



TIENDA ONLINE DE AUTODISEÑO DE BOLSOS

IDEAS DE MENTE S.A.S

DEPARTAMENTO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

10 DE DICIEMBRE DE 2014

IDEAS DE MENTE S.A.S

Tienda Online

Ideas De Mente S.A.S

Facultad de Estudios Internacionales, ESUMER

Medellín, Diciembre, 2014



Escriba su Copyright

El uso de esta plantilla esta limitada a los estudiantes autorizados que estén realizando Planes de Negocios, ya sea para cursos regulares o a nombre propio con el aval de la Institución. De cualquier forma, al hacer uso de ésta, debe citarse la fuente. No esta permitida la reproducción total o parcial de esta plantilla por cualquier medio, sin el permiso previo y por escrito del titular del Copyright

DERECHOS RESERVADOS © 2007 Carlos Mario Morales C – UEEM -Coordinador de Emprendimiento ESUMER.
carlos.morales@esumer.edu.co. Calle 76 No 80-126 Carretera al Mar Medellín –Colombia Teléfonos 2646011

TIENDA ONLINE DE AUTODISEÑO DE BOLSOS

Contenido - Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1. Nombre de la Empresa

3.2. Descripción de la Empresa

3.3. Misión y Visión de la Empresa

3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo

3.5. Ventajas Competitivas

3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir

3.7. Relación de productos y/o servicios

3.8. Justificación del Negocio

3.9. Análisis del entorno y del sector

3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1. Objetivos de Mercadeo

- 4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios
- 4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios
 - 4.3.1. El Mercado Meta
 - 4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor
- 4.4. El Mercado Proveedor
 - 4.4.1. Proveedores
 - 4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor
- 4.5. El Mercado Competidor
 - 4.5.1. Competidores
 - 4.5.2. Estudio del Mercado Competidor
- 4.6. El Mercado Distribuidor
 - 4.6.1. Distribución
 - 4.6.2. Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.3. Distribución Directa (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.4. Manejo de Inventarios
 - 4.6.5. Comunicación
 - 4.6.6. Actividades de promoción y divulgación
- 4.7. Precios de los Productos
 - 4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
 - 4.7.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos
 - 4.7.3. Los Precios de los Productos propuestos
 - 4.7.3.1. Precios de Ventas Internacional, cantidades mínimas de pedidos
 - 4.7.4. Política de Precios
- 4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización

4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado

4.10. Plan de ventas

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1. Objetivos de producción

5.2. Descripción del proceso de producción

5.3. Capacidad de producción

5.4. Plan de Producción

5.5. Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1. Locaciones

5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.

5.5.4. Requerimientos de servicios.

5.5.5. Requerimientos de personal.

5.6. Programa de producción

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1. Procesos Administrativos

6.1.1. Descripción de los procesos administrativos

6.1.2. Procesos administrativos externalizados

6.2. Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1. Organigrama

6.2.2. Descripción funcional de la Organización

6.3. Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1. Locaciones

6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.

6.3.4. Requerimientos de servicios.

6.3.5. Requerimientos de personal

6.4. Programa de administración

7. ASPECTOS LEGALES

7.1. Tipo de Organización empresarial

7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1. Estructura Financiera del proyecto

8.1.1. Recursos Propios

8.1.2. Créditos y Prestamos Bancarios

8.2. Ingresos y Egresos

8.2.1. Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

8.2.1.2 Otros Ingresos

8.2.2. Egresos

8.2.2.1. Inversiones

8.2.2.2. Costos

8.2.2.3. Gastos

8.2.2.4. Gastos Financieros

8.3. Estados Financieros Proyectados

8.3.1. Flujo de Caja

8.3.2. Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

8.3.3. Balance General

8.4. Evaluación financiera del proyecto

8.4.1. Valor Presente Neto

8.4.2. Tasa Interna de Retorno

8.4.3. Indicadores Financieros proyectados

8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

Ideas de Mentes S.A.S, es una empresa cuyo propósito es la importación, Producción y distribución de bolsos personalizados online; nuestra empresa se encuentra ubicada en Medellín con una oficina en el centro comercial Santa Fe y una bodega de producción en el municipio de Itagüí.

El objetivo de esta empresa para el 2017 es ser una empresa líder en la distribución De bolsos personalizados en el mercado Colombiano, con precios competitivos y con presencia de marca a nivel local, regional y nacional.

Se puede identificar en la actualidad la tendencia que hay en las personas por Realizar muchas de sus actividades cotidianas por medios online, entre los cuales se encuentran las compras, ya que permiten reducir los tiempos, agilizar y facilitar dichas actividades. Así mismo se está estableciendo la tendencia de marcar la diferencia por medio de su personalidad y sentimientos; es allí donde nosotros como empresa entramos a innovar y permitirle al comprador obtener un producto que se acople a su personalidad con solo un clic.

Para la identificación de la viabilidad de este proyecto, se procedió a realizar un Estudio de factibilidad sobre los aspectos indispensables para la correcta realización del mismo.

Primero se define con respecto al análisis del mercado y del sector, el nicho del Mercado al cual le apunta nuestra empresa, siendo este al de las mujeres entre 15 y 50 años con acceso y capacidad de compra en medios online a nivel nacional, que buscan marcar la diferencia

y estar a la vanguardia no solo a nivel de moda, sino también en la buena utilización de estas herramientas tecnológicas. Adicionalmente nos enfocamos en el centro comercial Santa Fe, puesto que gracias al reconocimiento que posee nos permite y facilita el conocimiento de la marca y el producto, además de estar aledaño a algunos proveedores nuestros.

Con relación a los aspectos legales se identifica el tipo de sociedad que mejor se adapta a las condiciones de nuestro proyecto, así mismo los procedimientos inherentes de la realización y puesta en marcha de la compañía.

Finalmente se realiza un estudio financiero, que nos arroja resultados satisfactorios para los intereses de la empresa, generando ganancias mayores a las esperadas a 5 años para nuestra compañía.

Por lo tanto, con la realización de este estudio se determina la viabilidad de la empresa en todos los aspectos analizados, siendo atractivo para los socios desde el aspecto financiero, como en el crecimiento del sector textil y tecnológico en la actualidad y la necesidad inminente del mercado global por cuidar el medio ambiente, mediante productos y servicios sostenibles.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Kelly Stephanie Castaño Botero					
Identificación:	1.152.699.271	Teléfono:	2224910	Celular:	3216726336
Dirección:	Carrera 16 No 55-09		Barrio:	Caicedo Villatina	
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Kellycastano95@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	x	Universitarios	
Otros Estudios:					

Paola Gutiérrez Álvarez					
Identificación:	1.040.325.427	Teléfono:	8688443	Celular:	3122338721
Dirección:	Calle 44 No 50-23		Barrio:	La Pazuela	
Ciudad	San Pedro	Correo electrónico:	Pao.05@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	x	Universitarios	
Otros Estudios:					

Laura Jiménez Molina					
Identificación:	1.152.693.674	Teléfono:	4615255	Celular:	3137480598
Dirección:	Calle 31 No 43C-33		Barrio:	La Gabriela	
Ciudad	Bello	Correo electrónico:	Laurajimenez0107@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	x	Universitarios	
Otros Estudios:					

Otros Estudios:

Mateo Sepúlveda Ramírez

Identificación: 1.017.209.086 Teléfono: 2545844 Celular: 3108928302

Dirección: Transv 65D No 43-59 Barrio: Villa Hermosa

Ciudad: Medellín Correo electrónico: Matedim93@gmail.com

Estudios: Técnicos Tecnológico x Universitarios

Otros Estudios:

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Tenemos como propósito personal crear una empresa para poder obtener una Independencia y estabilidad no solo económica sino también laboral, por medio del desarrollo y funcionalidad de una actividad comercial. Queremos dedicarnos al sector textil, por medio de la creación de una tienda online donde cada persona pueda personalizar el diseño de su bolso, con esta idea innovadora vemos muchas oportunidades en este campo y aún más si nos enfocamos en la creatividad y gusto del cliente.

Este negocio va dirigido a mercados nacionales, este es bueno y beneficioso para Quienes deseen adquirir nuestro producto, ya que con la variedad y diferentes estilos que podemos ofrecer llegaremos a captar los deseos de nuestros clientes y por ende, ofrecer un servicio que satisfaga el gusto del mismo en la elaboración del producto que se desea vender. Contamos con una amplia demanda, debido a que nuestro producto será promocionado online, además de ello, va dirigido a mujeres entre 15 y 50 años.

Inicialmente esta idea la hemos desarrollado con intenciones netamente Académicas, donde nos permita aplicar los conocimientos adquiridos durante los semestres anteriores. Aunque analizando el idea en todos sus aspectos y considerando que el estudio previo fue realizado por nosotros el cual, nos mostró un panorama positivo; no descartamos crear empresa a partir de esta idea.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

IDEAS DE MENTES S.A.S

3.2 Descripción de la Empresa

Ideas de Mente S.A.S, es una pequeña empresa de autodiseño online, dedicada a la importación y comercialización de bolsos personalizados que se ajustan a los gustos del cliente. Contamos con una oficina ubicada en la ciudad de Medellín y una bodega en Itagüí; nos diferenciamos de las demás empresas del sector textil, porque pensamos en la creatividad e imaginación del cliente para la fabricación de nuestros productos.

Nuestra oficina estará ubicada en el Centro Comercial Santa fe de la ciudad de Medellín, puesto que este lugar de la ciudad cuenta con mayor exclusividad, además el tipo de persona o clientes que buscan este producto concurren más en estos sitios.

3.3 Misión y Visión de la Empresa

MISIÓN

Somos *Ideas de Mente S.A.S*, una empresa colombiana especializada en la Importación y comercialización de autodiseño de bolsos. Para alcanzar nuestro propósito, entregaremos a nuestros clientes productos de la mejor calidad, a un precio justo, como fruto de la innovación y la orientación permanente hacia su satisfacción.

Contaremos con un personal altamente calificado y capacitado; que cada día entregará lo mejor de sí para asegurar una operación rentable, productiva y creciente. Nos comprometemos con el cuidado del medio ambiente participando en proyectos que apoyen las causas sociales.

VISIÓN

En *Ideas de Mente S.A.S*, queremos ser reconocidos para el año 2017 a nivel Nacional por la calidad e innovación de nuestros productos que se ajustan perfectamente a las necesidades de nuestros clientes, por medio de una permanente investigación del mercado contando con un personal capacitado y comprometido.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

OBJETIVOS A CORTO PLAZO

-Realizar convenios estratégicos con otras empresas online para el aumento de
Nuestras ventas.

- Mediante un proceso de promoción y venta estratégica, lograr una
Participación en el mercado nacional, con clientes satisfechos que impulsan el crecimiento y
reconocimiento de nuestra tienda online.

OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO

-Participar en las diferentes ferias nacionales que se realicen en el sector textil
Y sus manufacturas.

-Ser reconocidos en gran parte del territorio nacional, inicialmente en ciudades
Como: Bogotá, Cali y Barranquilla.

OBJETIVOS A LARGO PLAZO

- Ingresar a mercados internacionales aprovechando programas de
Fortalecimiento empresarial y desarrollo (plan padrino).

- Posicionar y lograr el reconocimiento de la marca a nivel mundial no solo por

Las ventas online sino también por la calidad del producto.

3.5 Ventajas Competitivas

Ventajas Competitivas: Actualmente no existe un mercado que ofrezca la posibilidad de personalizar bolsos según las preferencias de los clientes, debido a esto es una idea innovadora con poca competencia pero con un alto valor agregado que nos diferencia de la misma, sin embargo destacamos que es un proyecto novedoso y sobresaliente, el cual se convierte en una herramienta útil.

El producto a pesar de que cuenta con una competencia no muy alta, lo que nos diferencia de esta es el autodiseño de los bolsos lo que es nuestro valor agregado, haciéndonos únicos y exclusivos en este campo.

Para cautivar la atención de los consumidores nos centraremos en exponer todas las especificaciones que este artículo nos brinda. Su función, la cobertura de la garantía, contaremos con un plan de logística el cual nos permita entregarles a nuestros clientes los productos en el tiempo acordado. Nos enfocaremos en brindarles a los clientes una excelente atención complementada con un buen servicio pos-venta.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

El principal problema que se quiere resolver con este producto es darle a Nuestros clientes la satisfacción de que ellos mismos puedan diseñar el producto a su estilo y a su gusto, para que no tengan que sufrir con otros artículos con los cuales no están a gusto.

3.7 Relación de productos y/o servicios

Bolsos personalizados.

3.8 Justificación del Negocio

Debido a la creciente necesidad del mercado por mostrar su personalidad y Diferenciación ante los demás, hemos elegido un producto cotidiano que permita que las personas puedan expresar su individualidad y que esté al alcance de cualquier persona en cualquier lugar del mundo

3.9 Análisis del entorno y del sector

Nuestra empresa pertenece a la industria manufacturera, en el sector textil y

Bisutería. Colombia a través de los años se ha posicionado como una potencia en el sector textil, al cual nuestro producto pertenece, trayéndonos como beneficios crecimiento económico y laboral, además de ferias nacionales como Colombiatex, Colombiamoda, Footwear and Leather Show, entre otras, también cuenta con diferentes entidades de apoyo como el Clúster Textil y Confección, la Cámara Sectorial de la ANDI, Inexmoda, Proexport, PTP, SENA, entre otros. No solo a nivel nacional sino también a nivel internacional, contamos con beneficios como los tratados de libre comercio entre Colombia y EEUU, Canadá, Unión Europea, entre otros países de los diferentes continentes, adicional a esto se debe resaltar que la aprobación de estos representa una oportunidad de negocio para el sector, lo cual lo llevara a un crecimiento y un potencial desarrollo para todos los productos de la cadena textil; brindándonos en las importaciones la protección de la industria nacional y en las exportaciones mayor accesibilidad a nuevos mercados, buscando con nuestra calidad una mayor competitividad frente a la competencia.

(PROEXPORT, 2014), (Inviertaencolombia, 2014), (REVISTA DINERO, 2014), (Banco De La Republica, 2014), (PORTAFOLIO, 2014), (DIAN, 2014),

También es importante mencionar los beneficios que trae consigo el sector dela

Tecnología- comercio online entre los cuales están los privilegios tributarios esto debido a que Colombia, al no ser tan fuerte en este sector les brinda apoyo a estas empresas para que tengan mejor rentabilidad y crecimiento económico.

Teniendo en cuenta que Colombia es un país líder en el sector textil, es inevitable enfrentarnos a una cantidad considerable de competencia, si nos enfocamos en nuestro campo podemos hablar de empresas líderes del sector como Vélez, TOTTO, NIKE, Adidas, Bon-bonite, entre otras que representan una competencia directa e indirecta para nuestra empresa, no solo en el bolso como tal si no también en la parte que representa la bisutería; generándonos un gran riesgo, ya que estas llevan una trascendencia en el tiempo no solo posicionando su producto si no también su marca en el mercado, por ende nosotros como empresa debemos realizar una promoción de nuestra marca y producto para estar a nivel de estas, logrando ingresar satisfactoriamente al segmento de la población a la cual vamos a dirigirnos.

Debido a la diversidad de culturas que hay en nuestro país, podemos decir que nuestro producto puede tener una buena acogida, ya que son bolsos personalizados de acuerdo a las necesidades de los consumidores, adaptándose no solo al gusto sino también a la cultura y creencia de cada individuo, haciendo que estos se sientan identificados con este accesorio utilizándolo no solo por moda sino por comodidad y representación de sus raíces familiares y culturales.

Es importante resaltar que el poco conocimiento y costumbre de la compra Online nos afectaría considerablemente en las ventas y por ende el crecimiento de la empresa.

En este orden de ideas es claro que en Colombia a nivel político la industria textil no tiene restricciones siempre y cuando sea netamente nacional, brindando las ayudas mencionadas anteriormente, en donde se colabora al crecimiento y aumento del mercado de la

industria textil, sin embargo esta industria ha tenido muchas caídas a lo largo de los años, resaltando que en los últimos años es donde más se han visto estas decrecientes debido al lavado de dólares, al tráfico ilegal de estos productos sin dejar de mencionar la competencia externa que ha ingresado gracia a la globalización que ha tenido Colombia, en cuanto a lo anterior el gobierno ha realizado cuidados y protecciones especiales para esta industria, como lo es las restricciones para ciertos productos textiles que afectan la industria nacional, y aquellos que no solo afectan la industria sino también a la cultura y creencia de la población se les impide la entrada a Colombia, como el caso de hace unos años de los sombreros vueltiaos traídos de China en donde se afectó tanto las empresas como al pueblo colombiano a nivel cultural, social y económico, por lo cual nosotros queremos que nuestro producto sea en gran parte diseñado y producido en Colombia para acceder en beneficios nacionales e internacionales, además para que sea mejor recibido por el segmentó colombiano al cual queremos ingresar.

Siguiendo con el aspecto político nuestro producto al pertenecer al sector

Tecnológico, también es beneficiado y promocionado por el gobierno como lo dicho anteriormente, debido a esto el mercado colombiano tiene muchas falencias a nivel tecnológico por lo cual, busca apoyar esta industria y facilitar su crecimiento en el mercado tanto externo como interno, buscando que Colombia se vea como un mercado potencial en este sector.

Continuando con la idea el sector textil a nivel económico es uno de los más

Influyentes en Colombia tanto a nivel nacional como regional. Medellín es una ciudad llena de muchas industrias donde una de las más destacadas es la textil, sin embargo este sector ha venido decreciendo lentamente como lo dicho anteriormente; esto en gran parte causado por los conflictos con el mercado venezolano donde el sector textil ha sido uno de los más afectados en

Colombia. Según el ministerio de industria y turismo uno de los sectores que causaron más impacto negativamente tanto en producción, ventas y empleo entre el 2013- e inicios del 2014 fueron las prendas de vestir y demás confecciones con un -3.7%, lo cual afecta nuestro producto debido a que esta industria no ha demostrado aumentos en su comercialización, por ende puede que se nos dificulte la rentabilidad del negocio.

Las principales problemáticas las cuales nos pueden enfrentar más son:

Tasa de cambio: Ya que esta no solo afecta las exportaciones por su volatilidad

Sino que también permite la entrada de productos a menor precio y de la misma calidad, lo cual puede ser un impedimento para entrar a ciertos mercados.

El contrabando: Este es uno de las problemáticas que más puede afectar

Nuestro producto, ya que Colombia es un país que ha sido marginado por el contrabando y el narcotráfico donde ingresan productos al margen de la ley más económicos y similares a nuestro producto, trayéndonos una desnivelada competencia.

Índice de desempleo: Este aspecto a pesar de ser muy genérico es una variable

Que debemos tener en gran consideración, puesto que nuestro producto va estar dirigido a personas con medianos y grandes ingresos donde se necesitaran tarjetas de crédito y demás formas de pago que una persona desempleada es posible que no pueda adquirir, por lo tanto al haber mayor desempleo nuestro mercado tiende a reducirse, por consiguiente hay menos posibilidades de ventas y de crecimiento.

