



**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER**  
**FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES**  
**TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL**  
**COMERCIALIZADORA DE ROPA DEPORTIVA IMPORTADA**  
**TECHNOLOGY SPORTS S.A.S.**

ANDRÉS GALLEGO CANO

NATALIA VARGAS CORTÉS

ROSA ANGELICA MUÑOZ CASTAÑO

VANESSA AGUDELO GÓMEZ

PROFESOR GUÍA: VICTOR JAIME SALDARRIAGA ROMERO

Año

2015

## **Agradecimientos**

Agradecemos a nuestras familias por el apoyo tan importante que nos brindaron durante la realización de este proyecto, Gracias a ellos por brindarnos los espacios necesarios para el desarrollo de las investigaciones. Igualmente agradecemos a nuestro guía Víctor Jaime Saldarriaga Romero por su seguimiento y colaboración para este proyecto durante el semestre. Gracias a sus correcciones logramos mejorar nuestro trabajo. A la profesora Natalia Acevedo por aclararnos dudas que nos surgieron durante la realización del análisis financiero.

Finalmente agradecemos a todos nuestros profesores de la tecnología, porque gracias a los conocimientos que nos brindaron durante la carrera logramos desarrollar las ideas y sustentaciones necesarias para este plan de negocios.

# Índice

## Contenido

Lista de Figuras.....	VII
Lista de Tablas.....	VIII
Lista de Abreviaturas y siglas .....	X
Resumen Ejecutivo.....	XII
Introducción.....	XIII
<b>CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA .....</b>	<b>1</b>
<b>Nombre de la Empresa Y marca .....</b>	<b>1</b>
1.1.1 Nombre de la Empresa.....	1
1.1.1 Marca de la Empresa.....	2
<b>1.2 Tipo de Empresa .....</b>	<b>3</b>
FUENTE: Superintendencia de sociedades. ....	8
<b>1.1 Descripción de la Empresa.....</b>	<b>9</b>
1.1.1 Concepto del Negocio.....	9
1.1.1 Ubicación .....	10
1.1.1 Tamaño .....	10
1.1.1 Código CIU.....	11
<b>1.2 Visión y Misión de La Empresa .....</b>	<b>11</b>
1.1.1 Misión .....	11
1.1.1 Visión.....	11
<b>1.2 Relación Productos y/o Servicios .....</b>	<b>11</b>
<b>1.2 Ventajas Competitivas .....</b>	<b>14</b>
<b>1.2 Trámites y Costos.....</b>	<b>15</b>
<b>CAPITULO II ANALISIS DEL ENTORNO Y SECTOR .....</b>	<b>18</b>
<b>2.1 Entorno .....</b>	<b>18</b>
<b>2.2 Sector o Industria.....</b>	<b>19</b>
2.1.1 Sector Textil y de Confecciones .....	19
2.1.1 Tamaño .....	21
2.1.1 Barreras del Sector.....	22
<b>2.1.1 Rentabilidad del Sector. ....</b>	<b>23</b>
2.1.4 Competidores .....	24
2.1.2 Cadena de Valor en la Industria.....	25

2.1.5 Tendencias de crecimiento.....	25
2.1.7. Proyección de Ventas.....	26
2.1.9 Estructura del sector.....	27
2.1.10 Comportamiento de la demanda .....	27
2.1.11 Factores Claves del éxito .....	28
<b>CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO.....</b>	<b>30</b>
<b>3.1 Objetivos de Mercadeo .....</b>	<b>30</b>
3.1.1 Objetivos a corto plazo .....	30
3.1.2 Objetivos a mediano plazo.....	30
3.1.3 Objetivos a largo plazo .....	30
<b>3.2 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios.....</b>	<b>31</b>
<b>3.3 Perfil del consumidor .....</b>	<b>31</b>
<b>3.5 Mercado Competidor.....</b>	<b>33</b>
3.5.1 Mercado Competidor .....	33
3.5.2 Análisis de la Competencia.....	33
<b>3.6 Mercado Distribuidor .....</b>	<b>36</b>
3.6.1 Distribución Directa.....	36
<b>3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación.....</b>	<b>37</b>
3.7.1 Comunicación .....	37
3.7.2 Actividades de promoción y divulgación.....	38
Fuente: Adgora 2015.....	39
<b>3.8 Plan de Ventas .....</b>	<b>39</b>
3.8.1 Plan de ventas .....	39
<b>CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL.....</b>	<b>42</b>
<b>4.1 Tratados Comerciales.....</b>	<b>42</b>
<b>4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios.....</b>	<b>43</b>
4.2.1 Partida arancelaria.....	43
4.2.3 Arancel con Beneficios .....	44
<b>4.3 Requisitos y Vistos Buenos.....</b>	<b>44</b>
<b>4.3 Capacidad Exportadora / Capacidad Importadora.....</b>	<b>45</b>
<b>4.4 Participación en Ferias Especializadas .....</b>	<b>46</b>
4.4.1 El modulo incluye:.....	47
4.4.2 Forma de pago.....	47

<b>4.5 Rutas de Acceso.....</b>	<b>48</b>
<b>4.6. Liquidación de Costos de Importación y Precios de Exportación.....</b>	<b>51</b>
<b>CAPITULO V. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>5.1 Estructura Organizacional del Negocio.....</b>	<b>62</b>
5.1.1 Organigrama Estructura Organizacional.....	62
5.1.2 Organigrama Estructura Personal .....	63
5.1.3 Costos.....	64
5.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados.....	65
<b>5.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio.....</b>	<b>69</b>
5.2.1 Locaciones Empresa. ....	69
5.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres .....	70
5.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por Area .....	71
5.2.4 Requerimientos de Servicios por Área.....	75
<b>CAPITULO VI. ANÁLISIS LEGAL .....</b>	<b>78</b>
<b>6.1. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas .....</b>	<b>78</b>
6.1.1 Trámites para la creación y previos al funcionamiento de la empresa.....	78
6.1.2 Tramites para el Funcionamiento.....	79
<b>CAPITULO VII. ANÁLISIS FINANCIERO .....</b>	<b>80</b>
<b>7.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad .....</b>	<b>80</b>
7.1.1 Tasa de Rentabilidad de su Industria .....	80
7.1.2 Tasas Libre de Riesgo .....	80
7.1.3 Tasas de Rentabilidad Esperada como Inversionista, teniendo en cuenta las tasas anteriores.....	80
7.1.4 Impuesto sobre la Renta y el CREE.....	80
7.1.5 % de Margen de Contribución sobre costo unitario del Producto para definir los Precios de Ventas	81
<b>7.2. Aportes de Capital de los Socios .....</b>	<b>81</b>
<b>7.2 Créditos y Préstamos Bancarios .....</b>	<b>81</b>
7.2.1 Nombre de la entidad financiera .....	81
7.2.2 Monto total del préstamo necesario para el proyecto.....	81
7.2.3 Tasa de Interes, Plazo del préstamo .....	81
<b>7.4 Precios de los Productos .....</b>	<b>83</b>
7.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos.....	83
7.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos. ....	83

<b>7.5</b>	<b>Análisis Financiero</b> .....	84
7.5.1	Ingresos .....	84
7.5.2	Egresos .....	84
7.5.3.	Análisis de Punto de Equilibrio .....	86
CONCLUSIONES.....		88
Bibliografía .....		89
Anexos.....		91
Apéndices.....		93

## Lista de Figuras

Figura 1.1 Nombre de la empresa.....	1
Figura 1.2 Marca de la empresa.....	2
Figura 1.3 Tamaño del sector.....	9
Figura 2.1 Días frecuentados.....	16
Figura 2.2 Participación del sector en Colombia.....	17
Figura 2.3 Valor de las importaciones del sector.....	19
Figura 3.1 Estratos socioeconómicos que practican deporte.....	28
Figura 3.2 Análisis de la competencia.....	31
Figura 3.3 Logo de la empresa.....	34
Figura 4.1 Partida arancelaria.....	38
Figura 4.2 Gravamen.....	38
Figura 4.3 Arancel general sin beneficios.....	38
Figura 4.4 Arancel general con beneficios.....	39
Figura 4.5 Precios del producto.....	41
Figura 4.6 Rutas de acceso.....	43
Figura 4.7 Navieras de México.....	45
Figura 5.1 Organigrama general.....	58
Figura 5.2 Organigrama Personal.....	59
Figura 5.3 Salario general.....	75
Figura 5.4 Salario jefe de compras, jefe de ventas y contadores.....	62
Figura 5.5 Salario auxiliar contable y jefe de mercadeo.....	63
Figura 5.6 Salario coordinador de logística y recepcionista.....	63
Figura 5.7 Salario asesoras comerciales.....	64
Figura 7.1 Préstamo.....	79

## Lista de Tablas

Tabla 1.1 Sociedades comerciales.....	4, 5, 6, 7, 8
Tabla 1.2 Ficha técnica del producto.....	11
Tabla 1.3 Descripción del producto.....	12, 13
Tabla 1.4 Trámites y costos.....	14
Tabla 2.1 Rentabilidad del sector, crecimiento en los últimos años.....	20
Tabla 3.1 Mercado meta.....	27
Tabla 3.2 Perfil potencial de bienes.....	28
Tabla 3.3 Mercado competidor.....	29
Tabla 3.4 Análisis de la competencia.....	30
Tabla 3.5 Costos de la empresa.....	32
Tabla 3.6 Costos local.....	33
Tabla 3.7 Actividades de promoción y divulgación.....	36
Tabla 4.1 Costos inscripción.....	42
Tabla 5.1 Descripción de procesos.....	60
Tabla 5.2 Costos personal fijo de la empresa.....	61
Tabla 5.3 Costos de personal tercerizado.....	64
Tabla 5.4 Distribución de la sede principal.....	65
Tabla 5.5 Requerimientos de maquinaria, equipos, software y enseres.....	66
Tabla 5.6 Requerimientos de materiales e insumos del área de gestión humana.....	68
Tabla 5.7 Requerimientos de materiales e insumos del área de distribución y comercialización.....	69
Tabla 5.8 Requerimientos de materiales e insumos del área de comercio y mercadeo.....	70
Tabla 5.9 Requerimientos de materiales e insumos del área de contabilidad.....	71
Tabla 5.10 Requerimientos de servicios del área de gestión humana.....	72
Tabla 5.11 Requerimientos de servicios del área de distribución y comercialización.....	72
Tabla 5.12 Requerimientos de servicios del área de comercio y mercadeo.....	73



Tabla 5.13 Requerimientos de servicios del área de contabilidad.....	73
Tabla 6.1 Trámites para la creación previos al funcionamiento de la empresa.....	75
Tabla 7.1 Amortización por año.....	79
Tabla 7.2 Precio de los productos tomando como base los costos.....	80
Tabla 7.3 Ingresos de venta.....	81
Tabla 7.4 Inversiones en activos fijos, gastos preoperativos y capital de trabajo.....	82
Tabla 7.5 Costos fijos y variables.....	82
Tabla 7.6 Análisis punto de equilibrio.....	83
Tabla 7.7 Punto de equilibrio por producto.....	83

## **Lista de Abreviaturas y siglas**

1. BID..... ( Banco Interamericano de Desarrollo)
2. RUES..... ( Registro único empresarial y social cámaras de comercio)
3. S.A.S..... ( Sociedad Anónima Simplificada)
4. PIB .....( Producto Interno Bruto)
5. DIAN. .... (Dirección de Impuestos y Aduanas)
6. MINCOMERCIO ..... ( Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)

## **ABSTRACT**

The purpose of this business plan is to identify the profitability offered by the textile / clothing, design and fashion sector in the city of Medellin. SPORT TECHNOLOGY S.A.S will be a company that is dedicated to the distribution and marketing of sportswear fabrics made of latest technology, imported from Mexico; this product will be marketed mainly in the city of Medellin, especially aimed at professional athletes who want to gain a greater comfort and performance when it comes to practice sports. It offers a value-added in the finished products, giving customers a standardized, high-quality product. The consumer market will be those people of The Metropolitan Area of the Valle de Aburra, who play sports regularly, and have an age range between 15 and 44 years.

To study this project we took into account different aspects to be analyzed to define the profitability of the business plan, primarily a financial analysis was performed to determine the viability that the project has, this is defined with the VPN (\$ 530,345 .752) and TIR (28.68%) resulting from the analysis.

The calculated TIR for this project was 28.68%, which means that the effective profitability generated by the project taking into account the investment that has to be done on it, which allow you to have a cash flow that occur throughout the year. At the beginning of the project it was established an expected return of 2% per month, after studying the different financial variables of the project, the TIR was established.

With the VPN analysis, you can identify that for TECHNOLOGY SPORT, this project is feasible, as the net present value of the business plan is \$ 530,345,752, which indicates that bringing cash flows to present value, less the investment, generate the income that the company will have at this time regarding their projections.

## Resumen Ejecutivo

El fin de este plan de negocios, es identificar la rentabilidad que ofrece el sector textil/ confecciones, diseño y moda en la ciudad de Medellín. TECHNOLOGY SPORT S.A.S, será una compañía que se dedicara a la distribución y comercialización de ropa deportiva fabricada en telas de última tecnología, importada desde México; este producto será comercializado principalmente en la ciudad de Medellín, dirigido especialmente a los deportistas profesionales que quieran obtener una mayor comodidad y rendimiento a la hora de practicar deporte. Ofrece un valor agregado en los productos terminados, brindándole al cliente un producto estandarizado y de alta calidad. El mercado consumidor serán las personas habitantes del Área metropolitana del Valle de Aburra, que practican deporte regularmente, y tienen un rango de edad entre los 15 y 44 años.

Para el estudio de este proyecto se tuvo en cuenta diferentes aspectos que se deben analizar para definir la rentabilidad del Plan de negocio, principalmente se realizó un análisis financiero para determinar la viabilidad que tiene el proyecto, esto se define con respecto a la VPN (\$530.345.752) y la TIR (28,68%) que resulta del análisis realizado.

La TIR calculada para este proyecto fue del 28,68%; lo que significa la rentabilidad efectiva que genera el proyecto teniendo en cuenta la inversión que se tiene que hacer en él, lo cual permiten tener unos flujos de caja que se dan durante todo el año. Al inicio del proyecto se planteó una rentabilidad esperada del 2% mensual, luego de estudiar las diferentes variables financieras del proyecto se estableció la TIR.

Con el análisis del VPN, se puede identificar que para TECHNOLOGY SPORT, este proyecto resulta viable, ya que, el valor presente neto del plan de negocio es \$530.345.752, lo cual indica que al traer los flujos de caja a valor presente, menos la inversión se genera los ingresos que tendrá la empresa en este momento con respecto a sus proyecciones.

## Introducción

Una investigación, es la acción que permite identificar los aspectos y variables que se deben tener en cuenta para saber cómo ingresar a un mercado que se encuentra en contrastante crecimiento, lo que este proyecto pretende hacer es ingresar al sector textil/confección, diseño y moda de Colombia con productos innovadores y asequible para los consumidores. Los aspectos más importantes que se tuvieron en cuenta para esta investigación fueron: la rentabilidad del sector, la competencia y el mercado meta, el cual se hizo con el fin de entender si este plan de negocios es rentable para los socios.

El sector textil/confección, diseño y moda en Colombia es muy importante, en Antioquia la participación en este sector es bastante relevante ya que es del 278,83%. Y el crecimiento anual de este sector es de 7%, lo cual presenta para el proyecto una posibilidad de ganar rentabilidad. El desarrollo de las nuevas tecnologías en las telas permite tener una ventaja en el sector, pues, esto le agrega valor a los productos que se desean ofrecer.

El objetivo de este proyecto es crear en la ciudad de Medellín una empresa, comercializadora de ropa deportiva importada de México. Este producto es de alta calidad, ya que tiene en su composición telas inteligentes que permiten que el consumidor se sienta cómodo a la hora de hacer ejercicio o practicar algún deporte.

TECHNOLOGY SPORT S.A.S será una empresa que comercializará inicialmente 6 prendas de ropa deportiva dirigidas a las personas habitantes del Área metropolitana del Valle de Aburra, que practican deporte regularmente, estas se encuentran en un rango de edad entre los 15 y 44 años, y pertenecen al estrato socio económico 4, 5 y 6. La comercialización de estos productos se hará por medio de 4 canales diferentes, de forma directa e indirecta; principalmente se distribuirá en la sede principal de la empresa la cual estará ubicada en el sector estadio; además, se tendrá un local en el centro comercial San Diego, y en los almacenes de Cadena como el ÉXITO y JUMBO; se ofrecerá los productos de la marca. También se realizara un plan, el cual permita ofrecer en una plataforma online donde los clientes puedan adquirir estos productos; los canales de distribución fueron pensados con el fin de llegar cada vez más cerca a los consumidores de la marca.

Con respecto a la competencia, para THECNOLOGY SPORT, no será nada fácil competir con las grandes marcas de ropa deportiva ya posicionadas en el mercado; los principales competidores para la marca serán NIKE y ADIDAS, marcas que con el pasar del tiempo han logrado adquirir un gran potencial del mercado consumidor por su calidad y prestación de excelente servicio. Por eso para el inicio de este proyecto se tomó el 2% de la competencia de pequeñas marcas, para que con el pasar del tiempo la empresa logre conquistar y atraer a los consumidores por su calidad en los productos y la asequibilidad en los precios.

Teniendo en cuenta el análisis financiero, para TECHNOLOGY SPORT S.A.S, la comercialización de los productos le será rentable, ya que genera un margen de utilidad alto que

no afectara el precio de los productos para competir en el mercado, sin necesidad den incurrir en guerra de precios con la competencia

# CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

## Nombre de la Empresa Y marca

### 1.1.1 Nombre de la Empresa

Nuestra empresa se dedicara a la importación de ropa deportiva con últimas tecnologías desde México, por lo tanto su nombre será **TECHNOLOGY SPORT**.

A continuación en la figura 1.1. Se demuestra la verificación de existencia del nombre de la empresa en la CÁMARA DE COMERCIO, por medio de RUES.

Figura 1.1. Nombre de la Empresa.



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

Confecámaras  
Red de Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Veedurías Servicios Virtuales Acceso privado

➤ Realice aquí su consulta empresarial o social

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

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

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

Razón social: TECHNOLOGY SPORT Consultar

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

RM - Registro Mercantil RUP - Registro Único de Proponentes ESAL - Entidad Sin Animo de Lucro RNT - Registro Nacional de Turismo

Fuente: Registro único empresarial y social cámaras de comercio.

### 1.1.1 Marca de la Empresa

La marca de nuestro producto será TECNOSPORTS, y hace referencia al nombre de la empresa.

A continuación en la figura 1.1.2. Se demuestra que no existe la marca de la empresa registrada en la SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y TURISMO.

**Figura 1.2 Marca de la Empresa.**

The screenshot shows the search interface for 'Signos distintivos' (Distinctive Signs) on the website of the Superintendencia de Industria y Comercio. The page header includes the logos for 'Industria y Comercio SUPERINTENDENCIA', 'MINCOMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO', and 'TODOS POR UN NUEVO PAÍS PAZ EQUIDAD EDUCACION'. The search criteria are as follows:

- Expediente:** Año (dropdown), Número (text input), Control (text input)
- Certificado:** Número (text input), Control (text input)
- Denominación:** Igual que (dropdown), tecnosports (text input)
- Clasificación de Niza:** -- TODAS LAS CLASES -- (dropdown)
- Titular:** Igual que (dropdown), (text input)

Buttons for 'Enviar consulta' and 'Restaurar' are visible below the search criteria. The search results section displays the message: 'No se encontraron registros'.

Fuente: Superintendencia de industria y comercio.



## 1.2 Tipo de Empresa

Para el proyecto de esta nueva empresa (TENCHNOLOGY SPORT), construiremos una SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS; en primer lugar para la construcción de una persona jurídica nos llevó a pensar en el número de socios con el que se va formar. Éste propósito cuenta con cuatro personas naturales que comparten un mismo objetivo, por lo tanto es posible formar una S.A.S.

Al formar una nueva persona jurídica de este tipo nos encontramos con diferentes ventajas, las cuales permiten que la construcción de ésta sociedad sea más fácil y económica, ya que se forma a través de un documento privado como lo dice el artículo 5° de la ley 1258 de 2008 “ La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal” (Superintendencia de Sociedades, 2008) que no requiere de mucho tiempo y dinero. Otra de las principales ventajas que existen para la creación de la S.A.S.

Es que los empresarios dueños de la firma pueden establecer ciertas reglas, las cuales van a regir el funcionamiento de la sociedad.

Una ventaja muy importante es la que permite la facilidad de los negocios cuando la sociedad tiene un objeto social indeterminado, puesto que no es necesario consultar el tipo de actividades para saber si la sociedad cumple con la capacidad de hacer diferentes transacciones económicas; además, las personas jurídicas que desarrollen actividades comerciales ya sean extranjeras o nacionales pueden beneficiarse de las S.A.S.

En la siguiente tabla se explican los diferentes tipos de sociedades.

