

IMPOCODEPO

S.A.S

IMPOCODEPO S.A.S
COMERCIALIZADORA DE ARTÍCULOS DEPORTIVOS
17 DE AGOSTO DE 2013

Impocodepo s.a.s
Plan de Negocios

Impocodepo s.a.s
Comercializadora de artículos deportivos
Medellín, agosto, 2013



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

DERECHOS RESERVADOS 2013. Jorge Steven Araque Muñeton; Jennifer Andrea Galvis Osorio- Estudiantes de Comercio Internacional ESUMER.

Correos: J-sam04@hotmail.com; Jenni.galvis22@hotmail.com

Teléfonos: 366 76 94; 601 51 30.

Medellín- Colombia.

IMPOCODEPO S.A.S

Contenido - Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

- 3.1. Nombre de la Empresa
- 3.2. Descripción de la Empresa
- 3.3. Misión y Visión de la Empresa
- 3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo
- 3.5. Ventajas Competitivas
- 3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir
- 3.7. Relación de productos y/o servicios
- 3.8. Justificación del Negocio
- 3.9. Análisis del entorno y del sector
- 3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio

4. ANALISIS DEL MERCADO

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

- 4.7.4. Política de Precios
- 4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado
- 4.10. Plan de ventas

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

- 5.1. Objetivos de producción
- 5.2. Descripción del proceso de producción
- 5.3. Capacidad de producción
- 5.4. Plan de Producción
- 5.5. Recursos materiales y humanos para la producción
 - 5.5.1. Locaciones
 - 5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.
 - 5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.
 - 5.5.4. Requerimientos de servicios.
 - 5.5.5. Requerimientos de personal.
- 5.6. Programa de producción

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

- 6.1. Procesos Administrativos
 - 6.1.1. Descripción de los procesos administrativos
 - 6.1.2. Procesos administrativos externalizados
- 6.2. Estructura Organizacional del Negocio
 - 6.2.1. Organigrama
 - 6.2.2. Descripción funcional de la Organización
- 6.3. Recursos materiales y humanos para la administración
 - 6.3.1. Locaciones
 - 6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.
 - 6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.
 - 6.3.4. Requerimientos de servicios.
 - 6.3.5. Requerimientos de personal
- 6.4. Programa de administración

7. ASPECTOS LEGALES

- 7.1. Tipo de Organización empresarial
- 7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

8. ASPECTOS FINANCIEROS

- 8.1. Estructura Financiera del proyecto
 - 8.1.1. Recursos Propios
 - 8.1.2. Créditos y Préstamos Bancarios
- 8.2. Ingresos y Egresos
 - 8.2.1. Ingresos
 - 8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.
 - 8.2.1.2 Otros Ingresos
 - 8.2.2. Egresos
 - 8.2.2.1. Inversiones
 - 8.2.2.2. Costos
 - 8.2.2.3. Gastos

8.2.2.4. Gastos Financieros

8.3. Estados Financieros Proyectados

8.3.1. Flujo de Caja

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

8.3.3. Balance General

8.4. Evaluación financiera del proyecto

8.4.1. Valor Presente Neto

8.4.2. Tasa Interna de Retorno

8.4.3. Indicadores Financieros proyectados

8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

IMPOCODEPO SAS, Es un plan de negocio construido a partir de los conocimientos impartidos durante la formación académica, que finalmente nos permiten tener las bases para la construcción de empresas; lo que nos da la certeza de que la viabilidad de que pueda ser una realidad durante sus diferentes estudios como el legal, de mercadeo, financiero arrojan un resultado positivos para su posterior constitución legal y puesta en marcha.

IMPOCODEPO SAS, es una empresa especializada en la importación y comercialización de artículos deportivos novedosos, que además de su calidad y garantía ofrezcan múltiples beneficios en un solo producto. Vemos una oportunidad a partir del estudio de mercado que nos refleja la importancia que las personas adquieren cada día para lucir mejor y mantenerse saludable con instrumentos que faciliten el proceso y a su vez ofrecer a los clientes un servicio postventa y preferencia como la fidelización de clientes que vean en nosotros una empresa seria y comprometida.

Nuestro mercado meta está dirigido al público en general que sienta apasionamiento por el deporte y ejercicio físico; tanto hombres como mujeres y de 15 años en adelante. Y de aquí consideramos unas ventas mensuales de 1.000 de cada uno de nuestros productos líderes que serán distribuidos especialmente a las principales ciudades como lo son Bogotá, Cali y Medellín donde se concentra gran parte de la población apasionada por su condición física.

Para su operación y puesta en marcha se requiere un total de 66.780.716, los cuales serán financiados a un plazo de 48 meses

Finalmente con el funcionamiento de la empresa vemos grandes oportunidades al realizar el estudio financiero lo que nos arroja unos resultados totalmente positivos al tener, al gozar de una Tasa Interna de Retorno- TIR del 212,60% y Valor Presente Neto- VPN de 148.212.300.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Jennifer Andrea Galvis Osorio					
Identificación:	1017192494	Teléfono:	6015130	Celular:	3016499928
Dirección:	Diagonal 55 N° 31-52 Apto 817		Barrio:	Niquía	
Ciudad	Bello	Correo electrónico:	Jenni.galvis22@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios		
Otros Estudios:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX				

Jorge Steven Araque Muñeton					
Identificación:	11288483638	Teléfono:	3667694	Celular:	3117542116
Dirección:	Calle 107 D N° 42D-23		Barrio:	Popular 1	
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	J-sam04@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios		
Otros Estudios:	Tecnólogo en Formulación de Proyectos SENA				

Nombre y Apellidos					
Identificación:	999999999	Teléfono:	9999999	Celular:	999999999
Dirección:	Calle o Carrera 99999 No 99-99		Barrio:	XXXXXXX	
Ciudad	XXXXXXX	Correo electrónico:	xxxxxx@xxxx.xxx		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios		
Otros Estudios:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX				

Nombre y Apellidos					
Identificación:	999999999	Teléfono:	9999999	Celular:	999999999
Dirección:	Calle o Carrera 99999 No 99-99		Barrio:	XXXXXXX	
Ciudad	XXXXXXX	Correo electrónico:	xxxxxx@xxxx.xxx		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios		
Otros Estudios:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX				

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

La institución Educativa ESUMER, universidad formadora de emprendedores, nos ha impulsado durante todo nuestro proceso académico a ser cada día mejores; y como estudiantes del programa de Comercio Internacional somos ciudadanos del mundo y estamos conscientes de que debemos contribuir con la economía y el desarrollo de nuestro país.

El propósito general de nuestro plan de negocios es formar y estructurar con cada una de sus bases posibles una empresa a partir de nuestros conocimientos académicos y poner en práctica el conocimiento adquirido durante todo el proceso de formación.

INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

IMPOCODEPO S.A.S : Empresa importadora y comercializadora de insumos y artículos deportivos

3.2 Descripción de la Empresa

Microempresa privada del régimen común perteneciente al sector comercial, conformada principalmente por dos socios mayoritarios, IMPOCODEPO S.A.S es una empresa importadora y comercializadora de insumos y artículos deportivos; destacados en el mercado nacional por ofrecer a sus clientes una excelente calidad de servicio post-venta, mantener una comunicación directa y brindar garantía en sus productos.

IMPOCODEPO S.A.S es un manejo importador y comercializador con las últimas tendencias; abarcando una a una las necesidades del cliente para su satisfacción. Aun así disponemos de ciertas funciones para nuestra empresa identificándonos a ser mejores 100 % únicos en el mercado nacional.

3.3 Misión y Visión de la Empresa

MISIÓN.

Importar y comercializar insumos y artículos deportivos. Abastecer el mercado nacional colombiano de la mejor calidad y mejores marcas, brindando por consiguiente garantía en sus productos; para de esta manera abarcar una a una las necesidades de los clientes deportistas y a los que quieran comenzar a hacer deporte para una satisfacción completa.

VISION.

En el año 2017, IMPOCODEPO S.A.S será reconocida en el ámbito regional y nacional como una de las más grandes e importantes comercializadoras nacionales de insumos y artículos deportivos, cumpliendo con los estándares de calidad requeridos por las entidades nacionales; con el fin de lograr la satisfacción de los clientes deportistas y una rentabilidad para mantener un continuo crecimiento de la compañía.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivos a corto plazo:

- En los próximos 6 meses IMPOCODEPO S.A.S pretende crear una imagen mental a nivel nacional.
- Recuperar el 30% de las inversiones iniciales para la creación de IMPOCODEPO S.A.S.

Objetivos a mediano plazo:

- En un periodo de 3 años IMPOCODEPO S.A.S espera incrementar en al menos un 50% de sus utilidades.
- En un espacio de 5 años IMPOCODEPO S.A.S estará posicionado en el sector comercial colombiano.

Objetivos a largo plazo:

- En 10 años IMPOCODEPO S.A.S esperara ser la mejor comercializadora de insumos y artículos deportivos a nivel nacional y reconocido entre sus competidoras.
- IMPOCODEPO S.A.S incrementara sus utilidades en un 70%, mejorando su imagen y estabilidad en el mercado nacional

3.5 Ventajas Competitivas

IMPOCODEPO S.A.S es una empresa innovadora y se distingue en el sector comercial por su relación con el cliente y el servicio post-venta que les brinda éstos; su estrategia de fidelización de clientes a través de sus garantías en los productos.

Su canal de distribución a nivel nacional es factor diferenciador entre la competencia por sus bajos costos y menor tiempo de transito al cliente final.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

IMPOCODEPO S.A.S desea importar y comercializar insumos y artículos deportivos para abastecer el mercado nacional colombiano de la mejor calidad y mejores marcas, pretende además abarcar una a una las necesidades de los clientes deportistas y a los que quieren comenzar a hacer deporte para una satisfacción completa. Es así que se pretende fomentar la participación de más personas a practicar algún deporte o ejercicio físico para que se mantenga saludable con técnicas

novedosas y totalmente seguras que le permitirá ejercitar varias zonas del cuerpo a su vez.

3.7 Relación de productos y/o servicios

Los productos que IMPOCODEPO S.A.S desea importar y comercializar son:

- Zapatos adaptables para realizar saltos para niños.
- Balones medicinales.
- Balones de ejercicio.
- Twist Boards.
- Colchonetas importadas.
- Cuerdas y conos.
- Elásticos Thera-Band
- Equipos de equilibrio y balance.
- Power Ball.
- Medidores corporales.
- Roller.
- Tatamis.
- Trampolines.

Entre otras variedades de productos.

3.8 Justificación del Negocio

Teniendo en cuenta las necesidades de los deportistas nacionales con escasos recursos y con el poco apoyo por parte del gobierno IMPOCODEPO S.A.S, pretende importar y comercializar los insumos y artículos deportivos no sólo para los deportistas profesionales sino también para todas aquellas personas amantes del deporte, para que de esta manera puedan acceder a éstos más fácilmente, logrando así satisfacer las necesidades de nuestros clientes y de una u otra manera contribuir con la economía del país.

Considerando la importancia que adquiere día a día para las personas lucir bien en su aspecto físico vemos un mercado atractivo teniendo en cuenta las novedosas técnicas que se encuentran en otros países y que se han considerado un éxito por sus múltiples funciones en un mismo producto y que verdaderamente contribuye con lo que el cliente desea nos permite considerar una gran viabilidad de comercializar estos productos en el territorio nacional ya que goza de un buen prestigio.

3.9 Análisis del entorno y del sector

Sin duda alguna la participación en el sector de artículos deportivos será beneficiosa considerando que cada día adquiere más importancia en las familias de todo el mundo, grandes esfuerzos de los gobiernos en esta materia para garantizar el esparcimiento de los habitantes. Es así como se invierten grandes recursos permitiendo crear plataforma de comercialización. La creación de nuevas técnicas para practicar deporte y la promoción, publicidad por parte de empresas extranjeras para distribuir e incentivar la expansión de los deportes en distintos países, siendo un gran líder Alemania ya que se especializó fuertemente en la producción de distintos artículos y además de ser un país donde se desarrollan múltiples encuentros deportivos. Aunque Colombia no se ha especializado en producir artículos deportivos; pero sí ha sido un gran consumidor y si a eso le sumamos que se ha convertido en uno de los países donde se están realizando grandes eventos deportivos de talla mundial y sigue luchando por obtener el aval para participar en otros eventos lo que ayuda a crear una mentalidad por amar y practicar el deporte y cumplir con unas condiciones físicas necesarias para ser competitivo y poder participar de algún deporte. Otras variables importantes a considerar son la inestabilidad en las políticas gubernamentales: con la actual administración el comercio exterior se está viendo seriamente afectado por los continuos paros por diferentes sectores económicos, lo cual ha generado incertidumbre en los demás países, lo que ha traído como consecuencia pérdida de inversionistas proveedores, clientes. Además de los constantes retrasos por el cierre de vías que evita el flujo vehicular normal. Las regulaciones en materia aduanera: En materia de artículos deportivos uno de nuestros principales socios es China, a lo que a su vez para las empresas nacionales se ha vuelto un problema por los costos tan bajos y esto ha conducido al gobierno a regular cada vez de manera más rigurosa la entrada de productos procedentes de China. Posicionamiento de otras compañías: Entrar a un sector que por años se ha consolidado no es tarea fácil, pero una buena estrategia de marketing, la innovación de productos para el deporte que a su vez tengan un costo razonable y excelente calidad nos permitirá obtener una buena participación en el mercado. El sector de la industria manufacturera de artículos deportivos en Colombia se centra en materia de comercialización y no de producción. De hecho un estudio realizado por Proexport presentó un informe solicitado Oficina Económica y comercial de la Embajada de España en Colombia; en el cual se muestra que el 80 % de la producción se concentra en China Indonesia y Tailandia. Este sector es muy importante considerando múltiples factores como lo es la población de los cuales según fuentes del DANE aproximadamente un 60% está en un rango de edad de 0-21 años, considerándolo estratégico para nuestra empresa ya que es un grupo de la población más activo, propenso a mantenerse en buenas condiciones físicas para lucir mejor. Respecto a la competencia en el mercado nacional las empresas Importadoras y comercializadoras son pocas según la base de datos de Proexport solo 15 empresas participaban de este sector y 161 empresas podrían entrar a participar del mercado. Respecto a la importación de Colombia para el sector hasta el 2003 representó un valor aproximado de 55.500.000 Dólares valor FOB y el 58% de los artículos fueron adquiridos en China. Del valor de las importaciones el mayor porcentaje para comercializarlas fue en Bogotá con 27.000.000 dólares, seguido de Antioquia con 9.000.000 (Información extraída de SICEX 2003). Así podemos concluir que a pesar que el mercado está abastecido por un grupo pequeño de empresas comercializadoras en grandes cantidades no están cerradas las puertas para los que quieran ingresar al mercado ya que por lo general estas empresas comercializan al por mayor y se olvidan pequeños comerciantes.

Según una publicación realizada por la Universidad Eafit para el primer trimestre de 2013 Colombia y China afianza las relaciones comerciales y a la vez que representa las de mayor crecimiento en la región ya que se ha convertido en uno de los principales socios para los Asiáticos tanto es que las negociaciones se han triplicado al pasar de 3.000 dólares en el año 2008 a 8.200 en el año 2011 a la vez que los intercambios culturales también se han multiplicado ya que por parte de ambos países se ha visto la importancia y necesidad de estrechar los brazos al ser.

El sector de juguetería que comprende cientos de artículos entre ellos el de artículos deportivos. Pero esto tiene un aspecto que engloba todo un proceso y es que para esta industria es fundamental la mano de obra, lo cual permitió que algunos países lograran sobresalir en esta materia, pero particularmente en China que cuenta con una de las manos de obra más baratas en el mundo logra abarcar un gran porcentaje de este mercado; inclusive hasta tener un dominio del más del 50% global. Además no solo esto ha permitido que China se consolide en este sector sino también la masificación del uso de la tecnología en estos procesos le ha permitido ser eficiente en la producción y posteriormente ser uno de los países que más exporta al mundo. Es por esto que muchos países al ver reflejado que este sector de la juguetería comprendiendo aquí el subsector de artículos deportivos estaba dominado por China, dificultando así el trabajo de las industrias nacionales, muchos partiendo de esta base colocaron medidas arancelarias lo que se convierte en gran amenaza para nuestra empresa ya que en la actualidad en Colombia estas mercancías deben pagar un % lo que a pesar de que es elevado sigue siendo competitivo comparado con la industria nacional; pero que si continuará en incremento indiscriminado de este sector llevaría al gobierno a adoptar otras medidas o elevar el arancel para este subsector. Lo que a su vez conlleva otro variable que afectaría de forma directa y es la práctica de medidas discriminatorias contra esta industria y el país como serían las Salvaguardias, dumping y los subsidios que pudieran ser entregados a empresas nacionales que son evaluadas por el Comité de Prácticas Comerciales Desleales determinara si se debe proteger la industria lo que podría conllevar que exista un mayor control para evitar el ingreso de estas mercancías, lo que finalmente se podría ver reflejado en un incremento sustancial en el precio de estos artículos.

El Producto interno bruto de nuestra economía es favorable al mostrar crecimientos que aunque de manera paulatina son positivos. Según la encuesta divulgada por el DANE nuestra economía creció un 2,8 en el primer trimestre comparado con el mismo periodo inmediatamente anterior. De los cuales los artículos y servicios deportivos mostraron que es un sector que adquiere mayor importancia al obtener un crecimiento del 5,3 % en el primer trimestre del presente año, que si lo comparamos con el mismo periodo del año anterior mostró un comportamiento del 1,3 %: pero que comparado desde la demanda se encuentran grandes variaciones que de manera representativa serian negativos donde los hogares disminuyeron el consumo de bienes 5,6 a inicios del año 2012 con el penúltimo trimestre donde se redujo hasta el 4,0% lo que podría ser pasaría considerar una amenaza imprevista en un periodo determinado de la economía la mostrar que no hay una estabilidad de consumo aunque finalmente el saldo sea positivo. Esto podría responder a otra amenaza como lo es la tasa de ocupación laboral que registra una disminución si la relacionamos con la Tasa Global de Participación Laboral la que aunque muestra una disminución de 0,7% al pasar de 59,6 a 58,9 comparado con el mismo periodo del año anterior para el último trimestre del 2012, la cual es muy baja comparado con la población que se encuentra en edad de trabajar que va en aumento y si le sumamos el aumento del empleo informal; lo que impedirá el poder adquisitivo de las personas impidiendo acceder a bienes de tercera necesidad.