Formas de pago: Este aspecto aunque no es muy común nos afecta, ya que

Nuestras formas de pago serán por tarjeta crédito o en otros casos contra-entrega, lo cual limita el mercado al que queremos dirigirnos, puesto que deberán cumplir con esta característica para obtener nuestro producto.

Competencia: esta variable es de gran importancia para todas las nuevas y viejas empresas que deseen incursionar a nuevos mercados, puesto que de esta se define la calidad, la imagen, el valor y demás aspectos del producto que dicho mercado exija, necesite y desee para estar a la vanguardia y a nivel con la competencia, un ejemplo claro es el mercado de las gaseosas al cual si una empresa quiere ingresar debe saber que necesita un capital grande, una muy buena publicidad y un sabor inigualable, ya que se enfrenta a empresas como Coca-Cola, Pepsi y Postobon las cuales lideran dicho sector o en el caso nuestro nos debemos de nivelar a marcas como Vélez, Mercedes Campusano y Bon-Bonite que se caracterizan por la calidad, y diseño de los productos, haciéndonos exigir más para la creación y producción de nuestros bolsos.

Posicionamiento de la marca: En el mercado al cual queremos incurrir es inevitable dejar de lado el reconocimiento y la marca como uno de nuestros mayores obstáculos, ya que entramos a competir con empresas que no solo se reconocen por sus productos sino también por su marca en donde fidelizan a sus clientes complicando un poco el ingreso y la aceptación de nuestro producto, sin embargo nosotros podemos competir con ellos utilizando lo que ellos no tienen a nuestro favor, como lo es el objetivo principal de nuestra empresa (

autodiseño de bolsos online), esto es una de nuestras mayores ventajas frente a estos competidores, dando la oportunidad de ingresar a dichos mercados más satisfactoriamente.

Tiempo de entrega: El tiempo de entrega es una de las estrategias que más debemos mejorar y reducir, debido a que nuestro producto importado desde Perú nos podemos enfrentar a una gran cantidad de variables que nos pueden alargar la entrega como lo es los desastres naturales, los tipos de transporte que se utilicen, los embarques que se deban hacer y demás factores que puedan complicar la llegada de la materia prima a Colombia, sin dejar de mencionar la mala infraestructura vial interna a la que nos debemos de enfrentar; de acuerdo a lo anterior nuestro tiempo de entrega debe ser uno de los aspectos mejor planeados y ejecutados, ya que al no cumplir con estos nuestro servicio y confiabilidad disminuye perdiendo competitividad en el mercado.

Devoluciones: En este caso las devoluciones nos afectarían mucho en el ámbito de las finanzas, ya que nuestros productos al ser diseños únicos, no nos permite cambiarlo por otro, nos tocaría volver hacer todo el trabajo de nuevo generando sobrecostos, sin embargo una solución podría ser manejar un tipo de outlet online en la misma página, de los bolsos que tengan imperfecciones y que hayan sido devueltos para mitigar los sobrecostos.

Costos de envío: El envío es un aspecto fundamental en nuestra empresa por lo tanto se debe considerar que este debe ser de muy buena calidad y eficacia, lo cual significa mayores costos y posiblemente aumento del producto, reduciendo el segmento del mercado al cual queremos dirigirnos, sin embargo una solución sería un convenio con alguna empresa transportadora donde a partir de cierta cantidad tengamos un descuento y en el caso regional los

envíos que se realicen dentro de la ciudad los manejaríamos por servicio a domicilio propio para disminuir los costos.

Legal: En Colombia, principalmente en Medellín en términos de inseguridad es imposible negarlo o evadirlo, debido a que nuestra ciudad se ha caracterizado por conflictos sociales entre grupos armados al margen de la ley en donde la inseguridad va de la mano con los conflictos políticos de nuestro país, por lo tanto esto nos afectaría, ya que nosotros al enviar el producto perdemos contacto parcial con este y en el transcurso de llegada a destino la mercancía podría ser robada o hurtada, dejándonos con grandes pérdidas, para evitar esto aumentaríamos los costos del envío agregando un seguro que abarque todo el valor de la mercancía.

Inflación: Según datos obtenidos, los precios de algunos productos en Colombia

Han tenido variables significativas para nuestra empresa como es el caso de los precios de ocio y la cultura, en los cuales encaja nuestra industria, se puede notar un descenso en el precio en el transcurso del año de un -1.6% y una variación interanual de -1%, donde tenemos beneficios en la compra de los insumos.

Teniendo en cuenta estas problemáticas sobre la industria textil, la bisutería y

La tecnología, es inevitable aceptar que podemos tener muchos obstáculos al ingresar a nuevos mercados, sin embargo también tenemos muchas ventajas no solo por valor agregado sino también por los beneficios brindados por el gobierno y las diferentes entidades, además de las

diferentes estrategias que se realicen para la disminución de costos y mejoras del servicio al cliente.

Basado en lo anterior, podemos decir que las variables mencionadas afectan nuestro producto de una manera muy significativa y esto nos traería muchas consecuencias, especialmente en el área de contrabando ya que podrían ingresar al país productos que pueden sustituir los nuestros, haciendo que las ventas de los bolsos disminuyan notablemente, generándonos grandes pérdidas económicas.

Así mismo, es esencial resaltar las ayudas del gobierno por medio de la realización de ferias nacionales con presencia internacional como lo son: Colombiatex, Colombiamoda, Footwear and Leather Show , las cuales pueden impulsar nuestro crecimiento a nivel local y en el extranjero, haciendo que nuestra marca sea cada vez mas reconocida ,obteniendo así un crecimiento satisfactorio y ampliando nuestro catalogo.

En este orden de ideas, el sector textil es unos de los más importantes en nuestro País, resaltando esto, queremos ofrecer un producto que se ajuste a los gustos de nuestros clientes, satisfaciendo así las necesidades del mercado, por medio de una constante investigación del segmento al que pertenece y distinguiéndonos de la competencia.

Finalmente se puede concluir que nuestra empresa Ideas de Mente S.A.S, Incursionará en el mercado nacional afrontando variables negativas que nos irán afectando a medida que nuestra empresa vaya creciendo, con el propósito de darles solución y continuar destruyendo barreras que impidan la expansión de la compañía.

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

No aplica

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

OBJETIVOS A CORTO PLAZO

- Promover a través de pautas publicitarias, en revistas de aerolíneas, hoteles

Nacionales, radio y periódicos nuestra tienda online de autodiseño de bolsos.

- Participar en ferias nacionales, tanto del sector textil como el de la tecnología,

Con el fin de impulsar nuestra marca y poder presentarnos como nuevos ofertantes en el mercado objetivo que pretendemos atender.

OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO

- Ampliar nuestro portafolio de productos, ofreciendo nuevas tendencias que

Complementen la vestimenta y el gusto del cliente.

- Realizar promociones de venta que impulsen la compra de nuestros productos

y así mantener a nuestros actuales y atraer clientes potenciales.

OBJETIVOS A LARGO PLAZO

- Incluir dentro de nuestra tienda online kits que permitan que salgan los

Productos que tengan menor salida en la empresa.

- Expandir nuestro mercado a otros países cercanos a Colombia como

Guatemala, Honduras, Nicaragua, Chile, Bolivia, Perú, Panamá, Argentina, Uruguay etc.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Bolsos hechos en tela a base de algodón de tamaños



15 cm



30 cm¹



36 cm



41 cm

2



42 cm

(Tredencias, 2014), (Tela entarios fotos comment on this pictures bolsos tela, 2014), (Bolsos de telas, 2014)

Además de que contaremos con una paleta de colores en la cual el cliente podrá elegir el color que más le guste, excluyendo los colores metalizados. También tendremos una gran variedad de accesorios, hechos de diferentes materiales como madera, cuero, pasta, acero, etc.

Accesorios.

- Botones
- Cadenas
- Correas
- réplicas de piedras preciosas
- Aros.

Adicional a esto, ofreceremos una línea de estampados que serán hechos a base de vinilo textil, los cuales presentaran diferentes diseños.

Detalles de embalaje.

El bolso vendrá empacado en bolsas de plástico, dentro de una caja de cartón estándar con el logo de la empresa la cual estará envuelta en papel stretch, Con un peso total de 500 gramos.

Ventajas y beneficios

Nuestro cliente obtendrá un producto diseñado a su gusto y comodidad, brindándole exclusividad y diferenciación entre los demás.

Servicios

Les estaremos prestando a nuestros clientes asesorías para la manipulación de Nuestra página web, buscando que nuestro cliente logre diseñar un producto a gusto de sus necesidades.

Post-venta

Nos estaríamos comunicando con nuestros clientes para así obtener diferentes opiniones tanto positivas como negativas de nuestro producto, página web y servicio de asesoría que prestamos a nuestros clientes, y poder identificar las oportunidades de mejora de nuestra empresa, para garantizar la calidad de nuestro producto y servicio.

Garantía

Solo ofreceremos garantía del producto siempre y cuando el diseño de este no sea el realizado por el cliente, o también en caso de que el producto llegue en malas condiciones a su destino final.

Almacenamiento

Tendremos nuestro stock de productos en una vivienda en la cual se elabora el Producto.

Transporte

En el envío de nuestros productos a nivel nacional, implementaremos la Entrega a la puerta del cliente por medio de Courier, y a nivel regional se puede negociar la entrega del producto en un sitio acordado por ambas partes (centros comerciales, estaciones del metro, parques, etc.).

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Inicialmente ideas de Mente S.A.S va a dirigir su línea de bolsos personalizados A consumidores nacionales. Trabajaremos directamente hacia el consumidor final a través de los medios electrónicos de comunicación, Internet y telefonía, también mediante publicidad en medios de promoción como revistas, periódicos y radio.

En la investigación realizada del mercado meta se encontró que Colombia Cuenta con una población de 46.245.297, dividida entre edades de la siguiente manera:

De 0 a 14 años el 25.3% de los cuales hombres son 5.998.645 y mujeres 5.720.229

De 15 a 24 años el 18% de los cuales hombres son 4.243.251 y mujeres 4.099.299

De 25 a 54 años el 41.6% de los cuales hombres son 9.515.723 y mujeres 9.720.894

De 55 a 64 años el 8.3% de los cuales hombres son 1.796.050 y mujeres 2.051.948

De 65 años en adelante el 6.5% de los cuales hombres son 1.293.258 y mujeres 1.806.000

En el caso nuestro solo estaremos enfocados en la población de mujeres que Equivalen a 23.398.370, de las cuales solo las mujeres que se encuentran entre los 15 y 54 años son nuestro segmento del mercado, que en su totalidad son 13.820.193 mujeres en este rango de edad.

Otras de las variables indispensables para el estudio del mercado meta, es el Acceso a internet debido que nuestra empresa está basada en compras online, por lo tanto la mayor parte de sus actividades serán realizadas por medios virtuales. Según lo investigado en Colombia el número de conexiones a internet fijo y móvil subió a 9'514.159 de usuarios, lo cual a diferencia de los primeros cuatro meses del año 2013 tuvo una variación 1'982.248 de suscriptores, de los cuales 41% realiza compras online, de este porcentaje solo el 11% es de mujeres entre los 15 y 54 años de edad que equivalen a 429.089 y según algunos indicadores esto va en aumento.

En conclusión del total de la población de mujeres colombianas solo 429.089 Son el mercado meta de nuestro producto, debido a que cumplen con las características y muestran más posibilidades de compra frente a nuestros bolsos. ⁴
(Colombiatic, 2014), (MINIC), (DInero, 2013), (CIA, 2014)

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor

Objetivos del estudio del mercado consumidor

a) Estudiando el mercado meta que pretendemos atender, se pueden

Encontrar aspectos importantes a tener en cuenta a la hora de decidir vender bolsos personalizados, los cuales serán dirigidos al mercado nacional, para esto es necesario investigar las preferencias de estos consumidores, teniendo en cuenta la diversidad de culturas, la moda y las tendencias en las cuales ha evolucionado el mundo textil. En este orden de ideas podemos decir que este tipo de producto novedoso, puede producir en el cliente satisfacción debido a que el perfil Colombiano busca en los productos calidad, precio justo y exclusividad. Si entramos en el tema de los precios este es un factor importante a la hora de adquirir un producto, debido a que los colombianos buscamos siempre que el precio no sea muy elevado y que sea de buena calidad.

Por lo tanto queremos realizar este estudio para identificar las necesidades,

Características y preferencias del mercado frente a nuestro producto y así poder realizar un ingreso exitoso al sector al cual nos dirigimos.

Se analizaran variables como:

Perfil del consumidor

Estilos de vida

Cultura

Necesidades

Preferencias

Ingresos

Cuanto esta dispuesto a pagar

Capacidad de compra

Demanda

Tendencias

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor

Fuentes secundarias.

Según la información obtenida en la CIA y Ministerio de Tecnología y

Comunicación sobre la cantidad de mujeres que realizan compras online, determinamos que el mercado de mujeres colombianas acogen con satisfacción, las características de nuestro producto.

Las estadísticas fueron tomadas de esta página Web:

- Colombiatic 2014
- CIA

c) Aplicación de la Medios

No aplica.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora: Los servicios de producción y venta de los bolsos

Personalizados, serán comercializados principalmente en Colombia, llegando al consumidor final.

Criterios de compra de los consumidores: El Colombiano es un consumidor

Exigente que espera que su producto le brinde un buen precio y un buen servicio post-venta de calidad, sin embargo estos no son los únicos factores en los cuales los colombianos tienden a fijarse, también influye la calidad y las garantías que este producto les puedan brindar, por lo tanto tienden a fidelizarse con las marcas buscando mayor seguridad, respaldo y confiabilidad en el momento de realizar sus compras.

Perfil de los consumidores: Buscamos que nuestros compradores se encuentren

Entre 15 y 54 años, debido a que nuestras investigaciones nos arrojó que las personas entre estas edades tienden a adquirir estos productos, sin embargo del total de esta población solo las mujeres que se encuentren en estratos 3,4,5 y 6 son las que tiene mayor poder de adquisición de nuestros bolsos, además este segmento esta en crecimiento porque está aumentando la demanda de compras online, sin dejar de mencionar que las mujeres colombianas gastan mucho dinero en productos estéticos de belleza y accesorios, lo cual nos puede garantizar una constante demanda.

La ubicación de los consumidores: Nuestros consumidores estarán ubicados en

Toda Colombia especialmente en Medellín.

Determinación de la demanda: Se ha mencionado que Colombia cuenta con

Una población de 46.245.297, de los cuales las mujeres equivalen 23.398.370 de la población colombiana, y solo 13.820.193 son mujeres entre los 15 y 54 años; del el total de la población colombiana 9'514.159 tienen acceso a internet y solo el 41% compra online y de este el 11% equivale a las mujeres entre este rango de edades lo cual equivale a 429.089 potenciales compradoras, por lo tanto tenemos un segmento del mercado grande al que podemos ingresar.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

PROVEEDOR	UNIDADE S MENSUAL ES	INSUMOS O MATERIALES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ALMACENES ÉXITO	4	Azúcar	\$3.430	\$13.720
	2	CAFÉ	\$41.500	\$83.000
	10	VASOS DESECHABLES	\$2.320	\$23.200
	8	CUCHARAS PLASTICAS	\$1600	\$12.800
	2	TRAPERO	\$20.750	\$41.500
	2	ESCOBA	\$9.340	\$18.680
	2	RECOGEDOR	\$9.220	\$18.440

	2	LAVA PLATOS	\$5.440	\$10.880
	2	POLVO LLIMPIADOR	\$2.220	\$4.420
	2	LIMPIA PISOS	\$8.003	\$16.006
MERCADO LIBRE	1	ARCHIVADOR	\$240.00	\$240.000
	100	VINILOS TEXTILES PARA ESTAMPAR	\$8.500	\$850.000
DELL-MEDELLIN	2	COMPUTADOR INSPIRON 20 (SERIE 3.000 todo en uno)	\$1.299.000	\$2'598.000
	1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL (laser monocroma multifunción DELL B1165nfw)	\$443.605	\$443.605
	1	AIRE ACONDICIONADO (HACEB aire acondicionado 12.000 BTU 220 v negro)	\$779.900	\$779.900
	2	SILLAS DE OFICINA (Silla de escritorio Negra)	\$67.900	\$135.800

HOMECENTER	2	ESCRITORIOS (Madre kit escritorio con archivador, 73x120.9x52.9 Cm dengue)	\$179.900	\$358.000
	1	CAFETERAS (electro lux cafetera 4 tasas con antigoteo)	\$32.900	\$32.900
	1	NEVERA (CHALLENGER MINIBAR GRIS 47 Liters)	\$299.900	\$299.900
	1	MICROONDAS (HACEB HORNO MICROONDAS 0.7 Pies)	\$ 116.900	\$116.900
	2	TELEFONOS (Teléfono de escritorio dos líneas, identificador de llamadas VTA)	\$59.900	\$119.800
	1	ALARMAS (BLAUPUNKT, Kit alarma inteligente 3.000)	\$1'053.900	\$1'053.900
	50	CORREAS	\$7.400	\$370.000
	50	PASADORES	\$500	\$25.000
	50	CADENAS	\$7.600	\$380.000

ALI EXPRESS	50	BOTONES	\$2.400	\$120.000
	50	LATÓN ANTIGUO	\$300	\$15.000
	50	AROS	\$1.100	\$55.000
	50	HEBILLA	\$4.300	\$215.000
UNE-TELECOMUNICACIONES	1	INTERNET Y TELEFONIA FIJA	\$200.000	\$200.000
TIGO	1	PLAN POST PAGO DE TELEFONIA MOVIL	\$100.000	\$100.000
PANAMERICANA	16	KIT DE OFICINA 4 PIEZAS (COSEDORA+GANCHOS +PERFORADORA+SACA GANCHOS)	\$20.900	\$83.600
	2	RESMA DE PAPEL FOTOCOPIA CARTA COPYPAC DE 75G, 500 HOJAS	\$7.501	\$15.002

TIENDA ESCOLAR.COM.C O	2	Caja de Bolígrafos kilométrico paper-mate Inkjoy 100 color negro x12 bolígrafo 1.0.	\$6.900	\$13.800
WEB 2 MASTES	1	DISEÑO WEB 2.05 PYMES (Diseño personalizado, administrador de contenidos, banner cabecera personalizada, formularios de contacto, 12 paginas internas (links), buscador interno, blog e comentarios, banner de rotación animada de dos imágenes)	\$590.000	\$590.000
BABALOW	2000	Diferentes referencias	\$10.000	0'000.000

Fuente: Análisis propio

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Necesitamos contar con proveedores honestos y que nos den garantía de su Servicio, empresas en las que podamos depositar ese valor importante de confianza para certificar nuestra calidad, que sean un apoyo indispensable para el desarrollo y cumplimiento de nuestras funciones, a través de la seguridad puesta en la pronta respuesta a nuestras necesidades y la solución efectiva a ellas.

Queremos conocer de ellos su eficiencia, su compromiso, su seriedad, la calidad Del servicio, la aplicación de estrategias y el manejo de ellas, las respuestas a necesidades primarias, la garantía de sus productos y servicios y el reconocimiento de sus esfuerzos, de la mano de sus logros.

