



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

**PLAN DE NEGOCIOS DE ASPIRADORAS**  
**AUTOMÁTICAS**

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

**JUAN SEBASTIÁN POLO IGLESIAS**

**DANIEL ESTEBAN ESCUDERO OTÁLVARO**

**PROFESORE GUÍA: MILTON CÉSAR TORO CADAVID**

2016

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos especialmente a Milton César Toro Cadavid por haber sido nuestro asesor durante todo el semestre apoyándonos en la elaboración del plan de negocios. De igual manera agradecemos a todos los profesores que hemos tenido durante la carrera por habernos aportado el conocimiento utilizado en la elaboración de este proyecto; también agradecemos a nuestros familiares por haber sido fuente motivación durante este proceso, a nuestros compañeros por ser fuente de apoyo y compañía. Por último pero no menos importante le damos gracias a Dios por habernos permitido vivir esta experiencia durante todo el semestre.

# ÍNDICE

PORTADA .....	i
AGRADECIMIENTOS .....	ii
ÍNDICE .....	iii
LISTA DE IMÁGENES.....	ix
LISTA DE TABLAS.....	xi
LISTA DE GRÁFICAS .....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO .....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.....	2
1.1 Nombre De La Empresa Y Marca.....	2
1.1.1 Nombre De La Empresa.....	2
1.1.2 Nombre De La Marca.....	2
1.2 Tipo De Empresa.....	3
1.2.1 Sociedad Por Acciones Simplificada .....	3
1.3 Descripción De La Empresa.....	6
1.3.1 Concepto Del Negocio .....	6
1.3.2 Sector Económico .....	6
1.3.3 Código CIU .....	6
1.3.4 Ubicación .....	7
1.4 Misión Y Visión De La Empresa .....	7
1.4.1 Misión.....	7

1.4.2 Visión .....	8
1.5 Relación Productos Y/O Servicios .....	8
1.6 Ventajas Competitivas.....	9
<b>CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR .....</b>	<b>11</b>
2.1 Entorno .....	11
2.1.1 Factores económicos .....	11
2.1.1.1 Inflación .....	11
2.1.1.2 Tasas De Interés .....	13
2.1.1.3 Desempleo.....	13
2.1.1.4 Producto Interno Bruto Colombia .....	14
2.1.1.5 Ingreso Per Cápita .....	15
2.1.1.6 Tasa De Cambio Representativa Del Mercado (TRM).....	16
2.1.2 Políticas Y Legales.....	16
2.1.2.1 Política Comercial .....	16
2.1.2.2 Entorno Tributario.....	17
2.1.3 Fuerzas Externas Sociales .....	18
2.1.3.1 Factores De Seguridad E Inversión En Medellín.....	18
2.1.4 Culturales .....	18
2.1.5 Tecnológicas.....	19
2.2 Sector O Industria.....	20
2.2.1 El Sector Al Cual Pertenece .....	20
2.2.2 Rentabilidad Del Sector .....	20
2.2.3 Tamaño Del Sector.....	21
2.2.4 Tendencias De Crecimiento (Últimos Años)} .....	22

2.2.5 Proyección De Ventas Del Sector: .....	23
2.2.6 Estructura Del Sector .....	24
2.2.7 Factores Claves De Éxito Del Negocio.....	25
2.2.8 Cadena De Valor De La Industria.....	25
2.2.9 Barreras De Ingreso O Salida Del Sector.....	26
2.2.10 Competidores .....	26
2.2.11 Poder De Negociación De Los Clientes Y Proveedores .....	27
2.2.12 Amenaza De Nuevos Productos Sustitutos .....	27
2.2.13 Análisis DOFA.....	27
2.2.13.1 Fortalezas .....	27
2.2.13.2 Debilidades.....	28
2.2.13.3 Oportunidades .....	28
2.2.13.4 Amenazas .....	28
2.2.13.5 Estrategias DO.....	29
2.2.13.6 Estrategias FA .....	29
2.2.13.7 Estrategias FO .....	29
2.2.13.8 Estrategias DA.....	29
<b>CAPÍTULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO .....</b>	<b>32</b>
3.1 Objetivos De Mercadeo.....	32
3.2 Perfil Del Mercado Potencial De Bienes Y/O Servicios.....	32
3.3 El Mercado Meta De Los Bienes Y/O Servicios.....	37
3.4 Cuantificación De Los Clientes Potencial De Bienes Y/O Servicios .....	38
3.5 Mercado Competidor: .....	38
3.6 Mercado Distribuidor .....	46

3.6.1 Distribución Directa .....	46
3.7 Comunicación Y Actividades De Promoción Y Divulgación.....	48
3.7.1 Comunicación.....	48
3.7.2 Actividades De Promoción Y Divulgación.....	49
3.8 Plan de Ventas .....	52
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL.....	60
4.1 Tratados Comerciales.....	60
4.2 Posiciones Arancelarias Y Beneficios Arancelarios .....	61
4.3 Requisitos Y Vistos Buenos.....	63
4.4 Capacidad Exportadora/Capacidad Importadora .....	64
4.5 Participación En Ferias Especializadas .....	65
4.6 Rutas De Acceso .....	68
4.7 Liquidación De Costos De Importación Y Precios De Exportación.....	69
CAPÍTULO V. ANÁLISIS TÉCNICO.....	73
5.1 Descripción Del Proceso De Comercialización .....	73
5.2 Capacidad De Comercialización Y Plan De Comercialización .....	74
5.4 Recursos Materiales Y Humanos Para La Comercialización.....	74
5.4.1 Locaciones.....	74
5.4.2 Requerimientos De Maquinaria, Equipos, Muebles Y Enseres .....	79
5.4.3 Requerimientos De Materiales E Insumos .....	85
5.4.4 Requerimientos De Servicios.....	88
CAPÍTULO VI ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.....	90
6.1 Estructura Organizacional Del Negocio.....	90
6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional.....	90

6.1.2 Costos Personal Y Procesos Administrativos Tercerizados.....	93
CAPÍTULO VII ANÁLISIS LEGAL .....	99
7.1 Tipo De Organización Empresarial.....	99
7.2 Certificaciones Y Gestiones Ante Entidades Públicas.....	99
7.2.1 Registro Único Tributario .....	99
7.2.2 Resolución De Facturación .....	100
7.2.3 Registro Mercantil.....	100
7.2.4 Impuesto Avisos Y Tableros .....	101
7.2.5 Registro De Importaciones.....	101
7.2.6 Registro Industria Y Comercio .....	102
7.2.7 Registro Ante Caja De Compensación.....	102
7.2.8 Administración De Riesgos Laborales .....	102
7.2.9 Licencia De Bomberos .....	102
7.2.10 Fondo De Pensiones .....	103
7.2.11 EPS .....	103
CAPÍTULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO.....	104
8.1 Tasas De Interés, Impuestos, Tasas De Rentabilidad.....	104
8.2 Aportes De Capital De Los Socios.....	105
8.3 Créditos Y Préstamos Bancarios .....	105
8.4 Precios De Los Productos .....	106
8.4.1 Factores Que Influyen En La Determinación De Los Precios De Los Productos.....	106
8.4.2 Los Precios De Los Productos Tomando Como Base Los Costos.....	107
8.5 Ingresos Y Egresos.....	107
8.5.1 Ingresos .....	107

8.5.1.1 Ingresos Propios Del Negocio.....	107
8.5.2 Egresos .....	108
8.5.2.1 Inversiones .....	108
8.5.2.2 Costos Fijos Y Variables.....	109
8.5.3 Estados Financieros.....	110
8.5.3.1 Estado De Pérdida Y Ganancia .....	110
8.5.3.2 Flujo De Caja .....	111
8.5.4 Estados Financieros Proyectados Y Análisis De Sensibilidad.....	112
8.5.4.1 Análisis De Sensibilidad .....	112
8.6 Evaluación Financiera .....	116
8.6.1 Vpn, Tir, Periodo De Recuperación De Inversión .....	116
CAPÍTULO IX. CONCLUSIONES .....	117
BIBLIOGRAFÍA.....	118



## LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1 Consulta nombre de la empresa .....	3
Imagen 2 Consulta código CIU.....	7
Imagen 3 Aspiradora automática Inno-Merengue J&D .....	8
Imagen 4 Empresas líderes en ventas.....	21
Imagen 5 Diamante de Porter.....	30
Imagen 6 Productos de Electrolux S.A .....	39
Imagen 7 Precio aspiradora Electrolux .....	39
Imagen 8 Logo Sodimac .....	40
Imagen 9 Precio Aspiradoras Homecenter.....	41
Imagen 10 Logo Groupe SEB .....	42
Imagen 11 Tienda Home & Cook .....	42
Imagen 12 Precio Aspiradora Samurai.....	43
Imagen 13 Logo Karcher.....	43
Imagen 14 Productos Kärcher .....	44
Imagen 15 Aspiradoras Karcher.....	45
Imagen 16 Precio aspiradora Karcher .....	46
Imagen 17 Local de Laureles .....	47
Imagen 18 Ubicación del Local .....	48
Imagen 19 Logo Inno-Aspira J&D.....	49
Imagen 20 Valor Página Web .....	51
Imagen 21 Calculador de proporciones para muestras.....	52
Imagen 22 Ilustración acuerdo comercial entre Colombia y USA.....	60
Imagen 23 Clasificación arancelaria para Estados Unidos .....	61
Imagen 24 Clasificación Arancelaria DIAN .....	62
Imagen 25 Logo CES .....	66
Imagen 26 Reservas Hotel Club Soleil .....	66
Imagen 27 Ticketes Medellín-Las Vegas.....	67

Imagen 28 Conversión Dólares-Pesos.....	68
Imagen 29 Conversión Dólares-Pesos.....	69
Imagen 30 Tránsito Internacional del producto .....	69
Imagen 31 Plano Local de Inno-Aspira J&D .....	75
Imagen 32 Valor Pintura .....	76
Imagen 33 Cotización Logo .....	77
Imagen 34 Valor Local de Laureles .....	77
Imagen 35 Ubicación del Local .....	78
Imagen 36 Valor Computador.....	79
Imagen 37 Valor Sofá .....	80
Imagen 38 Valor Televisor.....	81
Imagen 39 Valor Impresora.....	81
Imagen 40 Valor Escritorio .....	82
Imagen 41 Valor Datáfono.....	82
Imagen 42 Valor Sillas.....	83
Imagen 43 Valor Estantería.....	84
Imagen 44 Valor Resma.....	85
Imagen 45 Valor Bombillos .....	86
Imagen 46 Valor Cosedora.....	86
Imagen 47 Valor Caneca .....	87
Imagen 48 Valor UNE.....	88
Imagen 49 Valor Vigilancia .....	89
Imagen 50 Cuenta Servicios EPM .....	89
Imagen 51 Organigrama de la empresa.....	90
Imagen 52 Logo Mensajería Urbana.....	95
Imagen 53 Logo Lobo Agencia.....	96

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Nivel de inflación de Estados Unidos por meses .....	11
Tabla 2 Nivel de inflación de Colombia por meses .....	12
Tabla 3 Compra de Electrodomésticos en Colombia.....	22
Tabla 4 Importaciones de electrodomésticos por partidas arancelarias .....	22
Tabla 5 Importación de aspiradoras por empresas en 2014 y 2015 .....	26
Tabla 6 Repartición demográfica por estratos de las diferentes comunas de Medellín	33
Tabla 7 Distribución de la población por comunas.....	34
Tabla 8 Habitantes y viviendas por comunas.....	35
Tabla 9 Tasa neta de escolaridad según niveles educativos por comuna.....	36
Tabla 10 Tasa de desempleo por comuna .....	37
Tabla 11 Principales comercializadoras de aspiradoras .....	38
Tabla 12 Tarifas Q'hubo .....	50
Tabla 13 Distribución de los cuadros dentro de la portada del Q'hubo.....	51
Tabla 14 Plan de Ventas Inno-Aspira J&D.....	59
Tabla 15 Desgravación arancelaria productos Categoría C .....	63
Tabla 16 Descripción DIAN .....	64
Tabla 17 Liquidación de importación .....	70
Tabla 18 Tarifas puerto de Cartagena .....	72
Tabla 19 Capacidad de comercialización.....	74
Tabla 20 Valor Arriendo y Reformas.....	78
Tabla 21 Costo total equipos y muebles.....	84
Tabla 22 Costo Total Insumos .....	87
Tabla 23 Calculadora laboral del gerente.....	94
Tabla 24 Calculadora laboral del jefe de procesos.....	95
Tabla 25 Calculadora Laboral Cajero .....	97
Tabla 26 Calculadora Laboral Auxiliar Operativo.....	98
Tabla 27 Resumen Gastos Empleados .....	98
Tabla 28 Rango Activos Registro Mercantil.....	101

Tabla 29 Porcentaje de margen de contribución .....	105
Tabla 30 Tabla de amortización .....	106
Tabla 31 Precio en función de costos .....	107
Tabla 32 Ingresos del negocio .....	108
Tabla 33 Ingresos mensuales .....	108
Tabla 34 Inversiones en activos fijos .....	109
Tabla 35 Inversiones en gastos pre-operativos .....	109
Tabla 36 Costos fijos y variables .....	110
Tabla 37 Estado de resultados .....	111
Tabla 38 Flujo de caja .....	112
Tabla 39 Precio descuento 10% .....	113
Tabla 40 Evaluación financiera -10% precio .....	113
Tabla 41 Precio descuento 20% .....	113
Tabla 42 Evaluación financiera -20% precio .....	114
Tabla 43 10% descuento en unidades vendidas .....	114
Tabla 44 Evaluación Financiera 10% descuento unidades vendidas .....	114
Tabla 45 20% descuento unidades vendidas .....	115
Tabla 46 Evaluación financiera 20% descuento unidades vendidas .....	115
Tabla 47 Criterios de decisión de viabilidad .....	116

## LISTA DE GRÁFICAS

Gráfico 1 Tasa de desempleo en Colombia.....	14
Gráfico 2 Variación del Producto interno Bruto .....	14
Gráfico 3 Ingreso per cápita.....	15
Gráfico 4 TRM.....	16
Gráfico 5 Variación de compras y precios del mercado .....	23
Gráfico 6 Países de origen de las aspiradoras en 2015 .....	24
Gráfico 7 Participación de las categorías en el sector.....	25
Gráfico 8 Encuesta sobre el conocimiento del producto.....	53
Gráfico 9 Encuesta sobre tarea del aseo en el Hogar .....	54
Gráfico 10 Encuesta Manejo de producto en el hogar .....	55
Gráfico 11 Encuesta Disposición de Compra .....	55
Gráfico 12 Encuesta Disposición de Pago .....	56
Gráfico 13 Encuesta sobre conocimiento de marcas.....	57
Gráfico 14 Encuesta sobre criterios de decisión de compra.....	58

## **ABSTRACT**

The following work is a business plan carried out in order to carry out the commercialization of automatic vacuum cleaners in the Laureles neighborhood of the city of Medellín. This project has several chapters that analyze different aspects to take into account for the creation of a company and its development in the commercial sector.

The electrodomestic industry has managed a high profitability in recent years in the Colombian market so offering an innovative product at a competitive price compared to other brands in the sector can ensure a successful business.

The company performed a thorough analysis to determine the profile of the consumer and its location in the Valle de Aburrá, resulting in the Laureles neighborhood as the most appropriate sector because in this sector is the lowest unemployment rate in Medellín, on the other hand, this sector includes stratum 4 and 5, which guarantees high income for its inhabitants. It is therefore appropriate to develop the business plan of Inno-Aspira J&D.

The method used was to survey the inhabitants of the sector in order to evaluate their purchase intention and their tendencies of hygiene in the home showing a provision of acquisition of 30% of the population surveyed, being a satisfactory result for the future of the company. Because the company is starting in the market, the first year will only supply 10% of the target market.

Regarding foreign trade, the import of vacuum cleaners from the United States is benefited by the trade agreement between these two countries by having a tariff that is

progressively depleted as a positive aspect for future imports from the United States because the cost of imports will be reduced and the profit margin increased.

Finally, the analysis of the financial statement gives us a viability of the business plan in which the investment will be recovered after one year and a rate of return of 80% offering a return on investment.

## RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente trabajo es un plan de negocios realizado con el fin de llevar a cabo la comercialización de aspiradoras automáticas en el barrio Laureles de la ciudad de Medellín. Este proyecto cuenta con varios capítulos donde se analizan diferentes aspectos a tener en cuenta para la creación de una empresa y su desarrollo en el sector comercial.

El sector de electrodomésticos maneja una alta rentabilidad en los últimos años en el mercado colombiano por lo que ofrecer un producto innovador a un precio competitivo frente a otras marcas del sector puede llegar a garantizar un negocio fructífero.

La empresa realizó un análisis exhaustivo para determinar el perfil del consumidor y su ubicación en el valle de aburrá, dando como resultado el barrio Laureles como el sector más adecuado debido a que en este sector está la tasa de desempleo más baja en Medellín, por otro lado, este sector comprende estratos 4 y 5 lo que garantiza altos ingresos para sus habitantes por lo tanto es indicado para desarrollar el plan de negocios de la empresa Inno-aspira J&D.

El método utilizado fueron encuestas a los habitantes del sector con el fin de evaluar su intención de compra y sus tendencias de aseo en el hogar mostrando una disposición de adquisición del 30% de la población encuestada, siendo un resultado satisfactorio para el futuro de la empresa. Debido a que la empresa está iniciando en el mercado, el primer año se surtirá solamente el 10% del mercado meta.

En cuanto a comercio exterior, la importación de las aspiradoras desde Estados Unidos se ve beneficiada por el tratado comercial entre estos dos países al tener un arancel que se



desgrava progresivamente siendo un aspecto positivo para las futuras importaciones provenientes de Estados Unidos debido a que el costo de las importaciones se reducirá y aumenta el margen de utilidad.

Finalmente el análisis del estado financiero nos arroja una viabilidad del plan de negocios en el que se recuperará la inversión al cabo de un año y una tasa de retorno del 80% ofreciendo una rentabilidad con respecto a las inversiones.

# INTRODUCCIÓN

En el siguiente plan de negocios se analizará la viabilidad de importación de aspiradoras automáticas en la ciudad de Medellín, las cuales provienen de Estados Unidos principal socio comercial de Colombia. Conteniendo diferentes capítulos en los cuales se realizarán análisis específicos sobre los principales procesos de una importación y todos los trámites que esto conlleva en nuestro país.

En un principio se informarán los datos principales de la empresa como su nombre, misión, visión e idea de negocio siguiendo con la constitución legal y estructura organizacional de esta y las ventajas diferenciales que ofrece la llegada de este producto a la ciudad de Medellín con respecto a los productos ya existentes en el mercado local.

Seguido de un análisis del entorno que tiene el fin de evaluar las variables que puedan afectar el desarrollo pleno de la empresa en el sector de electrodomésticos. Una de las partes más destacables del desarrollo del plan de negocios será un análisis de mercado mediante el planeamiento de encuestas para determinar la cuantificación de clientes susceptibles de adquirir el producto en un futuro.

El proceso de importación lleva consigo un extenso desarrollo en cuanto a los trámites necesarios para hacer cumplimiento de la ley aduanera y la logística necesaria para hacer exitoso dicho proceso.

Finalmente se realizarán dos estudios, uno técnico para evaluar su capacidad productiva, plan de ventas y adecuaciones necesarias para empezar la comercialización; seguido por el financiero que comprobará la viabilidad del plan de negocios que se explicará a lo largo de esta práctica de negocios.

# **CAPÍTULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA**

La empresa Inno-Aspira J&D importara Aspiradoras automáticas provenientes de Estados Unidos.

## **1.1 Nombre De La Empresa Y Marca**

### **1.1.1 Nombre De La Empresa**

Inno-Aspira J&D, este nombre refleja el enfoque de innovación (Inno) que busca nuestro producto asociándolo con su función de aspirar y haciendo referencia al final con el nombre de los fundadores de la empresa.

### **1.1.2 Nombre De La Marca**

Inno-merengue J&D, con este nombre buscamos asociar el movimiento de la aspiradora con un baile representativo de nuestro país.

Imagen 1 Consulta nombre de la empresa

Contáctenos ¿Qué es el RUES? Cámaras de Comercio

**RUES** Registro Único Empresarial y Social  
Cámaras de Comercio

Confecámaras  
Red de Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Veedurías Servicios Virtuales Acceso privado

➤ Realice aquí su consulta empresarial o social

Consulte si una empresa o persona natural está inscrita en el registro mercantil de las cámaras de comercio del país. Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades.

Razón Social Nombre Razón Social Palabra Clave Número de Identificación Matrícula Mercantil Registro Nacional de Turismo

Los resultados de la consulta por nombre siempre se mostrarán en orden alfabético, y retorna todos aquellos comerciantes cuya razón social o sigla inicie con las palabras ingresadas.  
Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia y Condiciones de Uso

Razón social: innoaspira J&D **Consultar**

**Advertencia:**  
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

Fuente: RUES, 2016.

-Con motor eléctrico incorporado:

8508.11.00.00 - De potencia inferior o igual a 1.500 W y de capacidad del depósito 15

O bolsa para el polvo inferior o igual a 20 l

-Gravamen por TLC Estados Unidos 10%, (DIAN, s.f.)

Se espera que en los próximos años se reduzca gradualmente el porcentaje hasta llegar a 0%

Libre Comercio – Bien de capital

## 1.2 Tipo De Empresa

### 1.2.1 Sociedad Por Acciones Simplificada

La Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) es una sociedad de capitales constituida por una o varias personas naturales o jurídicas que, luego de la inscripción en

el registro mercantil, se constituye en una persona jurídica distinta de su accionista o sus accionistas, y en cual los socios sólo serán responsables hasta el monto de sus aportes.

- Ventajas Generales:
  - No se necesita revisor fiscal
  - Comenzar con bajo presupuesto
  - Menos trámites (ahorro de tiempo y dinero)
  - La duración de la empresa es indeterminada
  
- Aspectos diferenciales de una SAS contra una Ltda.
  - Una sociedad limitada se constituye mediante escritura pública mientras que una SAS se constituye mediante escritura privada.
  - Una sociedad limitada requiere de mínimo 2 accionistas para su constitución y el revisor es de carácter obligatorio sin importar el patrimonio, mientras que en un SAS se requiere de un accionista como mínimo y el revisor fiscal no es obligatorio.
  - Comparada con limitada, no se necesita la intervención de un experto que haga los trámites necesarios para su constitución; una sociedad por acciones simplificadas es algo más fácil de realizar porque la misma persona que va a crear la empresa realiza estos trámites, haciendo el trámite ágil y sencillo.
  
- Aspectos diferenciales de una SAS contra una SA
  - Una sociedad anónima requiere de mínimo cinco accionistas para su constitución
  - En las sociedades anónimas el Revisor fiscal, junta directiva y representante legal son de carácter obligatorio
  - Por ley al menos diez funcionarios con salario a cargo de la sociedad que compone la organización de una sociedad anónima.
  - En una sociedad anónima el proceso de liquidación es largo y dispendioso mientras que en una SAS es más ágil.

- En un sociedad anónima hay normas imperativas que no se pueden modificar en cambio en las SAS se modifican al antojo y requerimientos de los contratantes.
- Aspectos diferenciales de una SAS contra un comanditaria
  - La constitución de la comanditaria debe ser mediante escritura pública mientras que el de una SAS es mediante escritura privada.

#### Como se constituye un SAS

1. Redactar el contrato o acto unilateral constitutivo de la SAS. Este documento debe incluir: nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; razón social o denominación de la sociedad (seguida de la palabra Sociedad por Acciones Simplificada); el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales; el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones; y la forma de administración y el nombre de sus administradores, especificando sus facultades.
2. Autenticar las firmas de las personas que suscriben el documento de constitución. La autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio.
3. Inscribir el documento privado en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio. Adicionalmente, ante la Cámara de Comercio se diligencian los formularios del Registro único Empresarial (RUE), el Formulario de inscripción en el RUT y el pago de la matrícula mercantil, el impuesto de registro y los derechos de inscripción.

(Actualícese, 2016)

En conclusión, se escogió este tipo de empresa porque la empresa Inno-Aspira J&D es nueva en el mercado, su creación bajo esta modalidad la ayuda a minimizar trámites innecesarios, costos y tiempos.

## **1.3 Descripción De La Empresa**

### **1.3.1 Concepto Del Negocio**

Empresa dedicada a la comercialización de productos de aspiración automática de alta calidad con los precios más accesibles del mercado.

### **1.3.2 Sector Económico**

Sector electrodomésticos

### **1.3.3 Código CIU**

4754: Comercio al por menor de electrodomésticos y gasodomésticos de uso domésticos, muebles y equipos de iluminación en establecimientos especializados.

Imagen 2 Consulta código CIIU

**CLASIFICACION INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME  
DE TODAS LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS**

**SECCIÓN G COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS**

División	Grupo	Clase	Descripción	Conclusión
47			<b>Comercio al por menor (incluso el comercio al por menor de combustibles), excepto el de vehículos automotores y motocicletas</b>	
	475		Comercio al por menor de otros enseres domésticos en establecimientos especializados	
		4751	Comercio al por menor de productos textiles en establecimientos especializados	
		4752	Comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados	
		4753	Comercio al por menor de tapices, alfombras y cubrimientos para paredes y pisos en establecimientos especializados	
		4754	Comercio al por menor de electrodomésticos y gasodomésticos de uso doméstico, muebles y equipos de iluminación	

Fuente: Dane, 2016

### 1.3.4 Ubicación

La comercialización se concentrará en Medellín y el Valle de Aburrá, contando una bodega en el propio local de ventas.

Se clasifica como microempresa aquella una unidad económica que tiene activos totales hasta de 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes y menos de 10 empleados. Tamaño: Microempresa.

## 1.4 Misión Y Visión De La Empresa

### 1.4.1 Misión



La empresa Inno-Aspira J&D ofrece alternativas innovadoras en aspiradoras automáticas que faciliten el aseo domésticos en los hogares de Medellín y El Valle de Aburrá con un producto de calidad y accesible económicamente, con un equipo comprometido y entregado a la idea de simplificar la vida a nuestros clientes.

#### **1.4.2 Visión**

En 2020 la empresa Inno-Aspira J&D se fortalecerá en el escenario nacional como una empresa líder en el ámbito de aspiradoras automáticas por su innovación, calidad y accesibilidad.

### **1.5 Relación Productos Y/O Servicios**

Aspiradora Automática marca Inno-Merengue J&D

-Tabla de características:

*Imagen 3 Aspiradora automática Inno-Merengue J&D*



Fuente : Amazon,2016

-Turbo carga recarga Inno-Merengue J&D en sólo dos horas.

-Reutilizables paños de limpieza de microfibra incluidos - un paño de barrer en seco y un paño de limpiar en húmedo.

-Inno-Merengue J&D va a limpiar sus pisos para usted sin interrumpir su actividad diaria.

-Modelo de gama media, se puede programar mediante una aplicación para que empiece a funcionar en el momento más conveniente para el usuario.

-A pesar de ser el producto más barato de la gama Ecovacs esto no limita sus funciones y ofrece un alto rendimiento a un precio económico.