**Tabla 1.1 Sociedades Comerciales**

<b>TIPO DE SOCIEDAD</b>	<b>SOCIEDAD COLECTIVA</b>	<b>SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE</b>	<b>SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES</b>	<b>SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS</b>	<b>SOCIEDAD ANONIMA</b>	<b>SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA</b>
<b>RAZON SOCIAL</b>	Nombre completo o solo apellido de alguno o algunos de los socios seguidos de las expresiones “y compañía” “hermanos” “e hijos” y no podrá tener un nombre	Nombre completo o solo apellido de unos o más colectivos y se agrega la expresión “y compañía” o la abreviatura “E Cía.”. Seguida de la expresión “S. en.C.S” (Camara de comercio de Neiva)	Nombre completo o solo apellido de unos o más colectivos y se agrega la expresión “y compañía” o la abreviatura “E Cía.”. Seguida de la expresión “S. en.C.A” (Camara de comercio de Neiva)	Denominación seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada” o por las letras “S.A.S (Camara de comercio de Neiva)	Denominación seguida “S.A”	Denominación seguida de la palabra limitada o de su abreviatura “Ltda.”

	diferente. (Camara de comercio de Neiva)					
<b>TIPO DE SOCIOS</b>	Socios	Dos categorías de socios: a) Colectivos o gestores: administran la sociedad. b) comanditarios: no intervienen en la administración de la misma	Dos categorías de socios: a) Colectivos o gestores: administran la sociedad. b) comanditarios : no intervienen en la administración de la misma	Accionistas	Accionistas	Socios
<b>CAPITAL SOCIAL</b>	El capital se divide en partes de interés cuyo valor puede ser desigual.  Cada socio tiene un voto, sin importar el valor de su participación	El capital se divide en cuotas de igual valor que confieren un voto a cada una. Se integra con los aportes de capital de los socios comanditarios y de los colectivos (si	El capital social se divide en acciones de igual valor.  Se integra con los aportes de capital de los socios comanditarios y de los colectivos (si estos aportes	El capital social se divide en capital autorizado, suscrito y pagado en acciones de igual valor.	El capital social se divide en acciones de igual valor. Las acciones en circulación corresponden al capital pagado por los accionistas. Se pueden emitir acciones privilegiadas, acciones de	El capital se divide en cuotas de igual valor.  El aumento o disminución del capital social requiere reforma estatutaria.

	n. El aumento o disminución del capital social requiere reforma estatutaria.	estos aportes existen). El aumento o disminución del capital social requiere reforma estatutaria.	existen). El aumento del capital autorizado requiere reforma estatutaria.		goce o industria, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto y bonos obligatoriamente convertibles en acciones.	
<b>NUMEROS DE SOCIOS O ACCIONISTAS</b>	Mínimo 2 socios y no hay límite máximo.	Mínimo un socio gestor y máximo 25 socios comanditarios.	Mínimo un socio gestor y 5 comanditarios, y no hay límite máximo.	Mínimo 1 accionista y máximo no tiene límites.	Mínimo 5 accionistas y no hay límite máximo.	Mínimo 2 socios y máximo 25.
<b>RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS</b>	Solidaria e ilimitada.	Solidaria e ilimitada la de los socios gestores.	Hasta el monto de sus aportes la de los socios comanditarios.	Hasta el monto de sus aportes por las obligaciones sociales	Hasta el monto de sus aportes.	Hasta el monto de sus aportes.
<b>ORGANOS SOCIALES</b>	Junta de socios Representante legal	Junta de socios Representante legal	Asamblea de asociados. Representante legal.	Asamblea de accionistas. Representante legal	Asamblea general de accionistas. Junta de socios. Representante legal	Junta de socios. Representante legal.
<b>CESION DE</b>	Requiere	Los socios	Las acciones	Las acciones son	Las acciones	Existe derecho de

<b>PARTICIPACIONES SOCIALES</b>	autorización expresa de los consocios.  Requiere reforma estatutaria.	comanditarios pueden ceder sus cuotas libremente. Los socios gestores requieren autorización expresa de los demás comanditarios. Requiere reforma estatutaria	son libremente negociables, salvo que se pacte derecho de preferencia.  No requiere reforma estatutaria.	libremente negociables, pero puede por estatutos restringirse hasta por 10 años su negociación.	son libremente negociables, salvo que se pacte derecho de preferencia.  No requiere reforma estatutaria.	preferencia.  No requiere reforma estatutaria.
<b>PAGO DE CAPITAL</b>	En la escritura de constitución de la sociedad los socios se obligan a hacer un aporte.	Pagar la totalidad del capital en el momento de la constitución de la sociedad.	Suscribir el 50% de capital autorizado y pagar la tercera parte del capital suscrito.	El pago de los aportes puede diferirse hasta por un plazo máximo de dos años la totalidad suscrita	Suscribir el 50% de capital autorizado y pagar la tercera parte del capital suscrito.	Pagar la totalidad del capital en el momento de la constitución de la sociedad.
<b>REVISOR FISCAL</b>	No requiere	No requiere	Requiere	No requiere	Requiere	No requiere
<b>DISOLUCION</b>	-Cuando fallece uno de los socios y el heredero no quiere o no puede ejercer el comercio.	-Por las dichas en el artículo 218 del Código de comercio -Por la ausencia de socios en alguna de las dos	-Por las dichas en el artículo 218 del Código de comercio -Por la ausencia de	-Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere -Por causales previsto en los	-Por conclusión de la empresa  -Por pérdidas del capital social neto en la	-Cese en el ejercicio de la actividad. Por conclusión de la empresa -Por pérdidas del capital social neto en la mitad del mismo

	<p>-Cuando uno de los socios le genera una incapacidad</p> <p>-Cuando de manera justificada el socio renuncia.</p>	<p>categorías.</p> <p>-Cuando la pérdida de capital supera la tercera parte.</p>	<p>socios en alguna de las dos categorías.</p> <p>-Cuando la pérdida de capital equivale al 50% (cincuenta por ciento) del capital suscrito.</p>	<p>estatutos</p> <p>-Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.</p>	<p>mitad del mismo</p> <p>-Por reducción del capital por debajo del permitido.</p> <p>Los estipulados en el artículo 363 del código de comercio</p>	<p>-Por reducción del capital por debajo del permitido.</p> <p>Los estipulados en el artículo 363 del código de comercio</p>
--	--	--	--	--	---	--

FUENTE: Superintendencia de sociedades.

## **1.1 Descripción de la Empresa.**

### **1.1.1 Concepto del Negocio**

**TECHNOLOGY SPORT S.A.S**, será una compañía que se dedicara a la distribución y comercialización de ropa deportiva fabricada en telas de última tecnología, importada desde el país de México; este producto será comercializado principalmente en la ciudad de Medellín, dirigido especialmente a los deportistas profesionales que quieran obtener una mayor comodidad y rendimiento a la hora de ejecutar su rutina diaria. Ofrecemos un valor agregado en los productos terminados, ofreciéndole al cliente un producto estandarizado y de alta calidad.

### 1.1.1 Ubicación

Al ser una empresa que se dedica a la comercialización y distribución de ropa deportiva, tuvimos en cuenta ciertas variables, y nos enfocamos en buscar un lugar accesible para deportistas profesionales que regularmente practican todo tipo de deportes. Es por esto que decidimos ubicar la empresa cerca a la unidad deportiva Atanasio Girardot en Medellín ya que es uno de los sectores donde se encuentran la mayor parte de establecimientos para acondicionamiento físico y hay gran concentración de deportistas.

La Unidad Deportiva Atanasio Girardot, es un complejo deportivo de nuestra ciudad, en el cual podemos hallar espacios para el encuentro de todos los ciudadanos y disfrutar de la recreación, el sano esparcimiento y la práctica de diversas disciplinas deportivas de manera entretenida y/o para el alto rendimiento. (INDER, 2015) TECHNOLOGY SPORT S.A.S será una empresa reconocida por tener punto de venta (almacén) en el centro comercial San Diego, ya que es uno de los centros más visitados por la población de la ciudad. Según un estudio encontrado en Market Medios, con un promedio de tráfico 392.000 personas mensuales.

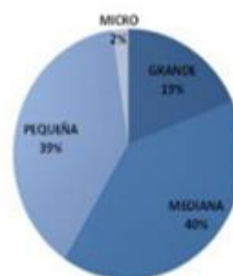
### 1.1.1 Tamaño

Nuestra empresa está catalogada como pequeña empresa, principalmente porque no es necesario tener mucho personal, contará con un máximo de 50 personas, ya que, solo nos encargaremos de la importación y luego la comercialización del producto terminado, esto quiere decir no es necesario una planta de fabricación, lo cual requiere de muchos trabajadores.

En la figura 1.3 se muestra la cantidad de tipos de empresas que existen el sector,

**Figura 1.3 Tamaño del Sector.**

TAMAÑO	No de Empresas	Ingresos Operacionales (Millones \$)	Part
GRANDE	159	10.915.090	77,70%
MEDIANA	327	2.569.604	18,29%
PEQUEÑA	323	557.458	3,97%
MICRO	20	5.711	0,04%
<b>Total general</b>	<b>829</b>	<b>14.047.865</b>	<b>100,00%</b>



Fuente: Superintendencia



### **1.1.1 Código CIU**

El código CIU de la compañía será el 4771 (comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios en establecimientos especializados); ubicado en la división No. 47, grupo No. 477, clase No.4771. Porque seremos una empresa que comercializara sus productos en la ciudad de Medellín en diferentes almacenes de cadena y además en almacenes propios de la empresa.

(Medellin C. d., 2015)

## **1.2 Visión y Misión de La Empresa**

### **1.1.1 Misión**

Somos una empresa distribuidora de la mejor marca en ropa deportiva, basada en los gustos y tendencias que se imponen comercialmente para el consumidor final con altos estándares de calidad de acuerdo a los gustos y tendencias del mercado en el territorio nacional, enfocados en la satisfacción de nuestros clientes

### **1.1.1 Visión**

En el año 2020 seremos una empresa líder a nivel local y nacional, comercializando ropa deportiva con telas inteligentes para jóvenes y adultos; teniendo productos de altos estándares de calidad y desarrollando convenios estratégicos con diferentes entidades promotoras del deporte Colombiano.

### **1.2 Relación Productos y/o Servicios**

TECHNOLOGY SPORT S.A.S, ofrecerá al mercado de deportistas un catálogo de ropa deportiva importada desde México de una empresa llamada ULTRASPORTS. Este producto está fabricado con telas de última tecnología para la ropa deportiva, la cual le da mucha más comodidad y satisfacción al usuario.

En la tabla 1.2 se puede ver la ficha técnica del producto.

**Tabla 1.2 Ficha Técnica del Producto**



<b>TELA</b>	<b>COMPOSICIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>BENEFICIOS</b>
<b>DRY FIT</b>	62% algodón, 34% poliéster y 4% spandex.	Absorbe la humedad.	Permite el secado rápido de los líquidos. Piel protegida y fresca.
<b>STRECH</b>	100% poliéster ancho.	Permite estirarse y regresar a su forma original.	Comodidad.
<b>REPEL</b>	100% poliéster.	Repelencia al líquido y otros factores ambientales.	Mantiene seco y cómodo al usuario durante la actividad física.

Fuente: ULTRASPORTS

A continuación en la tabla 1.3, se describe detalladamente la composición de los seis productos que comercializará TECHNOLOGY SPORTS S.A.S.

**Tabla 1.3 Descripción del Producto.**

	<p><b>JERSEY CABALLERO BELT</b></p> <p>Jersey de licra para caballero sin mangas ideal para realizar tu deporte favorito. colores: Azul rey, Verde limón, Gris</p>
	<p><b>TOP DEPORTIVO DINAMIC TH</b></p> <p>Top para Dama, Cuenta con la mejor tecnología que permitirte a la prenda estirarse y regresar a su forma original, además de contar con un sistema de secado rápido para mayor comodidad. Tirantes cruzados en la parte trasera.</p>
	<p><b>SHORT DEPORTIVO DUO-HT</b></p> <p>Este short para dama te mantendrá fresca y cómoda para realizar tus actividades deportivas al máximo. Cuenta con un short de licra en su interior que te permitirá estirarte cuanto quieras con la mayor confianza, además de contar con tela de la mejor tecnología Repel que te mantiene segura de líquidos.</p>
	<p><b>SHORT ULTRALIGHT CABALLERO</b></p> <p>Este Short de caballero, cuenta con tela ultra ligera que te permite estar fresco y cómodo al realizar tu deporte favorito. Colores: Naranja, Azul rey y Negro.</p>

	<p><b>CHAQUERA REFLEX -HT</b>          Chaqueta ligera con un innovador diseño. Fabricada con tela repel que no permitirá que se filtre el agua en la prenda, además de contar con un gorro con opción a ser removido.</p>
	<p><b>PANTALON CAPRI DEPORTIVO</b>          Pantalones cómodos ideales para entrenar o estar en casa. Cintura elástica. 100% poliéster. Corte estilo Caprí</p>

Fuente: ULTRASPORT

El empaque de los productos será en bolsas de telas ecológicas, ya que para la empresa es muy importante el tema de la responsabilidad social ambiental.

## 1.2 Ventajas Competitivas

Las prendas con marca TECHNOSPORTS se destacaran en el mercado por cumplir con altos estándares de calidad, para dar al usuario una mayor comodidad y frescura a la hora de practicar su deporte favorito. La empresa será reconocida en el mercado por sus diseños en la ropa deportiva que marcaran la diferencia por que serán innovadores y únicos.

Con respecto a los servicios que ofrecerá la empresa para la comercialización de los productos tendremos las siguientes opciones para el usuario:

- Venta Online en la página de la empresa con entrega en la puerta de la casa.
- Es posible que los propios clientes diseñen su ropa deportiva con la que se van a identificar. Se realizaran concursos para crear nuevas colecciones y campañas de la ropa deportiva.

- En la página web se tendrá el servicio de consulta con expertos, personas que se encargaran de asesorar a los clientes la mejor opción de prenda que debería usar para el deporte que practica.
- El control de calidad de la empresa será excelente, para que los usuarios confíen en la prenda que usan, por eso en la empresa se creara un área especializada en mejorar y acondicionar el producto si en algún momento tienes fallas en su uso.

## 1.2 Trámites y Costos

Los trámites y costos pre-operativos se describen la tabla 1.4

**Tabla 1.4 Tramites y Costos**

<b>TRAMITES</b>	<b>COSTOS</b>	<b>PERIODO DE DURACIÓN</b>
<b>Autenticación notaria</b>	\$ 3.450 por firma de cada socio. Y 300 por página.	Una sola vez.
<b>Registro de marca</b>	\$ 597.000	Solo una vez.
<b>Registro cámara de comercio</b>	\$ 0,7 sobre el valor del capital suscrito	Solo una vez.
<b>Formulario de registro</b>	\$ 4.000	Solo una vez.
<b>Derecho de inscripción</b>	\$ 32.000	Solo una vez.
<b>Matricula/ primer año</b>	\$ 0	Cada año
<b>Inscripción de libros</b>	\$ 10.300 c/u	Solo una vez.
<b>Apertura de cuenta</b>	\$ 0	Solo una vez.
<b>Certificado original de existencia</b>	\$ 4.300	Cada que se necesita el documento.
<b>Certificado original de representación legal</b>	\$ 4.300	Cada que se necesita el documento.
<b>Bomberos</b>	\$ 100.000	Una Sola vez.
<b>Estudio de suelos</b>	\$ 0	Solo una vez.
<b>Pre-RUT</b>	\$ 0	Solo una vez.
<b>Registro de datos de</b>	\$ 34000. Depende de	Una sola vez.

<b>constitución, CAMARA DE COMERCIO.</b>	los activos a declarar.	
<b>Cancelación de impuesto departamental por Antioquia.</b>	0.7% del capital suscrito.	Solo una vez.
<b>RUT</b>	\$0	Solo una vez.



## **CAPITULO II ANALISIS DEL ENTORNO Y SECTOR**

### **2.1 Entorno**

Se prevé que la empresa tendrá gran proyección con respecto a las ventas generadas, ya que este tipo de mercado de telas inteligentes para ropa deportiva esta apenas en progreso y con un gran aumento en la ciudad de Medellín, ciudad donde la práctica del deporte ha venido con un incremento bastante considerable ya sea por niños, jóvenes y adultos de diferentes géneros y por las distintas ramas deportivas.

La empresa por estar localizada en el sector de la Unidad Deportiva Atanasio Girardot, se calcula que tendrá un gran acaparamiento por la concurrencia del sector donde se practican numerosos deportes teniendo la publicidad respectiva para dicho conocimiento del producto.

#### **Fuerzas externas sociales**

“Los escenarios deportivos de la ciudad de Medellín se han convertido en las centralidades deportivas y culturales más importantes en cada uno de los territorios de la ciudad. Es por eso que se merecen un estudio juicioso y detallado de su uso y su relación con las diferentes organizaciones que intervienen y tienen relación con ellos. Esperamos y confiamos que los diferentes análisis que conforman este trabajo sean útiles para el entendimiento posterior de cada uno de estos escenarios, y las decisiones administrativas y técnicas que se tomen para las posteriores ventas presupuestadas.” (INDER, 2015)

“Las instalaciones deportivas más comunes en el municipio de Medellín son los escenarios deportivos barriales y, de ellos, los más utilizados son las canchas de fútbol en arenilla y las placas polideportivas. El punto fuerte de estas instalaciones es la posibilidad de desarrollar un gran número de actividades deportivas con alta disponibilidad; además, pueden realizarse múltiples disciplinas deportivas en un mismo escenario, con acuerdos previos de uso. De esta forma se facilita el uso a numerosas organizaciones y se tiene una alta incidencia en las dinámicas internas de las comunidades” (INDER, 2015)

“El mayor porcentaje en cuanto a número de instalaciones es el de las placas polideportivas en los escenarios deportivos barriales, estas equivalen al 68% del total de la clasificación de los escenarios deportivos. En segundo lugar están las canchas de arenilla con un 22%. Por lo tanto, en las canchas de arenilla y las placas polideportivas se concentra el 90% del total de los escenarios deportivos barriales.” (INDER, 2015)



**Figura 2.1 Días Frecuentados**



Fuente: Inder

## Ámbito Tecnológico

Este tipo de producto incorpora una tecnología avanzada de diseño y manufactura, capaces de muchas cosas, para el bienestar de las personas, para alargar su vida y para tener mejor calidad de vida, de eso se trata, y el avance tecnológico no se detiene, y la curiosidad del hombre por la conquista de ciertos campos, tampoco. Ahora la moda, las tendencias, tienen otro rumbo, además de lo estético, las telas inteligentes. Los especialistas en la industria de la ropa, coinciden en que en un futuro próximo, las telas inteligentes, los tejidos técnicos, o la electrónica que puede llevarse puesta, jugarán un papel fundamental, en la vida de los seres humanos.

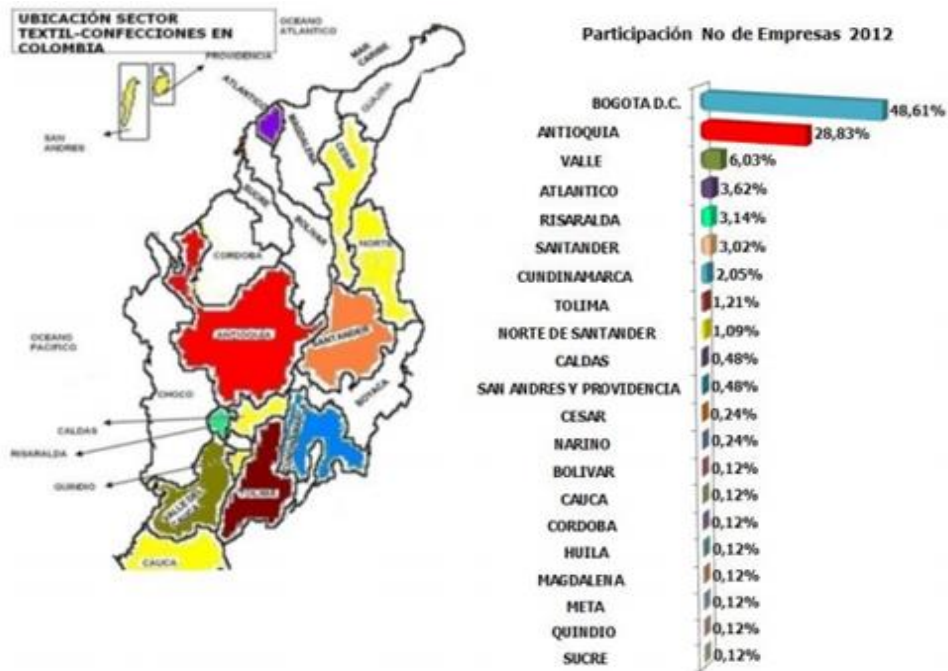
## 2.2 Sector o Industria

### 2.1.1 Sector Textil y de Confecciones

TECHNOLOGY SPORT S.A.S pertenece al sector secundario industrial, ya que los productos que se ofrecen han pasado por un proceso, donde la materia prima es transformada por medio de las empresas textiles, quienes tienen a su cargo el proceso de manufactura, después pasan a las empresas de confección encargadas de la elaboración de productos finales (Superintendencia de Sociedades) y llegan a la compañía, con la finalidad de ser comercializados mediante diferentes canales hasta llegar al consumidor final.

El sector textil en Medellín es uno de los más desarrollados en Colombia; a continuación en la figura 2.2 se muestra la participación del sector en el país.

**Figura 2.2 Participación del Sector en Colombia**



Fuente: Súper sociedades – Cálculos grupo de Estados económicos y Financieros

El 278.83% se concentra en Antioquia en donde las producciones de tejidos planos de algodón, ropa de algodón en tejido de punto y tejidos de punto de fibra artificial y las confecciones. (Superintendencia de Sociedades, 2012)

“El 50 por ciento de la producción textil del país se hace en Antioquia, departamento que entre enero y mayo del presente año exportó 172,7 millones de dólares, A nivel de diseño, producción y moda, Medellín y Antioquia siguen siendo los líderes del sector en el país”, asegura Felipe Maya Barrera, joven microempresario del sector textil con ocho años de experiencia en el medio.

De acuerdo con el Instituto para la Exportación y la Moda, Inexmoda, el 50 por ciento de la producción textil nacional se hace en Antioquia y el 56 por ciento de las exportaciones textiles colombianas tienen origen en este departamento. (Inexmoda, 2015)

En el Área Metropolitana, según un informe de Teleantioquia Noticias, se estima que hay 12 mil empresas dedicadas al sector textil y de confección, que en conjunto suman activos por cerca de 4.000 millones de dólares y registran ventas anuales por 1.000 millones de dólares.” (Antioquia la mas educada, 2015)

Luego de unas dos décadas de altibajos, los sectores de textiles, confecciones, cueros y calzado, actividades afectadas por el contrabando, la competencia desleal, la subfacturación y la lenta reconversión tecnológica, entre otros males, podrían ver en el 2015 un buen año.

La revaluación que hubo en los últimos años, dicen los gremios que los representan, también les dio otra estocada porque fomentó la competencia de las importaciones y la entrada ilegal de mercancías.

Las cifras de la Muestra Mensual Manufacturera del Dane, a noviembre –que es la última disponible–, indica caídas en los últimos 12 meses en la producción de textiles, tejidos de punto y confecciones, y aumentos en los rubros de otros productos textiles, curtido de cueros, fabricación de calzado y artículos de viajes (bolsos y maletas).