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor

Fuentes secundarias: páginas web de cada proveedor.

c) Aplicación de la Medios

Fuentes primarias: Para el estudio de los proveedores realizamos una minuciosa Búsqueda en las Páginas web de cada uno, donde identificamos todos los datos requeridos.

d) Resultados del estudio de los proveedores

Nombre	Dirección o contacto	Producto	Precio	Forma de pago	Confiabilidad	Debilidades	Fortalezas
ALMACENES EXITO	Desde un fijo al 018000428800 http://www.exitocom.com/	Insumos de aseo y cafetería	\$242.446	Efectivo o transacción. Pago a 30 días	100% ya que es un almacén de alto reconocimiento y con una trascendencia que crea confianza y seguridad.	Al ser un almacén que maneja una amplia variedad de productos, tiende a cambiar sus precios.	Ofrece muy buenos servicios a sus clientes al momento de la compra y entrega de los productos.
MERCADO LIBRE	http://www.mercadolibre.com.co/	Archivador y vinilos textiles	\$1.090.000	Según proveedor Pago a 30 días	70% es una página pública, donde se requiere cuidado con las negociaciones.	Los vendedores no son conocidos y se pueden presentar inconvenientes.	Realizaremos las compras por comercio electrónico, permitiendo agilidad en la búsqueda de los productos y en las diferentes ofertas.
DEL- MEDELLIN	http://www.dell.com/co	Aparatos electrónicos	\$3'041.605	Efectivo o transacción Pago a 30 días	100% ya que esta es una compañía bastante reconocida en venta de artículos electrónicos.	No aplica.	Ofrecen un gran portafolio de productos y servicios post-venta.
HOMECENTER	http://www.homecenter.com.co	Planta y equipo de oficina	\$2'897.100	Efectivo o transacción Pago a 30 días	90% amplios servicios.	Inicios de negociaciones	Gran portafolio de productos y empresa con gran trayectoria en el sector.

ALLI EXPRESS	http://es.aliexpress.com/	Accesorios	\$ 1'180.000	Transacción Pago a 30 días	70% es una página pública, donde se requiere cuidado con las negociaciones	Los tiempos de entrega.	Realizaremos las compras por comercio electrónico, permitiendo agilidad en la búsqueda de los productos y en las diferentes ofertas.
UNE-TELECOMUNICACIONES	www.une.com.co/	Servicio de telefonía e internet	\$200.000	Efectivo o transacción Pago a 30 días	100% ya que es una empresa reconocida, la cual tiene mucha experiencia en el mercado.	Servicio al cliente y las fallas técnicas	Amplios planes para el mejoramiento de las comunicaciones.
TIGO	http://www.tigo.com.co/	Plan postpago de telefonía móvil	\$100.000	Efectivo o transacción Pago a 30 días	100% ya que es una compañía colombiana reconocida, que ofrece muy buenos planes a empresarios	Es una empresa que tiene poco tiempo en el mercado con relación a sus competidores.	Ofrece muy buenos planes, seguridad, asesoramiento y bajos precios.
PANAMERICANA	http://www.panamericana.com.co/	Insumos de papelería para las oficinas	\$98.602	Efectivo Pago a 30 días	70% ya que es una compañía que ofrece diferentes calidades en sus productos, sin embargo es una compañía reconocida y de gran trayectoria en el mercado	Al ser una empresa que ofrece diferentes calidades y diferentes precios, se debe de tener un conocimiento amplio de estos productos para	Tiene muy buena ubicación, debido que queda cerca de nuestra oficina disminuyendo los tiempos de entre

						realizar una buena compra	
TIENDA ESCOLAR.COM.C O	http://www.tiendaescolar.com.co/	Insumos de papelería para la oficina	\$13.800	Efectivo Pago a 30 días	100% gran reconocimiento en la venta de insumos de papelería.	Es una empresa que solo ofrece productos de papelería y/o escolares.	Muy bien servicio al cliente.
WEB 2 MASTES	4916002	Página web	\$590.00	Pago en efectivo o en consignación a su cuenta. Pago a 30 días	100% confiable por la experiencia en la creación de páginas web	No es una empresa reconocida.	Responsables, creativos, y con mucha experiencia en el desempeño de su trabajo.
BABALOW	http://www.babalow.com/	Plantilla de bolsos	\$20'000.000	Transacción Pago a 30 días	75% es una página publica, donde se requiere cuidado con las negociaciones	Los tiempos de entrega	Amplio portafolio, tamaño, colores.

Fuente: Análisis propio

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

Al igual que en todas las empresas es inevitable encontrarse con gran variedad de Competidores, sin embargo en el caso nuestro existen pocos competidores pero con una gran influencia, que a pesar de no contar con el mismo producto son de gran relevancia en el momento de iniciar nuestra empresa, por ende debemos hacer lo posible por estar a la altura de ellos, buscando siempre nuestro factor diferenciador, el cual es la personalización de los bolsos para ingresar satisfactoriamente a nuestro nicho de mercado.

NOMBRE DE LA EMPRESA	DIRECCION	NOMBRE DE CONTACTO	PRODUCTOS
TOTTO	Cara 43a No. 20c-55	Línea nacional: 01 8000 510203	Moral KIMEX Moral ZUKOV Shopping GALYA Multiusers TEKEN
VELEZ	Calle 166 No. 21 - 40, Bogotá, Colombia	COL 01 8000 113 663	Bolso Vélez Negro Bolso Vélez Coral
BON BONITE	Calle 33 # 42B-06 Oficina 1101 Centro Comercial	(574) 520 66 20 Medellín	REFERENCIA 4512431 4503392

	Sandiego		4503361
KARIBIK	Carrera 48 # 48Sur- 75, Bodega 154, Envigado	+(57-4) 4445250	Morral 4B VELGA Morral GREAS Morral PLISE Morral 1B DIANGO
STOP JEANS	Local 1052, Calle 30A # 82-26, Medellín, Antioquia	(4) 2354211	REFERENCIA 19380-301 19337-201 19338-201 19306-201 19308-201

Fuente: Análisis propio

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

En este estudio se analizaron las siguientes variables: fortalezas, debilidades, Precio, tecnología, productos y presentación.

Basados en estas variables encontramos que la mayoría de nuestros Competidores se caracterizan por reconocimiento, calidad y diseño, lo cual representa una gran fortaleza para estos, debido que su trayectoria en el mercado les da una gran estabilidad sin dejar de mencionar, que todos nuestros competidores tienen ventas online y realizan campañas publicitarias por medios públicos y red social. Además empresas como, TOTTO, Karibik y Stop Jeans manejan precios muy asequibles y para cualquier segmento del mercado además de manejar catálogos tanto para hombres como mujeres; otro aspecto favorable es la presentación de los bolsos, ya que no solo su diseño es bueno sino que también su estilo los identifica y los hace únicos.

Siguiendo con este orden de ideas, encontramos diferentes debilidades en Nuestros competidores, ya estos solo manejan líneas informales, TOTO, Karibik y Stop Jeans; en el caso de Vélez y bon-bonite solo manejan líneas formales y productos de alta Gama.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

En nuestro estudio utilizamos las principales páginas web de cada empresa, Observando las referencias y similitudes que tienen con nosotros, los costos y demás variables mencionadas anteriormente.

c) Aplicación de la Medios

No aplica

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Hemos conocido bastante información sobre la competencia y comprobamos que Ninguna empresa de estas ofrece el producto que nosotros ofrecemos, ya que no manejan bolsos con las características y accesorios que nuestra empresa produce en sus diferentes líneas, además los que tienen mayor similitud a nuestros bolsos son los realizados por TOTTO, los cuales solo manejan el autodiseño pero en diferentes materiales a los nuestros, dándonos una mayor fuerza al momento de ingresar a mercado.

(.bon-bonite, 2014), (TOTTO, 2014), (karibik, s.f.), (stopjeans, 2014), (Velez, 2014)

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

Nuestra línea de bolsos personalizados, serán distribuidos al consumidor final por Medio de nuestra página web; a través de ella vamos a ofrecer nuestro producto brindando la información necesaria y precisa sobre el procedimiento que se debe realizar para el desarrollo del diseño que llevaran los bolsos y poder proceder a la compra; también ofreceremos el servicio de call center por medio del cual el cliente puede comunicarse con nosotros para las previas asesorías acerca del manejo de la página, desarrollo del diseño y compra y así realizar su diseño sin ningún inconveniente. Esa es la principal forma de distribución que vamos a manejar, como segunda estrategia vamos a participar en ferias, congresos y eventos del gremio con Stands en los

que vamos a tener un contacto directo con las personas interesadas en nuestro producto novedoso, para llegar a ellos con más profundidad teniendo la oportunidad de resolver sus dudas e inquietudes sobre el procedimiento y desarrollo de los bolsos personalizados. Es así entonces que vamos a manejar la distribución del producto, participando no solo en Medellín, sino también en otras ciudades del país potencialmente demandantes de este mismo sector.

4.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

No aplica para nuestro método de distribución.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

No aplica para nuestro método de distribución.

c) Aplicación de la Medios

No aplica.

d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

No aplica.

4.6.3 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

a) Describa los medios a través de los cuales se hará la distribución del producto

Ideas De Mente S.A.S. tendrá una oficina para atender las inquietudes de los clientes de La Ciudad interesados en comprar nuestro producto, a través de la página web vamos a distribuir la oferta de nuestros bolsos para los clientes que se encuentren en el resto del país. También vamos a distribuir nuestra oferta del producto en las ferias, congresos y eventos del sector para

que sea más personalizada la asesoría y la venta del artículo cuando visitemos las diferentes ciudades del país.

Le aremos llegar al consumidor final nuestro producto por medio de empresas que Realicen Envíos a cualquier parte del país.

b) Fuerza de ventas

Vamos a contratar dos asesores capacitados en atención al cliente que apoyen la Promoción y distribución de los productos que vamos a ofrecer, ya que de los convenios, promoción en ruedas de negocios, ferias o eventos del gremio, nos vamos a encargar nosotros mismos porque tenemos las aptitudes y el conocimiento necesario para cumplir con las funciones que traen la venta de los productos; y nadie mejor que nosotros para promover la empresa hacia mercados extranjeros y a otras ciudades buscando el cliente ideal, el proveedor ideal y el negocio ideal. La función de estos asesores es la de impulsar la empresa y obviamente vender los productos en el territorio nacional; más adelante podrán acompañarnos a las ferias y eventos nacionales e internacionales para apoyar nuestra labor.

Otra estrategia de ventas es la promoción de nuestro producto por medio de las redes Sociales. Como Facebook, twitter, you tube, etc.

<i>Cargo</i>	<i>Asesor Comercial</i>
Número de Empleados	2
Competencias	Aptitudes para la venta de productos y que sea estratega. Profesional o tecnólogo en mercadeo o ventas
Salario sin Prestaciones	\$700.000 c/u men
<i>Prestaciones Sociales</i>	
Prima de Servicios	\$58.333 c/u men
Cesantías	\$58.333 c/u men
Intereses de Cesantías	\$7.000 c/u men
Vacaciones	\$29.167 c/u men
Total de Prestaciones Sociales	\$152.833 c/u men
<i>Aportes seguridad social</i>	
Salud	\$59.500 c/u men

Pensión	\$84.000 c/u men
Riesgos Profesionales	\$3.655 c/u men
Total Seguridad Social	\$147.155 c/u men
Total Parafiscales	\$63.000 c/u men
Total Salario con Prestaciones	\$1.062.989 c/u men

Fuente: Análisis propio

(Finanzas personales, 2014)

4.6.4 Manejo de Inventarios

Se estima importar en el primer mes 2000 bolsos de Perú, de los cuales se estipula vender 1000 bolsos mensuales y los bolsos restantes se mantendrán en un stock permanente, por lo tanto en los siguientes meses solo se importara lo vendido en los meses anteriores.

Además contaremos con una rotación de inventario alta para disminuir el tiempo que deba permanecer la mercancía potencialmente a vender.



Fuente: Análisis propio

En este gráfico podemos observar las ventas de los bolsos mensuales donde se promedia la venta de 1000 bolsos, con una variación que evidencia que en el mes 3 se vendieron 900 bolsos, lo cual indica que al disminuir las ventas los bolsos que nos quedan en stock son de 1100 por lo tanto solo importaríamos 900 bolsos para mantener las reservas de 1000 y mantener la rotación del inventario.

4.6.5 Comunicación

1. Nombre comercial: Bolsos Personalizados
2. No Aplica
3. Nombre de la Empresa: ***Ideas De Mente S.AS***
4. Logotipo

4.6.6 Actividades de promoción y divulgación

Nuestra publicidad estará enfocada principalmente desde nuestra página web con Promociones de dos por uno, bonos de descuento, etc. Además de las promociones presentadas en las diferentes redes sociales, sin dejar de mencionar la participación en las diversas ferias y congresos nacionales, donde se buscara llamar la atención de los clientes por medio de la publicidad y demás actividades realizadas en nuestros stands.

MESES	CANTIDAD DE PROMOCIONES	PROMOCIONES
ENERO	2	Manejaremos un descuento del 10% en algunos de nuestros artículos, para atraer el mercado. Participaremos en dos ferias textiles Colombiatex y FAREX
FEBRERO	1	Realizaremos una estrategia de marketing donde daremos la promoción del dos por uno con los estilos que tengan menor movimiento para aumentar las ventas.
MARZO	1	Por la compra de dos artículos se les obsequiara un accesorio que combine con los bolsos.
ABRIL	1	Modificaremos el diseño de la paginas de acuerdo a las tendencias generadas hasta este mes

MAYO	1	Se realizara kit del bolso con cartuchera y accesorios por ser el mes de las madres con un 15% de descuento,
JUNIO	1	Participaremos en la feria textil Colombiamoda
JULIO	1	Aremos campañas de publicidad en nuestra página y redes sociales.
AGOSTO	1	Se realizara una transformación en la página por motivos de la feria de las flores.
SEPTIEMBRE	1	Se renovaran los diseños de los bolsos por motivos del día del amor y la amistad
OCTUBRE	1	Se obsequiaran dulces por la compra de los bolsos
NOVIEMBRE	1	Se aran descuentos y promociones porque empieza la temporada decembrina
DICIEMBRE	3	Se renovaran el diseño de la página y de los bolsos además se harán descuentos por ser temporada alta

Fuente: Análisis Propio

4.7 Precios de los Productos

4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

ALIANZAS CON LOS PROVEEDORES: Nuestra empresa realizara convenios con Los proveedores para disminuir los costos y facilitar las compras y medios de pagos, por medio de la constancia y la frecuencia de los pedidos realizados a los proveedores.

TASA DE CAMBIO: Para nuestra empresa es un factor determinante la tasa de Cambio, debido a que la variación de esta puede generarnos beneficios o riesgos en el momento de la importación de nuestra materia prima y afectar el costo de los bolsos.

EXIGENCIA DE CLIENTES: Lo que más nos va a exigir nuestros clientes es la Calidad y esta tiene un precio, así que aprovechando los hábitos de consumo de los colombianos, los precios tendrán el componente ideal, ya que tendrá mayor asequibilidad a los precios y con la calidad esperada.

CARACTERISTICA DE LOS BOLSOS: Cada bolso es totalmente diferente, Debido a que este depende del diseño, de la tela, del estampado y los accesorios que este requiera, para así darle el toque de exclusividad que cada persona busca.

PRECIO DE LA COMPETENCIA: Este factor afecta directamente a nuestro Producto, puesto que dependiendo de los precios de esta nosotros sabremos si estamos a nivel o desnivel, por lo tanto es necesario mantener nuestro precio por debajo o igual a dicha competencia.

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Plantilla de bolso	12.243	1	Unidades	\$ 12.243,24
Correas	7400	1	Unidades	\$ 7.400,00
Pasadores	500	1	Unidades	\$ 500,00
Cadenas	7600	1	Unidades	\$ 7.600,00
Botones	2400	1	Unidades	\$ 2.400,00
Laton antiguo	300	1	Unidades	\$ 300,00
Aros	1100	1	Unidades	\$ 1.100,00
Hebilla	4300	1	Unidades	\$ 4.300,00
Vinilos textiles para estampar	8.500	1	Unidades	\$ 8.500,00
Empaque	2.000	1	Unidades	\$ 2.000,00
Pega textil	60	2	Litros	\$ 120,00
Hilo	8	30	centimetros	\$ 243,75
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 46.706,99

Fuente: Análisis Propio - Documento de Excel: Análisis Financiero

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

El precio promedio que le hemos puesto al producto es de \$ 70.000, este basado en los costos utilizados en su producción, buscando la rentabilidad de la empresa y estabilidad frente a la competencia.

Medio de comercialización por mes	Valor promedio
Mantenimiento de página web	100.000 de pesos por mes
Ferias comerciales nacionales	500.000 de pesos en viáticos por persona al mes
Publicidad en redes sociales	300.000 de pesos por mes
2 Asesores comerciales	1'062.989 de pesos c/u incluyendo prestaciones
Promociones	700.000 de pesos por mes
Arriendo por local 20%, ya que solo se ocupa el espacio frontal del local por la parte comercial, la otra parte es de administración.	400.000 de pesos por mes
Mantenimiento de los computadores 33.2%, debido a que en el área de mercadeo solo se utilizaran 2 computadores y en el área de administración se utilizaran 4, por lo tanto solo se costeara en este estudio lo	50.000 de pesos por mes

utilizado en el área de mercado.	
Plan post-pago de teléfono móvil	100.000 de pesos por mes

Fuente: Análisis Propio

4.7.4 Política de Precios

Los pagos solo se aceptaran por tarjeta de crédito, no se van a ofrecer créditos a Nuestros clientes, ya que no es seguro ni conveniente para nuestra modalidad de ventas online, sin dejar de mencionar que al iniciar nuestra empresa no tendríamos facilidad para generar estos créditos.

Queremos promocionar nuestro producto fuertemente, por lo tanto vamos a generar Promociones y publicidades como:

En el caso de las compras si llevan más de dos artículos se les obsequiara un Accesorio que convine con el bolso, o en cierta fecha anteriormente estipulada se desarrollara una estrategia de marketing de dos por uno donde tanto el cliente como nosotros estaremos beneficiados, entre otras estrategias que se implementaran con el fin de atraer a nuestros clientes y motivarlos a comprar nuestro producto, aumentando tanto el consumo como la demanda de nuestros bolsos, además se buscara promover nuestra página por las diferentes redes sociales donde los posibles clientes puedan enfocar su atención en nuestra página generando un efecto de recordación para futuras compras.

Esto con el objetivo de crecer y ser reconocidos en el mercado nacional tanto por la Innovación como por nuestra marca.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

RECURSOS MENSUALES	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Asesores de ventas	2	1.062.989 de pesos c/u incluyendo prestaciones	2'125.978
Recursos materiales		Total recursos materiales	8'061.107 de pesos
Viajes aéreos		Por viaje	100.000 por viva Colombia
Envíos de la mercancía		Por viaje	40.000 por servientrega
TOTAL COSTOS			15'717.021

Fuente: Análisis Propio

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

Nuestros principales riesgos están divididos tanto en la ventas como en la Competencia, ya que al ser vendidos online nos presenta limitación del mercado y dificultades en el reconocimiento y confianza por parte de nuestros clientes, y en el caso de la competencia el riesgo más importante es entrar a competir con marcas como TOTTO que no solo son reconocidas sino que también manejan similitudes con nuestro producto.

