ciclo económico de Estados Unidos.
- Carreteras y puertos deficientes de infraestructura.
- Situación de seguridad problemática vinculada con el tráfico de drogas.
- Educativos y sanitarios deficientes.
- Gran sector informal (aproximadamente el 60% de los puestos de trabajo).
- Falta de mano de obra especializada y baja productividad.
- Demoras legislativas, judiciales y administrativas “Corrupción”.
- Desempleo estructural, la pobreza y la desigualdad.

### *El entorno de Estados Unidos y análisis del país*

·

La crisis financiera que hubo entre los años 2008 y 2009 impactó fuertemente a los Estados Unidos, más que a otros países a nivel mundial, pues fue precisamente la bolsa de Wall Street la que cayó, llevando a la que en su momento era la economía más poderosa a una recesión que superó incluso la de los años 1930.

Estados Unidos supo afrontar de forma segura la crisis, recuperándose gracias a un plan de estímulo presupuestario de largo alcance, donde la caída en las tasas de interés, el aumento del consumo por parte de los hogares, y que los empleos siguieron aumentando, permitieron que el Producto Interno Bruto (PIB) del país se mantuviera con un crecimiento estable de 2,6% hasta el presente año, y se prevé que en el 2017 mantenga la tendencia, impulsado principalmente por la inversión en modernización corporativa.

Estados Unidos presenta aún grandes desafíos, el primero es su deuda pública, que a pesar de ser la potencia económica más grande, tiene una deuda que asciende al casi 105% del PIB - y se espera que continúe creciendo. Mientras el dólar siga fortaleciéndose y las otras economías presenten un crecimiento débil, habrá un impacto negativo en las exportaciones de Estados Unidos generando un déficit comercial.

La crisis financiera internacional generó que desempleo en los Estados Unidos aumentara, en 2009 llegó hasta el 10%, pero esta ha disminuido y en el 2015 se mantuvo en el 5,3%. Los niveles de desigualdad económica desde el 1980 siguen aumentando y actualmente se encuentran en su punto más alto, donde en 2014 por ejemplo, alcanzando actualmente su punto

más elevado desde hace un siglo. En 2014 se alcanzó el nivel más bajo de personas con bienes inmobiliarios, este nivel ha venido disminuyendo desde la crisis del 2008.

**Tabla 2: INDICADORES DE CRECIMIENTO EN ESTADOS UNIDOS**

Indicadores de crecimiento	2012	2013	2014	2015	2016 (e)
PIB (miles de millones de USD)	16.155,25	16.663,15	17.348,08	17.968,20e	18.697,92
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	2,2	1,5	2,4	2,6e	2,8
PIB per cápita (USD)	51.384	52.608	54.370	55.904e	57.766
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-6,2	-4,1	-3,6	-3,1e	-3,0
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	102,5	104,8	104,8	104,9e	106,0
Tasa de inflación (%)	2,1	1,5	1,6	0,1e	1,1
Tasa de paro (% de la población activa)	8,1	7,4	6,2	5,3	4,9
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	-449,67	-376,76	-389,53	-460,62e	-551,50
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	-2,8	-2,3	-2,2	-2,6e	-3,0

Fuente: IMF - World Economic Outlook Database, 2015

Nota: (e) Datos estimados

### Principales sectores económicos.

El sector agrícola más grande del mundo es el americano, caracterizado por el uso de tecnologías de punta y por ser altamente productivo. Siendo Estados Unidos uno de los productores más grandes de maíz, soja, carne de res y algodón. A pesar de ser el sector agrícola uno de los más grandes del mundo, representa solo el 1,4% del PIB del país y emplea tan solo al 1,6% de la población económicamente activa.

Por otro lado, el sector industrial representa 21% del PIB, y a su vez una gran variedad de actividades están incluidas, donde son la fabricación de maquinaria eléctrica e industrial, de químicos, el sector agro y automotriz las más importantes. En los sectores aeroespaciales y en la industria de fármacos también es líder mundial. Los recursos naturales están en abundancia y han convertido en EE.UU. en un país líder en cuanto a producción de minerales, además de gas, aluminio, electricidad y energía nuclear, y aunque suene loco, el tercer productor mundial de petróleo.

Finalmente la economía está basada fundamentalmente en el sector terciario, es decir, en los servicios, que representan más del 75% del PIB.

**Tabla 3: SECTORES DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN ESTADOS UNIDOS**

Repartición de la actividad económica por sector	Agricultura	Industria	Servicios
Empleo por sector (en % del empleo total)	1,6	17,2	81,2
Valor añadido (en % del PIB)	1,3	20,7	78,0
Valor añadido (crecimiento anual en %)	2,7	1,7	2,3

Fuente: World Bank, 2016

## 2.2. Sector o industria.

### El sector de plásticos y sus manufacturas en Colombia.

El sector de manufacturas de plásticos toma gran importancia dentro de este proyecto porque aunque el sector que afecta directamente las ventas del producto en el país es la industria Fitness, finalmente cualquier tipo de botella o termo donde las personas puedan transportar bebidas hidratantes, agua, proteína o lo que ellos quieran, termina volviéndose competencia directa o incluso productos sustitutos para el producto que Bottle Pack S.A.S. comercializará.

Lo mencionado anteriormente lo podemos ver con aun mayor claridad en el gráfico a continuación.

**Gráfico 1: DISTRIBUCIÓN DE CONSUMIDORES DE PLÁSTICO EN COLOMBIA**

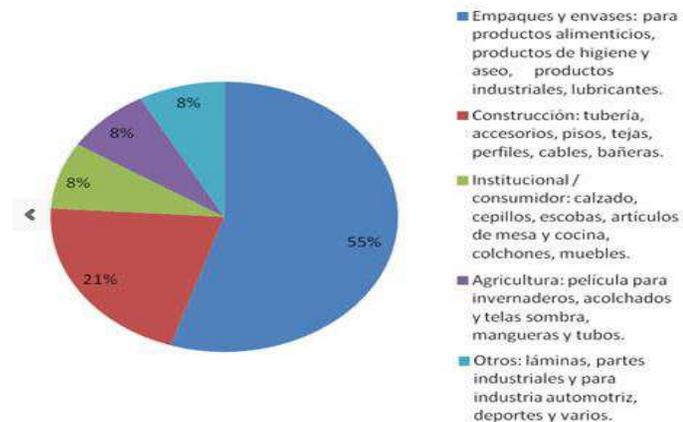


Figura 1. Principales sectores consumidores de materias plásticas en Colombia, 2010 - 2012. Fuente: Acoplásticos

En este gráfico y según el Dr. Carlos Alberto Garay, quien es presidente de la agremiación sectorial Acoplásticos, podemos observar como el sector de empaques y envases

para productos alimenticios y otros, absorbe el 55% de los consumidores de materias plásticas en el país. De estos plásticos que son utilizados en el sector de envases, el 62% se utiliza en el sector de alimentos, seguido del sector de bebidas con el 22% y finalmente el 16% restante en otros sectores. Esto ratifica así lo mencionado anteriormente, de que cualquier empaque o envase plástico que cumpla la función de transportar alimentos o líquidos destinados a la hidratación termina convirtiéndose en competencia.

El sector de envases plásticos ha tenido en los últimos años un crecimiento importante en Colombia, y a pesar de en los últimos años estar desacelerando el crecimiento las empresas siguen optimistas y reportando buenos resultados, enfocando las tendencias hacia la innovación que finalmente será la que expanda nuevamente la curva de crecimiento. Así mismo, con el tema del cuidado ambiental se están buscando y creando alternativas para desarrollar nuevos empaques.

Los empaques son entonces el principal sector de transformación de plásticos, es decir de manufacturas hechas a partir de este material.

Siguiendo entonces la tendencia aunque ha bajado el ritmo y se ha desacelerado, el sector de empaques plásticos continúa creciendo, siendo más sensible el sector de empaque rígido, que en el de empaque flexible, y finalmente son los rígidos quienes terminan siendo la competencia de la empresa. Según los datos de Acoplásticos, los empaques rígidos tienen una curva de crecimiento que está por encima de la industria de empaques en general, teniendo aproximadamente un 5%, mientras que la industria en general presenta un crecimiento del 2%.

*“El principal factor que ha desacelerado el crecimiento del sector de flexibles ha sido la entrada al mercado colombiano de empaques fabricados en países que tienen condiciones de producción subsidiadas”, declara el Dr. Garay.*

Según el Dr. Garay en el sector de empaques rígidos, los PET son la industria que más está creciendo. Las bebidas azucaradas y el agua son los sectores principales de bebidas que jalonan esta tendencia, luego les siguen los empaques comercializados otras empresas comercializadoras de manufacturas de plástico, quienes finalmente serían la competencia bien sea directa o a través de productos sustitutos para la empresa Bottle Pack S.A.S.