Sin embargo, este año el presidente de Inexmoda, Carlos Eduardo Botero, dice que el mercado local de vestuario, calzado y otras confecciones (tanto nacionales como importadas), por todos los canales, inclusive en línea, prevé ventas de 17,1 billones de pesos, con un aumento del 7 por ciento respecto al 2014, cuando sumó 16 billones.

Colombia es reconocida internacionalmente como un país que presenta grandes fortalezas en el negocio de los textiles y las confecciones y en particular, en el de la moda. La realización de ferias de carácter internacional es un claro ejemplo de las fortalezas del negocio textil-confección, pero también de los permanentes esfuerzos que ha realizado para modernizarse y responder a las exigencias de ferias de ese género. (DICOM)

De otra parte, el 61% de las importaciones de productos textiles en los Estados Unidos, provienen de 10 países, siendo China, México e India los principales proveedores. Colombia fue el proveedor número 30 en el ranking del año 2005, manteniendo el mismo puesto de 1999. (DICOM)

### **2.1.1 Tamaño**

829 empresas reportaron información a la Superintendencia de Sociedades, el 40% corresponde a empresas medianas, el 39% a Pequeñas, el 19% a Grandes y 2% a Microempresas. Sin embargo, la mayor participación en ingresos operacionales fue reportada por las grandes empresas con una participación del 77,70%. (Superintendencia de Sociedades, Informe Sector Textil , 2012)

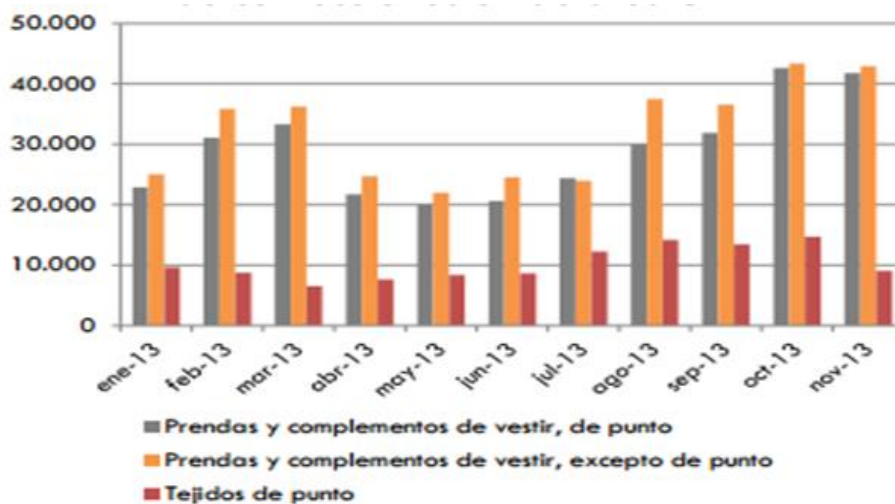
Para el caso de las confecciones la principal dificultad es la entrada de prendas de vestir de contrabando.

### 2.1.1 Barreras del Sector

Las barreras cambiarias hace más fácil el ingreso de prendas de vestir de bajo costo e imposibilita la venta al exterior, se implementó desde el primero de marzo el decreto 074 de 2013, que inicialmente incluía un impuesto específico de cinco dólares por kilo bruto para los Capítulos 61 (Confecciones Punto), 62 (Confecciones Plano) y 63 (Confecciones Hogar) y un arancel ad valorem del 10%. También el arancel establecido con este decreto se deberá incluir dentro de la base del impuesto del valor agregado (IVA), Este gravamen arancelario no aplica para las importaciones originadas de países con los cuales Colombia tenga acuerdos comerciales de libre comercio vigentes. Valor de las importaciones del sector de confecciones en dólares CIF. (Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial de Bucaramanga, IMEBU)

En la figura 2.3 se evidencia el valor de las importaciones que ha tenido el sector.

**Figura 2.3 Valor de las importaciones del sector**



Fuente: Dane

## 2.1.1 Rentabilidad del Sector.

En la tabla 2.1 se puede apreciar, el crecimiento que ha tenido el sector en los últimos años.

**Tabla 2.1. Rentabilidad del Sector, Crecimiento en los últimos años.**

Cambio, indicadores de competitividad de Textiles*											
- 2005 ( III trimestre )											
Trimestre	Miles de dólares			Variación anual (%)		TAE		TPI		IPL	IRH
	Importaciones	Exportaciones	Balanza Comercial	Importaciones	Exportaciones					Indice 2001 =	
I	150 890,4	98 339,7	-52 550,8	10,11	-4,02	30,03	41,19	97,96	97,29		
II	152 794,1	123 703,3	-29 090,8	2,30	4,02	36,65	43,20	97,60	101,24		
III	151 830,6	132 658,5	-19 172,1	-7,66	10,45	36,74	41,43	100,40	100,71		
IV	128 490,4	129 657,2	1 166,8	-15,83	7,98	35,59	36,97	104,05	100,77		
I	118 911,2	81 077,6	-37 833,7	-21,19	-17,55	26,84	36,55	92,58	109,85		
II	141 941,2	106 849,5	-35 091,7	-7,10	-13,62	33,19	41,28	91,35	108,30		
III	148 407,9	103 629,3	-44 778,6	-2,25	-21,88	33,08	42,68	99,75	109,32		
IV	143 555,1	98 510,7	-45 044,4	11,72	-24,02	32,38	42,67	103,66	109,10		
I	138 319,7	87 995,7	-50 324,0	16,32	8,53	33,39	45,49	97,34	116,34		
II	135 001,3	102 343,7	-32 657,6	-4,89	-4,22	35,58	43,67	96,94	116,78		
III	159 289,3	124 629,4	-34 659,8	7,33	20,26	36,22	43,38	105,52	112,41		
IV	175 317,9	132 387,6	-42 930,3	22,13	34,39	36,77	45,02	115,94	119,08		
I	142 329,0	127 671,5	-14 657,4	2,90	45,09	38,52	42,63	100,97	121,16		
II	195 406,0	157 406,3	-37 999,7	44,74	53,80	43,79	50,62	105,23	124,94		
III	192 504,3	181 382,9	-11 121,4	20,85	45,54	43,21	46,21	111,86	122,65		
IV	175 905,3	182 415,2	6 509,9	0,34	37,79	43,13	44,12	113,37	123,84		
I	165 108,6	137 603,0	-27 505,5	16,00	7,78	37,71	43,70	98,77	126,14		
II	176 402,0	174 033,5	-2 368,5	-9,73	10,56	42,74	44,65	99,73	126,38		
III	210 166,1	179 648,8	-30 517,3	9,17	-0,96	38,67	43,99	109,12	124,97		

Fuente: Dane

Luego de unas dos décadas de altibajos, los sectores de textiles, confecciones, cueros y calzado, actividades afectadas por el contrabando, la competencia desleal, la subfacturación y la lenta reconversión tecnológica, entre otros males, podrían ver en el 2015 un buen año.

La revaluación que hubo en los últimos años, dicen los gremios que los representan, también les dio otra estocada porque fomentó la competencia de las importaciones y la entrada ilegal de mercancías.

Como se puede observar en la gráfica anterior se nota un crecimiento de las importaciones pero al mismo tiempo es de destacar los aumentos en las exportaciones de los productos textiles colombianos especialmente los de Medellín que hace parte hasta un 50% de la producción textil, dado en el momento económico del país lo que se refiere a importaciones suele aumentar los costos por temas a los de la divisa (Dólar) se en un aumento constante pero al mismo tiempo es una gran ventaja ya que como las exportaciones aumentaron desde el 2001 hasta el 2005 según los registros de DANE en más de un 100%, lo que significa que a mayor porcentaje de utilidad en los costos obtenidos la rentabilidad o ganancias se duplicara al momento de la exportación. (DANE)

Sin embargo, este año el presidente de Inexmoda, Carlos Eduardo Botero, dice que el mercado local de vestuario, calzado y otras confecciones (tanto nacionales como importadas), por todos los canales, inclusive en línea, prevé ventas de 17,1 billones de pesos, con un aumento del 7 por ciento respecto al 2014, cuando sumó 16 billones. (Inexmoda, 2015)

El directivo explica que el poder adquisitivo de los consumidores de la clase media y el incremento del consumo, hacen que marcas internacionales y locales vean oportunidades de crecimiento en el país, y por ello la apertura de tiendas de pequeño y gran formato sigue siendo pan de cada día.

“Cerca de 3 millones de metros cuadrados diarios de tela entran al país a precios ridículamente bajos” (DARWIN VARGAS SANTOS, CONSULTOR EMPRESARIAL COMERCIO INTERNACIONAL REPRESENTACION DE MARCA NEGOCIACION INTERNACIONAL)

#### 2.1.4 Competidores

##### 2.1.1.1 Nike

Empresa multinacional estadounidense dedicada al diseño, desarrollo, fabricación y comercialización de calzado, ropa, equipo, accesorios y otros artículos deportivos. Es uno de los mayores proveedores de calzado y prendas deportivos y un importante fabricante de material deportivo, con unos ingresos de más de 24,1 mil millones de dólares estadounidenses y un total en 2012 de unos 44, 000 empleados. La marca por sí sola tiene un valor de 10,7 mil millones de dólares. (Nike, 2015)

### 2.1.1.2 Adidas

Adidas (estilizado Adidas) es una compañía multinacional fabricante de calzado, ropa deportiva y otros productos relacionados con el deporte y la moda (como bolsos, camisetas, relojes, lentes, etc.); cuya sede central se encuentra en Herzogenaurach, Alemania. (Adidas, 2015)

### 2.1.1.3 Babalu

Es una empresa dedicada a la producción y comercialización de prendas deportivas para mujer, fue creada a principio de la década de los 90. (Babalu, 2015)

### 2.1.1.4 Hurley International

Es una compañía dedicada a la producción de ropa y de artículos de surf, skate, deportiva y snowboard, fundada en 1979 en Costa Mesa, California, por Bob Hurley, pertenece a Nike.

## 2.1.2 Cadena de Valor en la Industria

La cadena textil-confección es diversa, Su parte más característica es la producción de hilados y tejidos, Las actividades de la cadena van desde la producción de materia prima (fibras naturales, artificiales y sintéticas) hasta la manufactura de aquella gran variedad de productos semiacabados y acabados. Los procesos intermedios de la cadena son la fabricación de hilos (hilatura), el tejido (plano y de punto) y el teñido y acabado de telas.

## 2.1.5 Tendencias de crecimiento

El sector textil indumentaria a nivel internacional tiene una facturación de 365 mil millones de dólares que representa el 6% de la facturación del comercio internacional. A su vez, la indumentaria es el sector que lidera la tasa de crecimiento del comercio internacional (7.2% versus el 5.7% del promedio).

Las formas organizativas de este sector corresponden a dos tipologías bien diferenciadas:

Productos moda y técnicos: artículos de producción muy segmentada, pequeños lotes con diseño, color, formas, estructuras, nuevos materiales, detalles determinados por las tendencias de la moda y las necesidades de nichos (deportes de alto rendimiento, salud, protección, etc). El

advenimiento de sistemas de producción masiva personalizada no implica productos a medida sino a partir de un cuidadoso análisis sobre los aspectos que el consumidor determina como importantes. La diferenciación se logra en las últimas etapas del ensamble con tecnología y organización y con el empleo de materiales especiales.

Prendas estandarizadas: no tan vulnerables a los cambios de moda que podríamos caracterizar como commodities tales como T shirt, jeans, prendas básicas, etc., que corresponden a grandes volúmenes de producción basados en el bajo costo de la mano de obra, siendo el elemento clave de estos productos la calidad y el bajo precio.

#### 2.1.7. Proyección de Ventas

Las ventas totales del sector textil y confección en Colombia han crecido a una tasa compuesta anual del 8% desde el año 2000, advirtiendo que el 53% de las exportaciones del sector corresponden a Confecciones y el 26% a Textiles. El Sector Textil-Confección representa más del 12% del PIB industrial y cerca el 1,6% del valor agregado nacional.

En el 2011 la industria textil creció un 6,4% y las confecciones un 5,5%, jalonada especialmente por la demanda interna. Según ProColombia, en el 2011 se registró un incremento del 75% de las importaciones del sector, destacándose China e India como los principales países exportadores a Colombia. (ProColombia, 2015)

Dentro de las importaciones del sector se destacan las realizadas por los eslabones de tejidos planos de fibra artificial y/o sintética (19,3%), tejidos planos de algodón incluso mezclados (17,7%) e hilados de fibras sintéticas (15,1%). Otros eslabones que representan un porcentaje importante de la producción son: tejidos planos de algodón (9.2%), la ropa de algodón en tejido de punto (8,8%) y los hilados de fibras sintéticas (5.7%). En el 2011 la producción del Sector Confección representó el 9,3% del PIB industrial y el 1,2% del PIB nacional. Así mismo la producción del Sector Textil representó el 2,5% del PIB manufacturero y el 0,3% del PIB nacional.

En general, en el 2011 la producción del Sector creció el 10,3%, impulsado principalmente por el aumento de las confecciones, que crecieron el 20%. Igualmente representó el 11,8% del PIB industrial y el 1,5% del PIB nacional.

El representante del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en Colombia, Rafael De la Cruz, expresó su satisfacción por la culminación del programa “Plataforma de Innovación para el sector Textil Confección” que contribuyó a la competitividad del sector a través de la creación de doce grupos asociados, dos giras económicas por siete regiones del país y nuevas líneas de negocios en las empresas. (Banco InterAmericano de Desarrollo (BID), 2015)

“Aportamos una suma de US\$1 billón, cifra modesta para los inmensos resultados que hemos visto. Podemos decir que tenemos una industria textil renovada, con una proyección internacional, incluso hay alianzas entre las confecciones en Colombia, especialmente en



Medellín, y las confecciones en Italia”, aseguró De la Cruz. (Banco InterMaericano de Desarrollo(BID), 2015)

En ese sentido, el Instituto para la Exportación y la Moda (Inexmoda) fue la entidad encargada de ejecutar durante cuatro años el proyecto. Su presidente ejecutivo, Carlos Eduardo Botero, señaló que “las compañías impactadas reportaron incrementos hasta del 70 % en ventas”. (Inexmoda, 2015)

#### 2.1.9 Estructura del sector

El sector textil y moda en Colombia representa el 7,4 % del Producto Interno Bruto (PIB), y en el primer trimestre de este 2014 creció un 3,6 % con respecto al mismo periodo del año anterior. (El Mundo, 2015 )

Este sector es el responsable del 15,5 % del empleo industrial, ya que entre las 450 empresas textiles y las 10.000 plantas formales de confección que operan en el país generan más de 450.000 empleos, según Carlos Eduardo Botero Hoyos, presidente del Instituto para la Exportación y la Moda (Inexmoda). La actividad textil se desarrolla en todo el territorio nacional, pero las mayores concentraciones están en Medellín, Bogotá, Cali y Risaralda. (El Mundo, 2015 )

Los investigadores de Aktiva servicios financieros aseguran que “la principal característica de los productos de este sector es que son bienes no durables de consumo masivo. Ahora, su comportamiento tiene la mayoría de las dificultades de la industria manufacturera nacional, tales como la competencia internacional -legal e ilegal-, deterioro de los términos de intercambio materializado en las alteraciones del tipo de cambio, productividad y costos de las materias primas. Aunque si se observa su producto desde los últimos cinco años, arroja un crecimiento promedio para el sector textil de -5,2 % y para el sector de las confecciones de -0,8 %, mientras que para la industria manufacturera fue de 0,1 % y para la economía colombiana su crecimiento fue de 4,2 % aproximadamente en este mismo periodo”. (El Mundo, 2015 )

#### 2.1.10 Comportamiento de la demanda

De acuerdo con los analistas de Aktiva servicios financieros, el gasto en vestuario de las familias colombianas en febrero de 2014 fue de \$1,08 billones, con un gasto per cápita de \$22.829. Ahora, con la restricción impuesta a las importaciones y mejores condiciones en términos cambiarios -producto del viraje de la política monetaria de Estados Unidos- la industria colombiana observó un avance significativo en el índice de ventas publicado por el Dane. (El Mundo, 2015 )

Específicamente, el sector textil mostró un crecimiento en este tema 3,6 % en promedio desde diciembre de 2013 y abril de 2014, mientras que en el sector de las confecciones fue de 9 % para este mismo periodo. (El Mundo, 2015 )

Con relación con las ventas y las restricciones tomadas con las importaciones de productos confeccionados, el comercio minorista y los grandes almacenes que transan productos textiles y prendas de vestir se vieron obligados a recomponer parte de su inventario, puesto que la mayoría de estos productos vendidos venía del exterior. Pero fueron el micro-establecimiento nacional de comercio los que se han visto favorecidos, puesto que estas, además de la distribución, también se encargan de la producción en pequeños talleres de confección y ante las dificultades para traer prendas de otros países vieron un aumento en sus ventas. (El Mundo, 2015 )

#### 2.1.11 Factores Claves del éxito

##### **Puntos comunes en estrategias de crecimiento:**

Cierta convergencia en las implementaciones de las estrategias de éxito:

Necesidad de un Brand muy fuerte (creado a partir de diferentes medios: desfiles, de publicidad, de las propias tiendas, O todo combinado)

Control directo de la distribución (ya sea propia o franquiciada) aunque se dan estrategias mixtas con distribución multimarca.

Subcontratación de la fabricación (donde haga falta y con estrategias bastante diferentes) Pág. 25  
Los retos estratégicos Variables principales de Decisión para las Estrategias de Futuro.

Ámbito geográfico: - Internacionalización, localización de los puntos de venta.

Rapidez de crecimiento: - Franquicias, tiendas propias, multimarca.

Amplitud de la gama de producto: -Creación de nuevas marcas redefiniendo la segmentación.

Licencias de marca hacia otros productos.

##### **Aprovechamiento de acuerdos comerciales**

De otro lado, está el aprovechamiento de los Tratados de Libre Comercio (TLC) y acuerdos comerciales y de cooperación que, si bien pueden ser de impulso para el sector, también generan un reto a nivel de competitividad. (El Mundo, 2015 )

Al respecto, Carlos Eduardo Botero expresó que “con el TLC con Estados Unidos es necesario acelerar la implementación de la acumulación de origen extendida, que debía estar lista en los primeros seis meses de entrada el Acuerdo. Este mecanismo de integración entre Perú, Chile,

Centroamérica, Canadá y México con Estados Unidos permitirá que los insumos colombianos se utilicen como materias primas para confeccionar en estos países y viceversa, por eso es urgente acelerar este proceso para poder potenciar el buen uso del TLC y para que toda la cadena pueda tener mayores oportunidades de empleo y más divisas para nuestro país y mantener la extensa operación exportadora a este importante mercado”. (El Mundo, 2015 )

El presidente Santos, por su parte, explicó que en los dos años que lleva de vigencia este TLC “las ventas al exterior oscilaron en los US\$600 millones, 1.600 empresas empezaron a exportar, de ellas 251 son confeccionistas, 350 nuevos productos se exportaron, entre ellos 50 del sector textil y confección. Y contrario a lo que se pueda pensar, el aumento de las importaciones provenientes de los Estados Unidos debe ser visto como un indicador positivo del desempeño de la economía, porque son importaciones que son necesarias para el aparato productivo, y la mayoría no compiten con la industria nacional, más del 90 % de esas importaciones son materias primas, bienes intermedios o bienes de capital y cerca del 80 % son bienes que no se producen en Colombia”. Así pues, continuó el mandatario, “nuestro reto es aprovechar mejor los acuerdos que han entrado en vigencia y exigirnos al máximo porque conquistar mercados no es fácil pero es muy posible, nosotros tenemos con qué y tenemos que ir adaptando a las condiciones internacionales”. (El Mundo, 2015 )

## **CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO**

### **3.1 Objetivos de Mercadeo**

#### 3.1.1 Objetivos a corto plazo

- ✓ Establecer puntos de venta en tres centros comerciales de Medellín: Santa Fe, San Diego y Unicentro.
- ✓ Garantizar a los empleados un ambiente laboral seguro y apropiado, teniendo en cuenta las necesidades personales y profesionales, generando así una mejor calidad de vida para ellos y su familia.

#### 3.1.2 Objetivos a mediano plazo

- ✓ Lograr la certificación Basc, para garantizar que las operaciones de comercio exterior de la empresa sean legales.
- ✓ Cubrir el 50% del mercado de ropa deportiva en Antioquia, con puntos de ventas en diferentes municipios.

#### 3.1.3 Objetivos a largo plazo

- ✓ Estar posicionada entre las 10 mejores empresas nacionales de ropa deportiva.
- ✓ Expandir la compañía, no solo comercializando ropa deportiva, sino patentando un portafolio con amplias opciones para los clientes.

### 3.2 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

En la tabla 3.1 se relaciona el mercado meta de los productos.

#### Tabla 3.1 Mercado Meta

El mercado meta definido por TECHNOLOGY SPORT S.A.S para la comercialización de ropa deportiva es Medellín; para llegar a esta conclusión se tuvo en cuenta diferentes variables que permiten analizar qué tan potencial es el mercado en el sector.

A continuación en la tabla 3.1 se evidencia la comparación entre los tres posibles mercados metas.

**Tabla 3.1 Mercado Meta**

CUIDADES	POBLACIÓN	C	ACCESOS MARÍTIMOS	C	ACCESOS AÉREOS	C	% DEPORTISTAS	C	PARTICIPACIÓN EN EL SECTOR	C	TOTAL C
CALÍ	2.369.829	3	PUERTO BUENAVENTURA	10	Aeropuerto Internacional Alfonso Bonilla Aragón	10	76%	8	6%	1	32
MEDELLÍN	3.731.447	7	N/A	5	Aeropuerto Internacional JMC	10	64%	7	53,40%	8	37
BOGOTÁ	8.854.722	10	N/A	0	Aeropuerto Internacional el Dorado	10	80%	9	42%	4	33

Fuente: Procolombia, Inder.

### 3.3 Perfil del consumidor

Los productos de TECHNOLOGY SPORT S.A.S. serán dirigidos a las personas habitantes del Área metropolitana del Valle de Aburra, que practican deporte regularmente y se encuentran en un rango de edad entre los 15 y 44 años, y pertenecen al estrato socio económico 4, 5 y 6. Como se describe en la siguiente Tabla.

