



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL

IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
SUPLEMENTOS DEPORTIVOS QUAMTRAX

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

CARLOS ANDRÉS TABARES DEVIA
CRISTIAN DAVID AGUIRRE BUITRAGO
MARGIE KATHERINE AGUILAR ROJAS

ASESOR:

VICTOR SALDARRIAGA ROMERO

Año

2015

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo le quiero agradecer a Dios por brindarme la oportunidad de estudiar y así crecer profesionalmente. Gracias a mi familia por apoyarme y ayudarme con mi estudio, por facilitarme las cosas para que yo pueda salir adelante. Gracias a Andrés y a Margie por ser unos buenos compañeros y ser tan responsables en el trabajo. Por ultimo muchas gracias al profesor Víctor por sus enseñanzas, por ayudarnos a formar la tesis de una forma adecuada y sobre todo muchas gracias por su paciencia.

Cristian David Aguirre Buitrago

Quiero agradecer a Dios que me ha dado la oportunidad de donde estoy en estos momentos, que me dio la oportunidad de estar estudiando y formándome, también le quiero agradecer a mi familia que siempre ha estado conmigo este tiempo, que me apoyaron siempre que los necesité para llevar a cabo mis estudios, a todo el equipo directivo de Quamtrax Nutrition que nos dieron la oportunidad de realizar este proyecto con su empresa y de brindarnos toda la información y darnos el soporte necesario para llevar a cabo este trabajo, a Víctor Saldarriaga que gracias a él pudimos concluir este proyecto y por asesorarnos hasta el punto de culminarlo de la mejor forma.

Carlos Andrés Tabares Devia

Quiero agradecer a mis padres y a mi familia por todo el apoyo que me han brindado en todo este proceso, por darme la oportunidad de cumplir mis sueños y mis proyectos en cada momento; A mis compañeros por su esfuerzo y su dedicación en este trabajo y el empeño y constancia que siempre tuvieron, al profesor Víctor Saldarriaga por brindarnos su conocimiento y ayudarnos en el proceso de este proyecto.

Margie Katherine Aguilar Rojas

ÍNDICE

	Pág.
AGRADECIMIENTOS	II
ÍNDICE	III
LISTA DE FIGURAS	VIII
LISTA DE TABLAS	X
LISTA DE GRÁFICAS	XIII
LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS	XIV
ABSTRACT	XV
RESUMEN EJECUTIVO	XVI
INTRODUCCION	XVII
CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	1
1.1 Nombre De La Empresa Y Marca	1
1.2 Tipo de Empresa	3
1.3 Descripción de la Empresa	4
1.4 Visión Y Misión De La Empresa	6
1.4.1 Misión	6
1.4.2 Visión	7
1.5 Relación Productos y/o Servicios	7
1.5.1 ISOWHEY	7
1.5.1.1 Información Nutricional	8
1.5.1.2 Modo de Empleo	10
1.5.1.3 Presentación	10
1.5.2 100% HYDROBEEF	10
1.5.2.1 Ingredientes	11
1.5.2.2 Modo de Empleo	11
1.5.2.3 Presentación	11

1.5.2.4 Conservación.....	12
1.5.3 MASSIVE GAINER.....	12
1.5.3.1 Ingredientes.....	13
1.5.3.2 Presentación.....	13
1.5.3.3 Conservación.....	13
1.5.4 COLLAGEN.....	14
1.5.4.1 Modo de Empleo.....	14
1.5.4.2 Presentación.....	14
1.5.5 LIPOTROPIC FAT BURNER.....	15
1.5.5.1 Ingredientes.....	16
1.5.5.2 Modo de Empleo.....	16
1.5.5.3 Presentación.....	16
1.5.6 PROTEIN FLAN.....	17
1.5.6.1 Ingredientes.....	17
1.5.6.2 Modo de Empleo.....	17
1.5.6.3 Presentación.....	18
1.5.6.4 Sabor.....	18
1.5.7 ISO PRO.....	18
1.5.7.1 Ingredientes.....	19
1.5.7.2 Modo de empleo.....	19
1.5.7.3 Presentación.....	20
1.6 Ventajas competitivas.....	20
1.7 Tramites y Costos.....	21
CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR.....	23
2.1 Entorno.....	23
2.2 Sector o industria.....	27
2.2.1 Rentabilidad Del Sector.....	27

2.2.2 Tamaño del sector	28
2.2.3 Tendencias de crecimiento.....	29
2.2.4 Factores claves de éxito para el negocio	29
2.2.5 Cadena de valor de la industria	30
2.2.6 Barreras de ingreso o salida	31
2.2.7 Competidores.....	31
2.2.8 Poder de negociación de los clientes y proveedores	32
2.2.9 Amenaza de nuevos productos sustitutos.....	32
CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	33
3.1 Objetivos de Mercadeo	33
3.1.1 Objetivos a corto plazo	33
3.1.2 Objetivos a mediano plazo.....	33
3.1.3 Objetivos a largo plazo	33
3.2 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios.....	34
3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios.....	36
3.4 Cuantificación de los Clientes Potencial de Bienes y/o Servicios	38
3.5 Mercado Competidor	42
3.6 Mercado Distribuidor	44
3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación	45
3.7.1 Comunicación	45
3.7.1.1 Logo de la empresa.....	45
3.7.1.2 Slogan de la empresa.....	45
3.7.1.3 Nombre Comercial de los Productos	46
3.7.2 Actividades de promoción y Divulgación	47
3.8 Plan de Ventas	48
CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL.....	55

4.1 Tratados Comerciales	55
4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios	55
4.2.1 Posición Arancelaria General	55
4.2.2 Posición Arancelaria Colombia.....	56
4.3 Requisitos y Vistos Buenos	56
4.4 Capacidad Exportadora / Capacidad Importadora.....	57
4.5 Participación En Feria Especializada.....	59
4.6 Rutas de Acceso	60
4.7 Liquidación de Costos de Importación y Pecios de Exportación	63
CAPITULO V. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL.....	65
5.1 Estructura Organizacional del Negocio	65
5.1.1 Organigrama Estructura Organizacional.....	65
5.1.2 Organigrama Estructura Personal.....	66
5.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados	66
5.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio	68
5.2.1 Locaciones Empresa.....	68
5.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres.....	70
5.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por Área.....	72
5.2.4 Requerimientos De Servicios Por Área	74
CAPITULO VI. ANÁLISIS LEGAL	76
6.1. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas	76
6.1.1 INVIMA	76
6.1.2 Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).....	79
6.1.3 Carta de autorización de venta por parte del fabricante	81
CAPITULO VII. ANÁLISIS FINANCIERO.....	83

7.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad.....	83
7.2. Aportes de Capital de los Socios	84
7.3 Créditos y Préstamos Bancarios	85
7.4 Precios de los Productos	87
7.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos...87	
7.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos.....88	
7.5 Ingresos y Egresos	89
7.5.1 Ingresos	89
7.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio.....89	
7.5.2 Egresos.....90	
7.5.2.1 Inversiones	90
7.5.2.1.1 Inversiones en activos fijos	90
7.5.2.1.2 Inversión En Gastos Preoperativos	91
7.5.2.1.3 Inversiones en capital de trabajo	92
7.5.2.2 Costos Fijos y Variables.....93	
7.5.2.2.1 Costos fijos	93
7.5.2.2.2 Costos Variables	95
7.5.3. Análisis de Punto de Equilibrio.....95	
7.5.4 Análisis Financiero Anual y Proyectado	96
7.5.4.1 Estado de Perdida y Ganancias.....96	
7.5.4.2 Flujo de Caja, VPN, TIR – Primer Año.....98	
7.5.4.3 Flujo de Caja, VPN, TIR – Proyectado.....99	
7.5.4.4. PAYBACK DESCONTADO.....101	
7.6 Conclusiones del proyecto	102
CONCLUSIONES.....	103
BIBLIOGRAFÍA.....	104

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Registro Único Empresarial y Social	2
Figura 2. Signos Distintivos.....	3
Figura 3. Actividad Económica	6
Figura 4. ISOWHEY	7
Figura 5. HYDROBEEF.....	10
Figura 6. MASSIVE GAINER.....	12
Figura 7. COLLAGEN	14
Figura 8. LIPOTROPIC FAT BURNER.....	15
Figura 9. PROTEIN FLAN	17
Figura 10. ISO PRO.....	18
Figura 11. Principales Competidores	31
Figura 12. Información Censo	42
Figura 13. Logo	45
Figura 14. Slogan	45
Figura 15. Puertos de Acceso y Salida Colombia - España.....	61
Figura 16. Aeropuertos de Acceso y Salida Colombia - España.....	62
Figura 17. Organigrama Estructural Organizacional	65
Figura 18. Organigrama Estructural Personal	66
Figura 19. Precio Local Santafé.....	69
Figura 20. Precio Local El Tesoro	69
Figura 21. Insumos.....	73
Figura 22. Insumos Papelería	74
Figura 23. Proceso de Inscripción	79
Figura 24. Proceso de Inscripción	80

Figura 25. Carta de Autorización.....81

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Isowhey de Chocolate, Chocolate Blanco y Cookies & Cream	9
Tabla 2. Isowhey de Fresa, Leche Merengada y Vainilla Biscuit.....	9
Tabla 3. Costos Constitución de la Empresa	22
Tabla 4. Deportistas en General en Medellín	35
Tabla 5. Deportistas en General en Cali	35
Tabla 6. Medellín en Cifras.....	38
Tabla 7. Estratos Socioeconómicos en Medellín.....	39
Tabla 8. Perfil Cuantitativo	39
Tabla 9. Mercado Meta	41
Tabla 10. Competidores del Negocio.....	43
Tabla 11. Actividad de Promoción y Divulgación.....	47
Tabla 12. Plan de Ventas Mes 1	48
Tabla 13. Plan de Ventas Mes 2	49
Tabla 14. Plan de Ventas Mes 3	49
Tabla 15. Plan de Ventas Mes 4.....	50
Tabla 16. Plan de Ventas Mes 5.....	50
Tabla 17. Plan de Ventas Mes 6.....	51
Tabla 18. Plan de Ventas Mes 7.....	51
Tabla 19. Plan de Ventas Mes 8.....	52
Tabla 20. Plan de Ventas Mes 9.....	52
Tabla 21. Plan de Ventas Mes 10.....	53
Tabla 22. Plan de Ventas Mes 11.....	53
Tabla 23. Plan de Ventas Mes 12.....	54
Tabla 24. Proyección.....	54

Tabla 25. Requisitos y Vistos Buenos.....	56
Tabla 26. Valor EXW y DDP por unidad.....	58
Tabla 27. Costos y/o Gastos.....	60
Tabla 28. Liquidación Costos de Importación	63
Tabla 29. Costos Personal	67
Tabla 30. Locaciones Empresa	68
Tabla 31. Gerencia	70
Tabla 32. Finanzas	70
Tabla 33. Mercadeo	70
Tabla 34. Comercio Exterior	71
Tabla 35. Recursos Humanos.....	71
Tabla 36. Otros.....	72
Tabla 37. Requerimientos de Materiales e Insumos	72
Tabla 38. Servicios Requeridos por Área	75
Tabla 39. Requisitos para Radicar el Trámite	77
Tabla 40. Asignación de Turno.....	78
Tabla 41. Gastos de Trámites	82
Tabla 42. Margen de Contribución Quamtrax	84
Tabla 43. Aportes de Capital de los Socios	84
Tabla 44. Tabla de Amortización Préstamos (Mensual)	85
Tabla 45. Precios de los Productos	87
Tabla 46. Resumen de los Costos.....	88
Tabla 47. Ingresos propios del Negocio (Ventas)	89
Tabla 48. Estructura de Costos.....	90
Tabla 49. Inversiones en Activos Fijos	90
Tabla 50. Inversión en Gastos Preoperativos	91
Tabla 51. Inversiones en Capital de Trabajo	92

Tabla 52. Costos Fijos y Variables	93
Tabla 53. Costos Fijos.....	93
Tabla 54. Costos Fijos de Producción	94
Tabla 55. Costos Fijos de Administración	94
Tabla 56. Costos Fijos de Comercialización y Ventas	94
Tabla 57. Costos Variables.....	95
Tabla 58. Estado de Pérdidas y Ganancias Primer Semestre.....	96
Tabla 59. Estado de Pérdidas y Ganancias Segundo Semestre	97
Tabla 60. Flujo de Caja, VPN, TIR – Primer Año.....	98
Tabla 61. Flujo de Caja, VPN, TIR – Proyectado.....	99
Tabla 62. Flujo de caja Proyectado	100
Tabla 63. Variación Porcentual Anual.....	101
Tabla 64. PAYBACK DESCONTADO.....	101

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Producto interno bruto 2010 – 2015.....	24

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

DANE: Departamento administrativo nacional de estadística

PIB: Producto interno bruto

S.A.S: Sociedad Por Acciones Simplificadas

SIC: Superintendencia de Industria y Comercio

DIAN: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia.

ABSTRACT

QUAMTRAX SUPLEMENTOS DEPORTIVOS S.A.S. it's going to be focused on finished products to be imported and commercialized. These products are sports supplements for athletes, and they are going to be imported from Spain to be commercialized initially in Medellin and later to the major cities of the country.

Our principal objective is being nationally consolidated as a company that offers products of good quality, in a competitive price that achieves the client satisfaction. This company it's going to be situated in Medellin at the beginning, at two Malls of the city, our main projection is being situated in the whole country and later establishing the company in Medellin as one of the most recognized in the supplementary business.