*“Los crecimientos más importantes se han presentado en el campo de las especialidades, fruto de actividades de investigación”, resalta el Dr. Garay.*

Resalta también el Dr. Garay que “hay potencial de fusiones”, aun mas si hablamos de los empaques flexibles.

Particularmente, gracias a las relaciones comerciales construidas en Colombia a partir de 1991, las alianzas entre empresas de Colombia y del extranjero resultan bastante llamativas.

Según Acoplásticos, es igual de importante entonces la tendencia a internacionalizar los costos de producción, lo cual finalmente mejorará la calidad y competitividad de la industria colombiana.

El sector de manufacturas de plástico es finalmente el que afecta la empresa como industria en la que se encuentra, pero el sector que lo afecta directamente y en donde se deben explotar las oportunidades al máximo tanto en ventas, como en crecimiento y expansión, es el sector o la industria Fitness, ya que es allí, en esa cultura, donde se centrará la actividad económica de la compañía, y tal como se mencionó anteriormente en el planteamiento del problema, la cultura Fitness presenta un crecimiento acelerado en Colombia.

Para concluir con el sector en Colombia, vemos que el crecimiento del sector nos dice una cosa muy clara, y es que la demanda sigue aumentando, y gracias a la combinación del crecimiento del sector de empaques plásticos y al del aumento mencionado anteriormente de la cultura Fitness en Colombia, se logra identificar una alta oportunidad de negocio a través de los termos que comercializará la empresa Bottle Pack S.A.S.

### *El sector en Estados Unidos y análisis del país.*

A diferencia de Colombia, en Estados Unidos no hace falta mirar cómo se está moviendo la industria del Fitness, ya que no es allí donde se realizará la comercialización del producto, sino que simplemente se utilizará como país proveedor ya que es allí donde se encuentra “Blender Bottle” quien será finalmente la empresa que se encargará de proveer los diferentes termos que la empresa Bottle Pack comercializará en Medellín-Colombia.

Así que en esta parte del trabajo analizaremos únicamente el sector de la industria plástica y de manufacturas de plástico en el país norteamericano.

En Estados Unidos existe la Asociación de Comercio de la Industria Plástica, SPI según sus signas en inglés. Esta agremiación o este sector representa la tercera industria más grandes en Estados Unidos si de manufacturas se trata dijo que estaba agradecido por el esfuerzo del

expresidente Barack Obama de ampliar la economía y negociar con otros países según los acuerdos sensibles de comercio, generando así aumento de empleo y oportunidades para la clase media baja.

Se realizará entonces entonces un análisis a profundidad del desempeño de la industria de manufacturas de plástico en EE.UU. detallado en los más recientes reportes de la Asociación, titulados "La definición, el tamaño y el impacto de la industria plástica en Estados Unidos" y "Tendencias, aliados y productos de moda en el negocio global".

"Los plásticos siguen siendo calificados de mejor forma que el resto de los sectores de manufactura de EE.UU. La industria se ha mantenido altamente competitiva al encontrar soluciones innovadoras y eficientes, al tiempo que expande su alcance internacional hacia nuevos mercados", dijo William R. Carteaux, presidente y CEO de la SPI.

Los economistas dicen que el crecimiento de la industria es constante y se debe a las tendencias positivas de la economía del país en general.

Como se mencionó anteriormente, esta industria ha comenzado a generar empleos a nivel nacional, mostrando una recuperación enorme desde la recesión de 2008-2008 mientras que el resto del empleo nacional no lo hizo sino hasta el 2013. Las cifras más recientes muestran que el empleo en el sector, incluyó 892 mil personas en casi 16 mil plantas del país en el año 2012. La industria de plásticos siguió creciendo en un 0,1% aproximadamente de forma consecutiva cada año de 1980 a 2012, lo cual supera al sector manufacturero en su totalidad.

También se nota reflejado el crecimiento mencionado anteriormente en el consumo creciente que han tenido los bienes del sector de plásticos, creciendo un 5,7 por ciento, creciendo de 237.600 millones de dólares en 2011 a 251 mil millones, en 2012.

La industria de EE.UU. también está impulsada por otros factores como su abundante y reciente fuente de gas natural.

*"El uso de gas natural de parte de los fabricantes de EE.UU. reduce los costos de energía y materias primas, creando una ventaja competitiva considerando que la mayoría de las resinas usadas en Europa y Asia son fabricadas a base del petróleo", agregó Carteaux.*

Estados Unidos cuenta con un superávit de 13.100 millones de dólares, donde México y Canadá son los mercados donde se presenta mayor exportación, China finalmente es el tercer mayor destino.

A partir de los nuevos tratados firmados a partir de 2012 Estados Unidos ha aumentado los mercados a los cuales llega, donde Colombia finalmente es un sector atractivo por lo que vimos anteriormente de como en Colombia los empaques para alimentos son igual que en Estados Unidos el principal rubro de destino de la industria del plástico.

Otros números de interés que reportan los informes de la SPI:

- 9.900 millones: El mayor superávit de la industria plástica fue con México.
- Las exportaciones han presentado un 2,3 por ciento de crecimiento real entre 1980 y 2012.
- Existen entre empleados y proveedores 1,4 millones de empleos en la industria plástica.
- La industria presenta un total de 456 mil millones de dólares en exportaciones.
- 6,7 de cada mil empleos no agrícolas en EE.UU. son de la industria plástica.

Gracias a este análisis del sector tanto en Colombia como en Estados Unidos, vemos que hay una oportunidad de negocio favorecida por las condiciones económicas del sector de manufacturas de plásticos y las culturales de la industria Fitness que sigue en crecimiento progresivo en Colombia.

## **CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE MERCADOS.**

### **3. ANÁLISIS DE MERCADOS.**

#### **3.1 Objetivos de la investigación de mercadeo.**

Los objetivos de la realización no de la empresa ni la constitución de la misma, si no de la investigación previa a los mercados mencionados anteriormente son los siguientes:

- Identificar la demanda de compra de termos deportivos en la ciudad de Medellín-Colombia durante el primer año de ejecución del proyecto.
- Identificar la capacidad de comercialización de la empresa Bottle Pack S.A.S. para la ciudad de para así establecer la oferta máxima disponible para la venta de estos termos durante el primer año de ejecución del proyecto.
- Establecer una relación entre el proveedor internacional (en Estados Unidos) y la empresa Bottle Pack que permita tener constante aprovisionamiento de mercancía para lograr satisfacer la demanda.
- Consolidar un volumen de ventas de mínimo de 5000 termos en el primer año de ejecución del proyecto, y luego aumentar en un 10% anual la cantidad de ventas, con el fin de posicionarnos como la principal comercializadora independiente de termos en Medellín-Colombia durante los próximos 3 años.
- Establecer relaciones entre la empresa y tiendas deportivas y gimnasios a nivel local.
- Expandir la fuerza de comercialización hacia otras ciudades (Bogotá, Cali, Barranquilla) a partir de los próximos 3 años de inicio de la actividad económica con el fin de capturar nuevos mercados donde no esté haciendo tanta presencia el producto.

### **3.2 Perfil del mercado meta de bienes y/o servicios.**

Los compradores de nuestro servicio son tres tipos de clientes; el primero se trata de las personas que realizan cualquier tipo de actividad física inicialmente en Medellín-Colombia y a largo plazo (más de 3 años) en las otras 3 ciudades principales del país (Bogotá, Cali, Barranquilla). El segundo tipo son las empresas que comercialicen artículos para deportistas, donde a ellos se les venderán termos al por mayor con un beneficio en el costo para que puedan venderlo al mismo precio que la empresa BOTTLEPACK lo ofrece al público. Finalmente el tercer tipo de cliente son los gimnasios donde se harán alianzas estratégicas que permitan que ellos impulsen la fuerza comercial de BOTTLEPACK a través de puestos de venta y/O exhibición de nuestro producto a cambio de un porcentaje de la utilidad neta del ejercicio de venta.

El motivo por el cual se elige a Estados Unidos por encima de México como país proveedor del producto, es porque aunque en México existe más cercanía y mayor facilidad de negociación debido al idioma, la distribución o relación entre el proveedor y nosotros ya tendría

incluido un costo adicional por producto, debido a que se le comprarían los termos a otra empresa comercializadora, lo cual aumentaría el costo del producto y por ende perdería competitividad, mientras que en Estados Unidos se encuentra el fabricante quien le vendería a la empresa el producto al por mayor, afectando de una forma positiva tanto el precio como la competitividad del producto para comercializarlo.

Medellín por su parte será la ciudad donde se comenzará la comercialización del producto y donde la empresa potenciará su fuerza comercial en los primeros tres años, esto se debe al aumento progresivo y exponencial que ha tenido la ciudad en cuanto a la cultura fitness se trata, donde cada vez existen más deportistas de diferentes disciplinas, pero donde más se concentra esta población fitness, es sin duda en los gimnasios, que de forma progresiva han aumentado de forma considerable en la ciudad. Antes por comuna se podía ver un gimnasio prácticamente, mientras que hoy en día vemos como hay uno o dos gimnasios casi que por barrio o sector, en resumen, la combinación de estos factores hacen principalmente de Medellín un mercado potencial para la comercialización del producto de la empresa durante la primera etapa o etapa de crecimiento de la compañía.