**Tabla 3.2 Perfil potencial de bienes.**

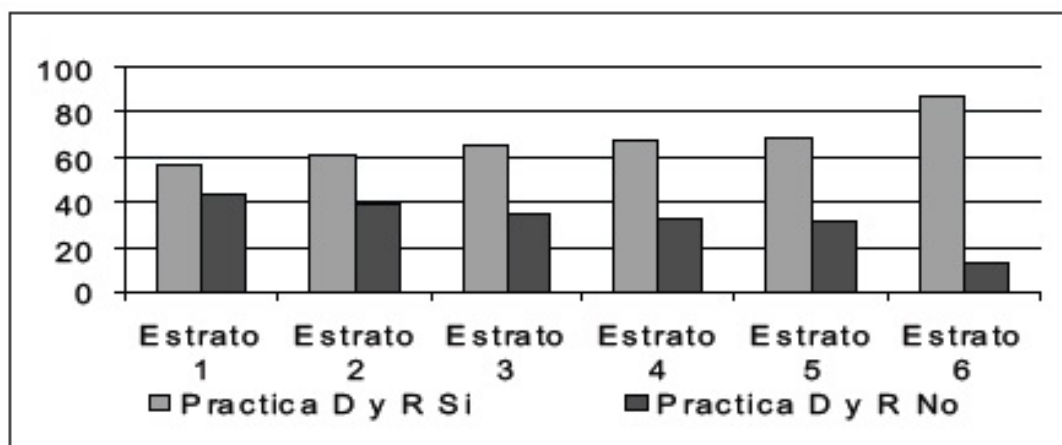
En la tabla 3.2 se describe el perfil de los consumidores potenciales.

Características	Número de Personas
Habitantes Área Metropolitana del Valle de Aburra.	3'731.447 personas.
Habitantes del Valle de Aburra que practican deporte regularmente (64%)	2'388.126 Personas.
Habitantes del Valle de Aburra con un promedio de edad entre los 15 y 44 años.	194.820 Personas.
Habitantes del Valle de Abura entre los 15 y 44 años de estrato socioeconómico 4, 5 y 6.	<b>135.601 Personas.</b>

Fuente: Universidad de Antioquia, Lecturas de Economía.

A continuacion en la figura 3.1, se destaca que los estros socioeconomicos que mas practican deporte en el Valle de Aburrá , son los estratos 4, 5 y 6 con respecto a una empresa realizada en el año 2009.

**Figura 3.1 Estratos socioeconómicos que practican deporte**



Fuente: Inder

## 3.5 Mercado Competidor

### 3.5.1 Mercado Competidor

La competencia más importante que tendrá TECHNOLOGY SPORTS, será NIKE y ADIDAS, ya que estas marcas comercializan ropa deportiva con las mismas características de los productos de la marca.

En la tabla 3.3 se puede ver los competidores más importantes de la empresa

**Tabla 3.3. Mercado Competidor**

NOMBRE	PAGINA WEB	PRODUCTOS	PRECIOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES	PROMOCION
NIKE	WWW.NIKE.COM	<b>MUJER</b>		Amplio portafolio de productos.		Patrocinadores de equipos de futbol
		Camiseta dri fit contour long sleeve	\$ 154.171	Altos estandares de calidad		Comerciales en Tv
		Tempo 7,5 pantalon Corto de running	\$ 137.486	Alta tecnologia		Vallas publicitarias
		Nike viper vapor chaqueta	\$ 412.458	Marca reconocida a nivel mundial		
		Nike dri fit knit contrast camiseta	\$ 240.600			
		<b>HOMBRE</b>				
		Nike dri fit touch Pantalon Corto	\$ 154.671			
		Nike reflective tech mallas de running	\$ 343.715			
ADIDAS	<a href="http://www.adidas.co">www.adidas.co</a>	<b>MUJER</b>		Marca reconocida a nivel mundial		Patrocinadores de equipos de futbol
		Falda pantalon para tennis premium	\$ 119.900	Altos estandares de calidad		Publicidad por medio de comerciales
		Bra deportivo tech fit, gps	\$ 109.900	Durabilidad en el diseño		Vallas publicitarias
		easy tank chaqueta para running	\$ 234.900			Patrocinadores de exponentes del futbol
		shorts para running	\$ 129.900			
		<b>HOMBRE</b>				
		Tech fit base sl	\$ 83.920			
		Pantalon 3/4 para training sport essential	\$ 83.920			
		licras para running sequencial slow	\$ 129.900			

**Fuente: Nike, Adidas.**

### 3.5.2 Análisis de la Competencia

Para definir la competencia de TECHNOLOGY SPORT en la ciudad de Medellín, se hizo la siguiente encuesta a 104 personas del Área Metropolitana del Valle de Aburrá:

Nombre: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Estrato Socioeconómico \_\_\_\_\_

¿Cuál es su marca de ropa deportiva preferida, con respecto a la comodidad a la hora de hacer deporte?

Adidas	
Nike	
Puma	
Babalu	
Reebok	
Speedo	
Gef	
St Even	
Nativos	
X-room	
Otros	Cual?

Por medio de la encuesta se puede concluir la participación de la competencia en el sector, como se muestra en la tabla 3.4

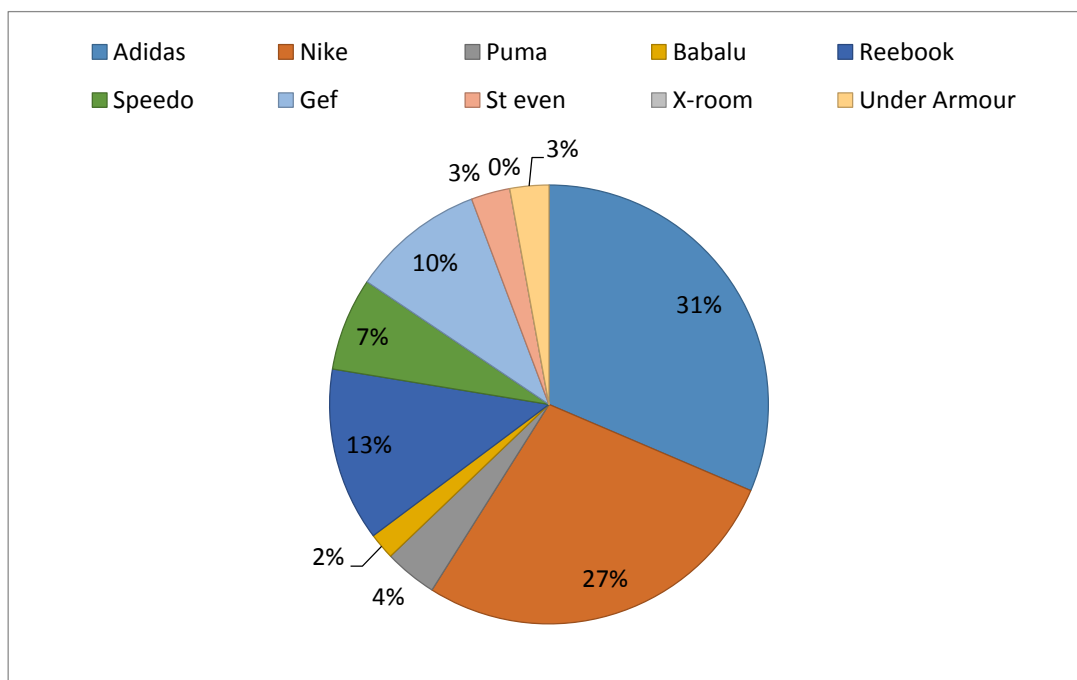


**Tabla 3.4 Análisis de la Competencia**

<b>Competencia</b>	<b>Cantidad (personas)</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Adidas</b>	32	30.7%
<b>Nike</b>	28	26.9%
<b>Puma</b>	4	3.8%
<b>Babalu</b>	2	1.9%
<b>Reebook</b>	13	12.5%
<b>Speedo</b>	7	6.7%
<b>Gef</b>	10	9.6%
<b>St even</b>	3	2.8%
<b>Nativos</b>	2	1.9%
<b>X-room</b>	0	0%
<b>Otros (unde armaur)</b>	3	2.8%

Con los resultados de la encuesta, se analizó la participación de los competidores de la empresa, en el sector, se puede concluir que la competencia más relevantes e importante e importante es: ADIDAS y NIKE, como se puede apreciar en la figura 3.2.

**Figura 3.2 Análisis de la Competencia.**



TECHNOLOGY SPORTS entrara a competir directamente con Under Armour, atacando el 2% se su participación en el mercado.

### 3.6 Mercado Distribuidor

La distribución de la ropa deportiva TEHCNOLOGY SPORTS, será de forma mixta; ya que, se tendrá un contacto con el cliente a través de los almacenes que se instalaran en los diferentes centros comerciales del área metropolitana; además, se realizaran contratos con diferentes almacenes de cadena (como el Éxito y Jumbo), que servirá como intermediario ante el cliente. También se contará con una página web, en la cual se realizaran ventas online, donde el cliente tendrá mayor facilidad de adquirir sus productos.

A continuación se describe los costos relacionados a la empresa, en la tabla 3.5.

#### 3.6.1 Distribución Directa

En primera instancia se empezara con un almacén en el centro comercial San Diego, posteriormente se extenderán los puntos de venta por diferentes centros comerciales del área metropolitana de Medellín.

A continuación se describe los costos relacionados al centro comercial, en la tabla 3.6

**Tabla: 3.6 Costos del local**

<b>LOCAL SAN DIEGO</b>	<b>COSTOS</b>	<b>PERIODO DE CADUCIDAD</b>
<b>Arriendo local</b>	1`300.000	Mensual
<b>Servicios públicos</b>		
<b>Energía</b>	456,59 (kwh)	Mensual
<b>Acueducto por consumo (m<sup>3</sup>)</b>	1759,58 (m <sup>3</sup> )	Mensual
<b>Internet Local</b>	70.725	Mensual
<b>Telefonía local 1500 min</b>	54,039	Mensual
<b>Administración</b>	700.000	Mensual

### **3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación**

#### 3.7.1 Comunicación

##### 3.7.1.1 logo de la empresa

En la figura 3.3 se relaciona el nombre de la marca y el logo.

**Figura 3.3 logo de la empresa**



3.7.1.2 Slogan de TECHNOLOGY SPORT es LIFE FIT (La vida en forma).

#### 3.7.1.4 Empaque

Bolsas de telas ecológicas de color blanco con la marca de nuestros productos (techno sport), en la marca serán distintivos los colores verde y azul; estos empaques se utilizarán en los almacenes propios de la empresa, para entregarle al cliente su compra.

Cada bolsa cuesta \$ 300

#### 3.7.2 Actividades de promoción y divulgación

En la tabla 3.7 se relacionan las actividades que se realizaran para darse a conocer en el mercado consumidor

**Tabla 3.7 Actividades de promoción y divulgación.**

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>PRECIO</b>	<b>MES REALIZACIÓN</b>
Fachada	<b>1.200.000</b>	Se realizara una vez, en el primer mes que comienza la empresa.
Aplicación de logo a una pieza	<b>95.000</b>	Se realiza mensual. Y comienza desde el mes 2.
Diseño estampado de Camiseta o Cachucha	<b>310.000</b>	Se realizara anual, y el primer año se realizara en el mes 5.
Botón – pin	<b>70.000</b>	Se realizara cada 6 meses, y el primer año se realizara en el mes 5.
Decoración vitrina	<b>1.400.000</b>	Se realiza cada 3 meses. Y comienza desde el mes 1.
Diseño de Stand	<b>1.900.000</b>	Se realizara anual, y el primer año se realizara en el mes 5.
Folleto	<b>82.000</b>	Se realizara cada 6 meses, y el primer año se realizara en el mes 1.
Volante Media Carta / Oficio (1 cara)	<b>185.000</b>	Se realizara antes de que comience la empresa.
Dirección y supervisión 30 segundos en radio	<b>415.000</b>	Se realiza cada 3 meses. Y comienza desde el mes 6.
Tarjeta de presentación	<b>210.000</b>	Se realiza cada 3 meses. Y comienza desde el mes 1.
Página básica HTML (inicio y 4 página interna)	<b>900.000</b>	Se realiza una vez, en el mes 1.

Coordinación evento masivo (por día programado)	<b>2.800.000</b>	Se realizara cada 6 meses, y el primer año se realizara en el mes 5.
Coordinación evento activación de marca (por día programado)	<b>1.550.000</b>	Se realiza una vez, en el mes 1.

Fuente: Adgora 2015

### 3.8 Plan de Ventas

#### 3.8.1 Plan de ventas

El porcentaje para el plan de ventas se definió de acuerdo con el 2% de participación que se quiere lograr en el mercado, teniendo en cuenta el perfil del consumidor potencial analizado anteriormente (**135.601 Personas X 2% / 6 productos = 452**).

Para el plan de ventas se tuvo en cuenta los hábitos de consumo de los Colombianos, que afirma, que “al hablar de la moda se puede decir que 68% de este tipo de compras se realizan en el segundo semestre del año” (Sura , 2015); lo cual quiere decir que los consumidores potenciales de los productos a comercializar compran más a partir del mes de mayo, cuando llegan el Día de la Madre y del Padre, seguidos del Día de Amor y Amistad, el Día de los Niños y la Navidad, el consumo empieza a estar más motivado. (Sura , 2015); Por lo tanto se determinó que el crecimiento de la empresa para estos meses será de 1.36% ( $68\% * 2\% = 1,36\%$ ).

También se tuvo en cuenta el comportamiento del clima durante el año, para identificar los meses en los cuales hay más demanda según la diferenciación del producto. La temporada seca suele ser en diciembre-enero y en julio-agosto y la de lluvias en abril-mayo y octubre-noviembre, aunque esto puede variar bastante. (Indexclima, 2015)

Según el Dane, el crecimiento interno del sector durante un año, ha sido de 2,7%; Se toma este porcentaje para identificar los meses en los cuales aumentarán las ventas en la empresa. (**2,7% / 12 = 0,23%**)

#### Top deportivo dinamic-hit

MES	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
CANTIDAD	453	452	452	452	458	464	471	478	485	492	499	507

#### Short ultralight caballero

MES	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
CANTIDAD	453	452	452	452	458	464	471	478	485	492	499	507

#### Pantalón capri

MES	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
CANTIDAD	452	452	452	453	460	466	472	478	485	493	501	508

#### Chaqueta réflex-ht

MES	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
CANTIDAD	452	452	452	453	460	466	472	478	485	493	501	508

#### Jersey Caballero

MES	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
CANTIDAD	452	452	452	453	460	466	472	478	485	493	501	508

#### Short deportivo duo - ht

MES	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
CANTIDAD	453	452	452	452	458	464	471	478	485	492	499	507

Para la proyección de ventas también se hizo un plan de 5 años, en los cuales se tiene previsto que las ventas crecerán un 7% anual, ya que, se tuvo previsto que para el año 2015 creciera en este porcentaje.

#### SHORT DEPORTIVO DUO-HT

Años	1	2	3	4	5
CANTIDAD	507	572	612	655	701

#### SHORT ULTRALIGHT CABALLERO

Años	1	2	3	4	5
CANTIDAD	507	572	612	655	701

#### TOP DEPORTIVO DINAMIC-HIT

Años	1	2	3	4	5
CANTIDAD	507	572	612	655	701

#### JERSEY CABALLERO

Años	1	2	3	4	5
CANTIDAD	508	545	583	624	668

PANTALÓN CAPRI

Años	1	2	3	4	5
CANTIDAD	508	545	583	624	668

CHAQUETA REFLEX HT

Años	1	2	3	4	5
CANTIDAD	508	545	583	624	668

## CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL

### 4.1 Tratados Comerciales

TECHNOLOGY SPORT importara sus productos de Mexico, Un pais con el que se tiene tratado de libre comercio.

TLC México

Vigentes

Pais	% tributos	Índice de Desgravación	Descripción	Norma	Fecha Inicial	Fecha Final
México	0%	0		<a href="#">DECRETO NÚMERO 2020 DE 2004. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; DECRETO NÚMERO 2138 DE 2006. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO</a>	24/06/2004	

**FUENTE :LEGISCOMEX**

El Tratado del Grupo de los Tres (TLC-G3), integrado por México, Colombia y Venezuela, se firmó el 13 de junio de 1994 y entró en vigor el 1 de enero de 1995, mediante la Ley de la República de Colombia No. 172 de 1994 (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2015)

El TLC-G3 incluyó una importante apertura de mercados para los bienes y servicios y estableció reglas claras y transparentes en materia de comercio e inversión, contemplando un programa de desgravación para la mayoría del universo arancelario en un período de 10 años, quedando excluida la mayor parte del sector agropecuario. Actualmente, el 97% del universo arancelario se encuentra con 0% de arancel. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2015)

“Venezuela presentó formalmente la denuncia al Acuerdo en mayo de 2006, la cual surtiría efecto a los 180 días de la notificación a las Partes y a la Secretaría General.” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2015)

En agosto de 2009 y luego de dos años de negociaciones, Colombia y México finalizaron los trabajos de adecuación del TLC y suscribieron cinco decisiones contenidas en un protocolo modificatorio referidas al acceso a mercados, las adecuaciones a las reglas de origen, el Comité Regional de Insumos, las facultades adicionales a la Comisión Administradora y el cambio de nombre del Tratado. Esta profundización del Acuerdo está vigente desde el 2 de agosto de 2011. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2015)



## 4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

### 4.2.1 Partida arancelaria

COLOMBIA

61.12.12.00.00

**Figura 4.1 Partida Arancelaria.**

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	6112.12.00.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte (chandales), monos (overoles) y conjuntos de esquí y bañadores, de punto. - Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte (chandales): - - De fibras sintéticas			01-ene-2007	...	
Unidad física	u - Unidades o artículos			01-ene-2007	...	

Fuente: Direccion de impuestos y aduanas

En la figura 4.2 se muestra el gravamen arancelario

**Figura 4.2 Gravamen arancelario**

Gravamen para importaciones - 6112120000					
Concepto	Tarifa - Fórmula	Desde	Hasta	Leg	
GRAVAMEN ARANCELARIO	15%	05-nov-2010	...		

Fuente: Direccion de impuestos y aduanas

En la figura 4.3 se muestra el arancel general sin beneficios.

**Figura 4.3 Arancel general sin beneficios.**

IVA			
Tarifa - Fórmula	Desde	Hasta	Leg
16 %	01-ene-2007	...	

Fuente: Direccion de impuestos y aduana

### 4.2.3 Arancel con Beneficios

En la figura 4.4 se muestra el arancel general con beneficios.

**Figura 4.4 Arancel general con beneficios.**

021-México con cod. acuerdo 21	MEXICO	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %			01-ene-2007	...	
024-Paraguay con codg. 024 (MERCOSUR)	PARAGUAY	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %	0.00 %		01-ene-2013	...	
027-Uruguay con cód 027 (MERCOSUR)	URUGUAY	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %	0.00 %		01-ene-2013	...	
051-Preferencia Arancelaria Regional (PAR) para Argentina y Bras	ARGENTINA	GRAVAMEN ARANCELARIO	13.20 %	88.00 %		01-ene-2007	...	
051-Preferencia Arancelaria Regional (PAR) para Argentina y Bras	BRASIL	GRAVAMEN ARANCELARIO	13.20 %	88.00 %		01-ene-2007	...	

Fuente: Direccion de impuestos y aduanas

## 4.3 Requisitos y Vistos Buenos

**Requisito 1 :** Oficio de autorizcion

**Entidad:** Ministerio de Defensa

**Descripcion :** Las subpartidas por las cuales podrían clasificarse las prendas de uso privativo de las Fuerzas Militares, dependen de la naturaleza y uso de los mismos. Su importación está sujeta al trámite del registro o licencia de importación, según corresponda, a través de la ventanilla única de comercio exterior, VUCE y deberá adjuntar al formulario electrónico por el enlace de anexos, el oficio de autorización. (Legiscomex, 2015)

**Norma:** CIRCULAR UNICA NUMERO 50 DE 2012, MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

**Fecha inicial:** 22/11/2012

**Requisito 2:** Registro de fabricantes e importadores de la SIC (IRI) y etiquetado (ET)

**Entidad:** Superintendencia de Industria y Comercio

**Descripción:** Se exceptúan: "Material publicitario; donaciones; equipaje de viajeros; envíos de correspondencia paquetes postales y envíos urgentes; prendas privativas de la fuerza pública; en las condiciones indicadas en la R3207-07 del MCIT

**Norma:** DECRETO ÚNICO REGLAMENTARIO NÚMERO 1074 DE 2015, MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO ARTÍCULO 2.2.1.7.1.1 Y SS.; RESOLUCIÓN NÚMERO 6050 DE 1999, SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO;

**Fecha inicial:** 22/11/2012

### **4.3 Capacidad Exportadora / Capacidad Importadora**

El proveedor para TECHONOLOY SPORT tiene una capacidad de producción de 800 unidades de cada referencia mensual, Pero de acuerdo a nuestro plan de ventas, En el primer año le pediremos mensualmente 100 unidades de cada referencia.

Los productos que se van a comercializar son:

- ✓ Jersey fitness caballero “ Bolt”
- ✓ Short deportivo ultra light
- ✓ Short deportivo Duo HT
- ✓ Chamarra ligera réflex HT
- ✓ Pants Capri Short adulto
- ✓ Top deportivo dinamic HT

En la figura 4.5 se relaciona la cotización de los productos que se van a comercializar.