Lista de beneficios:

- Limpieza ágil y completa de la casa.
- Llega a los puntos más imposibles mediante el GPS.
- Simplificación de la tarea de la limpieza del hogar.
- Realiza la labor de manera silenciosa.
- De fácil uso y viene con manual básico con ilustraciones que ayudan a solucionar tipos de inconvenientes que el usuario pueda tener al momento de usar el dispositivo.
- Cuenta con 1 año de garantía tanto para la batería tanto como para el dispositivo.
- No necesita consideraciones especiales de empaque al no ser un producto peligroso o perecedero, tampoco requiere de un trato especial tanto en el empaque como en el almacenamiento.

## **1.6 Ventajas Competitivas**

- Por un lado las aspiradoras convencionales requieren de un humano que haga uso de ellos y la lleve por toda la casa, quitando tiempo, estorbando con su tamaño en

medio de la casa, mientras que la aspiradora Inno-Merengue J&D funciona de manera automática y por su diminuto tamaño no estorba en los lugares en los que vaya a funcionar.

- Frente a las otras aspiradoras automáticas, ofrece la ventaja de que no solo barre sino que trapea y las toallas que usa para esta labor son reutilizables, lo que sale favorable.
- El ruido que emite es nulo, puede realizar su tarea de manera silenciosa, mientras que las convencionales emiten demasiado ruido y es muy molesto. Ofreciéndole a nuestro cliente su armónico espacio mientras que realiza alguna otra actividad como por ejemplo ver televisión o hablar por teléfono.
- Nuestro producto se diferencia del resto por su precio de mayor accesibilidad que las otras aspiradoras automáticas que hay en el mercado.
- Un servicio post-venta en el cual estaremos realizando llamadas a nuestros clientes para evaluar su nivel de satisfacción y de igual manera estar atentos para las dudas de cualquier tipo, ser capaces de ofrecer una respuesta eficaz y lo más rápido posible en el caso de que el dispositivo presente algún tipo de anomalía.

Se tendrá una tienda tipo "Show Room" en donde se hagan demostraciones en vivo de nuestro producto, de esta manera los clientes sabrán de las capacidades y calidad que estamos ofreciendo; demostrando nuestro compromiso y atención a nuestros clientes. Estará localizada en el sector de Laureles porque es un sector de estrato alto, donde sus habitantes cuentan con el poder adquisitivo suficiente para comprar el producto.

## CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

En el siguiente capítulo se analizarán los factores económicos, políticos, legales, sociales, tecnológicos y culturales que afectan el desarrollo de una empresa en el entorno denominado en este plan de negocios como Medellín, Colombia.

### 2.1 Entorno

#### 2.1.1 Factores económicos

##### 2.1.1.1 Inflación

-Nivel de inflación de Estados Unidos en 2016

*Tabla 1 Nivel de inflación de Estados Unidos por meses*

MONTHS	RATE (%)
JANUARY	1.4
FEBRUARY	1.0
MARCH	0.9
APRIL	1.1
MAY	1.0

JUNE	1.0
JULY	0.8

Fuente: Usinflation calculator ,2016

La inflación del año 2016 en Estados Unidos es relativamente controlada lo que es beneficioso para nuestro negocio porque los precios de los productos van a gozar de una mayor estabilidad en un periodo de tiempo y no sufrirán grandes variaciones que afecten a nuestra empresa a la hora de importar el producto. Las recientes alzas en las tasas por parte de la Reserva Federal de los Estados Unidos han ayudado a regular la inflación.

-Nivel de inflación en Colombia en 2016

*Tabla 2 Nivel de inflación de Colombia por meses*

MESES	PORCENTAJE %
ENERO	1.29
FEBRERO	1.28
MARZO	0.94
ABRIL	0.50
MAYO	0.51
JUNIO	0.48
JULIO	0.52

Fuente: Dane, 2016

Amenaza: La inflación en Colombia está incrementando de manera alarmante por lo que es una problemática que va a afectar al precio de nuestro producto en territorio colombiano, esto es negativo para el consumidor porque la inflación ha crecido más que el salario mínimo y esto representaría un mayor sacrificio de los consumidores.

(Revista Dinero, 2016)

### ***2.1.1.2 Tasas De Interés***

En este aspecto lo más indicado es enfocarse en las tasas de colocación de bancos comerciales y de compañías de financiamiento comercial, las razones son sencillas. Para los usuarios, las aspiradoras automáticas van a poder ser adquiridas de manera de contado o bajo crédito, entonces, ver el comportamiento de las tasas ayudaría a medir la capacidad de endeudamiento de las personas, la tasa actual ha estado en un aumento constante, lo que hace pensar que limita un poco a las personas que vayan a hacer préstamos.

Por otro lado las compañías de financiamiento comercial, nos podrían ayudar en un futuro a financiar la importación de nuevos equipos en caso de haber sido exitoso la primera línea traída y se halla considerado necesaria la ayuda de estas, aunque no es algo seguro en el corto plazo, analizar y evaluar esta alternativa no está de más.

- Tasa de colocación de bancos comerciales: 23,84 %

- Tasa de colocación de compañías de financiamiento comercial: 16, 17%

(Banco de la Republica, 2016)

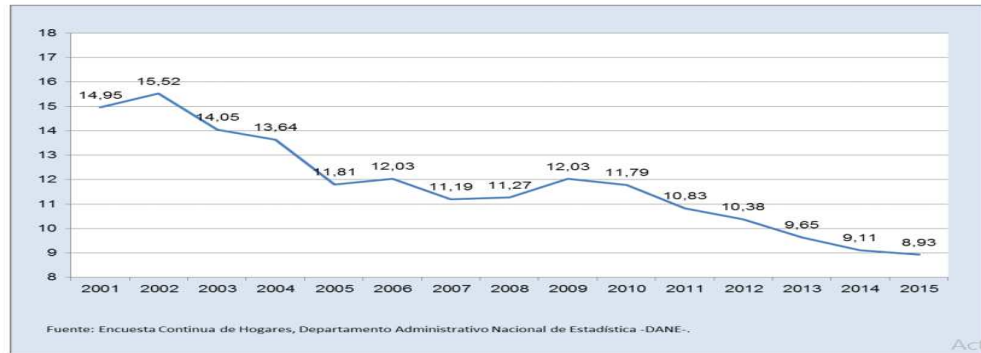
### ***2.1.1.3 Desempleo***

En esta gráfica se puede observar la evolución de hace 15 años sobre la tasa de desempleo en Colombia, analizando una caída permanente a lo largo de los años que incentiva el consumo porque a mayor gente empleada va a haber mayor población en capacidad de adquirir productos.

Gráfico 1 Tasa de desempleo en Colombia

Boletín de Indicadores Económicos

Gráfico 2. Tasa de desempleo en Colombia: total nacional



Ver boletín en formato Excel

Activar Windows  
Ve a Configuración para

Fuente: Banco de la República, 2016

### 2.1.1.4 Producto Interno Bruto Colombia

Gráfico 2 Variación del Producto interno Bruto



Fuente: DANE, 2016

De acuerdo a esta gráfica, el Producto interno bruto (PIB) de Colombia ha tenido un comportamiento decreciente a causa en su mayor parte por la baja de los precios internacionales de los productos en base en especial del petróleo, otros sectores han intentado jalonar la economía intentando tapar el hueco que ha dejado el precio del crudo.

(Portafolio, 2016)

### 2.1.1.5 Ingreso Per Cápita

Gráfico 3 Ingreso per cápita



Fuente: Banco Mundial, 2016

Colombia: US 6.056,1

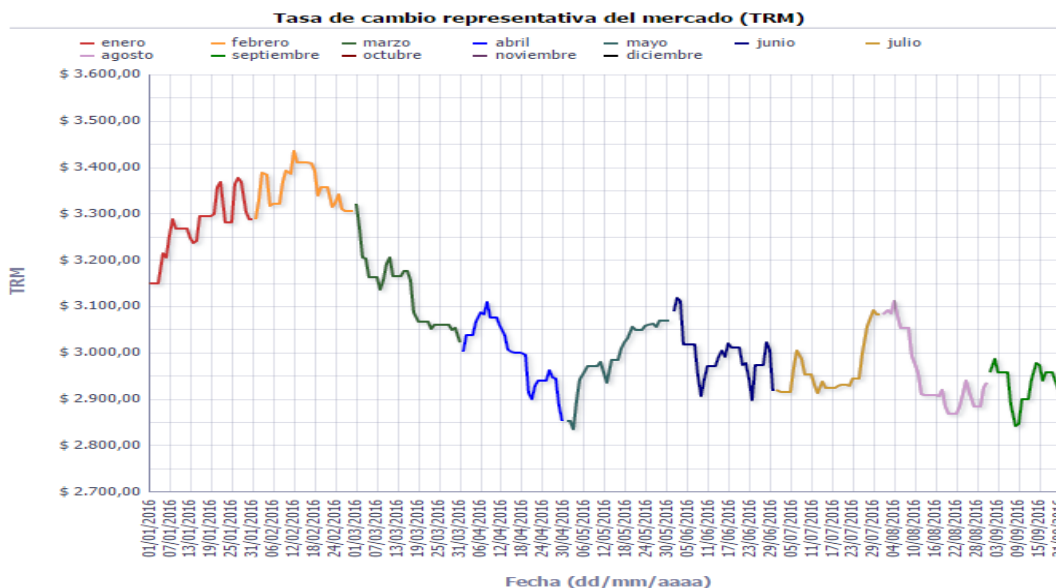
Es un PIB per cápita aceptable con respecto a los otros países latinos y demuestra un buen poder adquisitivo de los colombianos y respecto a nuestro producto es un buen valor que muestra que los colombianos están en posibilidades de adquirir las aspiradoras automáticas.



### 2.1.1.6 Tasa De Cambio Representativa Del Mercado (TRM)

En esta imagen vemos la evolución de la TRM durante el año de 2016 y vemos cómo ha ido cayendo en los últimos meses (de \$3.150 a \$2.850) algo que es favorable para nuestra empresa porque tendremos que pagar menos pesos por cada dólar a la hora de hacer el desembolso en la compra de las aspiradoras.

Gráfico 4 TRM



Fuente: Banco de la república, 2016

## 2.1.2 Políticas Y Legales

### 2.1.2.1 Política Comercial

Arancel 8%

-Ley Pymes ayuda al fomento de las empresas que están empezando en el mercado colombiano.

Inno-Aspira J&D cuenta con menos de 50 empleados y el valor de sus activos es menor a 5.000 salarios mínimos legales vigentes por lo que aplica a los beneficios de la ley 1429, que proporcionará los siguientes beneficios:

Exención de aportes al Sena, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, caja de compensación durante los primeros dos (2) años de inicio de su actividad económica principal, de ahí en adelante será 25% para el tercer (3) año, del 50% para el cuarto (4) año. Del 75% para el quinto (5) año; empezando el sexto (6) año se comenzará a pagar el 100% de la tarifa de estos aportes. Este mismo comportamiento de reducción gravable aplica para el pago de renta. Para la matrícula mercantil en Cámara de comercio, seremos exentos de pagos el primer año, en los siguientes dos (2) años el pago será de 50% y 75% respectivamente.

Este plazo de pagos de impuestos ayuda a reducir costos y proporciona una mayor estabilidad durante estos periodos de tiempo; los primeros años de una empresa son fundamentales, son en los que se les invierte gran cantidad de capital, de este modo, las empresas pueden progresar libremente en su actividad económica durante este tiempo sin obviamente olvidar sus responsabilidades fiscales.

(MinTrabajo, 2016)

### ***2.1.2.2 Entorno Tributario***

¿Qué impuestos debe pagar?

-El Impuesto de Renta es un impuesto nacional, de carácter anual, el cual grava las utilidades que haya generado la empresa desde el primero (1) de enero hasta el treinta y uno (31) de Diciembre de cada año.

-El Impuesto al Valor Agregado (IVA) es igualmente un impuesto de carácter nacional que grava la venta de bienes muebles, la prestación de servicios, las importaciones y la circulación, venta u operación de juegos de suerte y azar.

-El Impuesto de Industria, Avisos y Tableros (ICA) es un impuesto de carácter municipal que grava toda actividad industrial, comercial y de servicios.

-La Retención en la Fuente no es propiamente un impuesto, pero dada su importancia para el cálculo económico de una futura empresa lo incluimos, puesto que es realmente un pago anticipado al impuesto de renta.

-El Impuesto al Patrimonio es un impuesto que grava la riqueza de las empresas, entendiendo riqueza como el patrimonio líquido que la compañía tenga el primero (1) de enero de cada año.

(DIAN, 2016)

### **2.1.3 Fuerzas Externas Sociales**

#### ***2.1.3.1 Factores De Seguridad E Inversión En Medellín.***

En Medellín existe la problemática de la extorsión hacia los negocios en varios barrios de la ciudad lo cual es algo que va a dificultar la creación de nuestro negocio por lo que tendremos que tener en cuenta el pago a grupos armados que ejercen de manera ilegal y esto tendrá influencia en las ganancias de la empresa en el margen de utilidad, flujo de caja y en todos los informes financieros.

(Revista Semana, 2016)

### **2.1.4 Culturales**

Según la encuesta realizada a los hogares colombianos por entidad Nielsen podemos sacar varias conclusiones que nos ayudará a tener varias ideas sobre los hábitos de limpieza en estos hogares.

Por ejemplo algo favorable para nuestro producto es el hecho de que solo el 8% de los hogares pagan servicio de limpieza en sus casas lo que nos abre una oportunidad para la venta de aspiradoras automáticas porque la mayoría de colombianos no cuentan con una persona que les realice el aseo en su casa.

Igualmente el 42% de las compras de productos de limpieza se realizaron en locales pequeños algo favorable para nosotros porque nuestro producto se comercializara en un local pequeño igualmente en el sector de Laureles.

Cuando se trata de comprar un producto de aseo para el hogar los colombianos buscan un producto que sea eficiente y que tenga un precio que sea equivalente a su calidad, nuestra aspiradora automática cumple con estos dos factores por lo que esto abre las puertas a una mayor aceptación en un futuro a nuestro producto.

(Nielsen, 2016)

### **2.1.5 Tecnológicas**

Los habitantes de la ciudad de Medellín están habituados a las modas norteamericanas que llegan cada vez más con más fuerza y mayor aceptación a territorio paisa por lo que nuestro producto que es de Estados Unidos puede generar una moda o tendencia nueva en el Valle de Aburrá.

Gracias al reconocimiento de Medellín siendo la ciudad más innovadora, se ha comenzado a implementar de alguna manera el uso de las tecnologías en toda la ciudad incluso en las zonas marginadas, cuando se crea cualquier tipo de afinidad entre todo tipo de personas y tecnología, estas se comienzan a acostumbrar al uso de estas y su

probabilidad de adquirirlas, expandiendo nuestro mercado potencial y el filtro de nuestro mercado meta.

(Urna de Cristal, 2016)

## **2.2 Sector O Industria**

### **2.2.1 El Sector Al Cual Pertenece**

Sector de Electrodomésticos, el cual comprende todos los aparatos que ayudan a realizar las tareas del hogar de la vida cotidiana.

### **2.2.2 Rentabilidad Del Sector**

Se puede ver las empresas líderes en el sector durante el año 2014 con sus productos más destacados y la representación porcentual de estos productos siendo los televisores y celulares los que más se venden en Colombia.

Imagen 4 Empresas líderes en ventas



Fuente: Revista La República, 2016

### 2.2.3 Tamaño Del Sector

En esta tabla se puede observar las variaciones de las ventas del sector electrodoméstico desde el mes noviembre del 2015 hasta el mes enero 2016, evidenciando un crecimiento constante siendo el mes de diciembre el mes con mayor ventas en el mercado por ser época de navidad y fin de año.

Tabla 3 Compra de Electrodomésticos en Colombia

DATO MENSUAL	nov-15	dic-15	ene-16
Tamaño del Mercado Real	199.749	246.095	191.224
Gasto Per Hogar Real	16.542	20.361	15.805
Gasto Per Cápita Real	4.136	5.090	3.951

Fuente: ANDI, 2016

### 2.2.4 Tendencias De Crecimiento (Últimos Años)}

Podemos ver en esta imagen las importaciones de electrodomésticos por partida arancelaria, las aspiradoras han tenido un crecimiento de manera constante en los últimos 4 años sufriendo una variación positiva en la cantidad de unidades entre los años 2013-2014 (9 %) y 2014-2015 (26 %).

Tabla 4 Importaciones de electrodomésticos por partidas arancelarias

PARTIDA	DESCRIPCION	CANTIDAD (UNIDADES)					% VAR	
		2012	2013	2014	2014 (E-N)	2015	13-14	14 (E-N)-15(E-N)
7615101000	Ollas de presión	680.627	454.285	525.563	481.509	191.465	16%	-60%
7615102000	-- Las demás ollas, sartenes y artículos similares	6.011.936	8.290.850	12.829.909	12.557.333	6.688.698	55%	-47%
8414510000	Ventiladores de mesa, pie, pared, cielo raso, techo o vent	2.064.462	1.859.342	2.451.877	2.184.344	2.177.732	32%	0%
8419810000	Los demás aparatos y dispositivos para la preparación de	183.272	131.820	53.301	45.866	27.689	-60%	-40%
8508110000	Aspiradoras, con motor eléctrico incorporado, de potencia	185.095	153.000	166.172	151.081	189.946	9%	26%
8508190000	Las demás aspiradoras, con motor eléctrico incorporado	93.114	148.475	89.986	85.139	78.930	-39%	-7%
8508600000	Las demás aspiradoras	69.088	23.310	21.362	19.702	32.916	-8%	67%

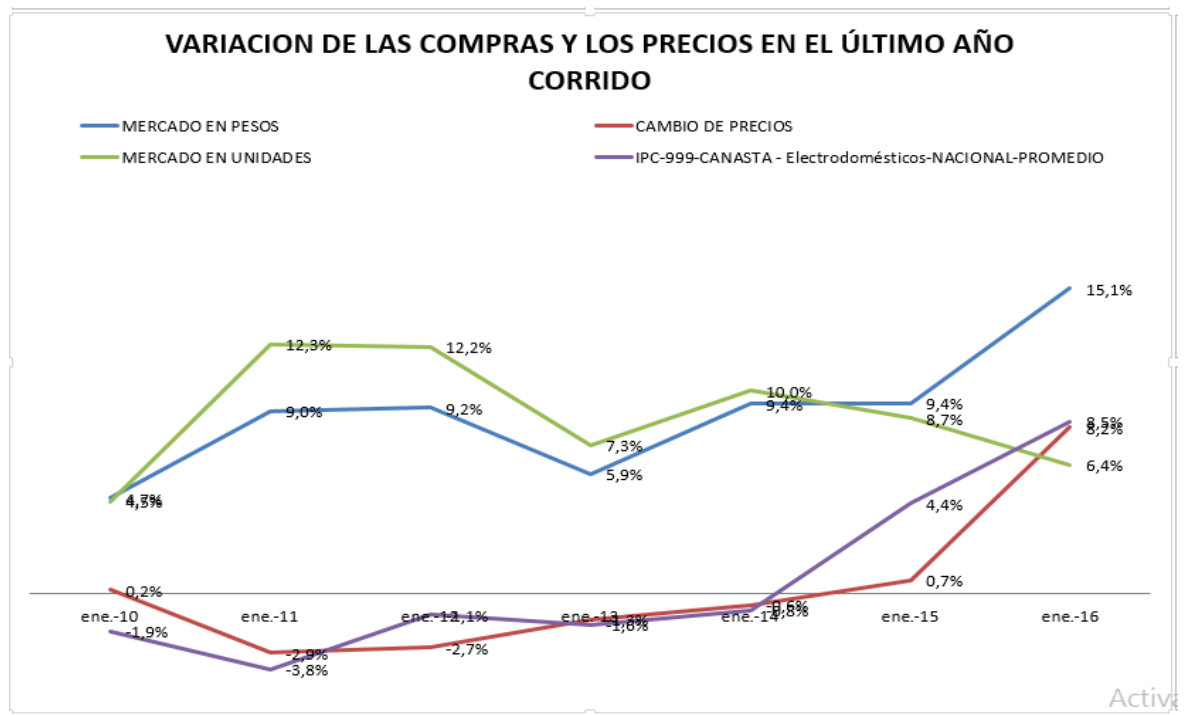
Fuente: ANDI, 2016

## 2.2.5 Proyección De Ventas Del Sector:

En la siguiente gráfica podemos ver la variación de compras desde enero del 2010 hasta enero de 2016 con la evolución del sector que tiene un crecimiento constante desde enero de 2013 hasta enero de 2016.

La línea azul nos indica el mercado en pesos y es la muestra del buen desarrollo que sufre el sector de electrodomésticos en Colombia que permite ser optimistas en cuanto al futuro del sector con una proyección de ventas que es positiva para el año 2016 si tenemos en cuanto las variaciones de los años anteriores.

Gráfico 5 Variación de compras y precios del mercado



Fuente: ANDI,2016

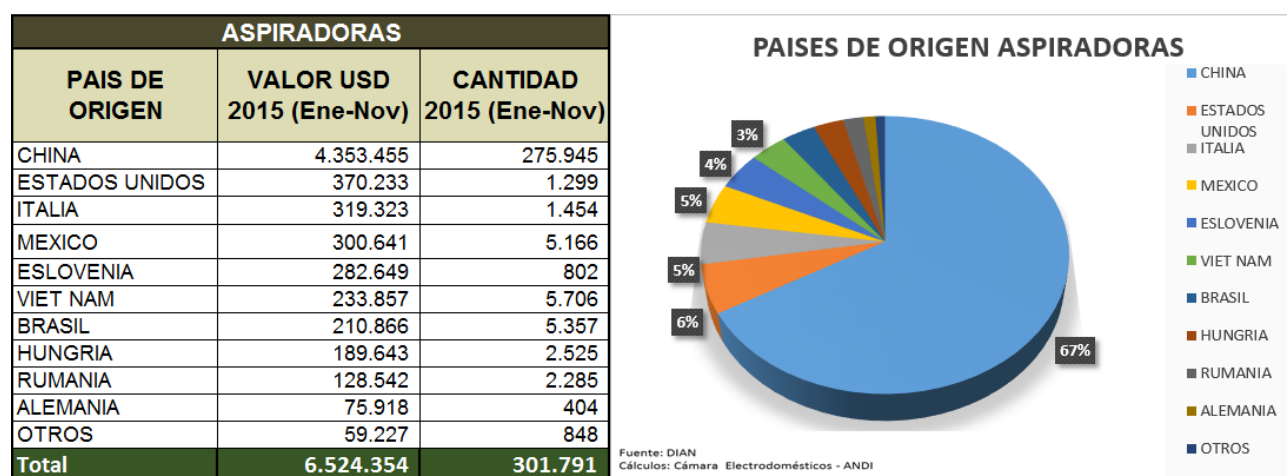


## 2.2.6 Estructura Del Sector

Los electrodomésticos son comercializados principalmente en almacenes de cadena y tiendas por departamento como: Almacenes Éxito, Alkomprar, Falabella, Flamingo, Tiendas Jumbo, Carulla.

En la siguiente imagen podemos ver los países de origen de las aspiradoras que llegaron a Colombia durante el año 2015 siendo China el principal socio ocupando un porcentaje bastante importante en este mercado.

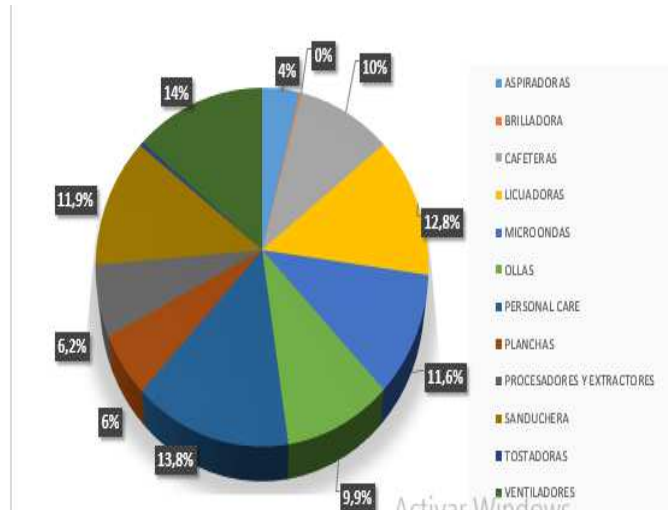
Gráfico 6 Países de origen de las aspiradoras en 2015



Fuente: ANDI, 2016

En esta imagen podemos ver la participación de las diferentes categorías del sector en la importación de electrodomésticos durante los años 2014 y 2015, vemos como las aspiradoras sufrieron un leve crecimiento aunque siguen ocupando un porcentaje bajo si se compara con las otras categorías del sector.

Gráfico 7 Participación de las categorías en el sector



Fuente: ANDI, 2016

### 2.2.7 Factores Claves De Éxito Del Negocio

Ofrecer un producto a un precio competitivo que se ajuste a las necesidades del mercado igualmente los consumidores buscan productos con mayores tecnologías, con alta calidad y que tengan bastante utilidad para el hogar.

### 2.2.8 Cadena De Valor De La Industria

El proceso será llevado a cabo de la siguiente manera; proveedor situado en la ciudad de Bedford en Estados Unidos seguido de una logística de importación hacia la ciudad de Medellín y será transportado por medio aéreo y luego bajo una logística de transporte interno hasta la bodega que se encuentra en el Barrio Laureles de la ciudad de Medellín y será distribuido en el mismo lugar.

## 2.2.9 Barreras De Ingreso O Salida Del Sector

No se encontraron barreras de ingreso o salida del sector de electrodomésticos porque contamos con la ventaja de que el producto llega desde Estados Unidos lo que nos favorece por el acuerdo que existe entre los dos países y nos da ventajas en los gravámenes arancelarios.

### 2.2.10 Competidores

En esta tabla vemos las principales empresas importadoras de aspiradoras en Colombia durante los años 2014 y 2015 siendo la empresa Electro lux S.A. la líder destacada en este sector, manejando el porcentaje más representativo del sector y teniendo una estabilidad de varios años en el territorio Colombiano.

Tabla 5 Importación de aspiradoras por empresas en 2014 y 2015

ASPIRADORAS					
NIT	EMPRESA	VALOR USD 2014 (Ene-Nov)	VALOR USD 2015 (Ene-Nov)	CRECIMIENTO 2014 (Ene-Nov) vs 2015 (Ene-Nov)	PARTICIPACIÓN %
800184925	ELECTROLUX S. A.	2.002.137	1.845.311	-7,83%	28,28%
800242106	SODIMAC COLOMBIA S A	513.110	543.476	5,92%	8,33%
890803029	RAYOVAC- VARTA S.A.	79.190	473.200	497,55%	7,25%
890900307	GROUPE SEB COLOMBIA S . A .	458.660	463.036	0,95%	7,10%
900482537	K-RCHER S.A.S	330.643	402.244	21,66%	6,17%
830503190	Hyla COLOMBIA LTDA	270.854	282.649	4,35%	4,33%
830065063	LG ELECTRONICS COLOMBIA LTDA.	381.485	258.036	-32,36%	3,95%
900276966	IMPORTING COLOMBIA S.A.S		252.021	-	3,86%
800203984	SIMONIZ S.A.	52.766	200.382	279,76%	3,07%
900319753	PRICESMART COLOMBIA S.A.S.	126.533	166.876	31,88%	2,56%
900155107	EASY COLOMBIA S.A.	122.585	154.931	26,39%	2,37%
900014141	H UJUETA S.A	128.684	144.460	12,26%	2,21%
860070698	BLACK & DECKER DE COLOMBIA S A	111.713	142.880	27,90%	2,19%
800119297	G.R. CHIA S.A.		71.330	-	1,09%
	OTROS	1.779.764	1.123.522	-36,87%	17,22%
	<b>TOTAL</b>	<b>6.358.125</b>	<b>6.524.354</b>		

Fuente: ANDI, 2016

### **2.2.11 Poder De Negociación De Los Clientes Y Proveedores**

Los distribuidores han logrado negociar con sus proveedores acuerdos sugestivos para no contagiar de la ‘fiebre del dólar’ el costo de los electrodomésticos. “Están defendiendo las ventas y por eso no se han resentido tanto”.

