



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL

NOMBRE DEL PROYECTO
PLAN DE NEGOCIOS DE IMPORTACIONES DE
PLANCHAS INALÁMBRICAS

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

NOMBRE DE LOS GRADUADOS
MARÍA CAMILA PACHECO JIMENEZ
VALENTINA LONDOÑO BURGOS

PROFESORES GUÍAS:
MILTON CESAR TORO CADAVID

Año

2017

AGRADECIMIENTOS.

- Queremos agradecer a nuestros seres más queridos, nuestros padres y familiares quienes sin importar el cansancio y el sacrificio del tiempo familiar estuvieron apoyándonos física y moralmente, inculcándonos la importancia de estudiar para obtener un crecimiento personal y profesional.
- Al doctor Milton Cesar Toro Cadavid por su orientación durante la realización del proyecto, por sus grandes aportes que nos compartió desde su amplia experiencia profesional.
- Y a todos nuestros compañeros que con su presencia constante, aportes y comentarios que han sido de gran importancia para la realización de este proyecto, el cual nos ha brindado la oportunidad de lograr una de las metas más anheladas para nuestro crecimiento personal.

Índice

Año	0
Capítulo 1 INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.....	12
1. Nombre de la empresa y marca	12
1.1 Nombre de la empresa: Importaciones C&V S.A.S.....	12
1.2 Tipo de empresa: S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificada)	14
1.3 Descripción de la empresa.....	15
1.4 Misión y visión.....	17
1.4.1 Misión.....	17
1.5 Relación productos y/o servicios.....	17
1.6 Ventajas competitivas.....	18
Capítulo 2 Análisis del entorno y sector.....	20
2. Factores del Entorno.....	20
2.1 Análisis sectorial.....	31
Capítulo 3 ANÁLISIS DEL MERCADO.....	38
3.1 Objetivos de Mercadeo	38
3.2 Perfil del Mercado Potencial de los Bienes y/o Servicios.....	38
3.3 Cuantificación del mercado Meta para los Bienes y/o Servicios.....	39
3.4 Mercado Competidor.....	40
3.5 Mercado distribuidor.....	42
3.6 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación	43
3.6.1 Comunicación.....	43
3.6.2 Actividades de promoción y divulgación.....	45
3.7 Plan de Ventas.....	47
Capítulo 4 Análisis de Comercio Internacional.....	55
4.1 Tratados Comerciales.....	55
4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios.....	56
4.3 Requisitos y Vistos Buenos	57
4.4 Participación en Ferias Especializadas	57

4.5 Rutas de Acceso	59
4.6 Liquidación de costos de importación o exportación	61
Capítulo 5 ANÁLISIS TÉCNICO	63
5.1 Descripción del proceso de producción	63
5.2 Plan de Comercialización	64
5.3 Recursos materiales para la producción	65
5.3.1 Locaciones	65
5.3.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.	66
Televisor Led 43 Pulgadas Ultra Hd Smart tv.	69
Pantalla: UHD Dimming.....	69
Caja Registradora Casio Alfanumérica Térmica Pcr T-280.....	69
Teléfono Inalámbrico Panasonic KX-TGB210.....	69
Celular Samsung Galaxy J5	70
Sofá Esquinero Lyon 6 Puestos Tela Gris Home Collection	70
Mesa de centro Eclipse.....	70
Cantidad: 1 Unidad.....	70
Lamparas para Techo Vigo 3 Luces Rosca E27 Satín.	72
Mostrador	72
Espejo grande	72
Plancha inalámbrica para el cabello.....	73
Set de cepillo para peinar el cabello.....	73
5.3.3 Requerimientos de materiales e insumos	73
5.3.4 Requerimientos de servicios.	75

Capítulo 6 . ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	77
6.1 Estructura Organizacional del Negocio	77
6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional y Estructura de Personal	77
6.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio	79
Capítulo 7 ANÁLISIS LEGAL	81
7.1 Tipo de Organización empresarial	81
7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas	81
Capítulo 8 . ANÁLISIS FINANCIERO	84
8.1 Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad	84
8.2. Aportes de Capital de los Socios	85
8.3 Créditos y Préstamos Bancarios	86
8.4 Precios de los Productos	88
8.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos	88
8.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos	88
8.5.1 Ingresos	90
8.5.2 Egresos	90
8.5.3 Estados Financieros	92
8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Análisis de Sensibilidad	96
8.6 Conclusiones financieras	98

II Lista de ilustraciones

Ilustración 1.1 Registro de la marca -----	14
Ilustración 1.2 Registro de marca -----	15
Ilustración 1.3 Plancha Inalámbrica Para El Cabello -----	20
Ilustración 1.4 importaciones y exportaciones de electrodomésticos-----	22
Ilustración 1.5 importaciones-----	23
Ilustración 1.6 Inflación de Colombia -----	24
Ilustración 1.7 PIB de Colombia-----	24
Ilustración 1.8 PIB Per Cápita De Colombia -----	25
Ilustración 1.9 Mujeres Según Grupo De Edad -----	27
Ilustración 1.10 Personas Por Comuna O Corregimiento -----	28
Ilustración 1.11 Categorías De Los Objetivos A Estudiar-----	32
Ilustración 2.12 Ventas Del Sector De Electrodomésticos-----	34
Ilustración 2.13 Motivos De Disminución De Las Ventas Electrodomésticos -----	35
Ilustración 2.14 Métodos De Pago Más Utilizados -----	35
Ilustración 2.15 Indicadores Financieros Del Sector De Electrodomésticos-----	36
Ilustración 2.16 Mercado Nacional De La Canasta De Electrodomésticos -----	37
Ilustración 3.0.17 Logotipo de la compañía -----	45
Ilustración 3.18 Empaque del producto -----	46
<i>Ilustración 3.19</i> Logo-Símbolo del producto -----	47
<i>Ilustración 3.20</i> Formula de estimación de muestra para la encuesta -----	49
Ilustración 3.21 Resultado de la pregunta No1-----	50
Ilustración 3.22 Resultado de la pregunta No 2-----	51
Ilustración 3.23 Resultado de la pregunta No 3-----	51
Ilustración 3.24 Resultado de la pregunta No 4-----	52
Ilustración 3.25 Resultado de la pregunta No 5-----	53
Ilustración 3.26 Resultado de la pregunta No 6-----	53

Ilustración 3.27 Resultado de la pregunta No 7-----	54
Ilustración 3.28.Resultado de la pregunta No 8-----	55
Ilustración 4.29 Participación de china en el mercado colombiano-----	57
Ilustración 4.0.20 Partida y subpartida arancelaria -----	58
Ilustración 4.31.Ruta Internacional -----	61
Ilustración 4.32 Ruta en el país importador -----	62
Ilustración 4.33 Cotización internacional -----	63
Ilustración 5.34 Local a arrendar -----	68
Ilustración 8.30.3 Indicadores financieros del sector de electrodoméstico -----	86
Ilustración 8.30.4 Estructura de capital -----	88
Ilustración 8.30.5 Créditos y préstamos bancarios -----	89
Ilustración 8.0.6 Ingresos propios del negocio -----	92
Ilustración 8.0.7 Gastos anticipados -----	93
Ilustración 8.40 Balance General -----	94
Ilustración 8.41 Estado de resultados -----	95
Ilustración 8.42 Flujo de caja -----	96
Ilustración 8.43 Criterios de Decisión1 -----	97
Ilustración 8.44 Criterios de decisión 2 -----	98
Ilustración 8.45 Criterios de decisión 3 -----	98
Ilustración 8.46 Criterios de Decisión 4 -----	99
Ilustración 8.47 Criterios de decisión 5 -----	99

III Lista de tablas

Tabla 1.1. Ficha Técnica Del Producto-----	19
Tabla 3.2. Alizz Professional-----	42
Tabla 3.3. Remington.-----	43
Tabla 3.4. Babyliss-----	44
Tabla 3.5. Gastos de Importaciones C&V S.A.S.-----	45
Tabla 3.6. Costos de promoción y divulgación-----	48
Tabla 4.7. Proyección de demanda mensual. -----	56
Tabla 4.8. Proyección de demanda anual-----	56
Tabla 4.9. Costos de la feria a asistir-----	61
Tabla 4.10. Cotización Internacional-----	64
Tabla 5.11. Proyección de demanda mensual-----	66
Tabla 5.12. Proyección de demanda anual-----	66
Tabla 5.13. Maquinaria, equipo, muebles y enseres.-----	75
Tabla 5.14. Materia prima e insumos.-----	75
Tabla 5.15. Requerimiento de servicios.-----	77
Tabla 8.16. Funciones y Habilidades de los participantes de la compañía-----	80
Tabla 8.17. Costos de la estructura organizacional de la compañía-----	81
Tabla 8.18. Inversión del capital de los socios.-----	88
Tabla 8.19. Tabla de amortización.-----	89
Tabla 8.20. Determinación del precio del producto.-----	91
Tabla 8.21. Inversiones.-----	92

IV Lista de abreviaturas y siglas

S.A.S: Sociedad por acciones simplificadas

CIIU: Código de clasificación industrial

PIB: Producto interno bruto

IVA: Impuesto sobre el valor añadido

DANE: Departamento administrativo nacional de estadísticas

CIF: Coste seguro y flete

TLC: Tratado de libre comercio

RUT: registro único tributario

DIAN: dirección de impuestos y aduanas nacionales

EPS: entidades prestadoras de salud

ARL: administradora de riesgos laborales

AFIDA: asociación internacional de ferias de américa latina

NIT: número de identificación financiera

TIR: tasa interna de retorno

VAN: valor actual neto

PRI: periodo de recuperación de la inversión

DOFA: debilidades oportunidades fortaleza y amenazas

VPN: valor presente neto

Glosario:

Bidisco: Es una empresa fabricante y exportadora ubicada en la ciudad de Dogguan China dedicada al sector de electrodomésticos, salud y belleza.

Marcaria: Es una compañía internacional que se ocupa de cada aspecto del registro y protección de nombres de dominio.

Producto interno bruto: Es el total de bienes y servicios producidos en un país durante un período de tiempo determinado. Incluye la producción generada por nacionales residentes en el país y por extranjeros residentes en el país, y excluye la producción de nacionales residentes en el exterior.

Tasa de intervención: El principal mecanismo de intervención de política monetaria usado por el Banco de la República para afectar la cantidad de dinero que circula en la economía, consiste en modificar la tasa de interés mínima que cobra a las entidades financieras por los préstamos que les hace, o la tasa de interés máxima que paga por recibirles dinero sobrante

PIB per cápita: Es un indicador económico que mide la relación existente entre el nivel de renta de un país y su población. Para ello, se divide el Producto Interior Bruto (PIB) de dicho territorio entre el número de habitantes.

Fan page: es una página web diseñada por personas que desean desarrollar o emprender un negocio por la red, donde se busca promocionar un artículo, producto y servicio para poder captar la atención de sus futuros clientes.

IVA: hace referencia a un tributo o impuesto que deben pagar los consumidores al estado por el uso de un determinado servicio o la adquisición de un bien.

Cinco fuerzas de Porter: Es un modelo de gestión empresarial desarrollado por Michael Porter que analiza un sector en función de cinco fuerzas existentes a través del análisis y la identificación. Esta estrategia le permite a la empresa conocer la competencia que tiene el sector en el que opera para poder realizar análisis con el objetivo de hacer frente a la situación.

Abstract

The business plan consists in the import of straight hair from China, in order to innovate in the national market, which is nowadays, is an indispensable product in the life of Colombian women, it is also a product that provides comfort for this project took into account legal aspects in Colombia to be able to market this product, for this process different aspects were taken into account, and various tools were used, in order to contextualize the product in the Colombian market, where topics such as , the environment of a country, the industry sector, the direct buyers, all in order to identify the threats and opportunities to the parties facing the company. Technical and administrative issues were also investigated where the importance of these factors for the constitution and good functioning of the company could be appreciated. Another important aspect that was related in the business plan was the financial model that helped to determine if the project was profitable in a certain time.

Resumen ejecutivo

El plan de negocio consiste en la importación de planchas inalámbricas desde China, con el fin de innovar en el mercado nacional ya que hoy en día este es un producto indispensable en la vida de la mujer colombiana, además es un producto que brinda comodidad para dicho proyecto se tuvieron en cuenta aspectos legales en Colombia para poder comercializar dicho producto, para dicho proceso se tuvieron en cuenta diferentes aspectos, y se utilizaron varias herramientas, con el fin de contextualizar el producto en el mercado Colombiano, donde se abarcaron temas como , el entorno de un país, el sector de la industria, los competidores directos , todo con el fin de identificar las amenazas y oportunidades a las cuales se enfrenta la compañía . También se indagaron temas técnicos y administrativos donde se pudo apreciar la importancia de estos factores para la constitución y el buen funcionamiento de la empresa. Otro aspecto importante que se relacionó en el plan de negocios fue el modelo financiero el cual ayudo a determinar si es el proyecto sería rentable en un periodo de tiempo determinado.

INTRODUCCIÓN:

En el presente trabajo de grado se va a evidenciar el proceso que requiere una compañía para dar su apertura con el fin de comercializar planchas inalámbricas para el cabello las cuales se han convertido en un producto indispensable en el tocador y bolso de una mujer.

Actualmente los seres humanos se encuentran en un mundo cambiante, donde a diario se ve la creación de nuevos aparatos tecnológicos, los cuales han de reemplazar las actividades domésticas de cada persona debido a la reducción del tiempo. Así mismo, se ha logrado crear dispositivos de lujo para las mujeres que quieren enaltecer su belleza interior y exterior, ya que, para ellas es muy importante la presentación personal para satisfacer su autoestima. Es por esto que día a día el cuidado del cabello se ha convertido en un asunto importante ya que un buen peinado hace sentir y lucir bella a la mujer en cualquier ocasión.

Por lo tanto, se dio la creación de una empresa llamada Importaciones C&V perteneciente a las S.A.S(Sociedad por Acciones Simplificadas), la cual se vio en la necesidad de comercializar un producto innovador y de gran importancia para satisfacer las necesidades de dichas mujeres que a diario se preocupan por sentirse cómodas y acordes con su belleza personal. Es por esto que al momento de realizar su creación se llevó a cabo un estudio a su mercado objetivo mediante la realización de una encuesta donde se evidencio cuantas personas están dispuestas a obtener este producto. También se demostraron cuáles eran las oportunidades y amenazas que tenía esta compañía para dar su apertura. Así mismo, se estableció su proyección de demanda, donde se permite definir cuantas unidades debe vender la compañía mensual y anualmente. Por otra parte, se realizaron actividades de promoción y divulgación a través de eventos promocionales, páginas web, redes sociales y radios para dar a conocer el producto a las mujeres de la ciudad de Medellín, donde se pretende establecer principalmente la empresa, al cabo del tiempo se busca expandir la marca a las 5 principales ciudades del país.

Capítulo 1 INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1. Nombre de la empresa y marca

1.1 Nombre de la empresa: Importaciones C&V S.A.S

Se eligió este nombre ya que es claro y conciso permitiendo su fácil recordación, además va de acuerdo a su actividad económica, conteniendo las iniciales de sus fundadores.

The screenshot shows the RUES website interface. At the top, there is a navigation bar with the RUES logo and the text 'Registro Único Empresarial y Social Cámaras de Comercio'. Below this, there is a search form with the following elements:

- A header: 'Realice aquí su consulta empresarial o social'
- A sub-header: 'Consulte si una empresa o persona natural está inscrita en el registro mercantil de las cámaras de comercio del país. Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades.'
- A set of tabs for 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.
- A text input field containing 'Razón social: Importaciones C&V S.A.S'.
- A 'Consultar' button.
- An 'Advertencia' (Warning) box: 'La consulta por Nombre no ha retornado resultados'.
- A footer with logos for RM (Registro Mercantil), RUP (Registro Único de Proponentes), ESA (Entidad Sin Animo de Lucro), and RNT (Registro Nacional de Turismo).
- Address information: 'CONFECAMARAS - Gerencia Registro Único Empresarial y Social Av. Calle 26 # 57-41 Torre 7 Of. 1501 Bogotá, Colombia'.

Ilustración 1.1 Registro de la marca.

Fuente: Rues, 2016. Registro unico unico empresarial y social cámaras de comercio.

El nombre de esta empresa no se encuentra registrado en la cámara de comercio, lo que está en total disposición para hacer uso de ella

Marca del producto: Bidisco

MARCARIA.com
TRADEMARK SEARCH

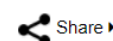
Menu Iniciar sesión

Regresar Buscar

País: Japón | Clases: Todas las clases | Estado: Todas | Estrategia de búsqueda: Búsqueda normal

Se encontraron 0 marcas idénticas

Se encontraron 0 marcas que contienen su término





 Estudio de Factibilidad de Marca El reporte contiene un análisis de búsqueda de marca y la opinión de abogados sobre las probabilidades de registro en Japón <input type="button" value="Solicitar"/>	 Registro de Marca en Japón Si está seguro acerca de las probabilidades de registro en Japón, comience el proceso de registro ahora. <input type="button" value="Solicitar"/>
---	--

Ilustración 1.2 Registro de la marca

Fuente: Marcaria, 2017. Registro de marca.

La marca no se encuentra registrada en marcaria, debido a que china no está disponible en esta página por lo que al hacer una importación sería conveniente registrarla acá en Colombia

A continuación, se muestra el proceso de registro de una marca en Colombia

Elegir la marca: Se debe elegir la marca que la empresa desea registrar, donde se debe tener en cuenta resaltar aspectos importantes de la empresa en dicha marca.

Clasificar el producto o servicio: elegir el producto que se pretende comercializar con la marca registrada, para este proceso se debe realizar la clasificación internacional Niza

Realizar la búsqueda de antecedentes marcarios: se debe tener en cuenta los antecedentes que tiene la marca, si bien antes ha sido usada o no, identidad obstáculos que se pueden presentar de ser así

El pago de la tasa oficial: tener en cuenta los costos que se generan al registrar la marca, teniendo en cuenta que la superintendencia expide una resolución donde fija las tasas requeridas para el registro de la marca.

El diligenciamiento del formulario correspondiente: se realiza mediante unos formularios que dispone la superintendencia, para los tramites y los documentos requeridos para registrar la marca (superintendencia de industria y comercio, s.f.)

Información general de la empresa exportadora

Bidisco es una empresa situada en China oriental fundada en el año 2000, se encuentra en Dongguan City, que es una ciudad muy conocida por su alta concentración de fábricas, esta empresa actualmente produce más de 2.000.000 de unidades anuales, es una marca que ha obtenido muchas certificaciones en diferentes países, gracias a sus productos de alta calidad, cuenta con 12 líneas de producción, un laboratorio independiente, y ha logrado patentar 27 de sus productos.

1.2 Tipo de empresa: S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificada)

Este tipo de empresa es muy conveniente, ya que no es necesario tener una junta directiva, además hay una mayor flexibilidad en cuanto a la regulación de los derechos patrimoniales, otra ventaja que ofrece es que no requiere una duración determinada, esto representa una reducción de costos para la empresa porque no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el plazo de duración vaya a caducar. Una de las más importantes es que la responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes, donde los accionistas no son responsables por las obligaciones laborales. La creación de una compañía S.A.S no requiere ninguno costo para su apertura, ya que el capital pagado puede ser 0. Adicional a eso al ser una empresa S.A.S, el gobierno colombiano apremia con descuentos en la matrícula mercantil, en los aportes de nóminas, costos parafiscales y aportes solidarios a la salud y en los impuestos de renta. (Censea, 2017)

La ley que le dio vida a este tipo de empresa (S.A.S) es la ley 1258 de 2008, la cual se encarga de brindar la información necesaria para los usuarios interesados en utilizar este tipo de empresa.