**Figura 4.5 Precio por producto**



Jorge Alberto Muñoz Sanchez  
 RFC: MUSJ-670422-EP8  
**ultrasports**  
Secundina Gallo Pts. 518, S.R.  
 Tel: (331) 36 43 81 17 y 36 55 78 11  
 Guadalajara, Jalisco, México.  
 E-mail: ultrasportsmx@hotmail.com

Guadalajara Jalisco, 07 septiembre del 2015

Atención:  
Natalia Vargas

Por medio de la presente le saludo y a la vez le hago llegar la cotización solicitada:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO	IMPORTE
100	FALDA/SHORT TENNIS "SERENA"	\$ 18.43	\$ 1,843.00
100	CAPRI CABALLERO FENIX-HT	\$ 16.82	\$ 1,682.00
100	SHORT DEPORTIVO "ULTRA LIGHT"	\$ 7.25	\$ 725.00
100	LICKRA CAPRI TRANS-HT	\$ 12.76	\$ 1,276.00
100	BLUSA ML CORE-HT	\$ 16.00	\$ 1,600.00
100	SHORT DEPORTIVO DUO-HT	\$ 15.62	\$ 1,562.00
100	BLUSA DE RESAQUE FUSSION-HT	\$ 10.62	\$ 1,062.00
100	LICRA LARGA FLASH HT	\$ 15.07	\$ 1,507.00
100	CHAMARRA LIGERA REFLEX-HT	\$ 26.99	\$ 2,699.00
100	BLUSA FITNESS DAMA LICRA S/M	\$ 10.78	\$ 1,078.00
100	PANTS CAPRI SPORT ADULTO	\$ 10.43	\$ 1,043.00
100	JERSEY FITNESS CABALLERO "BOLT"	\$ 10.87	\$ 1,087.00
100	TOP DEPORTIVO DINAMIC-HT	\$ 10.87	\$ 1,087.00
100	JERSEY PARA DAMA "RUNNING"	\$ 9.31	\$ 931.00
		<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 19,182.00</b>

\*Precios en dólares.  
 \*\*Los precios no incluye el costo del envío.  
 \*\*\*Tiempo de entrega 45 días hábiles.

Agradezco de antemano su interés en nuestros productos y quedo a sus órdenes para cualquier asunto.

Atentamente  
**Anel Berenice Muñoz Tejeda**  
 Departamento de ventas

#### 4.4 Participación en Ferias Especializadas

TECHNOLOGY SPORT tendra participacion en ColombiaModa, Es una de las ferias mas importantes de colombia, Donde las empresas tienen la oportunidad de obtener nuevos clientes.

Es el escenario ideal para el encuentro entre la oferta y la demanda del sector textil, confección, diseño y moda del continente americano. Colombiamoda es la vitrina ideal para diseñadores y marcas de todos los universos de vestuario, y una visita obligada para compradores y empresarios del sector. (INEXMODA, 2015)

“Colombiamoda cuenta con la participación de más de 1.700 compradores internacionales, más de 6.000 nacionales y 60.000 visitantes.” (INEXMODA, 2015)

En la tabla 4.1 se muestra los costos que tendrá la empresa para participar en Colombiamoda.

**Tabla 4.1 Costos de inscripción**

<b>VALOR POR M<sup>2</sup></b> (AREAS MINIMAS DE EXHIBICION <b>9 M<sup>2</sup></b> )	<b>529.000 \$ + IVA</b>
<b>ENERGIA</b>	<b>122.000 \$ + IVA</b>

Fuente: Inexmoda

4.4.1 El modulo incluye:

Stand

Elemento divisorio del stand

Escarapelas: una por cada Mt<sup>2</sup>

Escarapelas de montaje

Ficha técnica de la empresa en la guía de Expositores y en la página web.

Promoción nacional e internacional a través de la estrategia de medios del departamento de comunicaciones de Inexmoda.

4.4.2 Forma de pago

“50% del costo total de la participación a la firma del convenio como anticipo para reserva del stand y publicación de la información de la empresa/marca en la guía de expositores del evento”. (INEXMODA)

Los pagos deberán hacerse a estas cuentas:

Cuenta Corriente n° 18113335-6

Cuentas Corriente n° 52725093585

#### 4.5 Rutas de Acceso

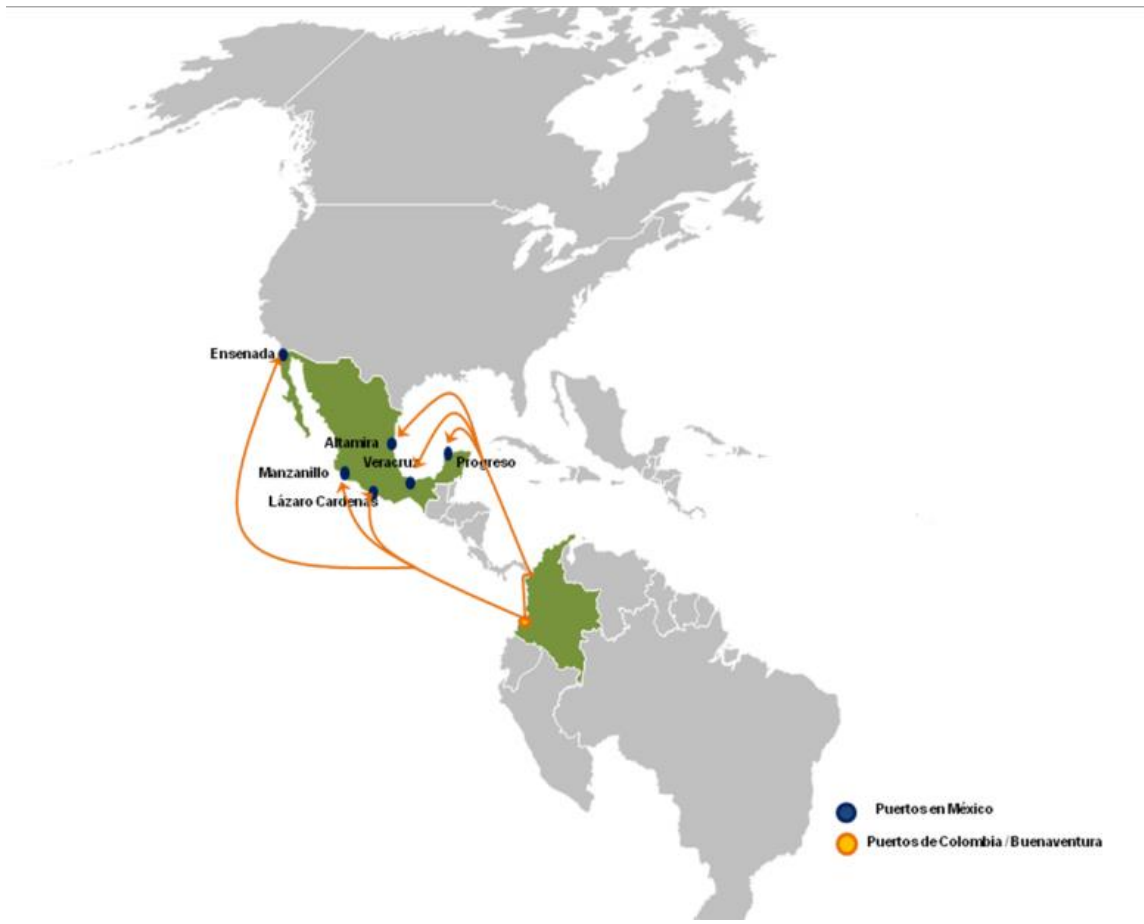
México está ubicado en la parte norte del continente americano y cuenta con una extensión de 1.964.375 km<sup>2</sup> y de 5.073 km<sup>2</sup> entre las numerosas islas y una longitud de sus costas de 11.122 km. Al norte limita con Estados Unidos y al sur con Guatemala y Belice. (Procolombia, 2015)

En la figura 4.6 se muestra las rutas de acceso marítimas que tiene Colombia desde México.

**Figura 4.6 Rutas de acceso.**



FUENTE: PROCOLOMBIA



FUENTE: PROCOLOMBIA

En la figura 4.7 se relaciona las navieras prestadoras de servicio de México.

**Figura 4.7 Navieras de México.**



FUENTE: PROCOLOMBIA

## SERVICIOS MARÍTIMOS

- “Hacia los puertos de Altamira, Veracruz y Progreso en Golfo de México, desde Costa Atlántica colombiana operan (4) cuatro servicios directos con tiempos de tránsito entre 6 a 18 días, la oferta se complementa con rutas en conexión en puertos de Jamaica, Panamá y República Dominicana, por parte de (3) navieras, los tiempos de tránsito pueden llegar a 24 días.
- Hacia el Golfo desde Buenaventura, la oferta de servicios se soporta en dos (2) navieras que hacen transbordo en Panamá, con tiempos de tránsito entre 15 y 25 días.
- Hacia los puertos de la Costa Pacífica mexicana desde Costa Atlántica, actualmente cuenta (2) dos navieras en servicio directo con tiempos de tránsito entre 6 y 7 días, mientras en servicio con transbordo en puertos de Jamaica y Panamá, se cuenta con tan solo una (1) naviera, los tiempos de tránsito pueden llegar a 22 días
- Adicionalmente desde Buenaventura hacia los puertos del Pacífico existen 4 (cuatro) servicios en ruta de tránsito de 7 a 12 días, y una (1) naviera con cambio de buque en Panamá y entre 17 y 21 días de tránsito" (Procolombia, 2011)



## 4.6. Liquidación de Costos de Importación y Pecios de Exportación

LIQUIDACIÓN IMPORTACIÓN TECHNOLOGY SPORT S.A HASTA DDP

GUADALAJARA –MEDELLIN

TERMINO -- EXW

### CANTIDAD

- FORMULA →  $2 / 11 * 100 = 18\%$  ( Cantidad / total \* 100 = % de participación por und)

	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>	<b>NOTAS</b>
<b>Short deportivo ultralight</b>	2	18%	50 UND X CAJA
<b>Short deportivo duo H-T</b>	2	18%	50 UND X CAJA
<b>Chamarra ligera reflex H-T</b>	2	18%	50 UND X CAJA
<b>Pants capri short adulto</b>	2	18%	50 UND X CAJA
<b>Jersey fitness caballero bolt</b>	2	18%	50 UND X CAJA
<b>Top deportivo dinamic H-T</b>	1	9%	100 UND X CAJA
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>600 UNDS</b>

## PESO

- FORMULA →  $30,6 / 162,3 * 100 = 19,8\%$  ( Cantidad / total \* 100= % de participación por peso)

	W (kg)	%	NOTAS	W X CAJA
<b>Short deportivo ultralight</b>	30,6	19%	PESO X 2 CAJAS	15,3
<b>Short deportivo duo H-T</b>	20,6	12%	PESO X 2 CAJAS	10,3
<b>Chamarra ligera reflex H-T</b>	40,6	25%	PESO X 2 CAJAS	20,3
<b>Pants capri short adulto</b>	35,6	22%	PESO X 2 CAJAS	17,8
<b>Jersey fitness caballero bolt</b>	30,6	19%	PESO X 2 CAJAS	15,3
<b>Top deportivo dinamic H-T</b>	4,3	3%	PESO X 1 CAJA	4,3
<b>TOTAL</b>	<b>162,3</b>	<b>100%</b>		<b>83,3</b>

## VOLUMEN

- FORMULA →  $0,232 / 1,5 * 100 = 15\%$  ( Cantidad / total \* 100 = % de participación por volumen)

	V (m3)	%	NOTAS	M2 X CAJA
<b>Short deportivo ultralight</b>	0,232	15%	M3 X 2 CAJAS	0,116
<b>Short deportivo duo H-T</b>	0,083	5%	M3 X 2 CAJAS	0,042
<b>Chamarra ligera reflex H-T</b>	0,335	22%	M3 X 2 CAJAS	0,168
<b>Pants capri short adulto</b>	0,438	29%	M3 X 2 CAJAS	0,234

<b>Jersey fitness caballero bolt</b>	0,373	24%	M3 X 2 CAJAS	0,187
<b>Top deportivo dinamic H-T</b>	0,075	5%	M3 X CAJA	0,075
<b>TOTAL</b>	<b>1,5</b>	<b>100%</b>		<b>0,8</b>

### RELACIÓN PESO – VOLUMEN

- FORMULA  $\rightarrow 0,232 \text{ M2} / 0,031 \text{ TON} = 7,4$  (V / W = Factor de estiba )

	<b>P/V</b>	<b>%</b>	<b>NOTAS</b>
<b>Short deportivo ultralight</b>	7,4	12%	P/V X 2 CAJAS
<b>Short deportivo duo H-T</b>	4	7%	P/V X 2 CAJAS
<b>Chamarra ligera reflex H-T</b>	8,1	13%	P/V X 2 CAJAS
<b>Pants capri short adulto</b>	12,1	20%	P/V X 2 CAJAS
<b>Jersey fitness caballero bolt</b>	12	19%	P/V X 2 CAJAS
<b>Top deportivo dinamic H-T</b>	18,7	30%	P/V X 1 CAJA
<b>TOTAL</b>	<b>62,3</b>	<b>100%</b>	

### EXW 8203 USD

- FORMULA  $\rightarrow$  Cantidad \* precio por unidad = precio por unidad total
- FORMULA  $\rightarrow$  precio total por unidad / total \* 100 = porcentaje

<b>VALOR DE LA MCIA</b>	<b>PRECIO X UND</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO X UND TOTAL</b>	<b>%</b>
Short deportivo ultralight	7,25	100	725,00	9%
Short deportivo duo H-T	15,62	100	1562,00	19%
Chamarra ligera reflex H-T	26,99	100	2699,00	33%
Pants capri short adulto	10,43	100	1043,00	13%
Jersey fitness caballero bolt	10,87	100	1087,00	13%

Top deportivo dinamic H-T	10,87	100	1087,00	13%
<b>TOTAL</b>	<b>82,03</b>	<b>600</b>	<b>8203,00</b>	<b>100%</b>

**FCA 8658 USD**

FORMULA → EXW + PICK UP + SEGURO + GUIA = TOTAL FCA

**PICK UP 125 USD / TON / M3**

**MIN 350 USD**

- FORMULA →  $125 * 1,5 = 187,5$  MIN 350 USD  
Se toma la min de 350 usd

Formula →  $\text{min 350 USD} * \% \text{ de participación } v = \text{pick up } x \text{ und}$

<b>PICK UP</b>	<b>PRECIO X UND</b>
<b>Short deportivo ultralight</b>	52,86
<b>Short deportivo duo H-T</b>	18,91
<b>Chamarra ligera reflex H-T</b>	76,33
<b>Pants capri short adulto</b>	99,80
<b>Jersey fitness caballero bolt</b>	84,99
<b>Top deportivo dinamic H-T</b>	17,09
<b>TOTAL</b>	<b>350,00</b>

**SEGURO**

0,45%      MIN 70 USD

- FORMULA →  $8203 * 0,45 \% = 36,9$   
Se toma la min de 70 usd

FORMULA →  $\text{min 70 USD} * \% \text{ de participación } V = \text{seguro por und}$

<b>SEGURO</b>	<b>PRECIO X UND</b>
<b>Short deportivo ultralight</b>	10,57
<b>Short deportivo duo H-T</b>	3,78
<b>Chamarra ligera reflex H-T</b>	15,27
<b>Pants capri short adulto</b>	19,96
<b>Jersey fitness caballero bolt</b>	17,00

<b>Top deportivo dinamic H-T</b>	3,42
<b>TOTAL</b>	70,00

## GUIA

35 USD

FORMULA → 35 usd \* % participación precio de la mercancía

GUIA	PRECIO X UND
<b>Short deportivo ultralight</b>	3,09
<b>Short deportivo duo H-T</b>	6,66
<b>Chamarra ligera reflex H-T</b>	11,52
<b>Pants capri short adulto</b>	4,45
<b>Jersey fitness caballero bolt</b>	4,64
<b>Top deportivo dinamic H-T</b>	4,64
<b>TOTAL</b>	35,00

CFR 8710,5 USD

FORMULA → TOTAL FCA + FLETE INTERNACIONAL = TOTAL CFR

## FLETE INTERNACIONAL

35 USD / TON / M3      MIN 50 USD

- FORMULA → 35 usd \* 1,5 M3 = 52,5 usd

FORMULA → flete internacional \* % participación del V = flete internacional por und

FLETE INTERNACIONAL	
<b>Short deportivo ultralight</b>	7,8
<b>Short deportivo duo H-T</b>	2,7
<b>Chamarra ligera reflex H-T</b>	11,5

<b>Pants capri short adulto</b>	15,2
<b>Jersey fitness caballero bolt</b>	12,6
<b>Top deportivo dinamic H-T</b>	2,7
<b>TOTAL</b>	52,5

CIF 8790,5 USD

FORMULA → TOTAL CFR + SEGURO INTERNACIONAL = TOTAL CIF

### SEGURO INTERNACIONAL

0,60% MIN 80 USD

- FORMULA →  $0,60\% * \text{TOTAL CFR (8710,5)} = 52,2$   
Se toma la min de 80 usd

FORMULA → Min 80 usd \* % de participación V = seguro internacional por und

<b>SEGURO INTERNACIONAL</b>	
<b>Short deportivo ultralight</b>	12,08
<b>Short deportivo duo H-T</b>	4,32
<b>Chamarra ligera reflex H-T</b>	17,45
<b>Pants capri short adulto</b>	22,81
<b>Jersey fitness caballero bolt</b>	19,43
<b>Top deportivo dinamic H-T</b>	3,91
<b>TOTAL</b>	80,00

DAP 9195,5 USD

FORMULA → TOTAL CIF + DESCONSOLIDACION + BODEGAJE + MANEJO + TRANSPORTE INTERNO + SEGURO = TOTAL DAP

### DESCONSOLIDACION

15 USD / TON / M3 MIN 60 USD

- FORMULA → 15 USD \* 1,5 M3 = 22,5 USD  
Se toma la min de 60 usd

FORMULA → 60 usd \* % de participación de V = Desconsolidacion x und

<b>DESCONSOLIDACION</b>	
<b>Short deportivo ultralight</b>	9,06
<b>Short deportivo duo H-T</b>	3,24
<b>Chamarra ligera reflex H-T</b>	13,09
<b>Pants capri short adulto</b>	17,11
<b>Jersey fitness caballero bolt</b>	14,57
<b>Top deportivo dinamic H-T</b>	2,93
<b>TOTAL</b>	60,00

### MANEJO

105 USD

FORMULA → 105 usd \* V x und = Manejo x und

<b>MANEJO</b>	
<b>Short deportivo ultralight</b>	9,28
<b>Short deportivo duo H-T</b>	19,99
<b>Chamarra ligera reflex H-T</b>	34,55
<b>Pants capri short adulto</b>	13,35
<b>Jersey fitness caballero bolt</b>	13,91

Top deportivo dinamic H-T	13,91
<b>TOTAL</b>	<b>105,00</b>

## BODEGAJE

4,5 USD / TON / M3      MIN 25 USD

- FORMULA → 4,5 USD \* 1,5 M3 = 6,7 USD  
Se toma la min de 25 usd

FORMULA → 25 usd \* % participación V = Bodegaje por und

<b>BODEGAJE</b>	
Short deportivo ultralight	3,78
Short deportivo duo H-T	1,35
Chamarra ligera reflex H-T	5,45
Pants capri short adulto	7,13
Jersey fitness caballero bolt	6,07
Top deportivo dinamic H-T	1,22
<b>TOTAL</b>	<b>25,00</b>

## TRANSPORTE

Transporte Cartagena – Medellín

- ✓ De 1 a 1000 kg = \$ 405.000 → \$ 405.000 / 3000 ( TRM ) = 135 USD

FORMULA → 135usd \* % de participación V = Transporte por und

<b>TRANSPORTE</b>	
Short deportivo ultralight	20,39
Short deportivo duo H-T	7,29
Chamarra ligera reflex H-T	29,44
Pants capri short adulto	38,50
Jersey fitness caballero bolt	32,78
Top deportivo dinamic H-T	6,59
<b>TOTAL</b>	<b>135,00</b>



## SEGURO

0,50 % MIN 80 USD

- FORMULA → VALOR DE LA MERCANCÍA CIF \* 0,50 % = 43,9 USD  
Se toma la min de 80 usd

FORMULA → min 80 usd \* V x und = Seguro por und

SEGURO	
Short deportivo ultralight	7,07
Short deportivo duo H-T	15,23
Chamarra ligera reflex H-T	26,32
Pants capri short adulto	10,17
Jersey fitness caballero bolt	10,60
Top deportivo dinamic H-T	10,60
<b>TOTAL</b>	<b>80,00</b>

DDP 10743,9

FORMULA → TOTAL DAP + IVA + INTERMEDIACION ADUANERA + DOCUMENTACION = TOTAL DDP

ARANCEL 0%

IVA 16%

- FORMULA → VALOR CIF (8790,5 USD) \* 16 % = 1406,4 USD

FORMULA → 1406,4 usd \* % de participación volumen = Iva por unidad

IVA X UND	
Short deportivo ultralight	210,9
Short deportivo duo H-T	70,4
Chamarra ligera 59éflex H-T	309,4
Pants capri short adulto	407,8
Jersey fitness caballero bolt	337,5



TOTAL LIQUIDACION EN COP

TRM \$ 3.000

VALOR DDP USD = 10743,9 USD

FORMULA → 10743,9 USD \* \$ 3.000 = 32.231.700 COP

PRECIO DDP POR UND

FORMULA → VALOR DDP \* % DE PARTICIPACION PRECIO EXW = PRECIO DDP X UND

PRECIO DDP	PRECIO DDP USD X 100 UNDS	PRECIO DDP COP X 100 UND	PRECIO DDP COP X UND
Short deportivo ultralight	949,57	2.848.712	28.487,12
Short deportivo duo H-T	2.045,83	6.137.500	61.375
Chamarra ligera 61éflex H-T	3.535,02	10.605.066	106.050,66
Pants capri short adulto	1.366,07	4.098.216	40.982,16
Jersey fitness caballero bolt	1.423,70	4.271.103	42.711,03
Top deportivo dinamic H-T	1.423,70	4.271.103	42.711,03
<b>TOTAL</b>	10.743,90 USD	\$ 32.231.700	

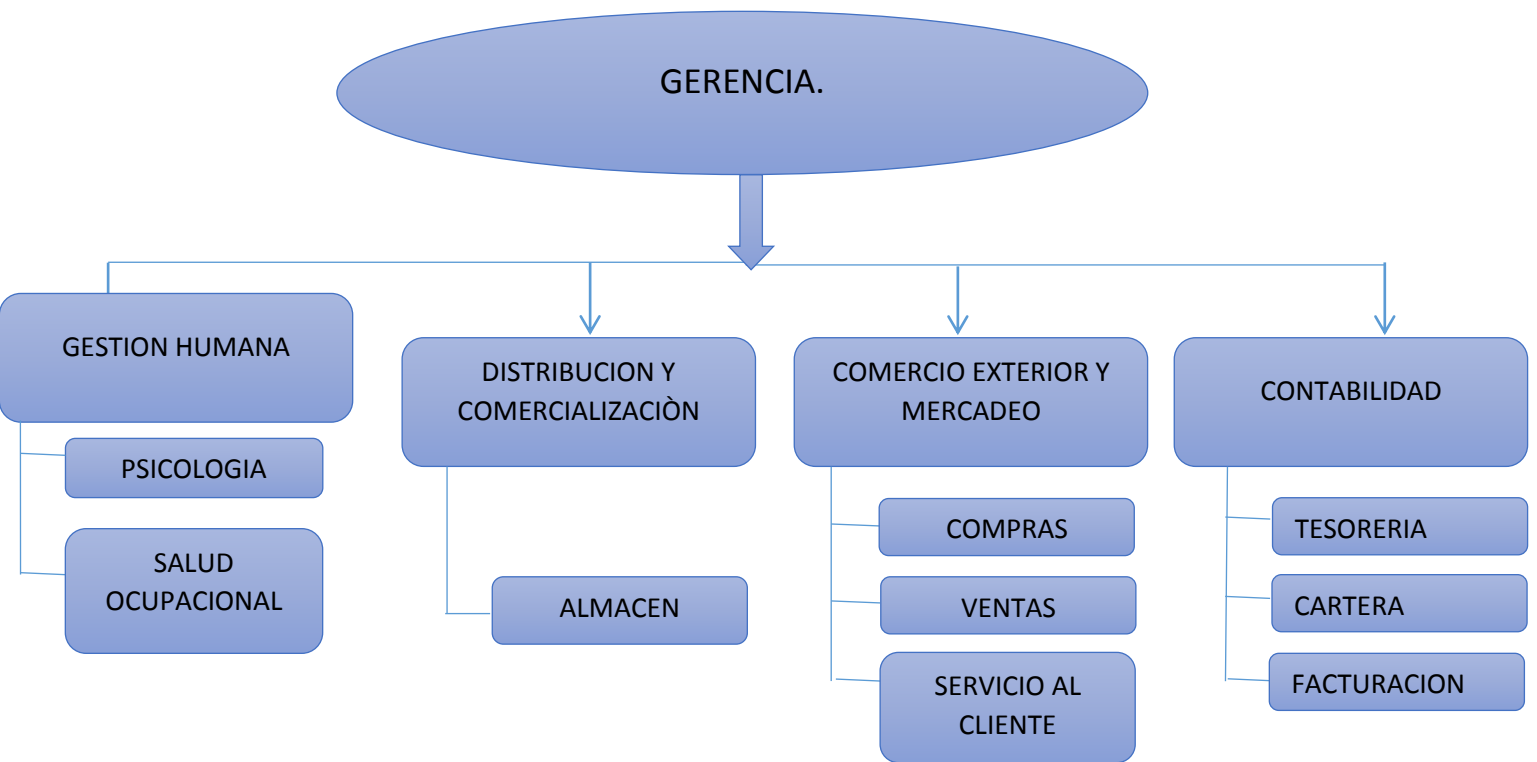
# CAPITULO V. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

## 5.1 Estructura Organizacional del Negocio.

### 5.1.1 Organigrama Estructura Organizacional.

Technology sport S.A.S. estará conformado principalmente por un gerente, y se distribuirá en 4 áreas; gestión humana, comercio exterior y mercadeo, distribución y comercialización y contabilidad, así como se muestra en la figura 5.1.1.