### **3.3 Mercado meta de los bienes Y/O servicios.**

La empresa Bottle Pack S.A.S. tendrá tres mercados metas a los cuales atacará en primera instancia y se encuentran ubicados en la ciudad de Medellín-Colombia. El primer mercado meta serán los deportistas de las diferentes disciplinas de la ciudad, ya que ellos necesitan hidratación antes, durante y después de la realización de actividad física. El segundo serán las empresas donde se comercialicen artículos deportivos, a estas empresas, Bottle Pack les venderá el producto al por mayor ofreciéndole un beneficio en costo para consolidar una relación de GANA-GANA. El tercero finalmente, serán los gimnasios ubicados en la ciudad de Medellín y dentro del área metropolitana en primera instancia antes de la primera expansión del negocio hacia las otras ciudades principales de Colombia. Con los gimnasios se establecerá una relación comercial diferente, basada en una alianza estratégica, donde ellos prestarán un espacio para exhibición y comercialización de los productos a cambio de una parte de las utilidades netas de la compañía.

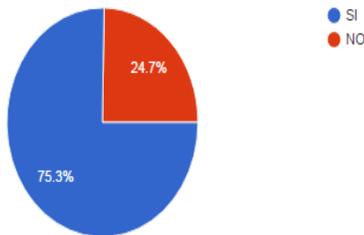
Como ya anteriormente fue mencionado, la empresa comercializará el producto inicialmente en Medellín y el área metropolitana y a partir del tercer año de inicio de la actividad económica en las demás ciudades principales de Colombia (Bogotá, Cali, Barranquilla).

### 3.4 Cuantificación de los clientes potenciales.

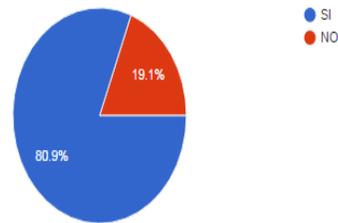
Para la determinación de la demanda futura del plan de negocio se realizó una encuesta cuyo objetivo era determinar los clientes potenciales y la aceptación del producto en el mercado, así como, poder establecer las cantidades de ventas potenciales. Los resultados los observamos a continuación.

**Gráfico 2: RESULTADOS DE LA ENCUESTA**

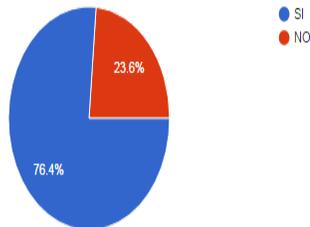
Practica usted algún deporte? (410 respuestas)



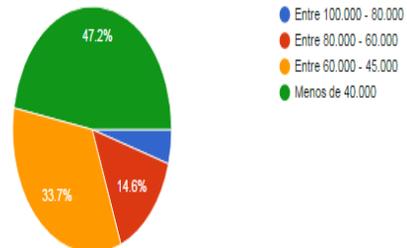
Al momento de realizar actividad física se hidrata correctamente? (410 respuestas)



Considera practico un termo con donde pueda guardar la proteína y mezclarla? (410 respuestas)



Que precio esta dispuesto a pagar por este producto? (410 respuestas)



*Todos los gráficos son de realización propia. Nota: los precios están en pesos colombianos.*

La fórmula utilizada para saber el número de encuestas a realizar fue la siguiente

**Definición:** 
$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{E^2(N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

n = Tamaño de la muestra.

Z= Margen de seguridad (entre 95 y 100%).

N= Número de universo o población total a investigarse.

P= Probabilidad pertinente del hecho que se investiga (0,5).

Q=Probabilidad no pertinente frente al hecho a investigar (0,5).

E<sup>2</sup> = 5% margen de error (entre 5 y 10 %) <sup>2</sup>.

(fuente:google imágenes)

Esta fórmula, al tomar como población a 595.734 personas que según el Espectador es el número de personas afiliadas a gimnasios o similares en la ciudad de Medellín, dio como resultado que se debían realizar 385 encuestas, se lograron realizar 410 donde el 14,6% de la población es decir 86.977 personas de cada 595.734 estarían dispuestas a pagar y a comprar el producto a un precio entre \$60.000 y \$80.000, es decir 86.977 personas son entonces los clientes potenciales.

### **3.5 Mercado competidor.**

La empresa cuenta con una competencia alta ya que no solo hay más termos deportivos en el mercado sino que también encontramos muchos productos sustitutos, entre ellos los termos comunes y corrientes. Finalmente todo distribuidor de productos similares o sustitutos se vuelve competencia, por lo tanto la empresa tendrá que tener un plan de ventas muy consolidado que le permita posicionarse de forma rápida y capturar una buena cuota de mercado. De igual forma la fuerza comercial de la empresa actuará en caliente, es decir atacará de forma directa al mercado, mientras que las empresas existentes que comercializan sus productos a través de almacenes de cadena esperan que el cliente llegue y vea el producto para comprarlo, Bottle Pack S.A.S. atacará al cliente con el producto lo que permitirá realizar cierres de ventas exitosos al momento y posicionar fuertemente la marca en la mente del consumidor final.

### **3.6 Mercado distribuidor.**

El proceso de distribución se dará de forma directa, donde la empresa tendrá tres frentes de comercialización directa. El primero es la venta en las instalaciones de la compañía, el segundo es la venta por parte de los promotores contratados esporádicamente por la empresa a

tiendas deportivas donde se venderá el producto al por mayor, y finalmente, el tercero que será la venta de los productos en gimnasios que actuarán como aliados estratégicos de la marca.

### **3.7 Comunicación y actividades de promoción y divulgación.**

#### **3.7.1 Comunicación.**

**Figura 3: LOGO DE BOTTLEPACK**



Bottle Pack S.A.S.

El nombre de la empresa será “Bottle Pack S.A.S.” y a su vez el nombre del producto será ‘Fit Bottle.

El nombre del producto nace gracias a un juego de palabras entre Fit que hace alusión a la cultura fitness que como vimos anteriormente se está tomando cada vez más el país y Bottle que significa botella haciendo alusión que es un término exclusivo para deportistas, además el slogan “Nutrición e Hidratación al alcance de tu mano” hace referencia a la posibilidad de tener un término que permita guardar proteína en polvo dentro del mismo, y a su vez mezclarlo, además de poder guardar también frutas, comida, o incluso artículos como llaves en él.

#### **3.7.2 Promoción y divulgación.**

Los términos deportivos y la empresa como tal se darán a conocer por medio de las redes sociales en las páginas de Instagram y Facebook, ya que estos son medios masivos, donde se promueve la venta del producto y donde se mostrará todo tipo de promociones y alianzas estratégicas. Adicional a esto las propias alianzas con gimnasios y sitios de entrenamiento

deportivo de Medellín harán que la empresa se dé a conocer de una forma eficaz, donde se realizan ventas en el momento indicado tanto para la empresa como para el cliente. También se realizaran domicilios a las otras ciudades del país para ir tomando cuota de mercado incluso desde antes de la primera expansión del negocio.

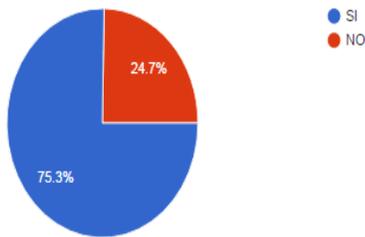
### 3.8 Plan de ventas.

#### 3.8.1 Plan de ventas mensual (demanda actual que se espera atender).

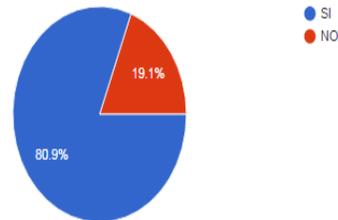
Para la determinación del plan de ventas se tomaron en cuenta los datos obtenidos anteriormente, donde se determinaron los clientes potenciales y la aceptación del producto en el mercado, trayendo a colación nuevamente los resultados tenemos:

**Gráfico 3: RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADOS AL PLAN DE VENTAS**

Practica usted algún deporte? (410 respuestas)

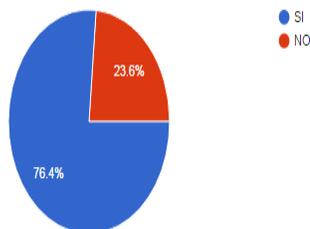


Al momento de realizar actividad física se hidrata correctamente? (410 respuestas)

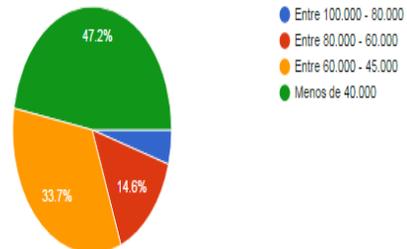


Considera practico un termo con donde pueda guardar la proteína y mezclarla? (410 respuestas)

(410 respuestas)



Que precio esta dispuesto a pagar por este producto? (410 respuestas)



*Todos los gráficos son de realización propia. Nota: los precios están en pesos colombianos.*

La fórmula utilizada para saber el número de encuestas a realizar fue la siguiente

**Definición:** 
$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{E^2(N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

n = Tamaño de la muestra.