The principal competitive advantage of QUAMTRAX SUPLEMENTOS DEPORTIVOS S.A.S. are its products because they have good quality and good prices, thanks to the excellent provider we have, and the brand our company have as well, our provider supplies us the quantity we want and according to the demand, in an affordable price which we can go to the market and shinning before the competitors.

To achieve this estimated sales targets , the company had an initial investment of COP 60.000.000 and it was invested by each investor partner, this investment was used to get the necessary equipment, to perform the necessary publicity and covering investment cost for example health records.

Having in mind this state and result, our company, will recover its investment in one year and three months. In order to distribute the future net profit that the business is going to get, it is clear that, according to this study, our project is going to be sustainable after the first month, becoming a profitable investment for us and to get the proposed target.

RESUMEN EJECUTIVO

QUAMTRAX SUPLEMENTOS DEPORTIVOS S.A.S se va a enfocar en productos terminados para su respectiva importación y comercialización. Los productos son suplementos deportivos para deportistas y se van a importar desde España para ser comercializados inicialmente en Medellín y posteriormente a nivel nacional en las principales ciudades del país.

Nuestro principal objetivo es consolidarnos a nivel nacional como una empresa que ofrece productos de buena calidad, a un precio competitivo y que logra la satisfacción de nuestros clientes. La empresa principalmente se va a establecer en Medellín, en dos centros comerciales de la ciudad, las proyecciones apunta a abrir otras sedes a futuro ya sea en la misma ciudad y en otras ciudades del país.

QUAMTRAX SUPLEMENTOS DEPORTIVOS S.A.S tiene como principal ventaja competitiva un producto de calidad y buenos precios, gracias al excelente proveedor y marca con la que cuenta la empresa que nos suministra la cantidad de productos que deseemos según la demanda y a un precio asequible con el cual podemos salir al mercado y sobresalir ante la competencia.

Para alcanzar los objetivos de ventas estimados la empresa contaba financieramente una inversión inicial de \$ 60.000.000 de pesos que fue aportado por cada uno de los socios inversionistas, esta inversión fue utilizada para adquirir los enseres, para realizar la publicidad necesaria y cubrir gastos de inversión como por ejemplo registros sanitarios.

Teniendo en cuenta este resultado y el estado de nuestra empresa, se va a recuperar su inversión en un año y tres meses, con el fin de distribuir los beneficios futuros netos que el negocio comienza a entregar, está claro que según este estudio nuestra empresa será sostenible después del primer mes, siendo una inversión rentable para nosotros y venir a la consecución de la meta propuesta.

INTRODUCCION

Se presenta el proyecto diseñado para QUAMTRAX SUPLEMENTOS DEPORTIVOS S.A.S en 7 capítulos distribuidos de manera organizacional empezando con la información de la empresa, donde está contenida toda la información general de la misma y los requisitos para realizar esta, seguido del análisis del entorno y del sector en Colombia, luego el análisis del mercado donde se podrá ver a donde queremos llegar y también podremos ver nuestro mercado distribuidor y competidor.

Más adelante el análisis del comercio internacional donde nos fijamos que tipo de acuerdos existen con el país negociador y entre otras, también se observara el análisis organizacional donde está contenida toda la estructura de la empresa como son locaciones, maquinaria, entre otras.

Seguidamente el análisis legal donde encontraremos todos los documentos, certificaciones y permisos que son necesarios para que la empresa pueda funcionar y por último y lo mas importante el análisis financiero donde se podrá observar muy claramente todos los costos, gastos, ventas y otros para determinar si el negocio es rentable o no.

CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1.1 Nombre De La Empresa Y Marca

QUAMTRAX SUPLEMENTOS DEPORTIVOS S.A.S. se va a enfocar en productos terminados para la comercialización, los productos son suplementos para deportistas y se van a importar desde España para ser comercializados inicialmente en Medellín y en un futuro a nivel nacional en las principales ciudades del país.

El producto se ha escogido debido a que actualmente hay una gran cantidad de demanda de estos productos, aunque también existe mucha oferta, pero actualmente la marca que vamos a comercializar no existe en Colombia, aún ningún establecimiento la comercializa.

Estos productos serán comercializados en gimnasios y vendidos en locales en puntos estratégicos de la ciudad, lo pueden consumir generalmente personas mayores de 18 años que practiquen deporte y que quieran ver resultados más seguros y rápidos, hombres y mujeres de estrato medio-alto tendrán acceso a ellos debido a su valor.

El nombre de la empresa no está registrado en la Cámara de Comercio a nivel nacional como se puede observar en la figura 1, lo que permite que esta pueda ser usada y registrada legalmente como sociedad por acciones simplificada (S.A.S).

Figura 1. Registro Único Empresarial y Social

RUES Registro Único Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Veedurias Servicios Virtuales Acceso privado

Realice aquí su consulta empresarial o social

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

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

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

Razón social: QUAMTRAX SUPLEMENTOS DEPORTIVOS S.A.S. Consultar

Advertencia:
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

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

CONFECAMARAS - Gerencia Registro Único Empresarial y Social Carrera 13 No 26A - 47 of 502 Bogotá, Colombia

Fuente: Rues.org.co, Registro Único Empresarial y Social Cámaras de Comercio (2015)

QUAMTRAX NUTRITION: Esta es la marca de los suplementos deportivos que se van a importar y a comercializar, su nombre hace alusión al propósito que tiene en cada una de las personas que lo quieran consumir, y es brindar nutrición adicional para lograr un cuerpo saludable.

Figura 2. Signos Distintivos

The screenshot displays the 'Consultas Signos' web application interface. The browser address bar shows 'serviciospub.sic.gov.co/Sic/ConsultaEnLinea/2013/index.php'. The page header includes the logos for 'Industria y Comercio SUPERINTENDENCIA', 'MINCOMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO', and 'TODOS POR UN NUEVO PAÍS'. The main content area is titled 'Signos distintivos' and 'Criterios de consulta'. The search criteria are as follows:

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

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

Fuente: Sic.gov.co, Superintendencia Industria y Turismo (2015)

1.2 Tipo de Empresa

La empresa QUAMTRAX SUPLEMENTOS DEPORTIVOS S.A.S. se va constituir jurídicamente ante la cámara de comercio de Medellín como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S), ya que al estar constituida de esta forma la empresa va contar con ventajas como:

- Puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas.
- Los accionistas pueden limitar su responsabilidad en el monto de sus aportes para la constitución de dicha empresa.
- Una vez constituida la empresa pasa a formar una persona jurídica diferente a la de sus accionistas.
- Por otro lado cuenta con múltiples ventajas que facilitan la iniciación y el desarrollo de la actividad empresarial.

Frente a otros tipos societarios, al ser “S.A.S.” se puede contar con la posibilidad de establecer montos máximos y mínimos de capital, lo cual es bueno para una empresa que está empezando en el mundo empresarial.

Por otro lado, al tener la capacidad de escoger el número de accionistas que van a constituir la empresa con un mínimo de una persona y un máximo infinito, genera gran ventaja frente las otras que tiene estipulado cuantas personas jurídicas o naturales pueden constituir una empresa.

En cuanto a documentación para una “S.A.S”, Es fácil y ágil para personas que quieren iniciar su vida como empresarios. Finalmente, al momento de dar los aportes de cada uno de los constituyentes de la empresa, por ser una empresa “S.A.S.”, cuentan con un periodo de tiempo de 2 años para dar la finalidad de su aporte mientras que en los otros tipos societarios, se tienen que dar inmediatamente al momento de constituirse.

1.3 Descripción de la Empresa

QUAMTRAX SUPLEMENTOS DEPORTIVOS S.A.S. tendrá como objeto de negocio la importación y comercialización de suplementos para deportistas, el portafolio de productos tiene diferentes tipos de suplementos de acuerdo a las necesidades de cada uno de los consumidores, la empresa se va a encargar de comercializar los productos importados de España.

Al ser una empresa que trae una marca al mercado Colombiano por primera vez, no cuenta con almacenes que vendan esa misma marca específica, eso nos ayuda a que a la hora de buscar exclusividad, QUAMTRAX SUPLEMENTOS DEPORTIVOS S.A.S. podrá ofrecerla a los clientes, teniendo en cuenta que la marca QUAMTRAX NUTRITION solo se podrá conseguir mediante nosotros, debemos escoger estratégicamente el lugar de ubicación de los locales autorizados para la venta, sabemos que los productos tienen un costo elevado comparado a los demás, por esta razón debe estar situado en un sector que posea los ingresos suficientes para adquirir los productos, principalmente vamos a abrir tres

locales en la ciudad, en tres de los centros comerciales más visitados, posteriormente con el avance de la empresa, abriremos locales en otros sitios permitidos.

La empresa se va a diferenciar de las demás debido a que será la única autorizada en el país para vender esta marca de suplementos, ninguna otra tendrá este permiso y los únicos que podríamos brindar tal permiso seríamos nosotros, si alguien quiere conseguir los productos de QUAMTRAX NUTRITION deberá acercarse a un local autorizado.

En cuanto al tamaño de la empresa nos vamos a desempeñar en el rango de mediana empresa y desde que los productos lleguen a Colombia nos vamos a enfocar en crear almacenes autorizados alrededor de la ciudad, comenzando con tres almacenes en tres de los centros comerciales más visitados de la ciudad, y posteriormente adquirir nuevos locales para la comercialización de los productos a nivel nacional en las ciudades más importantes del país.

Después de habernos constituido jurídicamente ante la cámara de comercio de Medellín como una Sociedad por Acciones Simplificada se realiza la debida inscripción en el DIAN el cual nos otorga el RUT donde se especifica que tipo de actividad económica vamos a realizar y que responsabilidades vamos a obtener;

El código con el cual nos identificaremos será el código CIU 4773 que se refiere al comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en establecimientos especializados.

En la Figura 3 se puede observar la descripción del código CIU que vamos a utilizar el cual describe la actividad económica en la que nos vamos a enfocar

Figura 3. Actividad Económica

virtuales.camaramedellin.com.co/consultas/ciiu.html

Tenga en cuenta que el Código de Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) cambió desde el pasado 1 de diciembre de 2012. Infórmese sobre este cambio [aquí](#)

- Seleccione el tipo de búsqueda que desea realizar, utilizando la caja de selección.
- Digite el comienzo del código ciiu o la(s) palabra(s) clave(s) de la actividad económica a consultar.
- Haga clic en el botón "Buscar".

Opciones de búsqueda

Código comience por:	Descripción	Homologados desde versión 3
CIIU V4 <input type="text" value="4773"/>	<input type="text"/>	CIIU V3 <input type="text"/>

⌚ Espere un momento por favor. Estamos realizando la consulta.

⊗

⊗

Código CIIU

COMERCIO AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS Y MEDICINALES, COSMÉTICOS Y ARTÍCULOS DE TOCADOR EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS

VER NOTAS EXPLICATIVAS

Esta clase incluye:
El comercio al por menor de productos farmacéuticos, medicinales, botánicos, homeopáticos, ortopédicos, ortésicos y prótesis, y artículos de perfumería y cosméticos.
El comercio al por menor de productos farmacéuticos veterinarios.
Las actividades de las tiendas naturistas.

Esta clase excluye:
El cultivo de plantas usadas sobre todo en perfumería, farmacia o para insecticidas, fungicidas o propósitos similares que pertenezcan a los cultivos agrícolas permanentes. Se incluye en la clase 0126, «Cultivo de especias y de plantas aromáticas y medicinales».
La fabricación de sustancias químicas utilizadas en la preparación de productos químicos farmacéuticos, ya sea mediante cultivos de microorganismos o mediante procesos químicos y que constituyen los ingredientes activos de medicamentos, siempre que se encuentren verticalmente integradas a la producción de medicamentos. Se incluye en la clase 2100, «Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico».

4773

Resultados del 1 al 1 de 1 encontrados

[Términos de uso](#)

Línea de Servicio al Cliente Medellín 360 3763 Nacional 01 8000 412000

Fuente: Camaramedellin.com.co, Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (2015)

1.4 Visión Y Misión De La Empresa

1.4.1 Misión

Somos una empresa comercializadora de productos de nutrición deportiva enfocados a mejorar la calidad de vida de nuestros clientes ofreciéndoles nuestros productos para así ellos lograr su objetivo final y tener una experiencia agradable y satisfactoria.

1.4.2 Visión

Para el 2020, ser reconocidos como la empresa líder en el mercado de productos de nutrición deportiva, expandiendo nuestros productos en todas las regiones de Colombia y países de Latinoamérica ofreciendo el portafolio más completo para los deportistas casuales y de alto rendimiento.

1.5 Relación Productos y/o Servicios

QUAMTRAX NUTRITION cuenta con una gran variedad de productos y cada uno de ellos está enfocado en las necesidades de los consumidores, a continuación vamos a relacionar el portafolio de productos que ofrece QUAMTRAX NUTRITION.