(Portafolio, 2016)

### **2.2.12 Amenaza De Nuevos Productos Sustitutos**

La principal amenaza sustituta es la aspiradora convencional porque está ya ha creado una imagen dentro de los consumidores colombianos creando una costumbre de uso y una barrera psicológica que dificulta la compra de un producto innovador. Se ha creado un paradigma sobre las aspiradoras porque se cree que solo se pueden usar sobre superficies alfombradas.

De igual manera la escoba también puede considerarse otra amenaza porque está arraigada a la tradición colombiana y es muy difícil sustituir la idea de aseo automático en los hogares.

### **2.2.13 Análisis DOFA**

#### ***2.2.13.1 Fortalezas***

- Estructura organizacional simplificada y eficiente
- Producto con exclusividad y alto desarrollo tecnológico
- Calidad del servicio al cliente

- Localización del establecimiento en lugar central de nuestro mercado meta

#### ***2.2.13.2 Debilidades***

- Poco renombre debido a la inexperiencia en la ciudad
- Poca capacidad de endeudamiento
- Dependencia de un solo proveedor

#### ***2.2.13.3 Oportunidades***

- Perfil tecnológico óptimo de nuestro mercado meta
- Tasa de desempleo en disminución
- Tasa de inflación baja en el país proveedor
- Acuerdo comercial con el país proveedor
- Apoyo del gobierno por ser empresa nueva (ley MYPIME)

#### ***2.2.13.4 Amenazas***

- Alta extorsión en negocios de Medellín
- Alta inflación en Colombia
- Varios competidores con un mejor renombre
- Altos cargos impositivas

#### ***2.2.13.5 Estrategias DO***

-Debido al perfil tecnológico de nuestro mercado meta, una buena aceptación de nuestro producto, ayudaría a darle reconocimiento a nuestra marca dentro de este sector.

-Tener una inflación baja y controlada en el país del proveedor permite tener precios estables con los cuales se pueda negociar, esto haría aumentar nuestra margen de utilidad y competitividad ayudándonos en un futuro aumentar nuestra capacidad de endeudamiento.

#### ***2.2.13.6 Estrategias FA***

-Con la alta calidad ofrecida de servicio al cliente podemos generar una ventaja sobre los otros competidores de renombre que llevan más tiempo en el mercado.

- Aprovechar los apoyos del gobierno con la ley MYPIME para ayudar a contrarrestar las altas cargas impositivas.

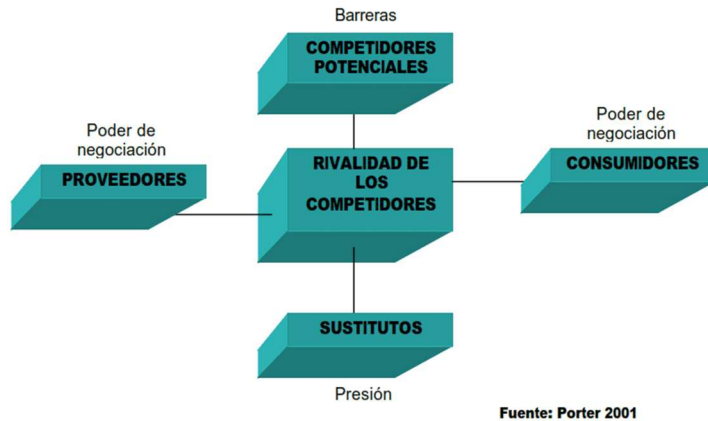
#### ***2.2.13.7 Estrategias FO***

-Nuestro producto de alto desarrollo tecnológico se asociará perfectamente con el perfil tecnológico que maneja nuestro mercado Meta incrementando las utilidades y el nivel de ventas de Inno-Aspira J&D.

#### ***2.2.13.8 Estrategias DA***

-Con una buena estrategia de promoción y publicidad vamos a ganar renombre en el medio y de igual manera llamaremos la atención de clientes de otras marcas quitándoles participación en el mercado.

Imagen 5 Diamante de Porter



Fuente: Gestipolis ,2001

-Competidores

En un principio los competidores de Inno-Aspira J&D serán principalmente las empresas que manejan una participación menor en la venta de aspiradoras dentro del sector de electrodomésticos porque son más fáciles de controlar, monitorear y analizar.

Igualmente existe un competidor que tiene la mayor parte del mercado que es Electrolux S.A con una participación de 28% en el mercado, esta empresa será nuestro objetivo final cuando ya estemos establecidos en la ciudad y que empecemos a tener un crecimiento constante en el mercado.

-Proveedores

Se cuenta con un único proveedor, lo que implicaría una amenaza debido a que un incumplimiento dañaría completamente la cadena de abastecimiento, en un futuro buscaremos otros proveedores que ayuden a minimizar el riesgo al que nos exponemos por contar con este solo proveedor.

-Consumidores

La segmentación que se realizó en la ciudad de Medellín y que nos dió como resultado el Barrio de Laureles como el lugar más adecuado para la comercialización de nuestro producto.

-Sustitutos

Podemos considerar como productos sustitutos las aspiradoras convencionales que llevan varios años en el mercado colombiano e igualmente las escobas que se utilizan todavía con frecuencia en los hogares de Medellín.



## **CAPÍTULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO**

### **3.1 Objetivos De Mercadeo**

-Corto plazo: Evaluar el impacto en la disposición de compra de la aspiradora automática en la comuna 11 (Laureles) mediante encuestas, con el fin de medir la viabilidad de la venta de este producto durante el primer año.

-Mediano plazo: Lograr unas ventas con un crecimiento del 5% anual, implementando estrategias de mercadeo, promoción, distribución y comercialización; estando atentos a las variaciones del mercado.

-Largo plazo: Tener una participación representativa en el sector electrodomésticos centrándose en la categoría de aspiradoras, llegando a ser reconocido no solo a nivel comunal, sino nacional con un porcentaje del 20% de participación en las ventas en un periodo que oscile entre 5 y 10 años.

### **3.2 Perfil Del Mercado Potencial De Bienes Y/O Servicios**

Personas entre los 25 y 45 años que vivan en estratos 4 y 5 del sector de Laureles, que trabajen y/o estudien gran parte del día, que cuenten con poco tiempo para el hogar con un ingreso promedio entre \$ 2'000.000 y \$ 2'500 000, personas que sean afines con la tecnología, que prefieran divertirse antes que hacer tareas de hogar, gente con nivel educacional alto (carreras profesionales). Que no sientan restricción por el precio del bien y su forma de pago. Consumidores que busquen un producto de alta calidad que sea eficiente y útil para el hogar con un precio competitivo ante las otras ofertas del mercado. Igualmente que busquen un producto que sea fácil de adquirir el cual se encuentre en un punto central del Barrio de Laureles.

Según la repartición de estratos en Medellín el sector de Laureles es el sector más indicado porque allí encontramos el mayor porcentaje de viviendas de estratos 4 y 5 que son las más indicadas para la comercialización de las aspiradoras automáticas.

Tabla 6 Repartición demográfica por estratos de las diferentes comunas de Medellín

Comuna	Estrato socioeconómico					
	1	2	3	4	5	6
<b>Zona 1</b>	<b>23,07%</b>	<b>57,77%</b>	<b>19,16%</b>	-	-	-
Popular	35,16	64,82	-	-	-	-
Santa Cruz	14,02	85,98	-	-	-	-
Manrique	21,90	61,91	16,19	-	-	-
Aranjuez	10,83	34,63	54,53	-	-	-
<b>Zona 2</b>	<b>9,41%</b>	<b>44,32%</b>	<b>42,47%</b>	<b>3,59%</b>	<b>0,20%</b>	-
Castilla	0,78	14,38	83,28	1,56	-	-
Doce de Octubre	14,35	58,40	27,25	-	-	-
Robledo	11,03	53,01	26,96	8,45	0,55	-
<b>Zona 3</b>	<b>13,61%</b>	<b>27,08%</b>	<b>41,46%</b>	<b>16,49%</b>	<b>1,16%</b>	<b>0,20%</b>
Villa Hermosa	32,49	40,17	25,22	2,12	-	-
Buenos Aires	3,30	25,67	62,20	7,39	0,91	0,54
La Candelaria	-	8,58	34,49	53,53	3,40	-
<b>Zona 4</b>	<b>14,25%</b>	<b>15,34%</b>	<b>17,20%</b>	<b>24,62%</b>	<b>28,59%</b>	-
Laureles	-	0,18	0,99	34,00	64,82	-
La América	-	3,98	28,77	40,98	26,27	-
San Javier	36,14	35,94	22,61	5,31	-	-
<b>Zona 5</b>	-	<b>1,75%</b>	<b>1,62%</b>	<b>4,14%</b>	<b>17,82%</b>	<b>74,67%</b>
El Poblado	-	1,75	1,62	4,14	17,82	74,67
<b>Zona 6</b>	<b>1,50%</b>	<b>18,25%</b>	<b>40,90%</b>	<b>23,87%</b>	<b>15,48%</b>	-
Guayabal	1,77	18,75	36,11	23,02	20,36	-
Belén	0,64	16,66	56,13	26,57	-	-
<b>Corregimientos</b>	<b>7,98%</b>	<b>67,48%</b>	<b>22,71%</b>	<b>0,80%</b>	<b>0,42%</b>	<b>0,60%</b>
Palmitas	33,01	61,51	5,21	0,26	-	-
San Cristóbal	8,01	76,01	15,35	0,63	-	-
Altavista	13,81	83,70	2,49	-	-	-
San Antonio	2,49	62,88	34,24	0,39	-	-
Santa Elena	23,07	44,06	15,93	4,99	4,94	7,01
<b>Total Medellín</b>	<b>11,79%</b>	<b>35,99%</b>	<b>29,15%</b>	<b>10,83%</b>	<b>8,02%</b>	<b>4,23%</b>

Fuente: Alcaldía de Medellín ,2016

El sector de Laureles ha tenido un crecimiento poblacional constante que incrementa el número de clientes potenciales y esto aumenta la posibilidad de compra el producto.

Tabla 7 Distribución de la población por comunas

Zona/Comuna	Año			
	1993	2005	2010	2015
<b>Zona 1</b>	<b>445.861</b>	<b>530.886</b>	<b>546.436</b>	<b>563.731</b>
Popular	99.238	122.067	126.024	130.369
Santa Cruz	92.840	103.212	106.989	111.452
Manrique	121.113	148.762	153.912	159.658
Aranjuez	132.670	156.845	159.511	162.252
<b>Zona 2</b>	<b>391.694</b>	<b>482.637</b>	<b>496.849</b>	<b>515.068</b>
Castilla	125.391	142.867	145.764	149.751
Doce de Octubre	156.230	185.673	189.335	193.657
Robledo	110.073	154.097	161.750	171.660
<b>Zona 3</b>	<b>287.688</b>	<b>346.344</b>	<b>352.853</b>	<b>359.810</b>
Villa Hermosa	103.034	129.569	133.407	137.531
Buenos Aires	116.341	132.509	134.574	136.774
La Candelaria	68.313	84.266	84.872	85.505
<b>Zona 4</b>	<b>292.654</b>	<b>337.363</b>	<b>346.627</b>	<b>356.584</b>
Laureles	96.377	118.081	120.180	122.243
La América	79.711	91.345	93.648	96.278
San Javier	116.566	127.937	132.799	138.063
<b>Zona 5</b>	<b>63.315</b>	<b>110.671</b>	<b>118.811</b>	<b>128.839</b>
El Poblado	63.315	110.671	118.811	128.839
<b>Zona 6</b>	<b>230.691</b>	<b>274.150</b>	<b>282.713</b>	<b>291.164</b>
Guayabal	67.567	86.326	90.295	94.470
Belén	163.124	187.824	192.418	196.694
<b>Total Comunas</b>	<b>1.711.903</b>	<b>2.082.051</b>	<b>2.144.289</b>	<b>2.215.196</b>

Fuente: Alcaldía de Medellín, 2016

Podemos ver que la Comuna de Laureles cuenta con unas 32.357 viviendas lo cual nos ofrece un número importante de hogares a los cuales podemos llegar en un futuro.

Tabla 8 Habitantes y viviendas por comunas

Zona/Comuna	Población	Área (ha)	Hab/ha	Viviendas	Viv/ha.
<b>Zona 1</b>	<b>530.886</b>	<b>1.512,82</b>	<b>351</b>	<b>130.317</b>	<b>86,14</b>
Popular	122.067	310,94	393	31028	99,79
Santa Cruz	103.212	219,52	470	26046	118,65
Manrique	148.762	495,91	300	35445	71,47
Aranjuez	156.845	486,45	322	37798	77,70
<b>Zona 2</b>	<b>482.637</b>	<b>1.931,56</b>	<b>250</b>	<b>121.119</b>	<b>62,71</b>
Castilla	142.867	609,69	234	33644	55,18
Doce de Octubre	185.673	383,65	484	43961	114,59
Robledo	154.097	938,22	164	43514	46,38
<b>Zona 3</b>	<b>346.344</b>	<b>1.913</b>	<b>181</b>	<b>96.641</b>	<b>50,52</b>
Villa Hermosa	129.569	577,74	224	34515	59,74
Buenos Aires	132.509	599,63	221	36319	60,57
La Candelaria	84.266	735,63	115	25807	35,08
<b>Zona 4</b>	<b>337.363</b>	<b>1.623,9</b>	<b>208</b>	<b>93.674</b>	<b>57,68</b>
Laureles	118.081	741,61	159	32357	43,63
La América	91.345	398,49	229	24851	62,36
San Javier	127.937	483,8	264	36466	75,37
<b>Zona 5</b>	<b>110.671</b>	<b>1.432,58</b>	<b>77</b>	<b>30.890</b>	<b>21,56</b>
El Poblado	110.671	1432,58	77	30890	21,56
<b>Zona 6</b>	<b>274.150</b>	<b>1.643,45</b>	<b>167</b>	<b>76.819</b>	<b>46,74</b>
Guayabal	86.326	760,33	114	22394	29,45
Belén	187.824	883,12	213	54425	61,63
<b>Total Comunas</b>	<b>2.082.051</b>	<b>10.057</b>	<b>207</b>	<b>549.460</b>	<b>54,63</b>

Fuente: Elaboración propia con base en DANE Censo General 2005

Fuente: Alcaldía de Medellín , 2016

Laureles ofrece una tasa de escolaridad bastante interesante de personas que están en un nivel de educación superior lo cual nos indica que la gente en esta comuna cuenta con una carrera profesional y que indica que son aptas para adquirir nuestro producto porque se asume que tienen mayores ingresos, menos tiempo, mayor nivel cultural y mayor afinidad a las tecnologías.

Tabla 9 Tasa neta de escolaridad según niveles educativos por comuna

Comuna/ Corregimiento	Pre-escolar	Básica Primaria	Básica Secundaria	Media	Superior	Todos los niveles
Popular	31,12	96,49	62,22	30,2	9,71	68,37
Santa Cruz	100	94,51	60,73	29,66	16,86	71,92
Manrique	100	96,76	64,41	33,41	14,27	74,59
Aranjuez	94,19	96,01	67,23	44,5	21,94	76,52
Castilla	34,92	95,28	69,67	43,5	24,16	71,38
Doce de octubre	63,95	96,24	67,06	45,04	20,23	74,15
Robledo	23,66	97,99	68,84	46,74	30,33	72,46
Villa Hermosa	24,71	96,06	64,36	32,17	22,22	68,18
Buenos Aires	26,88	95,86	69,06	46,24	31,74	71,81
La Candelaria	27,42	97,63	70,47	50,97	38,33	73,7
Laureles Estadio	37,77	98,44	75,04	61,35	48,18	78,27
La America	14,29	97,07	71,82	43,7	41,41	71,32
San Javier	19,68	95,53	66,25	42,94	17,4	70,04
El Poblado	100	99,34	72,60	49,46	52,8	79,88
Guayabal	7,47	100	70,16	50,31	37,36	73,01
Belén	20,31	96,9	72,18	54,61	34,71	74,5
Palmitas	N.D.	92,56	58,07	70,86	20,4	69,56
San Cristóbal	12,82	96,81	62,17	37,21	17,84	67,94
Altavista	22	98,99	65,45	54,38	10,75	73,97
San Antonio de Prado	32,06	98,23	70,10	42,25	19,67	73,69
Santa Elena	54,52	98,61	69,45	30,59	31,64	73,41
Medellín	46,52	96,71	67,37	42,85	25,79	72,64

FUENTE: Elaboración propia con datos de la ECV 2009.

Fuente: Alcaldia de Medellin ,2016

Laureles tiene la tasa más baja de desempleo de todas las comunas de Medellín por lo que este dato es positivo debido a que indica que la gran parte de los habitantes de Laureles cuentan con un empleo que les genera ingresos que les permita en un futuro comprar nuestro producto.

Tabla 10 Tasa de desempleo por comuna

Comunas/Corregimientos	Total
Popular	19,55
Santa Cruz	19,91
Manrique	15,49
Aranjuez	14,93
Castilla	12,51
Doce de octubre	19,44
Robledo	15,11
Villa Hermosa	17,64
Buenos Aires	14,3
La Candelaria	10,16
Laureles Estadio	4,81
La América	8,68
San Javier	15,65
El Poblado	4,87
Guayabal	12,11
Belén	11,36
Palmitas	9,08
San Cristóbal	13,98
Altavista	18,66
San Antonio de Prado	13,2
Santa Elena	7,93
<b>Medellín</b>	<b>13,71</b>

Tabla con datos de la ECV 2009

Fuente: Alcaldía de Medellín, 2016

### 3.3 El Mercado Meta De Los Bienes Y/O Servicios

Factores que nos ayudó a seleccionar a las viviendas de Laureles como nuestro Mercado meta.

- Habitantes de estrato 4 y 5
- Alto nivel de educación
- Baja tasa de desempleo
- Alto nivel de ingresos

Se busca captar el 10% (1.126) de hogares de la población potencial, es una cifra más manejable y coherente con respecto a la nueva vida de la empresa.

### 3.4 Cuantificación De Los Clientes Potencial De Bienes Y/O Servicios

La cuantificación corresponde a 32.357 hogares del barrio Laureles que corresponden al perfil establecido anteriormente.

### 3.5 Mercado Competidor:

Tabla 11 Principales comercializadoras de aspiradoras

ASPIRADORAS					
NIT	EMPRESA	VALOR USD 2014 (Ene-Nov)	VALOR USD 2015 (Ene-Nov)	CRECIMIENTO 2014 (Ene-Nov) vs 2015 (Ene-Nov)	PARTICIPACIÓN %
800184925	ELECTROLUX S. A.	2.002.137	1.845.311	-7,83%	28,28%
800242106	SODIMAC COLOMBIA S A	513.110	543.476	5,92%	8,33%
890803029	RAYOVAC- VARTA S.A.	79.190	473.200	497,55%	7,25%
890900307	GROUPE SEB COLOMBIA S . A .	458.660	463.036	0,95%	7,10%
900482537	K-RCHER S.A.S	330.643	402.244	21,66%	6,17%
830503190	Hyla COLOMBIA LTDA	270.854	282.649	4,35%	4,33%
830065063	LG ELECTRONICS COLOMBIA LTDA.	381.485	258.036	-32,36%	3,95%
900276966	IMPORTING COLOMBIA S.A.S		252.021	-	3,86%
800203984	SIMONIZ S.A.	52.766	200.382	279,76%	3,07%
900319753	PRICESMART COLOMBIA S.A.S.	126.533	166.876	31,88%	2,56%
900155107	EASY COLOMBIA S.A.	122.585	154.931	26,39%	2,37%
900014141	H UJUETA S.A	128.684	144.460	12,26%	2,21%
860070698	BLACK & DECKER DE COLOMBIA S A	111.713	142.880	27,90%	2,19%
800119297	G.R. CHIA S.A.		71.330	-	1,09%
	OTROS	1.779.764	1.123.522	-36,87%	17,22%
	<b>TOTAL</b>	<b>6.358.125</b>	<b>6.524.354</b>		

Fuente: ANDI, 2016

El principal rival de nuestra empresa es Electrolux S.A, que maneja el mayor porcentaje en el mercado de aspiradoras en Colombia con una ventaja importante sobre las otras empresas.

**ELECTROLUX S.A** es el líder en la venta de aspiradoras, en su página web (<http://www.electrolux.com.co/>) ofrece una alta variedad de productos que nos indica que no solo se centra en la comercialización de aspiradoras sino que también busca ser una empresa importante en todo el sector de electrodomésticos.

Imagen 6 Productos de Electrolux S.A

### Cuidado de la ropa >



Electrolux te ofrece la más amplia gama de lavadoras para que cuides de tu ropa como lo merece.

- Lavadoras >
- Secadoras >

### Lavavajillas >



Después de una deliciosa comida, relájate!!! Llegó la hora que Electrolux cuide y limpie la vajilla por ti.

- Portátil >
- Empotrables >

### Limpeza >



Queremos que disfrutes de tu hogar y que estés orgulloso de éste. Durante 90 años hemos desarrollado nuevas y mejores aspiradoras, siempre pensando en la mejor manera de ayudarte en casa.

- Inalámbricas >
- Clásicas >
- Agua y Polvo >
- Hidrolavadoras >
- Brilladoras >
- Accesorios >

### Pequeños Electrodomesticos >



Electrolux trae para ti toda clase de electrodomésticos que harán más fácil tu vida, brindándote bienestar y practicidad.

- Licadoras >
- Planchas >
- Cafeteras >
- Extractor de Jugo >
- Arroceras >
- Tostadoras >

Fuente: Electrolux, 2016

En esta imagen vemos el precio de una aspiradora de la marca Electrolux que maneja un precio más alto que la competencia (Samurai) esto lo justifica con la alta calidad de sus productos.

Imagen 7 Precio aspiradora Electrolux



**Electrolux**  
Aspiradora Ultra Silencer Green  
Código producto: 2150057

★★★★★ 5.0 (2) [Escriba una reseña](#)

**Internet: \$ 679.900**

\*El precio no incluye el costo de envío  
Acumula: 679 CMR Puntos

Fuente: Falabella ,2016



Electrolux está dirigido a un público que busque productos de alta calidad que duren largos años y que sean eficientes para el hogar, sus productos los encontramos en almacenes como Falabella, éxito, Flamingo entre otros.

Las fortalezas de esta empresa son su larga trayectoria en el mercado colombiano lo que le permite tiene unos clientes fieles desde hace varios años igualmente su página web tiene información sobre la empresa bastante completa e interesante. Por otro lado la presencia en varios almacenes de las ciudades colombianas le ofrece posibilidades para seguir aumentando su participación en el mercado.

**SODIMAC COLOMBIA S.A.**, su página web es <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/>

*Imagen 8 Logo Sodimac*



Fuente: Homecenter, 2016

Esta empresa está dedicada a la venta de productos para el hogar ofreciendo productos a precios asequibles a los clientes que quieran remodelar su vivienda y cuenta con numerosos almacenes (Homecenter) en todo el país que le ponen como una de las empresas con mejor reputación en Colombia.

La venta de electrodomésticos hace parte de su portafolio de productos siendo las aspiradoras una categoría importante para Sodimac que maneja aspiradoras de diferentes marcas y precios buscando adaptarse a todo tipo de clientes.

Esta empresa vende aspiradoras automáticas por lo cual será un punto de referencia para nosotros a la hora de analizar los precios que ellos manejan para su comercialización.

Sus fortalezas son el amplio portafolio de aspiradoras, su completa página web ofreciendo facilidades al cliente (servicio a domicilio) y la confianza que genera en sus clientes siendo una empresa importante en el mercado colombiano.

En esta imagen podemos ver las aspiradoras automáticas que maneja esta empresa y su rango de precios ofreciendo diferentes posibilidades de compra a sus clientes.

Imagen 9 Precio Aspiradoras Homecenter

Ordenar por: Precio de mayor a menor

Producto	SKU	Precio normal	Calificación
Irobot Aspiradora Roomba R980	296885	\$3.449.900 UND	☆☆☆☆☆
Irobot Aspiradora R880 Programable	293147	\$2.649.900 UND	☆☆☆☆☆
Karcher Aspiradora seco-humedo 35lts Motor 1.85HP C.E.	215802	\$2.599.900 .	☆☆☆☆☆
Irobot Aspiradora Roomba R650 Programable	293148	\$1.549.900 UND	☆☆☆☆☆

Fuente: Homecenter ,2016

**GROUPE SEB COLOMBIA S.A**

<http://www.groupeseb-careers.com/co/>

*Imagen 10 Logo Groupe SEB*



Fuente: Groupe SEB, 2016

Esta empresa se dedica a la comercialización de pequeños electrodomésticos a nivel mundial siendo la marca Samurai la especializada en la comercialización de aspiradoras en Colombia.

<http://samurai.com.co/>

La marca Samurai busca facilitar la vida a sus consumidores con productos que sean de gran utilidad para el hogar y que sean sencillos de utilizar en la vida diaria de sus clientes, esta marca está presente desde hace más de 25 años en el territorio colombiano.

Comercializan sus productos en las tiendas HOME & COOK que están presentes en los principales centros comerciales de la ciudad como Mayorca, Los Molinos, Oviedo, San Diego y El Tesoro.

*Imagen 11 Tienda Home & Cook*



Fuente: Samurai ,2016

Las aspiradoras Samurai manejan precios bajos si los comparamos por ejemplo con la marca Electrolux

Imagen 12 Precio Aspiradora Samurai

### Aspiradora SAMURAI Cyclonic Ergo



☆☆☆☆☆ Escribe una opinión

Código: 3221610097502  
[Regístrate para ser notificado cuando este producto se encuentre de nuevo en existencia](#)

- Sistema Cyclonic (sin bolsa)
- Filtro Hepa
- Accesorio especial para limpiar los pelos de las mascotas

Sin existencias para compra en línea

 Ver disponibilidad en Tienda



Compra Online

**\$ 329.900**

 **ENVÍO GRATIS**

 Pago Seguro

 Cambios sin problemas

Fuente: Alkosto ,2016

Fortalezas de la marca Samurai son sus precios asequibles para cualquier cliente y la presencia de sus almacenes en lugares importantes de la ciudad (centros comerciales).

### KÄRCHER S.A.S

Imagen 13 Logo Karcher



Fuente: Karcher, 2016

Su página web es <http://www.karcher.co/co/Inicio.htm>

Esta empresa busca ofrecer productos innovadores en su línea de equipos de limpieza siempre acompañados de alta calidad para satisfacción de sus clientes.

Sus productos son aspiradoras, fregadoras de suelo, limpiadoras de alta presión entre otros.