Z= Margen de seguridad (entre 95 y 100%).

N= Número de universo o población total a investigarse.

P= Probabilidad pertinente del hecho que se investiga (0,5).

Q=Probabilidad no pertinente frente al hecho a investigar (0,5).

E<sup>2</sup> = 5% margen de error (entre 5 y 10 %) <sup>2</sup>.

(fuente:google imágenes)

Esta fórmula, al tomar como población a 595.734 personas que según el Espectador es el número de personas afiliadas a gimnasios o similares en la ciudad de Medellín, dio como resultado que se debían realizar 385 encuestas, se lograron realizar 410 donde el 14,6% de la población es decir 86.977 personas de cada 595.734 estarían dispuestas a pagar y a comprar el producto a un precio entre \$60.000 y \$80.000, es decir 86.977 personas son entonces los clientes potenciales.

La empresa planea vender por su capacidad instalada apenas unos 5.000 termos anuales inicialmente, es decir satisfacer entonces el 8,04% de la demanda.

### **3.8.2 Proyección de demanda para cada periodo de evaluación (5años):**

Gracias al crecimiento de la cultura Fitness que se ha venido mencionando la empresa planea tener un crecimiento progresivo del 5% anual, esto se debe a que sería un crecimiento en el que la empresa estaría en capacidad de satisfacer esa demanda que antes no satisfacía, además de que aún como vimos en la demanda potencial anteriormente, aún hay un aproximado 92% de demanda por satisfacer.

## **CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE COMERCIO INTERNACIONAL.**

### **4. ANÁLISIS DE COMERCIO INTERNACIONAL.**

#### 4.1. Tratados comerciales.

Colombia actualmente tiene en vigencia un tratado de libre comercio con los Estados Unidos de América. Este tratado ha estado en vigor desde el 15 de mayo de 2012 y continúa en vigencia. Este ha sido un tratado que ha afianzado las relaciones comerciales entre Colombia y Estados Unidos permitiendo dinamizar las exportaciones e importaciones entre ambos países.

Estados Unidos es el principal socio comercial de Colombia, este es uno de los motivos principales de porque se elige como país proveedor del producto. Además siendo la industria de manufacturas de plásticos de Estados Unidos una de las más grandes del mundo es bueno para la empresa afianzar relaciones con este país

#### 4.2. Posiciones y beneficios arancelarios.

Los términos que serán importados tienen como posición arancelaria los siguientes 10 dígitos, además de los siguientes beneficios arancelarios:

Partida arancelaria: 3923.30.90.00 ‘‘ Plástico y sus manufacturas. Artículos para el transporte o envasado, de plástico; tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre, de plástico. Bombonas (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares: Preformas’’ (DIAN, 2007).

A su vez, tendrá como beneficios una rebaja de 5 puntos en el arancel, es decir pasará de pagar 15% de gravamen a un 10%, el cual no tendrá más desgravación y lo podemos ver en la siguiente tabla.

**Tabla 4: GRAVAMEN ARANCELARIO PARA LOS TÉRMINOS**

096-TLC. con EEUU - cód acuerdo 096- general	ESTADOS UNIDOS	GRAVAMEN ARANCELARIO	10.00 %			01-ene-2016
--	----------------	----------------------	---------	--	--	-------------

Fuente: DIAN

#### 4.3. Requisitos y vistos buenos.

Como podremos ver en el siguiente gráfico, para el producto que importará y posteriormente comercializará la empresa, el único requisito o visto bueno es por parte del INVIMA, pero este es opcional, así que no aplicaría finalmente para la empresa.

**Tabla 5: VISTOS BUENOS**

Documentos soporte para importaciones – 3923302000							Cerrar ventana
Documento - Entidad	Trámite	Requisito	Electrónico	Desde	Hasta	Países	
Visto Bueno - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos	PREVIO	OPCIONAL	NO	04-nov-2015	...		

*Fuente: DIAN.*

#### **4.4. Capacidad importadora.**

El proveedor de la empresa Bottle Pack S.A.S. será la empresa Blender Bottle en Estados Unidos importación cada 4 meses y se importa lo que se esta dispuesto a vender. Explicar como se hara y que es para reducir costos

#### **4.5. Participación en ferias especializadas.**

La empresa participará una vez al año en ExpoFitness Medellín, esta participación se realizará los días 19, 20 y 21 de febrero, en la cual el stand donde se promocionarán los productos con su publicidad incluida tiene un costo de 1'500.000 por día, la participación se realizará los 3 días que dura el evento. Las personas encargadas de ir serán los gerentes de la compañía quienes costearán su transporte. La alimentación ira por parte de la empresa y tendrá un valor de 45.000 pesos el día.

#### **4.6 Rutas de acceso.**

Descripción.

Primero se Verifican la factura y la guía de despacho en origen, se entrega la carta de porte para el transporte por vía terrestre en el tramo nacional por parte del exportador “Utah- Puerto de los Ángeles” [1 Día] una vez la mercancía llega al puerto, se embarca en el transporte principal, en este caso se utiliza la vía marítima para el tramo internacional con destino “puerto de Buenaventura, Colombia”[14 Días] al momento de la llegada de la carga al puerto en destino, se verifican que los trámites requeridos para el desaduanamiento se cumplan, el transportista contratado en destino para llevar la mercancía a la bodega en el tramo vía terrestre “buenaventura-Medellín”[1 Día]. A continuación el mapa trazando las rutas.

**Figura 4: RUTAS MARÍTIMAS**



*Fuente: procolombia.*

#### 4.7 Liquidación de costos de importación.

Termino de negociación FOB – TRM \$3.140.

Puerto de Los Angeles

Valor de la mercancía: \$12 Usd\* 12 \* 417 cajas = 60048 Usd - \$ 188.550.720

417 cajas de 60 cm largo

50 cm alto

45 cm ancho

Total volumen: 56,3 M3

LCL: Less countainer load

FLETE (US) 7.254,35

THC PUERTO LOCAL (US) 648,65

TASA COMUNICACIÓN (US) 9,54

SECURITY FEE (US) 11,92

B/L ISSUANCE (US) 0,00

SED (SHIPPING EXPORT DECLARATION) (US) 61,95

GESTION ENVIO PARTICULARES (US) 71,48

LOW SULPHUR (US) 107,32

CHASSIS FEE (US) 2,86

SOLAS VGM GESTIÓN DOCUMENTAL (US) 14,30

IMPRESOS (US) 71,48

PIER PASS (US) 277,82

ENVIO B/L EN PAPEL (INTERNACIONAL) (US) 33,36

SOLAS VGM PESAJE (US) 416,72

SUBTOTAL 8.981,75 USD

IVA0,00

TOTAL 8.981,75 USD

Seguro: Valor de la mercancía: Usd 60048\*0.35% MIN 60 Usd = (210,168USD)

Agenciamiento aduanero:	120 Usd	
Gastos:	100 Usd	
Gastos portuarios:	300 Usd	
Transporte terrestre: BUN- MDE	800 Usd	
Impuesto 10% más Iva del 16%		
Arancel (impuesto) =	6004,8 usd	- \$ 18855072
IVA = Flete+mcia+arancel *16% =	12005,528 usd	- \$ 37697357,92
TOTAL:	88570,246 USD	- \$ 278.110.572,44
CIF: Valor de la mercancía + seguro internacional + flete		
	60048 Usd+210,168 Usd+8.981,75 Usd	- \$188.550.720+ \$659.927,52+\$28202695
TOTAL=	69239,918 Usd	- \$ 217413342,52
Arancel:	6923,99 Usd	\$ 21.741.328,6
Iva:	12186,23 Usd	\$ 38.264.762,2
TOTAL COSTO DE IMPORTACIÓN:	89670,138 usd	- \$ 281.564.233,32

## **CAPÍTULO IV: ANÁLISIS TÉCNICO.**

### **5. ANÁLISIS TÉCNICO.**

#### **5.1. Descripción del proceso de comercialización.**

La empresa Bottle Pack S.A.S tendrá comercialización a través de tres fuentes, donde la principal será la comercialización directa, esta se realizará a través de dos formas inicialmente. La primera consiste en venta directa en el almacén o venta "one to one" donde los clientes se acercaran a las locaciones de la empresa y podrán comprar el producto. La segunda es a través de la implementación de una estrategia agresiva de mercadeo impulsada por la fuerza que tienen hoy en día las redes sociales, inicialmente Instagram y Facebook. Para este proceso la empresa planea realizar alianzas estratégicas con personas conocidas y con alto número de seguidores, personas que sean influenciadores de masas con quienes los gerentes de la compañía tienen

contacto y una buena relación, y al hablar con ellos se obtuvo una respuesta positiva, donde a cambio de producto ellos los recomendarían a sus seguidores.