Sin embargo en el momento de iniciar la empresa tenemos grandes oportunidades

Para la venta, ya que las ventas online cada vez son más utilizadas, por que brinda la comodidad de comprar desde cualquier lugar de Colombia generando mayor demanda y mayor oportunidad de crecimiento.

En este orden de ideas, si se obtiene gran acogida y crecimiento tanto del producto

Como de la empresa, tendremos mayor facilidad de expandirnos y llegar a otras partes del mundo, creciendo con nuestros catalogo y abarcando más las necesidades de nuestros clientes.

4.10 Plan de ventas

Ideas de Mentes S.A.S pretende vender 1000 bolsos mensuales en el primer año, donde

Se esperan variaciones en las ventas según las temporadas como el mes del amor y la amistad, el mes de la madre, entre otras festividades, aumentando las ventas a 1500 bolsos mensuales y en temporadas bajas buscaremos por medio de las promociones, que nuestras ventas no bajen a menos de 500 bolsos por mes, para así asegurar la sostenibilidad, reconocimiento y promoción del producto, buscando el aumento de las ventas en los siguientes años, generando ventas entre 12000 y 18000 bolsos anuales, para así asegurar la rentabilidad de la empresa y prolongación en el mercado.

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

OBJETIVOS A CORTO PLAZO

- Tener disponibilidad y capacidad de respuesta a las fluctuaciones de la demanda.
- Mantener una rotación y un stock constante para así no dejar agotar la mercancía y evitar la reducción de nuestros estándares de calidad.
- Seleccionar un personal óptimo y con actitud de liderazgo que cumplan con las metas estipuladas por la compañía desde el inicio de nuestras operaciones.

OBJETIVO A MEDIANO PLAZO

- Para el segundo año de inicio tendremos un sistema logístico de importación y distribución solidificada y con gran flexibilidad a las variaciones de la demanda que se produzca
- Crear convenios con otras empresas que se encuentren en las principales ciudades del país, donde se promoció nuestro producto por medio de bonos de descuentos por cierta cantidad de ventas por cliente, es decir, si un cliente compra \$200.000 en los productos de dicha empresa se le obsequiara un bono de descuento del 25% para comprar en nuestra tienda online.

OBJETIVO A LARGO PLAZO

- Dependiendo de la demanda de nuestro mercado, adquiriremos tiendas, donde las necesidades del cliente sean cumplidas con satisfacción y este tenga un contacto directo con el producto que desea adquirir, de la mano con las accesorias de nuestros empleados.
- Para abarcar satisfactoriamente todo nuestro mercado, colocaremos fábricas de producción en las principales ciudades del país esto con el fin de tener un mejor lime time que nos permita cumplir con el objetivo del justo a tiempo.

5.2 Descripción del proceso de producción

1. DETECTAR LA NECESIDAD
Identificaremos la necesidad actual en el mercado Colombiano, directamente en Medellín, enfocándonos en el nicho de mercado de las mujeres entre los 15 y 54 años que realizan compras online y que deseen un producto personalizado y exclusivo.
2. CONTACTO CON POSIBLES PROVEEDORES
Después de un análisis y una investigación exhaustiva acerca de los posibles proveedores, determinamos cual era el más viable para poder abastecer la necesidad identificada, el cual fue BABALOW ubicado en Lima Perú, posterior a ello contactamos a dicho proveedor para iniciar y establecer las pautas de la negociación. Inicialmente la primera negociación es EXW, y la segunda negociación se podría discutir otro INCOTERM según

la necesidad.
3. VER REQUISITOS Y COSTOS DE LA IMPORTACION
A través de una investigación detallada de las características de los bolsos, del país de procedencia de la importación, Perú, y de Colombia con respecto a la normatividad requerida, se identificaron los costos inherentes y los requerimientos para dicha importación.
4. SOLICITAR FACTURA PROFORMA
Requerimos de parte del proveedor BABALOW las características de la negociación mediante una factura proforma, en la cual verificamos las especificaciones de la mercancía, término de negociación INCOTERM 2010 [®] (EXW), y verificamos que todos los ítems establecidos dentro de la negociación se cumplan.
5. LICENCIAS PREVIAS
Identificamos si los bolsos requieren ciertas licencias previas antes de su importación, de ser así se gestionan para poder importar.
6. CONFIRMAR EL NEGOCIO
En el caso en el cual no se necesitaran licencias previas, o en el cual se necesitara, pero ya se hubiesen tramitado, se prosigue con la confirmación de las características preestablecidas de la negociación con BABALOW, dando por ratificado sus condiciones y responsabilidades.
7. ELEGIR MEDIO DE PAGO

Determinamos el medio de pago, para la importación, que bien sea puede ser una carta de crédito; que debe ser solicitada ante algún banco competente, o algún otro medio de pago
8. CONTRATAR TRANSPORTE EN ORÍGEN E INTERNACIONAL
Si en el término de negociación establecido no estuviera incluido por parte del exportador el transporte en origen y/o el internacional, se procedería a contratar el transporte requerido.
9. CONTRATAR SEGURO EN ORÍGEN E INTERNACIONAL
Si en el término de negociación establecido no estuviera incluido por parte del exportador el seguro en origen y/o el internacional, se procedería a contratar el seguro requerido.
10. REALIZA SEGUIMIENTO DEL EMBARQUE Y LA LLEGADA DEL PRODUCTO EN PUERTO DE DESTINO.
De ser necesario en el término de negociación establecido, se debe realizar una trazabilidad de la operación del transporte internacional hasta Colombia.
11. RECIBIR DETALLES DE EMBARQUE
Se recibe la notificación de que la mercancía ha llegado al puerto de destino en Colombia.
12. CONFIRMA DATOS AL SEGURO SI CORRESPONDE
Se confirman los datos al seguro en el evento en el cual hubiese sido necesario contratar un seguro para la mercancía en el trayecto internacional.
13. LLEGADA DE LA DOCUMENTYACION DE EMBARQUE.

<p>Llega la documentación referente a la mercancía. Eventualmente la documentación llega antes que la mercancía o al mismo tiempo. Como por ejemplo: lista de empaque, factura comercial, factura proforma, etc.</p>
<p>14. DOCUMENTOS POR BANCO.</p>
<p>En el caso de que hubiese sido requerida alguna financiación se retiran los documentos pagando o firmando letra de cambio u otros documentos según la financiación.</p>
<p>15. FLETE</p>
<p>Después de tramitar los documentos requeridos por el banco o en el caso que no hubiese sido necesario esto se procede a pagar el flete internacional si es requerido por el término de negociación. Además de reunir los documentos de embarque.</p>
<p>16. ENTREGA DOCUMENTOS AL AGENTE DE ADUANA. Y TRAMITES DE LA IMPORTACION</p>
<p>Se le entregan los documentos necesarios al agente de aduana, para que este pueda tramitar la importación ante la DIAN</p>
<p>17. DOCUMENTOS EN ORDEN</p>
<p>Si estos cumplen se procede a pagar impuestos y gravámenes que conlleva el producto</p>
<p>18. PAGAR DESCARGUE, ALMACENAJE U OTROS QUE CORRESPONDAN.</p>
<p>Se procede a pagar estos ítems si estos no están incluidos en el término de negociación.</p>
<p>19. RETIRAR EL PRODUCTO LIBRE PARA USO O COMERCIALIZACION</p>
<p>Aquí ya tenemos disponibilidad de los bolsos y se procede a llevarlo a la empresa para su</p>

personalización
20. IMPORTACION DE ACCESORIOS POR COURRIER
Se compraran los accesorios pertenecientes al diseño del bolso por medio de ALIEXPRESS, 20 días antes, de cada importación de los bolsos para que llegue en la misma semana.
21. VENTAS
Al ser nuestra tienda online, las ventas de los bolsos deben ser realizadas por medio de nuestra página y la ayuda del call center, además al ser personalizados no se pueden producir sin tener previamente el diseño del dicho cliente, realizando el pago con anterioridad a la producción en la misma página por tarjeta crédito o débito.
22. PERSONALIZACION
En esta etapa se procede a implementar el diseño realizado por el cliente, es decir a transformar la plantilla del bolso, primero realizando todo el proceso de estampado, luego de esto se procede a colocar todos los accesorios algunos a mano y otros a máquina; después de todo este proceso el personal determina la calidad del producto, el cual se debe de entregar en óptimas condiciones sin olvidar todas las características propuestas por el cliente al momento de personalizar el bolso.
22.DISTRIBUCION
Ya realizado y empacado el bolso se distribuirá directamente a nuestros clientes

Fuente: Análisis Propio

5.3 Capacidad de producción

Basados en las proyecciones de ventas y en las variables financieras, nuestra empresa está en la capacidad de importar de forma consolidada 2000 bolsos, sin embargo se mantendrá una importación mensual de 1000 bolsos debido a las reservas que se tendrán, para así mantener una capacidad de ventas entre 1000 y 2000 bolsos mensuales

5.4 Plan de Producción

De acuerdo a los aspectos financieros y de mercado; además de los resultados Obtenidos del estudio del sector y del mercado, determinamos el siguiente plan de producción de acuerdo la cantidad de bolsos en venta, 1000, adicionándole el 50% de stock de inventario del mismo (1000), se dedujo que nuestra capacidad de producción acorde a estos parámetros sería de 2000.

CAPACIDAD DE PRODUCCION			
	MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL
Cantidad	2000	6000	24000

Fuente: Análisis Propio

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

Necesitamos una bodega con una superficie de 162 m² sin divisiones ubicada en el Sector de Itagüí el valor del arriendo del inmueble es de 700.000, en estrato 3, está ubicada en todo el centro de Itagüí, este arrendamiento cuenta con el servicio de vigilancia, un baño y una puerta peatonal y otra corrediza, tiene buena iluminación y línea telefónica.



(La mudi, 2014)

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

PRODUCTO	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	PROVEEDOR	CONTACTO O TELEFONO
Azúcar	\$3.430	2	ALMACENES ÉXITO Pago a 30 días	Desde un fijo al 018000428800 http://www.exito.com/ http://www.mercadolibre.com.co/
CAFE	\$41.500	1		
VASOS DESECHABLES	\$2.320	5		
CUCHARAS PLASTICAS	\$1600	4		
TRAPERO	\$20.750	1		
ESCOBA	\$9.340	1		
RECOGEDOR	\$9.220	1		
LAVA PLATOS	\$5.440	1		
POLVO LLIMPIADOR	\$2.220	1	ALMACENES ÉXITO Pago a 30 días	Desde un fijo al 018000428800 http://www.exito.com/ http://www.mercadolibre.com.co/
LIMPIA PISOS	\$8.003	1		
CAFETERAS (electro lux cafetera 4 tasas con antigoteo)	\$32.900	1		
NEVERA	\$299.900	1		

(CHALLENGER MINIBAR GRIS 47 Liters)			HOMECE R Pago a 30 días	http://www.homecenter.com.co
MICROONDAS (HACEB HORNO MICROONDAS 0.7 Pies)	\$ 116.900	1		
TELEFONOS (Teléfono de escritorio dos líneas, identificador de llamadas VTA)	\$59.900	1		
ALARMAS (BLAUPUNKT, Kit alarma inteligente 3.000)	\$1'053.900	1		
SILLAS DE OFICINA (Silla de escritorio Negra)	\$67.900	2	HOMECE R Pago a 30 días	http://www.homecenter.com.co
MAQUINA ESTAMPADORA	\$950.000	1	MERCADO LIBRE Pago a 30 días	

MAQUINA DE COCER	\$239.900	1	MERCADO LIBRE Pago a 30 días	http://www.mercadolibre.com.co/
---------------------	-----------	---	------------------------------------	---

Fuente: Análisis Propio

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

PROVEEDOR	UNIDADES MENSUALES	INSUMOS O MATERIALES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	CONTACTO O TELEFONO
ALI EXPRESS	50	CORREAS	\$7.400	\$370.000	http://es.aliexpress.com/ Pago a 30 días
	50	PASADORES	\$500	\$25.000	
	50	CADENAS	\$7.600	\$380.000	
	50	BOTONES	\$2.400	\$120.000	
	50	LATÓN ANTIGUO	\$300	\$15.000	
	50	AROS	\$1.100	\$55.000	
	50	HEBILLA	\$4.300	\$215.000	
BABALOW	2000	PLANTILLA DE BOLSOS DE DIFERENTES	\$10.000	\$20'000.00 0	http://www.babalow.com/

		TAMAÑOS			Pago a 30 días
MERCADO LIBRE	100	VINILOS TEXTILES PARA ESTAMPAR	\$8.500	\$850.000	http://www.mercadolibre.com.co/ Pago a 30 días
IMPRESOS FLEXOGRAFICOS	1000	BOLSAS PLASTICAS PUBLICITARIAS	\$2.000	\$2'000.000	http://www.iflexo.com.co/publicitarias.html Pago a 30 días
MERCADO LIBRE	50	HILOS MULTIFACETICOS MADEIRA	\$6.500	\$325.000	http://articulo.mercadolibre.com.ar Pago a 30 días
MERCADO LIBRE	1	IMPRESORA DE ETIQUETAS DYMO 450 TURBO	\$337.000	\$337.000	http://articulo.mercadolibre.com.co Pago a 30 días
UHU	5	UHU TEXTIL	\$15.000	\$75.000	http://www.uhum.com Pago a 30 días

Fuente: Análisis Propio

Detalle (2000 bolsos) TRM del día 2029.76	Valor en dólares	Valor en pesos	Costo unitario en pesos
Plantilla de bolso	10.000 USD	20'000.000	10.000
Agenciamiento aduanero	369.50 USD	750.000	375
Transporte interno país de origen	98.53 USD	200.000	100
Seguros nacionales país de origen	404.43USD	800.000	400
Gastos en origen	311.00 USD	631.255,36	315.62
Flete internacional	211.24 USD	428.766,50	214.37
Seguro internacional	78.83USD	160.000	80
Gastos en destino	171.00 USD	108.300	54.15
Almacenaje zona franca	115.78 USD	235.000	167.5
Agenciamiento aduanero	322.20 USD	654.000	327
Aduana de	0	0	0

importación (gravamen)			
IVA 16%	91.23 USD	185.168	92.58
Seguro interno	78.83 USD	160.000	80
Transporte local	49.12 USD	120.000	60
Tramites varios	26.60 USD	54.000	27
TOTAL	12.063,74 USD	24.486.489,86	12.243.24

Fuente: Carga Logística Menaje CLM

5.5.4 Requerimientos de servicios.

PROVEEDOR	SERVICIO	VALOR	CONTACTO O TELEFONO
EPM	LUZ Y AGUA	\$800.000	http://www.epm.com.co Pago a 30 días
UNE TELECOMUNICACION	TELEFONO ILIMITADO	\$50.000	www.une.com.co/ Pago a 30 días

Fuente: Análisis Propio

5.5.5 Requerimientos de personal.

<i>Cargo</i>	<i>Producción</i>
Número de Empleados	2
Competencias	Personal capacitado para el manejo de máquina estampadora y máquina de coser, bachiller y con experiencia de 6 meses en el control y de manejo de alguna de estas dos maquinas
Salario sin Prestaciones	\$700.000 c/u men
<i>Prestaciones Sociales</i>	
Prima de Servicios	\$58.333 c/u men
Cesantías	\$58.333 c/u men
Intereses de Cesantías	\$7.000 c/u men
Vacaciones	\$29.167c/u men
Total de Prestaciones Sociales	\$152.833 c/u men

<i>Aportes seguridad social</i>	
Salud	\$59.500 c/u men
Pensión	\$84.000 c/u men
Riesgos Profesionales	\$3.655c/u men
Total Seguridad Social	\$147.155 c/u men
<i>Total Parafiscales</i>	\$63.000c/u men
<i>Total Salario con Prestaciones</i>	\$1'062.989c/u men

Fuente: Análisis Propio (Finanzas personales, 2014)

5.6 Programa de producción

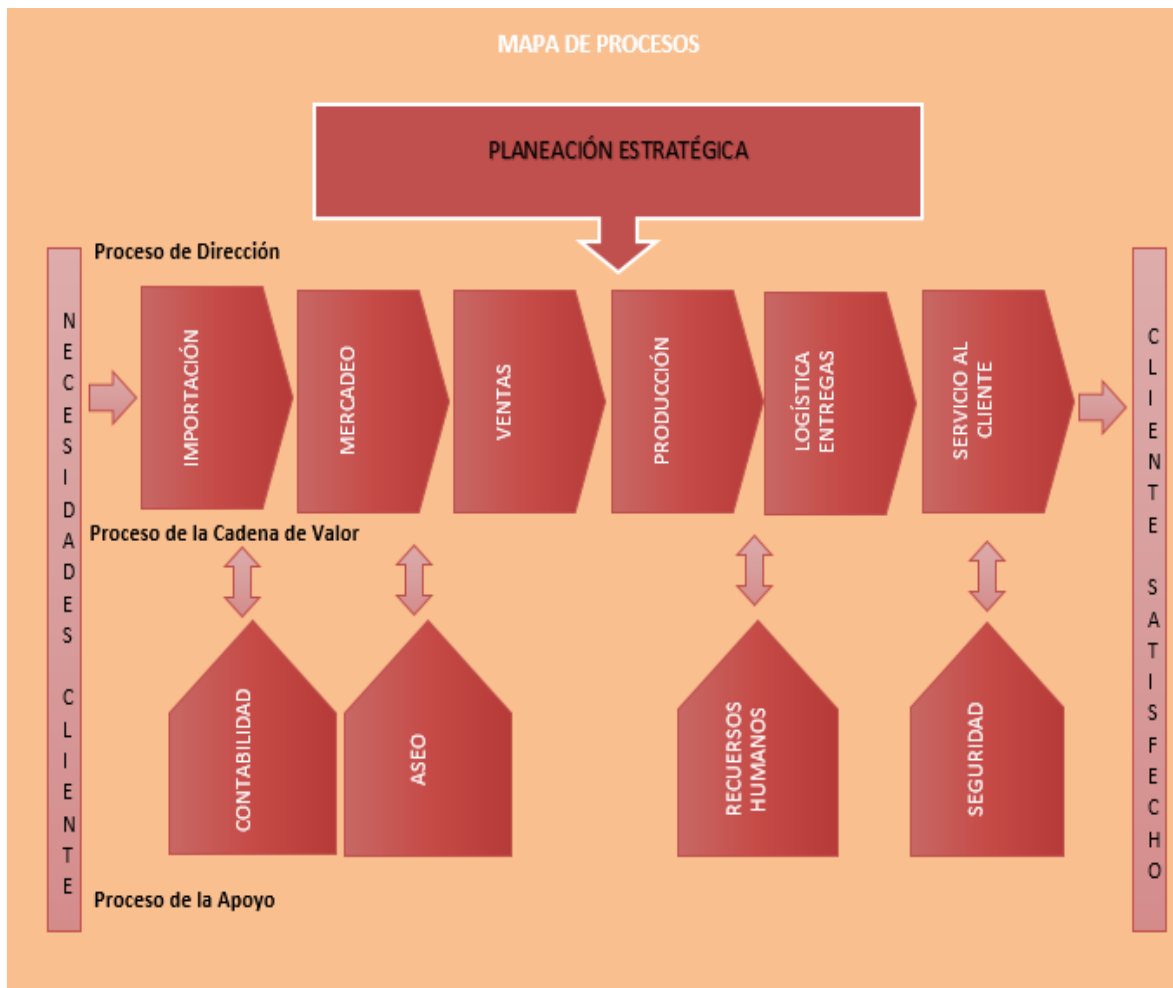
PROGRAMACION	FECHAS
Selección del personal	2 de Marzo de 2015
Revisión perfiles del personal	5 de Marzo de 2015
Capacitación del personal	10 de Marzo de 2015
Inducción del personal	16-20-25 de Marzo de 2015
Búsqueda de la bodega	2 de Abril de 2015
Firma contrato de la bodega	10 de Abril de 2015
Realizar lista de máquinas e insumos necesarios para la empresa	13 de Abril de 2015
Cotización maquinas e insumos necesarios para la empresa	18 de Abril de 2015
Compra de las maquinas e insumos necesarios para la empresa	21 de Abril de 2015
Adecuación de la bodega	28 de Abril de 2015
Aseo de la bodega	2 de Mayo de 2015
Inicio de actividades de producción	4 de Mayo de 2015

Fuente: Análisis Propio

23. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos



Fuente: Análisis Propio

Importacion: Se realizaran todas las procesos de importacion, incluyendo transporte, documentacion, impuestos y toda la parte logistica requerida para la compra e ingreso del bolso.