1.5.1 ISOWHEY

Figura 4. ISOWHEY



Fuente: Quamtrax.com (2015)

Este es uno de los productos más representativos de QUAMTRAX NUTRITION y su ficha técnica nos da la razón:

Aislado y concentrado de suero de leche obtenido por micro filtración de flujo cruzado: Este proceso consigue que las concentraciones de lactosa, grasa y carbohidratos se reduzcan drásticamente frente a otras proteínas conseguidas mediante otro procedimiento, respetando al 100% el valor biológico de la proteína. Completo aminograma: Respetando el aminograma natural de la proteína, el cual nos aporta, entre otros, más de 20 gramos de BCAA's para la mejor construcción muscular y casi 20 gramos de ácido glutámico para obtener una completa recuperación tras el entrenamiento. Mínimo aporte de grasas y carbohidratos: Además de proporcionarnos una muy buena cantidad de proteínas, es reducida en grasas e hidratos de carbono, de manera que es un fiel aliado para personas que lleven una dieta de control de peso o aquellas personas que necesiten cubrir sus necesidades de proteína diarias sin alterar en gran medida el porcentaje calórico de su dieta. Un increíble sabor sin azúcares añadidos: ISOWHEY tiene una amplia gama de sabores que te sorprenderán, ya no solo por su intensidad, sino también por su pureza, ya que no contienen azúcares añadidos. Quamtrax.com (2015)

Podemos notar la importancia de este suplemento en el cuerpo de cada uno de los deportistas que necesitan controlar la cantidad de proteína y grasa en el cuerpo, viene en diversos sabores de acuerdo a los gustos de cada uno de los consumidores.

1.5.1.1 Información Nutricional

A continuación se relaciona la información nutricional de cada uno de los sabores en los que se puede encontrar ISOWHEY.

Tabla 1. Isowhey de Chocolate, Chocolate Blanco y Cookies & Cream

INFORMACIÓN NUTRICIONAL						
	Chocolate		Chocolate Blanco		Cookies & Cream	
	100 gr	30 gr	100 gr	30 gr	100 gr	30 gr
Valor energético	1502,70 kj 362,58 kcal	450,81 kj 108,77 kcal	1491,95 kj 357,15 kcal	447,58 kj 107,14 kcal	1509,71 kj 361,40 kcal	452,91 kj 108,77 kcal
Grasas	2,29 gr	0,68 gr	1,79 gr	0,73 gr	1,79 gr	0,53 gr
Carbohidratos	7,68 gr	2,30 gr	4,95 gr	1,98 gr	7,73 gr	2,21 gr
Proteínas	74,39 gr	22,31 gr	76,86 gr	23,05 gr	76,98 gr	23,09 gr
Ingredientes	Concentrado de proteínas de suero lácteo; Aislado de suero de leche; Espesante: Goma Guar; Edulcorante: Sucralosa					
Otros ingredientes según sabor	Cacao desnatado (Theobroma cacao); Aroma: Aroma de chocolate; Aroma: Aroma de nata		Aroma: Aroma de chocolate blanco; Aroma: Aroma de nata		Aroma: Aroma de Cookies	

Fuente: Quamtrax.com (2015)

Tabla 2. Isowhey de Fresa, Leche Merengada y Vainilla Biscuit

INFORMACIÓN NUTRICIONAL						
	Fresa		Leche Merengada		Vainilla Biscuit	
	100 gr	30 gr	100 gr	30 gr	100 gr	30 gr
Valor energético	1508,47 kj 360,95 kcal	452,54 kj 108,28 kcal	1520,66 kj 363,81 kcal	456,19 kj 109,14 kcal	1522,81 kj 364,26 kcal	465,84 kj 109,27 kcal
Grasas	1,76 gr	0,52 gr	1,79 gr	0,53 gr	1,77 gr	0,53 gr
Carbohidratos	8,41 gr	2,52 gr	7,38 gr	2,21 gr	7,62 gr	2,28 gr
Proteínas	75,35 gr	22,60 gr	76,93 gr	23,07 gr	76,18 gr	22,85 gr
Ingredientes	Concentrado de proteínas de suero lácteo; Aislado de suero de leche; Espesante: Goma Guar; Edulcorante: Sucralosa					
Otros ingredientes según sabor	Aroma: Aroma de fresa; Aroma: Aroma de nata; Colorante: Rojo E-124; Saborizante: Ácido cítrico		Aroma: Aroma de leche merengada; Aroma: Aroma de nata.		Aroma: Aroma de galleta; Aroma: Aroma de nata.	

Fuente: Quamtrax.com (2015)

1.5.1.2 Modo de Empleo

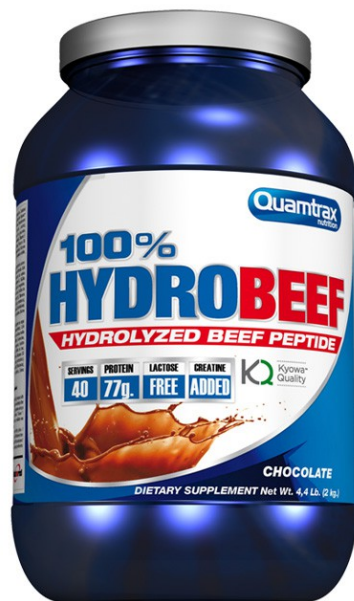
Tomar 30 g. (1 vaso) de producto, mezclados con 300 ml. de líquidos, después de entrenar.

1.5.1.3 Presentación

2 Lb. / 907 g. y 5L 2267g.

1.5.2 100% HYDROBEEF

Figura 5. HYDROBEEF



Fuente: Quamtrax.com (2015)

Este es uno de los productos más costosos de la marca QUAMTRAX NUTRITION y sus ingredientes y resultados nos ratifican la relación de costo-calidad:

Complemento alimenticio a base de carne, aminoácidos, vitaminas y minerales. 350% de proteína más concentrada que la proteína de leche. 100% HydroBeef proporciona 77g de proteína por cada 100g. Es rico en proteínas, vitaminas y minerales. Y lo mejor de todo, bajo carbohidratos, grasas y azúcar. 350% de proteína concentrada de carne, pura proteína de carne, bajo azúcar y grasa, ayuda al crecimiento de la masa muscular con mayor producción de creatina. Quamtrax.com (2015)

1.5.2.1 Ingredientes

Aislado de proteína de carne de ternera hidrolizado, Agente de carga: Maltodextrina, Cacao en polvo desgrasado, Creatina monohidrato, Café soluble, L-glutamina Calidad Kyowa™, Aromas, Triglicéridos de cadena media (TCM), Sodio, Edulcorantes: Sucralosa y Acesulfamo K, BCAAs (L-isoleucina, L-leucina, L-valina), Antiespumante E900, Oxido de magnesio, Fosfato bicalcico, Hierro gluconato, Vitamina C (Acido ascórbico), Sulfato de zinc, Antiaglomerante (Dioxido de silicio), Vitamina E (Tocoferol), Vitamina B3 (Niacina), Vitamina A (Acetato de retinilo), Vitamina B5 (Ac. pantotenico), Vitamina D(Colecalciferol), Vitamina B6 Piridoxina), Vitamina B2 (Riboflavina), Vitamina B1 (Tiamina), Vitamina B9 (Acido fólico), Ioduro potásico, Biotina (D-biotina), Vitamina B12 (Cianocobalamina). Quamtrax (2015)

1.5.2.2 Modo de Empleo

Añadir 1 servicio de 100% HydroBeef en 240 ml de agua. Revolver o batir durante 15 a 20 segundos o hasta que se disuelva por completo.

1.5.2.3 Presentación

2000 gr.

1.5.2.4 Conservación

Mantener bien cerrado en un lugar fresco y seco.

1.5.3 MASSIVE GAINER

Figura 6. MASSIVE GAINER



Fuente: Quamtrax.com (2015)

Este producto está especializado en estimular el crecimiento de los músculos, se debe consumir junto con una dieta balanceada y altamente proteínica, los resultados se ven de inmediato y su precio es muy favorable.

1.5.3.1 Ingredientes

Aporta 22 gramos efectivos de la mejor proteína por 100 gramos de producto, Massive Gainer sólo usa pura proteína de suero altamente absorbible, brinda una dosis clínicamente validada de creatina uno de los compuestos más poderosos y efectivos para desarrollar tamaño y fuerza rápidamente. Está formulado a partir de 3 fuentes de carbohidratos de indiscutible calidad porque MASSIVE GAINER contiene Vitargo® un carbohidrato especialmente formulado y patentado para atletas de élite, que aporta una carga efectiva de energía muscular (glucógeno) de fácil bio-disponibilidad. Quamtrax.com (2015)

MASSIVE GAINER brinda la proteína necesaria para ganar la masa muscular deseada, complementada con una dieta balanceada y buen entrenamiento físico, ya que sus componentes multivitamínicos ofrecen muy buenos resultados.

1.5.3.2 Presentación

7kg. (15.43 Lb.).

1.5.3.3 Conservación

Mantener bien cerrado en un lugar fresco y seco.

1.5.4 COLLAGEN

Figura 7. COLLAGEN



Fuente: Quamtrax.com (2015)

Es uno de los productos de más bajo costo de la línea QUAMTRAX NUTRITION ayuda a reducir el dolor de las articulaciones y tiene efecto antienvjecimiento y antiarrugas en la piel.

1.5.4.1 Modo de Empleo

Toma una vez al día 10gr. disueltos en leche, agua, zumo o tu bebida favorita.

1.5.4.2 Presentación

300 gr.

1.5.5 LIPOTROPIC FAT BURNER

Figura 8. LIPOTROPIC FAT BURNER



Fuente: Quamtrax.com (2015)

Lipotropic Fat Burner ataca la grasa desde distintos frentes e interviene en el metabolismo de los hidratos de carbono. La combinación lipotrópica de L-Carnitina (Carnipure™), L-Metionina, Colina e Inositol favorece la degradación y metabolismo de las grasas. La inclusión del ácido hidroxycítrico (HCA) impide la acumulación de nuevas grasas a partir de los hidratos de carbono consumidos. La presencia de hierbas diuréticas hace que este producto sea idóneo tanto para la pérdida del agua sobrante en los hombres, en búsqueda de definición, como para reducir la indeseable celulitis en las mujeres. Quamtrax.com (2015)

El objetivo de este producto es quemar grasa, es el único producto de la línea QUAMTRAX NUTRITION que acelera el metabolismo reduciendo la cantidad de grasa en el cuerpo.

1.5.5.1 Ingredientes

L-Carnitina 250mg(Carnipure®), colina 250mg, inositol 250mg, lecitina de soja 125mg, garcinia cambogia (fruto) 125mg, L-metionina 100mg, maltodextrina, celulosa, fosfato cálcico, ácido linoléico 50mg, cola de caballo 50mg, antiaglomerante (estearato de magnesio), antiapelmazante (dióxido de silicio), cloruro de cromo(III) 128.205 mcg. Quamtrax.com (2015)

1.5.5.2 Modo de Empleo

Tome 2 tabletas antes de la comida y otras 2 antes del ejercicio.

1.5.5.3 Presentación

90 tabletas de 1,5 g.

1.5.6 PROTEIN FLAN

Figura 9. PROTEIN FLAN



Fuente: Quamtrax.com (2015)

Concentrado de proteína de clara de huevo en polvo, Con esta receta podrás preparar un flan de un sabor extraordinario y de fácil elaboración.

1.5.6.1 Ingredientes

Alubumina de huevo, gelatina, maltodextrina, aceite de girasol y beta caroteno.

1.5.6.2 Modo de Empleo

Disolver 40g (1dosificador) de producto en 250 cc de agua fría añadir a un molde adecuado y dejar reposar durante 15-30 minutos preferiblemente en frigorífico desmontar y comer.

1.5.6.3 Presentación

360 gr.

1.5.6.4 Sabor

Cookies

1.5.7 ISO PRO

Figura 10. ISO PRO



Fuente: Quamtrax.com (2015)

Isopro es la proteína ideal tanto para competidores profesionales como para aquellas personas que estén realmente comprometidas con su salud. Tiene el mayor porcentaje de aminoácidos ramificados (BCAA) por toma y el más alto valor biológico de las proteínas modernas. Además para hacer de Isopro un producto perfecto, los expertos de Quamtrax han incluido en su fórmula agentes voluminizadores, recuperadores y facilitadores de la síntesis proteica como: la L-Glutamina, la L-Taurina, la L-Carnitina, ZMA, vitaminas y minerales. Al incluir todos estos nutrientes Isopro se convierte, sin duda, en el mejor suplemento de proteínas del mercado. Quamtrax.com (2015)

Este es uno de los productos más importantes de la línea QUAMTRAX NUTRITION ayuda al buen funcionamiento muscular y a mejorar el sistema inmunológico.

1.5.7.1 Ingredientes

Islado de Proteína de Suero de leche (CFM), L-Glutamina, aromas, L-Taurina, L-Carnitina tartrato, edulcorantes: sacarina y sucralosa; antiapelmazante: Dióxido de Silicio; y mezcla de vitaminas y minerales: óxido de magnesio, fosfato bicálcico, gluconato de hierro, sulfato de zinc, vitamina A (acetato de retinilio), vitamina C (ácido ascórbico), vitamina E (acetato de DL-alfa tocoferilo), vitamina B1 (Tiamina HCl), vitamina B2 (Riboflavina), vitamina B9 (ácido Pteroilmonoglutámico), vitamina B3 (Nicotinamida), vitamina B5 (pantotenato de calcio), vitamina B6 (Piridoxina HCl), yoduro potásico, vitamina D (Colecalciferol), vitamina B12 (Cianocobalamina) y Biotina (D-Biotina). Quamtrax.com (2015)

1.5.7.2 Modo de empleo

Mezcle 40 gr (3 cazos rasos) con 300 ml de agua, 2 veces al día. Tomarlo con el estomago vacío entre las principales comidas, especialmente después de entrenar.