1.3 Descripción de la empresa

Importaciones C&V S.A.S es una empresa de tipo comercial dedicada a la importación de planchas inalámbricas para el cabello, dirigidos al sector de belleza específicamente a mujeres y salas de belleza dedicadas al cuidado del cabello. La empresa se diferencia de otras compañías por ofrecer un producto innovador y con un precio asequible para su público, además se encuentra ubicada en el parque de Belén ya que es un sector muy transitado y de fácil acceso el cual se beneficia por ser comercial y un punto estratégico de compras en la ciudad de Medellín.

Importaciones C&V S.A.S es una micro empresa conformada por 8 personas capacitadas, dedicadas para el cuidado del cabello lo que hace que la compañía sea más competitiva en el sector, preocupados por el bienestar y la satisfacción de sus clientes, obteniendo así un alto reconocimiento y una gran oportunidad de expandirse y ser la líder en diferentes ciudades de Colombia

Código CIU

4644 comercio al por mayor de aparatos y equipos de uso domestico

Esta clase incluye

El comercio al por mayor de todo tipo de electrodomésticos y gas domésticos: refrigeradores, lavadoras, máquinas para secar ropa, máquinas lavaplatos, aspiradoras, aparatos para calefacción, hornos, asadores, estufas, calentadores, entre otros, para uso doméstico.

El comercio al por mayor de artículos y utensilios de uso doméstico tales como cubiertos, vajillas, artículos de iluminación, cristalería, artículos de cerámica y utensilios de madera, de mimbre y de corcho para mesa, tocador, cocina o similares.

La reparación y el mantenimiento de electrodomésticos, cuando se realiza en asocio con su venta.

El comercio al por mayor de amplificadores, consolas, parlantes, entre otros.

El comercio al por mayor de equipos de reproducción de sonido, radio, televisión y comunicaciones; el comercio al por mayor de discos, cintas, CD, DVD, Blu-ray Disc y demás dispositivos de almacenamiento de audio y de video grabados.

Esta clase excluye

El comercio al por mayor de equipo emisor de radio y televisión. Se incluye en la clase 4652, «Comercio al por mayor de equipo, partes y piezas electrónicos y de telecomunicaciones».

El comercio al por mayor de muebles de oficina. Se incluye en la clase 4659, «Comercio al por mayor de otros tipos de maquinaria y equipo N.C.P.».

El mantenimiento y reparación de aparatos y equipo doméstico cuando se realizan en la misma unidad que los produce. Se incluyen en la clase 2750, «Fabricación de aparatos de uso doméstico».

El mantenimiento y reparación de electrodomésticos cuando no se realiza en asocio con su producción o comercio. Se incluyen en la clase 9522, «Mantenimiento y reparación de aparatos y equipos domésticos y de jardinería».

El comercio al por mayor de cintas, CD y DVD de sonido y video vírgenes. Se incluye en la clase 4652, «Comercio al por mayor de equipo, partes y piezas electrónicos y de telecomunicaciones». (Cámara de comercio, 2017)

1.4 Misión y visión

1.4.1 Misión

Somos una empresa comercializadora de planchas inalámbricas para el cabello, nos distinguimos por ofrecer un producto altamente competitivo en calidad y precio con una variedad de colores. Ofrecemos un producto dirigido a mujeres con espíritu juvenil y de consumo opcional para el resto del mercado, donde buscamos mejorar su autoestima y calidad de vida.

1.4.2 Visión

En el año 2022 tendremos un producto de alta calidad que capte la atención de sus clientes con el propósito de posicionarnos en las preferencias de los consumidores para establecernos en el mercado como una empresa líder y de referencia en artículos de gran importancia con un precio accesible.

1.5 Relación productos y/o servicios

A continuación se mostrará la ficha técnica de los productos donde se plasman algunas de sus especificaciones más importantes del producto

Nombre del producto	Tamaño del producto	Material	Modo de calefacción	Temperatura	Nw	Apagado	Características
Plancha inalámbrica para el cabello	200*35*40	Plástico	MCH	3 velocidades 200 F° 230 F° 350 F°	395GR	Automático o 30 minutos	Cargo de viaje plancha de pelo, tratamiento de infrarrojos, recargable para el teléfono, con indicador de luz de trabajo.

Tabla 15.1. Ficha Técnica Del Producto.

Fuente: Bidisco, 2017.



*Ilustración 1.3. Plancha Inalámbrica para el cabello.
Fuente: Alibaba 2017.*

Esta plancha inalámbrica es muy beneficiosa debido a su ausencia de cables a la hora de manipularla, brindando comodidad a los usuarios, a la vez proporciona una lámina de cerámica que protege el cabello de altas temperaturas, evitando fracturaciones para el cabello, incluso su placa cuenta con vitaminas restauradoras como el aceite de argán y esencia de aguacate.

Por otro lado tenemos que este producto cuenta con una innovadora tecnología de un puerto USB que permite cargar tu celular u otro dispositivo electrónico, además cuenta con una garantía de un año por fallas técnicas, no por rallones ni caídas.

1.6 Ventajas competitivas

Esta plancha se diferencia de la competencia ya que es inalámbrica lo que permite que sea portable a cualquier lugar y en cualquier momento, brindando facilidad a sus usuarios. Además es muy cómoda a la hora de su utilización domestica ya que se puede estar lejos de un toma corriente lo que permite estar más cerca a la vista de un espejo, adicionalmente,

como es recargable, su puerto USB puede ser utilizado en cualquier dispositivo electrónico, como el teléfono móvil , Mp3, Tablet, etc.

Distinciones competitivas

Importaciones C&V cuenta con diferentes estrategias para distinguirse de las otras empresas a la hora de llamar la atención del cliente, por ejemplo, da un entrenamiento de cómo usar la plancha y los diferentes usos de esta, además este producto tiene una garantía de 18 meses lo que hace que sea más confiable a la hora de comprar la plancha inalámbrica.

Capítulo 2 Análisis del entorno y sector

2. Factores del Entorno

Entorno económico:

En el sector económico de un país se debe tener en cuenta diferentes variables como las exportaciones e importaciones, inflación, tasa de interés, crecimiento económico, tasa de cambio, ingreso per cápita, entre otras, que servirán para analizar el comportamiento del país importador:

Exportaciones e importaciones

A continuación se mostrarán estadísticas donde se podrá ver el total de exportaciones e importaciones de electrodomesticos en Colombia entre 2012 a 2016



Ilustración 2.4. Exportaciones del sector de electrodomésticos.

Fuente: Andi, 2016. Importaciones y Exportaciones.

En la siguiente gráfica se verá los principales países de los cuales Colombia importa electrodomésticos, donde México y China son los principales proveedores de este sector a Colombia.

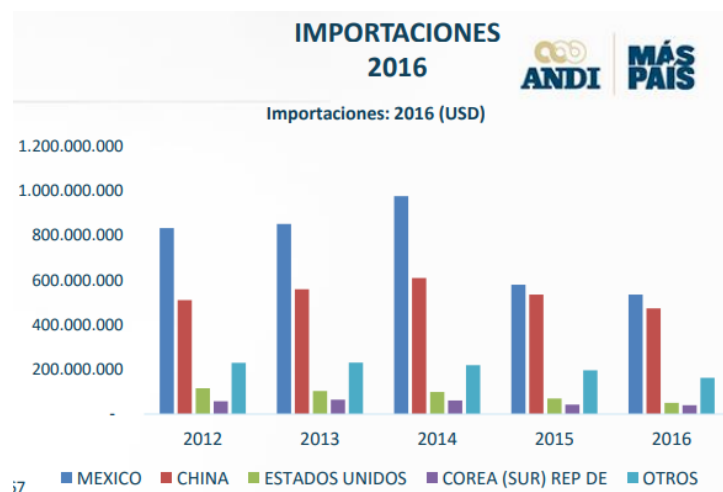
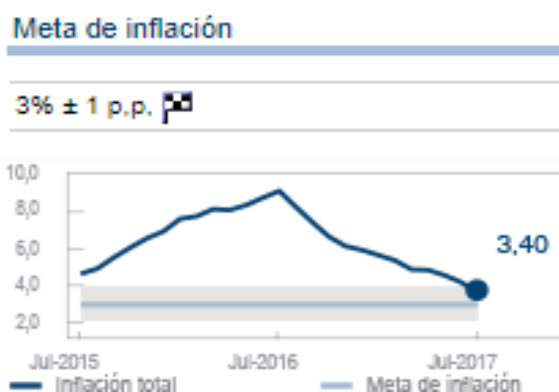


Ilustración 2.5. Importaciones del sector de electrodomésticos
 Fuente: Andi, 2016. Importaciones.

Inflación en Colombia:

En la siguiente grafica se muestra cómo se encuentra la inflación en Colombia para el mes de julio y muestra que está en 3,40 % lo que indica que está por encima de la meta fijada por el Banco de la Republica, de igual manera no se encuentra muy alta de manera que impacte en la economía colombiana.



*Ilustración 2.6. Inflación de Colombia.
Fuente: Banco de la república, 2017.*

Producto interno bruto (PIB)

En la siguiente grafica se ve la variación porcentual del PIB por rama de actividad, donde la rama que más disminuyó fue la explotación de minas y canteras y la que más aportó fue la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, por otro lado, se ve que el comercio, reparación, restaurantes y hoteles disminuyó un 0,5 % lo que quiere decir que indirectamente el sector de los electrodomésticos en cuanto a su comercialización ha disminuido. En general el producto interno bruto para el primer trimestre del 2017 respecto al 2016 aumento.

Variación porcentual - Series desestacionalizadas

Ramas de actividad	Variación porcentual (%)	
	Anual	Trimestral
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	7,7	1,6
Explotación de minas y canteras	-9,4	-2,3
Industria manufacturera	0,3	-0,4
Suministro de electricidad, gas y agua	-0,6	-0,2
Construcción	-1,4	-2,6
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	-0,5	-2,1
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	-0,3	0,1
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas	4,4	0,8
Actividades de servicios sociales, comunales y personales	2,2	1,4
Subtotal valor agregado	1,0	-0,3
Impuestos menos subvenciones sobre al producción e importaciones	2,7	0,3
PRODUCTO INTERNO BRUTO	1,1	-0,2

Ilustración 2.7 PIB de Colombia Fuente: DIAN, 2017. PIB trimestral.

Tasa de interés:

La tasa de interés de intervención en Colombia está en 5,50 % (Banrep, 2017) lo que significa que el banco de la republica lo que quiere es que haya una reactivación de la economía colombiana, lo cual favorece a los sectores económicos y a los hogares, lo cuales necesitan de préstamos crediticios para poder suplir algunas de sus necesidades. Es muy fundamental para el sector de los electrométricos ya que estos tienen una gran participación en el sector de los créditos para que los colombianos puedan acceder a sus productos de una manera más sencilla y con pagos prolongados y haber una tasa baja los demandantes solicitara más créditos financieros.

PIB per cápita

El ingreso per cápita en Colombia para el 2016 es de 5.85,61 USD (mundial, 2016) la cual ha bajado con respecto al año 2014 donde tuvo un pico de 7.960 , esto representa el ingreso por persona ,y la calidad de vida de los habitantes , esto también da a entender que los colombianos son catalogados con una calidad de vida medio alta en cuanto al consumo y poder adquisitivo.

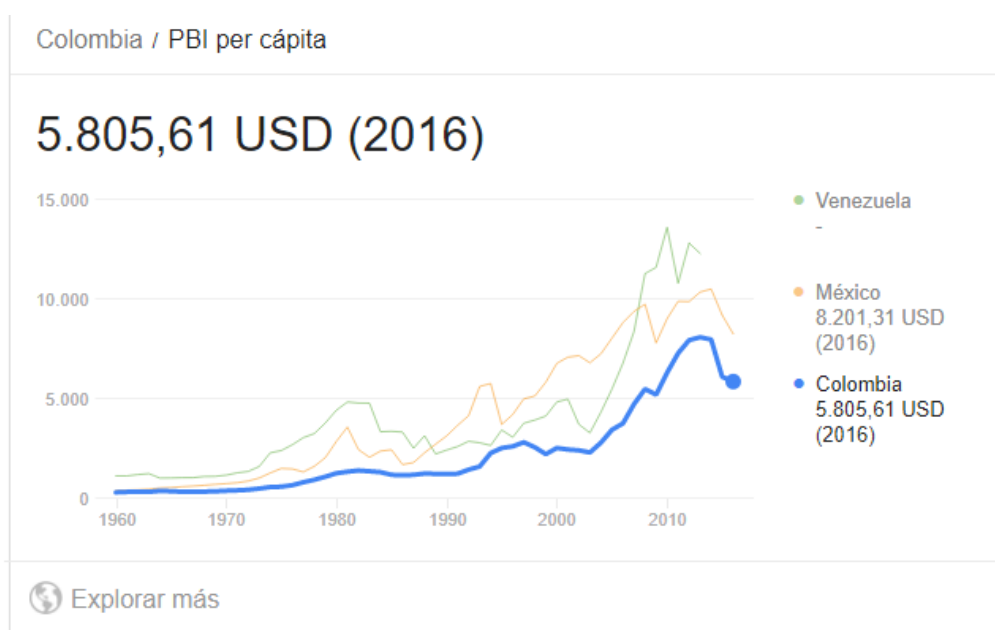


Ilustración 2.8 PIB Percapita de Colombia
Fuente: Banco Mundial, 2016.

Entorno tributario:

Las planchas eléctricas tienen un IVA del 19 %, lo cual encarece el producto y hace que posiblemente no sea de gran prioridad a la hora de comprarlo, además no es un producto de la canasta familiar lo que lo hace un producto de lujo, cabe también mencionar que el consumo en Colombia está un poco frenado por el IVA y se busca la reactivación de la economía a través de la reducción de las tasas de interés.

Y por otro lado el impuesto de renta este año es de 34% más 6% de sobretasa hacen que las utilidades de la empresa se reduzcan, según la reforma tributaria del 2016 se espera que para los años siguientes haya una tarifa única del 33% donde la empresa puede percibir más utilidades (DIAN, 2016)

Entorno sociocultural:**Demografía**

En Colombia hay una población de aproximadamente 49.291.609, donde 24.337747 son hombres y 24.293.862 son mujeres (DANE, 2017) Lo que representa una ventaja ya que la mayoría de la población son mujeres o sea que hay suficiente mercado para la distribución de planchas para cabello. Además, específicamente en Medellín se arrojaron unas cifras de un total de habitantes de 2.840.644 con 1.294.132 hombres y 1.546.512 mujeres (Alcaldía de Medellín, 2017) estas cifras son muy importantes a la hora de comercializar un producto de belleza ya que las mujeres son las que más invierten parte de su dinero en este tipo de producto.

Población de mujeres

En la siguiente grafica realizada por la alcaldía de Medellín, se puede observar que la mayoría de mujeres en Medellín se encuentran entre los 50 y 54 años y entre los 25 y 29 años, lo que es muy importante a la hora de incursionar en este mercado ya que las mujeres se empiezan a preocupar por el cuidado del cabello y por lucir mejor desde los 20 años en

adelante, aunque no se puede dejar atrás que las jóvenes entre los 15 y 19 años también son un público muy fundamental.

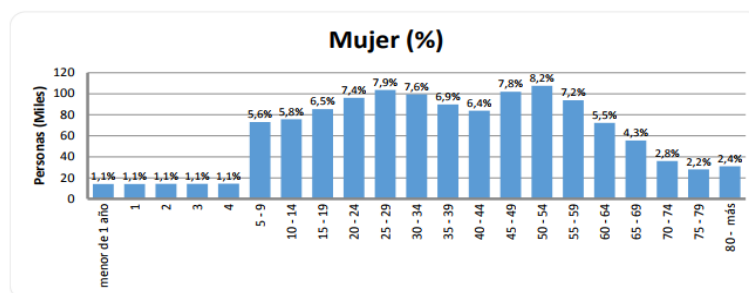


Ilustración 2.9. Mujeres según grupo de edad.
Fuente: Alcaldía de Medellín, 2015.

Educación:

En la siguiente grafica se puede ver que 310.744 de las mujeres en Medellín, actualmente están estudiando aunque no son unas cifras muy elevadas; es muy significativo porque hoy en día al tener cierto grado de educación influye a la hora de comprar ya que hay mayor exigencia por parte de las compradoras, tienden a ser muy selectivas a la hora de adquirir un nuevo producto, lo que lleva a que se fijen mucho en la calidad, marca, y hasta los sitios en donde comprar.

Comunas* y corregimientos	Hombre		¿Actualmente estudia? (asiste a salacuna, guardería, preescolar, escuela, colegio, técnico, tecnológico o universidad)		Moda	Mujer		¿Actualmente estudia? (asiste a salacuna, guardería, preescolar, escuela, colegio, técnico, tecnológico o universidad)		Moda
	Total	%	Si	No		Total	%	Si	No	
	1. Popular	61.768	5,33	18.967		42.801	No	68.601	5,26	
2. Santa Cruz	52.511	4,53	15.164	37.347	No	58.941	4,52	14.996	43.945	No
3. Manrique	76.510	6,60	21.091	55.419	No	83.148	6,37	20.697	62.451	No
4. Aranjuez	77.347	6,67	20.481	56.866	No	84.905	6,51	21.143	63.762	No
5. Castilla	70.942	6,12	16.565	54.377	No	78.809	6,04	16.623	62.186	No
6. Doce de Octubre	91.891	7,92	23.702	68.189	No	101.766	7,80	24.571	77.195	No
7. Robledo	81.378	7,02	21.746	59.632	No	90.282	6,92	21.785	68.497	No
8. Villa Hermosa	66.090	5,70	19.651	46.439	No	71.441	5,48	19.704	51.737	No
9. Buenos Aires	64.565	5,57	18.912	45.653	No	72.209	5,54	18.665	53.544	No
10. La Candelaria	41.741	3,60	9.959	31.782	No	43.764	3,35	9.260	34.504	No
11. Laureles Estadio	53.587	4,62	11.505	42.082	No	68.656	5,26	11.009	57.647	No
12. La America	43.034	3,71	9.992	33.042	No	53.244	4,08	8.826	44.418	No
13. San Javier	66.018	5,69	19.088	46.930	No	72.045	5,52	19.214	52.831	No
14. El Poblado	58.482	5,04	13.068	45.414	No	70.357	5,39	12.583	57.774	No
15. Guayabal	44.594	3,85	11.187	33.407	No	49.876	3,82	9.882	39.994	No
16. Belen	90.108	7,77	23.961	66.147	No	106.586	8,17	24.080	82.506	No
50. Palmitas	2.996	0,26	974	2.022	No	3.328	0,26	811	2.517	No
60. San Cristobal	37.899	3,27	11.431	26.468	No	41.559	3,19	11.621	29.938	No
70. Altavista	17.495	1,51	5.691	11.804	No	18.968	1,45	5.731	13.237	No
80. San Antonio de Prado	52.167	4,50	13.891	38.276	No	56.689	4,35	15.870	40.819	No
90. Santa Elena	8.636	0,74	2.288	6.348	No	9.389	0,72	2.318	7.071	No
Total	1.159.759	100%	309.313	850.446	No	1.304.563	100%	310.774	993.789	No

Ilustración 2.10. Personas Por Comuna O Corregimiento Que Actualmente Estudian.
Fuente: Alcaldía de Medellín, 2015.