Imagen 14 Productos Kärcher

 <p>▶ <b>Limpiadoras de alta presión</b> Las limpiadoras de alta presión de Kärcher cumplen con todas las exigencias y se pueden usar en los diferentes campos de aplicación y para las más distintas tareas de limpieza.</p>	 <p>▶ <b>Aspiradores</b> Los aspiradores en seco y húmedo y de cepillos para alfombras de Kärcher son la solución óptima para la industria y los talleres, las empresas de limpieza profesional y el sector de la automoción.</p>	 <p>▶ <b>Limpiadoras vapor</b> Higiénicas y respetuosas con el medio ambiente: las limpiadoras de vapor de Kärcher se encargan de la limpieza de todo tipo de superficies duras sin necesidad de utilizar ningún detergente químico.</p>
 <p>▶ <b>Lava-aspiradores</b> Los lava-aspiradores de Kärcher son ideales para la limpieza de cualquier tipo de revestimiento textil, desde alfombras y moquetas hasta la tapicería del interior de los vehículos.</p>	 <p>▶ <b>Fregadoras de suelos</b> Con las fregadoras de suelos de Kärcher, sus suelos quedan higiénicamente limpios y radiantes. Le garantizamos unos resultados "brillantes".</p>	 <p>▶ <b>Barredoras mecánicas y barredoras-aspiradoras</b> Desde nuestras barredoras mecánicas hasta las barredoras industriales y municipales. Con Kärcher tiene la seguridad de barrer con la última tecnología.</p>
 <p>▶ <b>Accesorios para una amplia gama de aplicaciones</b> Accesorios originales Kärcher – Complementos perfectos para cumplir con cualquier necesidad!</p>		

Activar W

Fuente: Kärcher, 2016

Dentro de las aspiradoras manejan diferentes tipos que se adapten a las necesidades de cada cliente.

Imagen 15 Aspiradoras Kärcher



• **Aspiradores en seco**  
Compactos y silenciosos: Los pequeños aspiradores en seco móviles de Kärcher han sido desarrollados específicamente para cumplir las necesidades de los profesionales de la limpieza.



▶ **Aspiradores de cepillos para alfombras**  
Los aspiradores de cepillos para alfombras de Kärcher combinan la corriente de aspiración con un cepillo eléctrico. Así se eliminan eficazmente las partículas de suciedad resistentes de las fibras de la alfombra o moqueta.



▶ **Aspiradores en seco y húmedo**  
Indispensables: Aspiradores en seco y húmedo pueden con cualquier tipo de suciedad. Ya se trate de suciedad seca, húmeda o líquida: Los aspiradores de Kärcher aspiran sencillamente cualquier suciedad.



• **Sistemas de aspiración de seguridad**  
Los aspiradores especiales de Kärcher no permiten fugas de polvo según un estudio del TÜV alemán, evitando eficazmente que los polvos nocivos para la salud puedan afectar a las personas.



▶ **Escoba eléctrica profesional**  
Escoba eléctrica y aspirador de batería: Estos aparatos son tan silenciosos que se pueden emplear también durante las horas de apertura al público. Silenciosos, sin el incómodo cable de conexión a la red eléctrica.

Activar W

Fuente: Kärcher, 2016

En esta imagen se podrá ver las diferentes aspiradoras que comercializa la marca Kärcher manejando un rango de precios bastante amplio para llegar a más clientes.

Imagen 16 Precio aspiradora Karcher



Karcher  
**Aspiradora en seco 1300 w  
 con filtro de agua**  
 SKU: 191362  
 Precio normal:  
**\$1.309.900 .**



Karcher  
**Lava aspiradora en seco  
 1400 w con accesorios**  
 SKU: 206414  
 Precio normal:  
**\$1.149.900 .**



Karcher  
**Limpiadora a vapor 1 litro  
 con accesorios**  
 SKU: 232253  
 Precio normal:  
**\$619.900 .**



Karcher  
**Aspiradora doméstica 1200  
 w**  
 SKU: 237437  
 Precio normal:  
**\$439.900 UND**

Fuente: Homecenter, 2016

Esta marca la podemos encontrar en grandes almacenes como Homecenter, las fortalezas de esta empresa son la innovación que siempre acompaña sus producto y la variedad de precios que maneja siendo una empresa seria y confiable para cualquier cliente que quiera compra un producto Karcher.

### 3.6 Mercado Distribuidor

El producto se va a distribuir de forma directa con un Local en el Barrio de Laureles para mayor facilidad para nuestros clientes y para tener más contacto con el consumidor.

#### 3.6.1 Distribución Directa

El local se adecuará para ser tipo Show Room para que los clientes potenciales puedan ver en funcionamiento nuestro producto, donde puedan tener una información detallada y clara sobre las características de la aspiradora automática.

-Para el arriendo del local se dispondrán \$1'300.000 mensuales.

-Para los servicios públicos se estimarán aproximadamente \$800.000 mensuales, basados en el histórico de una agencia.

-Se destinarán para las adecuaciones correspondientes \$1'000.000.

-Seguro de robo aproximadamente de \$800.000 mensuales

-Sistema de vigilancia remota de metro alarmas, con un costo de \$81.280 mensuales

Imagen de nuestro futuro local donde se realizará la comercialización del producto.

Imagen 17 Local de Laureles

The image shows a screenshot of a real estate listing on the 'vendoyarriendo' website. At the top, there is a header with the 'vendoyarriendo' logo and 'La Lonja de Inmuebles y Arriendos' logo. Below the header, the text reads 'Local arriendo Laureles, Medellín, \$ 1,300,000 - 193073'. A button labeled '[ Buscar otro inmueble ]' is visible. The main content area features a large photograph of a storefront with a sign for 'Las Palmeras' and a 'ARRIENDA' sign. To the right of the photo is a 'Características' table and a 'Califique el inmueble' section.

Características	
Habitaciones	1
Baños	1
Nuevo	No
Amoblado	No
Año de construcción	2001
Valor arriendo	\$ 1,300,000
Estrato	5

Visitas: 55

Califique el inmueble

★★★★★ 4.5  
2 votos

Facebook Twitter Google+ LinkedIn +

vendoyarriendo.com

Fuente: Vendo y Arriendo, 2016



La ubicación del local está en una parte central del Barrio de Laureles lo que facilitaría el acceso de los clientes potenciales al local.

Imagen 18 Ubicación del Local



Fuente: Vendo y Arriendo, 2016

### 3.7 Comunicación Y Actividades De Promoción Y Divulgación

#### 3.7.1 Comunicación

*Imagen 19 Logo Inno-Aspira J&D*



Fuente: Elaboración Propia, 2016

Se escogió este logo porque representa la ambición de Inno-Aspira J&D buscando dar soluciones integrales en limpieza automática a nivel mundial.

-Nombre de los productos: Aspiradora Automática marca Inno-Merengue J&D.

-Especificaciones de empaque: El producto viene empaclado en una caja de cartón con esquineros de icopor para estabilidad dentro de la caja y evite daños que puedan ocasionar daños en la aspiradora, también vendrá con un plástico protector que ofrezca protección adicional.

- Costos relacionados con la comunicación: El costo de la imagen corporativa tendrá un valor aproximado de \$500.000 bajo la contratación de una agencia especializada.

### **3.7.2 Actividades De Promoción Y Divulgación**

- Periódico Q'hubo porque es uno de los periódicos más vendidos en la ciudad.

Tabla 12 Tarifas Q'hubo

MÓDULO FIJA X COI		CORRIENTE		IMPAR		IMPAR ESPECIAL		5,7 Y 9		2 Y 3		CONTRAPORTADA *	PORTADA *
		B/N	POL	B/N	POL	B/N	POL	B/N	POL	B/N	POL	POL	POL
	M 1X1	\$ 92.700	\$ 123.600	\$ 98.000	\$ 134.000	\$ 113.000	\$ 144.000	\$ 123.600	\$ 165.000	\$ 134.000	\$ 175.000	\$ 464.000	\$ 814.000
	M 1X7 - M 7X1	\$ 175.000	\$ 227.000	\$ 196.000	\$ 258.000	\$ 216.000	\$ 288.000	\$ 237.000	\$ 319.000	\$ 258.000	\$ 350.000	\$ 937.000	\$ 1.620.000
	M 3X1	\$ 268.000	\$ 340.000	\$ 288.000	\$ 391.000	\$ 330.000	\$ 433.000	\$ 371.000	\$ 484.000	\$ 381.000	\$ 525.000		
	M 2X2 - M 4X1	\$ 340.000	\$ 464.000	\$ 391.000	\$ 536.000	\$ 422.000	\$ 577.000	\$ 484.000	\$ 649.000	\$ 515.000	\$ 690.000	\$ 1.854.000	\$ 3.250.000
	M 5X1	\$ 477.000	\$ 567.000	\$ 484.000	\$ 659.000	\$ 536.000	\$ 771.000	\$ 608.000	\$ 814.000	\$ 639.000	\$ 855.000		
	M 1X6-M 2X3-M 3X2	\$ 515.000	\$ 690.000	\$ 587.000	\$ 793.000	\$ 639.000	\$ 865.000	\$ 721.000	\$ 958.000	\$ 773.000	\$ 1.030.000	\$ 2.781.000	\$ 4.880.000
	M 2X4 - M 4X2	\$ 690.000	\$ 917.000	\$ 703.000	\$ 1.051.000	\$ 845.000	\$ 1.154.000	\$ 950.000	\$ 1.200.000	\$ 1.020.000	\$ 1.300.000	\$ 3.700.000	\$ 6.510.000
	M 3X3	\$ 762.000	\$ 1.020.000	\$ 876.000	\$ 1.174.000	\$ 958.000	\$ 1.288.000	\$ 1.082.000	\$ 1.442.000	\$ 1.154.000	\$ 1.545.000		
	M 5X2 - M 10X1	\$ 855.000	\$ 1.143.000	\$ 968.000	\$ 1.298.000	\$ 1.061.000	\$ 1.432.000	\$ 1.205.000	\$ 1.597.000	\$ 1.267.000	\$ 1.720.000		
	M 7X4 - M 7X4-M 7X3	\$ 1.070.000	\$ 1.360.000	\$ 1.164.000	\$ 1.566.000	\$ 1.267.000	\$ 1.770.000	\$ 1.437.000	\$ 1.916.000	\$ 1.574.000	\$ 2.050.000	\$ 5.567.000	\$ 9.740.000
1/4 PÁGINA	M 5X3	\$ 1.267.000	\$ 1.689.000	\$ 1.442.000	\$ 1.947.000	\$ 1.576.000	\$ 2.132.000	\$ 1.782.000	\$ 2.379.000	\$ 1.885.000	\$ 2.554.000		
	M 4X4	\$ 1.360.000	\$ 1.813.000	\$ 1.545.000	\$ 2.070.000	\$ 1.679.000	\$ 2.266.000	\$ 1.895.000	\$ 2.544.000	\$ 2.019.000	\$ 2.719.000		
	M 3X6	\$ 1.574.000	\$ 2.079.000	\$ 1.730.000	\$ 2.378.000	\$ 1.885.000	\$ 2.564.000	\$ 2.137.000	\$ 2.843.000	\$ 2.256.000	\$ 3.049.000		
	M 5X4 - M 10X2	\$ 1.689.000	\$ 2.245.000	\$ 1.916.000	\$ 2.575.000	\$ 2.081.000	\$ 2.822.000	\$ 2.359.000	\$ 3.152.000	\$ 2.513.000	\$ 3.378.000		
	M 4X6	\$ 2.019.000	\$ 2.670.000	\$ 2.276.000	\$ 3.069.000	\$ 2.402.000	\$ 3.360.000	\$ 2.812.000	\$ 3.760.000	\$ 2.907.000	\$ 4.027.000		
MF DIA PÁGINA H Y V	M 5X6 - M 10X3	\$ 2.482.000	\$ 3.317.000	\$ 2.833.000	\$ 3.811.000	\$ 3.080.000	\$ 4.172.000	\$ 3.481.000	\$ 4.656.000	\$ 3.708.000	\$ 4.996.000		
ROBAPÁGINA	M 7X4	\$ 3.646.000	\$ 4.872.000	\$ 4.151.000	\$ 5.503.000	\$ 4.532.000	\$ 6.100.000	\$ 5.109.000	\$ 6.829.000	\$ 5.420.000	\$ 7.313.000		
ROBAPÁGINA	M 8X4	\$ 4.027.000	\$ 5.366.000	\$ 3.996.000	\$ 5.408.000	\$ 4.996.000	\$ 6.747.000	\$ 5.634.000	\$ 7.529.000	\$ 5.995.000	\$ 8.065.000		
PÁGINA	M 10X6	\$ 4.728.000	\$ 6.304.000	\$ 5.377.000	\$ 7.231.000	\$ 5.861.000	\$ 7.910.000	\$ 6.623.000	\$ 8.848.000	\$ 7.035.000	\$ 9.476.000		
DOBLE PÁGINA	M 10 X 12	\$ 8.611.000	\$ 11.495.000										

Fuente: El Colombiano, 2016

Utilizaremos el cuadro M 1X1 en la portada del Q'hubo por que colocándolo en la página principal de manera trimestral, llamaremos mas fácil la atención de los clientes potenciales que compren el periodico en el barrio de Laureles u otros lugares lo que tendra un valor de \$ 814.000.

Tabla 13 Distribución de los cuadros dentro de la portada del Q'hubo

<b>M 10x6</b> PÁGINA			<b>M 10x3</b> 1/2 PÁGINA	<b>M 10x2</b>	<b>M 10x1</b>	<b>FILA 10</b> 29.6 cm
						<b>FILA 9</b> 26.6 cm
		<b>M 8x4</b>				<b>FILA 8</b> 23.6 cm
		<b>M 7x4</b>				<b>FILA 7</b> 20.6 cm
						<b>FILA 6</b> 17.6 cm
						<b>FILA 5</b> 14.6 cm
<b>M 5x6</b> 1/2 PÁGINA		<b>M 5x4</b>	<b>M 5x3</b> 1/4 PÁGINA	<b>M 5x2</b>	<b>M 5x1</b>	<b>FILA 4</b> 11.6 cm
<b>M 4x6</b>		<b>M 4x4</b>	<b>M 4x3</b>	<b>M 4x2</b>	<b>M 4x1</b>	<b>FILA 3</b> 8.6 cm
<b>M 3x6</b>		<b>M 3x4</b>	<b>M 3x3</b>	<b>M 3x2</b>	<b>M 3x1</b>	<b>FILA 2</b> 5.6 cm
<b>M 2x6</b>		<b>M 2x4</b>	<b>M 2x3</b>	<b>M 2x2</b>	<b>M 2x1</b>	<b>FILA 1</b> 2.6 cm
<b>M 1x6</b>				<b>M 1x2</b>	<b>M 1x1</b>	
<b>COL. 6</b> 24.8 cm	<b>COL. 5</b> 20.6 cm	<b>COL. 4</b> 16.4 cm	<b>COL. 3</b> 12.2 cm	<b>COL. 2</b> 8 cm	<b>COL. 1</b> 3.8 cm	

Fuente: El Colombiano, 2016

-Página web en la que se pueda adquirir nuestro producto de manera online tendría un valor de \$659.000 anuales.

Imagen 20 Valor Página Web

**DESDE \$659.000 ANUALES LE CONSTRUIRÍAMOS SU PÁGINA WEB**

**EL PLAN PYME TAMBIÉN INCLUYE:**

1. Dominio
2. SEO
3. Se adapta a cualquier tipo de dispositivo
4. Administrador de contenido para que actualice usted mismo la información de su negocio
5. CRM para 100 contactos
6. 5 e-mails corporativos
7. Figuración en PáginasAmarillas.com

Los valores no incluyen el IVA.

Fuente: Publicar, 2016

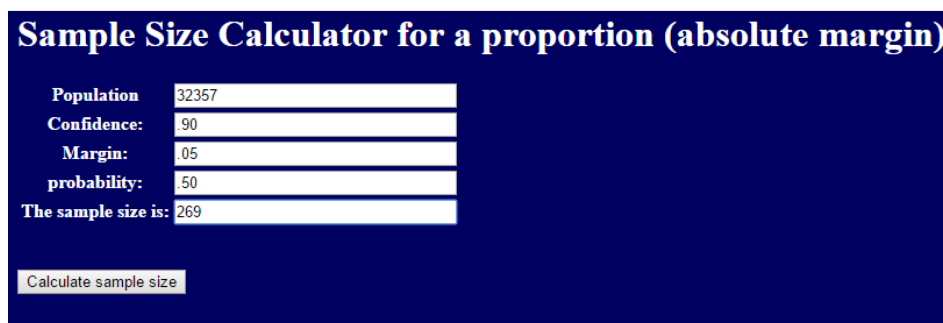
- Descuentos del precio en las primeras semanas del lanzamiento del producto en el barrio Laureles como por ejemplo el primer se hará un descuento del 10%, al haber terminado este mes el descuento se reducirá al 5% por duración de dos meses, al haber culminado estos plazos el producto retomará su precio base.

- En las unidades residenciales pegar folletos o brochures en los ascensores que inviten a la gente a conocer local y conocer el producto. Para este proceso necesitaremos contratar 1 persona a la que se le pagará un salario mínimo (\$ 689.454) mientras trabaje para nuestra empresa.

### 3.8 Plan de Ventas

En la siguiente tabla se puede observar el cálculo realizado que ayudó a determinar la muestra que necesitaba la empresa como base para realizar las encuestas, siendo 269 encuestas las requeridas para demostrar confiabilidad con respecto al mercado potencial.

*Imagen 21 Calculador de proporciones para muestras*



Sample Size Calculator for a proportion (absolute margin)	
Population	32357
Confidence:	.90
Margin:	.05
probability:	.50
The sample size is:	269
<input type="button" value="Calculate sample size"/>	

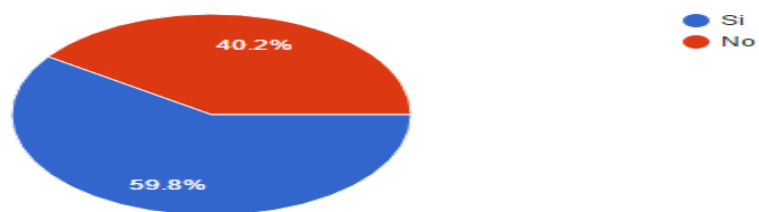
Fuente: Berrie, 2016

Se realizó una encuesta para analizar el grado de aceptación que tendría la llegada de nuestro producto al Valle de Aburrá y más específicamente al Barrio de Laureles en la ciudad de Medellín.

La primera pregunta se hizo con el fin de analizar el conocimiento que tenían las personas sobre las aspiradoras automáticas y el resultado es que casi el 60% de las personas encuestadas saben que es un aspiradora automática, es favorable para nosotros por que será más fácil llegar a un público que ya tenga algo de conocimiento sobre el producto y su funcionamiento.

Gráfico 8 Encuesta sobre el conocimiento del producto

¿Sabe que es una aspiradora automática? (276 respuestas)

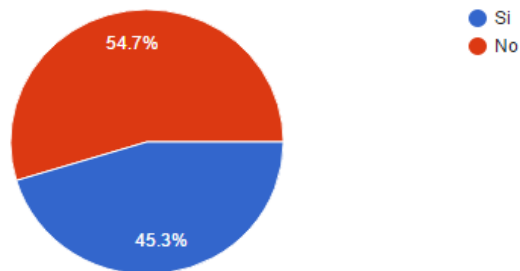


Fuente: Elaboración propia, 2016

La segunda pregunta se hizo con el fin de saber si las personas encuestadas se encargaban del aseo en su casa, los resultados nos indican que casi la mitad de las personas encuestadas (45%) están implicadas con el aseo de sus casas por lo que llegar a ellos será más fácil, nuestro producto les ayudará en la vida cotidiana ahorrándoles tiempo en la limpieza y brindándoles facilidades en el aseo.

Gráfico 9 Encuesta sobre tarea del aseo en el Hogar

¿Es usted la persona encargada de realizar el aseo en su casa? (276 respuestas)



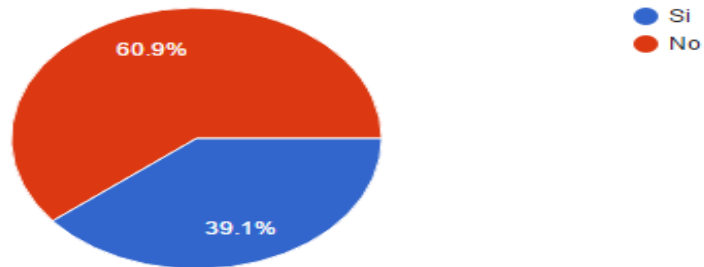
Fuente: Elaboración propia, 2016

En esta pregunta los resultados nos indica que el 60% de las personas encuestadas no tienen aspiradoras en su hogar mientras que el casi el 40 % si disponen de en este electrodoméstico en su hogar.

Nuestro objetivo será de convencer a los dos tipos de personas, los que tienen aspiradora para que cambien su aspiradora convencional por un producto más moderno y eficaz. Igualmente a los que no tienen aspiradora para que vean que nuestro producto será un accesorio fundamental para sus vidas cotidianas y que el aseo del hogar ya no será un dolor de cabeza para ninguna persona.

Gráfico 10 Encuesta Manejo de producto en el hogar

¿Tiene usted aspiradora en su hogar? (276 respuestas)



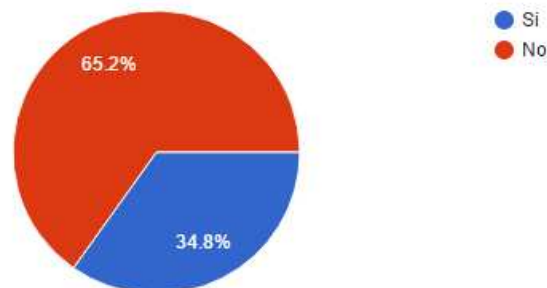
Fuente: Elaboración propia, 2016

Esta es la pregunta clave de nuestra encuesta la que nos indica quiénes realmente están dispuestos a comprar nuestro producto en los próximos 6 meses, los resultados (34,8%) dan buenas perspectivas en cuanto al interés que tiene la gente en adquirir la aspiradora automática, el objetivo será de hacer realidad estos porcentajes y cumplir con las expectativas que tienen la gente sobre nuestro producto.

Gráfico 11 Encuesta Disposición de Compra

¿Estaría dispuesto a comprar una aspiradora automática dentro de los próximos 6 meses?

(276 respuestas)



Fuente: Elaboración propia, 2016

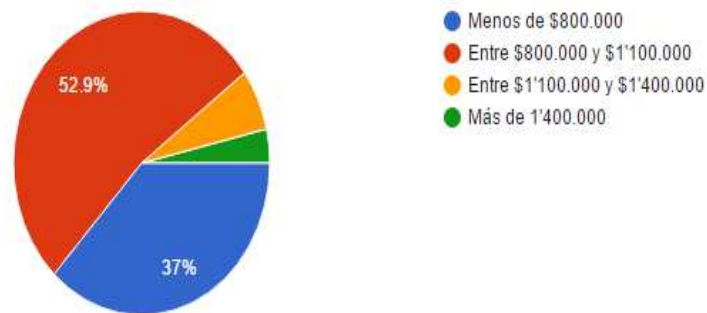


Esta pregunta nos indica lo que las personas estarían dispuestos a pagar por la aspiradora una vez que esta llegue al mercado colombiano, más del 50% de los encuestados están de acuerdo con un precio de \$ 800.000 y \$ 1'100.000 , lo cuál es favorable para la empresa porque ese rango de precios era el que estaba previsto.

Un precio entre \$ 800.000 y \$ 1'100.000 es óptimo porque es más bajo si lo comparamos con el que manejan otras aspiradoras automáticas en Colombia.

Gráfico 12 Encuesta Disposición de Pago

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una aspiradora automática?  
(276 respuestas)

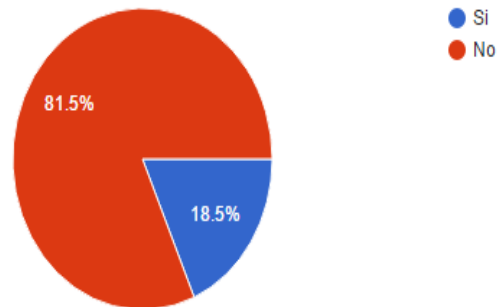


Fuente: Elaboración propia, 2016

Esta pregunta demuestra que la gran mayoría de las personas encuestadas (81,5%) no conocen ninguna marca de aspiradora automática indicando que todavía no hay ninguna marca que domine el mercado lo que abre las puertas a nuestra marca para incursionar el mercado y buscar ser en un futuro la marca líder en la comercialización de aspiradoras automáticas en la ciudad de Medellín.

Gráfico 13 Encuesta sobre conocimiento de marcas

¿Conoce usted alguna marca de aspiradora automática? (276 respuestas)



Fuente: Elaboración propia, 2016

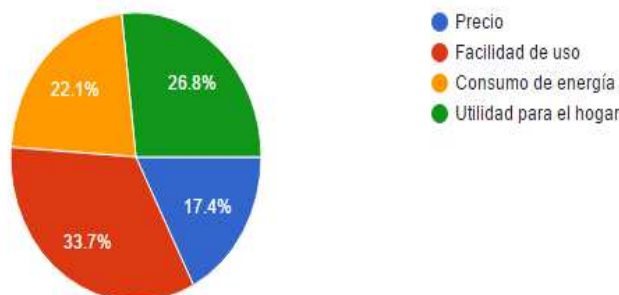
La última pregunta se hizo con el fin de saber que es lo que busca una persona a la hora de comprar una aspiradora automática, las diferentes opciones manejan porcentajes muy similares siendo facilidad de uso (33,7%) la opción más destacada por las personas encuestadas.

La gran ventaja de nuestro producto es que cumple con los 4 criterios para mayor satisfacción de nuestros clientes que tendrán a disposición un producto de alta calidad, innovador que responde a todo lo que una persona busca en una aspiradora automática.

Gráfico 14 Encuesta sobre criterios de decisión de compra

¿Cuál sería el principal criterio de decisión a la hora de decidirse por comprar una aspiradora automática?

(276 respuestas)



Fuente: Elaboración propia, 2016

Para elaborar nuestro plan de ventas nos centraremos en los 34,8% de los encuestados que estarían dispuestos a comprar nuestro producto en los próximos 6 meses.

Primero que todo debemos saber que Laureles cuenta con un total de 32357 hogares y que el 34,8% de estos hogares respondieron de manera positiva a la adquisición de la aspiradora en un futuro, lo que nos da un total de 11.260 hogares interesados en nuestra llegada al mercado.

Debemos tener en cuenta que somos una empresa nueva que apenas inicia en el mercado por lo cuál hay que ser realistas en cuanto a la capacidad de abastecimiento a los hogares interesados en la aspiradora, así que escogimos el 10% de estos hogares como el objetivo principal en el primer año de nuestra empresa.

La idea es surtir un total de 1.126 hogares en el primer año de vida de Inno-Aspira J&D y para lograr ese objetivo se deben vender 94 aspiradoras mensualmente durante el primer año de comercialización en el Barrio de Laureles.