1.5.7.3 Presentación

2 Lb. (907gr.), 5 Lb. (2267gr.), 8 Lb. (3630gr.).

1.6 Ventajas competitivas

¿Por qué elegir QUAMTRAX NUTRITION frente a las otras marcas de suplementos deportivos?

QUAMTRAX NUTRITION, cuenta con alto grado de innovación y calidad en todos sus productos. Ya que trabaja en el desarrollo de cada uno, día tras día. Nuestras formulas nacen, de estudios hechos en laboratorios, que hacen que nuestros productos sean eficaces al momento de entrenar y den resultados rápidos, pero saludablemente para nuestros clientes; para así generarles un alto grado de satisfacción.

Nuestra compañía tiene como objetivo principal que nuestros clientes sientan la confianza y la fiabilidad de que están consumiendo un producto de alta calidad. Seguro para su salud y sin efectos secundarios. Ya que, con su alto grado de innovación, calidad desde sus materias primas y su pureza. Permite que nuestros clientes tengan la certeza de que el producto va a salir sanamente y naturalmente de sus organismos. Protegiendo sus riñones y dándoles la fuerza y crecimiento a sus músculos.

Nuestro servicio al cliente se destaca por ser rápido, fácil y eficaz. Ya que contamos con una amplia cobertura, para así suplir los requerimientos, dudas y/o necesidades de nuestros clientes.

¿Qué Garantía puede ofrecer QUAMTRAX NUTRITION?

Nuestra compañía ofrece productos de alta calidad y pureza. Con los mejores ingredientes testados científicamente y deportivamente. Haciendo que los productos QUAMTRAX NUTRITION. Sean 100% seguros para nuestros clientes. Garantizándoles así resultados rápidos para sus Músculos. Sin ningún tipo de efecto secundario para sus organismos.

¿Al comprar un producto QUAMTRAX NUTRITION que beneficios obtengo?

Nuestros clientes QUAMTRAX NUTRITION, Cuentan con el acompañamiento desde el primer momento que compran nuestros productos. Ya que contamos con una red de asesores que están dispuestos a responder cada pregunta y/o información adicional acerca de nuestros productos. Por lo cual nuestros consumidores conocerán: ¿cómo? ¿Cuándo? y ¿Cuánto? Deben de consumir cada producto para así obtener resultados rápidos y eficientes.

¿Cómo puedo obtener productos QUAMTRAX NUTRITION?

Nuestros productos pueden conseguirse en las principales tiendas de suplementos de nutrición deportivas y/o en nuestro sitio on-line, donde nuestros clientes pueden obtener fácil y eficazmente nuestros productos. Por otro lado encontrar información necesaria y nuestros puntos de ventas más cercanos.

1.7 Trámites y Costos

QUAMTRAX SUPLEMENTOS DEPORTIVOS será constituida como una empresa S.A.S. con un capital de \$60'000.000 de pesos, y al ser constituida como sociedad S.A.S. debe contar con un procedimiento de registros y algunos de estos registros o documentos tiene un costo.

En Colombia el monto para el registro de la empresa lo determina cada uno de los socios y el valor a pagar por el registro depende del valor registrado y este valor corresponde al 0.7% del valor del capital suscrito, según lo menciona el artículo de la revista Mprende de Agosto de 2015.

Para los registros que se van a relacionar en la tabla siguiente, no deben ir todavía costos de contadores o abogados, ya que la cámara de comercio de la facilidad y el apoyo necesario para el registro de la empresa.

La mayoría de los trámites se puede realizar de forma virtual pero posteriormente se requiere la firma de validación de uno de los socios.

Tabla 3. Costos Constitución de la Empresa

Procesos	Costo	Periodicidad
Consulta del nombre de la empresa	\$0	Único
Solicitud Pre-RUT	\$0	Único
Autenticación notaría, 3 socios	\$3.450 x 3 \$10.350	Único
Registro en Cámara de Comercio	0.7% del valor suscrito \$420.000	Único
Derechos de inscripción	\$32.000	Único
Formulario de registro	\$4.000	Único
Apertura de cuenta bancaria	0\$	Único
Matrícula, primer año	0\$	Único
Certificados de existencia y representación legal	2 x \$4.300 \$8.600	Relativo
Inscripción de libros	\$10.300	Relativo
Trámites ante la DIAN	0\$	Único
Bomberos	0\$	Único
Estudio de suelos	0\$	Relativo
	\$485.250	

Fuente: mprende.co, ¿Cuánto me cuesta crear una empresa en Colombia? (12 Agosto de 2015)

CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

2.1 Entorno

En Colombia hace poco llego la moda fitness, entrando al mercado como uno de los más apetecidos para los jóvenes y con gran recibimiento, ya que hizo que muchas personas empezaran a querer tener un estilo de vida diferente, comprando maquinaria deportiva, asociándose a gimnasios, comprando alimentos orgánicos, suplementos deportivos entre otras que les ayudaría a lograr su objetivo principal.

Esta moda llego con intenciones de ser en nuevo “HIT” del momento y aprovechar el máximo todo eso para obtener excelentes ganancias y permanecer en el mercado por mucho tiempo, incluso ha logrado dar una impacto bueno para la gente, pues induce a una vida más saludable lo que proporciona un estilo de vida donde nos permite reducir enfermedades y tener un excelente calidad de vida;

Los pioneros de esta moda fueron personas que tienen una gran facilidad de acceso al dinero pues para obtener este tipo de implementos necesarios para lograr lo que se necesita, se necesita de mucha inversión.

El entorno socio-cultural ayudo a que este obtuviera resultados eficientes y tuviera una buena acogida en toda Colombia, pues la gente empezó a dar su voz a voz mostrando sus resultados y promocionando las diferentes ayudas que hicieron que lograra tener su cuerpo escultura con los diferentes medios de comunicación que ahí se entrelazo con el entorno tecnológico, propiciando relación comercial por estos medios como Facebook, Instagram y WhatsApp dándole más facilidad y accesibilidad de obtener productos, accesorias, implementos deportivos, ropa deportiva Etc.

Colombia hoy en día ocupa el cuarto lugar de América Latina en cantidad de gimnasios y usuarios Fitness y se dice que tiende a aumentar cada vez más con la llegada de nuevos establecimientos que promuevan el ejercicio y nuevas empresas que promuevan el consumo de alimentos sanos, el auge de este nuevo estilo de vida atraerá

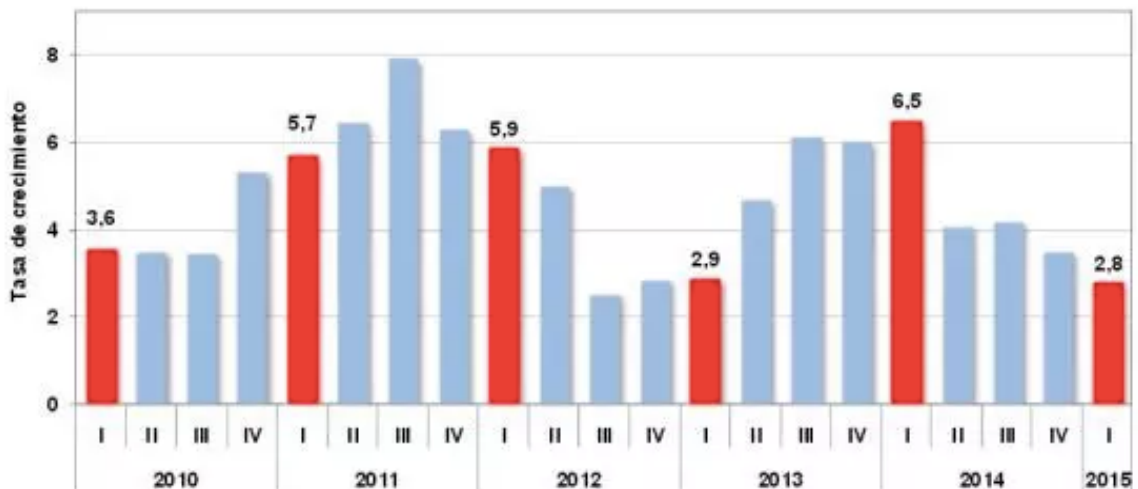
nuevas empresas y estimulará la apertura de nuevos establecimientos y franquicias, según lo menciona el artículo del periódico Portafolio de Mayo 1 de 2015.

Este artículo habla de que el entorno Colombiano está aceptando cada vez más la vida saludable y que cada día se está expandiendo, la industria de suplementos deportivos también crece mundialmente y se está mejorando constantemente a fin de que los clientes se sientan satisfechos y quieran seguir consumiéndolos cada vez más.

En cuanto al crecimiento económico, el PIB colombiano ha incrementado un 2.8% en el primer trimestre del año 2015, ha sido el más bajo después del primer trimestre del 2013, pero aunque ha decrecido, Colombia sigue en el primer puesto de crecimiento entre los países de América Latina, según lo menciona el artículo de la revista Dinero de Junio 12 de 2015.

En el gráfico 2.1 se observa la tasa de crecimiento anual del Producto Interno Bruto Colombiano desde el año 2010 hasta el primer trimestre del año 2015

Gráfica 1. Producto interno bruto 2010 – 2015



Fuente: DANE (2015)

El artículo continúa mencionando que el sector de comercio ha caído un 5% pero que es el sector que más le aporta a la producción nacional y que es el que mejor datos reporta, esto es una buena noticia para nosotros ya que nos vamos a desempeñar en este sector teniendo en cuenta el auge que por estos momentos está pasando con la moda “fitness” y la alimentación saludable.

En cuanto a los factores que puedan afectar al crecimiento de la empresa y del reconocimiento de la marca, vemos que cada día entran al país nuevas marcas de suplementos deportivos y que cada día se ven más tiendas especializadas en la venta de estos productos, esto puede ser un factor negativo si nosotros fuéramos a comercializar marcas que ya están actualmente en el mercado, pero notamos que cada suplemento tiene un valor distinto y que hay muchos que se pueden encontrar a precios inferiores a los que nosotros vamos a manejar, por eso debemos mostrar que son productos de calidad y hacer que el cliente sienta la necesidad de comprarlo debido a que representa un valor agregado en comparación a los otros, ya sea por servicio, por calidad o por los rápidos resultados que está observando, por esta razón no vamos a competir en precio o en variedad, sino en la calidad de los productos y los buenos resultados que estos ofrecen.

Anteriormente para los productos de suplementos deportivos. Había una cierta estigmatización, ya que. Hace unos años atrás; las personas creían que dichos productos eran malos para el cuerpo humano. Debido, a que estos primeros productos que llegaban al mercado no eran del todo científicamente testados y algunas personas tomaban en exceso estos suplementos por desconocimiento, lo cual producían en las personas una serie de efectos secundarios como insuficiencias renales o intoxicaciones vitamínicas. Generando así graves problemas de salud.

Como lo afirma el deportólogo Jorge Iván Palacio Uribe, la cultura fitness en Medellín está haciendo que hoy los jóvenes ganen masa muscular a cualquier costo. “Están generando una sobrecarga de proteínas que hace que terminen en daños renales, alteraciones en la presión arterial y aumento exagerado del metabolismo”.

Actualmente; en el mundo ha venido creciendo una nueva cultura, la cual se denomina “cultura fitness”. Dicha cultura trata de personas que cuidan de su cuerpo

físicamente. Algunas de estas personas recurren a suplementos deportivos para así mantener sus esbeltas figuras y/o obtener resultados más rápidos. Las cuales se asesoran por gente profesional como los deportólogos y/o nutricionistas. Que les recetan proteínas y vitaminas de origen puro y natural. Por lo cual les ofrecen suplementos deportivos testados científicamente y deportivamente comprobados, los cuales son confiables y seguros para su consumo. Por tal motivo van hacer esenciales para el desarrollo del cuerpo de nuestros consumidores.

Como lo afirma el nutricionista deportivo Andrés Felipe Zapata aseguró que “En estos suplementos podemos encontrar beneficios como reparación del tejido muscular, incremento en la síntesis de proteínas, control del apetito y saciedad, retraso de la fatiga, reparación del glucógeno y niveles de energía”.

QUAMTRAX NUTRITION; Proporciona dichos estándares de calidad y confiabilidad para el consumo humano, de esta creciente cultura fitness. Otorgando el 100% de seguridad de que está hecho de materias primas puras y seguras, para el consumo humano. Sin efectos secundarios que afecten la salud. Lo cual es demostrado con nuestras certificaciones fitosanitarias y de consumo humano. Las cuales son cumplidas dependiendo del país, en el que nuestro producto se encuentre. Ya que si estos requisitos no se cumplen, puede afectarse considerablemente el consumo de estos suplementos y/o la salud de nuestros consumidores.

Para el futuro QUAMTRAX NUTRITION. Espera cada día mejorar en la elaboración de sus productos e innovar. Para así incrementar la fuerza y el crecimiento rápido de los músculos, de las personas que desean tener figuras esbeltas y bien definidas. Siempre pensando en la salud y en el bienestar del cuerpo. Por otro lado contamos con empaques amigables para el medio ambiente. Supliendo así también la necesidad de cuidar nuestro planeta de productos que contaminen y que no sean biodegradables.

2.2 Sector o industria

Nuestra empresa pertenece al sector secundario. En el subsector de industrias de bienes de consumos, ya que nos dedicaremos a la comercialización de productos alimenticios ya transformados.