Hábitos de consumo y tendencia en las familias:

Las mujeres colombianas son reconocidas mundialmente por su belleza y alegría, aunque son naturalmente hermosas también necesitan ayuditas extras que les permiten estar aún más bellas.

Según la revista (P&M, 2016) estos son algunos de los hábitos de las mujeres colombianas:

En los últimos 5 años las mujeres gastaron en promedio un 4% más de dinero en compras personales.

El lugar preferido de las mujeres entre los 25 y los 45 años para hacer las compras es el Centro comercial donde el pico de afluencia se produce entre las 6 y las 7 p.m. El 59% visita los centros comerciales semanalmente.

Los productos que más compraron en el último mes fueron Ropa interior, calzado y Ropa exterior

Demás productos y aparatos relacionados con la belleza

Por otro lado, hoy en día cada vez más las mujeres están teniendo participación en el mercado laboral lo que implica una reducción de tiempo disponible, este cambio crea la necesidad de adquirir productos portables que se puedan usar en cualquier momento, esto implica un sin número de inventos para facilitar la vida de las mujeres. Las planchas para cabello inalámbricas sería una de las mejores opciones ya que como se pudo observar anteriormente las mujeres colombianas quieren lucir siempre bellas por ende están dispuestas a utilizar aparatos eléctricos, siempre y cuando este las haga lucir mejor.

Entorno político:

De acuerdo a la información obtenida en el periódico el país se puede decir que: Actualmente Colombia se encuentra enfrentado una crisis política y económica debido a que el gobierno de Juan Manuel Santos durante su mandato se ha estancado en política social, ya que este dirigente solo se ha enfocado en los diálogos de paz con las farc, dejando a un lado el cumplimiento de los derechos y la opinión del pueblo. Mientras que este gobierno invierte dinero en dicho proceso, las consecuencias de este acto se han visto reflejadas económicamente en las personas, por lo que ha dejado a un lado la ayuda para la población de escasos recursos. Además las principales respuestas a este gobierno es que a diario muchos niños mueren por desnutrición, grandes deficiencias en la salud, aumento en los impuestos y cada día crece la inseguridad en los ciudadanos debido a la falta de empleo se han armado más bandas criminales que atentan con cada uno de ellos y con los campesinos. (Muñoz, 2013)

La inestabilidad política social ha llevado a que la economía del país no se vea afectada y tenga una gran ventaja de inversión, por lo que no se ven perjudicadas las relaciones comerciales con los países vecinos y en general a nivel nacional, ya que esto ha logrado un gran impacto en los hogares y sectores comerciales del país.

El sector donde se quiere incursionar es el de electrodomésticos, ya que la situación política de Colombia se encuentra estable lo que quiere decir que no sería un impedimento para ingresar al mercado, pues de estos productos la población prefieren los que son importados debido a mejor calidad y seguridad, según las marcas de exigencia que ellos quieren. De acuerdo con la ley 1480 de 2011, el objetivo de este ley es proteger a los consumidores

frente a los riesgos para su salud, seguridad y el acceso a una información adecuada para hacer la mejor opción de compra. Es por eso que para la importación de electrodomésticos a Colombia se deben regular los derechos y obligaciones surgidas entre las responsabilidades de productores y proveedores frente a los consumidores, para que no se vean afectados con publicidad engañosa y no sean víctimas de robo en ningún sector de la economía. (Ley 1480, 2011)

Entorno tecnológico:

La necesidad no solo de verse sino de sentirse bien ha llevado que los colombianos a diario se preocupen más por su presentación personal, por lo tanto, la industria de productos de la belleza y el cuidado personal han logrado un buen posicionamiento en América Latina, debido a esto a diario se ve la necesidad de buscar nuevas formas para atraer la atención de los consumidores, asimismo implementar nuevas tecnologías que distingan el producto y lo hagan ver más atractivo para su venta.

De acuerdo con la información obtenida en la revista Dinero se puede decir que Colombia es un mercado con gran oportunidad para los inversionistas, productores e importadores. Debido a que la industria de la belleza en los últimos años ha obtenido un buen crecimiento y desarrollo, ya que la belleza del cabello se ha convertido en un factor importante y relevante en la presentación personal de las mujeres, por lo tanto, la revolución de las máquinas se han convertido en un producto indispensable para las mujeres por lo que se dice que la venta para el año 2017 de planchas y accesorios para el cabello será de \$210.000 millones. (Revista Dinero, 2016).

En cuanto a la comercialización de planchas para el cabello, se puede decir que sus productores se enfocan más en innovar su tecnología. Lo que hace que hoy en día se busque conseguir cambios suficientes ante la demanda de sus consumidores. Por lo que se hace necesario idear nuevas alternativas de presentación para las planchas y agregarles un toque innovador que las diferencie de otras. También se debe tener en cuenta que se deben utilizar productos que no atenten con el cuidado del medio ambiente.

Por eso Importaciones C&V S.A.S se ve en la obligación de presentar un producto diferente a los otros. Esta empresa se centra en la comercialización de planchas inalámbricas para el cabello las cuales se distinguen de las otras por su toque innovador. Ya que cuenta con la ausencia del cable y un puerto USB el cual permite que esta sea de fácil acceso y manipulación en cualquier lugar de la ciudad. Además, es de gran beneficio porque es recargable y la disminución del consumo de energía aporta positivamente al cuidado del medio ambiente. Así mismo, cuenta con una cantidad de nutrientes los cuales son de gran importancia para el cuidado del cabello.

Entorno ecológico:

Hoy en día en Colombia con el gran desarrollo y crecimiento en las industrias ha logrado una gran preocupación, ya que en años anteriores no se tuvo en cuenta el cumplimiento de normas o medidas que llevaran a la conservación del medio ambiente. Además, la industrialización, el crecimiento de las ciudades y la población por falta de conocimiento a las normas han logrado la deforestación y la desaparición de los ecosistemas lo que ha provocado que el cambio climático avance cada día más afectando la salud del pueblo colombiano.

Debido a estas problemáticas, el gobierno se ha preocupado más por el cuidado del medio de ambiente, ya está trabajando fuertemente para mejorar la situación. Así mismo implemento un proyecto llamado “Plan de acción de biodiversidad” el cual busca mejorar el ambiente del país sin que se vea afectada su economía. (Minambiente, 2011).

Este proyecto se inclina por el uso adecuado de los recursos para tener un ambiente saludable, seguro y participativo en las distintas regiones del país para el cuidado de las generaciones presentes y futuras donde se pretende que estas, actúen responsablemente con el cuidado del planeta. Además este proyecto se enfoca en calidad ambiental, eco-eficiencia y de armonía socio ambiental. Donde se llevaran temas importantes como:

DE CALIDAD AMBIENTAL	DE ECOEFICIENCIA	DE ARMONIA SOCIOAMBIENTAL
Calidad del aire	Uso eficiente del espacio	Productividad y competitividad sostenibles
Calidad del agua y regulación hidrológica	Uso eficiente del agua	Cultura ambiental
Conservación y adecuado manejo de la fauna y la flora	Uso eficiente de la energía	Habitabilidad e inclusión
Calidad del suelo	Uso eficiente de los materiales	Ocupación armónica y equilibrada del territorio
Estabilidad climática		Socialización y corresponsabilidad
Gestión ambiental de riesgos y desastres		Ordenamiento y gestión de la Ciudad – Región
Calidad ambiental del espacio público		
Calidad sonora		
Calidad del paisaje		

*Ilustración 2.11. Categorías De Los Objetivos A Estudiar.
Fuente: Ambiente Bogotá.*

Con este proyecto, se pretende concientizar a las personas incentivándolas a que reciclen, disminuyan el consumo de energía y opten por el sistema de energía solar y eólica también se ha creado en las ciudades un sistema nacional de bicicletas el cual pretende eliminar la utilización de automóviles y carros de servicios públicos que atenten con el cuidado del medio ambiente.

Con relación a lo anterior, se puede decir que Colombia es una opción viable para la comercialización de planchas inalámbricas para el cabello por lo que es un producto innovador el cual beneficia el cuidado del medio ambiente por lo que cuenta con dos usos indispensables para las mujeres uno es cuidar su cabello y el otro es que permite cargar el celular con ausencia de cables lo que conlleva a que se logre la disminución del uso constante de energía.

Análisis DOFA

<p>Debilidades</p> <p>Falta de un buen servicio técnico para reparar las planchas.</p> <p>Poca información de difusión a los clientes.</p> <p>Debilidad en la red de distribución de los productos a nivel nacional.</p>	<p>Oportunidades</p> <p>Disponibilidad de un local.</p> <p>Ampliar la distribución de los productos a nivel nacional.</p> <p>Brindar servicios de postventa.</p> <p>Ofrece productos con precios accesibles.</p>
<p>Fortalezas</p> <p>Innovación del producto</p> <p>Tecnología avanzada</p> <p>Garantía proporcionada</p> <p>Ofrecer planchas inalámbricas de buena calidad.</p> <p>Tipos de temperatura permitidos para el planchado del cabello.</p>	<p>Amenazas</p> <p>Altos precios del dólar</p> <p>El gobierno Colombiano imponga a china un arancel alto, para la importación de electrodomésticos.</p> <p>Tecnología cambiante.</p> <p>Cambio de las necesidades y gustos de las consumidoras</p>

Cuadro 1.1. Análisis DOFA.

Fuente: Elaboración propia, 2017.

2.1 Análisis sectorial

Sector: Esta empresa pertenece al sector terciario, debido a que realiza comercialización de productos y servicios.

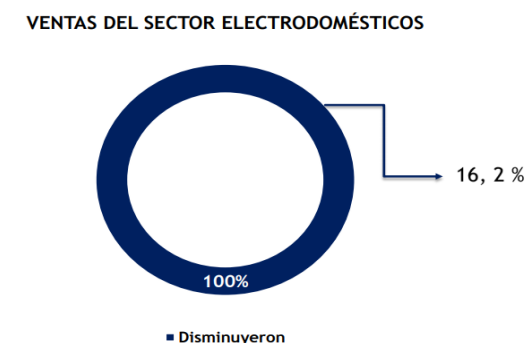
Estructura del sector:

Gremio: la entidad encargada de agrupar a las empresas de electrodomésticos es Fenalco

Clientes: Mujeres con espíritu juvenil que les guste verse bien y llevar siempre el cabello liso, con un rango de edad entre 18 y 50 años, las cuales tenga una capacidad de compra media, y dispuestas a adquirir y así disfrutar de la tecnología portable

Proveedores: Bidisco es el principal proveedor de la empresa importaciones C&V, este proveedor está ubicado en China y es el encargado de que la empresa siempre cuente con los mejores productos y de alta calidad, Bidisco tiene una capacidad de suministro de 1200 unidades por semana lo que es muy importante ya va a mantener la empresa siempre abastecida, además el 90% de sus productos están patentados

Competidores: los principales rivales de importaciones C&V son: Remington, Babyliss, Alizz, ya que son marcas que están posicionadas y preferidas en el mercado colombiano, estas marcas ofrecen una alta gama de productos de calidad con grandes beneficios para el cabello.



*Ilustración 2.12. Ventas Del Sector De Electrodomésticos.
Fuente: Fenalco Santander 2016.*

Según se evidencia en la gráfica, para el primer semestre del año 2016, las ventas del sector electrodomésticos disminuyeron un 16,2%. Esta disminución se debe principalmente a factores como, el alza del dólar, la inflación, incertidumbre del consumidor y medidas económicas. A continuación, se podrán visualizar estos factores representados en porcentajes.

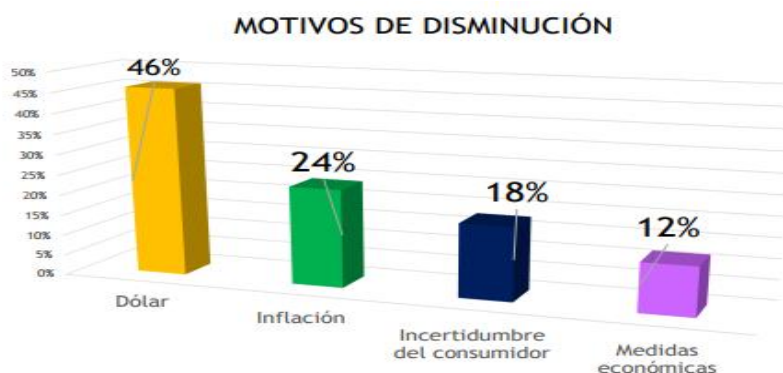


Ilustración 2.13. Motivos De Disminución De Las Ventas Del Sector De Electrodomésticos. Fuente: Fenalco Santander, 2016.

Por otro, para el año 2016 se pudo evidenciar que las compras de electrodomésticos fueron realizadas a través de los siguientes métodos de pago.

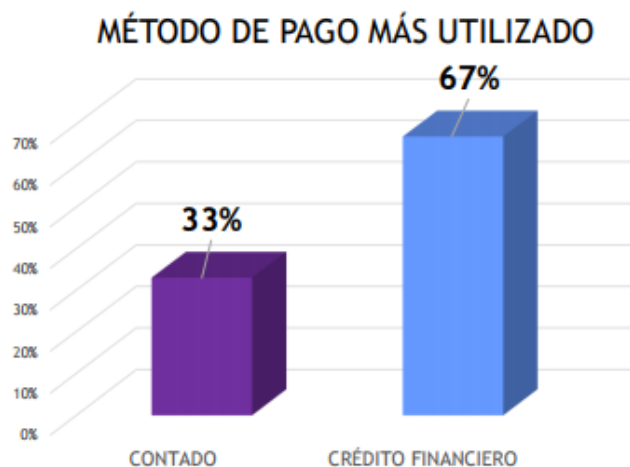


Ilustración 2.14. Métodos De Pago Más Utilizados. Fuente: Fenalco Santander 2016.

De acuerdo a la gráfica se puede decir que el método de pago más utilizado fue el crédito financiero con un 67% permitiendo expandir la compra de electrodomésticos, ya que por lo general los precios de estos productos no son económicos, por lo que en los hogares colombianos adquieren estos créditos para acceder a ellos.

Subsector: El subsector de la empresa es la comercialización de electrodomésticos, ya que el producto estrella de la empresa son las planchas inalámbricas para el cabello.

Rentabilidad del sector:

En el sector de los electrodomésticos ha habido un aumento en cuanto a la rentabilidad desde 2007 a 2015, siendo este último el año donde hubo más rentabilidad que fue de 29,8%. Y para el año 2016 decreció a 26,5%.

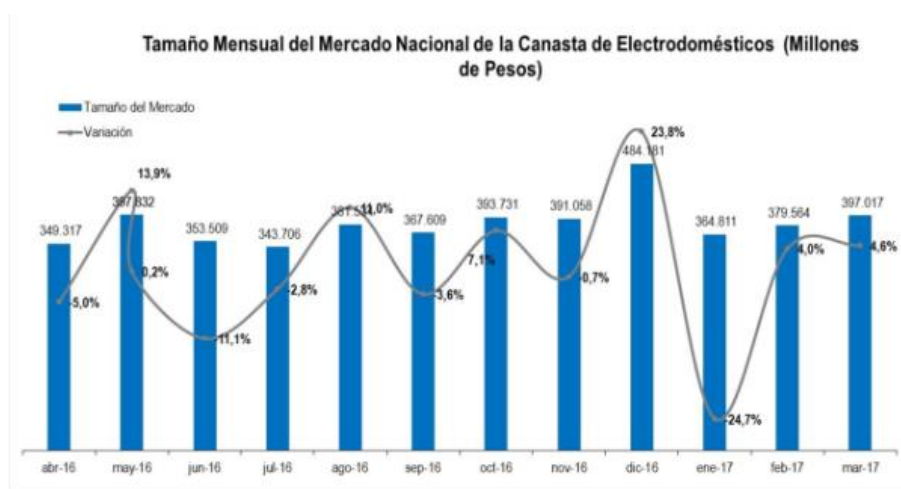
INDICADORES FINANCIEROS SECTOR ELECTRODOMÉSTICOS										
Indicador	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad										
Margen Bruto	9,1%	8,8%	11,5%	8,8%	10,7%	11,8%	13,4%	28,8%	29,8%	26,5%
Margen Ebitda	3,5%	1,8%	5,2%	2,2%	2,1%	3,2%	6,1%	4,8%	5,4%	5,5%
Liquidez										
Liquidez Corriente (Razón Corriente)	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0	0,9	1,0	1,3	1,4	1,2
Liquidez Inmediata (Prueba Ácida)	0,6	0,7	0,8	0,8	0,8	0,7	0,8	0,8	0,8	0,7
Endeudamiento										
Endeudamiento con Valorizaciones	56,5%	55,1%	51,7%	55,5%	53,7%	52,4%	49,0%	67,6%	66,4%	66,5%
Endeudamiento sin Valorizaciones	75,0%	75,3%	78,5%	82,0%	82,8%	83,0%	69,7%	73,6%	70,8%	66,5%

* Los indicadores financieros fueron calculados por sectorial kimando como base la información de Estados Financieros de un promedio de 233 empresas pertenecientes al sector electrodomésticos.

*Ilustración 2.15. Indicadores Financieros Del Sector De Electrodomésticos.
Fuente: Sectorial 2014.*

Tamaño del sector:

En el siguiente grafico se puede observar el tamaño del mercado desde abril de 2016 hasta marzo de 2017 donde se muestra que en diciembre de 2016 hubo es mayor crecimiento con una variación del 23,8% y que en el primer trimestre del año 2017 ha habido una variación muy mínima mensual, pero si compra con diciembre del 2016 decreció -24,7%, esto se debe porque en diciembre las personas compran más aparatos electrónicos debido a la época de navidad.



Fuente: ANDI

Ilustración 2.16. Tamaño Mensual Del Mercado Nacional De La Canasta De Electrodomésticos Fuente: Andi 2017.

Tendencias de crecimiento:

A nivel de tendencias en el sector de los electrodomésticos para 2015 se habló de la llegada de las impresoras 3D y portátiles más delgados, livianos y con 10 horas de batería, esto con el fin de mejorar la productividad en algunas empresas y la comodidad, otra tendencia es que el dueño de Imusa deseó crecer 10% en los ingresos al finalizar 2016, esto con el fin de mejorar la productividad y no preocuparse por la variación del dólar por eso para 2017 quiere invertir 10 mil millones de pesos en la generación de nuevas líneas, publicidad y optimización de procesos esto con el fin de entrar a nuevos mercados y duplicar las exportaciones en los siguientes 3 años (Sectorial, 2015).

Cinco fuerzas de Porter

Poder de negociación de los proveedores:

Esta fuerza es considerada media, porque, aunque importaciones C&V tiene un proveedor reconocido internacionalmente (Bidisco), solo cuenta con este, pero de igual manera cuenta con una estrategia de negociación que consiste en pactar negociaciones a largo plazo para que el precio del dólar u otro factor financiero no afecte el precio de la importación.