La segunda fuente de comercialización se hará a través de gimnasios, donde los gimnasios le permitirán a la empresa colocar sus productos en un pequeño stand y ganaran una comisión sobre la utilidad por cada producto vendido.

La tercera y última fuente será entonces la venta al por mayor en almacenes que comercialicen artículos para deportistas.

## **5.2 Capacidad de producción.**

La empresa no será productora, será importadora y comercializadora, su capacidad de “producción” la llamaremos entonces capacidad de abastecimiento. La empresa importará 1600 termos en los dos primeros cuatrimestres del año, es decir en enero y en abril, y en el último serán 1700, para un total de 5000 termos anuales. Esta capacidad de abastecimiento está estrictamente ligada a la planeación de ventas de la compañía y a su proyección para el primer año de cuanto desea vender, satisfaciendo así ese porcentaje de la demanda que se mencionó anteriormente.

## **5.3 Recursos materiales y humanos para la producción**

### **5.3.1 Locaciones:**

La oficina será tomada en arriendo en el Complex las vegas, tendrá un valor de arriendo mensual de \$1'500.000

### **5.3.2 Maquinaria, equipos, muebles y enseres:**

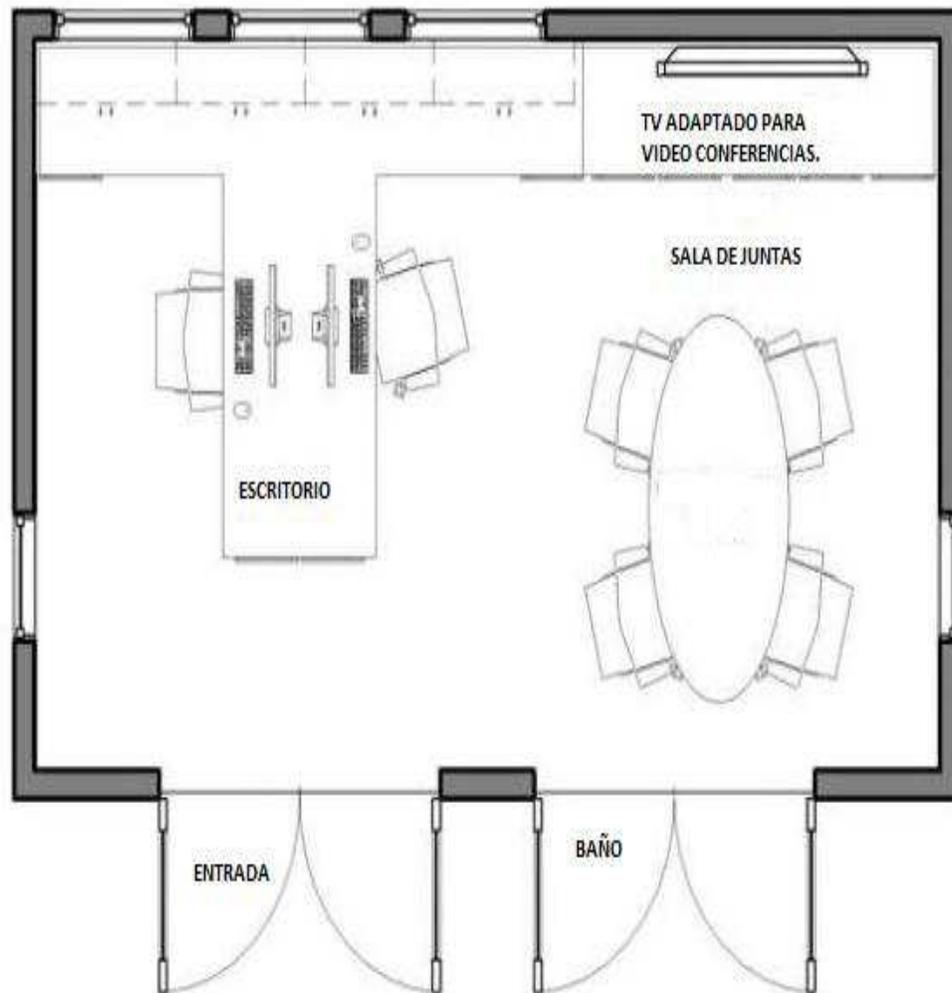
- Un escritorio con dos sillas compradas en TUGO: valor \$1'800.000 pesos.
- Tres computadores HP comprados en almacenes Éxito (dos de escritorio y un portátil): \$6'000.000 de pesos.
- Un televisor comprado en almacenes Éxito: \$1'000.000 de pesos.
- Una cámara web para las videoconferencias comprada en almacenes Éxito: \$80.000 pesos.
- Una mesa para reuniones con 4 sillas comprados en TUGO: 800.000 pesos.
- Una impresora comprada en almacenes Éxito: \$500.000 pesos.

- Cable HDMI para conectar el portátil al televisor: \$70.000 pesos.
- Un tablero comprado en HomeCenter: \$100.000 pesos.

### 5.3.3 Requerimiento de servicios:

- Servicios de agua y energía: \$300.000 pesos mensuales.
- Servicios de telefonía e internet UNE: \$147.000 pesos mensuales.

Figura 5: PLANOS OFICINA DE LA EMPRESA

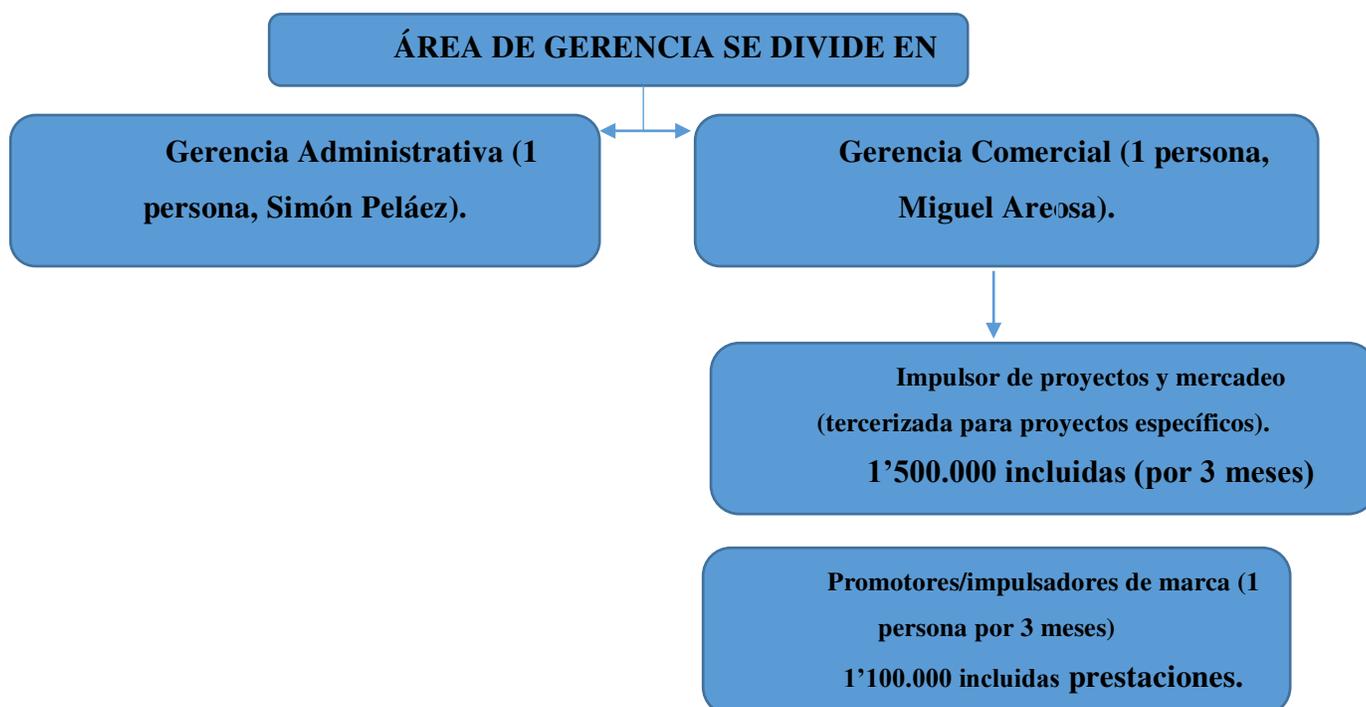


Fuente: elaboración propia.