Los suplementos deportivos o nutrición deportiva, se encuentra actualmente en el sector deportivo, donde abarcaremos un amplio mercado para vender nuestros productos. Ya que en los últimos años se ha venido incrementando considerablemente la preocupación por los colombianos en tener un cuerpo esbelto y bien definido.

2.2.1 Rentabilidad Del Sector

Según un estudio que realizo la revista Dinero, el sector de los suplementos alimenticios aumenta en un 16% anualmente debido al consumo registrado desde el año 2008 hasta 2013, lo que representa una buena oportunidad de negocio en este sector.

Por tal motivo los suplementos deportivos han venido de la mano con una nueva industria en Colombia. La industria de los gimnasios. En Colombia en los últimos años, han venido creciendo diferentes gimnasios, debido al “boom” de la cultura “fitness”; un ejemplo concreto es BODYTECH que actualmente cuenta con 72 sedes en Colombia, de las cuales hay 15 sedes en Medellín. Esto nos demuestra, que podemos encontrar un gran mercado para los distribuidores de suplementos deportivos. Ya que desde hace unos años ha venido creciendo una nueva cultura entre los deportistas como lo es “la cultura fitness”. La cual es una constante consumidora de gimnasios y suplementos deportivos. Para así mejorar, más rápido sus figuras y cuerpos.

Nuestra compañía tiene gran posibilidad en ser una empresa rentable y exitosa. Ya que nos encontramos en una era donde nuestros clientes quieren llevar una vida más fitness y saludable. Lo cual convierte a nuestro producto, en un producto de consumo diario y de necesidad para personas amantes del fitness.

Según el periódico el portafolio “con respecto al tamaño del mercado, Colombia ocupa el tercer lugar con un gasto anual de 199.3 millones de dólares. En este sector. Lo cual nos demuestra una gran oportunidad para ingresar en él.

Una ventaja que permite, que nuestro producto sea rentable, es la fácil distribución a los diferentes locales ubicados, en los diferentes sectores de la ciudad como lo son gimnasios y zonas deportivas de la ciudad que diariamente están llenos de personas con el deseo de cambiar sus cuerpos y con una gran pasión por el deporte.

Otra ventaja para ser una empresa rentable, es que nuestro producto actualmente no se encuentra disponible en Colombia, por lo cual seríamos el principal proveedor de QUAMTRAX NUTRITION, proporcionándonos una gran ventaja frente a los otros distribuidores de suplementos deportivos que no cuentan con este producto.

2.2.2 Tamaño del sector

Hoy en día el consumo de suplementos deportivos en Colombia y en el mundo ya no es solamente para los deportista o fisiculturistas. Al pasar del tiempo esto ha venido cambiando, ya que una gran parte de la población relacionada con la actividad física, han venido consumiendo estos suplementos para mejorar su aspecto físico más rápido pero sanamente.

En el mundo actual, al hacer un estudio de la población, vemos que las personas ya no consideran solo obtener las vitaminas y proteínas para su cuerpo solo por parte de los alimentos, si no que ya tienen presente otras alternativas como lo son productos que contengan altos niveles de vitaminas o proteínas para así acelerar el crecimiento de sus músculos o la tonificación de los mismos. Por tal motivo hoy en día las personas tienen muy presente este complemento como una dieta diaria y necesaria para sus cuerpos.

Por consiguiente este sector nos ofrece, una gran posibilidad, en la población que van a consumir estos suplementos diariamente. Ya que en los últimos años ha venido creciendo la cultura del fitness y del sentirse bien con su cuerpo. Creando así modelos a seguir en cuanto a la apariencia física. Otorgándonos la posibilidad de satisfacer esas necesidades.

2.2.3 Tendencias de crecimiento

Una de las tendencias importantes de crecimiento que tiene la comercialización de suplementos deportivos. Ha sido que los consumidores están optimizando su tiempo, para así encontrar productos y servicios que satisfagan sus múltiples necesidades. Estos consumidores cada día buscan productos de calidad que no afecten su salud, por lo contrario que mejoren y hagan rendir su cuerpo al máximo. Según es mencionado en el artículo del periódico el Portafolio de Septiembre del 2014.

La tendencia de crecimiento para nosotros QUAMTRAX NUTRITION es alta, debido a que las personas, quieren verse bien físicamente y con cada producto que obtienen de nosotros están a un paso más rápido y adelante para conseguirlo.

2.2.4 Factores claves de éxito para el negocio

Principalmente para que la comercialización de suplementos deportivos sea éxito, debemos tener en cuenta: creer en los productos que vamos a ofrecer, ya que si no empezamos por este tema nuestros clientes no van a creer que nuestros productos son buenos, confiables y lo más importante que son de calidad.

Debemos enfocarnos en nuestros consumidores; de tal manera que conozcamos que quieren lograr con nuestro producto, qué expectativas tienen de ellos y lo más importante que nuestro producto satisfaga su necesidad.

Por lo cual debemos tener una buena publicidad de cada uno de los productos, para así que nuestro consumidor final, pueda informarse de cada uno de ellos y que este seguro que lo que busque satisfaga su necesidad.

El servicio al cliente es una de nuestras prioridades. Por lo cual hacemos que nuestros clientes. Sientan un acompañamiento y un debido asesoramiento en cada uno de nuestros productos. Para así lograr que se sientan seguros y tengan la plena certeza que están consumiendo un producto de calidad y lo más importante, que lo va ayudar a lograr un resultado eficaz y sanamente. Satisfaciendo plenamente sus necesidades.

2.2.5 Cadena de valor de la industria

Nuestra cadena de valores tiene como prioridad comercializar suplementos deportivos a todo tipo de personas que estén en el ámbito deportivo. Por lo cual vamos a entregar y apoyar cada uno de nuestros productos. Por tal motivo es necesario evaluar nuestros productos que vamos a vender en nuestra tienda ya que esto puede hacer y deshacer nuestro negocio.

Para poder incursionar en un mercado específico, es importante hacer la diferencia, ya que actualmente existe una fuerte competencia a nivel nacional. Por lo cual vamos a tratar de ofrecer algo único que hoy en día no existe en Colombia como lo es QUAMTRAX NUTRITION. De tal manera que vamos a tener una línea de productos de alta calidad, y una alta calidad en nuestros servicios de asesoramiento de nuestros productos, que va hacer muy difícil de encontrar con otros comercializadores y marcas de suplementos deportivos. De esta manera nuestros consumidores van a ir a nuestra tienda para conseguirlos debido a su gran valor agregado en sus fórmulas, eficacia y asesoramiento.

Por otro lado hay que tener presente en nuestra cadena de valor. Los gastos de publicidad. Lo cual es una parte esencial para la venta de nuestros productos. De tal modo que determinara, si nuestra empresa tiene un costo alto o bajo con relación a los competidores.

2.2.6 Barreras de ingreso o salida

Actualmente Colombia cuenta con un acuerdo comercial con la unión europea favoreciéndonos al momento de importar nuestros productos de España. Lo cual favorece a QUAMTRAX NUTRITION al momento de realizar todas sus importaciones de sus suplementos deportivos.

2.2.7 Competidores

Nuestra compañía se caracteriza por ser una empresa responsable con el cuidado de la salud de nuestros consumidores. Por tal motivo somos reconocidos a nivel internacional. Pero también contamos con una fuerte competencia en el mercado meta que va hacer Colombia. Los cuales están en la siguiente imagen.

Figura 11. Principales Competidores



Fuente: Practicavida.com (2014) las mejores marcas y suplementos deportivos de 2014

2.2.8 Poder de negociación de los clientes y proveedores

En el poder de negociación con nuestros clientes y proveedores, existen varios factores los cuales son: Desde el momento que se negocié con el proveedor. Debemos tener claro los precios de la importación hasta Colombia. Para así poder tener un presupuesto y todo esto con el fin de que nuestro proveedor en España, nos de precios competitivos y favorables. Para poder distribuir los suplementos en Colombia y ganar este mercado. Haciendo así que la marca sea reconocida a nivel nacional; de tal modo que, los clientes al momento de comprar; Sientan que es un producto de calidad y con grandes beneficios para sus cuerpos. Por lo cual van a comprar no solo por el servicio prestado en los diferentes puntos de venta, también lo van hacer por el tipo del producto sin pensar tanto en el precio sino en el beneficio que les va a traer los productos adquiridos y confien en ellos.

2.2.9 Amenaza de nuevos productos sustitutos

Actualmente existen muchos competidores en el ámbito de suplementos deportivos que cuentan con productos diferentes o con una línea de venta más completa que la nuestra. Que pueden volverse sustitutos de los nuestros. Lo cual prometen una fuerte competencia en el futuro.

Por el momento QUAMTRAX NUTRITION tiene productos nuevos e innovadores en Colombia con grandes posibilidades que sean un éxito total. Por sus excelentes formulas en sus productos, sanos y totalmente efectivos para sus consumidores

CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1 Objetivos de Mercadeo

3.1.1 Objetivos a corto plazo

- Poner al menos 2 de los 7 productos que nuestro portafolio ofrece en cada gimnasio reconocido de Medellín.
- Ser reconocidos en Antioquia como la marca líder en suplementos deportivos de la mejor calidad.
- Realizar diferentes tipos de publicidad, donde el cliente pueda reconocer nuestra marca y elegirnos.

3.1.2 Objetivos a mediano plazo

- Expandir nuestro producto a las diferentes regiones de Colombia.
- Que nuestro producto este en todos las grandes cadenas de supermercado en Colombia.
- Ser el principal proveedor de la marca en las principales ciudades de Colombia.
- Aumentar nuestro portafolio de productos que QUAMTRAX NUTRITION ofrece.

3.1.3 Objetivos a largo plazo

- Ser reconocidos en Colombia como la marca líder en suplementos deportivos de la mejor calidad.
- Ser el principal proveedor de QUAMTRAX NUTRITION en Latinoamérica.
- Realizar convenios o alianzas con comercializadoras o distribuidoras de Centroamérica.

3.2 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

El mercado meta en el cual se va a enfocar la empresa QUAMTRAX SUPLEMENTOS DEPORTIVOS S.A.S principalmente será la ciudad de Medellín y paulatinamente al ir incrementando sus ventas y su demanda, se pensará en llevar estos productos a otras ciudades en Colombia.

La ciudad de Medellín se escogió porque se ha visto que en los últimos años ha tenido un crecimiento en cuanto a gimnasios y estilos de vida saludable, tanto así que los eventos deportivos del país toman como sede principal a Medellín ya que es la que más demanda tiene en cuanto a deporte, y esto ayuda a la empresa a enfocar los productos de la línea QUAMTRAX NUTRITION a este tipo de personas, ya que uno de los requisitos más importantes para poder consumir estos productos y ver resultados es que la persona esté practicando algún deporte.

Para llegar a la conclusión final de que Medellín será la ciudad seleccionada se hizo un estudio entre las ciudades de Medellín y Cali para ver cuál sería la mejor opción para la venta de estos suplementos y nos encontramos con una encuesta realizada por unos estudiantes de la Universidad Autónoma de Manizales para la tesis de la Maestría en Intervención Integral en el Deportista (2013) la cual habla de que en Medellín el 56,2% de los encuestados realiza actividad física y el 43,7% es sedentario, pero en cuanto a la ciudad de Cali, siete de cada diez habitantes no realiza actividad física y se consideran sedentarios, según lo menciona un proyecto de nutrición y actividad física en América latina y el caribe, (Marzo 2010) es decir que el 70% de los Caleños es sedentario y solo el 30% realiza actividad física.

Las tablas que se muestran a continuación explican los datos expresados anteriormente,

Tabla 4. Deportistas en General en Medellín

MEDELLIN	POR CEN TAJE	CIFRAS	FUENTE
Población	N/A	2.368.282	Medellin.gov.co
Población que practica actividad física	56,2%	1.330.974	Repositorio.autonoma.edu.co
Población sedentaria	43.7%	1.034.939	Repositorio.autonoma.edu.co

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Deportistas en General en Cali

CALI	PORC ENTA JE	CIFRAS	FUENTE
Población	N/A	2.369.829	Planeación.cali.gov.co
Población que practica actividad física	30%	710.948	Cls.org.co
Población sedentaria	70%	1.658.880	Repositorio.autonoma.edu.co

Fuente: Elaboración propia

Se puede concluir que la ciudad de Medellín da mejores resultados en cuanto a la cantidad de deportistas que tiene en la ciudad y que es más competitivo para iniciar un negocio como estos que esta dirigido principalmente a personas que tienen una actividad física constante.

3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios

La empresa QUAMTRAX SUPLEMENTOS DEPORTIVOS S.A.S se va a enfocar principalmente a las personas que practican deporte constantemente, ya que estas son las que en realidad quieren ver cambios en su cuerpo, pero la línea de productos QUAMTRAX NUTRITION tiene un valor elevado en comparación a otros suplementos deportivos, lo que hace que no todas las personas de todos los niveles socioeconómicos puedan consumirla.

QUAMTRAX NUTRITION tendrá como clientes a hombres y mujeres con rangos entre 20 y 49 años, con estrato socioeconómico de 3 a 6 y principalmente deportistas activos.

La forma de pago de los productos será de contado, se harán descuentos en épocas estratégicas del año, como por ejemplo en épocas de festividades y cuando se hagan inauguraciones de tiendas.

El servicio será personalizado, donde habrá una persona asesorando a cada uno de los compradores y ayudándolos a elegir el mejor suplemento de acuerdo a sus necesidades, los productos son de muy buena calidad y son reconocidos mundialmente por sus buenos resultados.