Mercadeo: Tiene como función realizar toda la parte de promoción y publicidad para el reconocimiento de nuestro producto y marca. Además de esto, realizará el estudio de mercados y se encargará de la imagen del producto.

Ventas: Se encargará de todas las compras y ventas nacionales, realizando las negociaciones con los proveedores y la selección de los insumos para la realización del bolso.

Logística de entrega: Realizará la contratación del transporte nacional, buscando la eficacia y rapidez en los tiempos de entrega, también se encargará del empaque y etiquetado del producto.

Servicio al cliente: Esta se encargará de la debida información e instrucción al cliente, además de manejará las quejas y reclamos, buscando la retroalimentación para la mejora del producto.

Contabilidad: Manejará toda la parte financiera y los recursos económicos de la empresa.

Oficios varios: Estas se encargaran del aseo en las dos plantas de la empresa.

Recursos humanos: Se encargará de todo el proceso de la selección y contratación del personal, y todo lo referente con los deberes y derechos de estos.

Seguridad: Realizará toda la parte de vigilancia tanto intrada como externa en las dos plantas.

Producción: Se encargará de la realización y decoración de los productos.

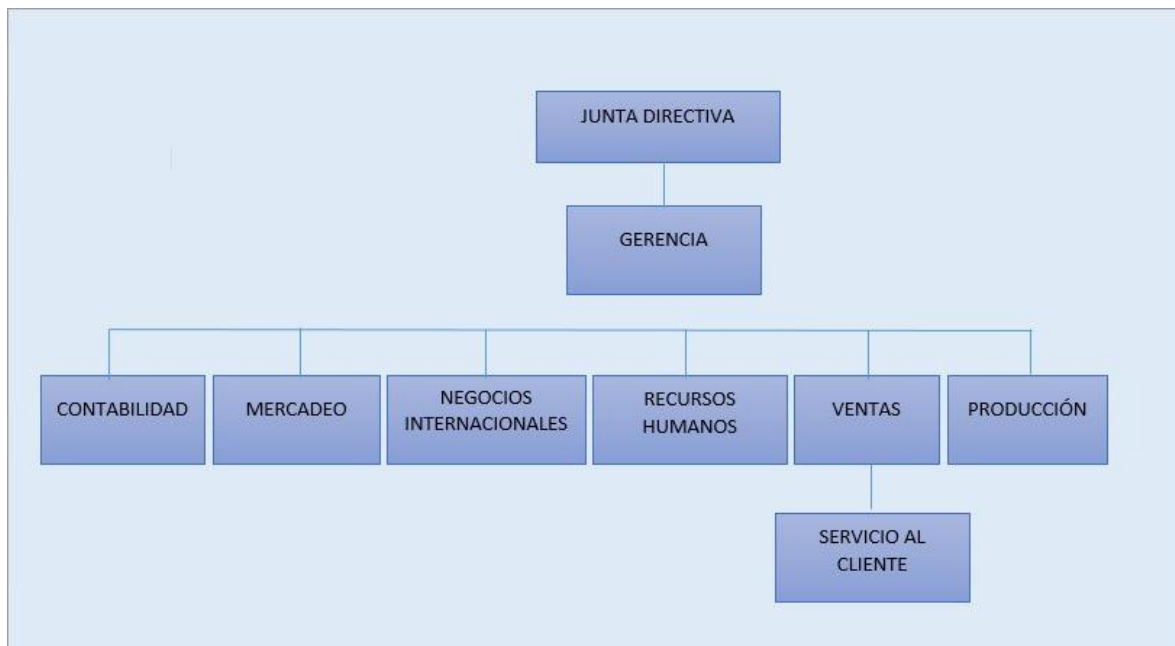
6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Ideas de Mentes S.A.S no contratara servicio de terceros en aseo y vigilancia, ya que el arriendo de la oficina y la bodega abarcan el servicio de vigilancia; las ayudantes de oficios varios serán contratadas de forma directa porque consideramos que las persona contratadas por terceros no tienen el mismo compromiso y responsabilidad por la empresa.

El único servicio externalizado, con el cual contara nuestra empresa sería el de Servientrega este será utilizado para la distribución de nuestro producto

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



Fuente: Análisis Propio

6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Cargo	<i>Mercadeo, Recursos humanos, Contabilidad y Negocios Internacionales</i>
Número de Empleados	4
Competencias	Conocimientos o experiencia en alguna de las siguientes áreas: Administración, Contabilidad, Mercadeo y Negocios Internacionales con título tecnológico o profesional en alguna de estas.
Salario sin Prestaciones	\$1'000.000 c/u men
<i>Prestaciones Sociales</i>	
Prima de Servicios	\$83.333 c/u men
Cesantías	\$83.333 c/u men
Intereses de Cesantías	\$10.000 c/u men
Vacaciones	\$41.667.500 c/u men
Total de Prestaciones Sociales	\$218.333 c/u men

<i>Aportes seguridad social</i>	
Salud	\$85.000 c/u men
Pensión	\$120.000 c/u men
Riesgos Profesionales	\$5.222 c/u men
Total Seguridad Social	\$216.222 c/u men
<i>Total Parafiscales</i>	\$90.000 c/u men
<i>Total Salario con Prestaciones</i>	\$1'518.555 c/u men

Fuente: Análisis Propio (Finanzas personales, 2014)

<i>Cargo</i>	<i>Oficios varios</i>
Número de Empleados	1
Competencias	Personal con conocimientos en el área de limpieza, con título de bachiller y experiencia mínima de 6 meses.
Salario sin Prestaciones	\$620.000 c/u men

<i>Prestaciones Sociales</i>	
Prima de Servicios	\$51.667c/u men
Cesantías	\$51.667c/u men
Intereses de Cesantías	\$6.200 c/u men
Vacaciones	\$25.833 c/u men
Total de Prestaciones Sociales	\$135.367c/u men
<i>Aportes seguridad social</i>	
Salud	\$52.700 c/u men
Pensión	\$74.400 c/u men
Riesgos Profesionales	\$3.230 c/u men
Total Seguridad Social	\$130.338 c/u men
<i>Total Parafiscales</i>	\$55.800 c/u men

<i>Total Salario con Prestaciones</i>	\$941.504c/u men
---------------------------------------	------------------

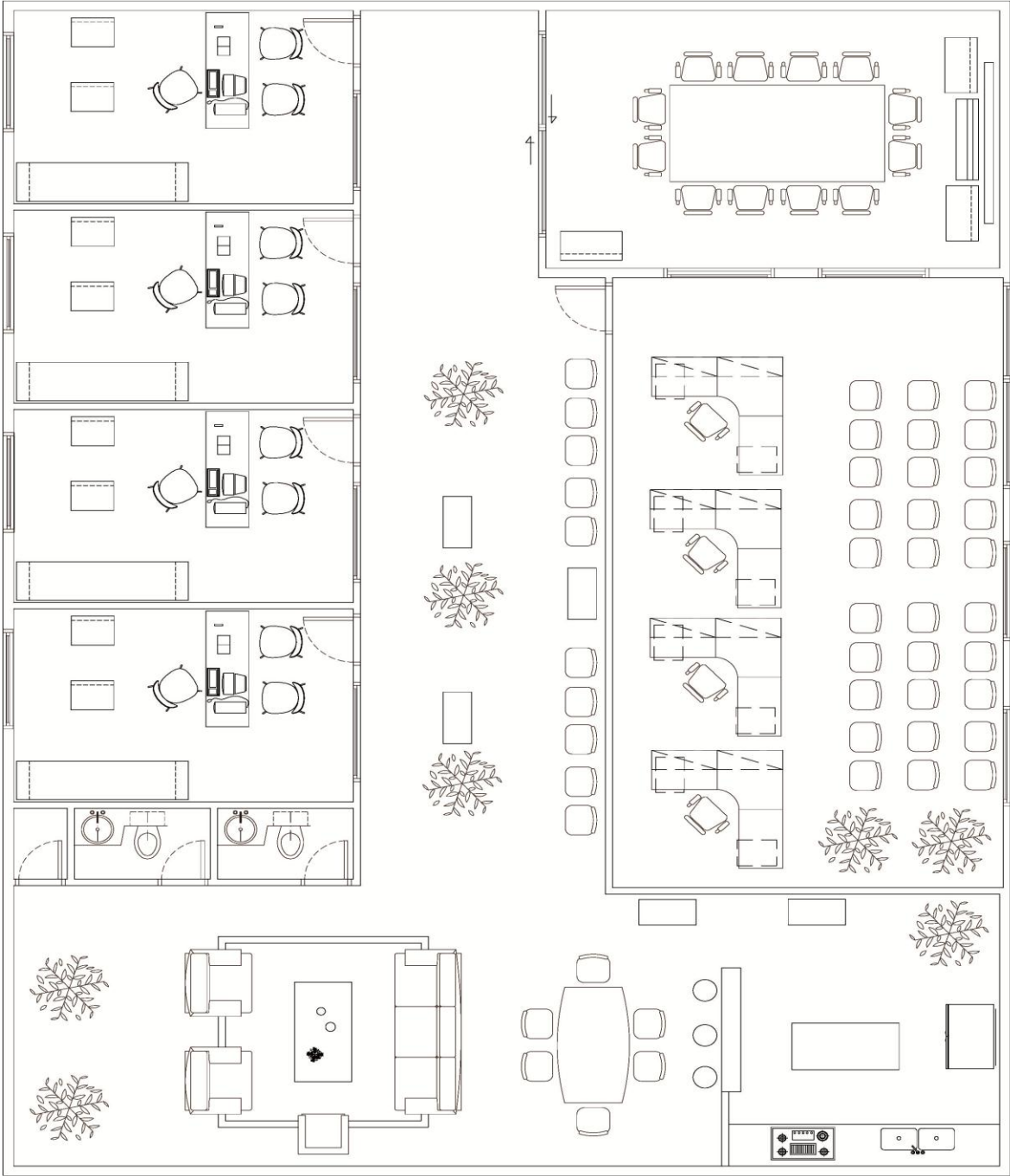
Fuente: Análisis Propio (Finanzas personales, 2014)

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

Inicialmente Ideas de mente S.A.S. va a realizar sus operaciones en un local arrendado Ubicado en el centro comercial Santa fe, el cual se divide en el área de administración y el área de mercadeo. La parte de administración cuenta con suficiente espacio, para la ubicación de todos los insumos y materiales necesarios para ésta área.

El arriendo del local es de \$ 1'200.000 mensuales de los cuales solo el 80% será pagado por la parte administrativa, es decir solo se pagara 960.000 por esta área y el otro 20% por la parte de mercadeo, el local cuenta con servicio de administración, el cual incluye la vigilancia, además de servicios de telefonía, internet, luz y agua solo se le deberá incluir el plan de telefonía internacional.



Fuente: Diseño propio

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

PROVEEDOR	UNIDADES MENSUALES	INSUMOS O MATERIALES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
DELL- MEDELLIN	4	COMPUTADOR INSPIRON 20 (SERIE 3.000 todo en uno)	\$1.299.000	\$5'196.000 Pago a 30 días
	1	ARCHIVADOR	\$240.00	\$240.000 Pago a 30 días
MERCADO LIBRE	4	SILLAS DE OFICINA (Silla de escritorio Negra)	\$67.900	\$271.600 Pago a 30 días
	4	ESCRITORIOS (Madre kit escritorio con archivador, 73x120.9x52.9 Cm dengue)	\$179.900	\$719.600 Pago a 30 días
	4	TELEFONOS (Teléfono de escritorio dos líneas, identificador de llamadas VTA)	\$59.900	\$239.600 Pago a 30 días
	1	ALARMAS (BLAUPUNKT, Kit alarma inteligente 3.000)	\$1'053.900	\$1'053.900 Pago a 30 días

Fuente: Análisis Propio

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Esta información se encuentra en el numeral 4.4.1 Proveedores

6.3.4 Requerimientos de servicios.

PROVEEDOR	SERVICIO	VALOR	CONTACTO O TELEFONO
EPM	LUZ Y AGUA	\$ 450.000	http://www.epm.com.co Pago a 30 días
UNE TELECOMUNICACION	INTERNET Y TELEFONIA FIJA ILIMITADA Y LLAMADAS INTERNACIONALES	\$ 200.000	www.une.com.co/ Pago a 30 días
MANTENIMIENTO DE LOS COMPUTADORES COMPULASER	SOLO SE PAGARA EL 66.8% DEL MANTENIMIENTO YA QUE EL OTRO 50% LO PAGA MERCADEO	\$100.000	http://www.compulasermed.com/ Pago a 30 días
CENTRO COMERCIAL SANTA FE	ADMINISTRACION DEL LOCAL	\$ 300.000	Pago a 30 días

Fuente: Análisis Propio

6.3.5 Requerimientos de personal

Esta información se encuentra en el numeral 6.2.2 Descripción funcional de la Organización

6.4 Programa de administración

PROGRAMACION	FECHAS
Constitución de la empresa	Inicia el 2 y finaliza el 6 de Febrero de 2015
Apertura de la cuenta bancaria	Inicia el 2 Febrero y finaliza el mismo día de 2015
Contratación y diseño de la pagina	Inicia el 7 y finaliza el 14 de Febrero de 2015
Tramites de la DIAN	Inicia el 16 y finaliza el 24 de Febrero de 2015
Registros y certificados para poder importar	Inicia el 25 de Febrero y finaliza el 6 de Marzo de 2015
Selección del personal	Inicia el 2 y finaliza el 9 de Marzo de 2015
Revisión perfiles del personal	Inicia el 4 y finaliza el 9 de Marzo de

	2015
Capacitación del personal	Inicia el 10 y finaliza el 15 de Marzo de 2015
Inducción del personal	Inicia el 16 y finaliza el 30 de Marzo de 2015
Importación de materias primas y accesorios	Inicia el 1 y finaliza el 15 de Abril de 2015
Búsqueda del local	Inicia el 1 y finaliza el 8 de Abril de 2015
Firma contrato del local	Inicia el 10 y finaliza el mismo día de Abril de 2015
Realizar lista de materiales muebles e insumos necesarios para la oficina	Inicia el 13 y finaliza el 14 de Abril de 2015
Cotización equipos necesarios para la oficina	Inicia el 15 y finaliza el 20 de Abril de 2015
Compra de las equipos y herramientas necesarios para la oficina	Inicia el 21 y finaliza el 27 de Abril de 2015
Adecuación de la oficina	Inicia el 28 y finaliza el 29 de Abril de 2015
Aseo de la oficina	Inicia el 30 y finaliza el mismo día de

	Abril de 2015
Inicio de actividades de administración y mercadeo	1 de Mayo de 2015

Fuente: Análisis Propio

24. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

Sociedad por acciones simplificadas (S.A.S) tienen unas reglas más flexibles y su Proceso de creación es más económica que las sociedades anónimas usuales.

Una organización activa, con menos costos, con la responsabilidad clara, y donde Una sola persona puede ser el titular de la propiedad es lo que propone la sociedad por acciones simplificadas (S.A.S).

La naturaleza de este tipo será siempre comercial, independientemente de las Actividades predichas en objeto social, para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificadas se registrará por las reglas aplicables a la sociedad anónima.

PASOS PARA SU CONSTITUCION.

1) Redactar el contrato o acto unilateral constitutivo de la SAS. Este documento Privado debe contener, al menos, la siguiente información de la sociedad:

Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas;

Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por Acciones simplificada", o de las letras S.A.S.;

El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas Sucursales que se Establezcan en el mismo acto de constitución;

El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las Acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán Pagarse.

La forma de administración y el nombre, documento de Identidad y facultades de Sus administradores. En todo caso, deberá designarse al menos un representante legal.

2) Las personas que suscriben el documento de constitución deberán autenticar sus Firmas antes que éste sea inscrito en el registro mercantil. Esta autenticación podrá Hacerse directamente o a través de apoderado, en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal.

3) El documento privado debe ser inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal. Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, como es el caso de los inmuebles, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera (mediante escritura pública) e inscribirse también en los registros correspondientes.