## CAPÍTULO VI: ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.

### 6. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.

#### 6.1. Estructura organizacional del negocio.



#### Especificación del cargo y salario por persona:

- **Gerencia administrativa:** Las funciones de este cargo serán la evaluación de las tendencias y condiciones del mercado específico, tener en cuenta los factores y las tendencias ambientales relevantes que puedan afectar el desarrollo de la actividad, establecer objetivos de ventas específico y desarrollar estrategias para alcanzarlos, y finalmente transmitir estrategias, objetivos y procedimientos al director de proyectos y mercadeo. El salario que tendrá la persona que ocupará este cargo será de \$2'200.000. (Esta persona deberá tener mínimo un título de tecnólogo en comercio exterior o en mercadeo y administración, además de una experiencia mínima de 2 años).

- **Gerencia comercial:** Las funciones de la persona que ocupe este cargo serán: Convocar la asamblea general a reuniones extraordinarias cuando lo juzgue conveniente o necesario, convocar a la Junta directiva cuando lo considere necesario o conveniente y mantenerla informada del curso de los negocios, cumplir y hacer que se cumplan oportunamente todos los requisitos y exigencias legales que se relacionen con el funcionamiento de las actividades de la sociedad. Su salario será de \$2'200.000 incluidas prestaciones. (Esta persona deberá tener mínimo un título de tecnólogo en comercio exterior o en mercadeo y administración, además de una experiencia mínima de 2 años).
- **Impulsor de proyectos y mercadeo:** Será una persona tercerizada que se contratará bajo un contrato a término fijo por 3 meses cada que se implemente una nueva estrategia para impulsar la marca y los productos, este será un consultor que ayudara a los promotores eventualmente contratados a cumplir los objetivos puestos por las gerencias administrativa y comercial. Su salario será de \$1'500.000 incluidas prestaciones. (Esta persona deberá tener mínimo un título como tecnólogo en mercadeo y no hará falta experiencia).
- **Promotores/impulsadores de marca:** Este cargo estará compuesto por dos personas que se contratarán por el modelo de prestación de servicios como vendedores para la compañía bajo el modelo freelance, sus funciones serán además de vender el producto, impulsar las marcas en gimnasios y tiendas deportivas, estarán bajo las órdenes del director de proyectos. Los honorarios serán de \$1'100.000 por persona. (Estas personas no necesitarán de títulos o experiencia previa, se capacitarán en la misma compañía).

## **CAPÍTULO VII: ANÁLISIS LEGAL.**

### **7. ANÁLISIS LEGAL.**

#### **7.1 Tipo de organización empresarial.**

El tipo de empresa será una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S.) ya que este modelo cuenta con mayor flexibilidad a la hora formar empresa en Colombia, permitiendo comenzar proyectos con bajo presupuesto. Además de esto ofrece una serie de ventajas sobre otro tipo de empresas.

Entre estas ventajas encontramos la simplificación de trámites; es decir las SAS pueden crearse mediante un documento privado lo cual disminuye los costos de transacción. El carácter las SAS siempre será comercial, por lo tanto no aplicará el derecho civil a estas. La limitación de la responsabilidad por parte de los socios de la compañía, la autonomía que tiene el empresario para elegir las normas que regirán la compañía y la estructura de capital flexible, son otras de las ventajas que ofrecen las SAS sobre los demás tipos de empresas.

## **7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.**

**NIT:** El Número de Identificación Tributaria, NIT, es la expresión numérica eminentemente tributaria o fiscal que identifica ante impuestos nacionales, así como ante otras entidades públicas y privadas, a los contribuyentes y declarantes.

**RUT:** El Registro Único Tributario, RUT, es la base de datos de los contribuyentes que lleva que lleva la DIAN en el país, esta, comprende la información básica de los mismos, con fines estadísticos y de control.

**Registro de importador:** Herramienta creada y emitida por la Superintendencia de Administración Tributaria, para agilizar los procesos de comercio internacional, y a su vez llevar a cabo controles.

**Registros y permisos sanitarios INVIMA:** En Colombia la importación, y comercialización, (entre otras que no comprende nuestra empresa), de algunos productos destinados al consumo humano están regulado por la legislación sanitaria y se requiere un registro ante el INVIMA –Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos–, y este a su vez cumple la función de avalar la calidad del producto. (Opcional).

**Superintendencia de Industria y comercio:** El registro que se realiza para proteger el derecho al uso exclusivo de un signo distintivo se debe hacer ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), el otorgamiento de este registro protege la titularidad y exclusividad del signo durante el término de diez años, renovable por términos iguales.

**Registro público mercantil:** El registro mercantil es una función de carácter pública desempeñada por las cámaras de comercio consistente en asentar los datos y documentos que los comerciantes suministran en cumplimiento de la ley dándoles publicidad de conformidad con lo dispuesto en la ley.

**Resolución de facturación:** Si usted es persona natural o jurídica y es responsable del impuesto sobre las ventas, IVA, usted debe solicitar autorización para la numeración de las facturas que debe imprimir.

**Permiso de uso de suelos:** Todos los establecimientos de comercio abiertos al público deben cumplir con las normas expedidas por la autoridad municipal competente referentes a uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación.

**Licencias ambientales:** Una licencia es la autorización que toda persona natural o jurídica, pública o privada debe obtener ante el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, “para la ejecución de un proyecto, obra o actividad, que de acuerdo con la ley y los reglamentos pueda producir deterioro grave a los recursos naturales renovables o al medio ambiente o introducir modificaciones considerables o notorias al paisaje.

**Afiliaciones a EPS y fondo de pensiones:** La normatividad laboral y de seguridad social impone al empleador el deber de velar por la protección y seguridad de sus trabajadores. Para ello la ley ha creado derechos, garantías y prestaciones sociales que buscan guardar al trabajador de las contingencias derivadas del trabajo y del paso de los años (vejez, invalidez, muerte, desempleo, incapacidad, entre otras).

**Parafiscales:** Toda empresa o unidad productiva que tengan trabajadores vinculados mediante contrato de trabajo vinculados mediante contrato de trabajo debe hacer un aporte equivalente al 9% de su nómina por conceptos de llamados aportes parafiscales, los cuales se distribuirán de la siguiente forma: 4% para el subsidio familiar, 3% para ICBF, Y 2% para el SEN.

## **CAPÍTULO VIII: ANÁLISIS FINANCIERO.**

### **8. ANÁLISIS FINANCIERO.**

## 8.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad

La tasa de descuento o costo de capital se puede definir como el precio que se debe pagar por aquellos fondos que son requeridos para realizar la inversión, es decir, representa una medida de la rentabilidad mínima que se espera que genere el proyecto de acuerdo con el riesgo de la inversión, de forma tal que el retorno esperado permita cubrir la totalidad de la inversión inicial, los egresos de la operación, los intereses pagados y la rentabilidad que el inversionista le exige a su propio capital invertido. Para el caso del Plan de Negocios BottlePack S.A.S se evaluará el proyecto con una tasa de descuento del 18%.

## 8.2. Aportes de Capital de los Socios

**Tabla 6: ESTRUCTURA DE CAPITAL**

Estructura de Capital							
Capital Socios	\$	104.183.333	104.183.333	104.183.333	104.183.333	104.183.333	104.183.333
Capital Adicional Socios	\$	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	\$	0	0	0	0	0	0

*Fuente: elaboración propia.*

Estos aportes estarán comprendidos en los gastos para la apertura de la empresa legalmente, las inversiones que más adelante se verán desglosadas sus valores y tienen un total de \$10'350.000 pesos, más el valor de la primera importación que será de \$93'833.333 pesos.

## 8.3 Créditos y Préstamos Bancarios

La empresa no es una empresa que requiera un alto capital inicial para comenzar su operación, por lo tanto no serán necesarios la realización de préstamos bancarios.

## 8.4 Precios de los Productos

### 8.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos.

Los factores que han influido en la colocación del precio, además de los costos variables y fijos que conllevaban la compra del producto y el valor de la importación, han sido básicamente dos, el primero las encuestas realizadas, donde se observó que el 14,6% de la población es decir 86.977 personas de cada 595.734 estarían dispuestas a pagar y a comprar el producto a un precio entre \$60.000 y \$80.000 y ese 14.6% es una excelente cuota de mercado para la empresa. El segundo factor es el valor agregado del producto, ya que este se encuentra

patentado, siendo este un factor determinante por el criterio de compra del consumidor. Aun así, el primero fue el factor más determinante, ya que finalmente serán los clientes quienes consuman el producto y paguen por él.