Para impulsar el producto, se darán muestras sin valor comercial de productos seleccionados durante el día de apertura y se ofrecerá asesoramiento de un especialista que le dirá a todos los que quieran preguntar, el producto que deben consumir, la regularidad con la que lo deben hacer y las cantidades necesarias durante un periodo de tiempo.

Estos productos tienen una frecuencia de compra relativa, ya que los tamaños y las cantidades varían de acuerdo a la persona y al producto que se esté consumiendo, pero este producto es de uso constante, es decir, se debe estar renovando cada que se consuma a fin de mantener los resultados deseados.

La mayoría de los productos de la línea QUAMTRAX NUTRITION tienen una frecuencia de uso diaria ya que en algunos casos reemplazan comidas en el día, aunque la cantidad y frecuencia de consumo varía dependiendo de la persona y de los objetivos que se quieran lograr, todos los que consuman los suplementos lo hacen pensando en su salud y bienestar físico, y esto solo se logra con disciplina y con un uso constante de los productos.

Los productos serán vendidos en la ciudad de Medellín inicialmente, y como va dirigido a los estratos 3, 4, 5 y 6 se escogió como punto inicial el centro comercial Santa Fe Medellín y el Tesoro, ya que están bien ubicados geográficamente y según la página web Marketmedios.com.co tienen un tráfico promedio mensual de 350.000 y 310.000 personas respectivamente.

3.4 Cuantificación de los Clientes Potencial de Bienes y/o Servicios

Tabla 6. Medellín en Cifras

Medellín				
Grupo de Edad	Hombres	Mujeres	TOTAL	%
< 1 Año	15.045	14.501	29.546	1,25
De 1 Año	14.914	14.369	29.283	1,24
De 2 Años	14.897	14.267	29.164	1,23
De 3 Años	14.915	14.212	29.127	1,23
De 4 Años	14.982	14.224	29.206	1,23
Subtotal 1- 4	59.708	57.072	116.780	4,93
De 5- 9	76.873	72.949	149.822	6,33
De 10-14	83.807	81.191	164.998	6,97
Subtotal 5-14	160.680	154.140	314.820	13,29
De 15-19	95.483	91.559	187.042	7,90
De 20-24	103.432	100.776	204.208	8,62
De 25-29	92.784	98.127	190.911	8,06
De 30-34	77.948	88.557	166.505	7,03
De 35-39	66.386	79.518	145.904	6,16
De 40-44	80.673	95.798	176.471	7,45
Subtotal 15-44	516.706	554.335	1.071.041	45,22
De 45-49	88.644	107.866	196.510	8,30
De 50-54	78.571	98.691	177.262	7,48
De 55-59	61.849	77.892	139.741	5,90
Subtotal 45-59	229.064	284.449	513.513	21,68
De 60-64	47.751	61.453	109.204	4,61
De 65-69	31.325	41.785	73.110	3,09
De 70-74	23.033	33.165	56.198	2,37
De 75-79	16.060	25.170	41.230	1,74
80 y Más	15.551	27.289	42.840	1,81
Subtotal 60 y Más	133.720	188.862	322.582	13,62
Total Medellín	1.114.923	1.253.359	2.368.282	100,0

Fuente: Medellin.gov.co (2015)

Tabla 7. Estratos Socioeconómicos en Medellín

Estrato de la Vivienda	Hombres	Mujeres	Total Población	%
1. Bajo bajo	142.686	156.165	298.851	12,62
2. Bajo	418.169	458.868	877.037	37,03
3. Medio bajo	332.183	369.782	701.964	29,64
4. Medio	108.851	126.970	235.821	9,96
5. Medio Alto	71.303	90.163	161.466	6,82
6. Alto	41.732	51.410	93.142	3,93
Total	1.114.923	1.253.359	2.368.282	100,00

Fuente: Medellin.gov.co (2015)

Las dos tablas expresadas anteriormente muestran respectivamente la cantidad de habitantes de la ciudad de Medellín expresadas por diferentes edades y la siguiente muestra el estrato socioeconómico de cada uno de los habitantes de la ciudad de Medellín.

Tabla 8. Perfil Cuantitativo

PERFIL	PORCENTAJE	CUANTITATIVO	FUENTE
Número de personas en Colombia	N/A	48,286,072	DANE
Número de personas Valle de aburra	N/A	3,777,009	Antioquia.gov.co
Número de personas en Medellín	N/A	2,368,282	DANE- Antioquia.gov.co
Edad 20-49	45.63%	$2,368.282 \times 45.63\% = 1'080.647$	Medellin.gov.co
Estrato 3-6	50.35%	$1'080.647 \times 50.35\% = 544.105$	Medellin.gov.co

Personas que practican actividad física en Medellín entre los 20-49 años que viven en estrato 3-6	52.6%	544.105 x 52,6% = 286.199	Repositorio.autonoma.edu.co
---	-------	---------------------------------	-----------------------------

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior se puede notar que actualmente en la ciudad de Medellín hay un promedio de 286.199 personas que están entre los parámetros escogidos de mercado al que se le quiere vender, pero nosotros no pretendemos venderle a cada una de estas persona, por lo que decidimos vender los productos en dos centros comerciales de la ciudad, en Santa Fe y en el Tesoro, en la tabla siguiente vamos a ver a cuántas personas estimamos vender en cada uno de esos centros comerciales.

Para el siguiente estudio se van a tomar los datos encontrados anteriormente, y se va a sumar un estudio que revela el periódico El portafolio en su artículo “17% de clientes de centros comerciales van a pasear” (Mayo 2012) donde menciona:

“El 23 por ciento dice que acostumbra comer o tomarse un café, otro 17 por ciento disfruta pasear por los locales, a un 15 por ciento le gusta ir a cine, en tanto que otro 12 por ciento aprovecha servicios de juegos, gimnasio o peluquería. Las diligencias bancarias también son una actividad que prefiere hacer en estos lugares el 4 por ciento de los consultados. Otro 3 por ciento los visita atraído por los eventos y los conciertos.

Según esta información solo nos resta decir que solamente el 26% de las personas que visitan un centro comercial adquieren algún producto y el 74% restante no lo hace.

Tabla 9. Mercado Meta

PERFIL	PORCENTAJE	SANTA FE	EL TESORO	FUENTE
Flujo de personas mensual	N/A	350.000	310.000	Marketmedios.com.co
Edad 20 – 49 años	45.63%	$350.000 \times 45.63\%$ = 159.705	$310.000 \times 45.63\%$ = 141.453	Medellin.gov.co
Estrato 3-6	50.35%	$159.705 \times 50.35\%$ = 75.879	$141.453 \times 50.35\%$ = 71.221	Medellin.gov.co
Porcentaje de personas que practican deporte y que tienen 20 – 49 años y viven en estrato 3-6	52.6%	$75.879 \times 52.6\%$ = 39.912	$71.221 \times 52.6\%$ = 37.462	Marketmedios.com.co
Promedio de personas que van a un centro comercial a comprar	26%	$39.912 \times 26\%$ = 10.377	$37.462 \times 26\%$ = 9.740	Portafolio.co

Figura 12. Información Censo



Fuente: DANE (2015)

3.5 Mercado Competidor

Como en todo negocio existen un sin números de competidores algunos nacionales e internacionales, desafiando a nuevas empresas como lo es QUAMTRAX NUTRITION. Solo con un buen servicio y productos de excelente calidad, nuestra empresa se convertirá en una fuerte competencia en este mercado.

Tabla 10. Competidores del Negocio

EMPRESA	PAG. WEB	PRODCUTOS	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	PRECIOS	FORTALEZAS Y DEBILIDADES	CANALES DE DISTRIBUCIÓN
MEDELLIN FIT	medellinfит.com	PROTEINAS, QUEMADORES, CREATINAS, AMINOACIDOS.	ALTA	DESDE \$50.000 HASTA \$400.000	BUENA POPULARIDAD, BUENA VARIEDAD, EXCELENTE PAGINA WEB,	ENVIOS NACIONALES POR SERVIENTREGA, CARRITO DE COMPRA, COTIZACION VIA WHATSAPP
TU PROTE COLOMBIA	tuprote.co	PROTEINAS, QUEMADORES, CREATINAS, AMINOACIDOS.	MEDIA	DESDE \$10.000 HASTA \$350.000	NO CUENTA CON TANTA POPULARIDAD, BUENA VARIEDAD, REGULAR PAGINA WEB,	CARRITO DE COMPRA, CUENTA CON TIENDAS EN BOGOTA, MEDELLIN, CARTAGENA, BUCARAMANGA
NUTRICIÓN ONLINE	nutriciononline.com.co	PROTEINAS, QUEMADORES, CREATINAS, AMINOACIDOS.	BAJA	DESDE \$10.000 HASTA \$500.000	NO CUENTA CON TANTA POPULARIDAD, BUENA VARIEDAD, BUENA PAGINA WEB,	SOLO ENVIOS ONLINE, PROPAGANDA POR REDES SOCIALES
JOTA SUPLEMENTOS	jotasuplementos.com	PROTEINAS, QUEMADORES, CREATINAS, AMINOACIDOS.	ALTA	DESDE \$50.000 HASTA \$350.000	BUENA POPULARIDAD, BUENA VARIEDAD, BUENA PAGINA WEB	LOCALES EN MEDELLIN Y EN ENNVIGADO COTIZACION VIA E/MAIL

Fuente: Elaboración Propia

3.6 Mercado Distribuidor

QUAMTRAX NUTRITION va a contar con dos sedes principales, una tienda en el centro comercial SANTAFE y otra tienda en el centro comercial EL TESORO. Donde distribuiremos nuestros productos y contaremos con un servicio personalizado para nuestros clientes. En donde realizaremos distintas campañas publicitarias para llamar la atención de nuestros consumidores y en las fecha de inauguración tendremos ofertas especiales.

Posteriormente a la inauguración de estas dos tiendas. Empezaremos a distribuir nuestros productos en pequeños puntos de venta, en los principales gimnasios de BODYTECH. Ya que a este gimnasio van potenciales clientes, con el suficiente poder adquisitivo para comprar nuestros productos. Ya que nuestros productos van a ser de gama alta en el sector de los suplementos deportivos por su calidad y eficacia.

Nuestra empresa se va a caracterizar por brindar productos de grandes estándares de calidad y por una buena atención a nuestros clientes. Ya que en la tiendas y puntos de ventas. Vamos a contar con asesores altamente calificados, para el debido asesoramiento de nuestros productos, donde les van a explicar de cuanto deben tomar, que producto le beneficiará más para sus respectivas necesidades y así afianzar nuestro productos con nuestros consumidores finales.

3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación

3.7.1 Comunicación

3.7.1.1 Logo de la empresa

Figura 13. Logo



Fuente: Quamtrax.com (2015)

3.7.1.2 Slogan de la empresa

Figura 14. Slogan

**"IMPOSIBLE ES SÓLO UNA
PALABRA"**

Fuente: Quamtrax.com (2015)

3.7.1.3 Nombre Comercial de los Productos

- HCA PLUS
- PRO WHEY
- MEGA VITAMINS FOR WOMEN
- ISHOWHEY
- PURE CREATINE
- KRE-ALKALYN 3000
- SUPER C 1000
- VITAGRO CYTOLYTE
- ZMA
- OMEGA 3 – 6 – 9
- MULTIVITAMIN
- LUTEIN
- GRAPE SEED EXTRACT
- GLUCOSAMINE CHONDROITIN & MSM
- LIPOTROPIC FAT BURNER
- CO Q10
- CLA 1000
- ACID HYALURONIC
- WHEY MATRIX
- PROTEIN FLAN
- MASSIVE GAINER
- ISO PRO
- COLLAGEN
- 100% HYDROBEEF
- XTRA L-CARNITINE
- THERMO CUTS
- PURE CLA
- L-CARNITINE LONZA QUALITY
- L-CARNITINE & HCA PLUS

- L-CARNITINE 3000
- HCA FAT BLCKERS
- PEPTO PRO
- PRO HMB
- ENERGIZER

Estos son todo nuestro portafolio de productos que ofrece la empresa QUAMTRAX NUTRITION, pero nos enfocaremos primordialmente en manejar 7 productos que son:

- ISOWHEY
- HYDROBEEF
- MASSIVE GAINER
- COLLAGEN
- LIPOTROPIC FAT BERNER
- PROTEIN FLAN
- ISO PRO

3.7.2 Actividades de promoción y Divulgación

Tabla 11. Actividad de Promoción y Divulgación

ACTIVIDAD	VALOR	U	M	A	MES
Tarjetas de la empresa	6.000 = 588.000		X		Mensual
Volantes publicitarios	4.000 = 420.000		X		Primeros seis meses
Letrero iluminado	2 = 1.400.000	X			Primer mes

Valla publicitaria	2 = 8.000.000		X		Primeros tres meses
Pendón publicitario	2 = 380.000		X		Trimestral
Publicidad Facebook	300.000		X		Mensual
Publicidad Google	400.000		X		Mensual
Pagina Web	1.500.000	X		X	Único - Anual
Pasa calles	4 = 2.000.000			X	Primeros seis meses

Fuente: Elaboración e investigación propia.

3.8 Plan de Ventas

Tabla 12. Plan de Ventas Mes 1

PRODUCTO	CANTIDAD
ISOWHEY	100
HYDROBEEF	100
MASSIVE GAINER	100
COLLAGEN	120
LIPOTROPIC FAT BURNER	140
PROTEIN FLAN	100
ISO PRO	100
TOTALES:	760

Fuente: Elaboración e investigación propia.