Adicionalmente, ante la Cámara de Comercio se diligencian los formularios del Registro Único Empresarial (RUE), el Formulario de inscripción en el RUT y se lleva a cabo el pago de lo pertinente a matrícula mercantil, impuesto de registro y derechos de inscripción

Pertenece al régimen común, debido a que somos personas que ejercen actos Mercantiles, por lo tanto debemos pagar los impuestos generados por las ventas, y mantener una debida contabilidad de los movimientos financieros de la empresa, además se debe tener un adecuado manejo de la legalidad sobre los impuestos y no realizar evasión de impuestos.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

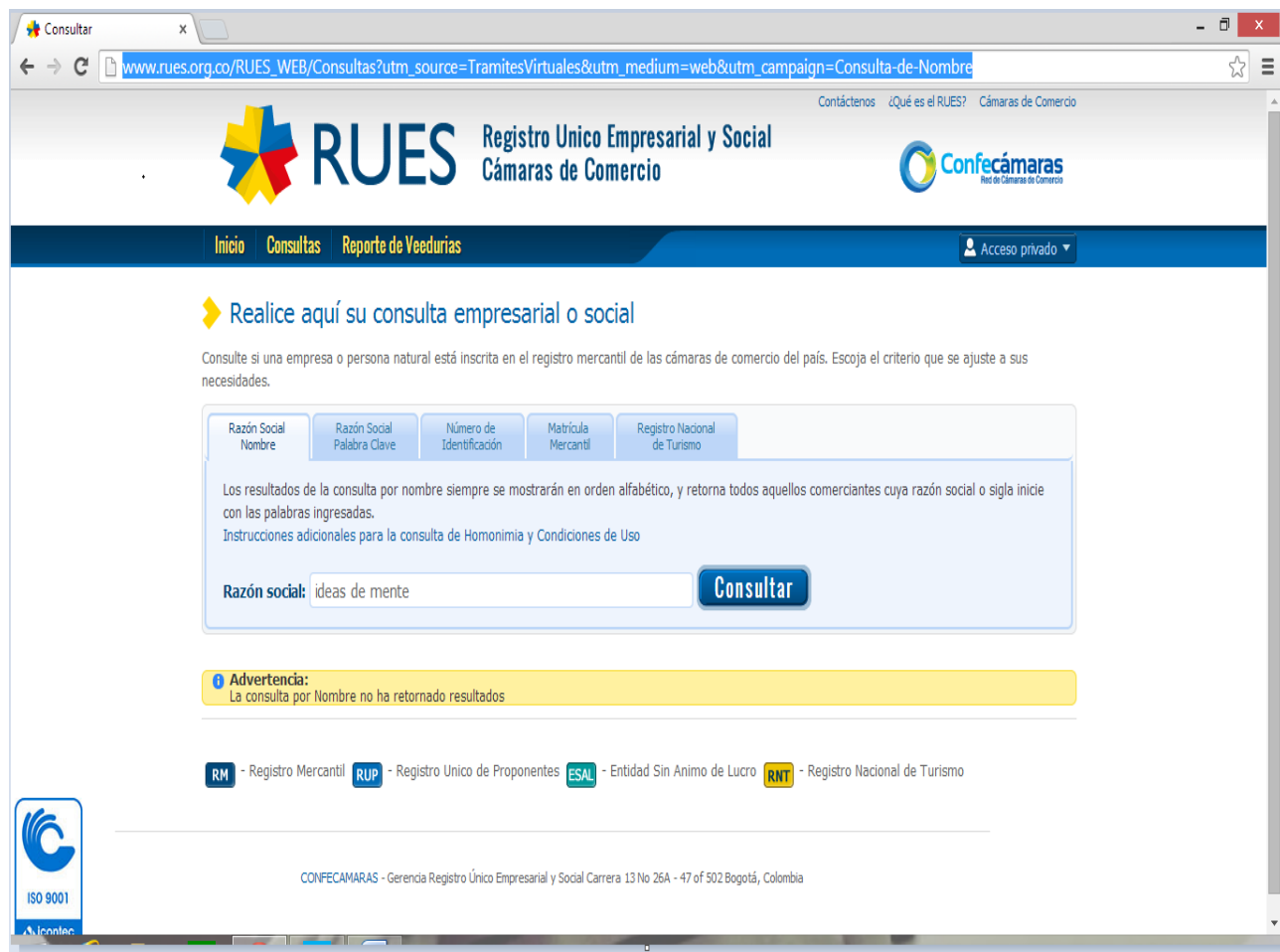
Pasos para la constitución de empresa en Medellín

1. Consultas previas virtuales
2. Trámites de formalización
3. Trámites de funcionamiento
4. Otros trámites complementarios

a) Consulta de nombre (control de homonimia)

La ley ordena a las cámaras de comercio abstenerse de inscribir un comerciante o un establecimiento de comercio cuando se compruebe que en la base de datos de todas las cámaras de comercio del país (RUE –Registro Único Empresarial–) se encuentre otro ya inscrito con el mismo nombre del solicitante. Si no aparece ninguna empresa después de realizada la búsqueda, estará confirmando que su nombre aún no presenta registro, y podrá seleccionarlo. De existir un nombre igual al consultado, no procede la matrícula del comerciante.

Entidad responsable: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. Si después de consultar su nombre no se encuentran coincidencias, significa que está disponible, podrá usarlo y continuar con el siguiente paso del proceso de matrícula.



The screenshot shows the RUES (Registro Único Empresarial y Social) website. The page title is 'Consultar' and the URL is 'www.rues.org.co/RUES_WEB/Consultas?utm_source=TramitesVirtuales&utm_medium=web&utm_campaign=Consulta-de-Nombre'. The header includes the RUES logo, the text 'Registro Único Empresarial y Social Cámaras de Comercio', and the Confecámaras logo. The navigation menu has 'Inicio', 'Consultas', and 'Reporte de Veedurías'. A user is logged in as 'Acceso privado'. The main content area features a search prompt: 'Realice aquí su consulta empresarial o social'. Below this, there are tabs for different search criteria: 'Razón Social Nombre', 'Razón Social Palabra Clave', 'Número de Identificación', 'Matrícula Mercantil', and 'Registro Nacional de Turismo'. The 'Razón Social Nombre' tab is selected. The search results area shows a text input field with 'ideas de mente' and a 'Consultar' button. Below the search area, there is a yellow warning box: 'Advertencia: La consulta por Nombre no ha retornado resultados'. At the bottom, there are icons for 'RM - Registro Mercantil', 'RUP - Registro Único de Proponentes', 'ESAL - Entidad Sin Animo de Lucro', and 'RNT - Registro Nacional de Turismo'. The footer includes the ISO 9001 logo and the address: 'CONFECAMARAS - Gerencia Registro Único Empresarial y Social Carrera 13 No 26A - 47 of 502 Bogotá, Colombia'.

b) Consulta de clasificación por actividad económica - código CIU

El Código CIU es la Clasificación Industrial Internacional Uniforme que tiene como Propósito agrupar todas las actividades económicas similares por categorías. Están conformadas por seis dígitos numéricos, permitiendo que todos los empresarios puedan clasificarse dentro de actividades específicas.

TRÁMITES DE FORMALIZACIÓN

Trámites de matrícula ante el Centro de Atención Empresarial, CAE, de la Cámara De Comercio de Medellín para Antioquia.

PASO 1. Trámite ante la DIAN: inscripción en el Registro Único Tributario y posterior asignación del Número de Identificación Tributaria, NIT.

El Registro Único Tributario, RUT, es la base de datos que lleva la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) a nivel nacional de los contribuyentes, la cual comprende la información básica de los mismos, con fines estadísticos y de control.

Con el RUT a cada comerciante se le asigna un NIT. El Número de Identificación Tributaria, NIT, es la expresión numérica eminentemente tributaria o fiscal que identifica ante impuestos nacionales, así como ante otras entidades públicas y privadas, a los contribuyentes y declarantes.

De acuerdo con la normatividad tributaria de la DIAN, para que una persona natural O jurídica pueda matricularse en el registro mercantil de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, deberá inscribirse previamente en el Registro Único Tributario, RUT. Se debe diligenciar el formulario previo del RUT reseñado con la frase “para trámite en Cámara” que encontrará en la página de Internet www.dian.gov.co o dirigirse a cualquiera de las oficinas de la Cámara de Comercio.

Luego debe ser firmado por la persona natural o representante legal y presentarlo Personalmente ante juez, notario, secretario de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia o el funcionario que éste delegue para tal fin (Resolución 1887 del 22 de febrero de 2007).

En caso de que el comerciante o sociedad ya tenga NIT, deberá adjuntar el Certificado del RUT o fotocopia del NIT. En este caso, el comerciante debe actualizar directamente en la DIAN los datos correspondientes. Al efectuar la matrícula mercantil, la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia remitirá a la DIAN la información pertinente para que ésta asigne el NIT, el cual quedará consignado en el certificado del Registro Mercantil o de Existencia y Representación Legal.

Este documento no tiene ningún costo.

PASO 2. Inscripción en el Registro Público Mercantil.

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

En el registro público se encuentran matriculados todos los empresarios legalmente Organizados y sus establecimientos de comercio. Por medio de él se otorga publicidad a ciertos actos de los empresarios, los cuales deben ser conocidos por la comunidad en general, todo esto en cumplimiento de las disposiciones legales vigentes.

Los comerciantes, y sus establecimientos de comercio, están obligados a Matricularse en el Registro Mercantil dentro del mes siguiente a aquel en que comenzó a ejercer actividades mercantiles o de la fecha de escritura pública de constitución si se trata de personas jurídicas.

El valor de la matrícula se relaciona directamente con los activos declarados por el Empresario al momento de realizar el trámite. Las tarifas son definidas por el gobierno nacional y le serán liquidadas en la taquilla de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia.

Para obtener los beneficios que de ésta se derivan y no incurrir en sanciones legales, La matrícula debe renovarse todos los años, entre el 1º de enero y el 31 de marzo, sin importar la fecha en que se haya efectuado la matrícula. Para la renovación se diligencia un nuevo formulario con la información actualizada o se realiza a través de Internet.

Las personas jurídicas pueden aprovechar la renovación anual para efectuar otras Inscripciones como nuevos representantes legales, administradores, reformas estatutarias, entre otros.

PASO 3. Matrícula Industria y Comercio Municipal.

El impuesto de Industria y Comercio es de carácter obligatorio. Recaerá sobre todas Las actividades industriales, comerciales, de servicios y financiera, que se ejerzan o realicen dentro de la jurisdicción del municipio, y que se cumplan en forma permanente u ocasional, tanto en inmuebles determinados, con establecimiento de comercio o sin ellos.

Al momento del comerciante realizar su matrícula en el Registro Mercantil, debe Diligenciar el formulario anexo DIAN-SM (DIAN Secretarías Municipales) estimando el promedio mensual de ingresos esperado en su empresa y la Cámara de Comercio reportará automáticamente a Industria y Comercio del Municipio de Medellín su inscripción.

Este documento no tiene ningún costo.

Del 2 al diez por mil (2 -10 x 1.000) mensual para actividades comerciales y de servicios. (Art. 33 Ley 43 de 1983).

Para dar cumplimiento a la Ley 232 de 1995, los comerciantes deberán reportar a la Oficina de planeación correspondiente la apertura de la actividad económica, indicando la ubicación y actividad que se va a desarrollar.

Esta notificación se puede hacer por Internet o por comunicación escrita o verbal, lo Que manifieste el comerciante se considerará de buena fe y por ende, se dará por hecho cierto, sujeto a verificaciones posteriores Este proceso de inscripción no tiene ningún costo.

Una de las obligaciones que se tiene es informar el cierre del establecimiento de Comercio o el cambio de actividad económica del establecimiento.

Una vez realizados estos cuatro pasos se obtiene:

- ✓ Inscripción en el Registro Mercantil.
- ✓ Asignación del NIT.
- ✓ Matrícula de Industria y Comercio.
- ✓ Pago del impuesto de Rentas Departamentales de Antioquia para el caso de sociedades (matrícula de persona natural no requiere el pago de este impuesto).
- ✓ Certificado del RUT por primera vez sin necesidad de desplazarse a la DIAN.
- ✓ Notificación de la apertura del establecimiento a Planeación Municipal.
- ✓ Registro mercantil y/o certificado de existencia y representación legal. Los formatos que debe diligenciar para realizar su matrícula son:
 - ✓ Carátula Única Empresarial.
 - ✓ Anexo Matrícula Mercantil.
 - ✓ Anexo DIAN – Secretaría Municipal (SM).
 - ✓ Formulario DIAN.

Una vez se constituye una empresa, su operación y funcionamiento a través de uno o más establecimientos de comercio, se debe cumplir con algunos requisitos fijados por el Estado con el fin de garantizar la salubridad, seguridad, tranquilidad, confianza y convivencia en el ejercicio de las diferentes actividades económicas que se desarrollen en la ciudad de Medellín. A continuación se referencian de manera general los requisitos que deben acreditar los establecimientos de comercio para su funcionamiento y operación legal. Además se relacionan las entidades a las que se deben contactar y los trámites que se deben cumplir ante ellas.

- a) **Cumplir con las condiciones sanitarias establecidas por la Ley 9ª de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia (todos los establecimientos).**

El Estado debe vigilar que las actividades económicas se desarrollen garantizando la salubridad individual y colectiva. Por ello se debe cumplir con unos requisitos sanitarios mínimos para asegurar el bienestar de la población que puede verse afectada.

Nota: No requiere certificado o permiso, sólo permitir verificación de cumplimiento que la autoridad sanitaria realiza periódicamente. El comerciante debe acreditar el cumplimiento de las exigencias sanitarias de la Ley 9ª de 1979 y sus decretos reglamentarios. Si el comerciante lo requiere, puede solicitar la expedición de un concepto sanitario, resultado de la evaluación técnica de las condiciones sanitarias del establecimiento.

La entidad encargada de realizar esta visita es la Secretaría de Salud del Municipio De Medellín.

El concepto sanitario se debe solicitar en la Secretaría de Salud del Municipio de Medellín. Posteriormente, asistirá al establecimiento un funcionario que deberá acreditar su identidad e identificación como autoridad sanitaria.

Dicho funcionario inspeccionará las condiciones higiénico-sanitarias verificando que se cumplan de acuerdo con la normatividad vigente y levantará un acta de visita donde se emita el concepto técnico sanitario del establecimiento y de los servicios, el cual podrá ser favorable, pendiente o desfavorable.

Este permiso se debe tramitar desde la apertura del establecimiento de comercio. La Vigencia se debe cumplir durante toda la existencia del establecimiento de comercio. Para este trámite no requiere ningún tipo de documentación.

El valor será liquidado al momento de presentar la solicitud de acuerdo con la Actividad económica y ubicación del establecimiento de comercio. Las obligaciones que se adquieren es cumplir con las normas de condiciones sanitarias óptimas.

b) Seguridad de establecimientos abiertos al público.

Consiste en un certificado que expide el Cuerpo de Bomberos del municipio en el que consta que el local donde funcionará la empresa o establecimiento de comercio reúne normas mínimas de seguridad que permita minimizar los riesgos en procura de proteger a los usuarios, visitantes y empleados, su vida e integridad física.

Este trámite se realiza ante el Cuerpo de Bomberos del municipio de Medellín, los cuales verifican lo siguiente:

Se realiza una inspección ocular en la que se constatan algunos elementos como:

- Extintor.
- Equipo de seguridad.
- Instalaciones eléctricas en buen estado.
- Puertas de acceso y salida sin obstáculos.

Para realizar esta solicitud se debe hacer lo siguiente:

Solicitud a través de una carta al Cuerpo de Bomberos del municipio de Medellín con los siguientes datos:

- Dirección del establecimiento de comercio.
- Número de teléfono.
- Número de NIT.
- Barrio donde está ubicado.
- Nombre completo de representante legal o propietario.
- Número de cédula del representante legal o propietario.
- El área en metros cuadrados del establecimiento de comercio.
- Anexar copia del RUT.

El valor de este trámite se le liquidará a cada empresario al momento de entregar la Solicitud, pues el valor depende del área del establecimiento de comercio.

Se debe cumplir con este requisito desde la apertura del establecimiento de Comercio.

c) Registro de los libros de comercio.

Por exigencia de las disposiciones legales los comerciantes deben registrar sus Libros de comercio en la cámara de comercio de su jurisdicción.

Este registro de libros garantiza la eficacia probatoria de los mismos, así como el orden y la transparencia suministrando la información con fidelidad y veracidad en relación con los asientos contenidos en éstos. Si se trata de persona natural deberá registrar en la cámara de comercio de su jurisdicción los libros de comercio que se enumeran más adelante.

Si es persona jurídica deberá solicitar, además, la inscripción de los siguientes libros: de actas, de socios, de acciones, entre otros.

El proceso de registro de los libros en la cámara lo pueden realizar los comerciantes en el momento de la matrícula, para ello basta diligenciar un formato y efectuar el pago respectivo.

Asimismo podrá traerlos físicamente marcados con la solicitud correspondiente o Adquirirlos en cualquiera de las taquillas del Centro de Atención Empresarial CAE.

Se debe elaborar una carta en la cual se solicite el registro de los libros, en esta carta

Se debe indicar el nombre del libro que se va a registrar, su numeración y codificación. Ejemplo:

Libro de Actas de la hoja 001 a la hoja 100, código AC.

Los libros más usuales son:

- Diario
- Libro Mayor y Balances
- Inventarios
- Libro de Actas
- Registro de Socios
- Registro de Asambleas y de Juntas

El trámite para el registro de los libros de debe hacer inmediatamente después de Haber realizado la matrícula mercantil. Solo se pueden registrar libros en blanco y el costo de cada libro cuesta \$10.700.

d) **Cumplir con las normas de usos del suelo.**

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

e) Cumplimiento de obligaciones laborales y de seguridad social con sus trabajadores.

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

f) Solicitud de autorización para numeración de Facturación – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN.

Como persona jurídica y responsable del impuesto sobre las ventas, IVA, debe solicitar Autorización para la numeración de las facturas que debe imprimir.

El trámite es el siguiente:

a) Formato debidamente diligenciado en original y copia de la solicitud de Autorización para la numeración, de acuerdo con las instrucciones que se encuentran en el respaldo del formato.

b) Fotocopia de la cédula original o contraseña del representante legal.

c) Fotocopia del RUT. Si el trámite no se realiza personalmente, debe mediar poder otorgado en debida forma.

d) Certificado de la Cámara de Comercio vigente (con menos de tres meses de expedición).

e) **Renovación anual de la matrícula mercantil:** la renovación debe hacerse cada año, entre el 1º de enero y el 31 de marzo, ante la Cámara de Comercio.

Este trámite puede realizarlo a través de la página web www.camaramedellin.com y en el menú Registro Empresarial seleccione el link Registro Mercantil y por último Renovación Virtual.

La renovación de la matrícula mercantil es un trámite legal que debe ser efectuado por todas las personas naturales y jurídicas que ejerzan actividades comerciales y que están registradas en la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. Renovar consiste en la confirmación de la existencia del comerciante y sus establecimientos de comercio.

La renovación puede realizarse a través de los siguientes instrumentos:

- Formulario pre diligenciado.
- Formulario virtual.
- Formulario Único Empresarial.

El Código de Comercio establece que entre el 1º de enero y el 31 de marzo de cada Año, los comerciantes deben renovar su matrícula y la de sus establecimientos de comercio, sea cualquiera la fecha de su matrícula o última renovación, a fin mantener la información mercantil vigente.

La matrícula mercantil permanece vigente mientras el comerciante no solicite su Cancelación. Sin embargo, en el primer trimestre de cada año debe efectuar la citada renovación mercantil. El valor de la renovación depende de los activos que tenga declarados. Las tarifas son fijadas, anualmente, por el Gobierno Nacional.

g) Diligenciamiento y presentación de declaraciones tributarias nacionales ante laDIAN6.

Si su empresa es responsable del IVA, es agente retenedor o declarar renta, debe Tener muy presentes tanto los plazos como las tarifas en relación con cada uno de los tributos nacionales.

h) Declaración de Industria y Comercio.

Los empresarios deben presentar durante los cuatro (4) primeros meses de cada año, Ante el municipio de Medellín, la declaración privada correspondiente a los ingresos brutos del año inmediatamente anterior.

Esta declaración sirve para que la Subsecretaría de Rentas actualice el impuesto Facturado.

Es posible realizar la Declaración de Industria y Comercio a través de la página www.camaramedellin.com en el link Declaración de Industria y Comercio habilitado únicamente durante los tiempos establecidos por la ley para presentar la declaración.

Entidad responsable: Subsecretaría de Rentas Municipales de Medellín.