## 8.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

**Tabla 7: TABLA DE COSTOS**

Costos Producción Inventariables						
Materia Prima	\$	281.500.000	373.015.650	401.066.427	401.327.120	404.537.737
Mano de Obra	\$	0	0	0	0	0
Materia Prima y M.O.	\$	281.500.000	373.015.650	401.066.427	401.327.120	404.537.737
Depreciación	\$	3.090.000	3.090.000	3.090.000	540.000	540.000
Agotamiento	\$	0	0	0	0	0
Total	\$	284.590.000	376.105.650	404.156.427	401.867.120	405.077.737
Margen Bruto	\$	13,63%	13,86%	13,91%	14,45%	14,45%

(Fuente: elaboración propia)

**Tabla 8: TABLA DE PRECIOS**

Precio Por Producto						
Precio FIT BOTTLE	\$ / unid.	65.900	83.166	85.162	81.159	77.913

(Fuente: elaboración propia)

Como se puede observar, la empresa comercializará los termos con una proyección de 5 años donde los precios y costos irán variando según las condiciones como depreciación, inflación, etc. Se puede observar también que los productos como costos variables tienen los mismos términos que varían según la cantidad importada, ya que al importarse el producto terminado, simplemente el costo variable del producto será en valor que le cuesta a la empresa tener cada modelo en sus instalaciones (costo del producto sumado al costo de la importación).

## 8.5 Ingresos y Egresos

### 8.5.1 Ingresos

#### 8.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio

El negocio tendrá como ingresos propios de la actividad económica, es decir, la venta de los termos, los valores que veremos en la siguiente tabla, donde mostraremos las unidades vendidas de cada producto y a su vez los totales en pesos de los primeros 5 años.

**Tabla 9: TABLA DE VENTAS**

Total Ventas						
Precio Promedio	\$	65.900,0	83.165,8	85.161,8	81.159,2	77.912,8
Ventas	unid.	5.000	5.250	5.513	5.788	6.078
Ventas	\$	329.500.000	436.620.450	469.454.308	469.759.453	473.517.529

(Fuente: elaboración propia)

## 8.5.2 Egresos

### 8.5.2.1 Inversiones

**Tabla 10: INVERSIONES**

Inversiones (Inicio Periodo)							
Terrenos	\$	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	\$	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo	\$	0	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	\$	2.700.000	0	0	0	0	0
Equipo de Transporte	\$	0	0	0	0	0	0
Equipos de Oficina	\$	7.650.000	0	0	0	0	0
Total Inversiones	\$	10.350.000	0	0	0	0	0

Fuente: elaboración propia.

Los socios serán quienes aporten el capital inicial para poder inaugurar el proyecto, no se harán préstamos con entidades financieras. Estos aportes estarán reflejados en los gastos anticipados para la creación de la empresa, en las inversiones en los activos y en el valor de la primera importación, la cual es necesaria para iniciar el negocio.

Los socios de la compañía, realizará la participación económica por partes iguales, es decir que cada uno aportará el 50%. Este capital estará comprendido de la siguiente manera:

- Un escritorio con dos sillas compradas en TUGO: valor \$1'800.000 pesos.
- Tres computadores HP comprados en almacenes Éxito (dos de escritorio y un portátil): \$6'000.000 de pesos.
- Un televisor comprado en almacenes Éxito: \$1'000.000 de pesos.
- Una cámara web para las videoconferencias comprada en almacenes Éxito: \$80.000 pesos.
- Una mesa para reuniones con 4 sillas comprados en TUGO: 800.000 pesos.
- Una impresora comprada en almacenes Éxito: \$500.000 pesos.
- Cable HDMI para conectar el portátil al televisor: \$70.000 pesos.
- Un tablero comprado en HomeCenter: \$100.000 pesos.

Para un total entonces de \$10'350.000 pesos.

## 8.5.2.2 Costos Fijos y Variables

Tabla 11: COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Costos Producción Inventariables						
Materia Prima	\$	281.500.000	373.015.650	401.066.427	401.327.120	404.537.737
Mano de Obra	\$	0	0	0	0	0
Materia Prima y M.O.	\$	281.500.000	373.015.650	401.066.427	401.327.120	404.537.737
Depreciación	\$	3.090.000	3.090.000	3.090.000	540.000	540.000
Agotamiento	\$	0	0	0	0	0
Total	\$	284.590.000	376.105.650	404.156.427	401.867.120	405.077.737
Margen Bruto	\$	13,63%	13,86%	13,91%	14,45%	14,45%
Gastos Operacionales						
Gastos de Publicidad y Ventas	\$	12.300.000	12.841.200	13.239.277	13.649.695	14.059.186
Gastos Administración	\$	65.097.000	67.961.268	70.068.067	72.240.177	74.407.383
Total Gastos	\$	77.397.000	80.802.468	83.307.345	85.889.872	88.466.568

(Fuente: realizada por los autores de este trabajo)

Los costos que tendrá la empresa relacionados con el producto son costos variables, ya que la empresa importará producto terminado, y estos costos variaran entonces según la cantidad de termos que se importen.

Los demás costos corresponderán entonces a lo relacionado con servicios, arriendos, o gastos administrativos como los salarios, la papelería, internet y telefonía y los servicios tercerizados que se expresaron anteriormente en este trabajo.

## 8.5.3 Estados Financieros

### 8.5.3.1 Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 12: PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Ventas	329.500.000	436.620.450	469.454.308	469.759.453	473.517.529
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	281.500.000	373.015.650	401.066.427	401.327.120	404.537.737
Depreciación	3.090.000	3.090.000	3.090.000	540.000	540.000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>44.910.000</b>	<b>60.514.800</b>	<b>65.297.881</b>	<b>67.892.333</b>	<b>68.439.792</b>
Gasto de Ventas	12.300.000	12.841.200	13.239.277	13.649.695	14.059.186
Gastos de Administración	65.097.000	67.961.268	70.068.067	72.240.177	74.407.383
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>-32.487.000</b>	<b>-20.287.668</b>	<b>-18.009.464</b>	<b>-17.997.539</b>	<b>-20.026.777</b>
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>-32.487.000</b>	<b>-20.287.668</b>	<b>-18.009.464</b>	<b>-17.997.539</b>	<b>-20.026.777</b>
Impuestos (25%)	781.375	531.862	500.472	439.721	370.854
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>-33.268.375</b>	<b>-20.819.530</b>	<b>-18.509.936</b>	<b>-18.437.260</b>	<b>-20.397.630</b>

(Fuente: realizada por los autores de este trabajo)

La empresa no tendrá utilidades y por el contrario dará pérdidas en todos los años, esto debido a que la proyección de ventas de unidades, no alcanza a cubrir la totalidad de los costos, para que la empresa pudiera ver utilidades tendría que vender aproximadamente 10.000 unidades anuales, pero tampoco está en capacidad para importar 5.000 unidades más.

### 8.5.3.2 Flujo de Caja y VPN

Tabla 13: FLUJO DE CAJA

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	-23.715.803	-7.626.304	-2.337.565	190.776	-267.551
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-2.700.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-7.650.000	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-10.350.000	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>-10.350.000</b>	<b>-23.715.803</b>	<b>-7.626.304</b>	<b>-2.337.565</b>	<b>190.776</b>	<b>-267.551</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>						
Desembolsos Capital Semilla	0					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados		0	16.634.187	10.409.765	9.254.968	9.218.630
Capital	104.183.333	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>104.183.333</b>	<b>0</b>	<b>16.634.187</b>	<b>10.409.765</b>	<b>9.254.968</b>	<b>9.218.630</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>93.833.333</b>	<b>-53.112.803</b>	<b>-8.971.160</b>	<b>-7.379.125</b>	<b>-8.512.268</b>	<b>-10.975.419</b>
<b>Saldo anterior</b>	<b>93.833.303</b>	<b>40.720.500</b>	<b>31.749.340</b>	<b>24.370.215</b>	<b>15.857.947</b>	
<b>Saldo siguiente</b>	<b>93.833.333</b>	<b>40.720.500</b>	<b>31.749.340</b>	<b>24.370.215</b>	<b>15.857.947</b>	<b>4.882.528</b>

(Fuente: realizada por los autores de este trabajo)

El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado.

### 8.5.4. Estados financieros y análisis de sensibilidad.

#### 8.5.4.1 Análisis de sensibilidad.

##### Descuento del producto

El análisis de sensibilidad buscaba evidenciar hasta donde la empresa podría ceder en disminución de precios o de productos vendidos en el mercado y seguir dando utilidad del ejercicio o de la actividad comercial.

La empresa BottlePack S.A.S. presenta desde antes de realizar el análisis de sensibilidad en los estados de resultados pérdidas, por lo que si se realizará el análisis de sensibilidad y se bajaran las unidades vendidas o el precio de venta, daría pérdidas mucho mayores a las que la

empresa ya tiene. Por lo tanto la empresa no está en capacidad de bajar ni los precios ni los productos vendidos.

La empresa tendrá una utilidad muy baja en su primer año, lo cual no es malo, porque significará que no dio pérdidas. A partir del segundo año de ejecución del proyecto la empresa comenzará a dar mejores utilidades gracias al aumento de ventas de producto que se espera tener según la proyección realizada. Las utilidades saldrán entonces del ejercicio de venta de los productos, descontando los costos y gastos fijos y variables y el pago de impuestos.