Tabla 13. Plan de Ventas Mes 2

PRODUCTO	CANTIDAD
ISOWHEY	115
HYDROBEEF	115
MASSIVE GAINER	115
COLLAGEN	135
LIPOTROPIC FAT BURNER	155
PROTEIN FLAN	115
ISO PRO	115
TOTALES:	865

Fuente: Elaboración e investigación propia.

Tabla 14. Plan de Ventas Mes 3

PRODUCTO	CANTIDAD
ISOWHEY	130
HYDROBEEF	130
MASSIVE GAINER	130
COLLAGEN	150
LIPOTROPIC FAT BURNER	170
PROTEIN FLAN	130
ISO PRO	130
TOTALES:	970

Fuente: Elaboración e investigación propia.

Tabla 15. Plan de Ventas Mes 4

PRODUCTO	CANTIDAD
ISOWHEY	145
HYDROBEEF	145
MASSIVE GAINER	145
COLLAGEN	165
LIPOTROPIC FAT BURNER	185
PROTEIN FLAN	145
ISO PRO	145
TOTALES:	1075

Fuente: Elaboración e investigación propia.

Tabla 16. Plan de Ventas Mes 5

PRODUCTO	CANTIDAD
ISOWHEY	160
HYDROBEEF	160
MASSIVE GAINER	160
COLLAGEN	180
LIPOTROPIC FAT BURNER	200
PROTEIN FLAN	160
ISO PRO	160
TOTALES:	1180

Fuente: Elaboración e investigación propia.

Tabla 17. Plan de Ventas Mes 6

PRODUCTO	CANTIDAD
ISOWHEY	175
HYDROBEEF	175
MASSIVE GAINER	175
COLLAGEN	195
LIPOTROPIC FAT BURNER	215
PROTEIN FLAN	175
ISO PRO	175
TOTALES:	1285

Fuente: Elaboración e investigación propia.

Tabla 18. Plan de Ventas Mes 7

PRODUCTO	CANTIDAD
ISOWHEY	190
HYDROBEEF	190
MASSIVE GAINER	190
COLLAGEN	210
LIPOTROPIC FAT BURNER	230
PROTEIN FLAN	190
ISO PRO	190
TOTALES:	1390

Fuente: Elaboración e investigación propia.

Tabla 19. Plan de Ventas Mes 8

PRODUCTO	CANTIDAD
ISOWHEY	205
HYDROBEEF	205
MASSIVE GAINER	205
COLLAGEN	225
LIPOTROPIC FAT BURNER	245
PROTEIN FLAN	205
ISO PRO	205
TOTALES:	1495

Fuente: Elaboración e investigación propia.

Tabla 20. Plan de Ventas Mes 9

PRODUCTO	CANTIDAD
ISOWHEY	220
HYDROBEEF	220
MASSIVE GAINER	220
COLLAGEN	240
LIPOTROPIC FAT BURNER	260
PROTEIN FLAN	220
ISO PRO	220
TOTALES:	1600

Fuente: Elaboración e investigación propia.

Tabla 21. Plan de Ventas Mes 10

PRODUCTO	CANTIDAD
ISOWHEY	235
HYDROBEEF	235
MASSIVE GAINER	235
COLLAGEN	255
LIPOTROPIC FAT BURNER	275
PROTEIN FLAN	235
ISO PRO	235
TOTALES:	1705

Fuente: Elaboración e investigación propia.

Tabla 22. Plan de Ventas Mes 11

PRODUCTO	CANTIDAD
ISOWHEY	250
HYDROBEEF	250
MASSIVE GAINER	250
COLLAGEN	270
LIPOTROPIC FAT BURNER	290
PROTEIN FLAN	250
ISO PRO	250
TOTALES:	1810

Fuente: Elaboración e investigación propia.

Tabla 23. Plan de Ventas Mes 12

PRODUCTO	CANTIDAD
ISOWHEY	250
HYDROBEEF	250
MASSIVE GAINER	250
COLLAGEN	270
LIPOTROPIC FAT BURNER	290
PROTEIN FLAN	250
ISO PRO	250
TOTALES:	1810

Fuente: Elaboración e investigación propia.

Tabla 24. Proyección

AÑO	MENSUAL	ANUAL
1	1.329	15.945
2	1.462	17.540
3	1.608	19.294
4	1.769	21.224
5	1.946	23.347

Fuente: Elaboración e investigación propia.

Para llegar a esta conclusión en la proyección, nos basamos en un incremento del 10% en las ventas anuales, y para la cifra mensual, promediamos las ventas anuales con el número de los meses del año.

CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL

4.1 Tratados Comerciales

Con nuestro país proveedor existen un acuerdo comercial con la Unión Europea ; El acuerdo entre la Unión Europea UE y Colombia entró en vigencia desde el 1° de agosto del 2013, Como novedad para este Acuerdo, mediante el Decreto 2247 de 2014 vigente desde el 8 de noviembre de 2014 estableció la desgravación para los productos provenientes de la Unión Europea y sus Estados Miembros, dentro de esta normativa se contemplaron cronogramas de desgravación, salvaguardias para productos agrícolas y salvaguardias bilaterales. Este Acuerdo entro en vigencia provisional el 1° de agosto del 2013 y en noviembre del 2014 entró en vigencia permanente. (Acuerdos comerciales 2015, Legiscomex)

4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

4.2.1 Posición Arancelaria General

21.06 preparaciones alimenticias no expresadas ni comprendidas en otra parte

Isowhey	}	2106.90
Collagen		
Lipotropic Fat Burner		
100% Hydrobeef,		
Iso Pro		
Massive Gainer		
Protein Flan		

4.2.2 Posición Arancelaria Colombia

Isowhey, Collagen, Lipotropic Fat Burner: 2106.90.79.00

100% Hydrobeef, Iso Pro: 2106.90.73.00

Massive Gainer: 2106.90.74.00

Protein Flan: 2106.90.10.00

Actualmente estas partidas arancelarias cuenta con un arancel general del 10% y el que da la unión europea es del 12.5% para 7 productos y 3.8% para 1 producto, por lo cual vamos a tomar el arancel general y el del acuerdo comercial solamente para el Flan que es del 3.8%.

4.3 Requisitos y Vistos Buenos

Tabla 25. Requisitos y Vistos Buenos

PARTIDA ARANCELARIA	2106.90.10.00	2106.90.73.00	2106.90.74.00	2106.90.79.00
GRAVAMEN	10%	10%	10%	10%
IVA	16%	16%	16%	16%
GRAVAMEN POR ACUERDOS INTERNACIONALES	3,8%	12,5%	12,5%	12,5%
REGIMEN DE COMERCIO	Libre importación	Libre importación	Libre importación	Libre importación
INDICE ALFABETICO	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica

ARANCELARIO				
DOCUMENTOS SOPORTE	INVIMA	INVIMA	INVIMA	INVIMA
DESCRIPCION DE MERCANCIA	Nombre comercial, otras características	Nombre comercial, otras características	Nombre comercial, otras características	Nombre comercial, otras características
CUPOS DE MERCANCIA	Tipo, cupo etc.	Tipo, cupo etc.	Tipo, cupo etc.	Tipo, cupo etc.

Fuente: DIAN

4.4 Capacidad Exportadora / Capacidad Importadora

Nuestro proveedor no cuenta con límite de exportaciones ya que cuenta con grandes plantas de producción y de un buen abastecimiento, en cuanto a nosotros, tenemos como capacidad de compra al comienzo de un máximo de 1.000 productos mensuales con un valor aproximado de 12.000€ EXW, que paulatinamente irá aumentando de acuerdo al incremento de las ventas y al plan de ventas mensual establecido anteriormente en el estudio de mercados.

De acuerdo a la cotización solicitada para los productos a importar determinamos los precios EXW y DDP de cada uno de los productos

Tabla 26. Valor EXW y DDP por unidad

COMPLEMENTOS DEPORTIVOS	# DE UNIDADES	VALOR X # UNIDADES USD	PESO(KG) X # UNIDADES	VALOR SUPLEMENTO X UNIDAD USD	PESO(KG) X # UNIDADES	TRANSPORTE X # 1KG USD	TRANSPORTE X # UNIDADES USD
WHEY	100	\$2.235,00	100	\$41,25	1,000	\$10,421	\$1.042,1
HYDROBEEF	100	\$4.185,00	200	\$64,35	2,000	\$10,421	\$2.084,2
MASSIVE GAINER	100	\$3.585,00	700	\$67,35	7,000	\$10,421	\$7.294,8
COLLAGEN	120	\$874,80	36	\$12,60	0,300	\$10,421	\$375,1
IPOTROPIC FAT BURNER	140	\$2.128,59	14	\$23,99	0,100	\$10,421	\$145,9
PROTEIN FLAN	100	\$1.185,00	36	\$20,25	0,360	\$10,421	\$375,1
WISO PRO	100	\$2.428,50	100	\$43,49	1,000	\$10,421	\$1.042,1
TOTALES	760	16621,89	1186	\$273,27	\$11,76	\$72,95	\$12.359,5

valor exw de la mercancia por todas las unidades

valor exw de la mercancia por unidad

TRANSPORT
E +
NACIONALIZACION
ALL IN EN
USD

TRM

TRANSPORT
E +
NACIONALIZACION
ALL IN EN
PESOS

\$12.359,54 \$2.975,13 \$36.771.238,24

TRANSPORTE X 1 UNIDAD USD	VALOR TOTAL X UNIDADES + TRANSPORTE USD	VALOR TOTAL X # UNIDADES + TRANSPORTE EN PESOS	VALOR TOTAL X UNIDAD + TRANSPORTE USD	VALOR TOTAL X UNIDAD + TRANSPORTE EN PESOS
\$10,42	\$3.277,12	\$9.749.857	\$51,67	\$153.728,529
\$20,84	\$6.269,24	\$18.651.802	\$85,19	\$253.458,449
\$72,95	\$10.879,84	\$32.368.933	\$140,30	\$417.405,923
\$3,13	\$1.249,96	\$3.718.803	\$15,73	\$46.787,963
\$1,04	\$2.274,49	\$6.766.894	\$25,03	\$74.458,935
\$3,75	\$1.560,16	\$4.641.688	\$24,00	\$71.407,973
\$10,42	\$3.470,62	\$10.325.545	\$53,91	\$160.377,945
\$122,55	\$28.981,43	\$86.223.522	\$395,82	\$1.177.625,72

lo que vale traer cada referencia por kilo

lo que nos cuesta cada referencia con todas las unidades en pesos

lo que nos cuesta cada producto una unidad ,con el transporte incluido y nacionalizacion **este seria el valor ddp de cada referencia x unidad**

Fuente: Agencia de carga Soul Logistics

4.5 Participación En Feria Especializada

Quamtrax Suplementos Deportivos en su primer año piensa asistir a la feria que se realiza anualmente en la ciudad de Medellín, dicha feria se llama Expofitness Colombia, una feria donde se reúnen los grandes del deporte y la salud. Expofitness Colombia se realiza en el centro de convenciones de Medellín (Plaza mayor) en los distintos pabellones. Esta feria se lleva a cabo en los días de Febrero 20 de 2016 hasta Febrero 22 de 2016.

Nuestra compañía ve una gran oportunidad en esta feria ya que a esta feria asisten personas amantes al deporte y a la cultura fitness. Donde podremos dar a conocer nuestros productos, precios y empezaremos a entablar y fidelizar una posible conexión con nuestros clientes.

Los beneficios que tienen las compañías que ingresan a esta feria para exponer sus productos son:

- Acceso imágenes de Expofitness para uso promocional y de publicidad (Sujeto a las correspondientes aprobaciones).
- 2 Stands de 9mts2 de expositor en Expofitness.
- 50 invitaciones al evento de Lanzamiento de Expofitness con Celebrities del Fitness.
- Logo corporativo en la Guía Oficial de Expofitness 2016.
- 3 horas de asesoría para el desarrollo de ideas para generar un máximo ROI.
- 100 boletas para la feria (divididas entre viernes, sábado y domingo).
- Oportunidad de presentar en la tarima principal una charla de 30 min.
- Oportunidad de incluir un (1) ítem en la bolsa de regalo de los visitantes.

Fuente: expofitness.com.co

En cuanto a los costos que se pueden general al participar en esta feria se pueden tener en cuenta los transportes, se van a designar tres empleados temporales para dar soporte a la exposición, y los gastos se determinan en la tabla 27:

Tabla 27. Costos y/o Gastos

Costo	Valor	Cantidad	Total
Pasajes	12.000 x día	3	36.000
Alimentación	30.000 x día	3	90.000
Inscripción	5.800.000	1	5.800.000
Montaje	5.000.000	1	5.000.000
Muestras	6.500.000	1	6.500.000
Salario	150.000 c/u	3	450.000
Total:			17.876.000

Fuente: Elaboración propia

4.6 Rutas de Acceso

Colombia cuenta con dos puertos de entrada con conexión desde España, y España tiene tres puertos de salida de mercancía con conexión con Colombia, el tiempo de tránsito aproximado es de 20 días con transbordo o de 14 directo, a continuación en la siguiente figura extraída de Colombiatrade.com.co se destacan los puertos de acceso Colombianos juntos con los puertos de salida Españoles,

Figura 15. Puertos de Acceso y Salida Colombia - España



Fuente: Colombiatrade.com.co (2012)

En cuanto a las importaciones aéreas se tienen menos entradas directas de acceso ya que el único aeropuerto en Colombia que tiene vuelos directos desde España es El Dorado en Bogotá, España cuenta actualmente con 6 aeropuertos internacionales con destino a Colombia, y mientras que las navieras ofrecen servicios semanalmente para las llegadas de mercancía de España, las aerolíneas reciben vuelos diarios provenientes de este país, lo que lo hace una operación más ágil pero teniendo en cuenta que el valor del flete se incrementa debido al modo de transporte, a continuación, en la figura siguiente, se

relacionan los aeropuertos de salida de España con el aeropuerto de llegada directo a Colombia, que en este caso es el de la capital,

Figura 16. Aeropuertos de Acceso y Salida Colombia - España



Fuente: Colombiatrade.com.co (2012)

Para la importación hemos escogido como medio de transporte el aéreo por motivos de tiempo y por condiciones ambientales, ya que la mayoría de productos a importar no resisten altas temperaturas y el viaje en contenedor alcanza altas temperaturas que pueden deformar el producto. La importación tendrá como ciudad de origen Barcelona y como ciudad de destino Medellín con conexión en Bogotá.