Tramites que se deben pagar	Costo
Registro mercantil	\$ 239.000
Libros de contabilidad	\$ 64.200
Impuesto Industria y comercio	\$ 140.000
Certificados especiales (bomberos)	\$ 37.000
Gastos varios (copias, entre otros)	\$ 8.700
TOTAL	\$ 348.900

(CCM, 2014)

El Gobierno Nacional, mediante el Decreto 393 de 2002 estableció los derechos por registro y renovación de la matrícula mercantil, establecimientos de comercio, sucursales o agencias, derechos de cancelaciones y mutaciones y derechos por inscripción de libros y documentos, así como el valor del formulario y los certificados expedidos por las Cámaras.

La matrícula de los comerciantes o su renovación en el Registro Público Mercantil, causará anualmente los siguientes derechos liquidados de acuerdo al monto de sus activos:

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	1.232.000	5,24	32.000
2	4	1.232.000	2.464.000	7,34	45.000
4	5	2.464.000	3.080.000	9,79	60.000
5	7	3.080.000	4.312.000	10,84	67.000
7	9	4.312.000	5.544.000	12,94	80.000
9	11	5.544.000	6.776.000	14,68	90.000
11	12	6.776.000	7.392.000	16,08	99.000
12	14	7.392.000	8.624.000	17,83	110.000
14	16	8.624.000	9.856.000	20,28	125.000
16	18	9.856.000	11.088.000	22,38	138.000
18	19	11.088.000	11.704.000	23,78	146.000
19	21	11.704.000	12.936.000	25,52	157.000
21	23	12.936.000	14.168.000	26,92	166.000
23	25	14.168.000	15.400.000	28,67	177.000
25	26	15.400.000	16.016.000	30,77	190.000
26	28	16.016.000	17.248.000	31,82	196.000
28	30	17.248.000	18.480.000	33,57	207.000
30	31	18.480.000	19.096.000	35,66	220.000
31	33	19.096.000	20.328.000	37,41	230.000
33	35	20.328.000	21.560.000	38,81	239.000
35	52	21.560.000	32.032.000	45,45	280.000
52	70	32.032.000	43.120.000	54,54	336.000
70	87	43.120.000	53.592.000	63,99	394.000
87	105	53.592.000	64.680.000	73,43	452.000
105	123	64.680.000	75.768.000	83,57	515.000
123	140	75.768.000	86.240.000	93,01	573.000
140	158	86.240.000	97.328.000	103,15	635.000
158	175	97.328.000	107.800.000	113,29	698.000
175	192	107.800.000	118.272.000	131,47	810.000
192	210	118.272.000	129.360.000	133,92	825.000

(CCM, 2014)

RANGO DE ACTIVOS		RANGO DE ACTIVOS		TARIFA	TARIFA
En salarios minimos		En pesos		%S.M.M.L.V	EN \$
Mayor a	Menor o igual	Mayor a	Menor o igual		
210	228	129.360.000	140.448.000	136,36	840.000
228	245	140.448.000	150.920.000	138,81	855.000
245	262	150.920.000	161.392.000	141,61	872.000
262	280	161.392.000	172.480.000	143,71	885.000
280	297	172.480.000	182.952.000	146,50	902.000
297	316	182.952.000	194.656.000	148,95	918.000
316	332	194.656.000	204.512.000	151,05	930.000
332	350	204.512.000	215.600.000	154,20	950.000
350	524	215.600.000	322.784.000	159,44	982.000
524	700	322.784.000	431.200.000	166,08	1.023.000
700	875	431.200.000	539.000.000	171,33	1.055.000
875	1.050	539.000.000	646.800.000	175,52	1.081.000
1.050	1.224	646.800.000	753.984.000	179,02	1.103.000
1.224	1.399	753.984.000	861.784.000	181,82	1.120.000
1.399	1.574	861.784.000	969.584.000	183,92	1.133.000
1.574	1.748	969.584.000	1.076.768.000	186,01	1.146.000
1.748	2.098	1.076.768.000	1.292.368.000	188,46	1.161.000
2.098	2.448	1.292.368.000	1.507.968.000	191,26	1.178.000
2.448	2.797	1.507.968.000	1.722.952.000	193,36	1.191.000
2.797	3.147	1.722.952.000	1.938.552.000	194,75	1.200.000
3.147	3.497	1.938.552.000	2.154.152.000	196,85	1.213.000
3.497	5.245	2.154.152.000	3.230.920.000	200,35	1.234.000
5.245	6.993	3.230.920.000	4.307.688.000	205,94	1.269.000
6.993	8.741	4.307.688.000	5.384.456.000	212,94	1.312.000
8.741	10.490	5.384.456.000	6.461.840.000	218,88	1.348.000
10.490	12.238	6.461.840.000	7.538.608.000	220,98	1.361.000
12.238	13.986	7.538.608.000	8.615.376.000	223,78	1.378.000
13.986	15.734	8.615.376.000	9.692.144.000	226,92	1.398.000
15.734	17.483	9.692.144.000	10.769.528.000	231,47	1.426.000
17.483	34.965	10.769.528.000	21.538.440.000	244,06	1.503.000
34.965	69.930	21.538.440.000	43.076.880.000	245,10	1.510.000
69.930	104.895	43.076.880.000	64.615.320.000	246,15	1.516.000
104.895	139.860	64.615.320.000	86.153.760.000	246,85	1.521.000
139.860	174.825	86.153.760.000	107.692.200.000	247,55	1.525.000
174.825	349.650	107.692.200.000	215.384.400.000	248,25	1.529.000
349.650	699.300	215.384.400.000	430.768.800.000	251,05	1.546.000
699.300	874.125	430.768.800.000	538.461.000.000	256,99	1.583.000
874.125	En Adelante	538.461.000.000	En adelante	259,79	1.600.000

(CCM, 2014)

25. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

CALENDARIO APOORTE DE SOCIOS				Fecha y monto
SOCIO	MONTO ANUAL	MOMENTO	DISTRIBUCIÓN DINERO	trimestral
Kelly Castaño	\$ 4'500.000	Inicio de Sociedad	Para gastos pre operativos y activos fijos	Cada trimestre iniciando desde el 2 de Febrero del 2015 se dará \$1'125,000
Paola Gutiérrez	\$4'500.000	Inicio de Sociedad	Para gastos pre operativos y activos fijos	Cada trimestre iniciando desde el 2 de Febrero del 2015 se dará \$1'125,000
Laura Jiménez	\$4'500.000	Inicio de Sociedad	Para gastos pre operativos y activos fijos	Cada trimestre iniciando desde el 2 de Febrero del 2015 se dará \$1'125,000

Mateo Sepúlveda	\$4'500.000	Inicio de Sociedad	Para gastos pre operativos y activos fijos	Cada trimestre iniciando desde el 2 de Febrero del 2015 se dará \$1'125,000
TOTAL APORTE DE CAPITAL SOCIAL			\$18'000.0000	

Fuente: Análisis propio

Cada socio realizó un aporte de \$1'125.000 trimestral equivalente a \$4'500.000 Anuales por cada socio en efectivo para cubrir gastos pre-operativos y activos fijos. Para un total de \$18'000.000 de recursos propios.

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

El préstamo se realizara con el banco AV Villas

Monto del Préstamo:	\$ 89,689,556
Intereses (efectivo Mensual):	2.13%
Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	Vencida

Fuente: Excel (Análisis financiero)

Fecha de desembolso: 18 de abril del 2015

Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo	Fechas de pago
0				\$ 89.689.556	18/04/2015
1	\$ 2.662.034	\$ 1.910.388	\$ 751.647	\$ 88.937.909	18/05/2015
2	\$ 2.662.034	\$ 1.894.377	\$ 767.657	\$ 88.170.253	18/06/2015
3	\$ 2.662.034	\$ 1.878.026	\$ 784.008	\$ 87.386.245	18/07/2015
4	\$ 2.662.034	\$ 1.861.327	\$ 800.707	\$ 86.585.538	18/08/2015
5	\$ 2.662.034	\$ 1.844.272	\$ 817.762	\$ 85.767.776	18/09/2015
6	\$ 2.662.034	\$ 1.826.854	\$ 835.181	\$ 84.932.595	18/10/2015
7	\$ 2.662.034	\$ 1.809.064	\$ 852.970	\$ 84.079.625	18/11/2015
8	\$ 2.662.034	\$ 1.790.896	\$ 871.138	\$ 83.208.487	18/12/2015
9	\$ 2.662.034	\$ 1.772.341	\$ 889.693	\$ 82.318.794	18/01/2016
10	\$ 2.662.034	\$ 1.753.390	\$ 908.644	\$ 81.410.150	18/02/2016
11	\$ 2.662.034	\$ 1.734.036	\$ 927.998	\$ 80.482.152	18/03/2016
12	\$ 2.662.034	\$ 1.714.270	\$ 947.764	\$ 79.534.387	18/04/2016
13	\$ 2.662.034	\$ 1.694.082	\$ 967.952	\$ 78.566.436	18/05/2016
14	\$ 2.662.034	\$ 1.673.465	\$ 988.569	\$ 77.577.867	18/06/2016
15	\$ 2.662.034	\$ 1.652.409	\$ 1.009.626	\$ 76.568.241	18/07/2016
16	\$ 2.662.034	\$ 1.630.904	\$ 1.031.131	\$ 75.537.110	18/08/2016
17	\$ 2.662.034	\$ 1.608.940	\$ 1.053.094	\$ 74.484.017	18/09/2016

18	\$ 2.662.034	\$ 1.586.510	\$ 1.075.525	\$ 73.408.492	18/10/2016
19	\$ 2.662.034	\$ 1.563.601	\$ 1.098.433	\$ 72.310.059	18/11/2016
20	\$ 2.662.034	\$ 1.540.204	\$ 1.121.830	\$ 71.188.229	18/12/2016
21	\$ 2.662.034	\$ 1.516.309	\$ 1.145.725	\$ 70.042.504	18/01/2017
22	\$ 2.662.034	\$ 1.491.905	\$ 1.170.129	\$ 68.872.375	18/02/2017
23	\$ 2.662.034	\$ 1.466.982	\$ 1.195.053	\$ 67.677.323	18/03/2017
24	\$ 2.662.034	\$ 1.441.527	\$ 1.220.507	\$ 66.456.815	18/04/2017
25	\$ 2.662.034	\$ 1.415.530	\$ 1.246.504	\$ 65.210.311	18/05/2017
26	\$ 2.662.034	\$ 1.388.980	\$ 1.273.055	\$ 63.937.257	18/06/2017
27	\$ 2.662.034	\$ 1.361.864	\$ 1.300.171	\$ 62.637.086	18/07/2017
28	\$ 2.662.034	\$ 1.334.170	\$ 1.327.864	\$ 61.309.222	18/08/2017
29	\$ 2.662.034	\$ 1.305.886	\$ 1.356.148	\$ 59.953.074	18/09/2017
30	\$ 2.662.034	\$ 1.277.000	\$ 1.385.034	\$ 58.568.041	18/10/2017
31	\$ 2.662.034	\$ 1.247.499	\$ 1.414.535	\$ 57.153.506	18/11/2017
32	\$ 2.662.034	\$ 1.217.370	\$ 1.444.664	\$ 55.708.841	18/12/2017
33	\$ 2.662.034	\$ 1.186.598	\$ 1.475.436	\$ 54.233.405	18/01/2018
34	\$ 2.662.034	\$ 1.155.172	\$ 1.506.863	\$ 52.726.543	18/02/2018
35	\$ 2.662.034	\$ 1.123.075	\$ 1.538.959	\$ 51.187.584	18/03/2018
36	\$ 2.662.034	\$ 1.090.296	\$ 1.571.739	\$ 49.615.845	18/04/2018
37	\$ 2.662.034	\$ 1.056.818	\$ 1.605.217	\$ 48.010.629	18/05/2018
38	\$ 2.662.034	\$ 1.022.626	\$ 1.639.408	\$ 46.371.221	18/06/2018
39	\$ 2.662.034	\$ 987.707	\$ 1.674.327	\$ 44.696.894	18/07/2018
40	\$ 2.662.034	\$ 952.044	\$ 1.709.990	\$ 42.986.903	18/08/2018

41	\$ 2.662.034	\$ 915.621	\$ 1.746.413	\$ 41.240.490	18/09/2018
42	\$ 2.662.034	\$ 878.422	\$ 1.783.612	\$ 39.456.878	18/10/2018
43	\$ 2.662.034	\$ 840.432	\$ 1.821.603	\$ 37.635.276	18/11/2018
44	\$ 2.662.034	\$ 801.631	\$ 1.860.403	\$ 35.774.873	18/12/2018
45	\$ 2.662.034	\$ 762.005	\$ 1.900.029	\$ 33.874.844	18/01/2019
46	\$ 2.662.034	\$ 721.534	\$ 1.940.500	\$ 31.934.344	18/02/2019
47	\$ 2.662.034	\$ 680.202	\$ 1.981.833	\$ 29.952.511	18/03/2019
48	\$ 2.662.034	\$ 637.988	\$ 2.024.046	\$ 27.928.465	18/04/2019
49	\$ 2.662.034	\$ 594.876	\$ 2.067.158	\$ 25.861.307	18/05/2019
50	\$ 2.662.034	\$ 550.846	\$ 2.111.188	\$ 23.750.119	18/06/2019
51	\$ 2.662.034	\$ 505.878	\$ 2.156.157	\$ 21.593.962	18/07/2019
52	\$ 2.662.034	\$ 459.951	\$ 2.202.083	\$ 19.391.880	18/08/2019
53	\$ 2.662.034	\$ 413.047	\$ 2.248.987	\$ 17.142.893	18/09/2019
54	\$ 2.662.034	\$ 365.144	\$ 2.296.891	\$ 14.846.002	18/10/2019
55	\$ 2.662.034	\$ 316.220	\$ 2.345.814	\$ 12.500.188	18/11/2019
56	\$ 2.662.034	\$ 266.254	\$ 2.395.780	\$ 10.104.408	18/12/2019
57	\$ 2.662.034	\$ 215.224	\$ 2.446.810	\$ 7.657.597	18/01/2019
58	\$ 2.662.034	\$ 163.107	\$ 2.498.927	\$ 5.158.670	18/02/2020
59	\$ 2.662.034	\$ 109.880	\$ 2.552.154	\$ 2.606.515	18/03/2020
60	\$ 2.662.034	\$ 55.519	\$ 2.606.515	\$ 0	18/04/2020

Fuente: Excel (Análisis financiero)

El préstamo se realizara a 60 meses con una cuota mensual de \$2'662.034

Especificando en la tabla los aportes a interés y al capital.

8.2 INGRESOS Y EGRESOS

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTOS		
VENTAS		PARTICIPACIÓN DEL TOTAL DE LAS VENTAS
Bolso Personalizado	\$ 70'000,000	100%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 70'000,000	100%

Fuente: Excel (Análisis financiero)

8.2.1.2 Otros Ingresos

No Aplica

8.2.2 EGRESOS

8.2.2.1 Inversiones

INVERSIONES

EXIGIBLES Y DISPONIBLES

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)			
Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	\$ 16.013.605,0	\$ 6.352.905,0	\$ 9.660.700,0
Gastos Preoperativos	\$ 938.900,0	\$ 938.900,0	\$ 0,0
Capital de Trabajo	\$ 97.089.956,1	\$ 0,0	\$ 97.089.956,1
Total Requerimientos Financieros			\$ 106.750.656,1

Fuente: Excel (Análisis financiero)

La inversión de los Activos Fijos es correspondiente a \$16'013.605 equivalente al Amueblamiento y equipos de oficina, además de los materiales y equipos de producción, dejando un requerimiento financiero de \$9'660,700. Los gastos pre operativos, requieren de una inversión de \$938.900, equivalentes a la constitución de la empresa y algunas actividades requeridas antes del inicio del funcionamiento de la empresa, el total de estos gastos serán asumidos en partes iguales por los socios. Para el capital de trabajo se requiere \$97'089.956.1, para cubrir los gastos administrativos, comerciales y producción por un mes.

8.2.2.2 COSTOS

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Plantilla de bolso	12,243	1	Unidades	\$ 12,243.24
Correas	7400	1	Unidades	\$ 7,400.00
Pasadores	500	1	Unidades	\$ 500.00
Cadenas	7600	1	Unidades	\$ 7,600.00
Botones	2400	1	Unidades	\$ 2,400.00
Laton antiguo	300	1	Unidades	\$ 300.00
Aros	1100	1	Unidades	\$ 1,100.00
Hebilla	4300	1	Unidades	\$ 4,300.00
Vinilos textiles para estampar	8,500	1	Unidades	\$ 8,500.00
Empaque	2,000	1	Unidades	\$ 2,000.00
Pega textil	60	2	Litros	\$ 120.00
Hilo	8	30	centimetros	\$ 243.75
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 46,706.99
Costo total mensual del producto				46'706,990

Fuente: Excel (Análisis financiero)

COSTOS FIJOS DE PRODUCCION

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES

Salarios sin prestaciones	\$ 1,400,000
Prestaciones Sociales(Prima de servicios +cesantías +intereses de cesantías+ vacaciones)	\$ 305,666
Aportes de Seguridad Social(Salud+ pensión+ riesgos profesionales)	\$ 294,310
Total Parafiscales	\$ 126,000
Servicios Públicos(Luz, agua)	\$ 800,000
UNE telecomunicaciones	\$ 50,000
Arriendo	\$ 700,000
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 3,675,976

Fuente: Excel (Análisis financiero)

Basados en este cuadro, podemos analizar que el costo de mayor influencia son los salarios, ya que representan la mayor inversión mensual en la parte de producción.

8.2.2.3 GASTOS

Gastos Administrativos y legales

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	
MENSUALES	

Salario sin prestaciones áreas administrativas	\$ 4.000.000
Prestaciones Sociales(prima de servicios+ cesantías + intereses de cesantías+ vacaciones)	\$ 873.332
aportes seguridad social(salud +pensión +riesgos profesionales)	\$ 840.888
total parafiscales	\$ 360.000
Mantenimiento (computadores 66.8 %)	\$ 100.000
Servicios públicos (luz y agua)	\$ 450.000
Administración del local incluye vigilancia	\$ 300.000
Internet y telefonía fija ilimitada y llamadas internacionales	\$ 200.000
Arriendo 80%	\$

	960.000
implementos de aseo (están en el numeral	\$ 241.846
implementos de oficina(están en el numeral	\$ 112.402
Salario sin prestaciones (empleados de oficios varios)	\$ 620.000
Prestaciones Sociales(prima de servicios+ cesantías+ intereses de cesantías+ vacaciones)	\$ 135.367
aportes seguridad social(salud+ pensión+ riesgos profesionales)	\$ 130.338
total parafiscales	\$ 55.800
Plan post-pago telefonía móvil un celular	\$ 100.000
Impuesto Industria y Comercio	\$ 140.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 9.619.973

Fuente: Excel (Análisis financiero)

El costo de mayor influencia en el área de administración son los salarios de los ejecutivos, debido a que es el salario más alto que debe costear mensualmente.