Ahora es importante tener en cuenta una variable como la Tasa Representativa del Mercado Promedia la cual fue de 1806,4 para el último trimestre del año 2012 según El Banco de la Republica lo que causó una revaluación nominal anual de nuestra moneda el Peso Colombiano de 6,0% comparado con el mismo periodo anterior lo que es positivo y negativo, a la vez que al ser importadores nos tocará ya que los costos disminuirán al tener que pagar menos pesos, pero para aquellas empresas del mercado nacional que exporten será negativo toda vez que recibirán menos dólares por sus productos lo que se conlleva a que aumenten sus costos y muchas veces no soporten y para tratar de sobre salir les tocará despedir a empelados generando desempleo.

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

Conocimientos Necesarios para empezar.

Para poder llevar a cabo el Plan de Negocio debemos poseer o adquirir la siguiente lista de conocimientos:

- Conocimiento Administración para la creación y constitución legal de la empresa o negocio como tal.
- Conocimientos de Comercio y Comercio Internacional para la fijación del Mercado meta al cual de desea ingresar.
- Conocimientos de Mercadeo Internacional para la investigación, penetración y selección de mercados.
- Conocimientos básicos de contabilidad para la estructuración de los costos del negocio.
- Conocimientos en Matemáticas y análisis financiero.
- Conocimientos en Control y Gestión de Calidad para realizar un análisis estructurado y realizarle planes de mejora continua al proyecto.
- Conocimientos básicos de Régimen Cambiario para manejar adecuadamente las divisas del proyecto en caso que aplique.
- Conocimientos básicos en Legislación aduanera.
- Conocimientos básicos en Estadística para la realización de gráficas, su análisis y posteriormente proceder a la toma de decisiones.
- Conocimientos en Logística de la Distribución Física internacional.
- Conocimientos del Entorno económico, social, y político-cultural en el cual va a estar enfocado el proyecto.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

IMPOCODEPO S.A.S

Objetivos Corto Plazo:

- Posicionar los productos por sus altos estándares de calidad, economía e innovación en la mente del consumidor; para ello empeará los medios tradicionales de promoción y publicidad y nuevas estrategias de marketing.
- Consolidar el área de servicio al cliente quienes gozaran de todo el conocimiento para resolver de manera oportuna y razonable las peticiones de los clientes.

Objetivos Mediano Plazo:


- Ofertar los productos en múltiples negocios comerciales, almacenes, centros comerciales para su final distribución.
- Canalizar un 40% del mercado que se registran de artículos deportivos, que permitan generar un voz a voz positivo que incentive la compra de nuevos clientes.

Objetivos largo plazo:

- Integrar un conglomerado de empresas del sector que nos permita ser más eficientes en los procesos de comercialización y distribución a nivel nacional,
- Licitat para abastecer a entidades públicas que se encargan fomentar el deporte y la recreación y a instituciones educativas del sector público y privado

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

GRAFICA 4.2 (Información Ficha técnica Descripción de Productos. (1) Fuente: Alibaba.com



Twist Boards

Salud y cuidado para todo tu cuerpo.

Con esta novedosa técnica de ejercicio se permite un entrenamiento dirigido a la zona abdominal moldeando lo que permite adelgazar y moldear la cintura a la vez con los movimientos verticales; a vez cuida y protege los pies mientras los masajea.

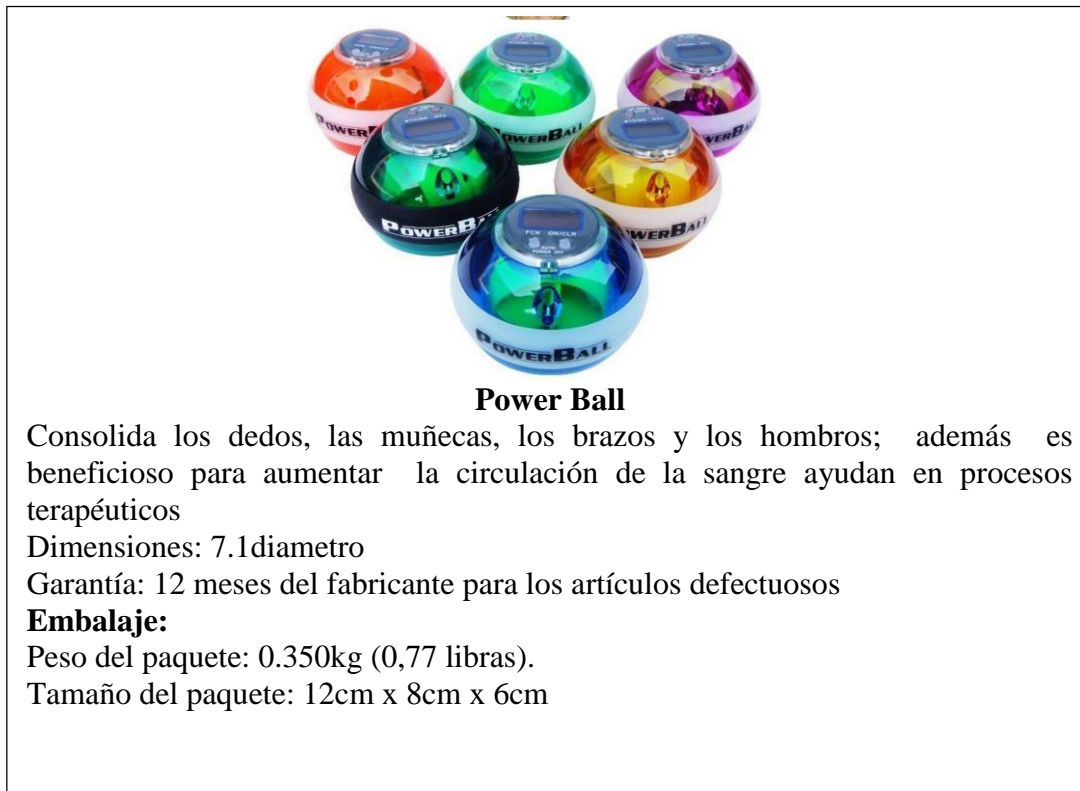
Características:

- Material: Metal, plástico
- Tamaño de la unidad: 282 x 282 x 45 mm
- Peso unitario del producto: 886g
- Color del producto: Naranja
- Garantía: Seis meses por fabricación

Información del embalaje:

- embalaje: Caja de color
- Tamaño de envase unitario y peso: 28.3 x 32.2 x 5.9cm, 990g.
- Información del embalaje: 12pcs/, 70.5 * 30.2 * 34.2 cm, NW 11.9kgs; GW 12.8 kilogramos

GRAFICA 4.2 (Información Ficha técnica Descripción de Productos. (2) Fuente: Alibaba.com



4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

IMPOCODEPO S.A.S tiene como objetivo meta abastecer almacenes, empresas, instituciones educativas, que requieran de estos elementos. Estos productos son ideales para personas de 15 años en adelante que son preocupados y les gusta mantener una buena apariencia física. Según una encuesta divulgada por CIA World Factbook hay un 67,2% entre los 15 y los 64 (hombres 14.826.008/mujeres 15.208.799) y esperamos poder captar un 20% de ese porcentaje de la población indiferente de su sexo o nivel de formación académica.

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

Corto plazo:

-Incentivar el uso de nuevas técnicas para practicar deporte que disminuyen la probabilidad de contraer una lesión mediante los medios publicitarios.

-Posicionar en la mente del consumidor lo novedoso, beneficioso para la salud, al mismo tiempo que compran un producto de calidad y a un precio módico.

Mediano plazo:

-Fidelizar a nuestros compradores mediante una gran base de datos que nos permita evaluar la satisfacción de los clientes

-Expandir los productos en los mercados de las demás ciudades capitalinas con el fin de aumentar la oferta

Largo plazo:

-Abastecer el mercado nacional, gozando del respaldo buen prestigio de nuestros clientes

-Obtener una participación del 70% del mercado global de artículos deportivos

Variables Determinantes:

-Participación de la gente que practica alguna clase de deporte o realiza una actividad deportiva

. Aumento de las personas que les gusta lucir mejor principalmente en ciudades como Bogotá, Medellín y Cali

- Encuesta online donde se le preguntaba a una población si les interesa esa clase de artículos

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

Fuentes primaria: Encuesta realizada por estudiantes de sexto semestre en la carrera Tecnología de comercio internacional (véase referencias Bibliográficas)

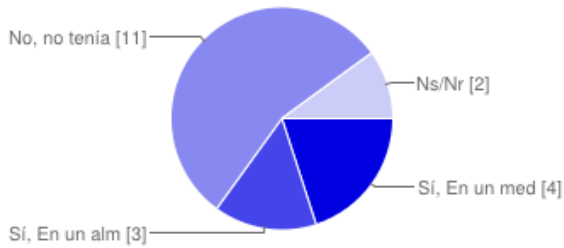
Fuentes Secundaria: Estadísticas y encuestas realizadas por entidades oficiales como lo es Coldeportes, Dane y estudios realizado por particulares como lo es la oficina de Estadística del cónsul de España en Colombia

c) Aplicación de la Medios

Se realizará una encuesta online para el público en general. Donde se les preguntará si estarían dispuestos a comprar el artículo, cuánto estarían dispuestos a pagar por alguno de los artículos, si según la descripción lo consideran útil, qué tan novedoso y practico lo consideran, cuánto estaría dispuestos a pagar por el artículo modelo.

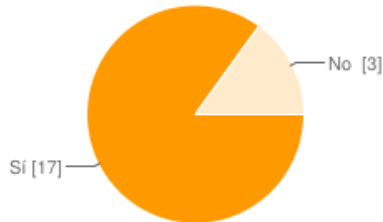
GRAFICA 4.2.2 (Estudio del mercado consumidor-aplicación de medios) Fuente: Resultado de encuesta Google

Había visto en algún medio publicitario o centro comercial el artículo?



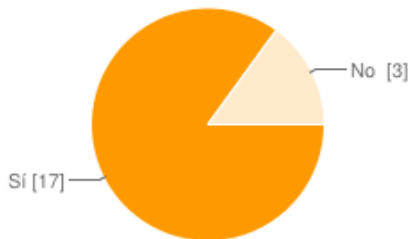
Sí, En un medio publicitario	4	20%
Sí, En un almacén, centro comercial	3	15%
No, no tenía conocimiento del artículo	11	55%
Ns/Nr	2	10%

Considera que el artículo es novedoso



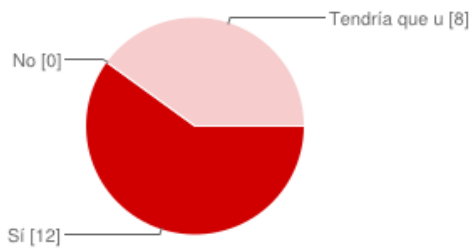
Sí	17	85%
No	3	15%

Considera que el artículo es novedoso



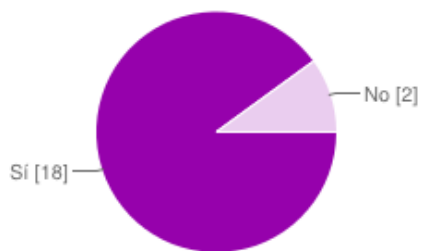
Sí	17	85%
No	3	15%

Según la descripción del producto, cree en los beneficios y funciones que este ofrece?



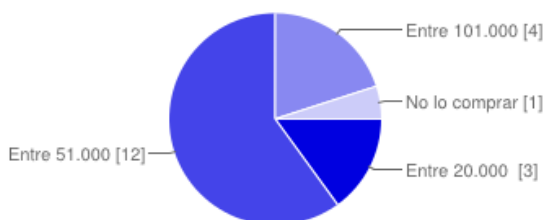
Sí	12	60%
No	0	0%
Tendría que utilizarlo para ver	8	40%

Estaría dispuesto a comprar el artículo



Sí	18	90%
No	2	10%

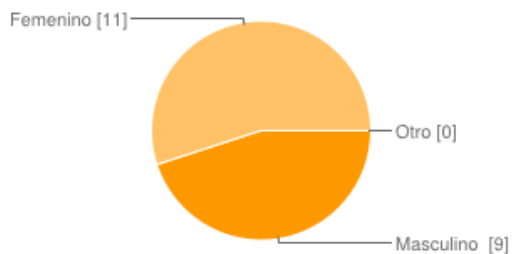
Cuánto estaría dispuesto a pagar por el artículo?



Entre 20.000 y 50.000 COP	3	15%
Entre 51.000 y 100.000 COP	12	60%
Entre 101.000 y 500.000 COP	4	20%
No lo compraría	1	5%

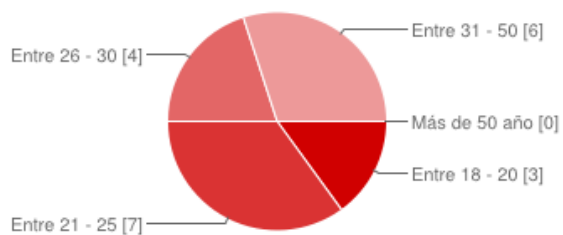
Información personal

Sexo



Masculino	9	45%
Femenino	11	55%
Otro	0	0%

Edad



Entre 18 - 20 años	3	15%
Entre 21 - 25 años	7	35%
Entre 26 - 30 años	4	20%
Entre 31 - 50 años	6	30%
Más de 50 años	0	0%

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora.

Esperamos poder comercializar en las principales ciudades como lo es Bogotá, Medellín y Cali. Distribuyendo nuestro producto en tiendas deportivas, gimnasios, ventas online y almacenes para que finalmente puedan ser adquiridos por los clientes, indiferente del sexo, artículos que pueden ser usados idealmente por personas mayores de edad que su condición física lo permite.

Criterios de compra de los consumidores: Teniendo en cuenta los resultados arrojados por la encuesta, nos permite considerar que un gran porcentaje de clientes se muestran interesados por el producto y estarían dispuestos a pagar por el producto desde 20.000 hasta 200.000. Aunque para estos es mucho más importante la garantía ya que representa la calidad y la perdurabilidad de este, a la vez que les permite interpretar que el producto si cumple con las funciones.

Perfil de los consumidores.

Cada día las personas son conscientes que practicar un deporte o realizar algún tipo de actividad física no solo se hace por lucir mejor físicamente sino que ayuda a prevenir enfermedades del corazón, la tensión, quemar las calorías necesarias. Los consumidores se preocupan desde temprana edad que debe ser regula gradualmente y dependiendo de las recomendaciones que un instructor crea conveniente.

Las personas que se preocupan por su salud física realizan una actividad física empleando de su tiempo hasta 3 días por semana y 1 hora por día. Es por eso que nuestra función no solo será comercializar el producto sino que asumiremos un compromiso que contengan todas las recomendaciones rutinas y uso para que el cliente pueda sentirse satisfecho.

Nuestros productos le son indiferentes el sexo y la edad ya que viene programado para diferentes intensidades que el cliente podrá determinar según sus capacidades.

Tampoco se centrara en un nicho económico determinado ya que los productos pueden ser adquiridos por cualquier persona considerando que su costo en el mercado no es elevado

Determinación de la Demanda.

Desde las secretarías de cultura y salud se han promovido grandes esfuerzo para que la población participe activamente de alguna actividad física que permita bajar cifras tan altas de sedentarismo en las principales ciudades, que son las que tomaremos en cuenta ya que son nuestro mercado objetivo considerando el poder adquisitivo y son las ciudades que aunque sienten alto el sedentarismo son las que más practican algún deporte. Para ello primero determinaremos la población que practica alguna actividad física teniendo en cuenta estudios realizados por algunas

entidades.

GRAFICA 4.2.2 (Estudio del mercado consumidor- distribución de la población y porcentaje que realiza alguna actividad física)

Ciudad	Total de población / Población que practican deporte 2012
Bogotá	7.363.782 habitantes / 28% alrededor de 2.061.858 habitantes *
Medellín	2.499.088 habitantes / 31% alrededor de 789. 143 habitantes **
Cali	2.319.684 habitantes / 20 % alrededor de 463936 habitantes ***

Ciudad	Distribución de juguetes- subsector artículos deportivos Valor FOB Importación
Bogotá	27.411.087
Medellín	9.673.407
Cali	5.819.210

Considerando la demanda teniendo en cuenta los resultados arrojados en la encuesta que de manera general nos muestra una buena percepción e interés por adquirir el producto relacionado con la población que practica algún deporte en las distintas ciudades y a su vez enmarcado a los objetivos de la empresa en el corto plazo se cuantifica alrededor de 697.462. Donde los mayores interesados y en quienes se concentraran nuestros mercado; aún sin desestimar las diferentes en personas, indiferentes de su sexo entre los 20 y 50 años quienes muestran mayor interés por estos productos.