La empresa igualmente maneja un crecimiento anual esperado del 5% lo que ayudará a realizar una proyección de ventas para los próximos 5 años y analizar si se está cumpliendo con los objetivos planeados por Inno-Aspira J&D.

Las ventas esperadas en los primeros 5 años de la empresa son de \$ 1'602.367.353 y 1369 aspiradoras, siendo unos números que reflejan las buenas expectativas que se tienen puestas en el Barrio de Laureles como objetivo principal en los inicios de Inno-Aspira J&D.

Tabla 14 Plan de Ventas Inno-Aspira J&D

Plan de ventas de Inno-Aspira J&D				
32357	Total de Hogares de Laureles			
34,80%	De los hogares encuestados estarían dispuestos a comprar el producto			
11260	Hogares dispuestos a comprar el producto			
10%	Capacidad de ventas de la empresa en el primer año			
1126	Total de Hogares que se surtiran el primer año			
94	Ventas esperadas mensualmente en el primer año			
Proyección de ventas de 5 años				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1126	1182	1241	1304	1369
Crecimiento anual esperado				
5%				

Fuente: Elaboración propia, 2016

## CAPÍTULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL

### 4.1 Tratados Comerciales

Existe un Acuerdo entre Estados Unidos y Colombia de Libre comercio que se firmó en el año 2011 (Ministerio de industria y turismo, s.f.) Y el cual da preferencias aduaneras a la hora de traer productos de Estados Unidos dando beneficios arancelarios que ayuden a influir en un precio competitivo más atractivo y accesible a los consumidores.

Este acuerdo ayuda a la llegada de tecnologías innovadoras que proporcionen un crecimiento cultural y tecnológico de los hogares colombianos.

Este acuerdo lo aceptó el congreso de la República mediante la Ley 1143 del 4 julio de 2007 (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo) y está registrado ante la Dian con el código 096-Tratado de Libre Comercio, TLC. (DIAN, s.f.)

*Imagen 22 Ilustración acuerdo comercial entre Colombia y USA*



Fuente: MinComercio Industria y Turismo, 2016

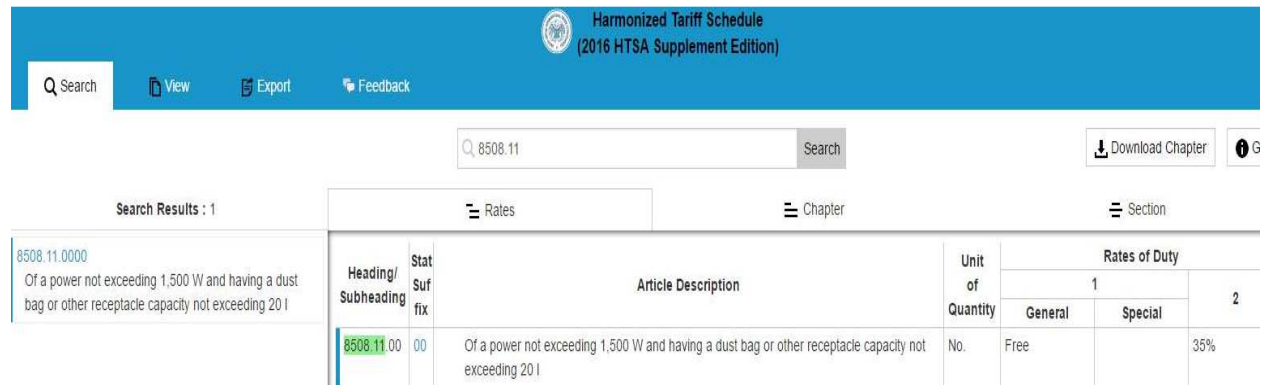
## 4.2 Posiciones Arancelarias Y Beneficios Arancelarios

El producto maneja el mismo código arancelario en Colombia y Estados Unidos por lo que no se debe hacer una diferenciación entre el sistema armonizado de aranceles.

La Partida Arancelaria es 8508.11.00.00 (Harmonized Tariff Schedule, s.f.) Que es sobre Aspiradoras con potencia igual o inferior de 1500 W y capacidad de depósito inferior o igual a 20 l.

En esta imagen vemos la clasificación arancelaria de nuestro producto en Estados Unidos.

Imagen 23 Clasificación arancelaria para Estados Unidos






The screenshot shows the Harmonized Tariff Schedule (2016 HTSA Supplement Edition) search results for heading 8508.11.00.00. The search results table is as follows:

Heading/ Subheading	Stat Suf fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		
				1		2
				General	Special	
8508.11.00.00	00	Of a power not exceeding 1,500 W and having a dust bag or other receptacle capacity not exceeding 20 l	No.	Free	35%	

Fuente: Harmonized Tariff Schedule, 2016

En la siguiente imagen vemos la clasificación que maneja el producto en Colombia y que es idéntica a la de Estados Unidos.

Imagen 24 Clasificación Arancelaria DIAN

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	8508.11.00.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos Aspiradoras. - Con motor eléctrico incorporado: - - De potencia inferior o igual a 1.500 W y de capacidad del depósito o bolsa para el polvo inferior o igual a 20 l			01-ene-2007	...	
Unidad física	u - Unidades o artículos			01-ene-2007	...	

Fuente: DIAN, 2016

En la siguiente imagen vemos que el producto se encuentra en la categoría C de desgravación del decreto 730 de 2012, en el 2011 comenzó con una tasa base del 20 % (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo) y empezó a disminuir de manera gradual hasta eliminar totalmente el arancel en el Año 10 (2021).

En estos momentos nos encontramos en el Año 5 (2016) por lo que el arancel es de 10 % (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo) y para el 2017 que es donde se espera que comience el proyecto el arancel será del 8% (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo).

Tabla 15 Desgravación arancelaria productos Categoría C

**ARTÍCULO 9º.** Los aranceles aduaneros sobre las importaciones de mercancías no agrícolas originarias de Estados Unidos de América, comprendidas en las líneas arancelarias especificadas en la **categoría de desgravación C**, en el artículo 13 del presente Decreto, se eliminarán en diez etapas anuales iguales, comenzando en la fecha en que este Acuerdo entre en vigor, y dichas mercancías deberán quedar libres de aranceles a partir del 1 de enero del año diez.

Tasa Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>10%</b>	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%	1,0%	0,0%
<b>15%</b>	13,5%	12,0%	10,5%	9,0%	7,5%	6,0%	4,5%	3,0%	1,5%	0,0%
<b>20%</b>	18,0%	16,0%	14,0%	12,0%	10,0%	8,0%	6,0%	4,0%	2,0%	0,0%
<b>35%</b>	31,5%	28,0%	24,5%	21,0%	17,5%	14,0%	10,5%	7,0%	3,5%	0,0%

(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)

### 4.3 Requisitos Y Vistos Buenos

Según el Arancel de Aduanas nuestro producto no requiere ningún requisito o visto bueno para ser importado a Colombia ya que no es ningún producto percedero o peligroso para las personas, esto facilitaría los trámites durante la importación y ayudaría a agilizar el proceso para mayor comodidad para nuestra empresa.

En esta imagen de la DIAN vemos que colocando nuestra partida arancelaria, la aspiradora no requiere ningun documento soporte para su importacion.



Tabla 16 Descripción DIAN

Concepto	Importaciones	Exportaciones	Tránsito
Gravamen	✓	•	•
IVA	✓	•	•
Otras tarifas generales	•	•	•
Gravámenes por acuerdos internacionales	✓	•	•
Medidas de protección comercial	•	•	•
Régimen de comercio	✓	•	•
Bienes de capital	•	•	•
Índice Alfabético Arancelario	✓	✓	•
Notas de nomenclatura	•	•	•
Correlativas por apertura	•	•	•
Correlativas por cierre	•	•	•
Requisitos Específicos de Origen (REO)	•	•	•
Documentos soporte	•	•	•
Características especiales	•	•	•
Restricciones	•	•	•
Restricciones por Zonas de Régimen Aduanero Especial	•	•	•
Tarifas por Zonas de Régimen Aduanero Especial	•	•	•
Modalidades permitidas	•	•	•
Descripciones de mercancías	✓	✓	•
Documentos soporte por zona de RAE	•	•	•
Cupos de Mercancía	•	•	•

Fuente: DIAN, 2016

#### 4.4 Capacidad Exportadora/Capacidad Importadora

Después de realizar el plan de ventas nuestra empresa espera unas ventas de 94 aspiradoras mensualmente por lo que debemos analizar la capacidad de oferta mensual que maneja nuestros proveedores para abastecer adecuadamente el mercado Colombiano.

Decidimos realizar las importaciones trimestralmente para mayor facilidad para nuestra empresa que apenas inicia en el mercado.

Necesitaremos unas 300 aspiradoras en cada importación para llegar a las ventas esperadas mensualmente.

Nuestro proveedor (Ecovacs) es una de las tres principales marcas en la comercialización de robots domésticos en el mundo (Ecovacs, s.f.) por lo que no tendrá ningún problema en abastecernos de manera trimestral.

Nuestro proveedor nos venderá en FOB así que nuestra responsabilidad y costos comenzaran desde que la mercancía este a bordo del buque en el puerto de origen hasta el destino final en Medellín.

Importaciones Trimestralmente

300 aspiradoras x 179,98 USD (precio unitario) = 53 994 USD

300 Aspiradoras x 4 importaciones anuales = 1200 Aspiradoras anuales

#### **4.5 Participación En Ferias Especializadas**

Participaremos en la Feria CES que se desarrolla en Las Vegas en Estados Unidos del 5 al 8 enero del 2017 (Consumer Technology Association, s.f.) Y que presenta productos tecnológicos innovadores para los consumidores del mundo entero.

Participaremos como espectadores de la feria sin montar ningún stand porque nuestro mercado meta no se encuentra en ese país, queremos asistir para buscar nuevos posibles proveedores que nos ofrezcan nuevas opciones para abastecer el mercado colombiano.

Solo asistirá uno de los dueños que es el que tiene mejor manejo del inglés para hacer los negocios en territorio estadounidense.

Imagen 25 Logo CES



Fuente: Consumer Technology Association,, 2016

-En la siguiente imagen vemos una reserva del hotel Club Soleil que tendrá un costo de 105 (Club De Soleil, s.f.) Dólares la noche, en total estaremos los 4 días que dure la feria en las Vegas. Costo total del Hotel será de 420 dólares (Club De Soleil, s.f.).

Imagen 26 Reservas Hotel Club Soleil

The screenshot shows a booking interface for the Consumer Technology Association (CTA). At the top, it says 'Consumer Technology Association (CTA)' and 'View Full Calendar'. Below this, there are two '+ ADD A DAY' buttons. A table displays the following rates:

Wed 04	Thu 05	Fri 06	Sat 07	Sun 08
99.00	105.00	105.00	105.00	105.00

Below the table, the following details are listed:

- Selected Dates:** Thu, Jan 05 - Sat, Jan 07
- Check-in:** Sun, 01 Jan 2017
- Check-out:** Fri, 13 Jan 2017
- Cut-off:** Fri, 09 Dec 2016
- Payment Method:** Attendee
- Group Policies:** Modifications allowed only before cut off date

Fuente: Bookings Hotelier, 2016

-En la siguiente imagen vemos el costo total del viaje que será de \$2'933.652 pesos con salida el 5 enero y regreso el 8 enero de 2017. (Despegar, s.f.)

Imagen 27 Ticketes Medellín-Las Vegas

PAGA CON TARJETAS DEL BANCO DE BOGOTÁ, HASTA 12 CUOTAS SIN INTERÉS

IDA		MDE	LAS		
Jue 5 Ene. 2017		Medellín	Las Vegas		
<input type="radio"/>	American Airlines	09:40	2 escalas	00:13 +1	17h 33m
<input type="radio"/>	American Airlines	09:40	2 escalas	00:13 +1	17h 33m
VUELTA		LAS	MDE		
Dom 8 Ene. 2017		Las Vegas	Medellín		
<input type="radio"/>	American Airlines	23:59	1 escala	21:59 +1	19h

¡Últimos 3 lugares!

Precio Total Final  
¡Todo incluido!  
**\$ 2.933.652**

**Comprar**

¡Hasta en 36 cuotas!

Fuente: Despegar, 2016

-Llevaremos unos \$US 1.000 Dólares como viáticos para gastos varios (Alimentación) en la ciudad donde se realizará la feria.

- El costo de ingreso a la feria durante los 4 días será de 1400 dólares que nos permitirá asistir a todos los eventos de la feria. (reporter, s.f.)

Hotel: 420 USD

Viaje: 2933 652 COP = 1008,49 USD

Viáticos: 1000 USD

Entrada Feria: 1400 USD

Total Gastos Feria CES 2017: 3828,49 USD

Total en Pesos Colombianos: 11.136.847,7 COP

En la siguiente imagen vemos la tasa de cambio del día 7 de octubre de 2016

Imagen 28 Conversión Dólares-Pesos



Fuente: Bloomberg Markets, 2016

#### 4.6 Rutas De Acceso

Nuestro Proveedor se encuentra en la ciudad de Canton, Ohio en Estados Unidos y el destino final del trayecto será Medellín, Colombia. El recorrido empezará de forma terrestre de Canton a New York ese trayecto lo coordinará el proveedor como fue negociado en el Incoterm FOB. La responsabilidad inicia con el transporte marítimo desde el puerto de New York hacia el puerto de Cartagena en Colombia con un tiempo de tránsito entre 7 y 23 días. (Searates, s.f.)

Finalmente en Cartagena saldrá la mercancía de manera terrestre hacia su destino final que es la ciudad de Medellín, este recorrido tendrá duración de un día.

El costo total de toda esta ruta será de \$US 2.095 Dólares. (Searates, s.f.)

$$2095 \text{ USD} \times 2908,94 = 6\,094\,229,3 \text{ Pesos Colombianos}$$

En la siguiente imagen vemos la tasa de cambio del día 7 de octubre de 2016 (Bloomberg, s.f.):

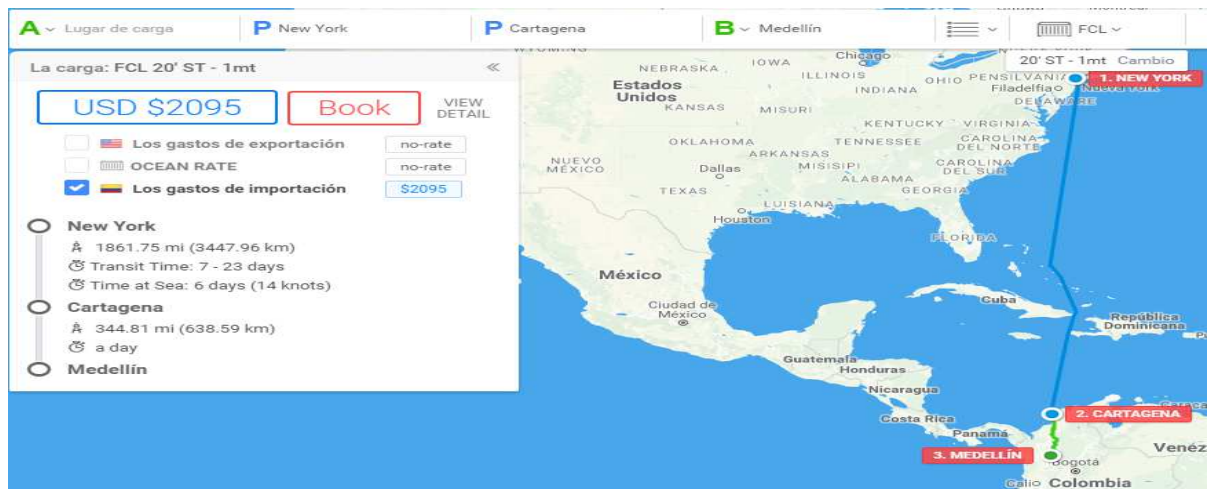
Imagen 29 Conversión Dólares-Pesos



Fuente: Bloomberg Markets, 2016

En la siguiente imagen vemos los costos totales y el recorrido que tendrá nuestro producto desde la fábrica del proveedor.

Imagen 30 Tránsito Internacional del producto



Fuente: Searates, 2016

## 4.7 Liquidación De Costos De Importación Y Precios De Exportación

En la siguiente imagen vemos los costos totales de nuestra primera liquidación desde Estados Unidos hacia Medellín.

Tabla 17 Liquidación de importación

Liquidación de importación		
Incoterm	FOB	
Valor mercancía	\$ 53.994	USD
Flete Nueva York- Medellín	\$ 2.095	USD
Seguro(0.5% sobre mercancía)	\$ 269,97	USD
Gastos en puerto Destino	\$ 125	USD
Comisión agente de aduana	\$ 281,79	USD
Total Otros Gastos	\$ 406,79	USD
Arancel año 2017	8%	
IVA	16%	
Tasa de cambio	\$ 2.908,94	COP/USD
Derechos aduaneros		
Valor CIF	\$ 56.358,97	USD

CIF en pesos	\$ 163.944.862	COP
Arancel	\$ 13.115.589	COP
Base	\$ 177.060.451	COP
IVA	\$ 28.329.672,2	COP
Total impuestos	\$ 41.445.261,2	COP
Otros Gastos	\$ 1.183.327,7	COP
Valor CIF + Pago de impuestos	\$ 205.390.123	COP
Total Importación	\$ 206.573.451	COP

Fuente: Elaboracion Propia,2016

En la siguiente imagen vemos las tarifas que maneja el puerto de Cartagena en el año 2016.



Tabla 18 Tarifas puerto de Cartagena

<b>TARIFAS SPRC</b>	
<b>Uso de instalaciones portuarias a la carga doméstica</b>	
Descripción	Tarifa USD\$
Contenedores 20' / U carga normal	110,00
Contenedores 40' / U carga normal	145,00
Flat Racks 20' / U carga normal	135,00
Flat Racks 40' / U carga normal	186,00
Open Tops 20' / U carga normal	135,00
Open Tops 40' / U carga normal	186,00
Isotánques 20' / U carga normal	135,00
Contenedores Extradimensionados 45' / U carga normal	165,00
Contenedores vacíos / U	25,00
Carga suelta normal, tonelada peso	5,50
Carga granel, tonelada peso	4,50
Vehículos menores a 20 metros cúbicos / U	61,00
Vehículos entre 20 y 40 metros cúbicos / U	85,00
Vehículos más 40 metros cúbicos / U	152,00
<b>Uso de instalaciones portuarias al operador portuario marítimo</b>	
Descripción	Tarifa USD\$
Contenedores 20' o 40' llenos movilizado vía marítima por contenedor	18,00
Contenedores 20' o 40' vacío movilizado vía marítima por contenedor	6,00
Contenedores 20' o 40' llenos en tránsito por unidad movilizada	5,00
Contenedores 20' o 40' vacíos en tránsito por unidad movilizada	2,00
Contenedores 20' o 40' llenos o vacíos, vía muelle, por unidad movilizada	4,00
Pilotaje por maniobra	12,00
Remolcador por maniobra	35,00
Carga suelta o granel, por tonelada movilizada	1,00
Suministro de agua potable (tonelada)	6,45
Suministro de combustible (tonelada)	1,55
Servicios de aprovisionamiento de barcos (por operación)	115,50
Servicios de reparación de motonave (por operación)	250,00
Servicios de aseo, retiro de sentinas y/o basuras (por operación)	94,00
Tratamiento de basuras por metro cúbico	17,00
Reestibas movilizadas 20' o 40' vía muelle por contenedor	4,00
<b>Uso de instalaciones portuarias al operador portuario terrestre</b>	
Descripción	Tarifa USD\$
Carga suelta o granel, por tonelada movilizada	0,20
Contenedores 20' y 40' llenos o vacíos por unidad movilizada	2,00
Movimiento para llenado / vaciado / inspección vía terrestre por contenedor	8,00
<b>Servicios de operaciones terrestres contenedores</b>	
Descripción	Tarifa COP\$
Cargue o descargue de contenedores de 20' o 40' vacíos	61.000
Cargue o descargue de contenedores de 20' o 40' llenos	94.000
Cargue o descargue contenedores extradimensionado lleno, Open top, Flat Rack *1	180.000
Entrega de contenedor vacío con numeración específica	105.000
Movilización de contenedores para preinspección / inspección	364.000
Servicio de asistencia técnica / Inspección antinarcoicos contenedores	350.000
Servicio de Inspección de contenedor (incluye vaciado / llenado) *2	290.000

Fuente: SPRC, 2016

## **CAPÍTULO V. ANÁLISIS TÉCNICO**

### **5.1 Descripción Del Proceso De Comercialización**

El primer proceso es la negociación que realiza el gerente de la empresa con el proveedor en la cual informará del precio, garantías y datos básicos sobre el producto que ayude a saber si este proveedor es el indicado para abastecer el mercado colombiano, este proceso tendrá una duración de 10 días.

Luego de seleccionar el proveedor se realiza el proceso de compra internacional en el cuál se empieza analizar las fechas para enviar la mercancía a nuestro país dependiendo del inventario que tenga el proveedor así como la forma de pago que se va a utilizar y el respectivo Incoterm (FOB) de la negociación, este proceso será de unos 5 días aproximadamente.

Se debe identificar si el producto requiere vistos buenos para poder ingresar a territorio colombiano y tener todos los tramites al día para no tener ningún problema cuando llegue el producto. Igualmente contratar el transporte internacional como nos corresponde según indicado en el Incoterm (FOB) negociado con el proveedor.

Otra etapa será el Trayecto que realiza la mercancía desde el lugar de origen hasta su destino final en la ciudad de Medellín, el tiempo de transito está estimado entre 7 y 23 días.

Cuando el producto se encuentre en la Aduana se realiza el proceso de nacionalización en el cual se liquidan los tributos aduaneros y se facilita la documentación necesaria para poder disponer de la mercancía sin ningún problema, este proceso tendrá una duración de unos 7 días.

Finalmente cuando se tenga el producto en el almacén se realizará el proceso de ventas y distribución de las aspiradoras en el Barrio de Laureles como etapa inicial de la incursión en el mercado colombiano.

## 5.2 Capacidad De Comercialización Y Plan De Comercialización

La capacidad de comercialización está fundamentada en encuestas realizadas en el mercado potencial dando como resultado un perfil de consumidor y una cantidad aproximada de posibles compras en un periodo de tiempo medido en meses.

Se planea manejar un inventario congruente con los pedidos al proveedor evitando saturar el inventario teniendo las cantidades razonables con la demanda de los consumidores.

De las respuestas positivas de las encuestas se va a trabajar con el 10% de estos consumidores debido a que la empresa no tiene la infraestructura tan desarrollada para surtir todos estos demandantes.

Para el primer año la empresa espera unas ventas de 94 aspiradoras mensualmente en el inicio de Inno-Aspira J&D en el mercado colombiano. Igualmente la empresa busca tener un crecimiento anual del 5% en nuestras ventas para ir tomando cada vez más importancia en el sector de electrodomésticos y ser reconocido como un comercializador de aspiradoras automáticas de alta calidad.

Tabla 19 Capacidad de comercialización

Proyeccion de ventas de 5 años				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1126	1182	1241	1304	1369

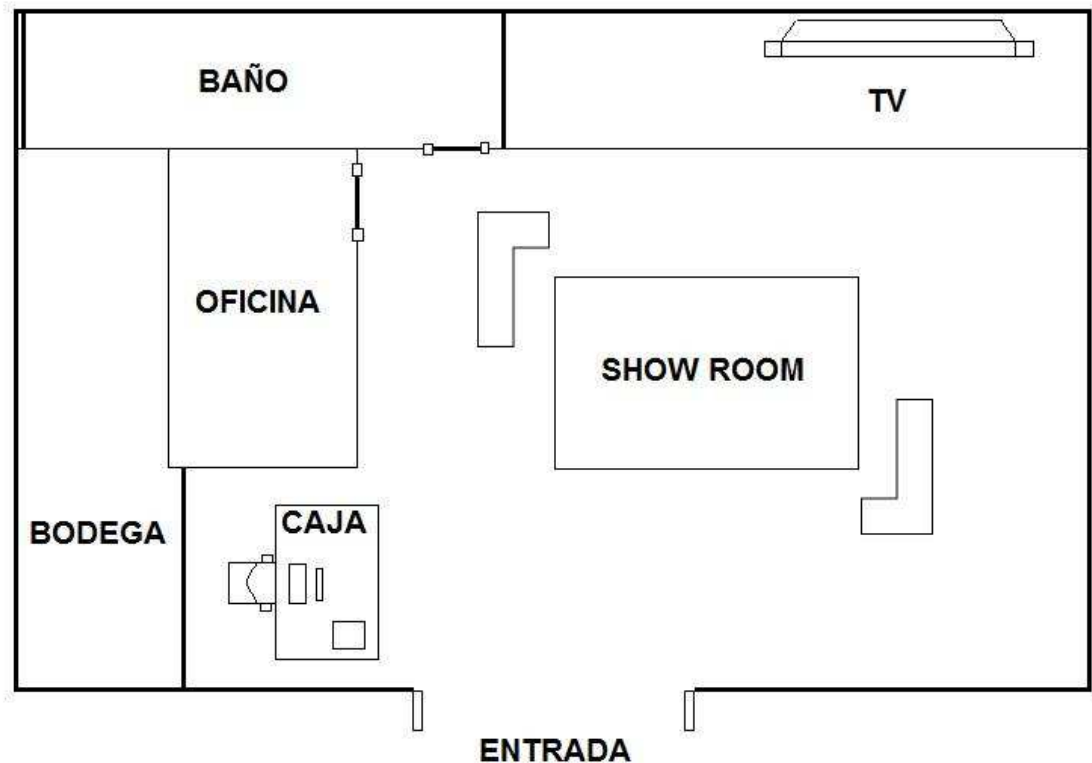
Fuente: Elaboración Propia, 2016

## 5.4 Recursos Materiales Y Humanos Para La Comercialización

### 5.4.1 Locaciones

En la siguiente imagen vemos cómo será la distribución del local con su acondicionamiento que se enfoca en un diseño simple y cómodo buscando centrar la atención en la aspiradora. Cuando el cliente ingrese al local se encontrará con un amplio salón con 2 sofás en el cual podrán asistir a la demostración de la aspiradora automática, dentro de este mismo salón estará la caja en la cual podrán pagar el producto y también estará al fondo del salón el televisor que ayudará a ambientar el local. En el otro lado del local se encontrará la oficina de los dueños que servirá para estar pendientes de todas las variaciones que sufra la comercialización del producto y estar atentos ante cualquier eventualidad que afecte el producto. También estará al lado de la oficina la bodega en la cual se guardará el inventario de aspiradoras para poder responder ante la demanda de los clientes y finalmente el baño estará al fondo de la bodega.

*Imagen 31 Plano Local de Inno-Aspira J&D*



Fuente: Elaboración propia, 2016

Se realizarán adecuaciones dentro del local para acondicionarlo de manera óptima para la comercialización de nuestro producto.

Una de las adecuaciones será pintar de blanco todo el local para que este sea más acogedor para los clientes en el Barrio de Laureles.