Gastos Distribución y Ventas

<p>COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS</p>

Salarios sin prestaciones	\$ 1,400,000
Prestaciones Sociales(Prima de servicios+ cesantías+ interés de cesantías +vacaciones)	\$ 305,666
Aportes seguridad social(Salud +pensión +riesgos profesionales)	\$ 294,310
Total parafiscales	\$ 126,000
Mantenimiento de página web	\$ 100,000
Ferias comerciales nacionales	\$ 500,000
Publicidad en redes sociales	\$ 300,000
Promociones	\$ 700,000
Arriendo 20%(ver especificaciones en el numeral 4.7.3)	\$ 400,000
Mantenimiento de los computadores 33.2%(ver especificaciones en el numeral 4.7.3)	\$ 50,000

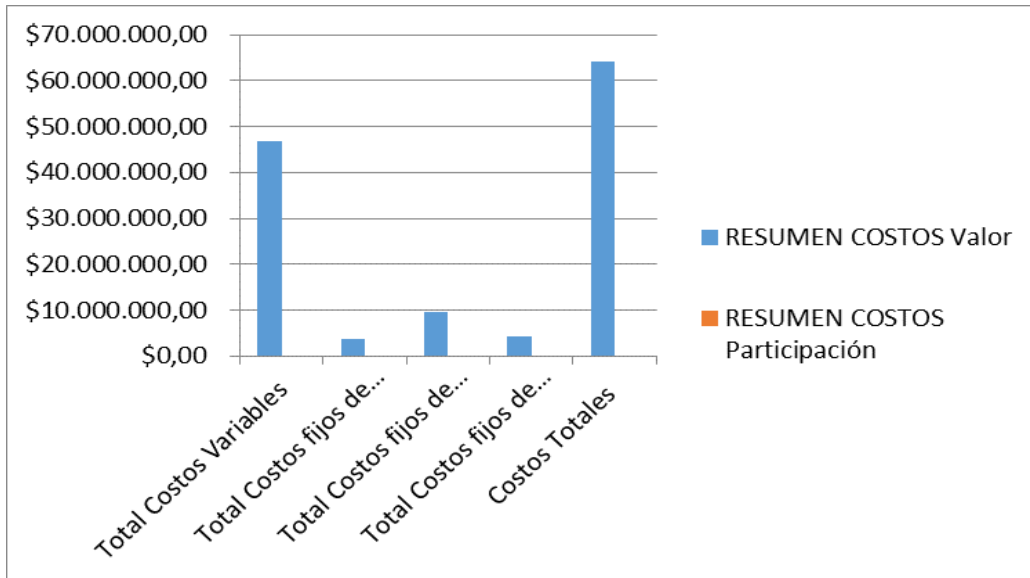
Plan post-pago telefonía móvil un celular	\$ 100,000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 4,275,976

Fuente: Excel (Análisis financiero)

Al igual que en los otros cuadros, los salarios son los que representan mayor inversión, puesto que nuestro personal debe ser capacitado e idóneo para desarrollar estas funciones, por lo tanto debe ser bien recompensado para que desarrollen sus actividades de la mejor forma posible.

RESUMEN COSTOS		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 46.706.990,0	72,66%
Total Costos fijos de producción	\$ 3.675.976,0	5,72%
Total Costos fijos de administración	\$ 9.619.973,0	14,97%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 4.275.976,0	6,65%
Costos Totales	\$ 64.278.915,0	100,00%

Fuente: Excel (Análisis financiero)



Fuente: Diseño propio (Excel)

Se puede concluir que los costos variables son los que exigen mayor inversión para la empresa, puesto que es la materia prima y los insumos necesarios para el desarrollo de los bolsos y posteriormente su venta.

Gastos Amortización de diferidos

No aplica

8.2.2.4 GASTOS FINANCIEROS

Periodo	Intereses	Fechas de pago
0		18/04/2015
1	\$ 1.910.388	18/05/2015
2	\$ 1.894.377	18/06/2015
3	\$ 1.878.026	18/07/2015
4	\$ 1.861.327	18/08/2015
5	\$ 1.844.272	18/09/2015
6	\$ 1.826.854	18/10/2015
7	\$ 1.809.064	18/11/2015
8	\$ 1.790.896	18/12/2015
9	\$ 1.772.341	18/01/2016
10	\$ 1.753.390	18/02/2016
11	\$ 1.734.036	18/03/2016
12	\$ 1.714.270	18/04/2016
13	\$ 1.694.082	18/05/2016
14	\$ 1.673.465	18/06/2016
15	\$ 1.652.409	18/07/2016
16	\$ 1.630.904	18/08/2016
17	\$ 1.608.940	18/09/2016
18	\$ 1.586.510	18/10/2016

19	\$ 1.563.601	18/11/2016
20	\$ 1.540.204	18/12/2016
21	\$ 1.516.309	18/01/2017
22	\$ 1.491.905	18/02/2017
23	\$ 1.466.982	18/03/2017
24	\$ 1.441.527	18/04/2017
25	\$ 1.415.530	18/05/2017
26	\$ 1.388.980	18/06/2017
27	\$ 1.361.864	18/07/2017
28	\$ 1.334.170	18/08/2017
29	\$ 1.305.886	18/09/2017
30	\$ 1.277.000	18/10/2017
31	\$ 1.247.499	18/11/2017
32	\$ 1.217.370	18/12/2017
33	\$ 1.186.598	18/01/2018
34	\$ 1.155.172	18/02/2018
35	\$ 1.123.075	18/03/2018
36	\$ 1.090.296	18/04/2018
37	\$ 1.056.818	18/05/2018
38	\$ 1.022.626	18/06/2018
39	\$ 987.707	18/07/2018
40	\$ 952.044	18/08/2018
41	\$ 915.621	18/09/2018

42	\$ 878.422	18/10/2018
43	\$ 840.432	18/11/2018
44	\$ 801.631	18/12/2018
45	\$ 762.005	18/01/2019
46	\$ 721.534	18/02/2019
47	\$ 680.202	18/03/2019
48	\$ 637.988	18/04/2019
49	\$ 594.876	18/05/2019
50	\$ 550.846	18/06/2019
51	\$ 505.878	18/07/2019
52	\$ 459.951	18/08/2019
53	\$ 413.047	18/09/2019
54	\$ 365.144	18/10/2019
55	\$ 316.220	18/11/2019
56	\$ 266.254	18/12/2019
57	\$ 215.224	18/01/2019
58	\$ 163.107	18/02/2020
59	\$ 109.880	18/03/2020
60	\$ 55.519	18/04/2020

Fuente: Excel (Análisis financiero)

El costo del interés inicial del préstamo va a ser de \$ 1.910.388, finalizando a los 60 meses en \$ 55.519.

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA ANUAL A 5 AÑOS

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 840.000.001	\$ 912.492.001	\$ 991.240.061	\$ 1.076.784.078	\$ 1.169.710.544
- Costos variables		\$ 560.483.881	\$ 577.298.397	\$ 594.617.349	\$ 612.455.869	\$ 630.829.545
- Costos fijos		\$ 210.863.100	\$ 217.188.993	\$ 223.704.663	\$ 230.415.803	\$ 237.328.277
Costos fijos de Producción		\$ 44.111.712	\$ 45.435.063	\$ 46.798.115	\$ 48.202.059	\$ 49.648.120
Costos fijos de Administración		\$ 115.439.676	\$ 118.902.866	\$ 122.469.952	\$ 126.144.051	\$ 129.928.372
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 51.311.712	\$ 52.851.063	\$ 54.436.595	\$ 56.069.693	\$ 57.751.784
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.683.795	\$ 3.683.795	\$ 3.683.795	\$ 3.683.795	\$ 3.683.795
- Intereses Credito		\$ 21.789.241	\$ 18.866.838	\$ 15.103.440	\$ 10.257.030	\$ 4.015.945
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 43.179.984	\$ 95.453.978	\$ 154.130.814	\$ 219.971.581	\$ 293.852.982
- Impuestos	\$ 0	\$ 14.681.195	\$ 32.454.353	\$ 52.404.477	\$ 74.790.337	\$ 99.910.014
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 28.498.789	\$ 62.999.625	\$ 101.726.337	\$ 145.181.243	\$ 193.942.968
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.683.795	\$ 3.683.795	\$ 3.683.795	\$ 3.683.795	\$ 3.683.795
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 89.689.556	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 104.524.931
Préstamos	\$ 89.689.556					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 109.275.601
Valor de Salvamento						-\$ 4.750.670
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 114.042.461	\$ 13.067.867	\$ 16.077.652	\$ 19.931.052	\$ 24.870.164	\$ 27.928.465
Activos Fijos	\$ 16.013.605					
Pago Credito (Capital)		\$ 10.155.169	\$ 13.077.572	\$ 16.840.970	\$ 21.687.380	\$ 27.928.465
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 938.900					
Capital de Trabajo	\$ 97.089.956	\$ 2.912.699	\$ 3.000.080	\$ 3.090.082	\$ 3.182.784	
FLUJO DE CAJA	-\$ 24.352.905	\$ 19.114.717	\$ 50.605.769	\$ 85.479.080	\$ 123.994.874	\$ 274.223.229

Tasa Interna de Retorno	22,42%
Valor Presente Neto	226.562.283
Tasa Interna de Retorno	161,64%

Fuente: Excel (Análisis financiero)

Con un estimado anual de variación porcentual de:

Precios: 2.00%

Ventas: 6.50%

Costos: 3.00%

Inflación: 3.00%

Podemos ver que el flujo de caja tiene un gran incremento por año, esto lo podemos evidenciar en el VALOR PRESENTE NETO, que paso de 85.805.245 en el primer año a 226.562.283 en el año 5, además que la TASA INTERNA DE RETORNO, paso de 18.04% en el primer año a 161,64% a los 5 años, lo cual indica que la empresa es estable y muestra un índice de rentabilidad alto.

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por concepto de Ventas	70.000.000	70.000.000	70.000.000	70.000.000	70.000.000	70.000.000	70.000.000	70.000.000	70.000.000	70.000.000	70.000.000	70.000.000
- Costo Variables	46.706.990	46.706.990	46.706.990	46.706.990	46.706.990	46.706.990	46.706.990	46.706.990	46.706.990	46.706.990	46.706.990	46.706.990
- Costos Fijos Producción	3.675.976	3.675.976	3.675.976	3.675.976	3.675.976	3.675.976	3.675.976	3.675.976	3.675.976	3.675.976	3.675.976	3.675.976
- Gastos Depreciación	417.229	417.229	417.229	417.229	417.229	417.229	417.229	417.229	417.229	417.229	417.229	417.229
= Utilidad Bruta en Ventas	19.199.805	19.199.805	19.199.805	19.199.805	19.199.805	19.199.805	19.199.805	19.199.805	19.199.805	19.199.805	19.199.805	19.199.805
- Costos fijos de Administración	9.619.973	9.619.973	9.619.973	9.619.973	9.619.973	9.619.973	9.619.973	9.619.973	9.619.973	9.619.973	9.619.973	9.619.973
- Costos Fijos de Ventas y Distribución	4.275.976	4.275.976	4.275.976	4.275.976	4.275.976	4.275.976	4.275.976	4.275.976	4.275.976	4.275.976	4.275.976	4.275.976
- Amortización de diferidos	15.648	15.648	15.648	15.648	15.648	15.648	15.648	15.648	15.648	15.648	15.648	15.648
= Utilidad Operativa	5.288.208	5.288.208	5.288.208	5.288.208	5.288.208	5.288.208	5.288.208	5.288.208	5.288.208	5.288.208	5.288.208	5.288.208
+ Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidad Antes de Impuestos	5.288.208	5.288.208	5.288.208	5.288.208	5.288.208	5.288.208	5.288.208	5.288.208	5.288.208	5.288.208	5.288.208	5.288.208
- Impuestos	1.797.991	1.797.991	1.797.991	1.797.991	1.797.991	1.797.991	1.797.991	1.797.991	1.797.991	1.797.991	1.797.991	1.797.991
= UTILIDAD NETA	3.490.217	3.490.217	3.490.217	3.490.217	3.490.217	3.490.217	3.490.217	3.490.217	3.490.217	3.490.217	3.490.217	3.490.217
- Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidades no Repartidas	3.490.217	3.490.217	3.490.217	3.490.217	3.490.217	3.490.217	3.490.217	3.490.217	3.490.217	3.490.217	3.490.217	3.490.217
Utilidades no Repartidas Acumuladas	3.490.217	6.980.434	10.470.651	13.960.868	17.451.085	20.941.302	24.431.519	27.921.736	31.411.954	34.902.171	38.392.388	41.882.605

Fuente: Excel (Análisis financiero)

Se puede decir, que las variables en el estado de resultados son constantes, sin embargo, las utilidades no repartidas acumuladas, muestran un significativo aumento , generando mayor rentabilidad a través de los meses para los socios y por ende a la empresa.

8.3.3 Balance General

No aplica

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

AÑO 1

Valor Presente Neto	84.809.835
---------------------	------------

Fuente: Excel (Análisis financiero)

AÑO 5

Valor Presente Neto	226.562.283
---------------------	-------------

Fuente: Excel (Análisis financiero)

Analizando estos dos resultados se puede notar que las utilidades de la empresa van en aumento, a través, de los años reponiendo no solo el capital, sino también generando mayores ganancias a los socios.

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

AÑO 1

Tasa Interna de Retorno	17,81%
-------------------------	--------

Fuente: Excel (Análisis financiero)

AÑO 5

Tasa Interna de Retorno	161,64%
-------------------------	---------

Fuente: Excel (Análisis financiero)

Según estos dos porcentajes, se analizó que la rentabilidad de la empresa, supera significativamente a la rentabilidad esperada en el transcurso de los años, cumpliendo satisfactoriamente con los objetivos de la empresa.

8.4.3 Indicadores Financieros proyectados

No aplica

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Disminución en las ventas -10.50%

Cambio Porcentual en las Ventas	-10,50%
Tasa de Retorno	1,70%
Valor Presente Neto	69.216.565
Tasa Interna de Retorno	18,26%

Fuente: Excel (Análisis financiero)

Ventas actuales

Tasa Interna de Rentabilidad	1,70%
Valor Presente Neto	84.809.835
Tasa Interna de Retorno	17,81%

Fuente: Excel (Análisis financiero)

Con un decrecimiento del -10.5% mensual, la demanda presento varios cambios en los datos, ya que el VPN pasó de 84.809.835 a 69.216.565 y el TIR pasó de 17,81% a 18.26%, lo cual muestra que pese a disminución en las variables la empresa sigue siendo rentable y sostenible.

8.4.5 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Disminución en el precio -10.50%

Cambio Porcentual en el Precio	-10,50%
Tasa de Retorno	1,70%
Valor Presente Neto	18.335.110
Tasa Interna de Retorno	4,64%

Fuente: Excel (Análisis financiero)

Precio actual

Tasa Interna de Rentabilidad	1,70%
Valor Presente Neto	84.809.835
Tasa Interna de Retorno	17,81%

Fuente: Excel (Análisis financiero)

Con una disminución del -10.5% en el precio, se puede notar que los cambios son Favorables, a pesar de que se generó una disminución en el VPN y la TIR. El VPN paso de 84.809.935 a 18.335.110 , y la TIR disminuyo de un 7.81% a 4.64%. dejándonos por resultado menores utilidades, pero sin dejar de ser rentable para los socios.

9. CONSIDERACIONES FINALES

Una vez desarrollado el proyecto del plan de negocio de importación y distribución de La tienda online de bolsos personalizados, se obtienen las siguientes conclusiones basadas en objetivos planteados al inicio de este proyecto

Desde el punto de vista comercial nuestro proyecto es viable fundamentados en los Datos encontrados, también a que implementaremos una serie de estrategias que nos permiten la promoción y distribución aptas para que nuestro producto le llegue al cliente en las mejores condiciones y en los tiempos adecuados.

En la parte técnica de nuestro proyecto podemos determinar que es totalmente Viable, ya que implementaremos un proceso de producción que nos permita responder positivamente a la demanda existente y potencial. Contaremos con un personal altamente calificado que nos permita la realización sin contratiempos de todas nuestras operaciones relacionadas con nuestra producción y distribución de los bolsos. También con unos equipos, enseres y locaciones que nos faciliten desarrollar las tareas de manera eficiente y oportuna para así garantizar una operación rentable.

En la parte organizacional determinamos que nuestra estructura tiene el fin de Flexibilizar la información a fin de que responda rápidamente a las necesidades que se generan tanto de manera interna como externa, así como de asegurar que exista un buen flujo de información, recursos y una adecuada delegación de actividades. Trataremos de reducir la jerarquía consiguiendo que cada persona se sienta en igual nivel ajustando la empresa a estructuras planas con personas motivadas y comprometidas con su trabajo.

Legalmente nuestro proyecto es viable, debido a que la empresa se constituirá bajo el Modelo de sociedad por acciones simplificadas (S.A.S). Y de acuerdo en lo que se estipula para su constitución cumplimos con cada uno de estos parámetros. Algo muy importante es que este tipo de sociedades se pueden iniciar con un capital no muy generoso y a medida que la empresa se esté solidificando económicamente este capital puede ser ampliado siendo esta una gran ventaja para nosotros al poner en práctica dicho proyecto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bon-bonite. (2014). Obtenido de <http://www.bon-bonite.com/>
- Banco De La Republica. (2014). *Sectores Economicos/ informes*. Obtenido de www.banrepcultural.org
- COLOMBIATIC. (2014). *MINIC Ministerio de Tecnología de la Información y la Comunicaciones*. Obtenido de www.colombiatic.mintic.gov.co
- DIAN. (2014). Obtenido de www.dian.gov.co
- DINERO. (26 de Agosto de 2013). *DINERO Colombianos hacen más shopping por internet* . Obtenido de www.dinero.com
- Velez (s.f.). Obtenido de <http://www.velez.com.co/es/>
- Inviertaencolombia. (Agosrto de 2014). *SISTEMA MODA*. Obtenido de www.inviertaencolombia.com.co
- karibik. (s.f.). Obtenido de <http://www.karibik.co/>
- PORTAFOLIO. (2014). *TLC*. Obtenido de www.portafolio.co
- PROEXPORT. (2014). *Sector Colombiano Texti*. Obtenido de www.proexport.com.co
- REVISTA DINERO. (2014). *Oportunidades para el sector textil*. Obtenido de www.dinero.com
- Stopjeans. (2014). Obtenido de <http://www.stopjeans.com/>
- THE WORLD FACTBOOK. (22 de Junio de 2014). *SOUTH AMERICA: COLOMBIA –People and Society* -. Obtenido de www.cia.gov
- TOTTO. (2014). Obtenido de <http://www.totto.com/>
- La mudi*. (2014). *Bodega en arriendo*. Medellin: <http://www.lamudi.com.co>.
- Regimen comun*. (2014). Medellin: www.gerencie.com/regimen-comun.html.

Comercio, C. d. (2014). *Constitucion de S.A.S.* Medellin:

www.camaramedellin.com.co/site/Tramites-Virtuales/Constitucion-virtual-de-SAS.aspx.

Medellin, C. (2014). *Guia de tramites legales para la constitucion de una empresa.* Medellin:

http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2011/tramites_constituci%C3%B3n_empresas.pdf.

Tarifas Registro mercantil. (2014). Medellin:

http://www.camaramedellin.com.co/tarifas_registropublicos_2014.pdf.