Formula de la demanda potencial:

$$Q = nq$$

n: Número de futuros compradores: 3.314.937 que practica algún deporte y el 26,3% del promedio de las principales ciudades compra artículos deportivos ; es decir en promedio 871.828 personas compra alguna clase de artículos deportivos para realizar alguna actividad deportiva,

q: Cantidad promedio per cápita: 4 artículos deportivos anuales

$$Q = 871828 \times 4 = 3.487.312 \text{ Unidades anuales}$$

Ahora bien después de estimar el mercado Global en las principales ciudades de artículos deportivos que se consume en las ciudades; teniendo en cuenta nuestros objetivos en el corto plazo queremos obtener un porcentaje de participación de 20% de este mercado anual , lo que nos permitirá comercializar alrededor de 697462 unidades anuales, en promedio 58.122 unidades mensuales para las ciudades seleccionadas inicialmente

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

Futuros Proveedores: Producto Twist Board

- **KYTO ELECTRONIC Co., Limited**
- **Yongkang Rongshenfa Industrial and Comercial Co., Ltd**

Futuros proveedores: Power Balls

- **Nantong Top Asia Company Limited**
- **Nantong U-Fine International Trading Co., Ltd**

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

- La localización: El país de procedencia de la mercancía, teniendo como base el que más se especializa en el área de los artículos deportivos
- La historia, para conocer el año que fue fundada, su posicionamiento en el mercado, sus ventajas frente a otras empresas, su misión estratégica
- Productos que fabrica, sus especificaciones, sus procesos, los materiales utilizados en estos
- Principales mercados de negociación
- Si cuenta con licencia de funcionamiento y certificados de calidad
- El número de empleados que laboran, y los departamentos en que se especializan
- El precio de los artículos interesados
- Términos de negociación
- Unidades mínimas de compra
- Plazo de entrega después de generada la orden
- Medios de pago y financiación
- Condiciones de compra y otros.
- Principales clientes
- Descuentos comerciales

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

- **Kyto Electronic Co., Limited TWIST BOARD**

Fuente de información secundaria: Pagina web (véase Referencias Bibliográficas)

- **Yongkang Rongshengfa Industrial And Commercial Co., Ltd. TWIST BOARD**

Fuente de información secundaria: Página web (véase Referencias Bibliográficas)

- **Nantong Top Asia Company Limited POWER BALL**

Fuentes de información secundaria: Página web (véase Referencias Bibliográficas)

- **Nantong U-Fine International Trading Co., Ltd. POWER BALL**

Fuente de información secundaria: Página web (véase Referencias Bibliográficas)

c) Aplicación de la Medios

NO APLICA

d) Resultados del estudio de los proveedores

GRAFICA 4.4.2 (Estudio de Proveedores 1) Fuente: Alibabab.com

Producto: TWIST BOARD	
Proveedor 1	Kyto Electronic Co., Limited
Información de contacto:	Ms. Sunny Xu.
Dirección de contacto	Kyto Electronic Co., Limited
País/Región:	China (Mainland)
Provincia/Estado:	Guangdong
Ciudad:	Dongguan
Código postal:	523000
Teléfono	86-769-22656068
Teléfono móvil:	13669899948
Fax:	86-769-22656433
Sitio Web:	http://www.kyto.com.cn http://www.aliexpress.com/store/108099

Detalles de la Empresa	<p>Fundado en 2002, KYTO es una empresa profesional en el desarrollo de productos electrónico, producción y ventas en deportes y bienestar corporal, reconstrucción al aire libre, asistencia médica, salud mental & incentivo moral, desarrollo del niño y otras industrias. KYTO tiene un equipo de desarrollo fuerte y establece la cooperación buena con varios centros de la Investigación y construcción experimental de alta tecnología. Aproximadamente 20 patentes se han hecho acumuladas hasta octubre de 2010. Cuerdas de saltar digitales, contemporizador de la cifra, apretones de mano, podómetro, monitor del precio de corazón, escala de la composición del cuerpo, el indicador de la presión arterial es nuestros productos principales, que se han exportado a más de 40 países y regiones principalmente localizadas en Europa y América. Muchos detallistas grandes como Mercado de la pared, Objetivo, Aldi, Tesco vendió nuestros bienes a través de los distribuidores locales en los 8 años pasados. En los próximos 5 años, la compañía se esforzará por hacerse una empresa de alta tecnología nacional a través de la innovación continua, establecer una plataforma del servicio para consumidores e ir adelante a la visión corporativa: Hacerse un proveedor principal mundial de los productos y servicios para deportes y salud.</p>
------------------------	--

<p>Principales mercados</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="490 178 808 220">Principales Mercados</th> <th data-bbox="824 178 1003 220">Distribución</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="490 231 808 273">Norte América</td> <td data-bbox="824 231 1003 273">30.00%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="490 283 808 325">Europa Occidental</td> <td data-bbox="824 283 1003 325">15.00%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="490 336 808 378">América del Sur</td> <td data-bbox="824 336 1003 378">10.00%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="490 388 808 430">Oceanía</td> <td data-bbox="824 388 1003 430">10.00%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="490 441 808 483">América Central</td> <td data-bbox="824 441 1003 483">5.00%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="490 493 808 535">Norte de Europa</td> <td data-bbox="824 493 1003 535">5.00%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="490 546 808 588">Europa del Este</td> <td data-bbox="824 546 1003 588">5.00%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="490 598 808 640">Sur de Europa</td> <td data-bbox="824 598 1003 640">5.00%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="490 651 808 693">Oriente Medio</td> <td data-bbox="824 651 1003 693">5.00%</td> </tr> </tbody> </table>	Principales Mercados	Distribución	Norte América	30.00%	Europa Occidental	15.00%	América del Sur	10.00%	Oceanía	10.00%	América Central	5.00%	Norte de Europa	5.00%	Europa del Este	5.00%	Sur de Europa	5.00%	Oriente Medio	5.00%
Principales Mercados	Distribución																				
Norte América	30.00%																				
Europa Occidental	15.00%																				
América del Sur	10.00%																				
Oceanía	10.00%																				
América Central	5.00%																				
Norte de Europa	5.00%																				
Europa del Este	5.00%																				
Sur de Europa	5.00%																				
Oriente Medio	5.00%																				
<p>Producto y especificaciones</p>	<p>Producto: Heart Rate Watch, Mobile Phone Heart Rate Monitor, USB 3D Pedometer, Figure Trimmer, Wireless Heart Rate Watch.</p> <p>Con la figura del condensador de ajuste, usted está girando a su manera de un condensador de ajuste de estómago en una posición vertical. La idea es colocar los pies sobre las huellas sobre la figura del condensador de ajuste, y girar su cuerpo de derecha a izquierda.</p> <p>Con la figura del condensador de ajuste, usted puede configurar su propio ritmo y tiempo marco. Es un entrenamiento que los objetivos de la zona abdominal, Sólo tiene que girar de lado a lado y divertirse mientras que trabajan en estas tablas</p> <p>Paquete Paquete: Información del embalaje:- envases: caja de color- unidad de paquete de tamaño y peso: x 28.3 32.2 5.9cm x; 990g.- información de embalaje.: 12pcs/ctn, cm 70.5*30.2*34.2, n. W. 1 1. 9 kilogramos; g. W. 1 2. 8 kilogramos</p> <p>Especificaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - características: masaje, la terapia magnética, vigoroso agraciado - Material:- pp - tamaño de la unidad: 282 282 x 45 mm - la unidad de peso del producto: 886g. - el color del producto: de color naranja - Pie de imprenta- tamaño: h. 45 x l. Mm 50 - caso de color especial: 3k min - seis meses de garantía de fabricación - observación: el diseño patentado Kyto 																				

Precio, términos y condiciones de negociación	Precio: FOB: US \$5-10/ Unidad (aprox COP\$ 9.124,09-18248,18) Puerto: Shenzhen Cantidad pedido mínima: 1000 Unidades (Aceptan orden de muestra) Capacidad suministro: 100.000 Unidades por mes Plazo entrega: 15 días Condiciones entrega: T/T. Western Union
Proveedor 2 :	Yongkang Rongshengfa Industrial And Commercial Co., Ltd.
Dirección de contacto	Huajie Industrial Area, Yongkang, Zhejiang, China
País/Región:	China (Mainland)
Provincia/Estado:	Zhejiang
Ciudad:	Yongkang
Código postal:	321300
Teléfono	0086-138-67988169
Teléfono móvil:	0086-13867988169
Fax:	0086-579-87508579
Datos Básicos	Número de empleados: 101-200 personas Numero de control de calidad: 11-20 Personas Numero empelados I+D 5-10 personas Dirección de operaciones: Huajie Industrial Area, West Area, Yongkang, Jinhua, Zhejiang, China (Mainland) Zip: 321300 Renta anual: Más de 100 millones de US\$ Porcentaje de Exportación: 51% - 60% Tamaño Edificio de Empresa: 10000 metros cuadrados - 30000 metros cuadrados
Detalles de la Empresa	Nuestra empresa es un profesional de la fábrica que produce todo tipo de deportes y equipos de fitness. Nuestro principal producto incluyen: puerta del gimnasio, bandas de entrenamiento, bicicleta plegable, de la aptitud ab, de yoga y productos de pilates, cinta de correr y placa de la vibración. Con nuestra empresa de técnica fuerte la fuerza de trabajo y equipos de producción avanzados, nuestros deportes y fitness productos son reconocidos por su seguridad, la comodidad, la fiabilidad y la innovación! Las actividades de las personas y los compromisos para la fabricación de productos de calidad y perfecto después de- venta de servicio han hecho de nuestros productos muy populares en todo el mundo, especialmente en el sudeste de Asia, Europa, del norte y américa del sur, Sudáfrica y Australia. También hemos introducido un excelente equipo para satisfacer las demandas del mercado y de suministrar el servicio del OEM. Damos la bienvenida a clientes nacionales y extranjeros a que cooperen con nosotros y desarrollar un futuro brillante.

<p>Principales mercados</p>	<p>Norte de Europa Europa Occidental Norte América Oriente Medio Sudeste Asiático</p>
<p>Producto y especificaciones</p>	<p>Precio FOB: US \$1 - 20 / Unidad (aprox. COP Col \$ 1.824,82 - 36.496,35 / Unidad)</p> <p>Puerto: Ningbo</p> <p>Cantidad de pedido mínima: 500 Unidad/es</p> <p>Capacidad de suministro: 50000 Set/s por Mes</p> <p>Plazo de entrega: 25 días</p> <p>Condiciones de pago: L/C,T/Western Union, MoneyGram</p> <p>Datos básicos Lugar del origen: China (Continental) Marca: ks</p> <p>Paquete: 1 pc/box</p> <p>Especificaciones: Productos de la fábrica, twist Pilates junta con tubería de resistencia, los puntos de masaje, portátil, uso en el hogar, en la oficina o el gimnasio</p> <ul style="list-style-type: none"> • twist pilates junta con tubería de resistencia • Pesado- obligación tubería de resistencia se estabiliza el cuerpo lo que le permite obtener un entrenamiento completo • masaje relajante puntos proporcionar la tracción stimulationand para sus pies • Portátil,it uso en el hogar, en la oficina o el gimnasio <p>Tipo de negocio: Fabricante, Marca comercial Año de Fundación: 2006</p>

	<p>Ubicación: Zhejiang, China (Continental) Licencia comercial:330784000083147</p> <p>Producto/Servicio: Productos de fitness, radiadores, cinta de correr, suspende bandas, puerta del gimnasio</p>
--	--

GRAFICA 4.4.2 (Estudio de Proveedores 2) Fuente: Alibabab.com

Producto: POWER BALL	
Proveedor 1	Nantong U-Fine International Trading Co., Ltd.
Dirección de contacto	Room2405 ,No.20 Zhongnan Central Business District
País/Región:	China (Mainland)
Provincia/Estado:	Jiangsu
Ciudad:	Nantong
Código postal:	523000
Teléfono	86-513-83583935,55016238,55016298
Fax:	86-513-55016208
Sitio Web:	http://www.u-fine.com

Datos Básicos:	<p>Tipo de negocio: Marca comercial Año de Fundación: 2009 Ubicación: Jiangsu, China (Continental) Licencia comercial: 320602000020690 Producto/Servicio: Estera de yoga, saltar la cuerda, apretón de la mano, pesa de gimnasia, kettlebell Numero de control de calidad: Menos de 5 Numero empleados I+D: Menos de 5 Dirección de operaciones: Room 2405, 20th Building, Zhongnan Central Business District, Nantong, Jiangsu, China (Mainland) Zip: 226007 Renta anual: 2.5 millones US\$ - 5 millones US\$ Porcentaje exportación : 91% -100%</p>
Detalles de la Empresa	<p>Como una empresa joven, nos especializamos en la producción de productos de los deportes. Nuestra empresa comenzó a hacer el negocio del comercio en 2009. Contamos con un excelente de los productos y servicios considerados ofrecemos. Estamos principalmente suministro de gran variedad de accesorios de la aptitud para el ejercicio aeróbico. Ahora, nos hemos convertido en un proveedor eficiente y confiable para la europea o americana importadores. Nuestra empresa goza de una excelente ubicación en la región costera y sólo se tarda 1.5 horas para llegar a Shanghai en coche. Todas las visitas y las consultas son bienvenidas. Por favor no dude en contactar con nosotros directamente.</p>

Principales mercados	<p>Principales Mercados</p> <p>Norte América</p> <p>Europa Occidental</p> <p>América del Sur</p> <p>Oceanía</p> <p>América Central</p> <p>Norte de Europa</p> <p>Europa del Este</p> <p>Sur de Europa</p> <p>Oriente Medio</p>		
Producto y especificaciones	<p>Lugar del origen: China (Continental)</p> <p>nombre del producto: la aptitud y el ejercicio</p> <p>lugar de origen: Jiangsu china(continental)</p> <p>N. W./g. W.: 7/8 kg</p> <p>Material: de plástico</p>	<p>Marca: U- multa</p> <p>número del artículo: u1183</p> <p>de color: el color como por la necesidad del cliente</p> <p>Eco-ambiente: afirmativa</p>	<p>Número de Modelo: u1183</p> <p>manera del embalaje: caja de color con la aptitud y el ejercicio</p> <p>tamaño del ctn: Cm 42.5x32x19</p> <p>servicio de logo: ofrecer su desgin con la aptitud y el ejercicio</p>
Precio, términos y condiciones de negociación	<p>Precio FOB: US \$2 - 2.6 / Unidad (aprox. COP Col \$ 3.649,64 - 4.744,53 / Unidad)</p> <p>Puerto: Nantong / Shanghai</p> <p>Cantidad de pedido mínima: 1000 Unidad/es la aptitud y el ejercicio</p> <p>Capacidad de suministro: 10000 Unidad/es por Mes la aptitud y el ejercicio</p> <p>Plazo de entrega: 20 días con un 30% de depósito para el fitness y el ejercicio</p> <p>Condiciones de pago: L/C,D/A,D/P,T/Western Union,MoneyGram,CAD O/A</p>		

	<p>Paquete Paquete: De embalaje: bola de uno en un bolso de la pe, entonces lleno en una caja de color, 30 pc en un cartón externo. Tamaño del ctn: 42.5x32x19 cm n. W.: 7 kg. W.: 8 kg para el fitness y el ejercicio</p> <p>Especificaciones a) material: plástico de alta calidad b) moq: pcs 100 c) stock disponible es d) 20 días 30% de depósito</p>
Proveedor 2:	Nantong Top Asia Company Limited
Dirección de contacto:	4/F,Towar A,Haohe Mantion,71#,Yuelong Road,Nantong,China
País/ region:	China (Mainland)
Provincia/Estado:	Jiangsu
Ciudad:	Nantong
Codigo postal:	226007
Telefono	86-513-85116920
Telefono movil	13906297944
Fax	86-513-85508853
Sitio web:	http://www.topasiasport.com
Datos Basicos	<p>Ubicación: Jiangsu, China (Continental) Licencia comercial: 320600000050192 Certificado de gestión : ISO 9001:2000 Dirección de operaciones: 4/F, Tower Haohe Mansion, 71 Yuelong Road, Nantong, Jiangsu, China (Mainland)</p>
Detalles de la Empresa	<p>Fue establecida en 1996. Convenientemente situado en el hermoso puerto de la ciudad de Nantong, somos sólo 130 kilómetros de Shanghai. La empresa se especializa en la fabricación y la importación de/exportación de deportes y fitness equipos y accesorios. Los productos principales incluyen top- calidad de interior equipo de la aptitud, marchas y accesorios, recreativas al aire libre deportes de equipo y productos de juego. Nuestra alta- de gestión estándar, de expertos de investigación & desarrollo, los miembros del personal, profesional y equipos de ventas garantizar a los clientes con productos de calidad superior, el mejor de los servicios y los precios más bajos. Desde los inicios de nuestra empresa, han desarrollado relaciones de confianza con los clientes y han establecido constante a largo- plazo de las relaciones comerciales con muchas empresas en todo el mundo.</p>

<p>Principales mercados</p>	<p>Principales Mercados</p> <p>Norte América</p> <p>Europa Occidental</p> <p>América del Sur</p> <p>Oceanía</p> <p>América Central</p> <p>Norte de Europa</p> <p>Europa del Este</p> <p>Sur de Europa</p> <p>Oriente Medio</p>
<p>Producto y especificaciones</p>	<p>La placa de peso, pesa de gimnasia, equipo de la aptitud, estera de yoga, accesorios de fitness</p> <p>Lugar del origen: China (Continental) de color: su requisito</p> <p>Marca: coretec</p> <p>de embalaje: su requisito</p> <p>Número de Modelo: Ta-7912</p> <p>oem: afirmativa</p> <p>Paquete Paquete: De embalaje: 1/pc/caja blanca(caja de color) 30pcs/ctn tamaño del embalaje: 42.5*32*19cm n. W./g. W.: 9/10kg</p> <p>Especificaciones La iluminación 188 de la bola de energía nsd construido- en el generador y la iluminación led</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. De pequeño volumen, el peso ligero, fácil de llevar, usted puede ejercitar su fuerza de la mano en cualquier momento 2. Es ayudar a aliviar la fatiga, los músculos fuertes, mejorar la circulación de la sangre 3. Es ayudar a prevenir el reumatismo artritis a través del ejercicio por un largo tiempo 4. es un equipo de aptitud tanto para el hombre y la mujer
<p>Precio, términos y condiciones de negociación</p>	<p>Puerto : Nantong</p> <p>Pedido mínimo : 300 unidades</p> <p>Capacidad de suministro: 500.000 Unidades/ Mensuales</p> <p>Plazo entrega: 1 mes ,después de confirmado el pedido</p> <p>Condiciones de pago: L/C, T/T</p>

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

IMPOCODEPO S.A.S como empresa distribuidora a nivel nacional de artículos deportivos novedosos no tiene aún competidores directos; sin embargo tiene una diversidad de competidores indirectos. Estas son las principales distribuidoras de implementos deportivos más posicionados en el mercado a nivel nacional:

- EXCEL Comercializadora de artículos deportivos. (véase Referencias Bibliográficas)
- Global Sport Ltda. (véase Referencias Bibliográficas)

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

- La planeación estratégica de la compañía
- Servicios que ofrece
- Localización o planta central
- Servicio al cliente
- Entrega del producto
- Plazo de entrega
- Consolidación en el mercado
- Razón social.
- Zonas de cobertura
- Principales productos de venta
- Medios de pago

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

No contamos con suficiente información nos basamos en su website.