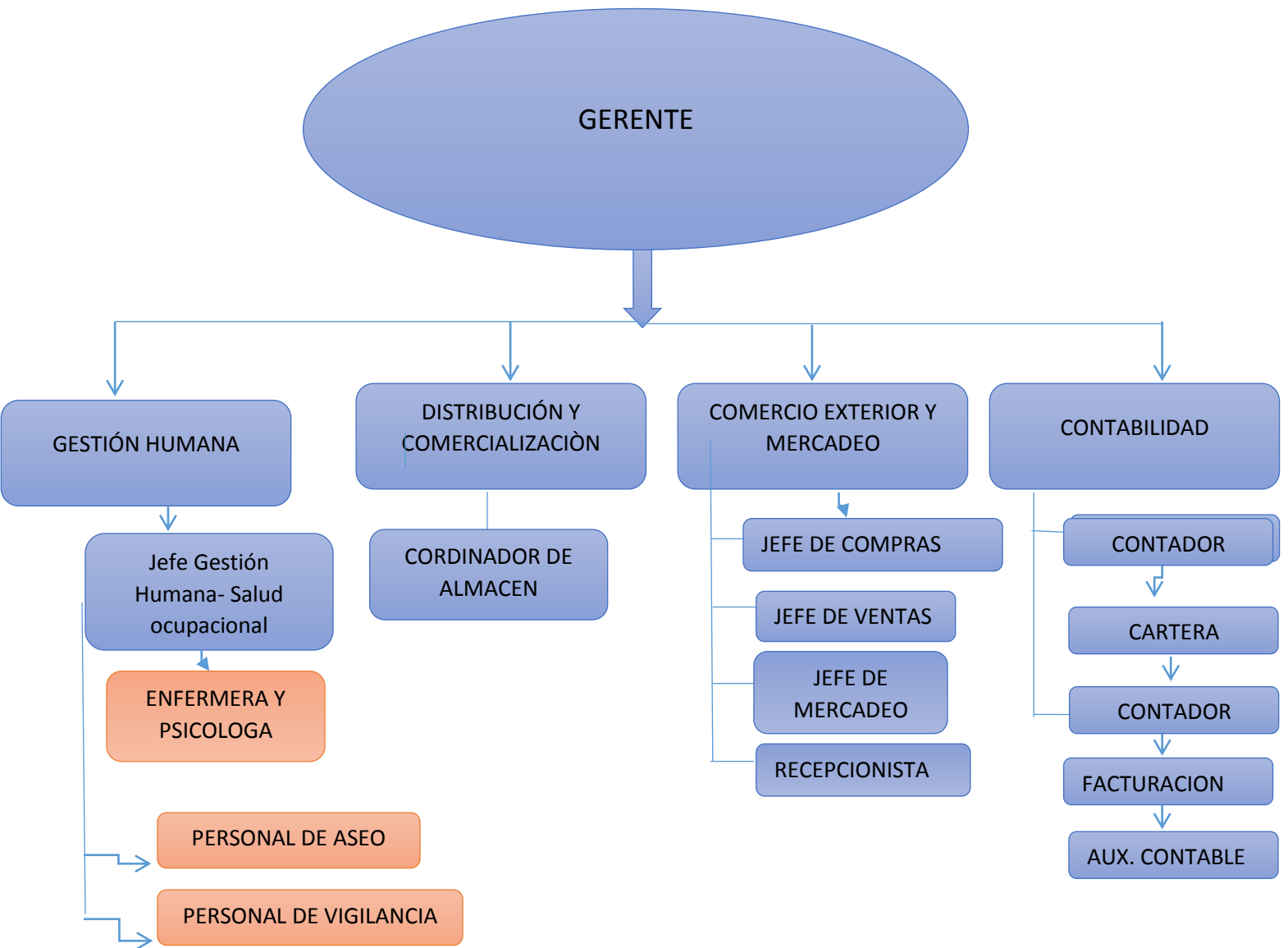
**FIGURA 5.1 Organigrama General.**



### 5.1.2 Organigrama Estructura Personal

Cada una de las áreas de la empresa, estará conformada por diferentes campos que la complementaran y ayudaran con el desarrollo de las actividades, como se muestra en la figura 5.2

**Figura 5.2 Organigrama Personal.**



### 5.1.3 Costos

En cada área se realizarán las siguientes funciones, como se muestra en la tabla 5.1

ÁREA	DESCRIPCIÓN	COMPOSICIÓN	TERCERIZACIÓN
GERENCIA	Se encargará de designar, liderar, y planear metas a corto mediano y largo plazo.	Una persona	NO
GESTIÓN HUMANA	Esta área se encargará de velar por el bienestar tanto mental como físico de los empleados y sus familias	Esta área la compondrán Psicología y salud ocupacional.(2 personas)	SI
DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	estarán encargados de los inventarios, despachos.	Dos personas.	NO
COMERCIO EXTERIOR Y MERCADEO	MERCADEO: promocionar y dar a conocer los productos de manera satisfactoria para la empresa. Dar una buena imagen de ella. SERVICIO A CLIENTE: atención general a clientes y proveedores. COMPRAS: estará encargado de la importación de las prendas deportivas e insumos para el uso de la empresa. VENTAS: se encargará de buscar nuevos clientes y analizarlos.	Esta área está compuesta por compras, ventas y servicio al cliente.(4 personas)	NO
CONTABILIDAD	TESORERÍA: pagar a los proveedores. CARTERA: Cobranza a los clientes. FACTURACIÓN: revisar y hacer las facturas requeridas de la empresa.	Esta área esta compuesta por Tesorería, Cartera y Facturación. ( 3 personas)	NO

### 5.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados.

En la tabla 5.2 se describe los costos fijos del personal de la empresa

**Tabla 5.2 Costos personal fijo de la empresa.**

<b>PERSONAL</b>	<b>SALARIO</b>	<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>	<b>PARAFISCALES</b>	<b>AUXILIO DE TRANSPORTE</b>
<b>Gerente</b>	3'500.000 \$	1'499.437 \$	315.000 \$	0
<b>Jefe de Gestión Humana</b>	1'200.000 \$	514.264 \$	108.000 \$	0
<b>Coordinador de Almacén</b>	800.000 \$	355.915 \$	72.000 \$	74.000 \$
<b>Jefe de Compras</b>	1'500.000 \$	642.630 \$	135.000 \$	0
<b>Jefe de Ventas</b>	1'500.000 \$	642.630 \$	135.000 \$	0
<b>Contador (a) (2)</b>	1'500.000 \$	642.630 \$	135.000 \$	0
<b>Jefe de mercadeo</b>	1'000.000 \$	441.627 \$	90.000 \$	74.000 \$
<b>Aux. de Contabilidad</b>	1'000.000 \$	441.627 \$	90.000 \$	74.000 \$
<b>Asesoras comerciales (2)</b>	644.350 \$	289.214	57.992 \$	74.000 \$
<b>Recepcionista</b>	800.000 \$	355.915 \$	72.000 \$	74.000 \$

Fuente: Ministerio de trabajo

**Figura 5.3 salario Gerente**

Salario	\$ 3.500.000	COP	🔒
Transporte	\$ 0	COP	🔒
<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>			
Cesantías	\$ 291.667	COP	🔒
Primas	\$ 291.667	COP	🔒
Intereses sobre cesantías	\$ 35.000	COP	🔒
<b>DESCANSO REMUNERADO</b>			
Vacaciones	\$ 145.833	COP	🔒
<b>APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL</b>			
Pensiones (AFP)	\$ 420.000	COP	🔒
Salud (EPS)	\$ 297.500	COP	🔒
Riesgos Laborales (ARL)	\$ 18.270	COP	🔒
<b>PARAFISCALES</b>			
Parafiscales	\$ 315.000	COP	🔒
<b>TOTAL</b>	\$ 5.314.937	COP	🔒
<b>PARA EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA LEY 1607 DEL 2012 (EXONERACIÓN DEL PAGO DE PARAFISCALES)</b>			
Parafiscales	\$ 140.000	COP	
Salud	\$ -297.500	COP	
<b>TOTAL</b>	\$ 4.842.437	COP	🔒

**Figura 5.4 salario jefe de compras, jefe de ventas y contadores.**

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



**Figura 5.5 salario auxiliar contable y jefe de mercadeo.**

Salario	\$ 1.000.000	COP	🔒
Transporte	\$ 74.000	COP	🔒
<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>			
Cesantías	\$ 89.500	COP	🔒
Primas	\$ 89.500	COP	🔒
Intereses sobre cesantías	\$ 10.740	COP	🔒
<b>DESCANSO REMUNERADO</b>			
Vacaciones	\$ 41.667	COP	🔒
<b>APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL</b>			
Pensiones (AFP)	\$ 120.000	COP	🔒
Salud (EPS)	\$ 85.000	COP	🔒
Riesgos Laborales (ARL)	\$ 5.220	COP	🔒
<b>PARAFISCALES</b>			
Parafiscales	\$ 90.000	COP	🔒
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.605.627</b>	<b>COP</b>	<b>🔒</b>
<b>PARA EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA LEY 1607 DEL 2012 (EXONERACIÓN DEL PAGO DE PARAFISCALES)</b>			
Parafiscales	\$ 40.000	COP	
Salud	\$ -85.000	COP	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.470.627</b>	<b>COP</b>	<b>🔒</b>

**Figura 5.6 salario coordinador de almacén y recepcionista**

Salario	\$ 800.000	COP	🔒
Transporte	\$ 74.000	COP	🔒
<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>			
Cesantías	\$ 72.833	COP	🔒
Primas	\$ 72.833	COP	🔒
Intereses sobre cesantías	\$ 8.740	COP	🔒
<b>DESCANSO REMUNERADO</b>			
Vacaciones	\$ 33.333	COP	🔒
<b>APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL</b>			
Pensiones (AFP)	\$ 96.000	COP	🔒
Salud (EPS)	\$ 68.000	COP	🔒
Riesgos Laborales (ARL)	\$ 4.176	COP	🔒
<b>PARAFISCALES</b>			
Parafiscales	\$ 72.000	COP	🔒
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.301.916</b>	<b>COP</b>	<b>🔒</b>
<b>PARA EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA LEY 1607 DEL 2012 (EXONERACIÓN DEL PAGO DE PARAFISCALES)</b>			
Parafiscales	\$ 32.000	COP	
Salud	\$ -68.000	COP	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.193.916</b>	<b>COP</b>	<b>🔒</b>

**Figura 5.7 salario asesoras comerciales.**

Salario	\$ 644.350	COP	🚫
Transporte	\$ 74.000	COP	🚫
<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>			
Cesantías	\$ 59.863	COP	🚫
Primas	\$ 59.863	COP	🚫
Intereses sobre cesantías	\$ 7.184	COP	🚫
<b>DESCANSO REMUNERADO</b>			
Vacaciones	\$ 26.848	COP	🚫
<b>APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL</b>			
Pensiones (AFP)	\$ 77.322	COP	🚫
Salud (EPS)	\$ 54.770	COP	🚫
Riesgos Laborales (ARL)	\$ 3.364	COP	🚫
<b>PARAFISCALES</b>			
Parafiscales	\$ 57.992	COP	🚫
<b>TOTAL</b>	\$ 1.065.553	COP	🚫
<b>PARA EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA LEY 1607 DEL 2012 (EXONERACIÓN DEL PAGO DE PARAFISCALES)</b>			
Parafiscales	\$ 25.774	COP	
Salud	\$ -54.770	COP	
<b>TOTAL</b>	\$ 978.566	COP	🚫

En la tabla 5.3 se relaciona los costos del personal tercerizado que tendrá la empresa.

**Tabla 5.3 Costos de personal Tercerizados**

<b>Empresa</b>	<b>Personal</b>	<b>Costo por servicio</b>
<b>Uno A</b>	Servicios Varios (Aseo instalaciones ) (2 personas)	
<b>Atempi</b>	Vigilancia	5.618.988
<b>Enfermera (a) Independiente</b>	Enfermero (o)	
<b>Psicóloga (o) Independiente</b>	Psicóloga (o)	

Atempi: La empresa atempi cotizo Servicio de portería 24 horas, de lunes a domingo, sin arma y con radio de comunicaciones.

## 5.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio

### 5.2.1 Locaciones Empresa.

#### 5.2.1.1. Sede principal.

Technology Sport S.A.S. tendrá una sede principal ubicada por el sector estadio en la ciudad de Medellín, será una casa con un área de 280  $m^2$  adaptada para oficinas y almacenamiento, será arrendada y su costo mensual de arrendo es de \$ 3.500.000. Este espacio será distribuido para las diferentes áreas de la empresa, como se muestra en la tabla 5.2.1.

**Tabla 5.4 Distribución de la sede principal.**

<b>ESPACIO</b>	<b>ÁREA</b>
Oficina	Gerente
Oficina	Contabilidad.
Oficina	Comercio Ext y Mercadeo.
Patio 1	Almacén de insumos.
Patio 2	Almacén de producto terminado.
Oficina	Gestión Humana.
Recepción	Recepcionista.

5.2.1.1. Local comercial.

5.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres

En la tabla 5.5 se relaciona toda la maquinaria, equipos y demás enseres que tendrá la empresa.

**Tabla 5.5 Requerimientos de maquinaria, equipos, software y enseres.**

<b>MAQUINARIA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UN</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PROVEEDOR</b>	
<b>Computadores corporativos</b>	12	\$ 2.000.000	\$24.000.000		Inversión inicial
<b>Telefonos</b>	13	\$ 34.900	\$ 453.700	Homecenter	Inversión inicial
<b>Escritorios</b>	14	\$439.900	\$6.158.600	Homecenter	Inversión inicial
<b>Mesa sala de juntas</b>	1	\$ 429.900	\$ 429.900	Homecenter	Inversión inicial
<b>Televisores</b>	1	\$ 1.199.000	\$1.199.0000	Exito	Inversión Inicial
<b>Sillas de escritorio</b>	15	\$44.900	\$ 673.5000	Homecenter	Inversión inicial
<b>Set de oficina por 5 piezas (papeleras, portapapiceros, portajohas)</b>	20	\$ 27.900	\$ 558.000	Homecenter	Inversión inicial
<b>Cocineta</b>	1	\$ 699.000	\$ 699.000	Homecenter	Inversión inicial
<b>Nevera</b>	1	\$ 599.900	\$ 599.900	Homecenter	Inversión inicial
<b>Cafetera de 142 tazas</b>	1	\$ 129.900	\$129.900	Homecenter	Inversión inicial
<b>Horno microondas</b>	1	\$ 149.900	\$ 149.900	Homecenter	Inversión inicial
<b>Impresora FS-1035</b>	1	\$ 1.879.000	\$ 1.879.000	Datecsa	Inversión inicial

Fuente: homecenter, éxito

### 5.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por Area

En la tabla 5.6 se describe los costos de materiales e insumos mensuales que tiene el área de gestión humana.

**Tabla 5.6 Requerimientos de materiales e insumos del área de Gestión humana**

AREA	PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR EN MESES
<b>GESTION HUMANA</b>	Lapiceros	5 ( 2 meses)	400 \$	2.000 \$	
	Carpetas	20 (mensual)	500 \$	10.000 \$	10.000
	Resaltadores	5 (2 meses )	1.700 \$	8.500 \$	8.500
	Grapadora	2 (una vez)	22.050 \$	44.100 \$	44.100
	Perforadora	2 (una vez)	27.700 \$	55.400 \$	55.400
	Calculadora	2 (una vez )	10.750 \$	32.250 \$	32.250
	Liquid Paper	2 (2 meses)	2.650		
	Sobre manila Tamaño carta	30 (Mensual)	1.900 \$	57.000 \$	
	Adhesivo en barra	1 (2 meses)	2.500 \$	2.500 \$	
	Tijeras	2 (una vez)	900 \$	1.600 \$	1.600
	Agenda	2 (3 meses)	1.700 \$	3.400 \$	3.400 \$
	Clic manecilla metálica	2 Caja x 12 und.	8.000 \$	16.000 \$	16.000
	Papelera artecma	2 (una vez)	23.300 \$	46.600 \$	
	Estuches carapelas	2 (una vez)	400 \$	800 \$	800\$
	Clic mariposa	2 (mensual)	1.900 \$	1.900 \$	
	Tabla legajadora	1 (una vez )	4.500 \$	4.500 \$	
	Sobre blanco	30 (Mensual )	50 \$	1.500 \$	
	<b>Azucar de 5g</b>	100 sobres de 5g (mensual)	9.750 \$	9.750 \$	
	<b>Café</b>	3 (mensual )	126.750 \$	126.750 \$	
	Vasos desechables	Paquete de 100 (mensual )	8.000 \$	8.000 \$	
	<b>Papel higienico x 15 un</b>	4 (mensual)	14.750 \$	59.000 \$	

Compras una sola vez: 163.550 \$

Compras mensual: 275.800\$

Compras cada 2 meses: 20800 /6.=3466

Compras cada 3 meses: 850

En la tabla 5.7 se describe los costos de materiales e insumos mensuales que tiene el área de distribución y comercialización.

**Tabla 5.7 Requerimientos de materiales e insumos del área de distribución y comercialización.**

<b>AREA</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION</b>	Lapiceros	5 (2meses)	400 \$	2.000 \$
	Resaltadores	5 (2meses)	1.700 \$	8.500 \$
	Grapadora	2 (una vez)	22.050 \$	44.100 \$
	Perforadora	2 (una vez)	27.700 \$	55.400 \$
	Calculadora	2 (una vez )	10.750 \$	21.500 \$
	Cinta adhesiva	2 (2meses)	850 \$	1.700 \$
	Adhesivo en barra	2 (2meses)	2.500 \$	5.000 \$
	Tijeras	2 (una vez)	900 \$	1.800 \$
	Carpeta	50 (mensual)	500 \$	15.000 \$
	Talonnario salida de almacén	1 (2meses)	7.000 \$	7.000 \$
	Papelera artecma	2 (una vez)	23.300 \$	26.600 \$
	Estuches carapelas	2 (una vez)	400 \$	800 \$
	Clic mariposa	2 cajas x 50	1.900 \$	3.800 \$
	Tabla legajadora	1 (una vez)	4.500 \$	4.500 \$
Libro de anotaciones	2 (2meses)	9.500 \$	19.000 \$	

Compras una sola vez: 161.400 \$

Compras mensual: 15.000 \$

Compras cada 2 meses:  $85700/6 = 14.283$  \$

En la tabla 5.8 se describe los costos de materiales e insumos mensuales que tiene el área de comercio y mercadeo.