En la siguiente imagen se ve la pintura que se comprará en Homecenter y que tendrá un costo de \$319.900 pesos. (Homecenter, 2016)

Imagen 32 Valor Pintura

### Kit Koraza Ultra Caneca 5 Galones Gratis 1 Galón Blanco Pintuco

36 Unidades disponibles

SKU: 301707 [f](#) [t](#) [p](#)



Precio corresponde a la ubicación de **CUNDINAMARCA**. El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

**\$ 319.900**  
Acumulas: 319 CMR Puntos

Cantidad: 1

Calcula el valor de tu cuota CMR   
1

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- Envío a domicilio
- Retira tu compra en tienda
- Disponibilidad en tiendas

Fuente: Homecenter, 2016

-El logo es la otra adecuación que se realizará para el local se mandará a hacer el logo en lona para la fachada con un costo de \$192.000 Pesos (Full Imagen Copias, 2016), basándose en un cotización telefónica a la empresa Full Imagen Copias de la ciudad de Medellín.

Imagen 33 Cotización Logo



Fuente: Full Imagen Copias, 2016

El local será arrendado y tendrá un costo de \$1'300.000 (Vendo y Arriendo, 2016) mensuales en el Barrio de Laureles, Medellín. En esta imagen vemos la fachada del futuro local que servirá para comercializar las aspiradoras en el barrio de Laureles.

Imagen 34 Valor Local de Laureles

vendoyarriendo

La Lonja

[ Buscar otro inmueble ]

Local arriendo Laureles, Medellín, \$ 1,300,000 - 193073

**Características**

Habitaciones	1
Baños	1
Nuevo	No
Amoblado	No
Año de construcción	2001
Valor arriendo	\$ 1,300,000
Estrato	5

Visitas: 55

Califique el inmueble

★★★★★ 4.5

2 votos

f t g+ in +

vendoyarriendo.com

The image shows a storefront with a large window displaying a real estate advertisement. The advertisement includes the text 'Las Palmeras', 'ARRIENDA', '322 4512', and 'Cra. 9 # 30 34 Centro, vial Blancocombá, Santa Fe de Antioquia, Colombia'. The storefront has a dark, textured facade.

Fuente: Vendo y Arriendo, 2016

En esta imagen se ve la buena ubicación que tendrá el inmueble en un lugar de gran aglomeración en el Barrio y que será de gran ayuda para atraer a más clientes.

Imagen 35 Ubicación del Local



Fuente: Vendo y Arriendo ,2016

En la siguiente tabla se ve el costo total que tendrá las adecuaciones y el arriendo para el local.

Tabla 20 Valor Arriendo y Reformas

Adecuaciones	511900
Arriendo	1300000
Valor Total	1811900

Fuente: Elaboración propia, 2016

#### 5.4.2 Requerimientos De Maquinaria, Equipos, Muebles Y Enseres

Se necesitarán varios accesorios que serán de gran utilidad en nuestro local cuando se empiece la distribución del producto ofreciendo mayor comodidad para los clientes y para la empresa.

- Computador en el cuál se llevarán los registros de las ventas, inventarios y todo lo relacionado con la distribución y el abastecimiento de las aspiradoras.

En esta imagen se ve el computador que se comprará en Alkosto por un precio de \$1.149.000 (Alkosto, 2016).

Imagen 36 Valor Computador

#### PC All in One HP 20-E110 19.45" Celeron Blanco

★★★★★ 1 Opinión  
Código: 889894647726

Intel Celeron Windows 10

- Procesador: Intel® Celeron® N3050 DC
- Sistema Operativo: Windows 10 Home
- Memoria: 2GB
- Disco Duro: 500GB
- Pantalla: 19.45"

Compra Online  
**\$ 1.149.000**  
Cantidad: 1

ENVÍO GRATIS

Pago Seguro Cambios sin problemas

Cómpralo YA

Fuente: Alkosto, 2016



- El local también contará con dos Sofás Esquineros para que los clientes puedan apreciar la demostración de la aspiradora con mayor comodidad.

En esta imagen se ve el modelo de Sofá que se comprará en Homecenter del cual se van a adquirir 2 unidades para un costo total de \$4'599.800 pesos (Homecenter, 2016).

Imagen 37 Valor Sofá

**Sofá Esquinero Bika Siena 6 Puestos Onix**  
1.520 Unidades disponibles  
SKU:251208 [f](#) [t](#) [p](#)



Precio corresponde a la ubicación de CUNDINAMARCA. El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

**\$ 2.299.900 UND**  
Acumulas: 2.299 CMR Puntos

Cantidad:  [Agregar al carro](#) [Agregar a mi](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR  N° de cu

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- [Envío a domicilio](#)
- [Retira tu compra en tienda](#)
- [Disponibilidad en tiendas](#)

Fuente: Homecenter, 2016

-Se tendrá igualmente un televisor en el local que servirá para ambientar el local.

En esta imagen vemos que se verá el televisor en Falabella por un valor de \$1'199.900. (Falabella, 2016)

Imagen 38 Valor Televisor

falabella

buscar

NOVIOS

Venta telefónica Bogotá 587 8008, Nacional 018000 9

Televisores y Tecnología Computadores Electrodomésticos Colchones Hogar y Decoración

APROVECHA 24 HORAS DE OFERTAS IMPERDIBLES PARA TU HOGAR. Hasta €

Falabella.com > Evento > Televisores > Samsung LED 40" Full HD Smart TV | UN40J5200AKXZL

**Samsung**  
LED 40" Full HD Smart TV |  
Código producto: 2571288

★★★★★ 4.4 (61) Escribe una

**Internet: \$ 1.199.900**  
Normal: \$1.499.900

\*El precio no incluye el costo de envío  
Acumula: 1.199 CMR Puntos

Fuente: Falabella, 2016

-El local también contará con una impresora para poder tener toda la documentación al día y estar atentos ante cualquier imprevisto que afecte a la empresa.

En la siguiente imagen se ve la impresora que se comprará que tendrá un valor de \$629.000 (HP Online, 2016) de la marca HP.

Imagen 39 Valor Impresora

Imprime hasta 4500 páginas

**\$629.000**

**COMPRAR AHORA**

- Tecnología de Impresión: Inyección térmica de tecnología HP.
- Funciones: Imprime, copia y escanea.
- Multifuncional inalámbrica, ideal para quienes buscan alto volumen de impresión con calidad y bajo costo por página.
- Hasta 4500 páginas con los cartuchos de ultra alto rendimiento a un impresionante bajo costo.
- Panel de control simple e intuitivo con pantalla LCD e iconos.
- Impresión móvil, imprime desde una gran variedad de dispositivos móviles y desde cualquier lugar, impresión WiFi Direct.
- Imprime sin bordes y obtén impresiones resistentes al agua que no se decoloran con el tiempo.
- HP EPrint.
- Incluye 6 cartuchos HP 46 de alto rendimiento.

[Más información](#)

Fuente: HP Online, 2016

-Se necesitarán dos escritorios en el local uno para la oficina y otro para la caja en el salón principal para mayor comodidad de los trabajadores de Inno-Aspira J&D.

En la siguiente imagen se ve el escritorio que se va a comprar y del cual se van a adquirir 2 unidades por un valor total de \$351'840. (Easy Cencosud, 2016)

Imagen 40 Valor Escritorio



**Estación de Trabajo Tipo L 153X118X73cm**

Este producto no ha sido calificado | [Calificar este producto](#)

Precio: ~~\$219,900~~ **\$175,920** **\$164,!**

Disponible

[Agregar al Carro](#)

[J' aime](#) Soyez le premier de vos amis à indiquer que vous aimez ça.

[Twitter](#)

[Ver Disponibilidad en Tiendas](#)

**PRECIO EXCLUSIVO ONLINE Y VENTA TELEFÓNICA**

[Compra online, recibe en tu casa.](#)

[Compra online recoge en tienda.](#)

Fuente: Easy Cencosud, 2016

-Para realizar las transacciones bancarias se necesitará un datafono que se alquilará por un valor de \$50.000 pesos iniciales (Minidatafono, 2016) y luego si se realiza al menos una operación al día la mensualidad será gratis.

Imagen 41 Valor Datáfono



Aprende aquí a usar el **MiniDatáfono**  
Rápido y sencillo

**\$49.900 + IVA**

El MiniDatáfono de Redeban se entrega en calidad de comodato.

**Mensualidad Gratis**

Si realizas mínimo una transacción diaria

**\$21.373 + IVA**

En caso de no cubrir el mínimo de transacciones por período.

Fuente: MiniDatafono ,2016

-Inno-Aspira J&D debe adquirir igualmente dos sillas que estarán situadas en la oficina de los jefes y en la recepción del salón principal. Estas sillas se comprarán en Homecenter por un valor de \$319.800 pesos. (Homecenter, 2016)

Imagen 42 Valor Sillas

**Sillón Ejecutivo Realdo Con Brazos Cuero Sintético Negro Asenti**  
72 Unidades disponibles  
SKU:258547 [f](#) [t](#) [p](#)



Precio corresponde a la ubicación de **CUNDINAMARCA**. El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

**\$ 159.900** UND  
Acumulas: 159 CMR Puntos.

Cantidad:  [Agregar al carro](#) [Agregar a mi lista](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR  **N° de cuota**

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- Envío a domicilio
- Retira tu compra en tienda
- Disponibilidad en tiendas

Esta foto ha sido ambientada y NO incluye ningún objeto decorativo o que NO esté dentro de la descripción del producto.

Fuente: Homecenter, 2016

-Finalmente para almacenar adecuadamente el producto en la bodega y que no sufra ningún daño se utilizarán dos estanterías metálicas que tendrán un costo total de \$359.800 pesos. (Homecenter, 2016)

En la siguiente imagen se ve cuales estanterías se van a adquirir en Homecenter que siempre ofrece productos de alta calidad a un buen precio.

Imagen 43 Valor Estantería

### Estantería Metálica sin Tornillos 176x90x40 cm Fixser

39 Unidades disponibles

SKU: 262965 [f](#) [t](#) [@](#)



Precio corresponde a la ubicación de CUNDINAMARCA. El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

\$ **179.900** UND

Acumulas: 179 CMR Puntos

Cantidad

1

**Agregar al carro**

Agregar a

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de

1

#### MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- Envío a domicilio
- Retira tu compra en tienda
- Disponibilidad en tiendas

Fuente: Homecenter, 2016

En la siguiente imagen se ven los costos totales que genera la compra de todos los equipos y muebles necesarios para el buen desarrollo de Inno-Aspira J&D.

Tabla 21 Costo total equipos y muebles

Computador	\$1.149.000
Sofás	\$4.599.800
Televisor	\$1.199.900
Impresora	\$ 629.000
Escritorios	\$ 351.840
Sillas	\$ 319.800
Estanterías	\$ 359.800
Valor total	\$8.609.140

Fuente: Elaboración Propia, 2016

### 5.4.3 Requerimientos De Materiales E Insumos

Inno-Aspira J&D necesita varios insumos para utilizarlos en el funcionamiento cotidiano de la empresa en el local de Laureles.

En un principio no se necesitará comprar tinta para la impresora porque vienen 6 cartuchos incluidos en la impresora que se comprará como equipo para el uso en el Local. Luego para recargar todos los cartuchos se destinaran \$50.000 pesos anualmente.

-La empresa debe comprar en el inicio dos resmas de papel para utilizarlos en la impresora, esto tendrá un costo de \$18.980 pesos. (Jumbo, 2016)

Imagen 44 Valor Resma



Fuente: Jumbo, 2016

-Es fundamental que se compren 6 focos para iluminar todas las piezas del local y acoger de manera adecuada al cliente. Estos focos se comprarán en Homecenter a un precio económico y de buena calidad por un valor total de \$59.400 pesos. (Homecenter, 2016)

Imagen 45 Valor Bombillos

### Bombillo Ahorrador Microvela Luz Fría 8 V Ilumax

174 Unidades disponibles

SKU:160235 [f](#) [t](#) [@](#)



Precio corresponde a la ubicación de **CUNDINAMARCA**  
El precio puede cambiar al modificar envío o retiro.

\$ **9.900**

Acumulas: 9 CMR Puntos

Cantidad

1

**Agregar al carro**

Calcula el valor de tu cuota CMR

#### MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- Envío a domicilio
- Retira tu compra en tienda
- Disponibilidad en tiendas

Fuente: Homecenter, 2016

-Se necesitarán grapadoras para la oficina y para la recepción por lo que se comprarán dos unidades en el Éxito por un valor total de \$13.900 pesos. (Exito, 2016)

Imagen 46 Valor Cosedora



### Cosedora De Bolsillo Mas Ganch

NOTES COLLECTION

Presentación:U PLU:914440

\$**6.950**

Vendido Por: Éxito  
Tiempo de entrega

1 und.

**Añadir**

Fuente: Éxito, 2016

-Se necesitarán canecas para depositar desechos producto de papelería o de otras actividades para mantener el espacio libre de basuras, etc. Se comprarán tres papeleras para todo el local por un costo total de \$59.700 pesos. (Éxito, 2016)

Imagen 47 Valor Caneca



Fuente: Éxito, 2016

-Para productos de aseo en los que se incluye papel higiénico, jabón, trapeadora, recogedor, bolsa de basura y otros por un costo total aproximado de \$50.000 pesos.

-Para productos de papelería como lapiceros, marcadores, tijeras entre otros se destinará un monto aproximado de \$20.000 pesos.

En la siguiente tabla se ve la suma total de los insumos que se necesitarán en el inicio de la empresa.

Tabla 22 Costo Total Insumos

Resmas	\$ 18.980
Grapadoras	\$ 13.900
Kit de aseo	\$ 50.000
Kit de papelería	\$ 20.000
Valor insumos	\$ 102.880

Fuente: Elaboración Propia ,2016



#### 5.4.4 Requerimientos De Servicios

-Para el servicio de Telecomunicaciones que incluye: cable, telefonía e internet se contratará servicios de une y se utilizará un paquete que proporciona telefonía ilimitada, internet de 10 Megas y numerosos canales en HD con un costo de \$170.000 mensuales (Une, 2016) debido a que la ubicación del local es en estrato 5.

Imagen 48 Valor UNE

<b>Paquete 4</b>
Incluye TV Digital Gold + 161 canales de video Incluye 39 canales en HD + 50 canales de audio + Internet de 10MB + Telefonía Local Ilimitada
<b>+ 3 meses de NETFLIX</b>
Valor estrato 3 <b>\$155.000</b>
Valor estrato 4, 5 y 6 <b>\$170.000</b>

Fuente: Une, 2016

-Seguro de robo aproximadamente de \$800.000 mensuales.

-Sistema de vigilancia remota de metro alarmas, con un costo de \$81.280 pesos mensuales (Metroalarmas, 2016) para estar atentos ante la delincuencia que pueda afectar los bienes de la empresa.

Imagen 49 Valor Vigilancia

9. La tarifa de Monitoreo Inteligente PRO para el hogar desde \$66.040 mensuales y para negocios desde \$81.280 mensuales, las anteriores tarifas le permiten al cliente realizar Activaciones/Desactivaciones ilimitadas.

Fuente: Metro Alarmas, 2016

-Para los servicios públicos que incluyen agua, luz, gas, alcantarillado se dispondrán aproximadamente entre \$300.000 - \$400.000 y el proveedor serán las empresas públicas de Medellín.

En esta imagen se ve la cuenta de servicio de un establecimiento del sector de Laureles la cual sirvió de base para establecer el estimado de nuestros servicios.

Imagen 50 Cuenta Servicios EPM



Fuente: EPM, 2016

# CAPÍTULO VI ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

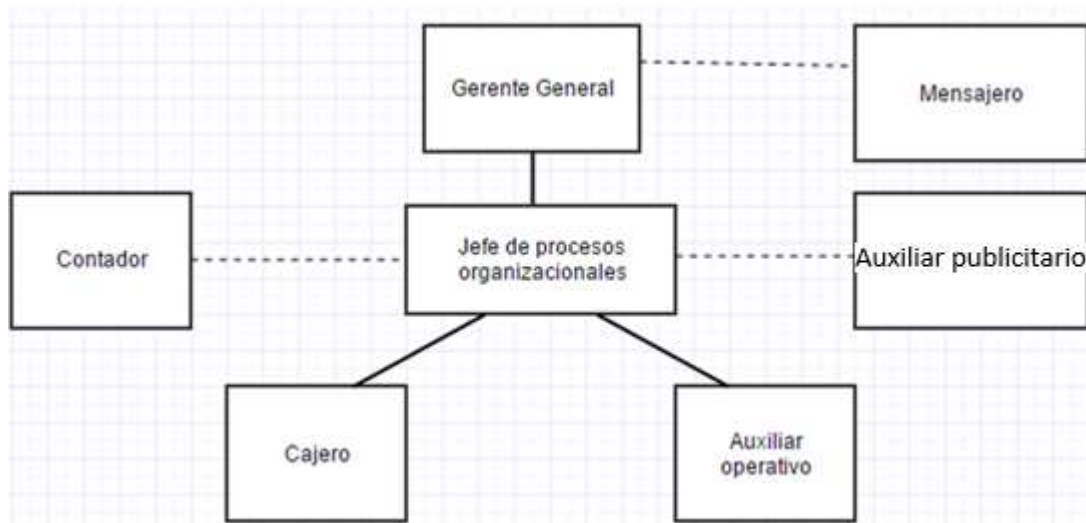
## 6.1 Estructura Organizacional Del Negocio

### 6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional

Inno Aspira J&D cuenta con pocos trabajadores porque es una micro empresa que apenas inicia en el mercado y no requiere de mucho personal para su buen desarrollo en el primer año en Medellín.

Todos los trabajadores de la empresa Inno Aspira J&D son altamente cualificados y tienen como objetivo principal brindar un servicio de alta calidad para que los clientes se puedan sentir satisfechos del producto y de la atención a los consumidores.

*Imagen 51 Organigrama de la empresa*



Fuente: Elaboración Propia, 2016

Cargo: Gerente general

Estudios mínimos: Profesional en carreras afines con administración de empresas, mercadeo y negocios Internacionales.

Requisitos: Manejo de inglés nivel alto, liderazgo, saber tomar decisiones, actitudes gerenciales y organizacionales.

Experiencia: Dos años en administración de negocios comerciales.

Funciones:

- Establecer estrategias de crecimiento y mercadeo para las empresas.
- Firmar los contratos y obligaciones de la sociedad.
- Determinar la inversión del presupuesto anual.
- Representar de manera óptima la empresa a nivel internacional y buscar nuevos socios.

Cargo: Jefe de procesos organizacionales

Estudios mínimos: Profesional en carreras afines a la administración de empresas con énfasis en gerencia social.

Requisitos: Alto nivel de inglés, habilidades de manejo de procesos y gestión de abastecimiento, capacidad de análisis, pensamiento estratégico.

Experiencia: Mínimo de 1 año en cargos de dirección en empresas comerciales.

Funciones:

- Implementar y supervisar el cumplimiento de los procesos de abastecimiento y comercialización de la empresa.
- Supervisar el bienestar del negocio y su buen funcionamiento.
- Verificar el grado de satisfacción de los clientes.
- Apoyar de manera conjunta a la gerencia para la toma de decisiones.

Cargo: Cajero

Estudios mínimos: Técnico en ventas

Requisitos: Buen manejo de los clientes, habilidades comunicativas, persona dinámica y servicial.

Experiencia: Por lo menos un año en manejo de caja

Funciones:

- Recibir y cobrar a los clientes que adquieran el producto
- Resolver dudas de los clientes sobre el producto
- Manejo de datafono y otros medios de pago
- Será el encargado de responder ante la facturación y ventas materializadas.

Cargo: Auxiliar Operativo

Estudios mínimos: Técnico en ventas

Requisito: Persona atenta y servicial, alto desempeño en servicio al cliente

Experiencia: Un año en venta de productos electrodomésticos

Funciones:

- Realizar demostración del producto a los clientes
- Brindar asesoría sobre el funcionamiento de la aspiradora
- Convencer al cliente de las ventajas de la aspiradora automática
- Estar pendiente del inventario del producto

Cargo: Mensajero (Tercerizado)

Funciones:

-Llevar a destino de manera segura y puntual el producto encargado por el consumidor final.

Cargo: Contador (Tercerizado)

Funciones:

- Tener al día los estados financieros de la empresa
- Informar al gerente de la contabilidad de la empresa
- Manejar los gastos e inversiones de la empresa
- Elaborar declaraciones de renta y de IVA

Cargo: Auxiliar publicitario (Tercerizado)

Funciones:

- Aplicar la estrategia publicitaria para el producto
- Convencer a los clientes de adquirir el producto
- Aprovechar las nuevas tecnologías como herramienta de trabajo
- Informar al gerente de las ideas publicitarias













### **6.1.2 Costos Personal Y Procesos Administrativos Tercerizados**

Los trabajadores de la empresa Inno- Aspira J&D reciben diferentes salarios según sus cargos y funciones en la empresa.

-Gerente general

En la siguiente imagen se puede apreciar el salario del gerente que será de \$1 500 000 pesos (MinTrabajo, 2016) mensuales y teniendo en cuenta las prestaciones sociales y aportes a la seguridad social representara para la empresa un gasto total de \$2 075 330 pesos (MinTrabajo, 2016) mensuales porque queda exenta de pago de parafiscales.

Tabla 23 Calculadora laboral del gerente

Salario	\$ 1.500.000	COP	
Transporte	\$ 0	COP	
<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>			
Cesantías	\$ 125.000	COP	
Primas	\$ 125.000	COP	
Intereses sobre cesantías	\$ 15.000	COP	
<b>DESCANSO REMUNERADO</b>			
Vacaciones	\$ 62.500	COP	
<b>APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL</b>			
Pensiones (AFP)	\$ 180.000	COP	
Salud (EPS)	\$ 127.500	COP	
Riesgos Laborales (ARL)	\$ 7.830	COP	
<b>PARAFISCALES</b>			
Parafiscales	\$ 135.000	COP	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.277.830</b>	<b>COP</b>	
<b>PARA EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA LEY 1607 DEL 2012 (EXONERACIÓN DEL PAGO DE PARAFISCALES)</b>			
Parafiscales	\$ 60.000	COP	
Salud	\$ -127.500	COP	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.075.330</b>	<b>COP</b>	

Fuente: Mintrabajo, 2016

-Jefe de procesos organizacionales

En la siguiente imagen vemos el salario que tendrá el jefe de procesos organizacionales y que será de \$ 1 400 000 pesos (MinTrabajo, 2016) mensuales si tenemos en cuenta Prestaciones sociales y aportes a la seguridad social para la empresa tendrá un costo total de \$ 1 936 975 pesos (MinTrabajo, 2016) mensuales.

Tabla 24 Calculadora laboral del jefe de procesos

Salario	\$ 1.400.000	COP
Transporte	\$ 0	COP
<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>		
Cesantías	\$ 116.667	COP
Primas	\$ 116.667	COP
Intereses sobre cesantías	\$ 14.000	COP
<b>DESCANSO REMUNERADO</b>		
Vacaciones	\$ 58.333	COP
<b>APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL</b>		
Pensiones (AFP)	\$ 168.000	COP
Salud (EPS)	\$ 119.000	COP
Riesgos Laborales (ARL)	\$ 7.308	COP
<b>PARAFISCALES</b>		
Parafiscales	\$ 126.000	COP
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.125.975</b>	<b>COP</b>
<b>PARA EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA LEY 1607 DEL 2012 (EXONERACIÓN DEL PAGO DE PARAFISCALES)</b>		
Parafiscales	\$ 56.000	COP
Salud	\$ -119.000	COP
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.936.975</b>	<b>COP</b>

Fuente: Mintrabajo, 2016

#### -Mensajero

La empresa utilizara este servicio de manera tercerizada con la empresa mensajería urbana que presta este servicio en Medellín y en los municipios aledaños. El costo por cada envío es de \$6.000 pesos y se espera que el promedio de entregas a domicilios sea entre 70 y 100 mensuales.

Imagen 52 Logo Mensajería Urbana



Fuente: Mensajería Urbana, 2016



-Auxiliar publicitario

Este servicio será tercerizado y lo ofrecerá la agencia de publicidad Lobo agencia que está situada en Medellín y de la cual se empleará un trabajador de esta empresa 4 veces al año por unos honorarios de \$400.000 pesos cada vez que se solicite los servicios de la agencia.

*Imagen 53 Logo Lobo Agencia*



Fuente: Lobo Agencia ,2016

-Contador

Este servicio será tercerizado y lo ofrecerá la empresa Abacus S.A.S que brinda asesoría financiera y contable por lo que se utilizarán los servicios de un contador cada mes y se le pagarán unos honorarios de \$ 600.000 pesos mensuales para poder estar al día con la información contable de la empresa Inno-Aspira J&D.

-Cajero

Este empleado tendrá un contrato fijo con nuestra empresa y tendrá el salario mínimo de \$689.455 pesos (MinTrabajo, 2016) incluyendo prestaciones sociales y aportes a la seguridad social lo que le costará a la empresa un valor total de \$1'045.325 pesos (MinTrabajo, 2016) mensuales.

Tabla 25 Calculadora Laboral Cajero

Salario	\$ 689.455	COP	?
Transporte	\$ 77.700	COP	?
<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>			
Cesantías	\$ 63.930	COP	?
Primas	\$ 63.930	COP	?
Intereses sobre cesantías	\$ 7.672	COP	?
<b>DESCANSO REMUNERADO</b>			
Vacaciones	\$ 28.727	COP	?
<b>APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL</b>			
Pensiones (AFP)	\$ 82.735	COP	?
Salud (EPS)	\$ 58.604	COP	?
Riesgos Laborales (ARL)	\$ 3.599	COP	?
<b>PARAFISCALES</b>			
Parafiscales	\$ 62.051	COP	?
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.138.401</b>	<b>COP</b>	<b>?</b>
<b>PARA EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA LEY 1607 DEL 2012 (EXONERACIÓN DEL PAGO DE PARAFISCALES)</b>			
Parafiscales	\$ 27.578	COP	
Salud	\$ -58.604	COP	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.045.325</b>	<b>COP</b>	<b>?</b>

Fuente: Mintrabajo, 2016

#### -Auxiliar operativo

Inno-Aspira J&D contratará a un auxiliar operativo y se le pagará un salario mensual de \$ 689.455 pesos (MinTrabajo, 2016) lo que tendrá un costo total teniendo en cuenta las prestaciones sociales y seguridad social de \$ 1'045 325 pesos (MinTrabajo, 2016) mensuales.

Tabla 26 Calculadora Laboral Auxiliar Operativo

Salario	\$ 689.455	COP	◀
Transporte	\$ 77.700	COP	◀
<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>			
Cesantías	\$ 63.930	COP	◀
Primas	\$ 63.930	COP	◀
Intereses sobre cesantías	\$ 7.672	COP	◀
<b>DESCANSO REMUNERADO</b>			
Vacaciones	\$ 28.727	COP	◀
<b>APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL</b>			
Pensiones (AFP)	\$ 82.735	COP	◀
Salud (EPS)	\$ 58.604	COP	◀
Riesgos Laborales (ARL)	\$ 3.599	COP	◀
<b>PARAFISCALES</b>			
Parafiscales	\$ 62.051	COP	◀
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.138.401</b>	<b>COP</b>	<b>◀</b>
<b>PARA EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA LEY 1607 DEL 2012 (EXONERACIÓN DEL PAGO DE PARAFISCALES)</b>			
Parafiscales	\$ 27.578	COP	
Salud	\$ -58.604	COP	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.045.325</b>	<b>COP</b>	<b>◀</b>

Fuente: Mintrabajo, 2016

En el siguiente cuadro se ve el resumen de todos los salarios y honorarios del personal que contribuye al crecimiento de Inno-Aspira J&D y los contratos que manejan cada uno al igual que valor total que tendrá para la empresa el tener estos trabajadores mensualmente.