- EXCEL Comercializadora de artículos deportivos. (véase Referencias Bibliográficas)
- Global Sport Ltda. (véase Referencias Bibliográficas)

c) Aplicación de la Medios

Fuente de información secundaria: Empresa EXCEL. (véase Referencias Bibliográficas)

Fuente de información secundaria: Empresa Global Sport Ltda. (véase Referencias Bibliográficas)

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Gráfica 4.5.2 Estudio mercado Competidor (resultados del estudio de la competencia)

Empresa competencia indirecta	
Empresa 1:	EXCEL
Dirección de contacto:	Avenida 6 N° 32ª- 24
País/Región:	Colombia
Provincia/Estado:	Bogotá D.C
Ciudad:	Bogotá
Teléfono	(057) 2376947
Fax:	201052
Planeación estratégica de la compañía:	<p>Misión. Ubicarnos como la mejor empresa del mercado de comercialización de productos deportivos</p> <p>Visión. Posicionarnos en el mercado web como la empresa con mayor volumen de ventas en artículos deportivos.</p>
Razón social:	Comercializadora de artículos nacionales e importados
Servicios que ofrece:	<ul style="list-style-type: none"> -Distribución nacional -Stock permanente -Grandes marcas -Artículos importados y de fabricación nacional -Arreglo balón -Válvulas-pitones para balón
Servicio al cliente:	No existe política
Zonas de cobertura:	Dependiendo cobertura de empresas transportadoras
Principales productos de venta:	<ul style="list-style-type: none"> -Pelota gimnasia weston con bomba -Mancuernas -Colchonetas -Barras -Accesorios y dotaciones para cada especialidad deportiva
Plazo de entrega:	1 a 3 día- Dependiendo lugar de destino o entrega inmediata si se cuenta con la disponibilidad en el local comercial
Medios de pago:	Consignación, giros, pago en efectivo
Empresa 2:	Global Sport Ltda.
Dirección de contacto:	Carrera 17 N 43-38 Palermo
País/Región:	Colombia
Provincia/Estado:	Bogotá D.C
Ciudad:	Bogotá
Teléfono	3402382
Fax:	3384709

Planeación estratégica de la compañía:	Una empresa con más de treinta años de experiencia, especializado en el suministro de artículos para Educación Física, Recreativos y Deportivos, reconocidos como una de las mejores alternativas en calidad, precios y rápida respuesta a los requerimientos de los clientes. Para atender ágilmente sus requerimientos la empresa dispone de un completo inventario que ponemos a su disposición.
Razón social:	Comercializadora de artículos nacionales e importados
Servicios que ofrece:	-Suministro integral de diferentes fábricas. -Fabricación de artículos especiales. -Diseños especiales. -Confección, estampado y bordado. -Importación de equipos deportivos y recreativos.
Servicio al cliente:	-Atención personal en su domicilio. -Presentación de muestras y catálogos. -Consultoría para equipamiento de escenarios deportivos y recreativos. -Asesoría para la elaboración de su presupuesto. -Información técnica sobre los artículos. -Capacitación sobre utilización y conservación de artículos. -Opción de cambios de artículos. -Garantías. -Servicios post-venta de mantenimiento, reparaciones y repuestos
Zonas de cobertura:	-Entrega a Domicilio. -Despacho extra- desde nuestra bodega. -Entregas las 24 horas. -Despachos a todo el país
Principales productos de venta:	Artículos para Educación Física, Recreativos y Deportivos
Plazo de entrega:	1 a 3 día- Dependiendo lugar de destino o entrega inmediata si se cuenta con la disponibilidad en el local comercial
Facilidades de pago:	-Crédito. -Precios de Distribuidor. -Descuentos.

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

IMPOCOTEPO S.A.S desea crear una alianza con la empresa transportadora COORDINADORA, debido a que uno de los principales objetivos de IMPOCODEPO S.A.S es distribuir a nivel nacional y con esta empresa lograríamos obtener mayores rentabilidades en cuanto a utilidad y tiempo.

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

a) las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

Considerando su portafolio de servicios con respecto a las mercancías:

- Fortaleza en la cadena de abastecimiento
 - entrega de la mercancía a la hora programada
 - Transporte de mercancía vía aérea
 - Entrega de mercancía con capacidad de llenar un trailer que sean para recoger en un solo lado y con un único destinatario
 - Entrega de mercancía con capacidad de llenar un trailer y que sean entregados a otros varios destinatarios Cargue y descargue de contenedores
 - Envíos internacionales
 - Firma y radicación de documentos que requieran ser autenticados por el destinatario
 - Mensajería expresa para la entrega urgente de documentos además de recoger los paquetes para su posterior entrega
 - Rastreo y seguimiento del envío mediante el número guía
 - Respecto a la responsabilidad y cuidado de la mercancía :
 - Monitoreo constante con el personal de la distribución
 - Cuenta con la Tecnología de }información Móvil que permite supervisar el correcto envío de las mercancías en tiempo real
 - Cuenta con más de 600 flotas y un taller propio para el mantenimiento de los vehículos
- Lo que finamente nos lleva a concluir la eficiencia de la empresa, el compromiso y responsabilidad para cumplir con las entregas.
- Preferencias cuando se firma exclusividad de transporte de mercancías

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

La fuente de información la consultamos de la website de la empresa: (Véase Referencias Bibliográficas).

c) **Aplicación de la Medios**

Website.

Un ejemplo de cotización para el ejercicio

d) **Resultados del Estudio del mercado Distribuidor**

GRAFICA 4.6.2 (Mercado distribuidor) Fuente empresa COORDINADORA

Empresa Distribuidora.	
Mercancía	Este servicio se ofrece para transportar Mercancías hasta 200 Kg de peso por unidad, que sean manipulables y que tengan una longitud máxima de 4 metros.
Bases Generales para la liquidación de fletes para la mercancía	<p>Peso Real: Es el peso que cada unidad registra en la báscula</p> <p>Peso Volumen: Es el que se obtiene multiplicando el ancho x el alto x el largo de cada unidad. Este volumen se multiplica por 400, que es el factor de equivalencia por cada metro cúbico.</p> <p>Peso a liquidar: Es el sé que obtiene para cada unidad eligiendo el mayor entre el peso real y el peso volumen, tomando un mínimo de 30 kg por unidad.</p> <p>Valoración : Es el valor declarado de las unidades a transportar</p>
Como liquidar el valor de sus mercancías	<p>El valor del transporte se compone de un Flete Fijo más un Flete Variable.</p> <p>Flete Fijo: Se calcula multiplicando el peso a liquidar por el valor del kilo correspondiente, según el origen - destino, de acuerdo con nuestra tabla de tarifas.</p> <p>Flete Variable : Es el costo de manejo que corresponde a un % sobre el valor declarado, así: Nacional: 1% con un mínimo de \$4.860 Local: 0,6% con un mínimo de \$2.950</p>

4.6.3 Distribución Directa.

a) **IMPOCODEPO S.A.S** contara con un servicio de ventas online y hará gran parte de su proceso de distribución puerta a puerta por medio de la empresa transportadora **COORDINADORA**.

b) Fuerza de ventas

GRAFICA 4.6.3 (Fuerza de Ventas) Fuente Propia

EMPLEADO	CARGO	COMPETENCIAS
Empleado 1. Número empleados:1	Gerente General	Planear, coordinar, controlar, la integración y la medición en todos y cada uno de los procesos de la empresa.
Empleado 2. Número empleados:1	Asesor Tele ventas y página web	Recibir de primera mano el feedback para retroalimentarlo a los miembros de la empresa, Brindar la información pertinente al cliente, ofrecer servicios postventa.
Empleado 3. Numero empleados: 3 Inicialmente para las principales ciudades	Representante de ventas principales ciudades	Conseguir nuevos socios comerciales que permitan seguir abasteciendo el mercado.
Empleado 4.	Mercadología	Planeamiento estratégico, traduce las necesidades en especificaciones comerciales, establece la máxima de venta para la empresa.

4.6.4 Manejo de Inventarios

IMPOCODEPO S.A.S

Según el estudio de mercado de la demanda potencial vemos una oportunidad anual de 697.462 unidades, en promedio 58.122 unidades mensuales.

Consideramos el número de personas que según las respectivas encuestas practican o realizan alguna actividad física de las 3 principales ciudades donde inicialmente comercializaremos los productos y vemos que hay un nicho total de 3.314.937; ahora bien nos centraremos en cumplir el objetivo a corto plazo y es obtener un 20% de ese nicho total.

Tendremos como manejo de inventario inicialmente 58.122 unidades que serán distribuidos mensualmente en las principales ciudades: Bogotá, Medellín y Cali y pedidos extraordinarios que sean solicitados por clientes en otras ciudades productos

GRAFICA 4.6.4 (Manejo de inventarios)



4.6.5 Comunicación

GRAFICA 4.6.5 (Comunicación 1) Fuente: Alibaba.com



Twist Boards

Salud y cuidado para todo tu cuerpo.

Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios

- Los demás

-- Artículos y material para cultura física, gimnasia o atletismo

Subpartida: 9506.91.00.00

Con esta novedosa técnica de ejercicio se permite un entrenamiento dirigido a la zona abdominal moldeando lo que permite adelgazar y moldear la cintura a la vez con los movimientos verticales; a vez cuida y protege los pies mientras los masajea.


Características:

- Material: Metal, plástico
- Tamaño de la unidad: 282 x 282 x 45 mm
- Peso unitario del producto: 886g
- Color del producto: Naranja
- Garantía: Seis meses por fabricación

Información del embalaje:

- embalaje: Caja de color
- Tamaño de envase unitario y peso: 28.3 x 32.2 x 5.9cm, 990g.
- Información del embalaje: 12pcs/, 70.5 * 30.2 * 34.2 cm, NW 11.9kgs; GW 12.8 kilogramos

GRAFICA 4.6.5 (Comunicación 2) Fuente: Alibaba.com



Power Ball

Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios

- Los demás
- Artículos y material para cultura física, gimnasia o atletismo

Subpartida: 9506.91.00.00

Consolida los dedos, las muñecas, los brazos y los hombros; además es beneficioso para aumentar la circulación de la sangre ayudan en procesos terapéuticos

Dimensiones: 7.1diámetro

Garantía: 12 meses del fabricante para los artículos defectuosos

Embalaje:

Peso del paquete: 0.350kg (0,77 libras).

Tamaño del paquete: 12cm x 8cm x 6cm

4.6.6 Actividades de promoción y divulgación

IMPOCODEPO S.A.S tiene las siguientes estrategias para la promoción y divulgación de sus productos:

1. Campañas publicitarias a través de: principales canales nacionales y regionales, radio, y website de la empresa.
2. Eventos promocionales en los principales centros comerciales del país.
3. Presencia, promociones y descuentos en las diferentes ferias deportivas nacionales.

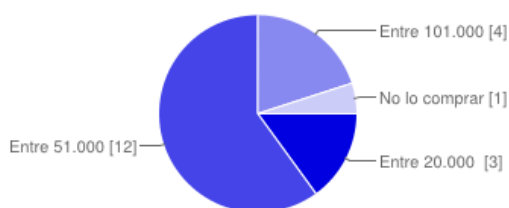
4.7 Precios de los Productos

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

-Después de calcular todos los costos y gastos que se tiene que recurrir para poder importar los productos y estimar una utilidad, se tendrá en cuenta una serie de factores.

-Se tendrá en cuenta el valor que según la encuesta los clientes estarían dispuestos a pagar por el artículo. Según los resultados de las encuestas anteriormente realizadas IMPOCODEPO S.A.S desea implementar unos precios que sean competitivos en el mercado, pero que a su vez sea accesible a los clientes meta y/o potenciales de la empresa; teniendo en cuenta que el 55% de la población es femenina con una edad promedio de 21 a 25 años (35%) por lo tanto se convierten en clientes potenciales de la empresa y el 60% de dicha población está dispuesta a pagar por el artículo entre \$51.000 y \$100.000.

Cuánto estaría dispuesto a pagar por el artículo?



Entre 20.000 y 50.000 COP	3	15%
Entre 51.000 y 100.000 COP	12	60%
Entre 101.000 y 500.000 COP	4	20%
No lo compraría	1	5%

-Se tendrá en cuenta productos similares en el mercado, es decir que tengan funcionalidades parecidas o que con menos tecnicidad cumpla las mismas funciones.

-Precio competitivo para ingresar al mercado, un producto que goce de buena calidad y funcionalidad con excelente garantía

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Inicialmente se importaran 1000 unidades para evaluar si el producto gozara de buen posicionamiento en el mercado.

GRAFICA 4.7.2 (Costos del Productos) Fuente Propia

Costos del producto TWIST BOARD- TMR 1,887.30				
Concepto	Valor total		Valor unidad	
	USD	PESOS	USD	PESOS
Valor mercancía	2.600	4.006.980	2,6 (1000)	4,908
Valor flete internacional	1400	2.642.220	1,4	2,642,22
Valor recargos en origen	0	0	0	0
Valor recargos en destino	0	0	0	0
Valor seguro internacional	100	188.730	1	188,73
Valor	4100	6.837.930	4,1	6.838
Valor gravamen 15%	615	1.160.690	0,615	1.160
Valor IVA 16%	754,4	1423780	0,754	1423,78
Valor pre inspección	37,09	70000	0,037	70
Gastos nacionalización 0,5%	27,53	51958	0,027	51,95
Bodegaje	686,68	1295990	0,687	1295,99
Gastos portuarios	707,35	1335000	0,707	1335
Acarreo interno	317,91	600000	0,318	600
Registro de importación	95,37	180000	0,095	180
Declaraciones	10	18,900	0,01	18,9
Seguro nacional	82,37	155464	0,082	155,46
Total importación	7433,7	14.529.712	7433,7	14029,62
Bodegaje		1.200.000		
Nomina empleados		7.856.798		
Gastos administrativos		6.262.354		
Servicios públicos y vigilancia		768.590		
Total		30.617.454		

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

IMPOCODEPO S.A.S ha decidido fijar el precio de \$79000 COP, al producto **TWIST BOARD** y de 40.000 al **POWER BALL**.

4.7.4 Política de Precios

A continuación se detalla los descuentos que se ofrecen con el fin de incentivar la compra por parte de los interesados en adquirir el producto

GRAFICA 4.7.4 (Política de precios) Fuente Propia

UNIDADES	PRECIO	INCENTIVO
TWIST BOARD	Valor sin aplicar al descuento	
100	7.500.000*	Descuento de 5%
300	22.500.000*	Descuento de 8%
500 o más	37.500.000*	Descuento del 20%
POWER BALL		
100	4.500.000	Descuento 5%
300	13.500.000*	Descuento 8%
500 o más	22.500.000*	Descuento 12%

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

GRAFICA 4.8 (Costos asociados a las actividades de comercialización) fuente Propia

Actividades Comercialización Mensual			
Concepto	Cantidad	Valor unidad	Valor total
Empleados de fuerza de ventas	3	902.266	2706798
Pautas publicitarias Radio, mensajes televisivos	1	750.000	750000
Gastos oficina y bodega :			
Computador escritorio	5	934550	4.670.750
Impresora multifuncional	2	369000	738000
Escritorio de oficina	5	119900	599.500
Silla de oficina	5	59900	299500
Set utensilios como caneca basura porta lapiceros	5	29500	149500
Resma tamaño carta	5	7900	39500
Cepillos estregar	1	3090	3090
Trapero	1	6800	6800
Total costos comercialización			9.9634.38

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

OPORTUNIDADES.

Teniendo en cuenta el análisis del mercado realizado anteriormente IMPOCODEPO S.A.S ve en Colombia una oportunidad de negocio por su alto potencial deportivo y su calidad en los deportistas colombianos lo que impulso a IMPOCODEPO S.A.S a importar artículos deportivos novedosos al país.

Dado que los artículos deportivos que IMPOCODEPO S.A.S traerá a Colombia son novedosos, ya se realizó un previo estudio de mercado para evaluar la aceptación del producto estrella y sus resultados fueron más de los esperados. Puesto que 90% de la población estaría dispuesta a comprar el artículo. Lo cual es una buena expectativa para la empresa.

RIESGOS

IMPOCODEPO S.A.S es una Comercializadora maneja un gran número de transacciones en moneda extranjera por lo que siempre será un riesgo la Tasa Representativa del Mercado TRM.

Evaluando los riesgos que podría considerar IMPOCODEPO S.A.S sería los tiempos de tránsito de la mercancía, el hurto de mercancía en los puertos de espera o en los de destino; los problemas que se puedan presentar en el proceso logístico como administrar de manera estratégica el abastecimiento de los productos, el inventario y los canales de distribución. Entre otros.

4.10 Plan de ventas

El siguiente plan de ventas se hace con 1000 unidades que serán las que se van a importar el primer mes con el fin de identificar la consolidación que estos puede tener en el mercado. Ya después de identificado la consolidación de este en el mercado se tendrá en cuenta el plan de mercadeo.