Poder de negociación con los compradores:

Esta fuerza es considerada alta, ya que esta empresa se ha dedicado a cautivar a los clientes, especialmente a las mujeres lo que ha generado que la compañía cuente con clientes fieles gracias a su innovación y calidad, además ha logrado posicionarse debido al precio que es tan asequible y con facilidad de pago, y por otro lado ha logrado fidelizar al cliente por medio del excelente servicio posventa

Rivalidad competitiva

Esta fuerza es considerada media, ya que hoy en día cada vez son más empresas que quiere entrar al mundo de la belleza, además en este sector hay marcas muy consolidadas en el mercado con una gran participación. Por esto Importaciones C&V busca la comercialización de productos innovadores que superen las expectativas de sus clientes.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos:

Para la empresa esta fuerza es considerada media ya que hay productos como la plancha tradicional que pueden remplazar a la plancha inalámbrica, que cumplen la misma función, otro producto sustituto son los químicos para alisar en cabello, este producto también tiene la función esencial de las planchas que es alisar el cabello.

Barreras de ingreso y de salida

Esta fuerza es considerada baja porque es un mercado de libre competencia, donde se puede comercializar por medio de internet, tiendas, etc., en cuanto a la barrera de salida también es baja porque esta actividad económica no afecta al orden público y a la sociedad si esta decide dejar cerrar sus instalaciones.

Capítulo 3 ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1 Objetivos de Mercadeo

Realizar estrategias de promoción que lleguen al 40% de las mujeres de Medellín para el primer semestre del 2018 considerando la promoción realizada en este sector, como la publicidad y momentos experimentales, con el fin de dar a conocer el producto.

Aumentar el número de ventas en un 15% para el año 2020 en el sector de Antioquia, implementando estrategias como, crear una base de datos de los clientes con el fin de crear técnicas de fidelización, usar servicios postventa y servicios adicionales gratuitos que hagan ver la marca más atractiva.

Establecer la compañía en las 5 principales ciudades de Colombia, en un rango de 5 años para así tener cobertura y por ende ser más reconocida.

3.2 Perfil del Mercado Potencial de los Bienes y/o Servicios

Las consumidoras de Importaciones C&V son del género femenino con una edad entre 18 a 50 años, las cuales se caracterizan por tener un trabajo donde obtengan ingresos superiores a un salario mínimo. Actualmente estas se encuentran ubicadas geográficamente en Colombia y en el Área Metropolitana de Medellín. Como la compañía se encuentra ubicada en el parque del barrio de Belén se quieren implementar el servicio de esta en los distintos barrios de la ciudad como Robledo, Laureles, Floresta, Calasanz y América mediante la entrega del producto a domicilio. Sin embargo, la motivación para estas mujeres adquirir el producto de esta compañía es la inspiración a lucir bellas, mejorar su imagen y exaltar su belleza ante el público de la ciudad. También adquieren este producto por su precio accesible y para satisfacer la necesidad de mejorar su belleza. Por lo tanto, el promedio total es de 1.546.512 las mujeres que cumplen con estas características en el área metropolitana de la ciudad de Medellín (Dane, 2017).

3.3 Cuantificación del mercado Meta para los Bienes y/o Servicios.

Importaciones C&V se dedica a la comercialización de planchas inalámbricas para el cabello dirigidas para el público femenino de edades entre 18 a 50 años. Además, estas mujeres deben contar con un nivel de educación avanzado partiendo desde el bachillerato hasta la maestría, por lo que estas personas tienden a tener más conocimiento sobre las tendencias en el mercado colombiano. Debido a esto, importaciones C&V se centra en tener un público de clase media alta que se caractericen por tener un trabajo en el que obtengan ingresos superiores a un salario mínimo. Para esta compañía es importante el bienestar y la satisfacción de su público. Es por esto que se enfoca en brindarles una serie de beneficios, ya que, esta ofrece productos con precios entre \$150.000 a \$350.000 con las siguientes opciones de pago; pago electrónico, pago en efectivo y a crédito.

Para lucir bellas, estas mujeres deben tener conocimiento de los productos que se encuentren con mayor grado de popularidad para experimentar y enaltecer su utilización en la presentación personal, además estas chicas buscan en un producto facilidad de uso, excelente calidad y servicio. Sin embargo, se fijan en que este producto sea confiable y brinde garantía de uso por lo que es de suma importancia que se centre en las expectativas que requieren para cumplir sus necesidades.

Cabe decir, que hoy en día las personas siempre determinan que el lugar de compra sea central y de fácil acceso como los centros comerciales, además se fijan en que este se encuentre aseado, ya que lo exigen por higiene respecto al producto a comprar. Además, en cuanto a los hábitos de consumo vienen ligados de las redes sociales y la compra de marcas Premium.

Sin embargo, el mercado meta para esta compañía entre las comunas que engloban los siguientes barrios La América, Laureles, Belén, Robledo según la encuesta de calidad de vida del año 2015 realizada por la alcaldía de Medellín se pudo obtener que en los barrios mencionados anteriormente y en el rango de edad establecido hay 148.824 mujeres que

cumplen con los requisitos que la compañía pone para adquirir su producto. (Alcaldía de medellín, 2015)

3.4 Mercado Competidor

A continuación, se podrá ver los competidores más significativos para importaciones C&V, con una descripción tanto como del producto como las debilidades y fortalezas con el fin de hacer una vigilancia competitiva en el entorno.

Alizz Professional

Nombre	Alizz Professional
Página web	http://www.alizzprofessional.com/productos/mujer/planchas
Productos	Plancha Alizz Titanio Ultraliviana, Plancha Alizz Professional - Nano Ion Tourmaline, Plancha Alizz Vip Max 464 Elite 3d Profesional, Plancha Cabello Alizz Style Ion Titanium, Plancha Alisado Cabello Alizz Mini Titanium Viajera, Plancha Cabello Alisado Profesional Alizz Estilista 464°f 3d
Precios	Los precios varían según la referencia, pero un precio promedio de esta marca es de \$160,000
Fortalezas	Es una marca posicionada en el mercado con una gran trayectoria Es la más elegida por centros de belleza en el país Tiene un precio muy asequible
Debilidades	Es una plancha poco innovadora ya que siempre se basa en los mismos beneficios.
Estrategias de promoción	Las estrategias de promoción de Alizz han sido muy efectivas, como comerciales en la televisión, vallas, y lo más éxito ha sido el voz o voz que ha logrado dicho posicionamiento en el mercado colombiano

Canales de distribución	Alizz usa diferentes medio para distribuir su producto, como tiendas propias, distribución en tiendas de belleza y tiendas de cadena como el éxito donde dan a conocer sus productos.
-------------------------	---

Tabla 3.16. Alizz Professional
Fuente: Alizz Professional 2017,

Remington

Nombre	Remington
Página web	http://ar.remingtonproducts.com/co/
Productos	Plancha Remington Macadamia Y Aguacate Digital, Plancha Remington Alisa Sobre Mojado Digital, Plancha Profesional Remington Keratina, Plancha Remington Perla Digital 450°f, Plancha Remington Profesional Silk Cerámica Seda, Plancha Para Cabello Remington Triple Infusión Original
Precios	El precio varía según la referencia pero el precio promedio es de más o menos \$130,000
Fortalezas	Innova en cada una de sus referencias Precio asequible para cualquier tipo de publico Segunda marca preferida por estilistas
Debilidades	Poco portable, debido a que su medida es demasiado extensa.
Estrategias de promoción	Páginas web, comerciales en la televisión.
Canales de distribución	Esta plancha al igual que la Alizz maneja la distribución con terceros, como en tiendas de belleza y en tiendas de cadena como el éxito.

Tabla 17.3. Remington.
Fuente: Remington 2017.

Babyliss

Nombre	Babyliss
Página web	http://www.babyliss.es/
Productos	Plancha Babyliss Pro Nano Titanium Óptima 3000, Plancha Babyliss Pro Nano Titanium Ultra Delgada 2, Plancha Babyliss Pro Nano Titanium Sol Gel 1, Plancha Babyliss Pro Porcelana Ceramic 2, Plancha Babyliss Nano Titanium 450°
Precios	El precio de esta marca varía según la referencia, pero en promedio el previo va desde \$120,000 hasta \$350,000
Fortalezas	Excelente calidad Posicionada en el mercado
Debilidades	Mucha temperatura lo que maltrata el cabello Sin beneficios naturales ,lo que no aporta valor agrega al producto
Estrategias de promoción	Las estrategias de promoción de esta marca es más que todo la página web
Canales de distribución	Al igual que las marcas anteriores esta marca distribuye de manera indirecta como en tiendas de belleza y almacenes de cadena como el éxito.

*Tabla 3.18. Babyliss
Fuente: Babyliss 2017.*

3.5 Mercado distribuidor

Importaciones C&V es una empresa que se encargará de hacer su distribución de productos de una manera directa donde su principal fuerte será la distribución por un catálogo digital donde se podrá comprar por ese canal, también por medio de redes sociales como Instagram y Facebook donde se realizarán ventas por pedidos y pagos contra entrega, además contará

con un alancen físico donde también comercializará sus productos, este requiere de unos costos:

Inversión	Precio
Arriendo local	\$1.000.000 Mensual
Servicios públicos	\$230.000 Mensual
Servicio de telefonía e internet	\$130.000 Mensual
Mensajero	\$5000 por entrega

*Tabla 3.19. Gastos de Importaciones C&V S.A.S.
Fuente: Elaboración propia, 2017.*

3.6 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación

Importaciones C&V para dar a conocer su producto realizará la siguiente comunicación y actividades de promoción y divulgación:

3.6.1 Comunicación

Logotipo:



*Ilustración 3.3.17. Logotipo de la compañía
Fuente: Elaboración propia, 2017.*

Slogan: Conquista el mundo con un cabello radiante.

Nombre comercial: Planchas inalámbricas para el cabello de la marca Bidisco.

Especificaciones del empaque:

Los productos vendrán empacados en cajas de cartón con las siguientes dimensiones:



*Ilustración 3.18. Empaque del producto.
Fuente: Elaboración propia, 2017.*

Largo: 225 mm

Ancho: 0,85 mm

Alto: 0,70 mm

Calentamiento rápido. Listo para usarse en 15 segundos.

Pantalla digital de 200 F° a 350 F°

Revestimiento de cerámica con seda avanzada para resultados sin esfuerzos, brillantes y sedosos.

Apagado automático en 30 minutos.

Ausencia de cable, se requiere de este para recargar el producto.

Peligro:

Siempre se debe apagar el producto después de su uso.

No coloque o almacene el aparato donde se pueda caer o ser arrojado dentro de una tina o lavamanos.

Advertencias:

No dejar que sea usado como juguete.

Mantenerlo lejos del alcance de los niños

Al momento de cargar el producto, verificar que este se encuentre apagado.

No utilizar el producto cuando se encuentre cargando.

Para desconectar el producto, no se debe jalar el cordón simplemente que desenchufa con cuidado del toma corriente.

Colores distintivos: Blanco, negro, azul, verde, rosado y morado.

Logo-símbolo:

Ilustración 3.19. Logo-Símbolo del producto.

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Costos: En cuanto a los costos relacionados con el logo y slogan fueron elaborados por las realizadoras del trabajo, lo cual no requiere ningún costo.

3.6.2 Actividades de promoción y divulgación

Las estrategias que utilizará Importaciones C&V para promocionar el producto:

Se realizara mediante eventos promocionales como el showroom el cual se llevaran acabo en centros comerciales como los Molinos, Florida, Santa Fe, Oviedo y Unicentro, dando la oportunidad a cierta cantidad de mujeres que sean peinadas por el personal de la compañía. Se creará una página web donde se van a exhibir y a llevar a cabo la información de las planchas para que muchas personas accedan a esta y conozcan del producto el costo, su forma de uso y sus especificaciones.

Se va a crear un usuario de instagram con el nombre de la compañía donde se presentará el producto mediante videos e imágenes los cuales se van a publicar a diario, también se implementaran en esta publicidad la obtencion de los likes y las recomendaciones por parte de algunos consumidores.

El usuario del facebook se creará mediante un Fan Page con el nombre de la compañía donde se va a compartir el contenido de imágenes y videos del producto en acción a través del mural, también se creará un grupo de discusión para que las personas opinen y den opciones a mejorar de la publicación del producto. Se quiere implementar una cuña publicitaria en las principales radios de la ciudad enfocandonos más en las radios juveniles como la mega, la z urbana y tropiczana. Esta publicación se hará en la sección de propagandas durará 15 segundos y tendra entre 8 a 10 repeticiones diarias al menos por 5 veces a la semana.

Actividad	Tiempo	Costo
Eventos promocionales	Cada 3 meses	\$400.000
Página web Mantenimiento y administración.	Apertura Mensual	\$550.000 \$100.000
Redes sociales: Instagram Mantenimiento y administración Facebook Mantenimiento y administración	Apertura Mensual Apertura Mensual	\$400.000 \$100.000 Gratuita \$100.000
Radios	1 vez 15 segundos	\$33,000

Tabla 3.20. Costos de promoción y divulgación.

Fuente: Elaboración propia, 2017.

3.7 Plan de Ventas

Importaciones C&V para determinar su plan de ventas implementó el método de expectativas a los usuarios que consiste en identificar por medio de encuestas la percepción y el conocimiento que tienen acerca de los dispositivos para alisar el cabello. En este método se define las expectativas y creencias que tiene un usuario referente a un servicio, por el cual se fija de que tan buena es su calidad y si esta acorde con las necesidades que requiere cubrir con dicho producto o servicio, para así establecer las unidades que pueden ser vendidas.

La formula que se utilizo para hallar la muestra de los usuarios que estan dispuestos a adquirir este producto fue:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

*Ilustración 3.3.20. Formula de estimación de muestra para la encuesta.
Fuente: Elaboración propia, 2017.*

N: Total de la población (1.546.512)

Z_α: Nivel de confianza 95% (1.96)

P: Proporción esperada: 50%

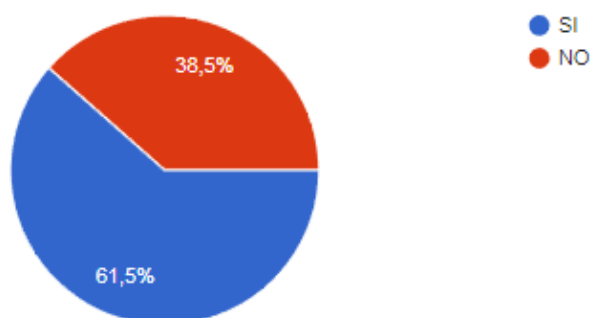
Q: (0.5:50%)

D: Margen de error (0.6)

De acuerdo al resultado obtenido en el cálculo de la muestra se pudo determinar un total de 188 personas, es por esto que la compañía decide realizar una encuesta que se debe elaborar de forma individual.

A continuación se muestra las preguntas y respuestas con sus respectivos resultados en porcentajes y gráficas:

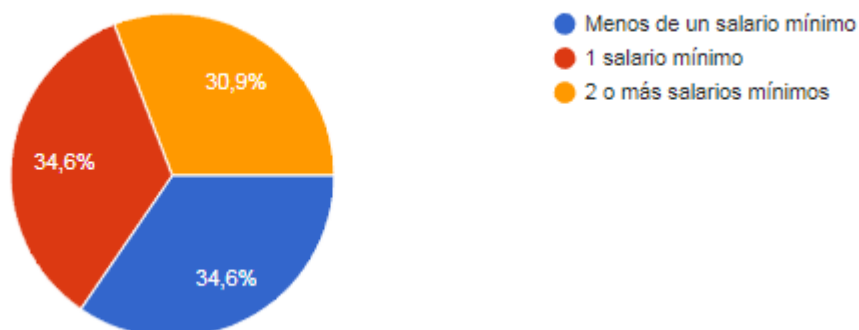
1. ¿Actualmente se encuentra usted trabajando?



*Ilustración 3.21. Resultado de la pregunta No1.
Fuente elaboración propia, 2017*

Es importante tener en cuenta a la hora de difundir un producto si los posibles compradores se encuentran laborando, ya que con esta pregunta se hace el filtro más significativo para saber si tienen un poder adquisitivo alto que les permite invertir en bienes de lujo. El resultado de 65% se corresponde entonces con un total de 91.526 personas del mercado definido como potencial.

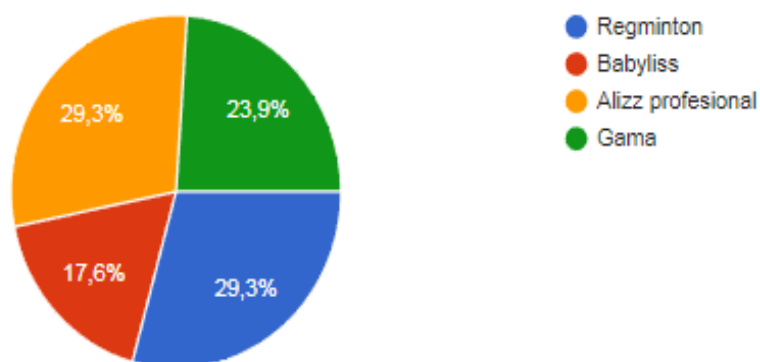
2. ¿Cuál es su nivel de ingresos?



*Ilustración 3.22. Resultado de la pregunta No 2.
Fuente elaboración propia, 2017*

Es muy importante saber cuánto en específico gana la cantidad de personas encuestadas lo que es beneficioso para la empresa que estos tengan ingresos superiores a un salario mínimo y estén interesados en adquirir el producto sin complicaciones de pago y financiamiento. Este resultado se ve reflejado en que un 30.9% corresponde a un total de 28.281 de la población obtienen ingresos de dos o más salarios mínimos.

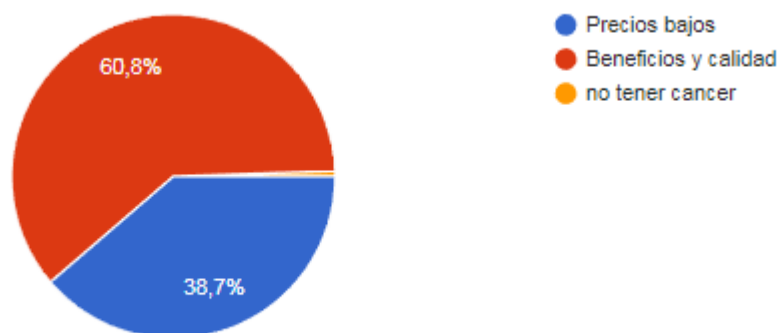
3. ¿Qué marcas de planchas para el cabello prefiere usted?



*Ilustración 3.23. Resultado de la pregunta No 3.
Fuente elaboración propia, 2017*

Para Importaciones C&V es importante saber que marca de plancha prefieren y usan los posibles compradores, ya que esas marcas es la competencia directa, lo cual permite a la empresa mejorar sus estrategias en cuanto a los servicios y la calidad de los productos. Además según los resultados obtenidos se muestra que la plancha preferida por el mercado potencial es la Alizz Profesional con un resultado obtenido de 29,3%.