Tabla 27 Resumen Gastos Empleados

	Salario	Costo total	Contrato
<b>Gerente</b>	<b>1 500 000</b>	<b>2 075 330</b>	<b>Fijo</b>
<b>Jefe organizacional</b>	<b>1 400 000</b>	<b>1 936 975</b>	<b>Fijo</b>
<b>Mensajero</b>	<b>420 000</b>	<b>420 000</b>	<b>Tercerizado</b>
<b>Publicista</b>	<b>400 000</b>	<b>1 600 000</b>	<b>Tercerizado</b>
<b>Contador</b>	<b>600 000</b>	<b>600 000</b>	<b>Tercerizado</b>
<b>Cajero</b>	<b>689 455</b>	<b>1 045 325</b>	<b>Fijo</b>
<b>Auxiliar Operativo</b>	<b>689 455</b>	<b>1 045 325</b>	<b>Fijo</b>
<b>Total Mensual</b>	<b>5 698 910</b>	<b>8 722 955</b>	

Fuente: Elaboración Propia, 2016

## **CAPÍTULO VII ANÁLISIS LEGAL**

### **7.1 Tipo De Organización Empresarial**

El tipo de sociedad que más se acomoda a nuestro proyecto es la Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS) porque este tipo maneja menos tramites y costos en su creación comparado con los otros tipos de sociedades y para la empresa Inno–Aspira J&D que apenas está iniciando es una gran ventaja minimizar etapas a la hora de constituirse como empresa legal en el mercado colombiano.

SAS: La Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) es una sociedad de capitales constituida por una o varias personas naturales o jurídicas que, luego de la inscripción en el registro mercantil, se constituye en una persona jurídica distinta de su accionista o sus accionistas, y en cual los socios sólo serán responsables hasta el monto de sus aportes. (Dinero, 2016)

### **7.2 Certificaciones Y Gestiones Ante Entidades Públicas**

La empresa Inno-Aspira J&D necesita varias certificaciones y trámites para poder iniciar como empresa legal y ejercer como comercializadora de aspiradoras automáticas en la ciudad de Medellín.

#### **7.2.1 Registro Único Tributario**

La empresa debe adquirir previo al inicio de la actividad económica el Registro Único Tributario (RUT) que sirve para identificar la empresa con el Número de identificación tributaria (NIT) ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) para poder

ejerger como institución legal y tener una actividad económica establecida ante la sociedad. (DIAN, 2016)

Este trámite dura un día, no tiene ningún costo solo se debe llenar un formulario para gestionar el proceso y no necesita renovación porque la vigencia es indeterminada.

### **7.2.2 Resolución De Facturación**

Es en la cual la DIAN expide autorización de numeración de facturación de un contribuyente. Es gratis y tiene una vigencia de 2 años; este trámite lleva un día. (Gerencie, 2016)

### **7.2.3 Registro Mercantil**

La empresa necesita el Registro mercantil que nos acredita como comerciante ante la sociedad y genera confianza para los proveedores y clientes potenciales de la empresa.

El costo de este trámite depende de los activos que tenga la empresa en sus inicios, se debe ajustar al rango que propone la cámara de Medellín y se renueva anualmente.

Para la empresa el rango de activos se encuentra entre 12 y 14 Salarios mínimos por lo que corresponde a un valor de \$123.000 pesos (Camara Medellin, 2016), el trámite tendrá una duración de un día.

Tabla 28 Rango Activos Registro Mercantil

RANGO DE ACTIVOS		RANGO DE ACTIVOS		TARIFA	TARIFA
En salarios mínimos		En pesos		% S.M.M.L.V	En \$
Mayor a	Menor o igual	Mayor a	Menor o igual		
0	2	0	1.378.910	5,24	36.000
2	4	1.378.910	2.757.820	7,34	51.000
4	5	2.757.820	3.447.275	9,79	67.000
5	7	3.447.275	4.826.185	10,84	75.000
7	9	4.826.185	6.205.095	12,94	89.000
9	11	6.205.095	7.584.005	14,68	101.000
11	12	7.584.005	8.273.460	16,08	111.000
12	14	8.273.460	9.652.370	17,83	123.000
14	16	9.652.370	11.031.280	20,28	140.000
16	18	11.031.280	12.410.190	22,38	154.000
18	19	12.410.190	13.099.645	23,78	164.000
19	21	13.099.645	14.478.555	25,52	176.000
21	23	14.478.555	15.857.465	26,92	186.000
23	25	15.857.465	17.236.375	28,67	198.000
25	26	17.236.375	17.925.830	30,77	212.000
26	28	17.925.830	19.304.740	31,82	219.000
28	30	19.304.740	20.683.650	33,57	231.000
30	31	20.683.650	21.373.105	35,66	246.000
31	33	21.373.105	22.752.015	37,41	258.000
33	35	22.752.015	24.130.925	38,81	268.000
35	52	24.130.925	35.851.660	45,45	313.000
52	70	35.851.660	48.261.850	54,54	376.000
70	87	48.261.850	59.982.585	63,99	441.000
87	105	59.982.585	72.392.775	73,43	506.000
105	123	72.392.775	84.802.965	83,57	576.000
123	140	84.802.965	96.523.700	93,01	641.000
140	158	96.523.700	108.933.890	103,15	711.000
158	175	108.933.890	120.654.625	113,29	781.000
175	192	120.654.625	132.375.360	131,47	906.000
192	210	132.375.360	144.785.550	133,92	923.000
210	228	144.785.550	157.195.740	136,36	940.000
228	245	157.195.740	168.916.475	138,81	957.000

Fuente: Cámara Medellín, 2016

### 7.2.4 Impuesto Avisos Y Tableros

Se grava a las empresas que coloquen avisos en la vía pública. Se pagará el 15 % sobre el impuesto de industria y comercio, representará un día de trámite con una vigencia indefinida. (Alcaldía de Medellín, 2016)

### 7.2.5 Registro De Importaciones

Se solicita a través de la DIAN, trámite 1 día con el fin de identificar a la empresa como importadora y su consecuente permiso para ejercer esta actividad, no tiene ningún costo y su vigencia es indeterminada.

### **7.2.6 Registro Industria Y Comercio**

Es el documento el cual permite las actividades industriales, comerciales y de servicios. El impuesto gravable para la comercialización de electrodomésticos es de 7\*1000, (Alcaldía de Medellín, 2016) con una renovación anual y representa un día de trámite.

### **7.2.7 Registro Ante Caja De Compensación**

Fondos para los empleados que los ayuden en su desarrollo familiar, laboral y social. Se liquidará mensualmente en el salario, tiene vigencia indeterminada y este trámite representa 1 día.

Este proceso se puede realizar con Comfenalco Antioquia que brinda este servicio a las empresas que lo soliciten.

### **7.2.8 Administración De Riesgos Laborales**

Derecho de los Colombianos a que se le garantice una cobertura en salud, riesgos de invalidez, muerte u otros riesgos laborales. Trámite de un día y vigencia indefinida, gratis; se liquidará mensualmente en el salario de los empleados.

### **7.2.9 Licencia De Bomberos**

Es en la cual se certifica las condiciones de seguridad humana, riesgo de incendios, materiales de peligrosos y sistemas de protección del inmueble. Es gratis y dura un día el trámite, tiene vigencia indeterminada.

### **7.2.10 Fondo De Pensiones**

Cotización realizada por el empleador para ofrecerles garantías a sus empleados de seguir recibiendo ingresos al cumplir la fecha de jubilación establecida por la ley. Es de gratuita inscripción, tramite de 1 día con vigencia indeterminada.

Se puede realizar con Protección que es una entidad que se encarga de las pensiones y cesantías de los trabajadores.

### **7.2.11 EPS**

Registro ante entidades que faciliten a los servicios médicos para los trabajadores de la empresa y se liquidara sobre el salario mensual del empleado. Trámite de 1 día y es gratis; goza de vigencia indefinida.

Este proceso se puede realizar con la EPS Sura que brinda este servicio a los trabajadores y empleadores.



## CAPÍTULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO

### 8.1 Tasas De Interés, Impuestos, Tasas De Rentabilidad

-Tasa de rentabilidad esperada como inversionista es del 18%, es un margen alcanzable basado en los estudios realizados. La tasa de rentabilidad o de descuento es el margen mínimo de ganancia esperada por la inversión.

-El impuesto sobre la renta grava todos los ingresos que obtenga un contribuyente en el año, que produzcan incremento neto del patrimonio en el momento de su percepción, siempre que no hayan sido expresamente exceptuados, considerando los costos y gastos en que se incurre para producirlos.

Este impuesto cubre todo el territorio Nacional y se paga por periodos anuales.

-El CREE es el impuesto de la equidad y se creó para garantizar programas sociales fundamentales como el SENA el ICBF y el sistema de salud.

La empresa Inno-Aspira J&D está en la obligación de pagar impuesto sobre la renta de 25% y de igual manera está obligada a pagar el CREE de 8%.

-Para obtener el margen de contribución se debe tener en cuenta el precio de venta (PV) y los costos variables (CV), se calcula con la formula  $MC = PV - CV$

El precio de venta de la aspiradora es de \$ 990.000 pesos y los costos variables de \$ 523.551 pesos, esto da un margen de contribución a la empresa Inno-Aspira J&D de \$ 466.449 pesos el primer año en el mercado lo que corresponde a un 47 %.

En la siguiente tabla se ve el margen de contribución desde el año 1 hasta el año 5 de la empresa Inno-Aspira J&D.

Tabla 29 Porcentaje de margen de contribución

Margen Bruto	46,92%	46,97%	46,98%	47,04%	47,04%
--------------	--------	--------	--------	--------	--------

Fuente: Elaboración Propia, 2016

## 8.2 Aportes De Capital De Los Socios

La empresa Inno-Aspira J&D tiene dos socios principales y cada uno de ellos va a realizar un aporte de \$ 60'000.000 pesos como capital inicial para la creación de la empresa y su inicio en el mercado colombiano.

El dinero que aporten los socios será un total de \$ 120'000.000 pesos y se destinará a la compra de muebles, equipos de oficina, gastos de administración para Inno-Aspira J&D e inventarios de las aspiradoras.

## 8.3 Créditos Y Préstamos Bancarios

La empresa realizará un préstamo por un valor de \$ 120'000.000 pesos en la entidad bancaria Bancolombia con un plazo de préstamo de 60 meses y a una tasa del 29,04 % Efectivo Anual lo que corresponde a una tasa periódica mensual de 2,15 %.

En la siguiente la tabla de amortización se puede observar un resumen del crédito que Bancolombia ofrece para la empresa Inno-Aspira J&D.

Tabla 30 Tabla de amortización

Valor del consumo (o del préstamo)	120.000.000			
Cuotas mensuales de plazo concedidas:	60			
Tasa de interés mensual:	2,15%			
Valor cuota mensual	\$ 3.578.662			
Cuota No	Valor cuota mensual	Parte de la cuota que se convierte en abono a capital	Parte de la cuota que se convierte en abono a intereses	Saldo del crédito (capital) después del pago
1	3.578.662	998.662	2.580.000	120.000.000
2	3.578.662	1.020.133	2.558.529	119.001.338
3	3.578.662	1.042.066	2.536.596	116.939.140
4	3.578.662	1.064.470	2.514.192	115.874.669
5	3.578.662	1.087.356	2.491.305	114.787.313
6	3.578.662	1.110.734	2.467.927	113.676.579
7	3.578.662	1.134.615	2.444.046	112.541.964
8	3.578.662	1.159.009	2.419.652	111.382.954
9	3.578.662	1.183.928	2.394.734	110.199.026
10	3.578.662	1.209.383	2.369.279	108.989.643
11	3.578.662	1.235.384	2.343.277	107.754.259
12	3.578.662	1.261.945	2.316.717	106.492.314
13	3.578.662	1.289.077	2.289.585	105.203.237
14	3.578.662	1.316.792	2.261.870	103.886.445
15	3.578.662	1.345.103	2.233.559	102.541.342
16	3.578.662	1.374.023	2.204.639	101.167.319

Fuente: Elaboración Propia, 2016

## 8.4 Precios De Los Productos

### 8.4.1 Factores Que Influyen En La Determinación De Los Precios De Los Productos

- Competencia: Se observó en el análisis de mercado que los precios ofrecidos en el mercado eran muy altos y que había una posibilidad de ingresar productos con un precio más bajo otorgando un margen de rentabilidad atractivo para la empresa Inno-Aspira J&D.

-Costos fijos y variables de la empresa: Después de haberse realizado un análisis financiero en el cual se tuvieron en cuenta los costos fijos y variables de la empresa, ayudaron a establecer el precio competitivo del producto.

## 8.4.2 Los Precios De Los Productos Tomando Como Base Los Costos

En la siguiente tabla vemos los costos variables y fijos unitarios que influenciarán el precio final de la aspiradora automática para el mercado colombiano.

La suma de los costos fijos y variables representa el valor mínimo el cual da base para que la empresa escoja el precio de venta y genere utilidades.

*Tabla 31 Precio en función de costos*

Total Importacion	\$ 206.573.451
Total Aspiradoras	300
Costo Variable Unitario	\$ 688.578
Costos Fijos Totales	\$ 134.637.608
Unidades vendidas x año	1126
Costo Fijo Unitario	\$ 119.572
Precio en funcion de costos CVU + CFU	\$ 808.150

Fuente: Elaboración propia, 2016

## 8.5 Ingresos Y Egresos

### 8.5.1 Ingresos

#### *8.5.1.1 Ingresos Propios Del Negocio*

En la siguiente tabla vemos reflejados los ingresos que espera obtener la empresa en sus primeros 5 años de existencia siempre y cuando las ventas tengan un crecimiento constante y la empresa tenga buena acogida en el mercado colombiano.

Tabla 32 Ingresos del negocio

Total Ventas						
Precio Promedio	\$	990.000,0	1.249.380,0	1.279.365,1	1.219.235,0	1.170.465,6
Ventas	unid.	1.126	1.182	1.241	1.304	1.369
Ventas	\$	1.114.740.000	1.476.767.160	1.587.692.114	1.589.882.387	1.602.367.353

Fuente: Elaboración Propia, 2016

En la siguiente tabla se puede observar los ingresos mensuales esperados por la empresa durante su primer año en el mercado.

Tabla 33 Ingresos mensuales

Ventas Anuales	\$ 1.114.740.000
Meses	12
Ingresos Mensuales	\$ 92.895.000

Fuente: Elaboración Propia, 2016

## 8.5.2 Egresos

### 8.5.2.1 Inversiones

En la siguiente tabla se encuentran discriminados las inversiones en las que se tienen que incurrir para las adecuaciones físicas del local como los equipos de oficina, los respectivos muebles y enseres que ayuden a que el local tenga una apariencia agradable, confiable y seria.

Tabla 34 Inversiones en activos fijos

Sofás	\$ 4.599.800		Pintura	\$ 319.900
Escritorios	\$ 351.840			
Sillas	\$ 319.800		<b>Total Construcciones</b>	\$ 319.900
Estanterías	\$ 359.800			
			Computador	\$ 1.149.000
<b>Total Muebles</b>	<b>\$ 5.631.240</b>		Televisión	\$ 1.199.000
			Impresora	\$ 629.000
			Datafono	\$ 50.000
			Focos	\$ 59.400
			Grapadoras	\$ 13.900
			Canecas	\$ 59.700
			Kit aseo	\$ 50.000
			<b>Total Equipos de Oficina</b>	<b>\$ 3.210.000</b>

Fuente: Elaboración Propia, 2016

En la siguiente tabla se observa los gastos anticipados que debe tener en cuenta la empresa Inno-Aspira J&D para poder ejercer legalmente como empresa comercializadora de aspiradoras automáticas.

Tabla 35 Inversiones en gastos pre-operativos

Registro mercantil	\$ 123.000
Industria y comercio	\$ 63.700
Avisos y tableros	\$ 9.555
<b>Total gastos pre-operativos</b>	<b>\$ 196.255</b>

Fuente: Elaboración Propia, 2016

### 8.5.2.2 Costos Fijos Y Variables

En la siguiente tabla se discriminan los costos fijos y variables en los que debe incurrir la empresa Inno-Aspira J&D para su buen desempeño en el mercado local.

Tabla 36 Costos fijos y variables

Gastos Publicidad (En pesos)		Gastos Administrativos(En pesos)			
Logo:	\$ 192.000	Arriendo	\$ 1.300.000	12 meses	\$ 15.600.000
Feria:	\$ 11.136.848	Une	\$ 170.000	12 meses	\$ 2.040.000
Qhubo:	\$ 814.000	Seguro	\$ 800.000	12 meses	\$ 9.600.000
Imagen corporativa:	\$ 500.000	Vigilancia	\$ 81.280	12 meses	\$ 975.360
Publicista Tercerizado : \$400 000 pesos x 4 veces al año	\$ 1.600.000	EPM	\$ 350.000	12 meses	\$ 4.200.000
Auxiliar operativo : Salario Fijo \$ 1 045 325 pesos x 12 meses	\$ 12.543.900	Hosting	\$ 659.000		
		Papeleria	\$ 116.940		
Total Gastos Publicidad	\$ 26.786.748	Salario Gerente	\$ 2.075.330	12 meses	\$ 24.903.960
		Salario Jefe Procesos	\$ 1.936.975	12 meses	\$ 23.243.700
		Salario Contador	\$ 600.000	12 meses	\$ 7.200.000
		Cajera	\$ 1.045.325	12 meses	\$ 12.543.900
		Mensajero	\$ 564.000	12 meses	\$ 6.768.000
		Total Gastos Publicidad			\$107.850.860
Costos Variables					
Costo Aspiradora	179,98				
TRM	2908,94				
Costo	\$ 523.551				

Fuente: Elaboración propia, 2016

## 8.5.3 Estados Financieros

### 8.5.3.1 Estado De Pérdida Y Ganancia

El Estado de pérdida y ganancia es un estado financiero que indica la rentabilidad de Inno –Aspira J&D durante un periodo determinado y en la cual se aprecia los gastos, costos e ingresos que afectarán el crecimiento y evolución de la empresa.

En la siguiente imagen vemos el estado de resultados de la empresa Inno-Aspira J&D para sus primeros 5 años de existencia y la evolución que tendrá a nivel de ingreso de ventas y utilidades generadas.

Tabla 37 Estado de resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Ventas	1.114.740.000	1.476.767.160	1.587.692.114	1.589.882.387	1.602.367.353
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	589.518.450	780.972.682	839.634.169	840.792.472	847.395.014
Depreciación	2.212.243	2.212.243	2.212.243	1.142.243	1.142.243
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	198.032.604	249.917.146	255.915.158	243.887.145	234.131.660
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>324.976.703</b>	<b>443.665.089</b>	<b>489.930.544</b>	<b>504.060.527</b>	<b>519.698.436</b>
Gasto de Ventas	26.786.748	27.965.365	28.832.291	29.726.092	30.617.875
Gastos de Administracion	107.850.860	112.596.298	116.086.783	119.685.473	123.276.038
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	39.251	39.251	39.251	39.251	0
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>190.299.844</b>	<b>303.064.176</b>	<b>344.972.219</b>	<b>354.609.710</b>	<b>365.804.524</b>
Otros ingresos					
Intereses	28.168.950	20.752.801	14.878.316	9.767.366	4.959.439
Otros ingresos y egresos	-28.168.950	-20.752.801	-14.878.316	-9.767.366	-4.959.439
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>162.130.895</b>	<b>282.311.375</b>	<b>330.093.903</b>	<b>344.842.344</b>	<b>360.845.085</b>
Impuestos (25%)	40.532.724	70.577.844	82.523.476	86.210.586	90.211.271
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>121.598.171</b>	<b>211.733.531</b>	<b>247.570.427</b>	<b>258.631.758</b>	<b>270.633.814</b>

Fuente: Elaboración Propia, 2016

### 8.5.3.2 Flujo De Caja

El flujo de caja indica la cantidad de dinero en efectivo que la empresa espera tener en un momento dado en el futuro, en esta tabla se deben agregar los ingresos y egresos que se espera que ocurran en el momento en que se reciben o se pagan.

En la siguiente imagen se puede observar el flujo de caja de la empresa Inno-Aspira J&D para sus primeros 5 años en el mercado colombiano.



Tabla 38 Flujo de caja

3	C	D	E	F	G	H	I
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO DE CAJA</b>							
	Depreciaciones		2.212.243	2.212.243	2.212.243	1.142.243	1.142.243
	Amortización Gastos		39.251	39.251	39.251	39.251	0
	Agotamiento		0	0	0	0	0
	Provisiones		0	0	0	0	0
	Impuestos		0	-40.532.724	-70.577.844	-82.523.476	-86.210.586
	<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>		<b>192.551.338</b>	<b>264.782.946</b>	<b>276.645.869</b>	<b>273.267.729</b>	<b>280.736.181</b>
<b>Flujo de Caja Inversión</b>							
	Variación Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
	Variación Inv. Materias Primas e insumos <sup>3</sup>		0	0	0	0	0
	Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0	0	0	0
	Variación Inv. Prod. Terminados		-49.310.861	-15.954.519	-4.888.457	-7.359	-550.212
	Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
	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	-49.310.861	-15.954.519	-4.888.457	-7.359	-550.212
	Inversión en Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0	0
	Inversión en Muebles	0	-5.631.240	0	0	0	0
	Inversión en Equipos de Oficina	0	-3.210.000	0	0	0	0
	Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
	Inversión Activos Fijos	0	-9.161.140	0	0	0	0
	<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>0</b>	<b>-58.472.001</b>	<b>-15.954.519</b>	<b>-4.888.457</b>	<b>-7.359</b>	<b>-550.212</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>							
	Desembolsos Capital Semilla	0					
	Desembolsos Pasivo Largo Plazo	120.000.000	0	0	0	0	0
	Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-24.000.000	-24.000.000	-24.000.000	-24.000.000	-24.000.000
	Intereses Pagados		-28.168.950	-20.752.801	-14.878.316	-9.767.366	-4.959.439
	Dividendos Pagados		0	-97.278.537	-169.386.825	-198.056.342	-206.905.406
	Capital	118.297.192	0	0	0	0	0
	<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>238.297.192</b>	<b>-52.168.950</b>	<b>-142.031.338</b>	<b>-208.265.141</b>	<b>-231.823.708</b>	<b>-235.864.845</b>
	<b>Neto Periodo</b>	<b>238.297.192</b>	<b>81.910.388</b>	<b>106.797.089</b>	<b>63.492.271</b>	<b>41.436.662</b>	<b>44.321.124</b>
	<b>Saldo anterior</b>		<b>238.140.158</b>	<b>320.050.546</b>	<b>426.847.635</b>	<b>490.339.906</b>	<b>531.776.568</b>
	<b>Saldo siguiente</b>	<b>238.297.192</b>	<b>320.050.546</b>	<b>426.847.635</b>	<b>490.339.906</b>	<b>531.776.568</b>	<b>576.097.692</b>

Fuente: Elaboración Propia, 2016

## 8.5.4 Estados Financieros Proyectados Y Análisis De Sensibilidad

### 8.5.4.1 Análisis De Sensibilidad

En el siguiente análisis se evaluarán cuatro escenarios en el que el precio y cantidades del producto sufrirán variaciones porcentuales con el fin de determinar las consecuencias que se puedan presentar, representadas en la tasa de retorno, valor actual neto y periodo de recuperación de la inversión.

-Escenario 1: -10% Precio

Tabla 39 Precio descuento 10%

Precio inicial	\$ 990.000
Precio descontando	10%
Descuento	\$ 99.000
<b>Precio final</b>	<b>\$ 891.000</b>

Fuente: Elaboración propia, 2016

En la siguiente tabla vemos el comportamiento de los criterios de decisión desde el punto de vista financiero al hacer un descuento del 10% del precio inicial del producto, afectando considerablemente el periodo de recuperación de la inversión y por otro lado disminuye la tasa interna de retorno.

Tabla 40 Evaluación financiera -10% precio

Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	18%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	33,53%
VAN (Valor actual neto)	113.976.303
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,94

Fuente: Elaboración propia, 2016

-Escenario 2: -20% Precio

Tabla 41 Precio descuento 20%

Precio inicial	\$ 990.000
Precio descontando	20%
Descuento	\$ 198.000
<b>Precio final</b>	<b>\$ 792.000</b>

Fuente: Elaboración propia, 2016

En la siguiente tabla vemos que la viabilidad del plan de proyecto se torna imposible, debido a que el precio final no da la posibilidad de sustentar los costos en los que incurre

la empresa, dando pérdidas, incapacidad de responder a los inversionistas y un periodo de recuperación exorbitante.

*Tabla 42 Evaluación financiera -20% precio*

Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	18%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	-26,95%
VAN (Valor actual neto)	-268.697.389
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	476,72

Fuente: Elaboración Propia, 2016

-Escenario 3: -10% Unidades vendidas

*Tabla 43 10% descuento en unidades vendidas*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	1126	1182	1241	1304	1369
Descuento 10%	1013,4	1063,8	1116,9	1173,6	1232,1

Fuente: Elaboración Propia, 2016

En la siguiente tabla se puede analizar que bajando un 10% las unidades de venta del producto en los primeros 5 años de la empresa, el proyecto sigue siendo viable solo que ofrece una tasa interna de retorno más baja de la inicial y un periodo de recuperación ligeramente superior al que tiene establecido la empresa.

*Tabla 44 Evaluación Financiera 10% descuento unidades vendidas*

Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	18%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	59,58%
VAN (Valor actual neto)	314.687.192
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,27

Fuente: Elaboración Propia, 2016

-Escenario 4: -20% En unidades vendidas

Tabla 45 20% descuento unidades vendidas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	1126	1182	1241	1304	1369
Descuento 20%	900,8	945,6	992,8	1043,2	1095,2

Fuente: Elaboración Propia, 2016

En la siguiente tabla se observa que el proyecto sigue siendo viable pero ofreciendo menos garantías que el escenario anterior porque cada vez que se disminuyan las unidades vendidas esto afectará la rentabilidad de la empresa.

Las consecuencias de esta disminución de unidades vendidas será la ampliación del periodo de recuperación y disminución en la tasa de retorno.

Tabla 46 Evaluación financiera 20% descuento unidades vendidas

Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	18%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	38,13%
VAN (Valor actual neto)	146.523.838
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,80

Fuente: Elaboración Propia, 2016

Habiendo analizado estos cuatro escenarios, se puede interpretar que para la empresa es más conveniente reducir las cantidades vendidas debido a que las cantidades siguen siendo aceptables para generar rentabilidad, caso contrario se daría con las variaciones en el precio, debido a que afecta en gran escala la rentabilidad y viabilidad del plan de negocio, llevándolo a la pérdida.

## 8.6 Evaluación Financiera

### 8.6.1 Vpn, Tir, Periodo De Recuperación De Inversión

-Valor actual neto (VPN): Es la rentabilidad en valor absoluto esperada por el emprendedor al momento de realizar una inversión, en caso de que sea mayor a cero, indica que el proyecto es viable de acuerdo al punto de vista financiero. Esto indica que la empresa está aumentando su valor en el tiempo.