GRAFICA 4.10 (Plan de ventas) Fuente Propia

Plan de ventas primer mes Power Ball- Power Ball	
Concepto	Totales
Bogotá	
Unidades venta	334 Unidades
% Venta	33,4 %
Valor unitario	75.000
Total	25.050.000

Medellín	
Unidades venta	333 Unidades
Valor unitario	75.000
% Venta	33,33%
Total	24.975.000
Concepto	
Cali	
Unidades venta	333 Unidades- 75.000
Plan de ventas general Escenario Optimista	
Unidades venta	1000 Unidades
% Venta	100 %
Valor unitario	79.000
Total	75.000.000
Plan de ventas general Escenario Medio	
Unidades venta	800 Unidades
Disminución % Venta	20%
Valor unitario	79.000
Total	60.000.000
Plan de ventas general Escenario Pesimista	
Unidades venta	700 Unidades
Disminución % Venta	30%
Valor unitario	79.000
Total	52.500.000

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN).

Nota: los costos están divididos en las 2 áreas producción con una participación del 65% y administración con una participación del 35%.

5.1 Objetivos de producción

Considerando que IMPOCODEPO S.A.S es una empresa con razón de ser comercializadora sus objetivos de comercialización serán:

Corto Plazo:

- IMPOCODEPO S.A.S espera abastecer en el primer año al menos el 20% a las ciudades de Bogotá, Medellín, y Cali. Esto nos permitirá vender alrededor de 697.462 unidades en el año.
- Para su primer año IMPOCODEPO S.A.S espera distribuir sus productos en tiendas deportivas, gimnasios, ventas online y almacenes; de esta manera cumpliremos uno de nuestros objetivos iniciales de abastecer un 20% de ventas.

Mediano Plazo:

- IMPOCODEPO S.A.S en un periodo aproximado de 3 años espera ser reconocido por su servicio post-venta y su estrategia de fidelización de clientes es así que logra captar aproximadamente 60% del sector. Teniendo utilidades por más de 15.000.000 anuales.
- Durante los primeros 3 años IMPOCODEPO S.A.S esperará ser una comercializadora reconocida en el país por sus bajos costos, lo cual hacen más accesibles sus productos al consumidor final.

Largo Plazo:

- IMPOCODEPO S.A.S tendrá por completo abastecido a las ciudades capitalistas meta de la demanda inicial, Bogotá, Medellín, y Cali.
- IMPOCODEPO S.A.S en un periodo aproximado de 4 a 5 años comenzará por entrar a comercializar sus productos a las demás ciudades capitalistas de Colombia como por ejemplo, Barranquilla, Cartagena, Bucaramanga y Cúcuta.

5.2 Descripción del proceso de producción

N.A IMPOCODEPO S.A.S es una empresa netamente comercializadora por lo que sus proveedores no datan sobre sus procesos de producción de sus productos.

-Se evalúa la viabilidad del país que más se especializara en este sector; para finalmente evaluar las empresas más posicionadas en ese mercado en la elaboración de artículos deportivos

-Generamos un pedido de 1000 unidades de producto

Se realiza un primer pago del 50%

- Se procede a conseguir los permisos como la licencia de importación

- Se genera el despacho
- Se procede con la nacionalización del producto
- Levante de la mercancía
- 30 días después generamos el otro pago del 50%
- Ya cuando la mercancía llega a nuestras bodegas procedemos a realizar los despachos a las principales ciudades.

5.3 Capacidad de producción

IMPOCODEPO S.A.S Como empresa importadora y comercializadora está sujeta a la capacidad de producción de sus Proveedores.

GRAFICA 5.3 (Capacidad de producción) Fuente Propia.

Capacidad producción empresas	
Empresa 1:	Kyto Electronic Co., Limited
Cantidad de pedido mínima:	1000 Unidad/es aceptar orden de la muestra
	100000 Unidad/por Mes
Plazo de entrega:	15 días
Empresa 2	Yongkang Rongshengfa Industrial
Cantidad de pedido mínima:	500 Unidad
Capacidad de suministro:	50000 Set/s por Mes

5.4 Plan de Producción

Considerando que son quince días que dura la producción, es decir el tiempo de entrega de la empresa, más el tiempo que dura el tránsito de transporte para llegar a Colombia que son 30 días en promedio se harán pedidos con un mes de anticipación. Es decir cuando llega a Colombia los productos se está generando otra orden de pedido esto con el fin de mantener disponibilidad inmediata para los clientes.

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción.

5.5.1 Locaciones.

la localización de la empresa IMPOCODEPO S.A.S es de arrendamiento el monto a pagar por el arriendo es de 1'200.000 mensuales el tamaño del local es de 80*18=324 mt2

GRAFICA 6.3.1 (Locaciones)






5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Para el almacenamiento de la mercancía se contará con estanterías de 1,50 metros de altura con el fin de que el empaque de producto se conserve adecuadamente

GRAFICA 5.5.2 (Requerimientos, equipos, muebles y enseres) Fuente Propia


EQUIPOS	DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO
	Marca Lenovo Referencia ALL IN ONE C345 AIOC345 Procesador AMD E2 1800 de 1.7 GHZ Almacenamiento 1 TB Memoria 4GB Sistema Operativo Windows 8SL Pantalla 20 pulg	7	Almacenes éxito	\$ 5'000.450

	<p>Alto 29.6 cm Ancho 40.2 cm Profundo 29.3 cm Funciones Impresión / escaneo / fotocopias / fax Peso 8 kg Velocidad de impresión (monocromática) Hasta 20 ppm en A4 (21 ppm en Carta) Resolución de fax Hasta 300 x 300 dpi Velocidad de copia (monocromática) Hasta 20 cpm en A4 (21 cpm en Carta) Capacidad de entrada Bandeja estándar para 150 hojas Capacidad y tipo de salida 100 hojas cara hacia abajo Garantía 1 año</p>	4	Almacenes éxito	\$ 959.400
	<p>Diámetro 105 cm Tipo Centros de trabajo Características Escritorio para oficina o estudio con un moderno diseño, ideal para instalar el computador. Además posee un escritorio lateral que le permite organizar con mayor comodidad el espacio al trabajar o estudiar. Alto 79 cm - 89 cm Material Madera Ancho 120 cm Servicio de armado Todos nuestros muebles vienen desarmados y empacados en caja, requieren ensamble o armado no incluido en el precio de venta. Incluye Accesorios de instalación y manual de instrucciones Color Negro</p>	7	Homecenter Sodimac	\$ 1'046.045
	<p>Silla auxiliar con brazos, de estructura confortable, totalmente resistente, con diseño elegante y patas en acero. Material durable para soportar el peso y el uso continuo. Su diseño es ideal para disfrutar de una completa comodidad al momento de estudiar o trabajar.</p>	7	Homecenter Sodimac	\$363.545
GASTOS ANUALES			TOTAL	\$7'369.440

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

GRAFICA 5.5.3 (Requerimientos de material de oficina) Fuente Propia

MATERIALES	DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO
	ARCHIVADOR AZ Q-BIZ TAMANO CARTA X 2 unds	4	MAKRO	\$ 26.672,41
	BOLIGRAFO Q- BIZ COLORES NEGRO 50 unds + AZUL 25 unds + ROJO 25 unds (100unds)	2	MAKRO	\$ 24.543,10
	CAJA RESMA FOTOCOPIA CARTA REPROGRAF 10 unds X 75g	3	MAKRO	\$ 102.526,30
	CORRECTOR Q- BIZ LIQUIDO EN LAPIZ X 4 unds	7	MAKRO	\$ 27.417,66
	GANCHOS DE COSEDORA Q- BIZ CAJA X 5000 unds X 2 CAJAS	1	MAKRO	\$ 4.426,72
	LAPIZ NUMERO 2 Q- BIZ HB PAQUETE X 25 unds	3	MAKRO	\$ 12.675,00
	ORGANIZADOR MALLA 2 PUESTOS Q-BIZ	7	MAKRO	\$ 50.599,13
	PAPELERA EN MALLA GRANDE Q-BIZ.	7	MAKRO	\$ 100.021,55

	SOBRE MANILA Q-BIZ CARTA X 100 unds	5	MAKRO	\$ 27.737,06
GASTOS ANUALES			TOTAL	\$ 434.850

Se requiere de estantería (Maquinaria) con el fin de proteger el producto y permitir su cuidado	Total \$ 1'300.000
---	---------------------------

5.5.4 Requerimientos de servicios.

Empresa de seguridad Oncor LTDA

Cargo	Guarda de seguridad
Dirección de contacto:	Carrera 49 C # 93 -08
País/Región:	Colombia
Provincia/Estado:	Bogotá D.C
Ciudad:	Bogotá
Teléfono	(057) 6162280
Celular:	312 5889588
Concepto	Salario o base
Sueldo	383.175
Subsidio de Transporte	46.020
Eps:	21.544
Afp:	21.544
Plan Exequial:	7.800
Capacitación:	19.500
Total	499.583

Servicios Públicos.

SERVICIO	CONSUMO	VALOR MENSUAL
ACUEDUCTO	15 m3	\$ 15.755,00
SANEAMIENTO	15 m3	\$ 15.692,03
ENERGIA	201 kwh	\$ 40.344,64
GAS	12,833m3	\$ 9.092,02
	TOTAL EPM	\$ 80.884,49
TOTAL COBRO OTRAN ENTIDADES		\$ 14.407,45
	TOTAL A PAGAR	\$ 95.291,95

5.5.5 Requerimientos de personal.

N.A IMPOCODEPO S.A.S es una empresa comercializadora por lo que el requerimiento de personal son sus empleados y sus proveedores.

GRAFICA 5.5.5 (Requerimientos del Personal) Fuente Propia.

CARGO	PERFIL	SALARIO
GERENTE GENERAL	acostumbrado a trabajar en equipo ser objetivo actitud de líder tener don de mando iniciativa propia capacidad de toma de decisiones	Sueldo Base: 3'149.120 Prestaciones Sociales. Prima de servicios: 262426,45 Cesantías: 262426,45 Intereses de cesantías. 31.512,02 Vacaciones: 131.209,65 Total: 687.557,65 Aportes Seguridad social. Salud: 267.675,02 Pensión: 377.894,04 Riesgos Profesionales: 16.445 Total seguridad Social. 662.014,06 Parafiscales: 283.420,08 TOTAL COSTO EMPRESA: 4'782.113,05
GERENTE FINANCIERO	Responde ante Gerencia General, por las adecuadas prácticas contables de la Empresa, controles internos, impuestos, costos, elaboración y análisis de los estados financieros. Controla los ingresos, egresos, costos, balances, patrimonio. Propone alternativas de mejoramiento en todos los aspectos.	Sueldo Base: 1'292.783,05 Prestaciones Sociales. Prima de servicios: 107.731,65 Cesantías: 107.731,65 Intereses de cesantías. 12.927,85 Vacaciones: 53.866,15 Total: 282.257,95 Aportes Seguridad social. Salud: 109.886,04 Pensión: 155.134,02 Riesgos Profesionales: 6.750,09 Total seguridad Social. 271.771,05 Parafiscales: 116.350,65 TOTAL COSTO EMPRESA: 1'963.162,05

<p>GERENTE DE MERCADEO</p>	<p>Deberá reportar a la Gerencia General y tendrá a su cargo la atención de clientes, mantenimiento de los negocios actuales y consecución de nuevos. Orientar, diseñar, evaluar e implementar estrategias de mercadeo y ventas.</p>	<p>Sueldo Base: 1´562.730 Prestaciones Sociales. Prima de servicios: 130.227,05 Cesantías. 130.227,05 Intereses de cesantías. 15.627,03 Vacaciones: 65.113,75 Total: 341.196,05 Aportes Seguridad social. Salud: 132.832,05 Pensión: 187.527,06 Riesgos Profesionales: 81.060,65 Total seguridad Social. 328.520,04 Parafiscales: 140.645,07 TOTAL COSTO EMPRESA: 2´373092,15</p>
<p>CONTADOR</p>	<p>Es contador público debe de ser un profesional con formación ética y responsabilidad social. Capaz de analizar problemas y formular soluciones, que sea capaz de desempeñarse profesionalmente con liderazgo, trabajo en equipo, que pueda trabajar en diferentes organizaciones públicas, privadas, regionales y locales en las áreas contables, financiera, fiscal y tributaria, control, aseguramiento, social y ambiental. Debe ser analítico, creativo, estratégico, competente para diseñar, administrar y evaluar información financiera y no financiera</p>	<p>Sueldo Base: 1´372.861,75 Prestaciones Sociales. Prima de servicios: 114.405,02 Cesantías: 114.405,02 Intereses de cesantías. 13.728,65 Vacaciones: 57.202,06 Total: 299.741,65 Aportes Seguridad social. Salud: 116.693,02 Pensión: 164.743,15 Riesgos Profesionales: 7.168,85 Total seguridad Social. 288.605,85 Parafiscales: 288.605,85 TOTAL COSTO EMPRESA: 2´084.766,45</p>

<p>DIRECTOR COMERCIAL</p>	<p>Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad. Actitudes positivas en las relaciones entre clientes, capacidad de respuesta a la demanda del cliente. Acostumbrado a trabajar bajo presión y por objetivos.</p>	<p>Sueldo Base: 979.824,95 Prestaciones Sociales. Prima de servicios: 81.652,35 Cesantías: 81.652,35 Intereses de cesantías. 9.798,01 Vacaciones: 40.825,85 Total: 213.928,65 Aportes Seguridad social. Salud: 83.285,15 Pensión: 117.579,15 Riesgos Profesionales: 5.116,08 Total seguridad Social. 205.980,45 Parafiscales: 88.184,02 TOTAL COSTO EMPRESA: 1'487.918,25</p>
<p>ASESOR DE TELEVENTAS Y PAGINA WEB</p>	<p>Recibir de primera mano el Freeback, para realizar una gestión de mejora a los miembros de la empresa, brindar una información clara, actualizada y pertinente al cliente. Actualizar constantemente la página web de la empresa y brindar servicio Post-Venta.</p>	<p>Sueldo Base: 1'040.000 Prestaciones Sociales. Prima de servicios: 86.666,45 Cesantías. 86.666,45 Intereses de cesantías. 10.400 Vacaciones: 43.333,55 Total: 227.066,45 Aportes Seguridad social. Salud: 88.400 Pensión: 124.800 Riesgos Profesionales: 5.430,75 Total seguridad Social. 218.630,75 Parafiscales: 93.600 TOTAL COSTO EMPRESA: 1'579.297,85</p>

NUESTROS PROVEEDORES SON:

- Proveedor: **Kyto Electronic Co., Limited**

Núm. de Empleados: 101-200 personas

Número de Empleados Control de Calidad: 5-10 personas

Número de Empleados I+D: 11-20 personas

- Proveedor: **Yongkang Rongshengfa Industrial And Commercial Co., Ltd.**

Núm. de Empleados: 101-200 personas

Número de Empleados Control de Calidad: 11-20 personas

Número de Empleados I+D: 5-10 personas

- Proveedor: **Nantong Top Asia Company Limited**

Núm. de Empleados: 11-50 personas

Número de Empleados Control de Calidad: 5-10 personas

Número de Empleados I+D: 5-10 personas

- Proveedor: **Nantong U-Fine International Trading Co., Ltd.**

Núm. de Empleados: 11-50 personas

Número de Empleados Control de Calidad: Menos de 5 personas

Número de Empleados I+D: Menos de 5 personas

5.6 Programa de producción

PROCEDIMIENTO PARA LA IMPORACION DE LA MERCANCIA.

1. Estudio de mercado y de la factibilidad económica de la importación,
2. Trámite del Registro Sanitario, autorización expresa o inscripción ante alguna entidad,
3. Trámite del Registro o Licencia de Importación, que se resumen en:
 - Radicación de la cédula de ciudadanía o del Número de Identificación Tributaria (NIT) en las Oficinas Regionales o Seccionales del INCOMEX,
 - Compra y diligenciamiento del formulario "Registro de Importación - Hoja Principal",
 - Solicitud de visto Bueno ante la entidad correspondiente, para aquellos productos que así lo requieran,
 - Radicación del formulario en las Oficinas Regionales o Seccionales del INCOMEX,
 - Aprobación de la importación por parte del INCOMEX.
4. Pago de la importación (reembolso).
5. Se contrata una Sociedad Certificadora que se encarga de la inspección de la mercancía en el país del cual se despacha hacia Colombia, esta Sociedad expedirá el Certificado de Inspección (Se requiere para los "productos sensibles" determinados por el Consejo Superior de Comercio Exterior).
6. Se despacha la mercancía hasta puerto colombiano.

7. Una vez llegue al país, la compañía transportadora elabora Manifiesto de Carga para la verificación de ésta por parte de la Administración de Aduanas.
8. El importador, el Usuario Aduanero Permanente o la Sociedad de Intermediación Aduanera, hace los trámites para efectos de nacionalización de la mercancía, que se resumen en:
 - 8.1 Compra de los formularios: "Declaración Andina de Valor en Aduana" y "Declaración de Importación".
 - 8.2 Diligenciamiento de la Declaración Andina de Valor en Aduana, si el valor de la importación es igual o superior a US\$ 5.000.00.
 - 8.3 Diligenciamiento de la Declaración de Importación,
 - 8.4 Presentación de la Declaración de Importación en los Bancos o entidades financieras autorizadas cancelando los tributos aduaneros correspondientes.
 - 8.5 Presentación de la Declaración de Importación, junto con los demás documentos en el depósito de Aduana en que se encuentre la mercancía,
 - 8.6 El empleado del depósito o el funcionario de la Aduana que recibe la declaración captura la información en el Sistema Informático de la Aduana.
 - 8.7 El inspector de la DIAN efectúa verificación física de la mercancía y de los documentos que sustentan la importación.
 - 8.8 El empleado del depósito o el funcionario aduanero autorizan el retiro de la mercancía del depósito, quedando en libre disposición del importador.

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

NOTA: LOS COSTOS ESTÁN DIVIDIDOS EN LAS 2 AREAS PRODUCCION CON UNA PARTICIPACIÓN DEL 65% Y ADMINISTRACIÓN CON UNA PARTICIPACIÓN DEL 35%.

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos.