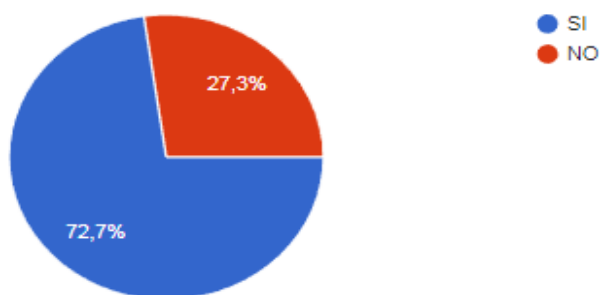
4. ¿Qué es lo que más le gusta a la hora de comprar una plancha para el cabello?



*Ilustración 3.24. Resultado de la pregunta No 4.
Fuente elaboración propia, 2017*

Hay que tener en cuenta que es lo que los posibles compradores quieren y prefieren a la hora de adquirir planchas, de acuerdo a sus opiniones se puede determinar el valor agregado que se le puede dar al producto. Según la cantidad de personas encuestadas respondieron esta pregunta obteniendo como resultado que ellos buscan beneficios y calidad en los productos con un promedio de 60,8%.

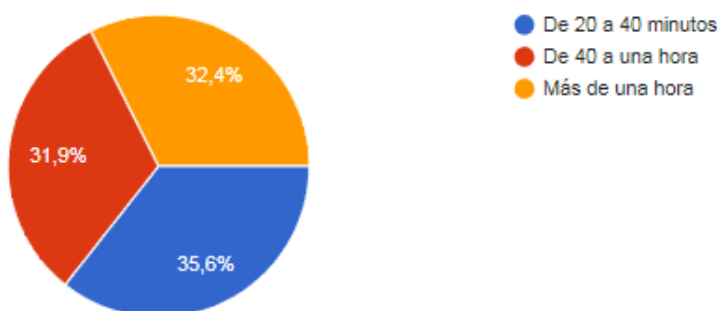
5. ¿Está usted dispuesta a utilizar una nueva marca de planchas para el cabello?



*Ilustración 3.25. Resultado de la pregunta No 5.
Fuente elaboración propia, 2017*

Para importaciones C&V es importante determinar si la población seleccionada de la ciudad de medellín esta dispuesta a adquirir un producto nuevo, ya que con esto se puede validar si es viable realizar la comercialización de una plancha extranjera no reconocida nacionalmente. Sin embargo, con los resultados obtenidos con el total de 20.560 personas encuestadas se dice que el 72,7% de la población esta dispuesta a utilizar una nueva marca de planchas.

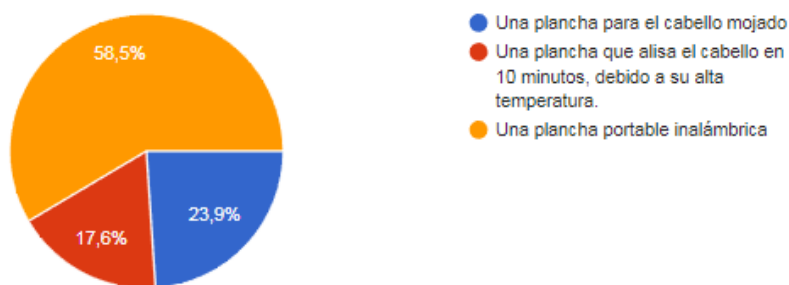
6. ¿Cuánto tiempo tarda usted en plancharse el cabello?



*Ilustración 3.26. Resultado de la pregunta No 6.
Fuente elaboración propia, 2017*

Es importante saber este dato ya que permite dar a conocer cuanto tiempo se demora una chica en hacer uso de una plancha, ya que hoy en día el estilo de vida es más acelerado lo que reduce el tiempo de las mujeres para organizarse, lo cual sería una gran ventaja una plancha portable para su uso en cualquier momento y lugar. De acuerdo con lo anterior se puede decir que las mujeres se demoran organizando su cabello de 20 a 40 minutos, la participación de estas en este tiempo es de 35,6%.

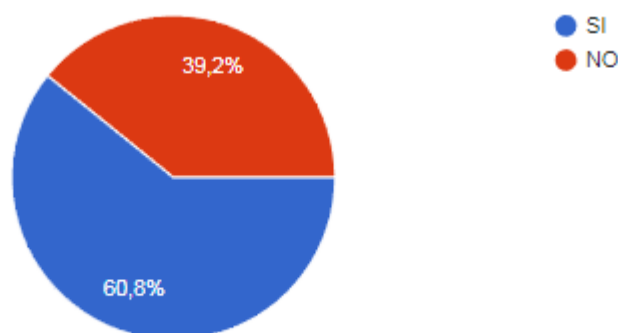
7. ¿Si tuviera la oportunidad de personalizar su plancha según las siguientes opciones, cual escogería?



*Ilustración 3.27. Resultado de la pregunta No 7.
Fuente elaboración propia, 2017*

Es fundamental para importaciones C&V saber qué características personalizadas prefiere la población ya que esto da a entender que es una gran ventaja la comercialización de estas planchas de tecnología avanzada e innovadora para atraer y cubrir las necesidades de las posibles compradoras. De acuerdo con la población femenina encuestada se puede decir que la mayoría de las mujeres optaron por la opción de personalizar su plancha portable inalámbrica con un porcentaje de 58.5%.

8. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir una plancha para el cabello en los próximos 3 meses?



*Ilustración 3.28. Resultado de la pregunta No 8.
Fuente elaboración propia, 2017*

Para importaciones C&V esta es una de las preguntas más importantes a la hora de hacer filtros ya que, es una gran oportunidad para emprender con la comercialización de planchas inalámbricas lo que es de suma conveniencia para la apertura de este mercado y le permite a la compañía instalarse en la ciudad de Medellín y posicionarse como una de las empresas que ofrece productos innovadores y de suma importancia para la presentación personal de la mujer. De acuerdo al estudio realizado se optó que las mujeres que están dispuestas a adquirir este producto en tres meses es de 60.8%, lo que quiere decir que la estimación de planchas a comercializar es de 12.500.

De acuerdo con la investigación de mercados realizada se puede estimar una proyección de ventas que permita establecer en un periodo de un año y posteriormente en 5 años las unidades a comercializar por parte de la empresa, a continuación, se presentan dichas proyecciones:

Proyección de demanda

Importaciones C&V demostrará su proyección de demanda mensual y anual de la siguiente manera:

Proyección mensual

	MES 1	MES 5	MES 10	MES 12
UNIDADES	208	208	208	208

Tabla 3.21. Proyección de demanda mensual.

Fuente: Elaboración propia, 2017.

De acuerdo a la proyección de demanda mensual se establece la cantidad de planchas inalámbricas que debe vender Importaciones C&V corresponde a un total de 208 unidades durante un periodo de 12 meses.

Proyección anual

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES	2500	2565	2631	2699	2769

Tabla 3.22. Proyección de demanda anual.

Fuente: Elaboración propia, 2017.

De acuerdo a la proyección de demanda anual se puede evidenciar que esta tiene un incremento del 2.6%, lo cual permite investigar cuantas unidades de planchas inalámbricas para el cabello debe vender Importaciones C&V durante un periodo de 5 años, lo que le permite a la compañía generar a largo plazo un nivel alto de utilidad e ingresos.

Capítulo 4 Análisis de Comercio Internacional

4.1 Tratados Comerciales

China es el segundo país que tiene mayor participación en el mercado colombiano como se puede ver en la siguiente gráfica, donde se observa que tiene participación del 18% con un valor CIF total de \$2.847 en el 2016.

PAÍS DE ORIGEN	VALOR CIF USD MM	PARTICIPACIÓN
ESTADOS UNIDOS	\$ 4.537	29%
CHINA	\$ 2.847	18%
MÉXICO	\$ 1.227	8%
BRASIL	\$ 700	4%
ALEMANIA	\$ 588	4%
JAPÓN	\$ 377	2%
INDIA	\$ 341	2%
COREA DEL SUR	\$ 320	2%
ESPAÑA	\$ 316	2%
OTROS	\$ 4.537	29%
Total general	\$ 15.791	100%

Ilustración 4.29. Participación de china en el mercado colombiano.

Fuente: Mincit, 2017

Sin embargo, estos países no cuentan con ningún tipo de acuerdo comercial, aunque Santos ha hablado de pactar un TLC con este país con el objetivo de multiplicar las relaciones económicas entre ambos países no sea llegado a un acuerdo porque algunos empresarios colombianos temen a dicho TLC ya que este podría quebrar muchas empresas del país, en especial las de confección y calzado, ya que los costos para producir este tipo de productos en china son muy económicos y Colombia no tendría como competir con ese precio. Es decir que un TLC con China sería la Quiebra inmediata para la economía colombiana.

4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

El producto que va a comercializar Importaciones C&V pertenece al Capítulo 85 el cual trata de las máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos. Además se encuentra en la partida

85.16	Calentadores eléctricos de agua de calentamiento instantáneo o acumulación y calentadores eléctricos de inmersión; aparatos eléctricos para calefacción de espacios o suelos; aparatos electrotérmicos para el cuidado del cabello (por ejemplo: secadores, rizadores, calentatenacillas) o para secar las manos; planchas eléctricas; los demás aparatos electrotérmicos de uso doméstico; resistencias calentadoras, excepto las de la partida 85.45.	
8516.10.00.00	- Calentadores eléctricos de agua de calentamiento instantáneo o acumulación y calentadores eléctricos de inmersión	15
	- Aparatos eléctricos para calefacción de espacios o suelos:	
8516.21.00.00	- Radiadores de acumulación	15
8516.29	- Los demás:	
8516.29.10.00	- Estufas	15
8516.29.90.00	- Los demás	15
	- Aparatos electrotérmicos para el cuidado del cabello o para secar las manos:	
8516.31.00.00	- Secadores para el cabello	15
8516.32.00.00	- Los demás aparatos para el cuidado del cabello	15

Ilustración 4.30. Partida y subpartida arancelaria.

Fuente: Decreto 4927 de 2011.

Como se puede observar en la imagen anterior las planchas que va a comercializar esta compañía se encuentran en la partida 85.16 y pertenecen a los aparatos electro térmicos para el cuidado del cabello es por esto que se clasifican en la subpartida 8516.32.00.00 la cual hace referencia a los demás aparatos para el cuidado del cabello.

Teniendo en cuenta que Colombia y China no tienen un tratado de libre comercio firmado es por esto que las operaciones comerciales que estos países hagan juntos deben pagar el 15% de arancel y no tienen beneficios arancelarios.

4.3 Requisitos y Vistos Buenos

De acuerdo con el producto que Importaciones C&V va a comercializar se puede descartar que no cuenta con vistos buenos, ya que son planchas inalámbricas para el cabello no requiere de electricidad mientras se esté usando.

4.4 Participación en Ferias Especializadas

El sector de la belleza y la tecnología se han convertido en una oportunidad de negocio, ya que, hoy en día la presentación personal es una buena opción para resaltar en cualquier ocasión. Es por esto que, en Colombia, se realizan diferentes ferias dirigidas a estos sectores con el fin de dar a conocer los diversos cambios tecnológicos que se requieren para lucir bellas. El objetivo principal de estas ferias es ofrecer un espacio a una compañía para que promocióne sus productos de una forma más directa con las personas y empresas asistentes en un corto periodo de tiempo.

Principales ferias en Colombia:

Belleza y Salud, se realiza en la ciudad de Bogotá sus principales organizadores son Corferias y la Corporación de ferias y exposiciones, esta feria se posiciona como una de las principales de este sector en el país y participan más de 170 expositores y por lo general asisten 15.000 personas. (Belleza y Salud, s.f.)

Expo Belleza, se realiza en la ciudad de Medellín, es una de las principales ferias del sector en Latinoamérica debido a que participan empresas nacionales e internacionales. Sus principales organizadores son la Cámara de comercio, Asociación Internacional de Ferias de América (AFIDA) y Portal de Ferias. Por lo tanto, en este evento participan más de 200 expositores y asisten 30.000 personas. (ExpoBelleza, s.f.)

Feria a asistir:

Para asistir a una feria se debe tener en cuenta que los costos varían según el espacio alquilado, el diseño, los muebles y los equipos tecnológicos. Sin embargo, para la

contratación de un stand se debe tener en cuenta que el espacio tenga una buena iluminación, servicio de energía eléctrica, muebles en buen estado y todo lo requerido para tener una buena presentación y así poder impactar y llamar la atención de los visitantes y compradores.

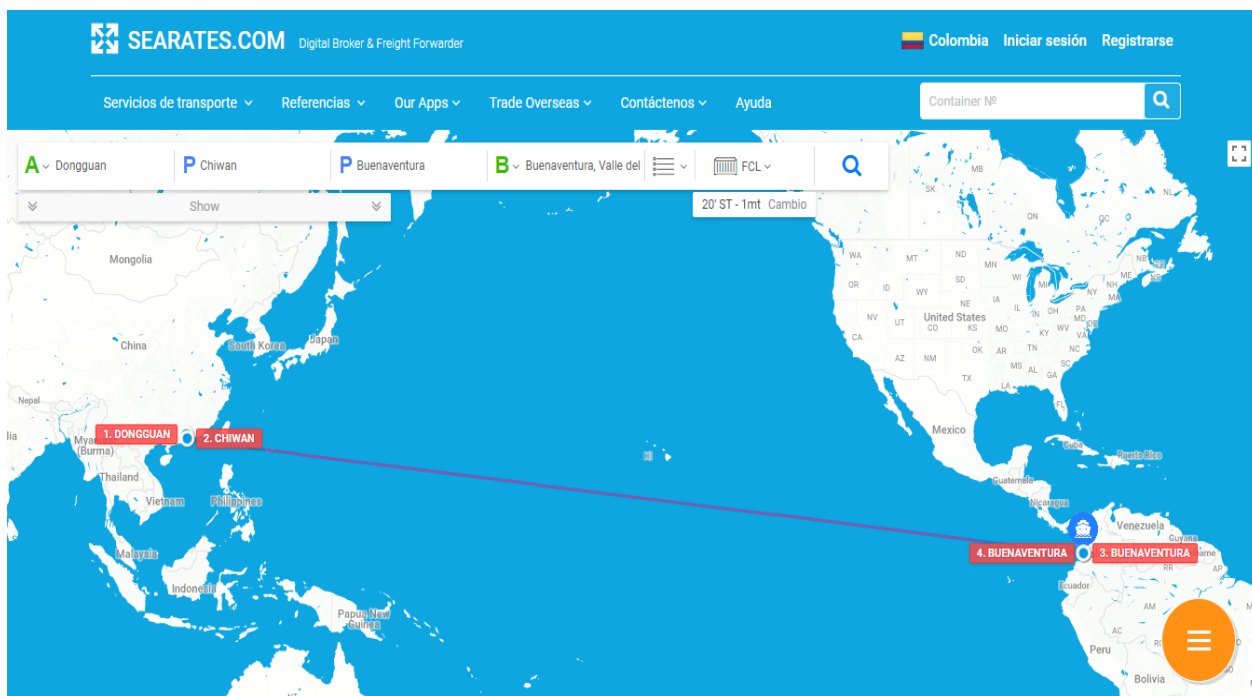
Importaciones C&V asistirá a Expo Belleza que se realizará en la ciudad de Medellín, esta compañía va a estar los tres días que dura la feria, donde va a promocionar y divulgar su producto mediante la oportunidad que la empresa le dará a las asistentes para que estas sean peinadas por el personal de la compañía, conozcan y se den cuenta de los grandes beneficios que tienen estas planchas, ya que en los últimos años se han convertido en un producto indispensable tanto en el tocador como en el bolso de una mujer, por lo que hoy en día la presentación personal ha sido una buena estrategia para lucir bellas y radiantes.

Inversión	Precio
Inscripción a la feria	\$500.000
Arriendo del stand	\$1.000.000 por día
Montaje de la feria:	
Sillas	\$25.000
Mesa	\$35.000
Mueble de estantería	\$70.000
Televisor plasma de 42 pulgadas	\$270.000
Material de promoción:	
Folletos	\$50.000
Pendones	\$30.000
Salario personal	\$100.000 por día y son 2 personas.
Viáticos:	
Alimentación	\$450.000
Pasajes trabajadores	\$80.000
Transporte local	\$250.000
TOTAL:	\$5.360.000

*Tabla 4.23. Costos de la feria a asistir.
Fuente: ExpoBelleza, 2017.*

4.5 Rutas de Acceso

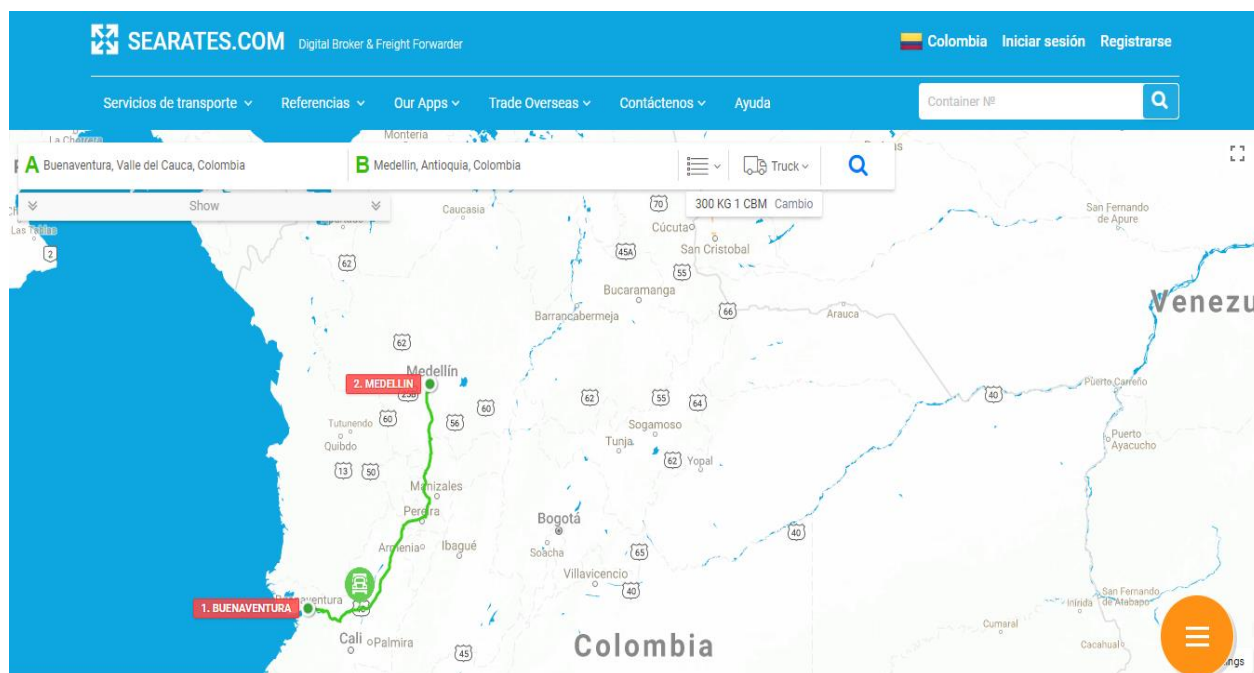
La compañía Importaciones C&V tomará la siguiente ruta para importar sus productos desde la ciudad de Dongguan, China:



*Ilustración 4.31. Ruta Internacional.
Fuente: Searates, 2017.*

Esta operación comercial se va a realizar por transporte marítimo, teniendo en cuenta que la ruta de acceso de la ciudad de Dongguan, China al puerto de Chiwan se realizará por transporte terrestre y tendrá un tiempo de 2 horas. Así mismo el recorrido que se va a realizar del puerto de Chiwan al puerto de Buenaventura se va a demorar un mes.