**Tabla 5.8 Requerimientos de materiales e insumos del área de comercio y mercadeo.**

<b>AREA</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>COMERCIO Y MERCADERO</b>	Lapiceros	4 (2 meses)	400 \$	1.600 \$
	Resaltadores	4 (2 meses)	1.700 \$	3.400\$
	Grapadora	2 (una vez)	22.050 \$	44.100 \$
	Perforadora	2 (una vez)	27.700 \$	55.400 \$
	Calculadora	2 (una vez )	10.750 \$	21.500 \$
	Correctores	4 (2 meses)	2.650	10.600 \$
	Sobre manila Tamaño carta	20 (mensual)	1.900 \$	38.000 \$
	Notas adhesivas	1 (2 meses)	27.100 \$	27.100 \$
	Tijeras	2 (una vez)	900 \$	1.800 \$
	Carpeta legajadora	2 (una vez)	5.900 \$	11.800 \$
	Ganchos legajadores	2 Caja x 20 und (2 meses)	3.150 \$	6.300 \$
	Papelera artecma	2 (una vez)	23.300 \$	26.600 \$
	Estuches carapelas	2 (una vez)	400 \$	800 \$
	Clic mariposa	2 cajas x 50	1.900 \$	3.800 \$
	Libro de anotaciones	2 (2 meses)	9.500 \$	9.500 \$

Compras una sola vez: 106.600 /2: 53.300 \$

Compras mensual: 38.000/2 = 19.000 \$

Compras cada 2 meses: 58.500 \$ / 6 = 9.750 \$ /2 = 4.875 \$

En la tabla 5.9 se describe los costos de materiales e insumos mensuales que tiene el área de contabilidad.

**Tabla 5.9 Requerimientos de materiales e insumos del área de contabilidad**

<b>AREA</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>CONTABILIDAD</b>	Lapiceros	5 (2 meses)	400 \$	2.000 \$
	Resaltadores	5 (2 meses)	1.700 \$	8.500 \$
	Grapadora	3 (una vez)	22.050 \$	61.150 \$
	Perforadora	3 (una vez)	27.700 \$	83.100 \$
	Calculadora	3 (una vez )	10.750	32.250 \$
	Liquid paper	3 (2 meses)	2.650 \$	7.950 \$
	Sobre manila Tamaño carta	30 (Mensual)	1.900 \$	57.000 \$
	Notas adhesivas	1 (2 meses)	27.100 \$	27.100 \$
	Tijeras	1 (una vez)	550 \$	550 \$
	Carpeta legajadora	3 (una vez)	5.900 \$	17.700 \$
	Ganchos legajadores	2 Caja x 20 und (2 meses)	3.150 \$	3.150 \$
	Papelera artecma	3 (una vez)	23.300 \$	69.900 \$
	Estuches carapelas	3 (una vez)	400 \$	1.200 \$
	Clic mariposa	3 cajas x 50 und (2 meses)	1.900 \$	5.700 \$
	Libro contable	1 (una vez)	10.400 \$	10.400 \$

Compras una sola vez: 276.250 \$

Compras mensual: 57.000 \$

Compras cada 2 meses:  $96.900 / 6 = 16.150$  \$



#### 5.2.4 Requerimientos de Servicios por Área.

En la tabla 5.10 se relaciona los costos de servicios del área de gestión humana.

**Tabla 5.10 Requerimientos de servicios del área de gestión humana.**

<b>AREA</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>COSTO X AREA</b>
<b>GESTION HUMANA</b>	Arriendo Empresa	1'166.666\$
	Internet empresa	52969.25 \$
	Telefonía	27980.75 \$
	Seguridad empresa	1'475.000 \$
	Servicios generales	525.000 \$
<b>TOTAL</b>		5.305.950 \$

En la tabla 5.11 se describe los costos de materiales e insumos mensuales que tiene el área de distribución y comercialización.

**Tabla 5.11 Requerimientos de servicios del área de distribución y comercialización.**

<b>AREA</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>COSTO X AREA</b>
<b>DISTRIBUCCION Y COMERCIALIZACION</b>	Arriendo Empresa + Arriendo local.	1'166.666\$
	Internet empresa + local	52.969.25 \$
	Telefonía + local	27.980.75 \$
	Seguridad empresa	1'475.000 \$
	Servicios generales	525.000 \$
<b>TOTAL</b>		5.305.950 \$

En la tabla 5.12 se describe los costos de materiales e insumos mensuales que tiene el área de comercio exterior y mercadeo.

**Tabla 5.12 Requerimientos de servicios del área de comercio exterior y mercadeo.**

<b>AREA</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>COSTO X AREA</b>
<b>COMERCIO</b>	Arriendo Empresa	583.333 \$
	Internet empresa + local	26.484.62 \$
	Telefonía + local	13.990.37 \$
	Seguridad empresa	737.500 \$
	Servicios generales	262.500 \$
	<b>MERCADEO</b>	
	Arriendo Empresa	583.333 \$
	Internet empresa	26.484.62 \$
	Telefonía	13.990.37 \$
	Seguridad empresa	737.500 \$
	Servicios generales	262.500 \$
<b>TOTAL</b>		5'305.950 \$

En la tabla 5.13 se describe los costos de materiales e insumos mensuales que tiene el área de contabilidad.

**Tabla 5.13 Requerimientos de servicios del área de contabilidad**

<b>AREA</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>COSTO X AREA</b>
<b>CONTABILIDAD</b>	Arriendo Empresa	1'166.666\$
	Internet empresa	52969.25
	Telefonía	27980.75
	Seguridad empresa	1'475.000
	Servicios generales	1'475.000
	<b>TOTAL</b>	



**Sobre Ecológico Tamaño Oficio Norma**  
 Precio Habitual: ~~CO\$ 3.200,00~~  
**Precio especial: CO\$ 1.900,00**



**Tijera Escolar Studmark**  
 Precio Habitual: ~~CO\$ 700,00~~  
**Precio especial: CO\$ 550,00**



**Cinta Adhesiva**  
**CO\$ 850,00**



**Resaltador Pelikan**  
**CO\$ 1.700,00**



**Clips Mariposa L**  
**CO\$ 1.900,00**



**Adhesivo en barra Pega Stic**  
 Precio Habitual: ~~CO\$ 2.800,00~~  
**Precio especial: CO\$ 2.500,00**



**Gancho Legajador P**  
**CO\$ 3.150,00**



**Tabla Legajadora**  
**CO\$ 4.500,00**



**Libro de Anotaciones**  
**CO\$ 4.700,00**



**Libro de Contabilidad**  
**CO\$ 5.000,00**



**Carpeta Legajadora**  
**CO\$ 5.900,00**



**Clip Manecilla M**  
**CO\$ 8.000,00**



**Papelera Artecma**  
**CO\$ 23.300,00**



**Notas adhesivas P**  
**CO\$ 27.100,00**

## CAPITULO VI. ANÁLISIS LEGAL

### 6.1. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

6.1.1 Trámites para la creación y previos al funcionamiento de la empresa.

Antes de que una empresa pueda iniciar sus funciones necesita unos trámites y requisitos que debe cumplir ante diferentes entidades para lograr luego su funcionamiento y constitución, a continuación en la tabla 6.1 se denomina estos diferentes trámites.

**Tabla 6.1 Trámites para la creación previos al funcionamiento de la empresa.**

TRÁMITE	DESCRIPCIÓN	COSTO	
Documento privado de constitución de la sociedad.	Constitución de la sociedad	\$ 1.500,00	Único
RUT	Identificar la actividad económica, y las obligaciones ante el Estado.	\$ -	Anual
Matricula Mercantil	Acredita y hace pública su calidad de comerciante.	\$ 15.800,00	Anual
Certificado de bomberos	Condiciones del establecimiento	\$ 18.890,00	Cada 2 años
Registro de Importación	Permiso para Importaciones.	\$ 30.000,00	Anual

### 6.1.2 Trámites para el Funcionamiento.

Para que la empresa pueda funcionar cumplimiento por las normas establecidas de las diferentes entidades y de acuerdo a los requisitos que necesita la mercancía, se deben realizar los diferentes trámites

Para los productos manejados por TECHNOLOGY SPORT S.A.S no se requieren vistos bucos, ni requisitos necesarios para la importación.

## **CAPITULO VII. ANÁLISIS FINANCIERO**

### **7.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad**

#### 7.1.1 Tasa de Rentabilidad de su Industria

Para el año 2015 el presidente de Inexmoda, Carlos Eduardo Botero, dice que el mercado local de vestuario, calzado y otras confecciones (tanto nacionales como importadas), por todos los canales, inclusive en línea, prevé ventas de 17,1 billones de pesos, con un aumento del 7 % respecto al 2014, cuando sumó 16 billones. (Inexmoda, 2015)

La tasa de rentabilidad para las empresas que se dedican al retail online es del 15,97 % (Damodaran online , 2025)

#### 7.1.2 Tasas Libre de Riesgo

Tasa de una inversión que no contiene riesgo de crédito, está catalogada como una inversión sin riesgo de crédito, normalmente las tasas libres de riesgo la dan los gobiernos y las reservas federales; a nivel internacional se toma en cuenta la tasa que ofrece los bonos de EEUU.

La tasa libre de riesgo aceptada mundialmente es del 3,2 % (Banco mundial, 2015)

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

La tasa de rentabilidad esperada para los inversionistas es del 2% mensual, porque es el costo de oportunidad que se tiene.

#### 7.1.4 Impuesto sobre la Renta y el CREE

Según el código tributario del país la tasa de rentabilidad sobre la renta es el 25%

El impuesto sobre la Renta para la Equidad CREE es un tributo de destinación específica para la financiación de programas de inversión social, en beneficio de la población más necesitada, que es usuaria del SENA, del ICBF y seguridad social. (DIAN, 2015)

7.1.5 % de Margen de Contribución sobre costo unitario del Producto para definir los Precios de Ventas

Debido a que se debe nivelar los precios de venta con el resto del mercado y no incurrir en guerra de precios, se decide implementar un incremento en el precio de venta de 50 %.

**7.2. Aportes de Capital de los Socios**

Cada inversionista otorgara al proyecto un capital de \$ 20.000.000 en efectivo.

**7.2 Créditos y Préstamos Bancarios**

7.2.1 Nombre de la entidad financiera

AV VILLAS

7.2.2 Monto total del prestamo necesario para el proyecto

\$ 488.014.629

7.2.3 Tasa de Interes, Plazo del prestamo

Tasa de interes efectivo anual es del 31,29%

Tasa de interes mensual es del 2,29%

Plazo del prestamo es de 5 años (60 meses ).

**Figura 7.1 Tasa Prestamo**

<b>Tasas Crédito de Libre Inversión</b>			
Tasas vigentes desde: 1 de Noviembre de 2015			
Tasas Crédito de Libre Inversión	Plazo	E.A.	M.V.
Para montos entre \$1.500.000 y \$15.000.000	de 6 a 60 meses	31.29%	2.29%
Para montos entre \$15.000.001 y \$20.000.000	de 6 a 36 meses	31.29%	2.29%
Para montos entre \$15.000.001 y \$20.000.000	de 37 a 60 meses	31.29%	2.29%
Para montos entre \$20.000.001 y \$30.000.000	de 6 a 36 meses	31.29%	2.29%
Para montos entre \$20.000.001 y \$30.000.000	de 37 a 60 meses	31.29%	2.29%
Para montos superiores a \$30.000.000	de 6 a 36 meses	31.29%	2.29%
Para montos superiores a \$30.000.000	de 37 a 60 meses	31.29%	2.29%
Tasa de interés de mora		31.29%	2.29%

Fuente: (Av Villas, 2015)

7.2.4 Resumen de Tabla Amortización: Capital Pagado, Intereses y Saldo Capital cada año.

En la tabla 7.1 se muestra la amortización del préstamo por año.

**Tabla 7.1 Amortización por año**

Periodo	Cuota Prestamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 488.014.269,00
1	\$ 180.419.739,36	\$ 127.677.075,51	\$ 52.742.663,90	\$ 435.271.605,10
2	\$ 180.419.739,36	\$ 111.227.353,52	\$ 69.192.385,89	\$ 366.079.219,21
3	\$ 180.419.739,36	\$ 89.647.186,19	\$ 90.772.553,22	\$ 275.306.665,99
4	\$ 180.419.739,36	\$ 61.336.457,18	\$ 119.083.282,23	\$ 156.223.383,76
5	\$ 180.419.739,36	\$ 24.195.995,52	\$ 156.223.743,89	\$ -



Anualmente se está pagando cuotas de \$ 180.419.739,36 de los cuales el 31,29 pertenece a los intereses y el resto se va en abonos al capital.

## 7.4 Precios de los Productos

### 7.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios **de los productos**

Para fijar los precios de los productos se tuvo en cuenta dos aspectos importantes:

- **Competencia:** al analizar el sector se identificó que la competencia más fuerte del mercado es Nike y Adidas; además se evidencio que el precio de venta de los productos ofertados de estas marcas son más altos.

Al relacionar los costos de importación de los productos, se determinó que se tiene un costo bajo, lo cual permite generar más utilidad, ya que se puede incurrir en precios de venta más bajos que la competencia.

### 7.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos.

Teniendo en cuenta los costos fijos y variables de la empresa se calculó que los productos tendrán un costo unitario según los aspectos anteriores, de esta manera:

**Tabla 7.2 Precio de los productos tomando como base los costos**

Total Costos Variables por Producto	Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado por Producto	
Jersey Caballero	\$ 42.711,0	478	\$ 20.401.635,4	13,01%	\$ 54.128,33
Short Deportivo	\$ 28.487,1	511	\$ 14.547.422,6	9,28%	\$ 36.102,16
Short Deportivo	\$ 61.375,0	477	\$ 29.296.333,4	19,30%	\$ 78.316,09
Chamarra Liege	\$ 106.050,7	478	\$ 50.656.865,4	32,31%	\$ 134.399,60
Pants Capri Sho	\$ 40.982,2	478	\$ 19.575.811,8	12,49%	\$ 51.937,31
Top Deportivo D	\$ 42.711,0	500	\$ 21.341.278,0	13,61%	\$ 54.128,33

## 7.5 Análisis Financiero

### 7.5.1 Ingresos

#### 7.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio

Para determinar los ingresos mensuales de venta, se tuvo en cuenta las ventas medias estimadas del mes y el precio del producto. Como se demuestra a continuación en la tabla 7.3

**Tabla 7.3 Ingresos de ventas**

<b>Producto</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Ingresos x ventas</b>
Jersey Caballero Bolt	\$ 64.066,54	\$ 30.303.691
Short Deportivo Ultraligth	\$ 42.730,68	\$ 24.441.560
Short Deportivo "Duo HT"	\$ 95.062,5	\$ 44.869.736
Chamarra Liegera Reflex	\$ 159.075,99	\$ 75.242.948
Pants Capri Short	\$ 61.473,24	\$ 29.076.729
Top Deportivo Dinamic	\$ 64.066,54	\$ 30.239.624

**Total: \$ 234.174.288**

Las unidades vendidas mensuales, permiten que el ingreso sea de **\$ 234.174.288**.

### 7.5.2 Egresos

#### 7.5.2.1 Inversiones

Las inversiones de TECHNOLOY SPORT S.A.S, con respecto a los activos fijos, gastos preoperativos y capital de trabajo, son los siguientes.

Los activos fijos son todos los bienes que adquirió la empresa para iniciar con la comercialización de ropa deportiva; los gastos preoperativos son todos los costos en los que se incurrieron para alcanzar la creación de la empresa; el capital de trabajo son los recursos que necesita la empresa para iniciar sus operaciones.

En la tabla 7.4 se relaciona los costos de los activos fijos, gastos operativos y capital de trabajo.

**Tabla 7.4 Inversiones en activos fijos, gastos operativos y capital de trabajo**

<b>Inversiones</b>	<b>Exigibles (Valor)</b>
<b>Activos Fijos</b>	\$ 35.543.500,0
<b>Gastos Preoperativos</b>	\$ 2.151.000,0
<b>Capital de Trabajo</b>	\$ 530.320.129,1

#### 7.5.2.2 Costos Fijos y Variables

En la tabla 7.5 se relaciona los costos fijos y variables que tiene la empresa para iniciar su operación.

**Tabla 7.5 Costos fijos y variables**

Requerimientos de Efectivo	<b>CUENTA</b>	<b>VALOR</b>
	Costos Variables	\$ 233.729.020
	Costos Fijos de Producción	\$ 0
	Costos Fijos de Administración	\$ 32.016.459
	Costos Fijos de Comercialización y Ventas	\$ 22.100.011

Activo Corriente	<b>CUENTA</b>	<b>VALOR</b>
	Cuentas por Cobrar	\$ 0
	Inventarios productos	\$ 242.474.639
	Inventario de Materia Prima	\$ 0

### 7.5.3. Analisis de Punto de Equilibrio

Al analizar el punto de equilibrio se identifico un porcentaje de 52,82%, lo cual indica que las ventas de la empresa estan superando en este porcentaje los costos variables y fijos, como se muestra en la tabla 7.6

**Tabla 7.6 Analisis punto de equilibrio**

Costo Variable promedio =	66,26%	Punto de Equilibrio (%) =	52,82%
Margen de contribución (\$) =	\$ 79.341.668,390	Punto de Equilibrio (\$) =	\$ 124.211.426,90
Margen de contribución (%) =	33,74%		

En la tabla 7.7 se analiza el punto de equilibrio de cada producto.

**Tabla 7.7 Punto de equilibrio por producto.**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO</b>			
<b>Margen Contribucion Unitario</b>	<b>Participacion Ventas</b>	<b>Punto Equilibrio (Unidades)</b>	<b>Punto Equilibrio (Pesos)</b>
\$ 21.355,51	13,01%	255,38	\$ 16.360.996,69
\$ 14.243,56	9,28%	273,02	\$ 11.666.237,06
\$ 33.687,50	19,30%	240,05	\$ 22.819.371,15
\$ 53.025,33	32,31%	255,38	\$ 40.624.034,62
\$ 20.491,08	12,49%	255,38	\$ 15.698.730,05
\$ 21.355,51	13,61%	267,14	\$ 17.114.538,75

#### 7.5.4.2 Análisis VPN y TIR

Tasa de rentabilidad esperada	2,00%
Valor Presente Neto	530.345.752
Tasa Interna de Retorno	28,68%

##### 7.5.4.2.1 Análisis VPN

Con el análisis del VPN, se puede identificar que para TECHNOLOGY SPORT, este proyecto resulta viable, ya que, el valor presente neto del plan de negocio es \$530.345.752, lo cual indica que al traer los flujos de caja a valor presente, menos la inversión se genera los ingresos que tendrá la empresa en este momento con respecto a sus proyecciones.

##### 7.5.4.2.2. Análisis TIR

La TIR calculada para este proyecto fue del 28,68%; lo que significa la rentabilidad efectiva que genera el proyecto teniendo en cuenta la inversión que se tiene que hacer en él, lo cual permiten tener unos flujos de caja que se dan durante todo el año. Al inicio del proyecto se planteó una rentabilidad esperada del 2% mensual, luego de estudiar las diferentes variables financieras del proyecto se estableció la TIR.

## CONCLUSIONES

Con el análisis del VPN, se puede identificar que para TECHNOLOGY SPORT, este proyecto resulta viable, ya que, el valor presente neto del plan de negocio es \$530.345.752, lo cual indica que al traer los flujos de caja a valor presente, menos la inversión se genera los ingresos que tendrá la empresa en este momento con respecto a sus proyecciones.

La TIR calculada para este proyecto fue del 28,68%; lo que significa la rentabilidad efectiva que genera el proyecto teniendo en cuenta la inversión que se tiene que hacer en él, lo cual permiten tener unos flujos de caja que se dan durante todo el año. Al inicio del proyecto se planteó una rentabilidad esperada del 2% mensual, luego de estudiar las diferentes variables financieras del proyecto se estableció la TIR.

Según lo anterior, TECHNOLOGY SPORT S.A.S, logrará posicionarse en el mercado como una marca de ropa deportiva de alta calidad y con un excelente nivel de servicio al cliente, brindándole a los consumidores precios más asequibles que los de la competencia, teniendo en cuenta el cuidado del medio ambiente, apoyando el desarrollo económico y tecnológico del sector textil/ confecciones, diseño y moda del país.

Teniendo en cuenta las diferentes variables y aspectos estudiados en este proyecto, se demuestra que la inversión que se realizará en este plan de negocios traerá consigo unos excelentes ingresos para una marca que apenas iniciara en el mercado.

## Bibliografía

- (2015). Obtenido de Inexmoda: <http://www.inexmoda.org.co/>
- (2015). Obtenido de Nike: <http://www.nike.com/>
- (2015). Obtenido de Adidas: <http://www.adidas.co/>
- (2015). Obtenido de Babalu: <https://www.babalufashion.com/es>
- (2015). Obtenido de ProColombia: <http://www.procolombia.co/>
- (2015). Obtenido de Banco InterAmericano de Desarrollo (BID).
- (2015). Obtenido de Banco InterMaericano de Desarrollo(BID).
- Antioquia la mas educada.* (2015). Obtenido de <http://www.antioquia.gov.co/>
- Antioquia, C. d. (2015). *Codigo CIU.*
- Banco mundial.* (2015). Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/indicador/FR.INR.RISK>
- Camara de comercio de Neiva.* (s.f.). Obtenido de <https://www.ccneiva.org/>
- Comercio, C. d. (s.f.).
- comercio, M. d. (s.f.).
- Damodaran online .* (Enero de 2025). Obtenido de <http://people.stern.nyu.edu/adamodar/>
- DANE. (s.f.).
- DARWIN VARGAS SANTOS, CONSULTOR EMPRESARIAL COMERCIO INTERNACIONAL REPRESENTACION DE MARCA NEGOCIACION INTERNACIONAL.* (s.f.).
- DIAN.* (2015). Obtenido de [http://www.dian.gov.co/contenidos/otros/Preguntas\\_Cree\\_2014.html](http://www.dian.gov.co/contenidos/otros/Preguntas_Cree_2014.html)
- DICOM.* (s.f.).
- El Mundo.* (2015 ). Obtenido de <http://www.elmundo.com/portal/>
- INDER.* (2015). Obtenido de <http://inder.gov.co/index.php/Escenarios-Deportivos/UD-Atanasio-Girardot/>
- Indexclima.* (2015). Obtenido de <http://www.colombia.com/turismo/guiadelviajero/indexclima.asp>
- Inexmoda.* (2015). Obtenido de <http://www.inexmoda.org.co/>
- Inexmoda.* (2015).
- Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial de Bucaramanga , IMEBU.* (s.f.).
- Legiscomex.* (2015).