GRAFICA 6.1.1 (Descripción de los procesos Administrativos) Fuente Propia

CARGO	FUNCIONES ESPECÍFICAS	TIEMPO
GERENTE GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> a) Dar instrucciones sobre el desarrollo de cada uno de los cargos a todos los empleados de la empresa, coordinando y orientando los procesos, velando por el cumplimiento de los mismos. b) Proponer los controles necesarios para una adecuada utilización del tiempo y los recursos de cada área de la empresa. c) Implementar todos los controles disciplinarios necesarios para el éxito en la consecución de los objetivos de la empresa. 	Según el Ministerio de Trabajo de Colombia el tiempo de la jornada laboral es de 8 horas diarias y 48 horas a la semana a excepción de las horas extras que cada empleador le asigne al empleado. El horario de la Empresa IMPOCODEPO S.A.S es de Lunes a Viernes de 7am- 5pm
GERENTE FINANCIERO	<ul style="list-style-type: none"> a) Debe analizar, interpretar y certificar los estados financieros de la Empresa. b) Dar instrucciones sobre el desarrollo de cada uno de los cargos de los empleados de la empresa con cargos relacionados con su área, coordinando y orientando cada uno de los procesos y velando por el cumplimiento de los mismos. c) Proponer los controles necesarios para una adecuada utilización de los dineros y recursos de la Empresa. 	

<p>GERENTE DE MERCADEO</p>	<p>a) Seleccionar el personal de ventas de la empresa. b) Programar y ejecutar todos los planes de venta, servicios directos y demás acciones tendientes al crecimiento de la</p>	
	<p>c) empresa. d) Formulación, preparación, ejecución y evaluación de campañas de publicidad, técnicas de comunicación, manejo de eventos promocionales, planeación estratégica, servicio al cliente</p>	
<p>CONTADOR</p>	<p>a) debe elaborar, analizar e interpretar y certificar los estados financieros de la Empresa. b) Debe organizar y dirigir los servicios de contabilidad de la empresa. c) Elaboración de nóminas, liquidación de prestaciones sociales y aportes parafiscales.</p>	
<p>DIRECTOR COMERCIAL</p>	<p>a) Supervisar y hacer cumplir los presupuestos otorgados a cada equipo de trabajo. b) Diseñar cronograma de actividades. c) Asegurar que se está cubriendo todo el mercado.</p>	
<p>ASESOR DE TELEVENTAS Y PAGINA WEB</p>	<p>a) Asesorar al cliente. b) Realizar sondeos de mercado. c) Visitar clientes potenciales. d) Ofrecer todos los productos y servicios que tiene la empresa. e) Pasar informes semanales sobre la actividad desarrollada en la semana. f) Liquidación y reporte a contabilidad de las comisiones de los vendedores. g) Todas las inherentes al cargo que se le sean asignadas por su jefe inmediato.</p>	

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Se terceriza el departamento de seguridad de la empresa. Para ellos recurrimos a una cotización de una de las empresas que nos permite acceder a una liquidación real de los costos que este implica.

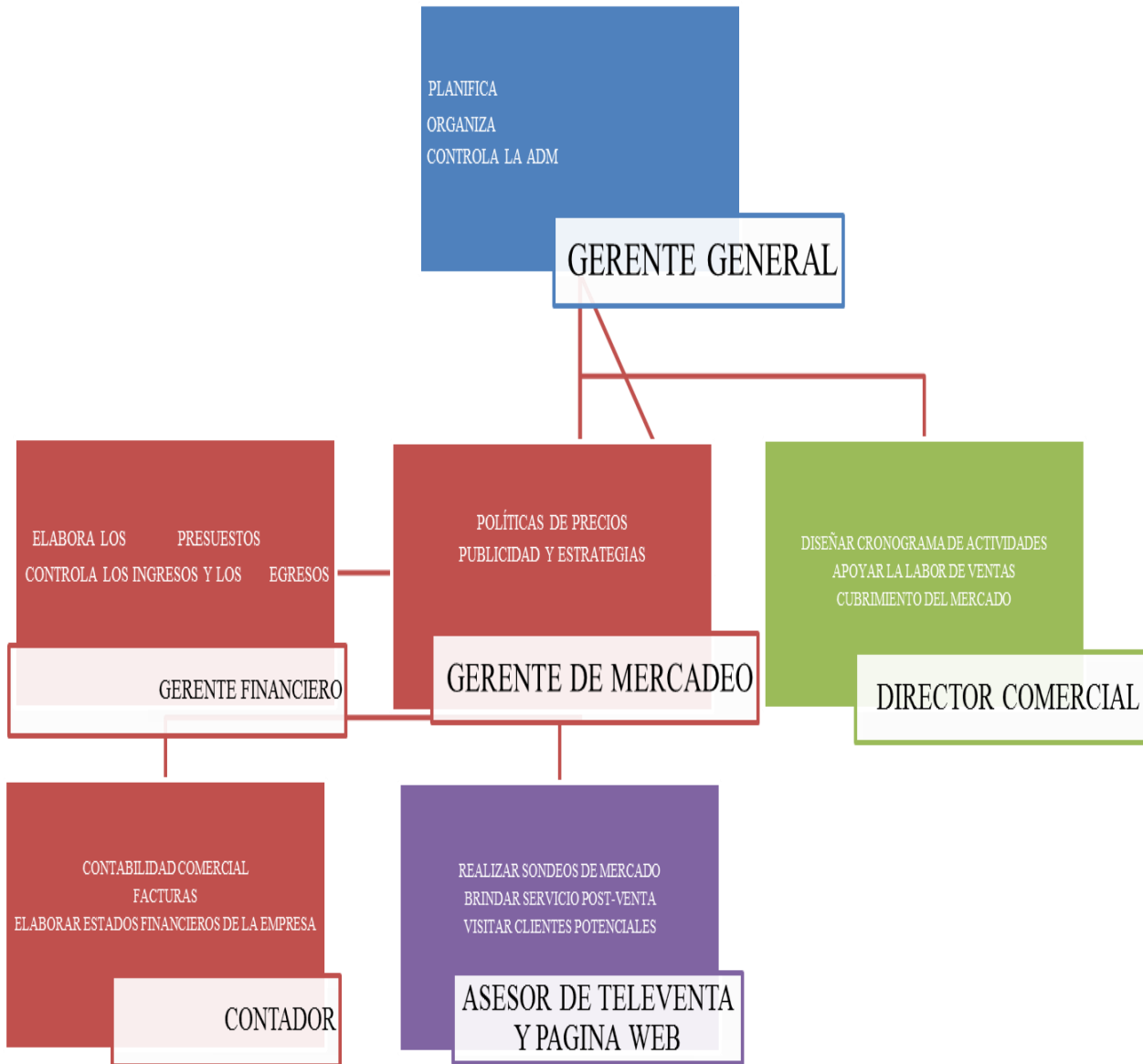
Empresa de seguridad Oncor LTDA

Cargo	Guarda de seguridad
Dirección de contacto:	Carrera 49 C # 93 -08
País/Región:	Colombia
Provincia/Estado:	Bogotá D.C
Ciudad:	Bogotá
Teléfono	(057) 6162280
Celular:	312 5889588
Concepto	Salario o base
Sueldo	206.325
Subsidio de Transporte	24.780
Eps:	11.600,75
Afp:	11.600,75
Plan Exequial:	4.200
Capacitación:	10.500
Total	269.006,05

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama

FIGURA 6.2.1(Organigrama) fuente Propia.



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

GRAFICA 6.2.2 (Descripción funcional de la Organización) Fuente Propia

CARGO	FUNCION BÁSICA
GERENTE GENERAL	Es directamente responsable por la correcta dirección, organización y control de los bienes y recursos que posee la empresa. Planea y ejecuta lo concerniente a la evolución estratégica de la organización. Propone alternativas de mejoramiento en todos los aspectos. Responde con el Director Comercial del posicionamiento en ventas de la compañía.
ASESOR TELE VENTAS Y PAGINA WEB.	Recibir de primera mano el Freeback, para realizar una gestión de mejora a los miembros de la empresa, brindar una información clara, actualizada y pertinente al cliente. Actualizar constantemente la página web de la empresa y brindar servicio Post-Venta.
GERENTE FINANCIERO.	Responde ante Gerencia General, por las adecuadas prácticas contables de la Empresa, controles internos, impuestos, costos, elaboración y análisis de los estados financieros. Controla los ingresos, egresos, costos, balances, patrimonio. Propone alternativas de mejoramiento en todos los aspectos.
CONTADOR	Responder directamente por el manejo adecuado de toda la contabilidad de la Empresa.
GERENTE DE MERCADEO	Deberá reportar a la Gerencia General y tendrá a su cargo la atención de clientes, mantenimiento de los negocios actuales y consecución de nuevos. Orientar, diseñar, evaluar e implementar estrategias de mercadeo y ventas.
DIRECTOR COMERCIAL	Conseguir nuevos socios comerciales que permitan seguir abasteciendo el mercado.

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones.


la localización de la empresa IMPOCODEPO S.A.S es de arrendamiento el monto a pagar por el arriendo es de 480.000 mensuales el tamaño del local es de 80*18=324 mt²




GRAFICA 6.3.1 (Locaciones)



6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

GRAFICA 6.3.2(Requerimientos, equipos, muebles y enseres) Fuente Propia

EQUIPOS	DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO
	MarcaLenovo Referencia ALL IN ONE C345 AIOC345 Procesador AMD E2 1800 de 1.7 GHZ Almacenamiento 1 TB Memoria 4GB Sistema OperativoWindows 8SL Pantalla20 pulg	7	Almacenes éxito	\$ 2'692.550

	<p>Alto 29.6 cm Ancho 40.2 cm Profundo 29.3 cm Funciones Impresión / escaneo / fotocopias / fax Peso 8 kg Velocidad de impresión (monocromática) Hasta 20 ppm en A4 (21 ppm en Carta) Resolución de fax Hasta 300 x 300 dpi Velocidad de copia (monocromática) Hasta 20 cpm en A4 (21 cpm en Carta) Capacidad de entrada Bandeja estándar para 150 hojas Capacidad y tipo de salida 100 hojas cara hacia abajo Garantía 1 año</p>	4	Almacenes éxito	\$ 516.600
	<p>Diámetro 105 cm Tipo Centros de trabajo Características Escritorio para oficina o estudio con un moderno diseño, ideal para instalar el computador. Además posee un escritorio lateral que le permite organizar con mayor comodidad el espacio al trabajar o estudiar. Alto 79 cm - 89 cm Material Madera Ancho 120 cm Servicio de armado Todos nuestros muebles vienen desarmados y empacados en caja, requieren ensamble o armado no incluido en el precio de venta. Incluye Accesorios de instalación y manual de instrucciones Color Negro</p>	7	Homecenter Sodimac	\$563.255
	<p>Silla auxiliar con brazos, de estructura confortable, totalmente resistente, con diseño elegante y patas en acero. Material durable para soportar el peso y el uso continuo. Su diseño es ideal para disfrutar de una completa comodidad al momento de estudiar o trabajar.</p>	7	Homecenter Sodimac	\$195.755
<p>GASTOS ANUALES</p>			TOTAL	\$3'968.160

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

GRAFICA 6.3.3 (Requerimientos de material de oficina) Fuente Propia

Se requiere de estantería (Maquinaria) con el fin de proteger el producto y permitir su cuidado	Total \$ 700.000
---	-------------------------

6.3.4 Requerimientos de servicios.

GRAFICA 6.3.4 (Requerimientos de Servicios) Fuente Propia

SERVICIO	CONSUMO	VALOR MENSUAL
ACUEDUCTO	15 m3	\$ 8.483,65
SANEAMIENTO	15 m3	\$ 8.449,07
ENERGIA	201 kwh	\$ 21.724,04
GAS	12,833m3	\$ 4.895,08
	TOTAL EPM	\$ 43.553,19
TOTAL COBRO OTRAN ENTIDADES		\$ 7.757,85
	TOTAL A PAGAR	\$ 51.311,05

6.3.5 Requerimientos de personal.

GRAFICA 6.3.5 (Requerimientos del Personal) Fuente Propia.

CARGO	PERFIL	SALARIO
GERENTE GENERAL	acostumbrado a trabajar en equipo ser objetivo actitud de líder tener don de mando iniciativa propia capacidad de toma de decisiones	Sueldo Base: 1'695.680 Prestaciones Sociales. Prima de servicios: 141.306,55 Cesantías: 141.306,55 Intereses de cesantías. 16.956,08 Vacaciones: 70.651,35 Total: 370.223,35 Aportes Seguridad social. Salud: 144.132,08 Pensión: 203.481,06 Riesgos Profesionales: 8.855 Total seguridad Social. 356.469,04 Parafiscales: 152.611,02 TOTAL COSTO EMPRESA: 2'574.983,95
GERENTE FINANCIERO	Responde ante Gerencia General, por las adecuadas prácticas contables de la Empresa, controles internos, impuestos, costos, elaboración y análisis de los estados financieros. Controla los ingresos, egresos, costos, balances, patrimonio. Propone alternativas de mejoramiento en todos los aspectos.	Sueldo Base: 696.113,95 Prestaciones Sociales. Prima de servicios: 58.009,35 Cesantías: 58.009,35 Intereses de cesantías. 6.961,15 Vacaciones: 29.004,85 Total: 151.985,05 Aportes Seguridad social. Salud: 59.169,06 Pensión: 83.533,08 Riesgos Profesionales: 3.635,01 Total seguridad Social. 146.33805 Parafiscales: 62.650,35 TOTAL COSTO EMPRESA: 1'057.087,05

<p>GERENTE DE MERCADEO</p>	<p>Deberá reportar a la Gerencia General y tendrá a su cargo la atención de clientes, mantenimiento de los negocios actuales y consecución de nuevos. Orientar, diseñar, evaluar e implementar estrategias de mercadeo y ventas.</p>	<p>Sueldo Base: 841.470 Prestaciones Sociales. Prima de servicios: 70.122,05 Cesantías. 70.122,05 Intereses de cesantías. 8.414,07 Vacaciones: 35.061,25 Total: 183.720,95 Aportes Seguridad social. Salud: 71.524,95 Pensión: 100.976,04 Riesgos Profesionales: 4.394,25 Total seguridad Social. 176.895,06 Parafiscales: 75.732,03 TOTAL COSTO EMPRESA: 1'277.818,85</p>
<p>CONTADOR</p>	<p>Es contador público debe de ser un profesional con formación ética y responsabilidad social. Capaz de analizar problemas y formular soluciones, que sea capaz de desempeñarse profesionalmente con liderazgo, trabajo en equipo, que pueda trabajar en diferentes organizaciones públicas, privadas, regionales y locales en las áreas contables, financiera, fiscal y tributaria, control, aseguramiento, social y ambiental. Debe ser analítico, creativo, estratégico, competente para diseñar, administrar y evaluar información</p>	<p>Sueldo Base: 739.233,25 Prestaciones Sociales. Prima de servicios: 61.602,08 Cesantías: 61.602,08 Intereses de cesantías. 7.392,35 Vacaciones: 30.801,04 Total: 161.399,35 Aportes Seguridad social. Salud: 62.834,08 Pensión: 88.707,85 Riesgos Profesionales: 3.860,15 Total seguridad Social. 155.403,15 Parafiscales: 155.403,15 TOTAL COSTO EMPRESA: 1'122.566,55</p>

	financiera y no financiera	
DIRECTOR COMERCIAL	Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad. Actitudes positivas en las relaciones entre clientes, capacidad de respuesta a la demanda del cliente. Acostumbrado a trabajar bajo presión y por objetivos.	<p>Sueldo Base: 527.598,05 Prestaciones Sociales. Prima de servicios: 43.966,65 Cesantías: 43.966,65 Intereses de cesantías. 5.275,09 Vacaciones: 21.983,15 Total: 115.192,35 Aportes Seguridad social. Salud: 44.845,85 Pensión: 63.311,85 Riesgos Profesionales: 2.755,02 Total seguridad Social. 110.912,55 Parafiscales: 47.483,08 TOTAL COSTO EMPRESA: 801.186,75</p>
ASESOR DE TELEVENTAS Y PAGINA WEB	Recibir de primera mano el Freeback, para realizar una gestión de mejora a los miembros de la empresa, brindar una información clara, actualizada y pertinente al cliente. Actualizar constantemente la página web de la empresa y brindar servicio Post-Venta.	<p>Sueldo Base: 560.000 Prestaciones Sociales. Prima de servicios: 46.666,55 Cesantías 46.666,55 Intereses de cesantías. 5.600 Vacaciones: 23.333,45 Total: 122.266,55 Aportes Seguridad social. Salud: 47.600 Pensión: 67.200 Riesgos Profesionales: 2.924,25 Total seguridad Social. 117.724,25 Parafiscales: 50.400 TOTAL COSTO EMPRESA: 850.391,15</p>

6.4 Programa de administración

GRAFICA 6.4 (Programa de Administración) Fuente Propia

ACTIVIDADES PREOPERATIVAS IMPOCODEPO S.A.S												
ACTIVIDADES	CRONOGRAMA EN SEMANAS											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Pensar en la idea del plan de negocio	■	■										
Constitución de la Empresa		■	■									
Investigación	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Solicitud/Aprobación del crédito para inversión inicial	■	■	■									
Acondicionamiento del local				■	■							
Compra de equipos y enseres de oficina					■	■						
Contactar proveedores							■	■				
Contratar personal					■	■	■					
Contactar clientes					■	■	■	■				
Inicio de Pedido								■	■	■		

ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

En Colombia a la hora de constituir una empresa existen diversas formas de legalizarla, pero en los últimos años como se ve reflejado en los índices la mayoría de los empresarios tienden a constituir su empresa como una Limitada y la sus (sociedad por Acciones simplificadas). Partiendo de esta premisa quisimos hacer una serie de comparaciones para identificar la más apropiada para nuestro negocio por eso a continuación exponemos alguna de las razones por la cual IMPOCODEPO decide finalmente constituirse legalmente como una Sociedad por Acciones Simplificadas.