Ruta en el país importador:



*Ilustración 4.32. Ruta en el país importador.
Fuente: Searates, 2017.*

Una vez la carga llegue al puerto de Buenaventura se tiene una ruta establecida a realizar que es recoger la mercancía en el puerto y traerla en transporte terrestre a la ciudad de Medellín.

4.6 Liquidación de costos de importación o exportación

A continuación se mostrará la cotización realizada por la empresa Bidisco del producto a importar:



Model		Name	Pictures	Specification	Quantity	Unit Price	Carton Size (CM)			CBM	PCS/CTN	GW (KGS)	NW (KGS)
					Piece	CIF Buenaventura	L	W	H				
V180	Rechargeable Flat Iron		1.MCH heat element 2.Material:PA 3.Ceramic coated plates (Ceramic/ceramic coated /ceramic tourmaline plates/Titanium plates for choice) 4.Rechargeable for phone 5.Travel rechargeable 6.Infrared treatment 7.30 minutes automatic shutdown protection function 8.Temperature indicator: LED L:140°C M:160°C H:180°C 9.Locking up Shaft Lock could also shutdown the hair traightener 10.Standard charge time : 4±0.5h M:use time: 30 minutes 11.DC 3.7-4.2V 15W 2200mAh 12.Output:600mA/5A 13.Product size: 200X50X40mm 14. Heating Plate Size: 66X18mm 15.Product Weight:167g 16.Input Current of the V180 charger:1A	2,000	US\$16.85	40.6	30.8	23.8	0.04	50	10.6	7.5	
Remarks:					4C regular box								
1) Sample production lead time: 3-5 days after sample payment received and sample details confirmed. 2) The price includes 4C regular box packaging box as attached picture. 3) Shipment: FOB Shenzhen one lot ocean shipment. 4) Payment: by T/T. 30% deposit payment should be paid to start order, 70% balance paid 10 days before shipment. 5) The valid time of above quotation is 60 days, price based on above mentioned order quantity, large quantity, price negotiable. 6) The above mentioned prices do not include import taxes on your side.													

Ilustración 4.33. Cotización internacional
Fuente: Bidisco, 2017

CIF	DAT	DAP	DDP
Precio unitario* Unidades: USD 16,85*2000= 33,700	Desestiba: COP 230,000	Transporte Interno COP 320,000	Gravamen 15% COP 114,927,254
TRM: 2.935,66 2935,66*33,700: COP 98'931,742		Inspección Aduanera COP 195,000	
		DM COP 60,000	
		Agente de Aduana COP 200,000	
COP 98'931,742	COP 99'161,742	COP 99'936,742	COP 114'927,254

Tabla 4.24. Cotización Internacional

Fuente: Elaboración propia, 2017.

UTILIDAD 30%

\$149.405,439

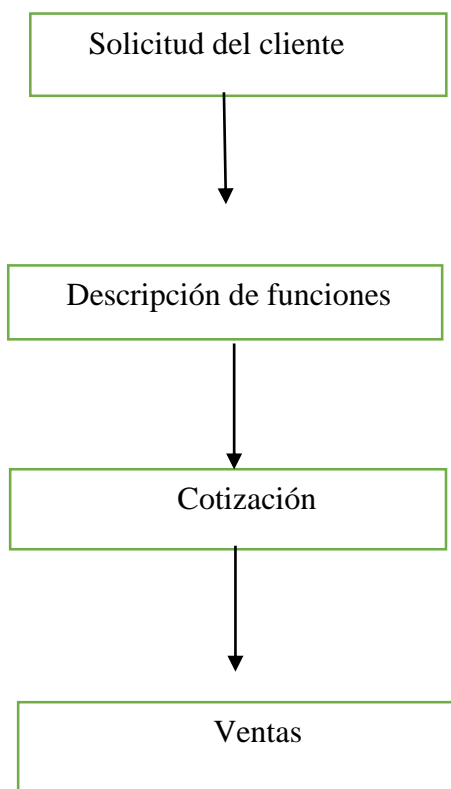
IVA 19%

\$ 177.792,471

Capítulo 5 ANÁLISIS TÉCNICO

5.1 Descripción del proceso de producción

A continuación, se muestra gráficamente el proceso de producción:



*Organigrama 5.1. Descripción del proceso de producción.
Fuente: Elaboración propia, 2017.*

El proceso empieza con interés del cliente ya sea de cotizar precios o directamente a comprar. Para dicho proceso se requiere de un vendedor el cual se encargará de darle la información necesaria al cliente tanto como la descripción del producto, los beneficios, el método de pago, la garantía del producto y todo proceso necesario para la venta correcta,

el cual se demorará una hora aproximadamente en el ofrecimiento general, a la hora de la cotización se tiene en cuenta la cantidad del producto para determinar el precio, ya que al llevar más de 12 unidades hay descuento especial donde se ahorraría aproximadamente 4350 pesos por unidad, en este proceso interviene una persona encargada en la facturación la cual se demora haciendo la cotización según el requerimiento del cliente; dos horas aproximadamente, una vez el cliente decida si quiere comprar, empieza el proceso de la venta donde ya captada la atención se produce la transacción económica y la compra del bien.

5.2 Plan de Comercialización

Importaciones C&V es una empresa encargada a la comercialización en este caso se habla de planchas inalámbricas para cabello donde según la investigación de mercado y las encuestas realizadas se tiene una proyección de demanda para un mes como se puede ver en la siguiente gráfica, donde al vender 208 unidades mensuales hace que la empresa obtenga ganancias y sea competitiva.

	MES 1	MES 5	MES 10	MES 12
UNIDADES	208	208	208	208

Tabla 5.25. Proyección de demanda mensual.
Fuente: Elaboración propia, 2017.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES	2500	2565	2631	2699	2769

Tabla 5.26. Proyección de demanda anual.
Fuente: Elaboración propia, 2017.

5.3 Recursos materiales para la producción

5.3.1 Locaciones


Importaciones C&V para dar inicio a su actividad comercial decide arrendar un local, ya que su principal medio de distribución es mediante un almacén físico, el cual les brinde la oportunidad a los clientes de observar cada uno de los productos a comercializar.

El lugar donde se desea establecer es preferiblemente Belén ya que en esa área se encuentra la mayoría del público potencial. Importaciones C&V se tomó la tarea de investigar acerca de locales que se acomodaran a sus necesidades en este caso, estuvo mirando en sitios web de arrendamientos, la empresa encontró un local perfecto para su proyecto en la página (finca raíz), el local se encuentra en belén y cuenta con 36,00 m² este tiene suficiente espacio para lo que se planea tener en el establecimiento, tiene un precio de 1.800.000 el cual está dotado con un salón grande que es donde se piensa ubicar las vitrinas, muebles y todo lo necesario para que el local se encuentre en óptimas condiciones de ejecutar la labor de comercialización, además cuenta con una cocina que es muy necesaria para los empleados teniendo en cuenta el tema de la salud y buenas prácticas laborales, un baño y una zona de lavado.

Descripción de los espacios

Local en Arriendo
Medellín BELEN GRANADA \$ 1.800.000

36,00 m² Sin especificar Baños: 1 Sin especificar




1/6




Área Const.: 36,00 m² Precio m²: 50.000/m² Estrato: 6
 Piso No: 1° Sector: [Ver Mapa](#)

Ilustración 5.34. Local a arrendar
Fuente: Arrendamientos el castillo, 2017.

5.3.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Importaciones C&V para dar apertura a su actividad comercial y establecerse en un local debe tener a su disposición los siguientes equipos, muebles y enseres:



Producto	Proveedor	Precio
Vitrina Giratoria hexagonal de lujo: Cantidad: 1 unidad. Medidas: Tapa 19mm Frente 10 mm Laterales 10 mm Entrepaños 10 mm Puerta en 8 mm Altura: 1,90 mts	Vitriformax 	\$300.000

<p>Fondo 50x50 cm.</p> <p>Vitrina línea s</p> <p>Cantidad: 1</p> <p>Medidas: Tapa 20 mm Frente 25 mm Laterales 25 mm Entrepaños 15 mm Puerta en 15 mm Altura: 1,60 mts Fondo 50x50 cm.</p>	 <p><i>Fuente: Vitriformax, 2017.</i></p>	<p>\$600.000</p>
<p>Escritorio Santiago 2 Cajones.</p> <p>Cantidad: 1 Unidad</p> <p>Medidas: Alto: 76 cms Ancho:51 cms Largo:122 cms Fondo: 122 cms</p>	<p>Homecenter</p>  <p><i>Fuente: Homecenter, 2017.</i></p>	<p>\$499.900</p>
<p>Silla de escritorio ejecutiva con brazos.</p> <p>Cantidad: 1 Unidad</p> <p>Diámetro de base: 32 cms. Altura de asiento ajustable:50,60 cms Material del tapiz: Tela Ancho: 64 cms Alto espaldar ajustable: 111 a 121 cms.</p>	<p>Homecenter</p>  <p><i>Fuente: Homecenter, 2017.</i></p>	<p>\$189.900</p>
<p>Silla Corpus</p> <p>Cantidad: 2 Unidades</p> <p>Descripción: Material de la estructura: Tela y madera Color: Gris Capacidad de resistencia: 120 Kg Alto:77 cms Ancho: 50 cms</p>	<p>Homecenter</p>	<p>\$599.800</p>

<p>Fondo: 54 cms</p>	 <p><i>Fuente: Homecenter, 2017.</i></p>	
<p>Computador Hp</p> <p>Cantidad: 1 Unidad</p> <p>Descripción: Procesador: Intel Celeron Velocidad del procesador: 1.6 GHZ Sistema operativo: Windows 10 Capacidad del disco duro: 1 TB Memoria Ram: 4 GB Tamaño de pantalla: 19.5 pulgadas</p>	<p>Éxito</p>  <p><i>Fuente: Éxito, 2017</i></p>	<p>\$999.900</p>
<p>Impresora Canon</p> <p>Cantidad: 1 Unidad</p> <p>Descripción: Impresora inalámbrica multifuncional PIXM A G4100 provee la capacidad de imprimir, copiar, escanear y enviar o recibir fax, como también estrena un alimentador automático de hojas avanzado y una pantalla LCD de dos líneas.</p>	<p>Éxito</p>  <p><i>Fuente: Éxito, 2017</i></p>	<p>\$799.000</p>

<p>Televisor Led 43 Pulgadas Ultra Hd Smart tv.</p> <p>Cantidad: 1 Unidad</p> <p>Descripción: Resolución: UHD PurColour Experiencia HDR Pantalla: UHD Dimming Diseño: Delgado Control remoto Smart View</p>	<p>Éxito</p>  <p><i>Fuente: Éxito, 2017</i></p>	<p>\$1.399.86</p> <p>2</p>
<p>Caja Registradora Casio Alfanumérica Térmica Pcr T-280</p> <p>Cantidad: 1 Unidad</p> <p>Descripción: Color: Negro Peso: 4 Kg Garantía: 1 año Dimensiones: 25.5x42x40 cm (Alto-largo-profundidad)</p>	<p>Éxito</p>  <p><i>Fuente: Éxito, 2017</i></p>	<p>\$513.800</p>
<p>Teléfono Inalámbrico Panasonic KX-TGB210</p> <p>Cantidad: 1 Unidad</p> <p>Descripción: Pantalla iluminada de 1.4 pulgada. Memoria de llamada hasta 50 números. 10 números de remarcación rápida. Reloj con alarma en el auricular.</p>	<p>Éxito</p>  <p><i>Fuente: Éxito, 2017.</i></p>	<p>\$129.900</p>

<p>Celular Samsung Galaxy J5</p> <p>Cantidad: 1 Unidad</p> <p>Descripción: Cámara delantera: 13 Mpx AF+Frontal de 5 Mpx con luz LED Cámara trasera: 16 Mpx con luz LED. Memoria: 16 GB Procesador: Quad Core de 1.2 GHz Pantalla: 126.3 mm (5.0) HD Súper amoled.</p>	<p>Claro</p>  <p><i>Fuente: Claro, 2017.</i></p>	<p>\$750.000</p>
<p>Sofá Esquinero Lyon 6 Puestos Tela Gris Home Collection</p> <p>Cantidad: 1 Unidad</p> <p>Descripción: Esquinero de dos módulos, en espuma de alta densidad y pentas de gran confort, cojines espaldares en algodón, fresco, confortable.</p> <p>Medidas: Alto: 85 cms Ancho: 205 cms Largo: 293 cms</p>	<p>Homecenter</p>  <p><i>Fuente: Homecenter, 2017.</i></p>	<p>\$ 1.999.900</p>
<p>Mesa de centro Eclipse</p> <p>Cantidad: 1 Unidad</p> <p>Descripción: Material: Madera Color: Blanco Capacidad de resistencia: 15 Kg Espesor: 15 milímetros Alto: 26,9 cms Ancho: 60 cms Largo: 60 cms</p>	<p>Homecenter</p>  <p><i>Fuente: Homecenter, 2017.</i></p>	<p>\$140.900</p>
<p>Set de oficina, Papelera</p> <p>Cantidad: 1 Unidad</p> <p>Descripción:</p>	<p>Homecenter</p>	<p>\$ 39.900</p>

<p>Set de elementos organizadores con estructura enmuyada, prácticos y livianos.</p>	 <p><i>Fuente: Homecenter, 2017.</i></p>	
<p>Dispensador de agua</p> <p>Cantidad: 1 Unidad</p> <p>Descripción: Capacidad: 2 litros Uso: Domestico Alto: 52 cms Ancho: 32 cms Fondo: 36 cms Color: Blanco Incluye: Manual de instrucciones</p>	<p>Homecenter</p>  <p><i>Fuente: Homecenter, 2017.</i></p>	<p>\$432.900</p>


<p>Lamparas para Techo Vigo 3 Luces Rosca E27 Satín.</p> <p>Cantidad: 3 Unidades Descripción: Material de la estructura: Metal y vidrio. Voltaje: 110-120 V Potencia máxima del bombillo: 3*60w Tamaño de bombillo: 10 centímetros Tipo de rosca: E27</p>	<p>Homecenter</p>  <p><i>Fuente: Homecenter, 2017.</i></p>	<p>\$278.700</p>
<p>Mostrador</p> <p>Cantidad: 1 Unidad Medidas 1 Metro Ancho: 60 cms Largo: 2.20 Metro.</p>	<p>Vitriformax</p>  <p><i>Fuente: Vitriformax, 2017.</i></p>	<p>\$2.100.000</p>
<p>Espejo grande</p> <p>Cantidad: 1 Unidad Descripción: Material; Vidrio Color: Cobre Peso: 3 kilogramos Medidas: Ancho: 80 centímetros Largo: 160 centímetros</p>	<p>Homecenter</p>  <p><i>Fuente: Homecenter, 2017.</i></p>	<p>\$190.000</p>

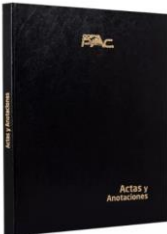
<p>Plancha inalámbrica para el cabello</p> <p>Cantidad: 5</p> <p>Descripción:</p> <p>Material: Plástico Medidas: 200*35*40 Temperaturas: 200 F°,230F°,350F°</p>	<p>Bidisco</p>  <p><i>Fuente: Bidisco, 2017.</i></p>	<p>\$246.094</p>
<p>Set de cepillo para peinar el cabello</p> <p>Cantidad: 1</p> <p>Descripción:</p> <p>Set de cepillos de 8 unidades fácil utilización y suavidad extrema, cuenta con un sello capilar el cual protege el cabello de jalones bruscos que produzcan quebramiento.</p>	<p>BaByliss</p>  <p><i>Fuente: BaByliss, 2017.</i></p>	<p>\$85.000</p>

Tabla 5.27. Maquinaria, equipo, muebles y enseres.

5.3.3 Requerimientos de materiales e insumos

A continuación, se muestran los materiales e insumos que Importaciones C&V necesita para abrir su local físico e iniciar con su actividad comercial.

Producto	Proveedor	Precio
<p>Tinta para impresora</p> <p>Cantidad: 2 Unidades Color: Blanco y negro</p>	<p>Think</p>  <p><i>Fuente: Think, 2017</i></p>	<p>\$40.000</p>
<p>Resma de papel natural.</p> <p>Cantidad: 1 Unidad</p>	<p>Panamericana</p>	



<p>Descripción: Peso: 72 g * 500 unidades. Papel natural tamaño carta, 100 % de fibra de caña de azúcar.</p>	 <p><i>Fuente: Panamericana,2017</i></p>	<p>\$10.300</p>
<p>Bolígrafos Kilométrico 100 Cantidad: 1 caja Descripción: Color: Negro. Barril transparente que permite ver el contenido de la tinta. Sistema de escritura con tinta inkjoy.</p>	<p>Panamericana</p>  <p><i>Fuente: Panamericana,2017</i></p>	<p>\$10.600</p>
<p>Libro de actas Cantidad: 1 Unidad Descripción: Libro para registro de ventas. Tamaño: Carta.</p>	<p>Panamericana</p>  <p><i>Fuente: Panamerica,2017</i></p>	<p>\$30.600</p>
<p>Talonnario de facturas Cantidad: 1 Unidad Descripción: Tamaño: Carta Impresión: A 2 colores Tipo de papel: Earth Pack Copias: Uno de 100 hojas. Terminados: Tapas de cartón</p>	<p>Litocreativos, Litografías</p>  <p><i>Fuente: Litocreativos,2017</i></p>	<p>\$70.000</p>
<p>Bolsas de papel Cantidad: 100 Unidades Descripción: Bolsa con manija estilo boutique, la cual en el</p>	<p>EditArt, Litografía</p>	<p>\$20.000</p>

<p>fondo va a tener el nombre de la compañía y la información de esta.</p> <p>Materiales: Ecológicos y Biodegradables.</p>	 <p><i>Fuente: EditArt, 2017</i></p>	
--	---	--

Tabla 5.28. Materia prima e insumos.