-Tasa Interna de Retorno (TIR): Indicador que permite determinar la rentabilidad real de la inversión, en caso de que la TIR sea mayor a la rentabilidad esperada por el inversionista significa que es conveniente invertir en el plan de negocios.

-Periodo de Recuperación de la inversión (PRI): Indicador que determina el tiempo (en meses) en el que se recupera la inversión realizada en el plan de negocios.

En la siguiente tabla se muestran los indicadores criticos que deciden la viabilidad del plan de negocios.

*Tabla 47 Criterios de decisión de viabilidad*

TIR (Tasa Interna de Retorno)	80,15%
VAN (Valor actual neto)	482.850.546
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	0,99

Fuente: Elaboración Propia, 2016

De acuerdo a las definiciones anteriores podemos afirmar que el plan de proyecto es viable debido a que la tasa interna de retorno supera la tasa mínima esperada y el valor actual neto de los 5 años de evaluación del plan de negocios es positivo, además el periodo de recuperación de la inversión es de un año.

## **CAPÍTULO IX. CONCLUSIONES**

Se puede concluir que el barrio Laureles es el más indicado para la distribución del producto al contar con factores muy favorables con respecto a las características de los consumidores buscados por la empresa Inno-Aspira J&D, su alta disposición de compra ofrece motivos para incursionar en ese sector de la ciudad. Los tratados comerciales hacen parte de una herramienta para medir las utilidades desde la creación de la empresa hasta su tiempo de vida en el mercado debido a su desgravación y como se va a ampliando el margen de utilidad.

La empresa Inno-Aspira J&D ofrece precios competitivos debido a la tercerización de procesos administrativos y el poco personal que maneja la empresa reduciendo en gran parte sus costos fijos. El sector de electrodomésticos ha presentado estabilidad en los últimos años lo que fortalece nuestra idea de comercializar productos de este entorno.

Según lo analizado el proyecto es viable bajo un enfoque financiero, porque cuenta con capacidad de ofrecer altos beneficios en un período de cinco años siendo durable y estable en el tiempo; mostrando unos balances financieros sólidos que ofrecen altas garantías de responder tanto a obligaciones financieras como a inversionistas.

## BIBLIOGRAFÍA

Abacus. (4 de Noviembre de 2016). *Abacus*. Obtenido de Abacus:

<http://www.abacus.com.co/servicios/asesoria-financiera-y-contable>

Actualicese. (4 de Noviembre de 2016). *Actualicese*. Obtenido de Actualicese:

<http://actualicese.com/actualidad/2015/04/27/tipos-de-sociedades-y-sus-diferencias-ltda-s-a-comanditas-s-a-s-colectivas/>

Actualicese. (15 de Septiembre de 2016). *Actualicese*. Obtenido de Actualicese:

<http://actualicese.com/actualidad/2015/04/27/tipos-de-sociedades-y-sus-diferencias-ltda-s-a-comanditas-s-a-s-colectivas/>

Alcaldia de Medellin. (4 de Noviembre de 2016). *Alcaldia de Medellin*. Obtenido de

Alcaldia de Medellin:

<https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpcccontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Nuestro%20Gobierno/Secciones/Publicaciones/Documentos/Gaceta%20Oficial/2012/Gaceta%204122/ACUERDO%20MUNICIPAL%2064%20DE%202012.pdf>

Alcaldia de Medellin. (4 de Noviembre de 2016). *Alcaldia de Medellin*. Obtenido de

Alcaldia de Medellin:

<https://www.medellin.gov.co/irj/portal/medellin?NavigationTarget=navurl://830793ca12bebc15ac631fd193db5a13>

Alcaldía de Medellín. (18 de Septiembre de 2016). *Alcaldía de Medellín*. Obtenido de <https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpcontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Medio%20Ambiente/Secciones/Plantillas%20Gen%C3%A9ricas/Documentos/2013/SIGAM/pam/componentesociocultural.html>

Alkosto. (21 de Octubre de 2016). *Alkosto*. Obtenido de Alkosto: <http://www.alkosto.com/pc-all-in-one-hp-20-e110-19-45-celeronr-blanco>

Alkosto. (28 de Septiembre de 2016). *Alkosto*. Obtenido de <http://www.alkosto.com/aspiradora-samurai-cyclonic-ergo>

Amazon. (15 de Septiembre de 2016). *Amazon*. Obtenido de Amazon: [https://www.amazon.com/ECOVACS-Robotic-Vacuum-Cleaner-Water/dp/B01HRL6UX0/ref=sr\\_1\\_1?ie=UTF8&qid=1475674336&sr=8-1-spons&keywords=vacuum+robot&psc=1](https://www.amazon.com/ECOVACS-Robotic-Vacuum-Cleaner-Water/dp/B01HRL6UX0/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1475674336&sr=8-1-spons&keywords=vacuum+robot&psc=1)

ARL SURA. (4 de Noviembre de 2016). *ARL SURA*. Obtenido de ARL SURA: <https://www.arlsura.com/index.php/component/content/article?id=385:-sp-29834>

Banaduana. (4 de Noviembre de 2016). *Banaduana*. Obtenido de Banaduana: [http://www.banaduana.com/index.php/servicios/detalle/Registros\\_y\\_Licencias\\_para\\_importaciones](http://www.banaduana.com/index.php/servicios/detalle/Registros_y_Licencias_para_importaciones)

Banco de la Republica. (25 de Septiembre de 2016). *Banco de la Republica*. Obtenido de Banco de la Republica: <http://obiebr.banrep.gov.co/analytics/saw.dll?Go&path=%2Fshared%2fSeries%200Estad%c3%adsticas%2F1.%20Tasas%20de%20Colocaci%C3%B3n%2F1.3%20>



Resumen%20tasas%20de%20colocaci%C3%B3n%2F1.3.2.TCO\_Hist%C3%B3ri  
co%20para%20un%20tipo%20de%20cuenta&Options=rdf&lang=e

Banco de la Republica. (25 de Septiembre de 2016). *Banco de la Republica*. Obtenido de  
Banco de la Republica: <http://www.banrep.gov.co/economia/pli/bie.pdf>

Bancoldex. (15 de Septiembre de 2016). *Bancoldex*. Obtenido de Bancoldex:  
[https://www.bancoldex.com/Sobre-microempresas/Que-es-una-  
microempresa628.aspx](https://www.bancoldex.com/Sobre-microempresas/Que-es-una-microempresa628.aspx)

Bancolombia. (16 de Noviembre de 2016). *Bancolombia*. Obtenido de Bancolombia:  
[http://www.grupobancolombia.com/wps/portal/empresas/productos-  
servicios/creditos/cartera-comercial/cartera-ordinaria/#tab3](http://www.grupobancolombia.com/wps/portal/empresas/productos-servicios/creditos/cartera-comercial/cartera-ordinaria/#tab3)

Bloomberg. (s.f.). *Bloomberg*. Recuperado el 2016, de Bloomberg:  
<http://www.bloomberg.com/quote/USDCOP:CUR>

Bomberos Bogota. (4 de Noviembre de 2016). *Bomberos Bogota*. Obtenido de Bomberos  
Bogota: <http://www.bomberosbogota.gov.co/content/view/1571/76/>

Camara Medellin. (4 de Noviembre de 2016). *Camara Medellin*. Obtenido de Camara  
Medellin: [http://www.camaramedellin.com.co/site/Servicios-Registrales/Registro-  
Mercantil.aspx](http://www.camaramedellin.com.co/site/Servicios-Registrales/Registro-Mercantil.aspx)

Camara Medellin. (4 de Noviembre de 2016). *Camara Medellin*. Obtenido de Camara  
Medellin:  
[http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/tarifas2016/  
TARIFAS%20REGISTROS%202016.pdf](http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/tarifas2016/TARIFAS%20REGISTROS%202016.pdf)

Club De Soleil. (s.f.). *Club De Soleil*. Recuperado el 12 de Octubre de 2016, de Club De

Soleil: [https://bookings.ihotelier.com/Club-De-](https://bookings.ihotelier.com/Club-De-Soleil/select_rooms.jsp?hotelId=96812#)

[Soleil/select\\_rooms.jsp?hotelId=96812#](https://bookings.ihotelier.com/Club-De-Soleil/select_rooms.jsp?hotelId=96812#)

Comfenalco Antioquia. (4 de Noviembre de 2016). *Comfenalco Antioquia*. Obtenido de

Comfenalco Antioquia:

<http://www.comfenalcoantioquia.com/Default.aspx?tabid=238&id=161>

Conduce Tu empresa. (16 de Noviembre de 2016). *Conduce Tu empresa*. Obtenido de

Conduce Tu empresa: [http://blog.conducetuempresa.com/2012/02/que-es-un-](http://blog.conducetuempresa.com/2012/02/que-es-un-estado-de-ganancias-y.html)

[estado-de-ganancias-y.html](http://blog.conducetuempresa.com/2012/02/que-es-un-estado-de-ganancias-y.html)

Consumer Technology Association. (s.f.). *Consumer Technology Association*.

Recuperado el 2016, de Consumer Technology Association: <http://www.ces.tech/>

Dane. (25 de Septiembre de 2016). *Dane*. Obtenido de Dane:

[http://www.dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-de-precios-al-](http://www.dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-de-precios-al-consumidor)

[consumidor](http://www.dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-de-precios-al-consumidor)

Dane. (25 de Septiembre de 2016). *Dane*. Obtenido de Dane:

[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol\\_PIB\\_Itrim16\\_ofert](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_Itrim16_oferta_demanda.pdf)

[a\\_demanda.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_Itrim16_oferta_demanda.pdf)

Despegar. (s.f.). *Despegar*. Recuperado el 7 de Octubre de 2016, de Despegar:

[http://www.despegar.com.co/shop/flights/results/roundtrip/MDE/LAS/2017-01-](http://www.despegar.com.co/shop/flights/results/roundtrip/MDE/LAS/2017-01-05/2017-01-08/1/0/0?from=SB)

[05/2017-01-08/1/0/0?from=SB](http://www.despegar.com.co/shop/flights/results/roundtrip/MDE/LAS/2017-01-05/2017-01-08/1/0/0?from=SB)

DIAN. (4 de Noviembre de 2016). *DIAN*. Obtenido de DIAN:

[http://www.dian.gov.co/contenidos/servicios/rut\\_preguntasfrecuentes.html](http://www.dian.gov.co/contenidos/servicios/rut_preguntasfrecuentes.html)

DIAN. (16 de Noviembre de 2016). *DIAN*. Obtenido de DIAN:

<http://www.dian.gov.co/DIAN/12SobreD.nsf/pages/Impuestosinternos?OpenDocument#3>

DIAN. (16 de Noviembre de 2016). *DIAN*. Obtenido de DIAN:

[http://www.dian.gov.co/contenidos/otros/preguntas\\_frecuentes\\_cree.html#a1](http://www.dian.gov.co/contenidos/otros/preguntas_frecuentes_cree.html#a1)

DIAN. (15 de Septiembre de 2016). *DIAN*. Obtenido de DIAN:

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefTarifasAcuerdoPopUp.faces?nomenclatura=85577&codNomenclatura=8508600000&componente=6&regimen=1&fechaConsulta=20160810&modoPresentacionSeleccionBO=dialogo>

DIAN. (s.f.). *DIAN*. Recuperado el 2016, de DIAN:

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaGeneralNomenclaturas.faces>

Dinero. (4 de Noviembre de 2016). *Dinero*. Obtenido de Dinero:

<http://www.dinero.com/negocios/articulo/sas-tipo-sociedad-usado-colombia/84554>

Dinero. (25 de Septiembre de 2016). *Dinero*. Obtenido de Dinero:

<http://www.dinero.com/economia/articulo/expectativas-y-resultados-de-la-encuesta-de-opinion-financiera-de-fedesarrollo/226100>

Easy Cencosud. (21 de Octubre de 2016). *Easy Cencosud*. Obtenido de Easy Cencosud:

<https://www.easy.com.co/p/estacion-de-trabajo-tipo-l-153x118x73cm/>

Ecovacs. (s.f.). *Amazon*. Recuperado el 12 de Octubre de 2016, de Amazon:

[https://www.amazon.com/ECOVACS-Robotic-Vacuum-Cleaner-Water/dp/B01HRL6UX0/ref=sr\\_1\\_1?ie=UTF8&qid=1475863446&sr=8-1&keywords=ecovacs](https://www.amazon.com/ECOVACS-Robotic-Vacuum-Cleaner-Water/dp/B01HRL6UX0/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1475863446&sr=8-1&keywords=ecovacs)

Ecovacs. (s.f.). *Ecovacs*. Recuperado el 2016, de Ecovacs:

<http://ecovacsrobotics.com/about>

El Colombiano. (28 de Septiembre de 2016). *Colombiano*. Obtenido de

<http://proyectos.elcolombiano.com/publicidad/2014/tarifarios/q-hubo.pdf>

Electrolux S.A. (28 de Septiembre de 2016). *Electrolux S.A.* Obtenido de

<http://www.electrolux.com.co/>

Electrolux S.A. (28 de Septiembre de 2016). *Electrolux S.A.* Obtenido de

<http://www.electrolux.com.co/Productos/>

epm. (21 de Octubre de 2016). *epm*. Obtenido de epm: <https://www.epm.com.co/site/>

EPS SURA. (4 de Noviembre de 2016). *EPS SURA*. Obtenido de EPS SURA:

<https://www.epssura.com/empleadores>

Exito. (21 de Octubre de 2016). *Exito*. Obtenido de Exito:

<http://www.exito.com/products/0000235029202847/Papelera+Pedal+Azul+4.5+Lts?nocity>

Exito. (21 de Octubre de 2016). *Exito*. Obtenido de Exito:

<http://www.exito.com/products/0000031392032487/Cosedora+De+Bolsillo+Mas+Ganch?nocity>

Falabella. (21 de Octubre de 2016). *Falabella*. Obtenido de Falabella:

<http://www.falabella.com.co/falabella-co/product/2571286/LED-40-Full-HD-Smart-TV-UN40J5200AKXZL?navAction=push>

Falabella. (28 de Septiembre de 2016). *Falabella*. Obtenido de

<http://www.falabella.com.co/falabella-co/product/2150057/Aspiradora-Ultra-Silencer-Green>

Finanzas Personales. (15 de Septiembre de 2016). *Finanzas Personales*. Obtenido de

Finanzas Personales:

<http://www.finanzaspersonales.com.co/impuestos/articulo/por-que-vale-pena-constituir-sas/37888>

Full Imagen Copias. (21 de Octubre de 2016). *Full Imagen Copias*. Obtenido de Full

Imagen Copias: <http://www.fullimagencopias.com/digital.html>

Gerencie. (4 de Noviembre de 2016). *Gerencie*. Obtenido de Gerencie:

<http://www.gerencie.com/la-resolucion-de-autorizacion-de-facturacion-tiene-una-vigencia-de-dos-anos.html>

Gestion empresarial. (30 de Septiembre de 2016). *Gestion empresarial*. Obtenido de

Gestion empresarial: <https://gestionempresarial4.wordpress.com/174-2/>

Gestiopolis. (30 de Septiembre de 2016). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis:

<http://www.gestiopolis.com/el-diamante-de-porter-y-el-ciclo-de-vida-del-producto/>

Groupe SEB. (28 de Septiembre de 2016). Obtenido de <http://www.groupeseb-careers.com/co/>

Grupo Bancolombia. (13 de Noviembre de 2016). *Grupo Bancolombia*. Obtenido de <http://www.grupobancolombia.com/wps/portal/empresas/productos-servicios/creditos/cartera-comercial/cartera-ordinaria/#tab3>

Harmonized Tariff Schedule. (s.f.). *Harmonized Tariff Schedule*. Recuperado el 2016, de Harmonized Tariff Schedule: <https://hts.usitc.gov/?query=8508.11.00.00>

Homecenter. (21 de Octubre de 2016). *Homecenter*. Obtenido de Homecenter: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/160235/Bombillo-Ahorrador-Microvela-Luz-Fria-8-V>

Homecenter. (21 de Octubre de 2016). *Homecenter*. Obtenido de Homecenter: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/251208/Sofa-Esquinero-Bika-Siena-6-Puestos-Onix/251208>

Homecenter. (21 de Octubre de 2016). *Homecenter*. Obtenido de Homecenter: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/301707/Kit-Koraza-Ultra-Caneca-5-Galones-Gratis-1-Galon-Blanco/301707>

Homecenter. (21 de Octubre de 2016). *Homecenter*. Obtenido de Homecenter: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/258547/Sillon-Ejecutivo-Realdo-Con-Brazos-Cuero-Sintetico-Negro/258547>

Homecenter. (21 de Octubre de 2016). *Homecenter*. Obtenido de Homecenter:

<http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/262965/Estanteria-Metalica-sin-Tornillos-176x90x40-cm/262965>

Homecenter. (28 de Septiembre de 2016). *Homecenter*. Obtenido de

<http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/>

Homecenter. (28 de Septiembre de 2016). *Homecenter*. Obtenido de

<http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/category/cat10396/Aspiradoras>

Homecenter. (28 de Septiembre de 2016). *Homecenter*. Obtenido de

<http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/category/cat10396/Aspiradoras/N-1yvacs4>

HP Online. (21 de Octubre de 2016). *HP Online*. Obtenido de HP Online:

<https://www.hponline.com.co/p/impresora-todo-en-uno-hp-deskjet-ink-advantage-ultra-4729-ynpray?gclid=CLGvtIaK6s8CFRKVaAodQkYPZA>

Jumbo. (21 de Octubre de 2016). *Jumbo*. Obtenido de Jumbo:

<http://www.tiendasjumbo.co/resma-de-papel-carta---cartoprint/p?gclid=CM7SmcyR6s8CFQVehgod4cQGVQ>

Karcher. (28 de Septiembre de 2016). Obtenido de

[http://www.karcher.co/co/Productos/Home\\_\\_Garden/Aspiradores.htm](http://www.karcher.co/co/Productos/Home__Garden/Aspiradores.htm)

Karcher. (28 de Septiembre de 2016). *Karcher*. Obtenido de

<http://www.karcher.co/co/Inicio.htm>

Karcher. (28 de Septiembre de 2016). *Karcher*. Obtenido de

[http://www.karcher.co/co/Productos/Home\\_\\_Garden.htm](http://www.karcher.co/co/Productos/Home__Garden.htm)

La Republica. (30 de Septiembre de 2016). *La Republica*. Obtenido de

[http://www.larepublica.co/samsung-lg-haceb-y-groupe-seb-son-los-1%C3%ADderes-en-el-mercado-de-electrodom%C3%A9sticos\\_335221](http://www.larepublica.co/samsung-lg-haceb-y-groupe-seb-son-los-1%C3%ADderes-en-el-mercado-de-electrodom%C3%A9sticos_335221)

Lobo Agencia. (4 de Noviembre de 2016). *Lobo Agencia*. Obtenido de Lobo Agencia :

<http://loboagencia.com/>

Mensajería Urbana. (4 de Noviembre de 2016). *Mensajería Urbana*. Obtenido de

Mensajería Urbana: <http://mensajeriaurbana.com/>

Metro Alarmas. (28 de Septiembre de 2016). *Metro Alarmas*. Obtenido de

<http://metroalarmas.com/planesnacional/>

Metroalarmas. (21 de Octubre de 2016). *Metroalarmas*. Obtenido de Metroalarmas:

<http://metroalarmas.com/planesnacional/>

Minidatafono. (21 de Octubre de 2016). *Minidatafono*. Obtenido de Minidatafono:

<http://www.minidatafono.com.co/RBMovil/>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). *Decreto 730 2012.pdf*. Recuperado el 2016, de Decreto 730 2012.pdf:

[https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&sqi=2&ved=0ahUKEwib-rv\\_ssbOAhUHLB4KHSTXCcgQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.mincit.](https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&sqi=2&ved=0ahUKEwib-rv_ssbOAhUHLB4KHSTXCcgQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.mincit.)



gov.co%2Fdescargar.php%3FidFile%3D3562&usg=AFQjCNFMKLLoh3BR7n-  
hRPhjpigQ\_QBjoQ&sig2=Fl0vDjvsDozJ

Ministerio de industria y turismo. (s.f.). *Mincomercio industria y turismo*. Recuperado el  
2016, de Mincomercio industria y turismo:

<http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=723>

Mintrabajo. (25 de Septiembre de 2016). *Mintrabajo*. Obtenido de Mintrabajo:

[http://www.mintrabajo.gov.co/empleo/abece-ley-de-primer-empleo/b-beneficios-  
para-nuevas-pequenas-empresas-y-para-aquellas-que-se-formalicen.html](http://www.mintrabajo.gov.co/empleo/abece-ley-de-primer-empleo/b-beneficios-para-nuevas-pequenas-empresas-y-para-aquellas-que-se-formalicen.html)

MinTrabajo. (4 de Noviembre de 2016). *MinTrabajo*. Obtenido de Mintrabajo:

<http://www.mintrabajo.gov.co/calculadora-laboral.html>

Nielsen. (25 de Septiembre de 2016). *Nielsen*. Obtenido de Nielsen:

[http://www.nielsen.com/co/es/insights/news/2016/Asi-son-los-habitos-de-  
limpieza-en-los-hogares-colombianos.html](http://www.nielsen.com/co/es/insights/news/2016/Asi-son-los-habitos-de-limpieza-en-los-hogares-colombianos.html)

Portafolio. (30 de Septiembre de 2016). *Portafolio*. Obtenido de

[http://www.portafolio.co/negocios/empresas/mueve-mercado-electrodomesticos-  
colombia-25092](http://www.portafolio.co/negocios/empresas/mueve-mercado-electrodomesticos-colombia-25092)

Portafolio. (25 de Septiembre de 2016). *Portafolio*. Obtenido de Portafolio:

[http://www.portafolio.co/economia/gobierno/pib-analisis-2015-previsiones-2016-  
492325](http://www.portafolio.co/economia/gobierno/pib-analisis-2015-previsiones-2016-492325)

Presidencia. (25 de Septiembre de 2016). *Presidencia*. Obtenido de Presidencia:

<http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley142929122010.pdf>

Proteccion. (4 de Noviembre de 2016). *Proteccion*. Obtenido de Proteccion:

<https://www.proteccion.com/wps/portal/proteccion>

Publicar. (28 de Septiembre de 2016). *Publicar*. Obtenido de [http://www.publicar.com/le-](http://www.publicar.com/le-construimos-su-pagina-)  
[construimos-su-pagina-](http://www.publicar.com/le-construimos-su-pagina-)

[web?utm\\_campaign=CP\\_ANUNCIANTES\\_2016&utm\\_medium=Search%20Ad  
&utm\\_source=ppc&utm\\_term=OMD&utm\\_campaign=CP\\_ANUNCIANTES\\_20  
16&utm\\_medium=Search%20Ad&utm\\_source=ppc&utm\\_term=OMD&gclid=C  
KTi0\\_T-kc8CFcQehgodRV0EQQ](http://www.publicar.com/le-construimos-su-pagina-web?utm_campaign=CP_ANUNCIANTES_2016&utm_medium=Search%20Ad&utm_source=ppc&utm_term=OMD&utm_campaign=CP_ANUNCIANTES_2016&utm_medium=Search%20Ad&utm_source=ppc&utm_term=OMD&gclid=CKTi0_T-kc8CFcQehgodRV0EQQ)

reporter, T. (s.f.). *Telegraph*. Recuperado el 2016, de Telegraph:

[http://www.telegraph.co.uk/technology/ces/12032809/CES-2016-dates-ticket-  
prices-and-trends.html](http://www.telegraph.co.uk/technology/ces/12032809/CES-2016-dates-ticket-prices-and-trends.html)

Revista Dinero. (25 de Septiembre de 2016). *Revista Dinero*. Obtenido de Revista

[Dinero: http://www.dinero.com/negocios/articulo/sas-tipo-sociedad-usado-  
colombia/84554](http://www.dinero.com/negocios/articulo/sas-tipo-sociedad-usado-colombia/84554)

Revista Semana. (25 de Septiembre de 2016). *Revista Semana*. Obtenido de Revista

[Semana: http://www.semana.com/nacion/articulo/seguridad-medellin-en-el-80-de-  
los-barrios-hay-extorsion/459948](http://www.semana.com/nacion/articulo/seguridad-medellin-en-el-80-de-los-barrios-hay-extorsion/459948)

Samurai. (28 de Septiembre de 2016). *Samurai*. Obtenido de <http://samurai.com.co/>

Samurai. (28 de Septiembre de 2016). *Samurai*. Obtenido de

<http://samurai.com.co/tiendas-home-and-cook/>

Searates. (s.f.). *Searates*. Recuperado el 7 de Octubre de 2016, de Searates:

[https://www.searates.com/es/reference/portdistance/?K=ChIJBa0PuN8oRI4RVju1x\\_x8E0I&D=16959&G=20994&shipment=1&container=20st&weight=1&product=4499&request=0&](https://www.searates.com/es/reference/portdistance/?K=ChIJBa0PuN8oRI4RVju1x_x8E0I&D=16959&G=20994&shipment=1&container=20st&weight=1&product=4499&request=0&)

Sociedad Portuaria Regional Cartagena. (s.f.). *Puerto de Cartagena*. Recuperado el 2016, de Puerto de Cartagena:

[http://cisne.puertocartagena.com/opadmco.nsf/890f6547f01054810525700d0059e91d/535a8e67aaa456b3052573b50070c3d0/\\$FILE/Tarifas%20SPRC%202015.pdf](http://cisne.puertocartagena.com/opadmco.nsf/890f6547f01054810525700d0059e91d/535a8e67aaa456b3052573b50070c3d0/$FILE/Tarifas%20SPRC%202015.pdf)

Une. (21 de Octubre de 2016). *Une*. Obtenido de Une: <http://www.une.com.co/paquetes>

Universidad Eafit. (4 de Noviembre de 2016). *Universidad Eafit*. Obtenido de

Universidad Eafit:

<http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/departamentos/departamento-contaduria-publica/planta-docente/Documents/Nota%20de%20clase%2065%20el%20impuesto%20de%20industria%20y%20comercio%20en%20Colombia.pdf>

Urna de Cristal. (25 de Septiembre de 2016). *Urna de Cristal*. Obtenido de Urna de

Cristal: <http://www.urnadecristal.gov.co/gestion-gobierno/por-qu-medell-n-es-ciudad-m-s-innovadora-mundo>

US Inflation. (25 de Septiembre de 2016). *US Inflation*. Obtenido de US Inflation:

<http://www.usinflationcalculator.com/inflation/historical-inflation-rates/>

US Inflation. (25 de Septiembre de 2016). *US Inflation*. Obtenido de US Inflation:

<http://www.usinflationcalculator.com/inflation/historical-inflation-rates/>

Vendo y arriendo. (28 de Septiembre de 2016). *Vendo y arriendo*. Obtenido de

<http://www.vendoyarriendo.com/local/antioquia/medell%C3%ADn/numeroweb/193073>

Vendo y Arriendo. (21 de Octubre de 2016). *Vendo y Arriendo*. Obtenido de Vendo y

Arriendo:

<http://www.vendoyarriendo.com/local/antioquia/medell%C3%ADn/numeroweb/193073>

Youtube. (15 de Septiembre de 2016). *Youtube*. Obtenido de Youtube:

<https://www.youtube.com/watch?v=-V6ZQMdZZc8>