IMPOCODEPO se constituirá como una Empresa SAS por su facilidad, flexibilidad, reducción de costos, escrituración, y porque no son tan estrictas como las S.A y LTDA sin embargo, conserva la seguridad jurídica otorgada a los otros tipos societarios establecidos en la legislación Colombiana. Se realiza con documento privado, sin requerir órganos de administración como se le exige a la Sociedad Anónima lo que de manera generará reducir sus costos y el tiempo que las demás constituciones requieren, pues es suficiente con un representante legal, no me exige número de accionista y mi empresa puede ser unipersonal, tengo un mayor plazo (2 años) pagando tan sólo un treinta por ciento (30%) al momento de su suscripción para realizar el pago del capital social ya que como saben en algunas sociedades tienen un término fijo de 1 año o se paga en el momento de la constitución, no estoy obligado a tener que especificar el objeto social al que se dedicará mi empresa siempre y cuando sea una actividad lícita. En el corto plazo no vamos a requerir de revisor fiscal dado que este solo se exige cuando se excede más de los 5 mil salarios mínimos.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Tramites			
Pasos	Entidad	Requisitos	Costos
Solicitud RUT Ya que es obligación al realizar actividades como importador	DIAN	Documentos e información relativa a la identificación, constitución, representación, revisoría fiscal, establecimientos de comercio, matrícula mercantil, y demás documentos pertinentes	Trámite gratuito

		<p>dependiendo de las características del responsable y las responsabilidades que tenga frente a la DIAN.</p> <p>-Fotocopia del documento de identidad de quién realiza el trámite, con exhibición del original.</p> <p>- En caso de inscripción en calidad de responsable del Impuesto Sobre las Ventas del Régimen Común o como importador o exportador llevar constancia de titularidad de cuenta corriente o de ahorros activa con fecha de expedición no mayor a un (1) mes en una entidad vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia o último extracto de la misma</p> <p>-Fotocopia de un recibo de servicio público (Domiciliarios).</p>	
Constitución legal como sociedad por	Cámara de Comercio, Medellín	1. Elaborar el documento de constitución de la	-Cero por ciento (0%) del total de la tarifa establecida para la obtención de la Matrícula Mercantil en el

<p>Acciones Simplificadas</p>		<p>S.A.S. 2. Diligenciar los formularios de matrícula. 3. Diligenciar el anexo DIAN-SM. 4. Pagar el impuesto y los derechos de registro.</p>	<p>primer año de desarrollo de la actividad económica principal. -Cincuenta por ciento (50%) del total de la tarifa establecida para la renovación de la Matrícula Mercantil en el segundo año de desarrollo de la actividad económica principal. -Setenta y cinco por ciento (75%) del total de la tarifa establecida para la renovación de la Matrícula Mercantil en el tercer año de desarrollo de la actividad económica principal. -Ciento por ciento (100%) del total de la tarifa establecida para la renovación de la Matrícula Mercantil del cuarto año en adelante del desarrollo de la actividad económica principal. Impuesto Bimestral : deberá pagar el 11.04 por cada mil pesos.</p>
<p>Autorización para importación de bienes bajo el régimen de libre importación, por medio de un registro de importación electrónico y cuando es del caso, la modificación del mismo.</p>	<p>Min comercio</p>	<p>1. Diligenciar la solicitud de Registro de importación o de modificación del registro de importación, electrónicamente y anexar del mismo modo los documentos necesarios 2. Efectuar electrónicamente el pago correspondiente, con base en el monto calculado por el sistema (Res. 1271 y 2234/2005)</p>	<p>De acuerdo al número de caracteres: por cada rango de 1800- 30,000.00 Pesos</p>

		<p>3. Direccionar electrónicamente las solicitudes a las entidades de las cuales se requiere visto bueno, concepto o autorización</p> <p>4. Consultar el estado de solicitud del Registro de Importación o de la Modificación del Registro de Importación, para atender los requerimientos de información a que haya lugar.</p> <p>5. Consultar el estado de respuesta. Conocer si el registro de importación fue aprobado, negado o tiene requerimientos.</p>	
Licencia de Bomberos	Cuerpo Oficial Oficina de Bomberos	<p>La empresa solicitará en la Estación de Bomberos el certificado de Bomberos de Barranquilla. Para esto, solicita en forma verbal o escrita, una visita al negocio, la cual será realizada por el Inspector quien revisará que el establecimiento cumpla, l con las normas de seguridad exigidas (Extintores de H2O, Co2, espuma, buenas</p>	<p>El impuesto de bomberos se cancela por medio del impuesto de Industria y Comercio. 60.000</p>

		instalaciones eléctricas, etc.) -Llena un formato de revisión del establecimiento (gratuito) y entrega el original y se lleva una copia.	
Uso de suelos (sin confirmar)		Por consultar; en este momento se está actualizando y evaluando el uso de suelos en el territorio municipal	

CERTIFICACIONES	VALOR
Rut	\$ 0
Cámara de Comercio	\$ 90.000
Visto Bueno Bomberos	\$ 60.000
Parafiscales	\$ 0
Constitución Legal	\$ 110.000
Registro	\$ 300.000
Industria y Comercio	\$ 63.700
Escrituras Públicas	\$ 100.000
Certificado de Origen	\$ 50.000
Inscripción Libros Contables	\$ 77.400
TOTAL	\$ 851.100

8. ASPECTOS FINANCIEROS.

8.1 Estructura Financiera del proyecto.

8.1.1 Recursos Propios.

Aporte socios	
Nombre	Jennifer Andrea Galvis Osorio
Cedula:	1017192494
Total Aportes:	2.353.000
Plazo para realizar aporte	1 mes antes de realizar su respectiva constitución legal
Nombre:	Jorge Steven Araque Muñeton
Cedula:	1128483638
Total aportes	2.353.000
Plazo para realizar aportes	1 mes antes de realizar su respectiva constitución legal
Destinación aportes:	-Realización de estudios e investigaciones de viabilidad -Gastos de constitución y registro -Gastos adecuaciones administrativas y papelería - Compra de muebles y enseres: como las estanterías

Con dichos aportes por parte de los clientes, se determina que dichos recursos se invertirán para constituir la empresa y compra de enseres que apoyaran con los enseres necesarios tanto en el área de producción como administrativa. Así pues los socios deciden hacer un aporte total de 4.168.600.

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios.

Crédito	
Entidad Bancaria:	Bancolombia
Monto préstamo:	62.000.000
Tasa de interés:	1,20% Mes vencida
Plazo:	48 meses
Destinación préstamo:	- Pago de salarios y prestaciones sociales de producción y administrativos -Arriendo área de producción y área administrativa - Pago servicios públicos domiciliarios área de producción y administrativa. -vigilancia - gastos de papelería - Mantenimiento - compra de equipos de informática y computo - Compra de estanterías - Compra de mercancía, mas valor de importación

Se recurre a esta entidad bancaria considerando que es una de las que ofrece una de las tasa más bajas para créditos que estén destinados a la creación de empresa, además que en comparación con otras

entidades no se solicitan tantos requisitos para la aprobación de este. Al finalizar el pago del crédito se considera un pago total de interés por valor de 2.699.190.

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas		Participación del total Ventas
Twist Board	\$ 65.833.333,4	66,39%
Power Ball	\$ 33.333.333,3	33,61%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 99.166.666,7	100,00%

Dichos ingresos corresponde a las ventas brutas, donde la mayor participación en las ventas la constituye el producto Twist Board considerando que este si comparamos su precio de compra y precio de venta permiten una mayor rentabilidad al ser su costo bajo y el precio de venta a un precio competitivo. De aquí se deben cubrir los gastos necesarios hasta su venta final, para que nos permita obtener el flujo de caja libre.

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Inversión activos fijos.

PLAN DE NEGOCIOS IMPOCODEPOS S.A.S-Plan de Negocios

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)				
Activos Fijos				
Activos Fijos Exigibles (Vida Util)	Valor	Depreciación Mensual	Activos Fijos Disponibles	Valor
Terrenos	\$ 0,0	\$ 0,0	Terrenos	\$ 0,0
Edificios (20 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Edificios	\$ 0,0
Equipos (10 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Equipos	\$ 0,0
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 9.169.000,0	\$ 254.694,4	Equipos de Informática y Comunicaciones	\$ 0,0
Maquinaria (10 años)	\$ 3.000.000,0	\$ 25.000,0	Maquinaria (10 años)	\$ 2.000.000,0
Herramienta (5 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Herramienta	\$ 0,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 2.168.600,0	\$ 18.071,7	Muebles y Enseres	\$ 2.168.600,0
Vehiculos (5 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Vehiculos	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 14.337.600,0		Total Activos Fijos Disponibles	\$ 4.168.600,0
Total Depreciación Mensual		\$ 297.766,1		

Activos Fijos Exigibles (Vida Util)	Valor	Depreciación Mensual	Activos Fijos Disponibles	Valor
Terrenos	\$ 0,0	\$ 0,0	Terrenos	\$ 0,0
Edificios (20 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Edificios	\$ 0,0
Equipos (10 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Equipos	\$ 0,0
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 9.169.000,0	\$ 0,0	Equipos de Informática y Comunicaciones	\$ 0,0
Maquinaria (10 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	papeleria y adecuaciones	\$ 2.273.600,0
Herramienta (5 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Herramienta	\$ 0,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Muebles y Enseres	\$ 2.168.600,0
Vehiculos (5 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Vehiculos	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 9.169.000,0		Total Activos Fijos Disponibles	\$ 4.442.200,0

Dicha inversión nos permitirá la operación tanto del área de comercio como la administrativa. Para poder operar se requiere una inversión de 14.337.600, y por parte de los socios se realiza un aporte de 4.168.600. Y se considera la depreciación determinando el tiempo de vida útil según su respectivas características con el fin de mantener los respectivos abonos cuando cumpla el ciclo de uso ser reemplazados por equipos actualizados.

Inversión Gastos pre operativos:

Gastos Preoperativos				
Gastos Preoperativos Exigibles	Valor	Amortización	Gastos Preoperativos Disponibles	Valor
Constitución y registro	\$ 0,0	\$ 0,0	Constitución y registro	\$ 127.000,0
Diseño organizacional	\$ 0,0	\$ 0,0	Certificado Bomberos	\$ 60.000,0
Presentación y Promoción	\$ 0,0	\$ 0,0	Investigación y estudios	\$ 136.800,0
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 0,0		Total Gasto Preoperativos Disponible	\$ 323.800,0
Total Amortización Mensual		\$ 0,0		

Dichos gastos se realizan con el fin de determinar la viabilidad y rentabilidad que el proyecto aportara a los socios, y los costos de registro y constitución corresponde a los tramites, diligencias, impuestos y otros en los que se incurra para la final legalización y puesta en marcha de la organización

8.2.2.2 Costos

8.2.2.3

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES

Salarios	\$ 9.397.320
Prestaciones Sociales	\$ 2.051.748
Arriendo	\$ 780.000
Servicios Públicos	\$ 95.292
Papelería	\$ 36.238
Mantenimiento	\$ 496.654
Vigilancia	\$ 499.584
Bodega	\$ 780.000
Valor Mercancía	\$ 4.006.980
Valor Flete Internacional	\$ 2.642.220
Valor Seguro Internacional	\$ 188.730
Valor Gravamen 15%	\$ 1.160.690
Valor IVA 16%	\$ 1.423.780
Valor preinscripción	\$ 70.000
Gastos Nacionalización	\$ 51.958

Bodegaje	\$ 1.295.990
Gastos Portuarios	\$ 1.335.000
Acarreo Interno	\$ 600.000
Registro de importación	\$ 180.000
Declaraciones	\$ 18.900
Seguro Nacional	\$ 155.464
Otros (Especificar)	\$ 0
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 27.266.547

Dichos costos son vitales en el proceso de producción. A continuación se detalla los respectivos costos:

- Salarios: la empresa IMPOCODEPO SAS cuenta con 7 empleados; (salarios base) Gerente General 4'844.800, Gerente Financiero 1'988.897, Gerente mercadeo 2'404.200, Contador 2'112.095, Director comercial 1'507.423, Asesor comercial 1'600.000 para un total de 14'457.415

- Papelería: de los 434.856 que fue el gasto anual para papelería se dividió en 12 meses para tener un costo estimado de papelería mensual, con un total de 36.238

- los gastos de vigilancia el cual es de 768.590 y los servicios públicos 146.603; ambos se pagan mensualmente.

-Aquí están expresados los valores con un 65% que le corresponde al área de producción el otro 35% le corresponde a el área de administración

-Valor mercancía: Corresponde al el valor de la mercancía en DDP

Total Costos Variables por Producto	Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado por	
Twist Board	\$ 23.000,0	833	\$ 19.166.666,7	66,39%	\$ 52.964,81
Power Ball	\$ 12.000,0	833	\$ 10.000.000,0	33,61%	\$ 27.172,05
Producto 3	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
Producto 4	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
Producto 5	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
Producto 6	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
Producto 7	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
Producto 8	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
Producto 9	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
Producto 10	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
Producto 11	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
Producto 12	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
Producto 13	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
Producto 14	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
Producto 15	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)			\$ 29.166.666,7		

Estos valores corresponden al valor de los productos y los costos del proceso de importación que se incurren hasta llegar al término de negociación DDP.

8.2.2.4 Gastos

Gastos Administrativos y legales

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 5.060.095
vigilancia	\$ 269.007
Papelería	\$ 194.513
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 267.429
Arriendo	\$ 420.000
Servicios públicos	\$ 51.311
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 6.262.354

Dichos valores se determinan después de prorratear un los costos totales del área de producción administración y dividirlo su valor correspondiente al 35% que corresponden a los gastos de oficina

Gastos Distribución y Ventas

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS
--

Salarios	\$ 2.706.798
Prestaciones Sociales	\$ 628.350
Publicidad y Mercadeo	\$ 750.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 4.085.148

Dichos costos corresponden a:

- Salario: (3) personas cada una con un salario base de 902.266
- Prestaciones Sociales: (3) personas cada una con unas prestaciones de 209.450.
- Publicidad: corresponde a la difusión en medios masivos de prensa y comunicación como tv, radio, periódico.

8.2.2.5 Gastos Financieros

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 4.403.000
1	\$ 121.204	\$ 52.836	\$ 68.368	\$ 4.334.632
2	\$ 121.204	\$ 52.016	\$ 69.188	\$ 4.265.444
3	\$ 121.204	\$ 51.185	\$ 70.018	\$ 4.195.425
4	\$ 121.204	\$ 50.345	\$ 70.859	\$ 4.124.567
5	\$ 121.204	\$ 49.495	\$ 71.709	\$ 4.052.858
6	\$ 121.204	\$ 48.634	\$ 72.570	\$ 3.980.288
7	\$ 121.204	\$ 47.763	\$ 73.440	\$ 3.906.848
8	\$ 121.204	\$ 46.882	\$ 74.322	\$ 3.832.526
9	\$ 121.204	\$ 45.990	\$ 75.213	\$ 3.757.313
10	\$ 121.204	\$ 45.088	\$ 76.116	\$ 3.681.197
11	\$ 121.204	\$ 44.174	\$ 77.029	\$ 3.604.167
12	\$ 121.204	\$ 43.250	\$ 77.954	\$ 3.526.213
13	\$ 121.204	\$ 42.315	\$ 78.889	\$ 3.447.324
14	\$ 121.204	\$ 41.368	\$ 79.836	\$ 3.367.488
15	\$ 121.204	\$ 40.410	\$ 80.794	\$ 3.286.694
16	\$ 121.204	\$ 39.440	\$ 81.763	\$ 3.204.931
17	\$ 121.204	\$ 38.459	\$ 82.745	\$ 3.122.186
18	\$ 121.204	\$ 37.466	\$ 83.738	\$ 3.038.449

19	\$ 121.204	\$ 36.461	\$ 84.742	\$ 2.953.706
20	\$ 121.204	\$ 35.444	\$ 85.759	\$ 2.867.947
21	\$ 121.204	\$ 34.415	\$ 86.788	\$ 2.781.158
22	\$ 121.204	\$ 33.374	\$ 87.830	\$ 2.693.329
23	\$ 121.204	\$ 32.320	\$ 88.884	\$ 2.604.445
24	\$ 121.204	\$ 31.253	\$ 89.950	\$ 2.514.494
25	\$ 121.204	\$ 30.174	\$ 91.030	\$ 2.423.464
26	\$ 121.204	\$ 29.082	\$ 92.122	\$ 2.331.342
27	\$ 121.204	\$ 27.976	\$ 93.228	\$ 2.238.114
28	\$ 121.204	\$ 26.857	\$ 94.346	\$ 2.143.768
29	\$ 121.204	\$ 25.725	\$ 95.479	\$ 2.048.289
30	\$ 121.204	\$ 24.579	\$ 96.624	\$ 1.951.665
31	\$ 121.204	\$ 23.420	\$ 97.784	\$ 1.853.881
32	\$ 121.204	\$ 22.247	\$ 98.957	\$ 1.754.924
33	\$ 121.204	\$ 21.059	\$ 100.145	\$ 1.654.779
34	\$ 121.204	\$ 19.857	\$ 101.346	\$ 1.553.433
35	\$ 121.204	\$ 18.641	\$ 102.563	\$ 1.450.870
36	\$ 121.204	\$ 17.410	\$ 103.793	\$ 1.347.077
37	\$ 121.204	\$ 16.165	\$ 105.039	\$ 1.242.038
38	\$ 121.204	\$ 14.904	\$ 106.299	\$ 1.135.738
39	\$ 121.204	\$ 13.629	\$ 107.575	\$ 1.028.164
40	\$ 121.204	\$ 12.338	\$ 108.866	\$ 919.298
41	\$ 121.204	\$ 11.032	\$ 110.172	\$ 809.125
42	\$ 121.204	\$ 9.710	\$ 111.494	\$ 697.631
43	\$ 121.204	\$ 8.372	\$ 112.832	\$ 584.799
44	\$ 121.204	\$ 7.018	\$ 114.186	\$ 470.613
45	\$ 121.204	\$ 5.647	\$ 115.556	\$ 355.056
46	\$ 121.204	\$ 4.261	\$ 116.943	\$ 238.113
47	\$ 121.204	\$ 2.857	\$ 118.346	\$ 119.767
48	\$ 121.204	\$ 1.437	\$ 119.767	\$ 0