5.3.4 Requerimientos de servicios.

Importaciones C&V para abrir su local debe requerir de los siguientes servicios:

Servicio	Proveedor	Precio
<p>Agua</p>	<p>Epm</p>  <p><i>Fuente: Google, 2017.</i></p>	<p>\$50.000</p>
<p>Luz</p>	<p>Epm</p>  <p><i>Fuente: Google, 2017.</i></p>	<p>\$120.000</p>
<p>Telefonía, televiso e internet</p> <p>Descripción:</p> <p>Este servicio cuenta con televisión de 80 canales, llamadas locales y</p>	<p>Une</p>	<p>\$115.000</p>



<p>nacionales además el internet a adquirir es de 10 Megas.</p>	 <p><i>Fuente: Google, 2017.</i></p>	
<p>Sistema de alarmas contra robo y emergencia.</p> <p>Descripción: Consiste en un conjunto de dispositivos instalados de manera adecuada los cuales interactúan de forma inteligente con el medio ambiente para detectar cambios en el mismo como movimientos de personas o apertura de puertas y ventanas.</p>	<p>Alarmar</p>  <p><i>Fuente: Alarmar, 2017.</i></p>	<p>\$150.000</p>

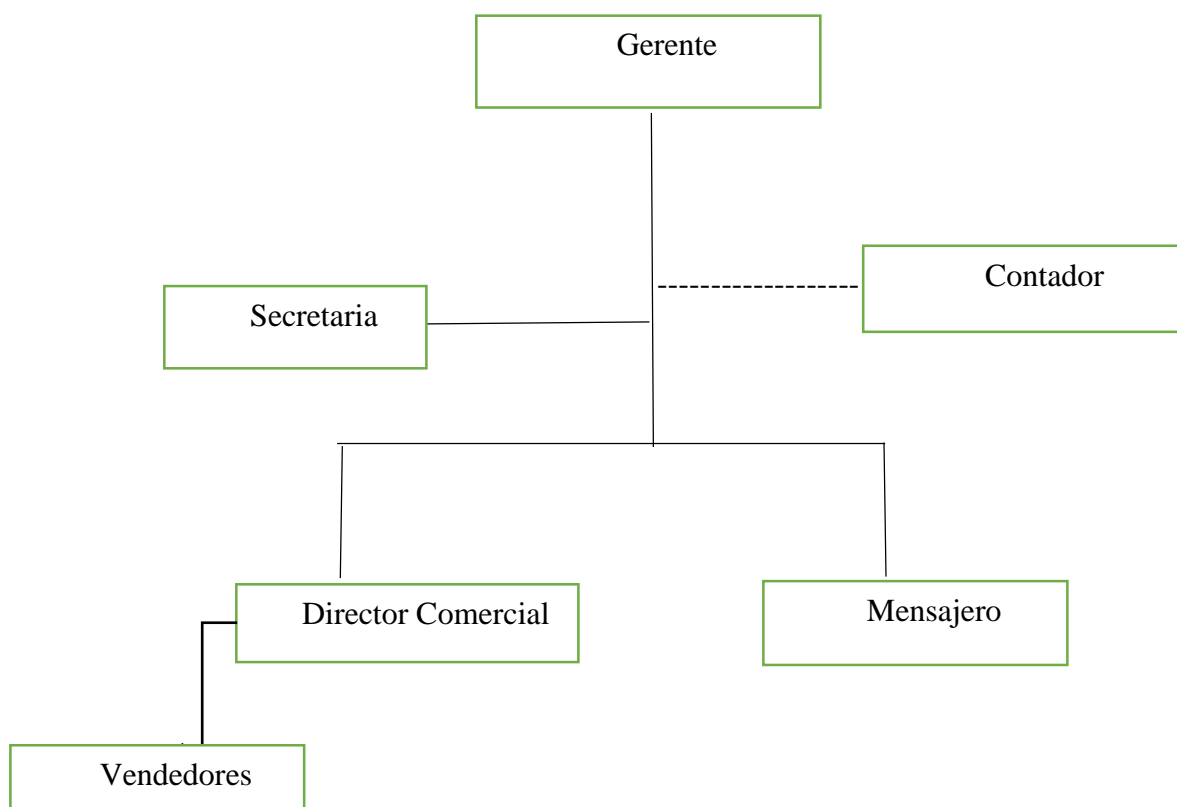
Tabla 5.15. Requerimiento de servicios.

Capítulo 6 . ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

6.1 Estructura Organizacional del Negocio

6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional y Estructura de Personal

Importaciones C&V está conformado tiene una estructura organizacional muy reducida ya que es una microempresa y está constituido así:



*Organigrama 6.2. Estructura de los participantes de la compañía.
Fuente: Elaboración propia, 2017.*

En la siguiente gráfica se puede observar una descripción más detallada en cuanto a las funciones, formación, experiencia y habilidades que deben tener los participantes de la empresa.

Cargo	Funciones	Formación	Experiencia	Habilidades
Gerente	El gerente se encarga básicamente de lograr ciertos objetivos económicos y generar beneficios sociales. Además de: Asignar las tareas de sus subordinados. Seleccionar personal competente, así como hacerse responsable de esa selección. En algunos casos, firmar cheques y decidir acerca de políticas financieras	Estudios relacionados con la administración de empresas	Más de 2 años en gerencia y planeación	Idioma Inglés, capaz de liderar
Secretaria	Planear, organizar y dirigir los registros de nómina, hojas de vida, salud ocupacionales, sugerir políticas de administración que lleven al cumplimiento de la misión establecida en la empresa	Estudios relacionados con la administración	Más de 1 año con experiencia en comercio exterior	Idioma inglés, manejo Excel
Contador	Verificar todos ingresos y salidas para así llevar un buen balance financiero en la empresa, elaborar comprobantes a diario de cada factura, elaboración de cheques para los proveedores de la empresa y servicios, registrar toda la información financiera	Estudio en contabilidad	Más de 2 Años en contaduría general de una empresa	Buen manejo de aplicaciones como Excel y demás para fines financieros

	en los diferentes sistemas de la empresa.			
Director comercial	Realizar los estudios de mercados correspondientes para saber a qué público dirigirse, capacitar a los vendedores en cuanto a la estrategia a utilizar.	Estudio como mercadeo o carreras afines.	Más de 1 año en marketing internacional y nacional.	Idioma Ingles
Vendedores	Usar estrategias que lleven a un cierre de venta para así cumplir el objetivo mensual esperado.	Estudio en mercadeo o fines	Más de 1 año	Idioma inglés
Mensajero	Llevar los productos en óptimas condiciones a los clientes en caso de ser de un domicilio	Bachiller	6 meses	Licencia de conducción

Tabla 6.29. Funciones y Habilidades de los participantes de la compañía.

Fuente: Elaboración propia, 2017

6.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio

En la siguiente gráfica se puede apreciar los gastos por nóminas de cada empleado por mes.

Cargo	Salario Basico	Transporte	Prestaciones Sociales	Descanso Remunerado	Seguridad Social	Parafiscales
Gerente	\$2.100.000	\$83.140	Cesantías y primas: \$181.928 Intereses sobre Cesantías: \$21.837	Vacaciones: \$87.500	Pensiones \$252.000 Salud: \$178.500 Riesgos Laborales: \$10.962	\$189.000
Director Comercial	\$1.000.000	\$83.140	Cesantías y primas: \$106.928	Vacaciones: \$45.000	Pensiones \$144.000 Salud: \$102.000	\$108.000

			Intereses sobre Cesantías: \$12.831		Riesgos Laborales: \$6.264	
Secretaría	\$978.550	\$83.140	Cesantías y primas: \$88.474 Intereses sobre Cesantías: \$10.617	Vacaciones \$40.773	Pensiones \$117.426 Salud 4%	Equivale al 4% correspondientes a la caja de compensación.
Vendedor	\$737.717	\$83.140	Cesantías y primas: \$68.405 Intereses sobre Cesantías: \$8.209	Vacaciones: \$30.738	Pensiones \$88.526 Salud 4%	Equivale al 4% correspondientes a la caja de compensación.
Mensajero	\$737.717	\$83.140	Primas censarias \$68.405 Intereses sobre cesantías \$8.209	Vacaciones \$30.738	Pensiones \$8.526 Salud 4%	

*Tabla 6.30. Costos de la estructura organizacional de la compañía.
Fuente: Elaboración propia, 2017.*

Capítulo 7 ANÁLISIS LEGAL

7.1 Tipo de Organización empresarial

Importaciones C&V es una microempresa de tipo comercial conformada por 8 personas, esta compañía se dedica a la importación de planchas inalámbrica para el cabello. Su tipo de organización empresarial es la sociedad por acciones simplificada (S.A.S). Sin embargo, este modelo de organización es el más adecuado para dar inicio a su apertura, ya que, no se requiere conformar una junta directiva y hay una mayor flexibilidad en la regulación de los derechos patrimoniales. Así mismo, no requiere una duración de tiempo determinado lo que representa una reducción de los costos para la compañía porque no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el plazo de duración vaya a caducar.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

A continuación, se muestra los diferentes trámites necesarios para que la empresa se encuentre legalmente constituida, incluido los costos y el tiempo de realización.

Tramite: Elaboración de la constitución de la sociedad

Descripción: Proceso donde los socios de la empresa se encargan de reunir toda documentación necesaria. Donde según la Ley 1258 de 2008 es posible crear sociedades por acciones simplificadas, donde los socios puedan concretar las condiciones que desean aplicar para mejorar sus relaciones.

Costo: No tiene ningún costo

Tiempo: Un día aproximadamente

Tramite: Presentación de los documentos anteriores ante la cámara de comercio

Descripción: Es donde se obtiene lo que es el registro mercantil, una asignación del NIT, es decir un pre-Rut, la matrícula de industria y comercio.

Costo: No requiere ningún costo

Tiempo: Aproximadamente un día.

Tramite: Apertura bancaria

Descripción: En este proceso el fin es realizar consignaciones locales o internacionales, donde se presenta en una sucursal del banco preferido los papeles de la empresa como el registro en la cámara de comercio para así obtener cuentas bancarias e incluso créditos

Costo: \$100.000 pesos colombianos

Tiempo: 1 hora

Tramite: RUT (Registro Único Tributario)

Descripción: proceso en el cual se obtiene el RUT para fines comerciales y económicos, exigido para los tramites de transacción económica, principalmente con entidades del estado o si se realizan operaciones de comercio exterior, para realizar este proceso hay dos opciones, una es ir a una sede de la DIAN con los documentos exigidos y realizar la inscripción y la otra forma es por el portal virtual (www.dian.gov.co) y luego ir a un punto con la documentación exigida y formalizar la inscripción.

Costo: No tiene ningún costo

Tiempo: Depende del medio en que se solicite, por el portal es de 20 minutos y si es de manera presencial es de dos horas aproximadamente

Tramite: resolución de facturación

Descripción: proceso en el cual se solicita la numeración de las facturas, para poder solicitar esta hay que tener en cuenta según (DIAN ,2017) son los siguientes pasos

1. Ingresar a la Dian y registrarse en la resolución de facturación con el RUT y solicitar una firma digital
2. En el menú seleccionar la opción resolución de facturación
3. En la opción del menú, seleccionar solicitar numeración
4. Para poder solicitar correctamente hay que tener el RUT actualizado
5. Una vez verificado la información se escoge el tipo de trámite, por ejemplo: habilitación de rango, autorización de rangos o inhabilitación de la facturación

Costo: No tiene ningún costo realizar este trámite.

Tiempo: 1 hora

Tramite: EPS

Descripción: Este proceso se realiza con el fin de que todos los empleados estén afiliados al sistema integral de salud y se realiza mediante la planilla integrada de liquidación de aportes (PILA) donde primero se tiene que registrar con un operador de información el cual está habilitado para acompañar a la empresa en todas las etapas y brindar toda información necesaria para que diligencia la planilla , una vez diligenciada la planilla, el sistema hace la liquidación correspondiente , donde se debe verificar que el valor a pagar sea el correspondiente a la ley y por este mismo sistema se realiza los trámites necesarios para afiliar a los empleados a la ARL.

Costo: 150,000

Tiempo: 3 días.

Capítulo 8 . ANÁLISIS FINANCIERO

8.1 Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad

A continuación, se mostrará los indicadores financieros del sector de electrodomésticos:

INDICADORES FINANCIEROS SECTOR ELECTRODOMÉSTICOS										
Indicador	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Rentabilidad										
Margen Bruto	9,1%	8,8%	11,5%	8,8%	10,7%	11,8%	13,4%	28,8%	29,8%	26,5%
Margen Ebitda	3,5%	1,0%	5,2%	2,2%	2,1%	3,2%	6,1%	4,8%	5,4%	5,5%
Liquidez										
Liquidez Corriente (Razón Corriente)	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0	0,9	1,0	1,3	1,4	1,2
Liquidez Inmediata (Prueba Ácida)	0,6	0,7	0,8	0,8	0,8	0,7	0,8	0,8	0,8	0,7
Endeudamiento										
Endeudamiento con Valorizaciones	56,5%	55,1%	51,7%	55,5%	53,7%	52,4%	49,0%	67,6%	66,4%	66,5%
Endeudamiento sin Valorizaciones	75,0%	75,3%	78,5%	82,0%	82,8%	83,0%	89,7%	73,8%	70,8%	69,5%

* Los indicadores financieros fueron calculados por sectorial tomando como base la información de Estados Financieros de un promedio de 233 empresas pertenecientes al sector electrodomésticos.

Ilustración 8.35. Indicadores financieros del sector de electrodoméstico.

Fuente: Sectorial, 2017

Según la imagen anterior se puede observar que la tasa de rentabilidad en la industria de electrodomésticos es de 26,5%, sin embargo, desde el año 2007 al 2016 este sector ha presentado un crecimiento estable. De acuerdo a los indicadores financieros de este sector se puede evidenciar que en el año 2015 esta fue de 29,8% mientras que para el año 2016 fue de 26,5% lo que indica que esta decreció un 3,3%.

Tasas de Rentabilidad Esperada como Inversionista, teniendo en cuenta las tasas anteriores.

Importaciones C&V desea obtener una tasa de rentabilidad del 27%, la cual sea de gran beneficio para la venta de las planchas y logré generar ganancias a mediano plazo. Este rendimiento se escogió con el fin de que se asemeje con la tasa de renta del sector de electrodomésticos, ya que, la establecida por la industria ha sido de gran conveniencia para el lanzamiento de productos innovadores, entre ellos las planchas inalámbricas que ofrece Importaciones C&V. Sin embargo con esta tasa el inversionista espera posicionar su producto en el mercado y lograr un reconocimiento en toda la población del Área Metropolitana de Medellín.

Impuesto sobre la Renta:

Es un impuesto que se declara y se paga cada año y recae sobre la renta, ingreso, utilidad o beneficio, obtenido por un contribuyente, que sea susceptible de producir incremento neto del patrimonio en el momento de su percepción, siempre que no hayan sido expresamente exceptuados, y considerando los costos y gastos en que se incurre para producirlos. Sin embargo, para el año 2017 el impuesto sobre la renta para las medianas empresas es del 34%.

% de Margen de Contribución sobre costo unitario del producto para definir los Precios de Ventas

El margen de contribución es el la diferencia entre el precio de venta menos los costos variables. Es considerado también como el exceso de ingresos con respecto a los costos variables, exceso que debe cubrir los costos fijos y la utilidad o ganancia.

Costo Unitario

$Mp + \text{importación} / \text{Unidades anuales}$

$\$51.004 + 114.927.254 / 2.500$

$\$51.004 + 45970.90$

: \$46021,90

Margen de contribución: $\text{PrecioV} - \text{CostoV}$

$\$170.000,00 - 46021,90 = 123978,10$

Porcentaje

$\$123978,10 / \$170.000,00 = 0,72 * 100\% = 72\%$

8.2. Aportes de Capital de los Socios

El capital actual de los socios de la compañía es el siguiente:

Estructura de Capital		
Capital Socios	\$	45.723.425

Ilustración 8.36. Estructura de capital.

Fuente: Modelo financiero, 2017

La compañía Importaciones C&V está conformada por 2 socios donde cada socio va a aportar \$22'861.712 que son obtenidos por sus ahorros e ingresos de años anteriores es por esto que para emprender este proyecto deciden invertir este aporte de la siguiente manera:

Inversión	Precio
El arriendo del local se hará con un contrato a 12 meses.	\$ 1'800.000 mensuales: 21'600.000
Maquinaria, equipos, muebles y enseres	\$12'295.456
Materiales e insumos	\$181.500
Promoción y divulgación durante 1 año	\$ 5'650.000
Servicios públicos	\$5'220.000
Salario mínimo de un trabajador del primer mes de apertura de la empresa.	\$776.469
TOTAL	\$45'723.425

Tabla 8.31. Inversión del capital de los socios.

Fuente: Elaboración propia, 2017.

8.3 Créditos y Préstamos Bancarios

Importaciones C&V para solicitar un préstamo bancario decidió realizar una simulación en la siguiente entidad bancaria con el fin de tener conocimiento acerca de la tasa efectiva anual y cuota mensual entre otros, teniendo en cuanto el monto a solicitar

Nombre de la entidad: Bancolombia

Resultado de la Simulación

Los valores resultantes de esta simulación, son informativos, aproximados y podrán variar de acuerdo a las políticas de estudio y aprobación del crédito por parte de Bancolombia.

Tasa efectiva anual utilizada en la simulación	15.39%
Tasa mes vencida utilizada en la simulación	1.2%
Cuota mensual	\$2,169,322.50
Seguro de vida asociado a la deuda por cuota	\$122,691.19
Cuota mensual más seguro(s)	\$2,292,013.69
Plazo	120 meses

*Ilustración 8.37. Créditos y préstamos bancarios.
Fuente: Bancolombia, 2017.*

Tabla de amortización

Cuota X año	Abono intereses	Abono a capital	Cuota mensual sin seguro	Valor del seguro de vida asociado a la deuda	Cuota mensual más seguro	Saldo
1	\$14658930,10	\$10668799,20	\$25327729,30	\$1472294,28	\$26800023,59	\$1'317.596.701
2	\$13122623,02	\$10668799,20	\$23791422,22	\$1472294,28	\$25263716,51	\$990420192,40
3	\$11586315,93	\$10668799,20	\$22255115,13	\$1472294,28	\$23727409,42	\$874841534,40
4	\$10050008,85	\$10668799,20	\$20718828,05	\$1472294,28	\$22191102,34	\$826831938
5	\$9825963,81	\$10668799,20	\$19182500,96	\$1472294,28	\$20654795,25	\$641017018,60

6	\$6977394,68	\$10668799,20	\$17646193,88	\$1472294,28	\$19118488,17	\$527222494,20
7	\$5441087,59	\$10668799,20	\$16109886,79	\$1472294,28	\$17582181,08	\$442755146,80
8	\$3904780,51	\$10668799,20	\$14573579,71	\$1472294,28	\$16045874	\$314729572,40
9	\$2368473,42	\$10668799,20	\$11956167,63	\$1472294,28	\$25229566,91	\$186703986
10	\$832166,34	\$10668799,20	\$11500965,54	\$1472294,28	\$12850568,64	\$58678395,60

Tabla 8.32. Tabla de amortización.

Fuente: Bancolombia, 2017

8.4 Precios de los Productos

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

Se deben considerar primeramente los costos asociados al producto y la utilidad a la cual se quiere llegar, sin duda se debe tener presente el precio de referencia que se presenta en el mercado por la dinámica que ya está establecida entre oferta y demanda, así pues se identifican variables internas y externas que son consecuentes al precio de venta, así mismo, al momento de determinar este precio se debe tener en cuenta que este cubra los costos fijos de la empresa como el arriendo, servicios públicos, seguro y salario de los trabajadores y los costos variables que incluye además de los costos de importación, los costos de materia prima se espera una utilidad de al menos de 27% la cual se establece de acuerdo la tasa de rentabilidad del sector de electrodomésticos.

8.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

De acuerdo a la información obtenida en el modelo financiero para determinar los costos fijos unitarios y los costos variables unitarios se realizó el siguiente procedimiento:

Gastos	Unidades vendidas por año	Total
Gastos operacionales: 101.419.208	2.500	Costo fijo unitario 101.419.208/2500: 40567,68
Costos de importación: 114.927.254 Materia prima 51.004	2.500	Costo variable unitario: 114.927.254/2500: 45970,90 Total costo: 45970,90+51.004: 46021,90

Tabla 8.33. Determinación del precio del producto.