Medellin, C. d. (2015). *Codigo CIUU*. Medellin.

Medellin, C. d. (2015). *Codigo CIUU*.

*Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. (2015). Obtenido de <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=11963>

*Procolombia*. (s.f.).

*Procolombia*. (s.f.).

*Procolombia*. (22 de 07 de 2011). Obtenido de [http://www.procolombia.co/sites/default/files/Logistica\\_de\\_Exportaciones\\_a\\_M%C3%A9xico.pdf](http://www.procolombia.co/sites/default/files/Logistica_de_Exportaciones_a_M%C3%A9xico.pdf)

*Procolombia*. (2015). Obtenido de <http://www.procolombia.co/>

*Superintendencia de Sociedades*. (s.f.). Obtenido de [ww.supersociedades.gov.co/Paginas/default.aspx](http://www.supersociedades.gov.co/Paginas/default.aspx)

*Superintendencia de Sociedades*. (2008).

*Superintendencia de Sociedades*. (2012). Obtenido de [ww.supersociedades.gov.co/Paginas/default.aspx](http://www.supersociedades.gov.co/Paginas/default.aspx)

*Superintendencia de Sociedades, Informe Sector Textil* . (2012).

*superintendencia Financiera*. (2015).

*Sura* . (2015). Obtenido de <http://www.sura.com/blogs/mujeres/habitos-consumo-colombia.aspx>



## Anexos

### Anexo 1. Cotización Ultrasport.

#### COTIZACION ULTRASPORTS



Jorge Alberto Muñoz Sanchez  
RFC: MUSJ-670422-EF6

**ultrasports**

Secundina Gello No. 518. S.R.  
Tel: (33) 36 43 61 17 y 36 55 78 11  
Guadalajara, Jalisco Mexico.  
E-mail: ultrasportsmu@hotmail.com

Guadalajara Jalisco, 04 septiembre del 2015

Atención:

Natalia Vargas

Por medio de la presente le saludo y a la vez le hago llegar la cotización solicitada:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO	IMPORTE
80	TOP DEPORTIVO DINAMIC- HT	\$10.87	\$ 869.60
80	Blusa manga larga Core-HT	\$16.25	\$ 1,300.00
80	Short ultralight caballero	\$7.25	\$ 580.00
80	CAPRI LICRA FITNESS DAMA "NOVA"	\$10.00	\$ 800.00
80	Chaqueta réflex-ht	\$27.00	\$ 2,160.00
		<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 5,709.60</b>

\*Precios en dólares.

\*\*Los precios no incluye el costo del envío.

Agradezco de antemano su interés en nuestros productos y quedo a sus órdenes para cualquier asunto.

Atentamente

Anel Berenice Muñoz Teleda

## Anexo 2. Encuesta

Para definir la competencia de TECHNOLOGY SPORT en la ciudad de Medellín, se hizo la siguiente encuesta a 104 personas del Área Metropolitana del Valle de Aburrá:

Nombre: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Estrato Socioeconómico \_\_\_\_\_

¿Cuál es su marca de ropa deportiva preferida, con respecto a la comodidad a la hora de hacer deporte?

Adidas	
Nike	
Puma	
Babalu	
Reebok	
Speedo	
Gef	
St Even	
Nativos	
X-room	
Otros	Cual?

## Apéndices

### Apéndice 1. Solicitud cotización.

Para la importación de ropa deportiva se investigo que el proveedor mas cercano es la empresa Ultrasport, ubicada en Mexico, a la cual se le solicito una cotización de los productos a comercializar.

Medellín, 04 de agosto de 2015

Señores  
Ultrasports

Medellín – Colombia

ASUNTO: Solicitud cotización de productos.

Cordial saludo

La presente es para solicitarles la cotización bajo el incoterms CIF Buenaventura- Valle del Cauca, Colombia. De los productos que a continuación describiremos, cabe aclarar que el precio de los productos deberá incluir todos los costos que el incoterms presente en la negociación:

Solicitamos nos colaboren con el peso y volumen de la mercancía.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TALLAS
Top deportivo dinamic-hit	20 und por Talla	S, M ,L ,XL
Blusa manga larga Core-HT	20 und por Talla	S, M ,L ,XL
Short ultralight caballero	20 und por Talla	S, M ,L ,XL
Pantalón capri	20 und por Talla	S, M ,L ,XL
Chaqueta réflex-ht	20 und por Talla	S, M ,L ,XL

Adicionalmente solicitamos que el embalaje y/o empaque de la mercancía sea el que ustedes consideren adecuado para el correcto y seguro transporte de la misma.

Buen día Srita Vargas!

Muchas gracias por contactarnos. Le adjunto la cotización solicitada. En cuanto al envío trabajamos con FEDEX vía aérea y el costo del flete va por cuenta del cliente.

Para poder trabajar necesitamos el 50% de anticipo y el pago del resto para poder enviar la mercancía.

Quedo en espera de sus comentarios.

Saludos

**Te invitamos a conocer nuestras promociones del mes de JULIO.**

**ANEL B. MUÑOZ TEJEDA**

**DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO**


**TEL. (33) 36-65-51-14 / (33) 36-55-78-11**

**[www.ultrasports.com.mx](http://www.ultrasports.com.mx)**


**ULTRASPORTS MEXICO 3312945201**

## Apéndice 2. Cotización agente de carga

Para la importación de ropa deportiva se cotizo con Vanguard Logistic, ya que el proveedor solo vende en termino EXW.



Medellin, 17 de Septiembre de 2015



No. COLBOG00545-1-2

COTIZACIÓN FLETE MARÍTIMO

Cotización No. 15/09/10929

Cliente:	
Contacto:	
E-mail:	
Teléfono:	
Oferta válida desde:	18-sep.-15
Oferta válida hasta:	30-sep.-15

De acuerdo con su solicitud nos permitimos presentar en nuestra calidad de agentes de carga la oferta para el servicio de transporte seleccionado, la cual está sujeta a aprobación y cambios que su compañía requieran:

Condiciones económicas:

### 1. SEGURO INTERNACIONAL:

Estamos en condiciones de asegurar sus mercancías para trayectos tanto nacionales como internacionales y para cualquier modalidad de transporte; con las siguientes condiciones:

Tasa:	0,60%
Tasa Mínima:	80 USD
Documentación:	10 USD

CONDICION	AIG		
<b>Limites por despacho</b>	<b>Mercancías general:</b> Buque: USD 250.000 Aeronave: USD 250.000 Terrestre: USD 250.000	<b>Mercancías de alto riesgo:</b> Buque: USD 200.000 Aeronave: USD 200.000 Terrestre: USD 200.000	Ampliación solicitud previa al despacho sin costo adicional.
<b>Deducibles</b>	<b>Mercancías general:</b> Impo/Expo/Nal y Urbano 3% del valor de la pérdida, mínimo 25MMLV  <i>Despachos de valor inferior a US\$3000 sin deducible. Reserva o Franquicia de US\$300</i>	<b>Mercancías de alto riesgo:</b> Impo/Expo/Nal y Urbano 5% del valor de la pérdida, mínimo 35MMLV	Se liquida sobre el valor de la pérdida, no sobre el valor total de la mercancía.
<b>Plazo para aviso de siniestro</b>	3 días hábiles luego de conocer (o haberse debido conocer) el siniestro. Ampliación del plazo para aviso de siniestro a treinta (30) días, siempre y cuando el Asegurado se comprometa a proteger las acciones de subrogación y/o recobro a las que tenga derecho la Aseguradora, según la legislación vigente.		
<b>Permanencia en tránsito</b>	Cláusula de Permanencia para Mercancía en Tránsito, hasta sesenta (60) días. (Ampliación a este tiempo, debe ser solicitado con anticipación al vencimiento, a la compañía de seguros con al menos 48 hrs de aviso)		
<b>Condiciones de Seguridad</b>	<b>Horarios de Movilización:</b>		
	Mercancía General: 24 horas de Domingo a Domingo (No autorizado los festivos). Mercancía Alto Riesgo: Lunes a Sábado de 4:00 am a 8:00 pm. Domingos y festivos no transportar. NOTA: Las anteriores sujetas a restricciones por parte de las autoridades competentes. Ampliaciones previa autorización, sin costo adicional.		
	<b>Escolta:</b> Durante todo el trayecto. Mercancía General Igual o superior a USD 150.000 Mercancía alto riesgo Igual o superior a USD 50.000	<b>GPS:</b> Mercancía General: Igual o superior a USD\$200.000 Mercancía Alto Riesgo: Igual o superior a USD 100.000	

Medellin, 28 de Agosto de 2015

**COTIZACIÓN FLETE MARÍTIMO**

**Cotización No. 15/08/**

Cliente:	
Contacto:	
E-mail:	
Teléfono:	
Oferta válida desde:	
Oferta válida hasta:	

De acuerdo con su solicitud nos permitimos presentar en nuestra calidad de agentes de carga la oferta para el servicio de transporte seleccionado, la cual está sujeta a aprobación y cambios que su compañía requieran:

**TARIFAS DE SERVICIO DE AGENCIAMIENTO ADUANERO IMPORTACIONES POR PUERTOS**

Tarifa	0,45% sobre el valor CIP
Tarifa Mínima	\$ 350.000
Gastos varios	\$ 110.000
Asistencia	\$ 110.000
Arancel	% sobre el valor CIP + total aranceles
IVA	16% sobre el valor CIP + total aranceles
Elaboración declaración	\$ 40.000
Fotocopias, Comunicaciones y Correos	\$ 35.000
Para el agenciamiento aduanero todos los documentos, tanto BL como factura comercial son requeridos en original ante nuestras autoridades aduaneras.	

Medellín, 18 de Septiembre de 2015

**COTIZACIÓN TRANSPORTE TERRESTRE & SEGURO**

Cotización No. 15/09/10928

Cliente:	
Contacto:	
E-mail:	
Teléfono:	
Oferta válida desde:	17-sep.-15
Oferta válida hasta:	30-sep.-15

De acuerdo con su solicitud nos permitimos presentar en nuestra calidad de agentes de carga la oferta para el servicio de transporte seleccionado, la cual está sujeta a aprobación y cambios que su compañía requieran:

**Condiciones económicas:**
**1. FLETE TERRESTRE LCL:**  
 (Relación 1 TON = 2 CBM)

ORIGEN	DESTINO	RANGO	TARIFA	TIEMPO DE TRANSITO
CARTAGENA	MEDELLIN	DE 1 A 1.000 KG	\$ 405.000	2 DIAS APROX.
CARTAGENA	MEDELLIN	DE 1001 A 2000 KG	\$ 690.000	2 DIAS APROX.
CARTAGENA	MEDELLIN	DE 2001 A 3000 KG	\$ 1.035.000	2 DIAS APROX.
CARTAGENA	MEDELLIN	DE 3001 A 4000 KG	\$ 1.290.000	2 DIAS APROX.
CARTAGENA	MEDELLIN	DE 4001 A 5000 KG	\$ 1.610.000	2 DIAS APROX.
CARTAGENA	MEDELLIN	DE 5001 A 6000 KG	\$ 1.935.000	2 DIAS APROX.
CARTAGENA	MEDELLIN	DE 6001 A 7000 KG	\$ 2.255.000	2 DIAS APROX.

SERVICIO EXPRESSO				
CARTAGENA	MEDELLIN	<b>TURBO</b> Hasta 4 Tons - 10 CBM	\$ 1.610.000	
CARTAGENA	MEDELLIN	<b>SENCILLO</b> Hasta 7 Tons - 27 CBM	\$ 2.530.000	

**Notas:**

- Tener en cuenta que la relación en transporte terrestre es de 1=2 (1 TON = 2 CBM)
- El peso será calculado a razón de 1 ton igual a 2cbm y de este resultado se aplicará la facturación sobre el mayor valor de la relación peso/volumen.
- Sujeto a consolidación de 3 a 5 días.
- Incluye cargue y descargue con estibadores.
- Tarifa sujeta a cambios por aumento en el combustible y estado de las vías.
- Tiempo en tránsito sujeto a condiciones climáticas y estado de las vías.

**RECARGOS:**

- Manejo del Terrestre 120.000 COP
- Valores al costo por los ítems generados en puerto (Ver servicios Que No Incluye)
- Se tomará escolta dependiendo el producto, valor comercial de la mercancía y/o condición de póliza
- En caso de requerir escolta se prorrateará de acuerdo al valor comercial de cada mercancía



SERVICIOS QUE INCLUYE LA TARIFA	SERVICIOS QUE NO INCLUYE
*Coordinación logística de la operación	*Bodegajes a partir del 4to día de arribo de la carga a puerto para cargas que llegue a SPRB ó Cartagena. Para cargas sueltas que se manejen por TCBUEN aplica bodegajes desde el arribo de la mercancía.
* Tres (3) días libres de bodegajes en puerto a partir de la llegada de la M/N a puerto	*Cargue y Descargue
* Un (1) día libre de bodegajes en TCBUEN para carga suelta	* Seguro para la mercancía.
* Transporte terrestre desde puerto a destino final	*Stand By del vehículo después de 12 horas del arribo a su destino final.
	*Liberaciones.
	*Costo en SPRC por Desconsolidación Documental (Cartagena).
	* Escolta ó acompañamiento de las mercancías en el trayecto terrestre.
	*Para cargas IMO, Sujeto a consolidación
	*Uso de instalaciones portuarias

#### DOCUMENTACION REQUERIDA:

Copia póliza de seguro y solicitud del servicio diligenciada, HB/L original, Factura Comercial incluyendo termino de negociación y moneda, Lista de empaque, Descripción de la mercancía en español, Ficha técnica y descripción en español (para cargas peligrosas), Copia póliza de seguro, Copia del Rut.

#### REQUISITOS PARA PRESTAR EL SERVICIO:

La documentación exigida para el trámite del transporte terrestre debe ser recibida por VANGUARD LOGISTICS SERVICES S.A. una vez la carga ha sido nacionalizada.

Los bodegajes causados por situaciones originadas en orden de autoridad, serán por cuenta del cliente.

Dependiendo de las condiciones de seguridad imperantes para el momento, el trayecto y el tipo de mercancía, se exigirá el uso de escoltas y/o acompañamiento vial, siempre buscando los máximos estándares de seguridad para la carga.

El cliente es responsable por los perjuicios que puedan resultar de la falta, insuficiencia o irregularidad en los informes de la carga o de los documentos entregados a VANGUARD LOGISTICS SERVICES COLOMBIA S.A.

#### 2. SEGURO NACIONAL:

Estamos en condiciones de asegurar sus mercancías para trayectos tanto nacionales como internacionales y para cualquier modalidad de transporte; con las siguientes condiciones:

Tasa:	0,50%
Tasa Mínima:	80 USD
Documentación:	10 USD

CONDICION	AIG		
<b>Limites por despacho</b>	<b>Mercancías general:</b> Buque: USD 250.000 Aeronave: USD 250.000 Terrestre: USD 250.000	<b>Mercancías de alto riesgo:</b> Buque: USD 200.000 Aeronave: USD 200.000 Terrestre: USD 200.000	Ampliación solicitud previa al despacho sin costo adicional.
<b>Deducibles</b>	<b>Mercancías general:</b> Impo/Expo/Nal y Urbano 3% del valor de la pérdida, mínimo 2 SMMLV  <i>Despachos de valor inferior a US\$3000 sin deducible. Reserva o Franquicia de US\$300</i>	<b>Mercancías de alto riesgo:</b> Impo/Expo/Nal y Urbano 5% del valor de la pérdida, mínimo 3 SMMLV	Se liquida sobre el valor de la pérdida, no sobre el valor total de la mercancía.
<b>Plazo para aviso de siniestro</b>	3 días hábiles luego de conocer (o haberse debido conocer) el siniestro. Ampliación del plazo para aviso de siniestro a treinta (30) días, siempre y cuando el Asegurado se comprometa a proteger las acciones de subrogación y/o recobro a las que tenga derecho la Aseguradora, según la legislación vigente.		
<b>Permanencia en tránsito</b>	Cláusula de Permanencia para Mercancía en Tránsito, hasta sesenta (60) días. (Ampliación a este tiempo, debe ser solicitado con anticipación al vencimiento, a la compañía de seguros con al menos 48hrs de aviso)		
<b>Condiciones de Seguridad</b>	<b>Horarios de Movilización:</b> <b>Mercancía General:</b> 24 horas de Domingo a Domingo (No autorizado los festivos). <b>Mercancía Alto Riesgo:</b> Lunes a Sábado de 4:00 am a 8:00 pm. Domingos y festivos no transportar. NOTA: Las anteriores sujetas a restricciones por parte de las autoridades competentes. Ampliaciones previa autorización, sin costo adicional.		
	<b>Escorta:</b> Durante todo el trayecto. <b>Mercancía General</b> igual o superior a USD 150.000 <b>Mercancía alto riesgo</b> igual o superior a USD 50.000	<b>GPS:</b> <b>Mercancía General:</b> igual o superior a USD\$200.000 <b>Mercancía Alto Riesgo:</b> Igual o superior a USD 100.000	
<b>Otros beneficios:</b> 1. Póliza Todo Riesgo, mayor cobertura, menos exclusiones. 2. Respaldo brindado por AIG Seguros Colombia, Multinacional con Calificación AAA, con representación en Colombia y vigilancia de la superintendencia. 3. Amparo bajo cláusulas del Instituto de Londres, respaldo y reconocimiento mundial. 4. Las mejores tasas y condiciones del mercado. 5. Deducibles sobre el valor de la pérdida. Menos deducciones en la liquidación de siniestros. Mayor indemnización. 6. Póliza exclusiva con amparo a Daños generados por actos de autoridad. Excluye embargo y comiso. 7. Cobertura al contenedor y su retomo en territorio nacional (prima adicional). 8. Inclusión de vehículos de carga propios de su compañía, sin costo adicional.			
<small>Compañías marítimas, aéreas y terrestres o cualquier intermediario que interviene en el transcurso del transporte.</small> <b>**Recuerde que debe contar con una póliza de seguros para sus mercancías ya que Vanguard no es responsable de las pérdidas o daños de las mismas. Si usted no cuenta con una póliza de seguros... aquí le brindamos apoyo!</b> <b>**El condicionado completo esta a su disposición para su valoración.</b>			

Medellín, 18 de Septiembre de 2015


**COTIZACIÓN FLETE MARÍTIMO**

Cotización No. 15/09/10928

Cliente:	
Contacto:	
E-mail:	
Teléfono:	
Oferta válida desde:	18-sep.-15
Oferta válida hasta:	30-sep.-15

De acuerdo con su solicitud nos permitimos presentar en nuestra calidad de agentes de carga la oferta para el servicio de transporte seleccionado, la cual está sujeta a aprobación y cambios que su compañía requieran:

**Condiciones económicas:**
**1. GASTOS EN ORIGEN LCL:**

Seguro:	0,45%	MIN 70
Pick Up:	125 USD /Ton/m3	MIN 350 USD
Stuffing:	99 USD /Ton/m3	MIN 150 USD
Guía:	35 USD /GUIA	

**2. FLETE INTERNACIONAL LCL:**

2.1 Desde FOB puerto de origen hasta libre arribo puerto de destino:  
(Cotización para Carga General No Peligrosa / No extradimensionada)

ORIGEN	DESTINO	Ton / m3	Min.	FRECUENCIA	T.T
GUADALAJARA	CARTAGENA	35 USD	50 USD	SEMANAL	2 DIAS

EXW/FCA aplicables si el shipper no los asume: "Despacho USD 250" & "Maniobras <5 Ton USD 150, 5-7 Ton USD 180, 7-15 Ton USD 350"  
Tarifas sujeta a cambios sin previo aviso por incremento en el BAF, GRI, GRR, PSS.

**\*\*México**
**3. GASTOS EN DESTINO LCL:**

Desconsolidación	USD 15 W/M	MIN USD 60
Manejo		USD 105
Uso de Instalaciones	USD 4,5 w/m	MIN USD 25
Collect Fee	4%	MIN USD 35
Recargo IMO (Si Aplica)	80 USD	/ Embarque

**VANGUARD LOGISTICS SERVICES COLOMBIA S.A.**
**OFICINA PRINCIPAL BOGOTÁ | CLL 78 NO. 9-57 OFC.1102 | TEL: 2121822**
**OFICINA MEDELLÍN | CRA. 39 NO. 5A-95 OFC. 308 EDIFICIO AVANT GARDE | TEL: 2666017**
**OFICINA BUENAVENTURA | CRA. 3 NO. 3-26 OFC.306 EDIFICIO ATLANTIS | TEL: 2434255**
**OFICINA CARTAGENA | MANGA SECTOR CAMPO ALEGRE 4TA AVDA CLL 29 NO. 23A-46 OFC.303 | TEL: 6608855**
**OFICINA BARRANQUILLA | CLL 4 NO. 30-251 INT 26 PISO 2 | TEL: 3413643**

### Apéndice 3. Contrato servicio de seguridad

Para la seguridad de TECHNOLOGY SPORT se cotizo con la empresa Atempí 24 horas de servicio.

<b>CANTIDAD</b>	<b>MODALIDAD</b>
1	SERVICIO DE PORTERIA Servicio 24 Horas: Lunes – Domingo, sin Arma Y con Radio de comunicaciones.

**CUARTA. PRECIO:** Por la prestación de los servicios que trata este contrato, EL CLIENTE reconocerá y pagará a **SEGURIDAD ATEMPI** un precio mensual estimado de Cinco Millones Seiscientos dieciocho mil novecientos ochenta y ocho (\$5.618.988), valor incluye IVA. No obstante el valor real del contrato será el que resulte de multiplicar el total de los servicios de vigilancia prestados por el valor unitario establecido para la clase de turno de vigilancia prestado.

**Parágrafo primero:** En caso de ser necesaria la prestación del servicio en horas extras o adicionales, las mismas serán liquidadas por SEGURIDAD ATEMPI de acuerdo con sus tarifas.

<b>TARIFA HORAS EXTRAS – SERVICIO DE SEGURIDAD (Antes de IVA)</b>	
HORA EXTRA DIURNA	\$ 7.248
HORA EXTRA NOCTURNA	\$ 9.785
HORA EXTRA DOMINICAL – FESTIVA DIURNA	\$ 12.684
HORA EXTRA DOMINICAL – FESTIVA NOCTURNA	\$ 17.123