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA (MENSUAL) Y EVALUACION FINANCIERA

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ag.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Albar	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
Medias	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600
Bajar	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
Cancelada	1,667	1,667	1,667	1,667	1,667	1,667	1,667	1,667	1,667	1,667	1,667	1,667
FLUJO DE CAJA	Mar 1	Mar 2	Mar 3	Mar 4	Mar 5	Mar 6	Mar 7	Mar 8	Mar 9	Mar 10	Mar 11	Mar 12
+ Ingresos por ventas	\$99,166,667	\$99,166,667	\$99,166,667	\$99,166,667	\$99,166,667	\$99,166,667	\$99,166,667	\$99,166,667	\$99,166,667	\$99,166,667	\$99,166,667	\$99,166,667
- Costos variables	\$29,166,667	\$29,166,667	\$29,166,667	\$29,166,667	\$29,166,667	\$29,166,667	\$29,166,667	\$29,166,667	\$29,166,667	\$29,166,667	\$29,166,667	\$29,166,667
- Costos fijos	\$37,614,081	\$37,614,081	\$37,614,081	\$37,614,081	\$37,614,081	\$37,614,081	\$37,614,081	\$37,614,081	\$37,614,081	\$37,614,081	\$37,614,081	\$37,614,081
Costos fijos de Producción	\$27,266,578	\$27,266,578	\$27,266,578	\$27,266,578	\$27,266,578	\$27,266,578	\$27,266,578	\$27,266,578	\$27,266,578	\$27,266,578	\$27,266,578	\$27,266,578
Costos fijos de Administración	\$6,262,355	\$6,262,355	\$6,262,355	\$6,262,355	\$6,262,355	\$6,262,355	\$6,262,355	\$6,262,355	\$6,262,355	\$6,262,355	\$6,262,355	\$6,262,355
Costos fijos de comercialización y venta	\$4,085,148	\$4,085,148	\$4,085,148	\$4,085,148	\$4,085,148	\$4,085,148	\$4,085,148	\$4,085,148	\$4,085,148	\$4,085,148	\$4,085,148	\$4,085,148
- Mn Desembolsables	\$0	\$297,766	\$297,766	\$297,766	\$297,766	\$297,766	\$297,766	\$297,766	\$297,766	\$297,766	\$297,766	\$297,766
- Intereses Creditos	\$0	\$94,645	\$93,519	\$91,152	\$89,931	\$88,633	\$87,409	\$86,107	\$84,777	\$83,418	\$82,031	\$80,613
- Utilidad Antes de Impuestos	\$0	\$31,993,888	\$31,994,634	\$31,997,001	\$31,998,222	\$31,999,470	\$32,000,748	\$32,002,046	\$32,003,376	\$32,004,734	\$32,006,122	\$32,007,540
- Impuestos	\$0	\$10,957,951	\$10,958,229	\$10,959,010	\$10,959,413	\$10,959,825	\$10,960,246	\$10,960,675	\$10,961,114	\$10,961,562	\$10,962,020	\$10,962,488
- Utilidad después de Impuestos	\$0	\$21,035,937	\$21,036,405	\$21,037,991	\$21,038,809	\$21,039,645	\$21,040,499	\$21,041,371	\$21,042,262	\$21,043,172	\$21,044,102	\$21,045,052
+ Ajuste por Mn Desembolsables	\$0	\$297,766	\$297,766	\$297,766	\$297,766	\$297,766	\$297,766	\$297,766	\$297,766	\$297,766	\$297,766	\$297,766
+ Otros Ingresos (Mn retirar e impuestos)	\$4,403,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Prorrateo	\$4,403,000											
Recuperación Capital de trabajo												
Valor de Salvoventa												
- Otros Egresos no deducibles de impuestos	\$14,600,600	\$53,298	\$54,444	\$55,614	\$56,810	\$58,031	\$59,279	\$60,554	\$61,855	\$63,185	\$64,544	\$65,932
Activos Fijos	\$14,337,600											
Pago Creditos (Capital)	\$53,298	\$54,444	\$55,614	\$56,810	\$58,031	\$59,279	\$60,554	\$61,855	\$63,185	\$64,544	\$65,932	\$67,349
Gastos PREOPERATIVOS	\$263,000											
Capital de Trabajo	\$0											
FLUJO DE CAJA	-\$10,197,600	\$21,879,727	\$21,879,341	\$21,878,947	\$21,878,543	\$21,878,132	\$21,877,711	\$21,877,282	\$21,876,843	\$21,876,394	\$21,875,936	\$21,875,489

Se considera que el proyecto cumple con nuestras expectativas al mostrar un flujo de caja positivo durante los diferentes periodos del año. Aquí es importante considerar que se tienen los diferentes proyecciones de ventas; es decir nivel de ventas optimista, medias y bajas con el fin de estimar el punto de equilibrio. Además nos permite determinar las ventas brutas y los diferentes costos en los que se debió incurrir en todo el proceso hasta su final comercialización e identificar el flujo de caja libre con la que los socios podremos tomar respectivas decisiones en lo que se van a destinar los respectivos recursos.

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

ESTADO DE RESULTADOS - CIFRAS MENSUALES

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por concepto de Ventas	99.166.667	99.166.667	99.166.667	99.166.667	99.166.667	99.166.667	99.166.667	99.166.667	99.166.667	99.166.667	99.166.667	99.166.667
- Costo Variable	29.166.667	29.166.667	29.166.667	29.166.667	29.166.667	29.166.667	29.166.667	29.166.667	29.166.667	29.166.667	29.166.667	29.166.667
- Costos Fijos Producción	27.266.578	27.266.578	27.266.578	27.266.578	27.266.578	27.266.578	27.266.578	27.266.578	27.266.578	27.266.578	27.266.578	27.266.578
- Gastos Depreciación	297.766	297.766	297.766	297.766	297.766	297.766	297.766	297.766	297.766	297.766	297.766	297.766
= Utilidad Bruta en Ventas	42.405.656	42.405.656	42.405.656	42.405.656	42.405.656	42.405.656	42.405.656	42.405.656	42.405.656	42.405.656	42.405.656	42.405.656
- Costos Fijos de Administración	6.262.355	6.262.355	6.262.355	6.262.355	6.262.355	6.262.355	6.262.355	6.262.355	6.262.355	6.262.355	6.262.355	6.262.355
- Costos Fijos de Ventas y	4.085.148	4.085.148	4.085.148	4.085.148	4.085.148	4.085.148	4.085.148	4.085.148	4.085.148	4.085.148	4.085.148	4.085.148
- Amortización de difusores	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidad Operativa	32.068.153	32.068.153	32.068.153	32.068.153	32.068.153	32.068.153	32.068.153	32.068.153	32.068.153	32.068.153	32.068.153	32.068.153
+ Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidad Antes de Impuestos	32.068.153	32.068.153	32.068.153	32.068.153	32.068.153	32.068.153	32.068.153	32.068.153	32.068.153	32.068.153	32.068.153	32.068.153
- Impuestos	10.588.090	10.588.090	10.588.090	10.588.090	10.588.090	10.588.090	10.588.090	10.588.090	10.588.090	10.588.090	10.588.090	10.588.090
= UTILIDAD NETA	21.480.062	21.480.062	21.480.062	21.480.062	21.480.062	21.480.062	21.480.062	21.480.062	21.480.062	21.480.062	21.480.062	21.480.062
- Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidades no Repartidas	21.480.062	21.480.062	21.480.062	21.480.062	21.480.062	21.480.062	21.480.062	21.480.062	21.480.062	21.480.062	21.480.062	21.480.062
Utilidades no Repartidas	21.480.062	42.960.125	64.440.187	85.920.250	107.400.312	128.880.375	150.360.437	171.840.500	193.320.562	214.800.625	236.280.687	257.760.750

Se consideran unas ventas totales por valor de 99166667 y de allí se realizan las respectivas deducciones en los costos incurridos para obtener una utilidad de 21499062. De allí se decide finalmente los socios en qué destinaran los recursos.

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.2 Valor Presente Neto

El valor presente Neto del proyecto tiene un valor de 148.212.300. Lo cual a la hora de valorar la empresa se puede concluir que es positivo al producirse en el periodo una maximización del capital durante el periodo de tiempo que este permanece en el proyecto. Generando unos flujos de caja mensuales por valor 21.499.062 mensuales.

8.4.3 Tasa Interna de Retorno

La TIR del proyecto es de 212,60%. La cual es completamente positiva al ofrecernos una Tasa mucho más alta a la esperada por parte de los socios y en general del sector. Por lo que decidimos invertir aun así considerando un ambiente pesimista porque sigue siendo mayor a la que esperamos.

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

	VARACIÓN DEMANDA										
	Actual: 8,6%	-25%	-20%	-15%	-10%	-5%	5%	10%	15%	20%	25%
VPN	\$148.212.300	\$62.534.078	\$79.699.722	\$96.805.367	\$113.941.011	\$131.076.656	\$165.347.945	\$182.483.590	\$199.619.234	\$216.754.879	\$233.890.523
TIR	212,60%	97,59%	120,61%	143,61%	166,61%	189,60%	235,59%	258,59%	281,59%	304,58%	327,58%
TE	8,60%	8,60%	8,60%	8,60%	8,60%	8,60%	8,60%	8,60%	8,60%	8,60%	8,60%

Aún en un ambiente de pesimismo en proyecto arroja resultados positivos con una variación de 5% en un escenario pesimista y uno optimista que se encuentra por encima de lo anhelado por los socios tanto en la TIR como el VPN.

8.4.5 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

	VARACIÓN PRECIO										
	Actual: 8,6%	-25%	-20%	-15%	-10%	-5%	5%	10%	15%	20%	25%
VPN	\$26.834.818	\$51.110.314	\$75.385.811	\$96.805.367	\$99.661.307	\$123.936.804	\$172.487.797	\$196.763.293	\$221.038.790	\$245.314.286	\$269.589.783
TIR	49,30%	82,23%	114,85%	143,61%	147,44%	180,02%	245,18%	277,75%	310,33%	342,91%	375,48%
TE	8,60%	8,60%	8,60%	8,60%	8,60%	8,60%	8,60%	8,60%	8,60%	8,60%	8,60%

9. CONSIDERACIONES FINALES.

Consideramos que la creación de la empresa IMPOCODEPO S.A.S nos ha dado un gran conocimiento y de igual manera una gran experiencia, puesto que nos afrontamos con muchos obstáculos y muchos retos a la vez que uno a uno se fueron solucionando a su momento.

Quedamos muy satisfechos con nuestro proyecto porque cumplimos nuestro propósito fundamental y al ver los resultados obtenidos después de todos los estudios realizados IMPOCODEPO S.A.S es una empresa sólida puesto que puede mantenerse y consolidarse a futuro en el mercado; teniendo en cuenta que una empresa se valora por el flujo de caja de su estado financiero IMPOCODEPO S.A.S cuenta con un valor presente Neto de 148.212.300. Lo cual a la hora de valorar la empresa se puede concluir que es positivo al producirse en el periodo una maximización del capital durante el periodo de tiempo que este permanece en el proyecto. Generando unos flujos de caja mensuales por valor 21.499.062 mensuales.

Con lo anterior podemos concluir que este es un proyecto que cumple con el alcance de su objetivo básico financiero, es una empresa en la cual es viable invertir puesto que su VPN incrementa sus flujos de caja libre, igualmente un incremento en el valor de la empresa.

La TIR del proyecto es de 212,60%. La cual es completamente positiva al ofrecernos una Tasa mucho más alta a la esperada por parte de los socios y en general del sector. Por lo que decidimos invertir aun así considerando un ambiente pesimista porque sigue siendo mayor a la que esperamos.

IMPOCODEPO S.A.S es una empresa fuerte que fácilmente puede cumplir con su misión, visión, objetivos y demás propósitos que se fijen a largo plazo, puesto que es un proyecto viable, tiene un nivel de proyección de ventas positivo y pesimista y aun así su flujo de caja no varía negativamente lo que significa que es un proyecto aceptable.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

6.2. análisis del entorno y el sector

- Universidad Eafit (febrero 2013) internacionalización, Relaciones comerciales entre Colombia y China, las de mayor crecimiento en la región. Histórico noticias. Recuperado de: <http://www.eafit.edu.co/agencia-noticias/historico-noticias/2013/noticias-febrero/Paginas/internacionalizacion-relaciones-comerciales-colombia-china.aspx#.Ui6ZgtJLNqM>
- DANE (2013 marzo 6), Boletín de prensa N°12, Producto Interno Bruto cuarto trimestre de 2012- base 2008. Recuperado de: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bolet_PIB_IVtrim12.pdf

4.2.2 estudio del mercado consumidor

b) medios a través de los cuales se realizó el estudio del consumidor

- Jorge S. Araque, Jennifer A. Galvis (Septiembre 2013). ENCUESTA PERCEPCIÓN ARTÍCULOS DEPORTIVOS, Encuesta realizada por estudiantes de sexto semestre en la carrera Tecnología de Comercio Internacional. Disponible en: https://docs.google.com/forms/d/1XgFSMxEX8H4YJ_Dn9GFGFwaVTHqPRnivFQdL8KN6dck/viewform
- Ramón, J.M, Callejas & Rodrigo, A., Arboleda & Nelson Gaviria & Karelys Guzmán (2010),. Estado de desarrollo de las organizaciones Deportivas en Colombia. UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA. Recuperado de: <http://viref.udea.edu.co/contenido/pdf/257-estado.pdf>

d) resultados del estudio de los consumidores

- Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias, Departamento de estadística, encuesta de caracterización de la población usuaria de parques, Bogotá. 2005 recuperado en Universidad de los Andes 1997 de: <http://www.bogotamasactiva.gov.co/files/Ismael%20Ortiz%20-%20DIAGN%20STICO%20DOCUMENTAL%20SOBRE%20EL%20SECTOR.pdf>
- Carlos, E.V, Olarte (2006), PLAN LOCAL DEL DEPORTE, LA RECREACION Y LA EDUCACION FISICA DEL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI, El Deporte en las metrópolis del siglo XXI. Cali. Recuperado en Septiembre de 2013 de: [http://incide.univalle.edu.co/biblioteca/PlanLocaldelDeporte\(Cali\).pdf](http://incide.univalle.edu.co/biblioteca/PlanLocaldelDeporte(Cali).pdf)

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

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

- **Kyto Electronic Co., Limited TWIST BOARD**

ALIBABA (2013). Kyto Electronic Co., Limited TWIST BOARD (Base de Datos),. Información del Producto. Disponible en: <http://spanish.alibaba.com/product-gs/massage-body-twist-board-digital-figure-trimmer-count-waist-twisting-disc-885397082.html>

- **Yongkang Rongshengfa Industrial And Commercial Co., Ltd. TWIST BOARD**

ALIBABA (2013). • Yongkang Rongshengfa Industrial And Commercial Co., Ltd. TWIST BOARD (Base de Datos),. Información del Producto. Disponible en: http://spanish.alibaba.com/gs-suppliers_kingsunfitness/trustpass_profile.html

- **Nantong Top Asia Company Limited POWER BALL**

ALIBABA (2013). Nantong Top Asia Company Limited POWER BALL (Base de Datos),. Información del Producto. Disponible en: http://spanish.alibaba.com/gs-suppliers_topasiasport

- **Nantong U-Fine International Trading Co., Ltd. POWER BALL**

ALIBABA (2013). Nantong U-Fine International Trading Co., Ltd. POWER BALL (Base de Datos),. Información del Producto. Disponible en: http://spanish.alibaba.com/gs-suppliers_smalltown

a. El Mercado Competidor

i. Competidores

- EXCEL.

EXCEL (2013).Comercializadora de artículos deportivos (Base de Datos). Información de la empresa. Disponible en: <http://www.martinltda.com/home.html>

- Global Sport Ltda.

Global Sport Ltda.(2013) Distribución Especializada de Artículos Deportivos. - Bogotá - precio de artículo. Disponible en: <http://bogotacity.olx.com.co/global-sport-ltda-distribucion-especializada-de-articulos-deportivos-iid-370886488>

ii. Estudio del Mercado Competidor

a) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

No contamos con suficiente información nos basamos en su website.

- EXCEL Comercializadora de artículos deportivos.

EXCEL (2013).Comercializadora de artículos deportivos (Base de Datos). Información de la empresa. Disponible en: <http://www.martinltda.com/home.html>

- Global Sport Ltda.

Global Sport Ltda.(2013) Distribución Especializada de Artículos Deportivos. - Bogotá - precio de artículo. Disponible en: <http://bogotacity.olx.com.co/global-sport-ltda-distribucion-especializada-de-articulos-deportivos-iid-370886488>

b) Aplicación de la Medios

- Fuente de información secundaria: Empresa EXCEL

EXCEL (2013).Comercializadora de artículos deportivos (Base de Datos). Información de la empresa. Disponible en: <http://www.martinltda.com/home.html>

- Fuente de información secundaria: Empresa Global Sport Ltda.

Global Sport Ltda.(2013) Distribución Especializada de Artículos Deportivos. - Bogotá - precio de artículo. Disponible en: <http://bogotacity.olx.com.co/global-sport-ltda-distribucion-especializada-de-articulos-deportivos-iid-370886488>

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

b) COORDINADORA MERCANTIL S.A (2008) Empresa Líder en transporte de mercancías, paquetes y documento. (Base de Datos). Información de la Empresa. Disponible en: <http://www.coordinadora.com/2008/sitio/>

5.7 Programa de Producción.

Programa de Producción; guía y pasos de la importación bajo modalidad ordinaria, información rescatada de: Redcoo.Coomeva.com.co/archivos/red/guiadeimportacion.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.

Certificaciones y Valores, Información disponible en: www.camamedellin.com.co Medellín 2013.