#### 8.5.4.2 Estado de pérdidas y ganancias proyectadas.

**Tabla 14: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Ventas	329.500.000	436.620.450	469.454.308	469.759.453	473.517.529
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	281.500.000	373.015.650	401.066.427	401.327.120	404.537.737
Depreciación	3.090.000	3.090.000	3.090.000	540.000	540.000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>44.910.000</b>	<b>60.514.800</b>	<b>65.297.881</b>	<b>67.892.333</b>	<b>68.439.792</b>
Gasto de Ventas	12.300.000	12.841.200	13.239.277	13.649.695	14.059.186
Gastos de Administración	65.097.000	67.961.268	70.068.067	72.240.177	74.407.383
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>-32.487.000</b>	<b>-20.287.668</b>	<b>-18.009.464</b>	<b>-17.997.539</b>	<b>-20.026.777</b>
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>-32.487.000</b>	<b>-20.287.668</b>	<b>-18.009.464</b>	<b>-17.997.539</b>	<b>-20.026.777</b>
Impuestos (25%)	781.375	531.862	500.472	439.721	370.854
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>-33.268.375</b>	<b>-20.819.530</b>	<b>-18.509.936</b>	<b>-18.437.260</b>	<b>-20.397.630</b>

(Fuente: de elaboración propia)

El estado de pérdidas y ganancias proyectado será entonces el mismo, ya que la empresa al no estar en capacidad para disminuir precios o venta de producto no puede proyectar utilidades cambiando escenarios porque no puede hacerlo por las condiciones dadas con las proyecciones iniciales.

#### 8.5.4.3 Estado de flujo de caja proyectado.

**Tabla 15: FLUJO DE CAJA PROYECTADOS**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	-23.715.803	-7.626.304	-2.337.565	190.776	-267.551
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-2.700.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-7.650.000	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-10.350.000	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>-10.350.000</b>	<b>-23.715.803</b>	<b>-7.626.304</b>	<b>-2.337.565</b>	<b>190.776</b>	<b>-267.551</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>						
Desembolsos Capital Semilla	0					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados		0	16.634.187	10.409.765	9.254.968	9.218.630
Capital	104.183.333	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>104.183.333</b>	<b>0</b>	<b>16.634.187</b>	<b>10.409.765</b>	<b>9.254.968</b>	<b>9.218.630</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>93.833.333</b>	<b>-53.112.803</b>	<b>-8.971.160</b>	<b>-7.379.125</b>	<b>-8.512.268</b>	<b>-10.975.419</b>
<b>Saldo anterior</b>		<b>93.833.303</b>	<b>40.720.500</b>	<b>31.749.340</b>	<b>24.370.215</b>	<b>15.857.947</b>
<b>Saldo siguiente</b>	<b>93.833.333</b>	<b>40.720.500</b>	<b>31.749.340</b>	<b>24.370.215</b>	<b>15.857.947</b>	<b>4.882.528</b>

(Fuente: realización propia)

Nuevamente se repite el escenario anterior, donde el flujo de caja proyectado no cambia ya que la empresa no está en condiciones de ejecutar disminuciones en precios o ventas, así que se mantiene todo igual.

## 8.6 Evaluación Financiera.

### 8.6.1 VPN, TIR, PAYBACK DESCONTADO

#### 8.6.1 VPN

**Tabla 16: CRITERIOS DE DECISIÓN**

<b>Criterios de Decisión</b>	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	18%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	N.A.
VAN (Valor actual neto)	-196.401.560
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	-3,87
Duración de la etapa improductiva del negocio ( fase de implementación).en meses	2 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprend. ( AFE/AT)	0,00%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio ( Indique el mes )	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio ( Indique el mes )	72 mes

El VPN descontando los flujos de caja a la tasa del 18% que es la que espera el inversionista es menor a cero, es decir que es negativa, esto nos indica que el producto no es viable analizándolo desde el punto de vista financiero.

### **8.6.2 TIR.**

TIR; esta no aplica, la empresa no arroja nunca un valor para la tasa interna de retorno, ya que la empresa no genera rentabilidad en ninguno de los periodos, esto se debe a que las ventas del producto no alcanzan a subsanar los altos costos de operación que tiene la empresa.

### **8.6.3 PAYBACK descontado**

La empresa no presenta nunca un periodo de recuperación de la inversión, por el contrario da negativo, esto quiere decir que la empresa a largo plazo puede llegar incluso a generar pérdidas superiores al valor de la inversión realizada. Por lo tanto como se mencionó anteriormente, el proyecto no es viable bajo un enfoque financiero.

## CONCLUSIONES

La realización de un plan de negocios como herramienta, permitió analizar la creación de una empresa y su viabilidad, en este caso la empresa BottlePack S.A.S.

En este análisis se pudo observar como esta en existencia un mercado potencial y con mucho margen de aprovechamiento para el producto que la empresa comercializaría, esto debido a las tendencias socioculturales, donde la industria del Fitness esta apenas en etapa de crecimiento, y de una forma más acelerada que en el resto de Latinoamérica, así mismo, las personas que realizan actividad física y cuidan su cuerpo cada vez son más, así que la demanda que tiene el producto resultó ser muy atractiva y la aceptación que se pudo observar a través de una encuesta realizada tiene consigo una alta cuota de mercado.

Desafortunadamente aunque el proyecto es potencial según las condiciones y la demanda del mercado financieramente no es posible realizarlo, ya que los costos superan a las utilidades generadas por el ejercicio de la venta del producto, así mismo si se quisiera aumentar el precio del producto este ya no tendría ninguna aceptación en el mercado, por lo tanto se concluye que este plan de negocios no es viable.

## BIBLIOGRAFÍA

- Colombia-sa. (Octubre de 2016). *Colombia-sa*. Obtenido de <http://www.colombia-sa.com/datos/datos.html>
- DIAN. (01 de enero de 2007). *DIAN*. Obtenido de DIAN :  
<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaGeneralNomenclaturas.faces>
- Elempaque*. (2014). Obtenido de <http://www.elempaque.com/temas/Industria-de-envases-plasticos-en-Colombia,-crecimiento-a-traves-de-calidad-y-especializacion+97344>
- elempaque*. (Abril de 2014). *elempaque*. Obtenido de  
<http://www.elempaque.com/temas/Industria-de-envases-plasticos-en-Colombia,-crecimiento-a-traves-de-calidad-y-especializacion+97344?pagina=3>
- Elempaque*. (Abril de 2014). *Elempaque*. Obtenido de  
<http://www.elempaque.com/temas/Industria-de-envases-plasticos-en-Colombia,-crecimiento-a-traves-de-calidad-y-especializacion+97344>
- ElEspectador*. (15 de Noviembre de 2008). *ElEspectador*. Obtenido de  
<http://www.elespectador.com/impreso/negocios/articuloimpreso90734-negocio-de-curvas-perfectas>
- ElMundo*. (26 de Octubre de 2014). *Elmundo*. Obtenido de  
[http://elmundo.com/portal/vida/estilos\\_de\\_vida/la\\_rutina\\_de\\_una\\_medellin\\_fitness.php#.WDMxW9J97IW](http://elmundo.com/portal/vida/estilos_de_vida/la_rutina_de_una_medellin_fitness.php#.WDMxW9J97IW)
- Encolombia*. (2016). *Encolombia*. Obtenido de  
<https://encolombia.com/economia/economiacolombiana/emprendimiento/guiaparaeltrami tedecreacion/2/>
- Espectador, E.* (20 de septiembre de 2014). *El Espectador*. Obtenido de El Espectador:  
<http://www.elespectador.com/noticias/salud/industria-fitness-pisa-fuerte-articulo-517895>
- Expofitness*. (2016). Obtenido de [expofitness](http://www.expofitness.com)
- plástico, T. d.* (Abril de 2016). *Tecnología del plástico*. Obtenido de  
<http://www.plastico.com/temas/Panorama-de-la-industria-colombiana-de-empaques-y-envases-plasticos+112327>
- Plaza mayor*. (Febrero de 2015). Obtenido de <http://www.plazamayor.com.co/evento/expo-fitness-2015>

Portafolio. (1 de Mayo de 2015). *Portafolio*. Obtenido de <http://www.portafolio.co/tendencias/fitness-negocio-maquina-51658>

portal santander. (Noviembre de 2016). *portal santander*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>

Puzlo. (21 de Septiembre de 2014). *Puzlo*. Obtenido de <http://www.puzlo.com/economia/secrecio-la-industria-del-fitness-en-colombia/212811>

Tecnología del plástico. (Febrero de 2014). *Tecnología del plástico*. Obtenido de <http://www.plastico.com/temas/Sector-de-fabricacion-de-plasticos-en-EEUU-continua-en-auge+96224>

Tecnología plástico. (Enero de 2013). *Tecnología de plástico*. Obtenido de <http://www.plastico.com/temas/Industria-de-los-plasticos-en-EEUU-sigue-siendo-activa,-a-pesar-del-clima-incierto-de-negocios+3090932>