Fuente: Modelo financiero, 2017

Sin embargo, Importaciones C&V para determinar el precio de cada plancha inalámbrica se debe fijar en la información obtenida en la tabla anterior y para esto se debe hacer el siguiente procedimiento:

Formula

Pv: Cfu+ Cvu

Pv: 40567,68+46021,90: 86589,58

Con base a los costos, el precio acordado para cada plancha es de \$86589,58.

8.5 Ingresos y Egresos

8.5.1 Ingresos

8.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio

Total Ventas						
Precio Promedio	\$	170.000,0	179.690,0	185.799,5	197.040,3	212.113,9
Ventas	unid.	2.500	2.565	2.631	2.699	2.769
Ventas	\$	425.000.000	460.904.850	488.838.379	531.811.843	587.343.423

Ilustración 8.38. Ingresos propios del negocio.

Fuente: Modelo financiero, 2017

De acuerdo al análisis obtenido en el modelo financiero, se pudo determinar que el promedio de ventas de Importaciones C&V fue obtenido de multiplicar el precio de cada plancha inalámbrica por las unidades vendidas donde se da a conocer el total de ingresos que obtiene la compañía anualmente. Es por esto que para el primer año Importaciones C&V obtuvo unos ingresos de \$425.000.000, sin embargo, para cada año proyectado estos ingresos van a tener un aumento constante. Así mismo, la proyección de ingresos esperada para el 5 año es de \$587.343.423.

8.5.2 Egresos

8.5.2.1 Inversiones

Inversiones en activos fijos: Importaciones C&V planea tener una inversión considerada activos fijos las cuales son de gran importancia para que la empresa esté en óptimas condiciones de funcionamiento, tanto operacionales como de estética, el monto total que representa dicha inversión es de \$11.964.362 donde las más representativas son:

Producto	Precio
Vitrina	\$300,000
Computador	\$999,999
Caja registradora	\$513,800
Impresora	\$799,000
Mostrador	\$2,100,000
Celular	\$750,000

Tabla 8.34. Inversiones.

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Inversiones en gastos pre-operativos: Además de las inversiones en activos fijos, Importaciones C&V tiene que tener en cuenta otros activos que se presentan antes de realizar cualquier operación de la empresa este gasto del cual se está hablando es el registro mercantil el cual permite que la empresa esté certificada y goce de beneficios económicos y tributarios el cual depende de los activos de empresa en este caso son \$165,000.

Gastos Anticipados						
Gastos Anticipados	\$	165.000	0	0	0	0
Acreedores Gastos Anticipados(Var.)	\$		165.000	0	0	0

Ilustración 8.39. Gastos anticipados.

Fuente: Modelo financiero, 2017

Inversiones en capital de trabajo: la empresa cuenta con un capital entre los socios de \$45, 723,425 que representa el 30% de lo que se necesita para que el negocio se pueda llevar a cabo, por lo cual se necesita realizar un préstamo al banco del porcentaje faltante que en este caso sería el 70% el cual representa monetariamente \$106, 687,992, Lo que indica el monto total para sostener el proyecto, mientras genera ganancia.

8.5.3 Estados Financieros

8.5.3.1 Estado de Perdida y Ganancias y Balance General

El balance general es el estado financiero de una empresa en un momento determinado, para reflejar el patrimonio, activos y pasivos. A continuación, Importaciones C&V de acuerdo al modelo financiero va a evidenciar su balance general:

BALANCE GENERAL	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo						
Efectivo	140.315.055	180.488.255	186.550.188	188.958.716	198.314.752	214.930.289
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	132.000	99.000	66.000	33.000	0	0
Total Activo Corriente:	140.447.055	180.587.255	186.616.188	188.991.716	198.314.752	214.930.289
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Máquinari y Equipo de Operación	0	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	7.053.300	5.642.640	4.231.980	2.821.320	1.410.660	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	4.311.062	3.274.041	1.637.021	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	11.364.362	8.916.681	5.869.001	2.821.320	1.410.660	0
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	152.411.417	189.503.936	192.485.188	191.813.036	200.325.412	214.930.289
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	19.866.240	26.823.477	32.073.379	40.111.132	49.684.233
Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	106.687.992	85.350.394	64.012.795	42.675.197	21.337.538	0
Otros pasivos a LP	0	0	0	0	0	0
Obligación Capital Semilla	0	0	0	0	0	0
PASIVO	106.687.992	105.216.634	90.836.273	74.754.576	61.448.730	49.684.233
Patrimonio						
Capital Social	45.723.425	45.723.425	45.723.425	45.723.425	45.723.425	45.723.425
Reserva Legal Acumulada	0	0	3.856.388	9.063.238	15.230.472	22.861.713
Utilidades Retenidas	0	0	0	0	0	215.038
Utilidades del Ejercicio	0	38.563.878	52.069.103	62.271.736	77.862.785	96.445.875
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	45.723.425	84.287.303	101.648.916	117.058.459	138.876.682	165.246.050
PASIVO + PATRIMONIO	152.411.417	189.503.936	192.485.188	191.813.036	200.325.412	214.930.289

Ilustración 8.40. Balance General.

Fuente: Modelo financiero, 2017

De acuerdo a la imagen anterior se puede determinar que en el año base los activos fueron de \$152.411.417y con su proyección a 5 años sería de \$214.930.289 lo cual tendrá una variación de \$62.518.872 lo que es de gran beneficio para la compañía ya que, se puede evidenciar el crecimiento que tendría la empresa al momento de posicionarse en el mercado.

Estado de resultados

Es el reporte financiero que se hace con base a un periodo determinado, en este se muestra la información detallada sobre los ingresos y gastos que ha obtenido la empresa y que estos sean generadores de un beneficio o pérdida para la toma de decisiones de un negocio donde participe la empresa. Es por esto que Importaciones C&V se basó en su modelo financiero para evidenciar a continuación, su estado de pérdidas y ganancias:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	425.000.000	460.904.850	488.838.379	531.811.843	587.343.423
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	127.509.825	138.282.110	146.662.815	159.555.847	176.216.605
Depreciación	3.047.681	3.047.681	3.047.681	1.410.660	1.410.660
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	114.927.254	121.478.107	125.608.363	133.207.669	143.398.056
Utilidad Bruta	179.515.240	198.096.952	213.519.521	237.637.667	266.318.103
Gasto de Ventas	11.774.000	12.186.090	12.661.348	13.123.487	13.563.123
Gastos de Administracion	89.645.208	92.782.790	96.401.319	99.919.967	103.267.286
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	33.000	33.000	33.000	33.000	0
Utilidad Operativa	78.063.032	93.095.072	104.423.854	124.561.213	149.487.693
Otros ingresos					
Intereses	19.632.915	14.202.491	10.072.739	6.587.296	3.357.580
Otros ingresos y egresos	-19.632.915	-14.202.491	-10.072.739	-6.587.296	-3.357.580
Utilidad antes de impuestos	58.430.117	78.892.580	94.351.116	117.973.917	146.130.113
Impuestos (34%)	19.866.240	26.823.477	32.079.379	40.111.132	49.684.239
Utilidad Neta Final	38.563.878	52.069.103	62.271.736	77.862.785	96.445.875

Ilustración 8.41. Estado de resultados.

Fuente: Modelo financiero, 2017

De acuerdo a la imagen anterior se puede determinar que en el año base tiene unas ventas de \$425.000.000 mientras que para el año 5 se tiene proyectado tener ventas de \$587.343.423 lo cual tiene una variación de \$162.343.423 siendo una gran oportunidad para la compañía de brindarle beneficios y altos ingresos.

8.5.3.2 Flujo de caja y evaluación financiera

El flujo de caja es muy importante tenerlo en cuenta ya que es la acumulación neta de los activos líquidos de una empresa por lo tanto mide la liquidez que hay en determinado periodo de tiempo, este se analiza a través de un estado llamado flujo de caja, el objetivo como tal es prever la información sobre los egresos e ingresos de lo que es el efectivo en una empresa, este permite y ayuda a los inversionistas contadores, y dueños a evaluar la capacidad de la empresa para generar ganancias, evaluar lo que es la capacidad de endeudamiento y por ende las obligaciones.

En la siguiente grafica se puede observar lo que es este flujo de caja, donde una de las cuentas más representativas para importaciones C&V, es el flujo de caja de financiación donde se puede observar que representa lo que es un pasivo a largo plazo por la financiación bancaria, donde para el año 5, representa una deuda de financiamiento de \$214.930.289

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		78.053.032	33.095.072	104.423.854	124.561.213	143.487.693
Depreciaciones		3.047.681	3.047.681	3.047.681	1.410.660	1.410.660
Amortización Gastos		33.000	33.000	33.000	33.000	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-19.866.240	-26.823.477	-32.073.373	-40.111.132
Neto Flujo de Caja Operativo		81.143.713	76.309.512	80.681.058	93.925.494	110.787.221
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas e Insumos		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		0	0	0	0	0
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-7.053.300	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-4.311.062	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Pasivos	-11.964.362	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-11.964.362	0	0	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Capital Semilla	0	0	0	0	0	0
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	106.687.932	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-21.337.598	-21.337.598	-21.337.598	-21.337.598	-21.337.598
Intereses Pagados		-19.632.315	-14.202.431	-10.072.733	-6.587.296	-3.357.580
Dividendos Pagados		0	-34.707.430	-46.862.193	-56.044.563	-70.076.507
Capital	45.723.425	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	152.411.417	-40.970.513	-70.247.573	-78.272.530	-83.969.457	-94.771.685
Neto Periodo	140.447.055	40.173.200	6.061.933	2.408.528	9.956.037	16.015.536
Saldo anterior	140.315.055	180.488.255	186.550.188	186.550.188	188.958.716	138.914.752
Saldo siguiente	140.447.055	180.488.255	186.550.188	188.958.716	198.914.752	214.930.289

Ilustración 8.42. Flujo de caja.
Fuente: Modelo financiero, 2017

Para el caso del plan de negocios de Importaciones C&V de las planchas inalámbricas para el cabello se evaluará el proyecto con una tasa de descuento del 18% ya que como tal se

espera obtener la misma utilidad de que la industria e incluso un poco más ya que el producto tiene un valor agregado.

Por otro lado, teniendo en cuenta el VPN (Valor presente Neto) descontando lo que son los flujos de caja a una del 18% que es la rentabilidad esperada por los estudiantes, representa que el plan de negocios de las planchas inalámbricas para el cabello es viable desde un punto de vista financiero ya que este valor es de 117.135.568 el cual es mayor a cero. Además, en el modelo realizado por los estudiantes la TIR (tasa interna de retorno) dio 46,90% lo cual es mayor a la tasa de rentabilidad esperada (18%) esto significa que es conveniente invertir en el plan de negocios debido a que la rentabilidad que generará supera los rendimientos que se obtendrían si se destinara la misma inversión en otro tipo de proyecto con la tasa de rentabilidad esperada.

Otro criterio analizado es el PayBack el cual indica que los recursos utilizados en el proyecto se espera que se recuperen en 1 año y 8 meses de operación de la empresa lo que comprueba que en realidad es viable el proyecto desde el punto de vista financiero si se lleva en un escenario de 5 años de evaluación como tal, este indicador lo ratifica que es fácil de recuperar esa inversión si se cumplen todos los supuestos de la operación del mismo. En la siguiente grafica se puede observar todo lo anteriormente mencionado.

Criterios de Decisión	
Tasa de Descuento (Tasa mínima esperada)	18%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	46,90%
VAN (Valor actual neto)	117.135.568
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,72
Duración de la etapa improductiva del negocio en meses	3 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio	70,00%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio	72 mes

Ilustración 8.43. Criterios de Decisión 1.

Fuente: Modelo financiero, 2017

8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Análisis de Sensibilidad

8.5.4.1 Análisis de Sensibilidad

Reduciéndose un 10% el precio de venta y conservando las mismas unidades vendidas, sigue siendo viable el plan de negocio ya que TIR es mayor a la tasa de descuento esperada obteniendo unos resultados de 18,41% en la anteriormente mencionada y con un VAN de \$1.533.134 como se puede observar en la siguiente gráfica

Criterios de Decisión	
Tasa de Descuento (Tasa mínima esperada)	18%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	18,41%
VAN (Valor actual neto)	1.553.134
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2,95
Duración de la etapa improductiva del negocio en meses	3 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio	70,00%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio	72 mes

Ilustración 8.44. Criterios de decisión 2.

Fuente: Modelo financiero, 2017

Reduciéndose un 20% el precio de venta y conservando las mismas unidades vendidas, el proyecto deja de ser viable ya que la TIR es menor a la tasa de descuento esperada obteniendo unos resultados de -19,52 en la anteriormente mencionada y con un VAN de \$-124.472.559 como se puede observar en la siguiente gráfica.

Criterios de Decisión	
Tasa de Descuento (Tasa mínima esperada)	18%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	-19,52%
VAN (Valor actual neto)	-124.472.559
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	13,13
Duración de la etapa improductiva del negocio en meses	3 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio	70,00%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio	72 mes

Ilustración 8.45. Criterios de decisión 3.

Fuente: Modelo financiero, 2017

Reduciéndose un 10% el precio de venta y reduciendo un 10% las unidades, los resultados no son viables ya que la TIR da un porcentaje de 13,94% lo que es menor a la tasa mínima de rendimiento, la cual es del 18% y el VAN da un valor de \$ -16.501.289 lo cual se puede apreciar en la siguiente gráfica.

Criterios de Decisión	
Tasa de Descuento (Tasa mínima esperada)	18%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	13,94%
VAN (Valor actual neto)	-16.501.289
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	3,21
Duración de la etapa improductiva del negocio en meses	3 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio	70,00%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio	72 mes

Ilustración 8.46. Criterios de Decisión 4.

Fuente: Modelo financiero, 2017

Conservando el precio de venta y reduciendo un 10% las unidades vendidas: la TIR es 40,98 % y el VAN de \$99.188.732, lo que continúa siendo viable aun con la reducción de un 10% de unidades vendidas, como se puede observar en la siguiente gráfica.

Criterios de Decisión	
Tasa de Descuento (Tasa mínima esperada)	18%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	40,98%
VAN (Valor actual neto)	99.188.732
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,80
Duración de la etapa improductiva del negocio en meses	3 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio	70,00%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio	72 mes

Ilustración 8.47. Criterios de decisión 5.

Fuente: Modelo financiero, 2017

8.6 Conclusiones financieras

El Plan de Negocios de las planchas inalámbricas para el cabello es viable desde el punto de vista financiero, ya que presenta indicadores donde se evidencia que hay rentabilidad para los inversionistas. Además, después de analizar los indicadores del proyecto se puede ver que el Plan de Negocios además de ser rentable es sostenible en determinado tiempo como empresa. Según lo realizado en el modelo financiero se puede ver que tiene una Tasa Interna de Retorno que es mayor a la Tasa mínima esperada por los inversionistas y por ende refleja viabilidad por lo tanto desde un punto de vista financiero se concluye que este plan de negocio se podría llevar a cabo.

Conclusiones y recomendaciones

Como resultado a la realización de este trabajo, se puede concluir que la investigación de este proyecto permite desarrollar las habilidades y conocimientos que se deben tener en cuenta para llevar a cabo la comercialización de un producto el cual sirve de beneficio para dar apertura a nueva empresa.

Desde otro punto vista, se concluye que el plan de negocios de Importaciones C&V es viable, ya que, según el modelo financiero realizado se pudo apreciar que hay rentabilidad en el sector incluso cuando se modifican indicadores que no se considerarían en el mejor escenario.

Recomendaciones

Se recomiendo realizar una importación por menos unidades teniendo en cuenta la demanda proyectada, ya que en esta investigación la importación en unidades cubre por 10 meses y eso representa cierta incertidumbre para la empresa, donde al tener una acceso de inventario surgen inconvenientes tales como el espacio e incluso perdida de la utilidad esperada porque les toca ofertar el producto por un menor precio.

Bibliografía

(s.f.). Obtenido de http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas

Alcaldía de Medellín. (2017). Obtenido de

<https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpccontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Plan%20de%20Desarrollo/Secciones/Informaci%C3%B3n%20General/Documentos/POT/medellinPoblacion.pdf>

Alibaba. (2017). Obtenido de <https://spanish.alibaba.com/product-detail/rechargeable-battery-operated-mini-wireless-fast-hair-straightener-60632550020.html?spm=a2700.8699010.29.189.ae14c8dH5Auv5>

Ambiente Bogotá. (s.f.). Obtenido de <http://www.ambientebogota.gov.co/web/sda/320>

Andi. (2016). Obtenido de http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas

Andi, 2016. (s.f.). Obtenido de Registro único empresarial y social cámaras de comercio

Aportes en Línea (2017) obtenido de <https://www.pila-asistida.com/pila-asistida/ServletIngreso?tarea=legalSeguro>

Banrep. (28 de julio de 2017). Banrep. Obtenido de <http://www.banrep.gov.co/tasa-intervencion-politica-monetaria>

Bidisco. (s.f.). Obtenido de http://www.bidisco.com/en/products_5.html

Concepto definición (2017) Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/fan-page/>

DANE. (2017). Obtenido de <http://www.dane.gov.co/reloj/>

DIAN. (2016). Obtenido de <http://www.dian.gov.co/>

Dirconfrencial (2017) Obtenido de <https://dircomfidencial.com/diccionario/5-fuerzas-porter-20161109-1320/>

Dominios (2017) Obtenido de <http://www.dominios.es/dominios/es/agentes-registradores/marcaria>

Economipedia (2017) Obtenido de <http://economipedia.com>

Fenalco Santander. (2017). Obtenido de <http://www.fenalcosantander.com.co/administrador/repositorio/file/estudiosfenalcosantander/segundosemestre.pdf>

Ley 1480. (2011). Obtenido de <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/co/co103es.pdf>

Marcaria. (2017). Obtenido de <https://www.marcaria.com/ws/es/home>

Minambiente. (2011). Obtenido de http://www.andi.com.co/Ambiental/Documentos%202015/Plan_Nacional_de_Biodiversidad.pdf

Mincint (2016) Obtenido de http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=73712&name=OEE-MA01_Informeimportaciones_balanza_enero15.pdf&prefijo=file

Mintrabajo (2017) obtenido de <http://www.mintrabajo.gov.co/web/guest/inicio>

mundial, b. (2016). Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/pais/colombia>

Muñoz, J. V. (28 de Julio de 2013). Periodico El País. Obtenido de <http://www.elpais.com.co/colombia/las-razones-de-la-mala-hora-del-gobierno-del-presidente-santos.html>

P&M. (2016). Obtenido de <http://www.revistapym.com.co/>

Registro unico empresarial. (s.f.). Obtenido de

http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas

Revista Dinero. (29 de Septiembre de 2016). Obtenido de

<http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/mercado-de-productos-capilares-de-colombia/232371>

Rues. (s.f.). Obtenido de http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas

Sectorial . (2014). Obtenido de <https://www.sectorial.co/articulos-especiales/item/51387>

Sectorial. (2015). Obtenido de <https://www.sectorial.co/>

superintendencia de industria y comercio. (s.f.). Obtenido de

<http://www.sic.gov.co/marcas>