4.7 Liquidación de Costos de Importación y Pecios de Exportación

Para la liquidación de la importación, Quamtrax Suplementos Deportivos S.A.S solicitó los servicios de la agencia de carga Soul Green Logistics S.A.S por motivos asesoramiento en el transporte aéreo y/o marítimo de la carga, en este caso la cotización solicitada fue vía aérea Barcelona – Medellín donde nuestro agente se encargará de recogerlo desde la fábrica del proveedor en Barcelona hasta nuestras instalaciones en Medellín.

Tabla 28. Liquidación Costos de Importación

Medellin, 21 de septiembre de 2015

Clientes:
NAMTRAX NUTRITION SAS
 In: Sr. CRISTIAN AGUIRRE
 General Manager
 Colombia



PESO	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	
31	
32	
33	
34	
35	
36	
37	
38	
39	
40	
41	
42	
43	
44	
45	
46	
47	
48	
49	
50	
51	
52	
53	
54	
55	
56	
57	
58	
59	
60	
61	
62	
63	
64	
65	
66	
67	
68	
69	
70	
71	
72	
73	
74	
75	
76	
77	
78	
79	
80	
81	
82	
83	
84	
85	
86	
87	
88	
89	
90	
91	
92	
93	
94	
95	
96	
97	
98	
99	
100	

ef: Colleccion EXWOKS ALL IN

CONVERSION EUR A USD 1.50
 Suplementos deportivos
 Modalidad: AEREO- BARCELONA - MEDELLIN
 PESO 1186 KGS/ 740 UNIDADES /

INFORMACION BASICA DE COSTOS CIF INFORMATIVOS PARA IMPUESTOS				IMPUESTOS	
PRODUCTO	1 SOWEY	2104P07900	10%	GRAVAMEN	248.1
			14%	IVA	471.3
PRODUCTO	2 100% HYDROREFF	2104P07300	10%	GRAVAMEN	507.4
			14%	IVA	893.3
PRODUCTO	3 MASSIVE GAINER	2104P07400	10%	GRAVAMEN	463.2
			14%	IVA	1,148.1
PRODUCTO	4 COLLAGEN	2104P07900	10%	GRAVAMEN	103.5
			14%	IVA	182.3
PRODUCTO	5 LIPOTRONIC FAT BURNER	2104P07900	10%	GRAVAMEN	223.1
			14%	IVA	387.8
PRODUCTO	6 PROTEIN PLAN	2104P01000	3.8%	GRAVAMEN	51.2
			14%	IVA	223.1
PRODUCTO	7 ISO PRO	2104P07300	10%	GRAVAMEN	287.4
			14%	IVA	504.1
Valor FOB	EUR 11081.26 TRM 1.	USD	16,621.89		
Costos Origen		USD	510.00	APROX	TOTAL IMPUESTOS EN USD
Costos		USD	4,625.40	APROX	TOTAL IMPUESTOS EN PESOS
Seguro		USD	99.31		TC CAMBIA C/SEMANA
	TOTAL CIF	USD	21,856.60	x T.C	\$ 2,975.13
					\$ 48,026.22

1. FLETE Y GASTOS INTERNACIONALES		PESOS COL	USD APROX
ECODIGA	HASTA 2000 KGS PERIMETRO URBANO	USD 200	395,026.00
DUANA	USD 30 POR FACTURA		148,754.50
USAS	USD 115 POR EMBARQUE		342,139.95
ORTE DE GUIA	USD 45 POR EMBARQUE		133,880.85
MANEJO	USD 100 POR EMBARQUE		297,513.00
SEGURO INTERNACIONAL	0.30 % SOBRE EL VALOR FOB MIN 40 + IVA		295,460.18
FLETE INTERNACIONAL ALL IN	USD 3.90/ KG PARA MAS DE 1000 KGS		13,761,344.30
		\$	18,872,545.74
			\$ 2,975.13
			\$ 48,026.22

2. GASTOS LIBRACION EN AEROPUERTO Y BODEGA PARA NACIONALIZACION		PESOS COL	USD APROX
LIBRACION AEROPUERTO	USD 35 POR GUIA	\$	104,129.55
RENTAS DE ALMACENAMIENTO	MES O FRACCION 0.20% SOBRE VALOR CIF MIN COP \$ 300,000	\$	300,000.00
MANEJO DE MERCANCIA EN BODEGA	DE 1 A 2000 KILOS \$ 75,000 TRASLADOS, APERTURAS, CONTEOS.	\$	75,000.00
PAISLADO A DEPOSITO	USD 0.07 kg MIN USD 45	\$	252,886.08
		USD	85.00

MANEJO Y ENTREGA DE DOCUMENTOS		PESOS COL	USD APROX
HANDLING FEE	USD 45 POR GUIA	\$	133,880.85
DEL HANDLING	USD 300 POR TRANSFERENCIAS BANCARIAS	\$	892,539.00
	USD 150	\$	444,249.50
		USD	350.00
	2- SUBTOTAL	\$	2,204,704.94
		USD	743.04

3- TRAMITES ADUANEROS		PESOS COL	USD APROX
Admisión electrónica + declaración de importación C/U \$ 6,000		\$	42,000
laboración formulario de declaración de importación C/U \$15,000		\$	105,000
Admisión electrónica declaración de valor C/U \$600		\$	42,000
laboración formulario de declaración de valor C/U \$15,000		\$	105,000
formulario Siglo XXI C/U \$ 15,000		\$	105,000
costos consolidados X EMBARQUE		\$	120,000
gestión Aduanero 0.35% CIF (min 350,000) POR FACTURA		\$	227,592
IVA sobre costos aduaneros		\$	137,189
	4- SUBTOTAL	\$	643,781
		USD	297.04

4- TRANSPORTE URBANO LOCAL EN PERIMETRO MEDELLIN VEHICULO EXPRESSO		PESOS COL	USD
		\$	400,000
			151.35

TOTAL COTIZACION APROX PUNTOS 1 AL 4 MAS IMPUESTOS	\$	34,771,942	USD	12,359.64	SOLO TRANSPORTE + NACIONALIZACION
COSTOS + PRODUCTO = VALOR DDP TOTAL	\$	44,223,526	USD	28,983.43	VALOR MERCANCIA TOTAL+TRANSPORTE+NACIONALIZACION

Notas importantes:
 Los tarifas YA Incluyen IVA 14% SOBRE PROPIOS DE TERCEROS
 Los gastos a terceros contra soporte, otros No Informados al costo contra soporte
 Cada semana cambia la TRM, para aduana y cada día para pagos y según cambie modifica los valores
 Forma de pago anticipado

PROBATORIO PARA LIQUIDAR IMPUESTOS				
	valor mercancia	valor flete	valor seguro	VALOR CIF
1	2235	493.00		33.33
2	4185	866.00		25.00

ATALIA BUITRAGO
 GERENTE GENERAL
 SOUL GREEN LOGISTICS

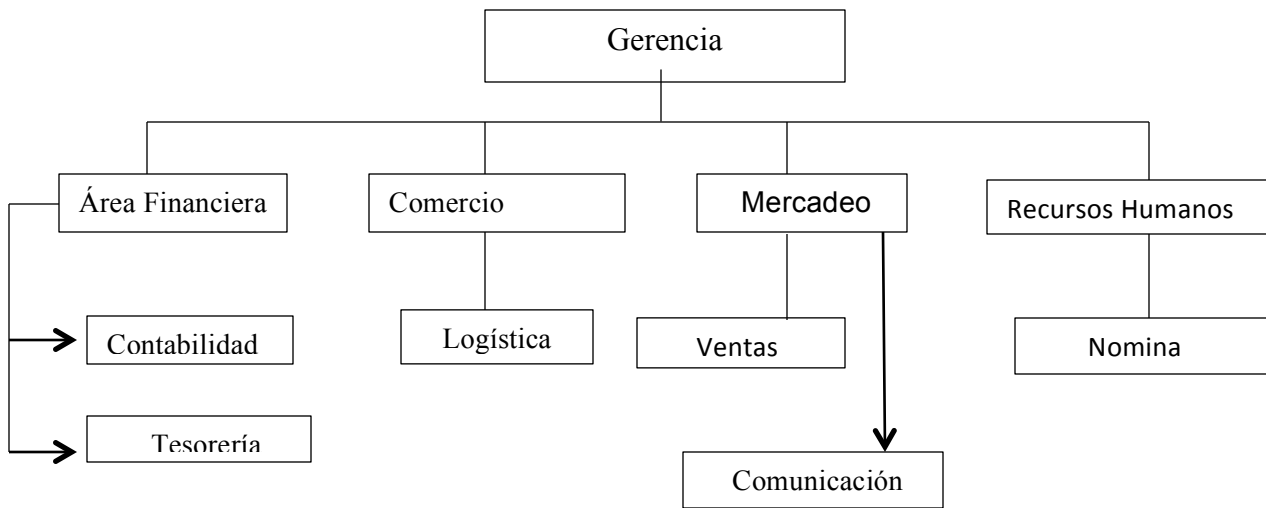
CAPITULO V. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

5.1 Estructura Organizacional del Negocio

5.1.1 Organigrama Estructura Organizacional

Nuestra estructura organizacional se encuentra constituida como lo muestra la figura 17

Figura 17. Organigrama Estructural Organizacional

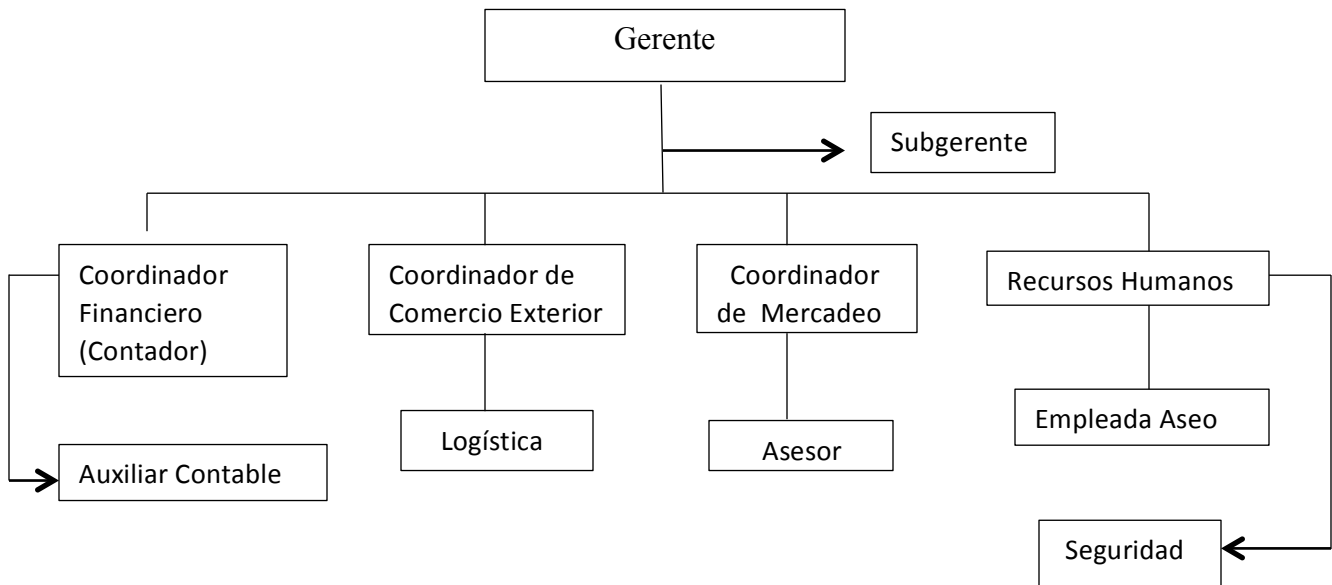


Fuente: Elaboración Propia (2015)

5.1.2 Organigrama Estructura Personal

Figura 18. Organigrama Estructural Personal

Nuestra estructura personal se encuentra constituida como lo muestra la figura 18



Fuente: Elaboración propia (2015)

5.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados

En la tabla 29 se encontrara los diferentes cargos con sus respetivo pago con todas sus prestaciones, aportes, transporte, vacaciones y parafiscales incluidos, desglosando el valor de cada uno.

Tabla 29. Costos Personal

Cargo	Salario	Transporte	Aportes y Prestaciones	Parafiscales	Vacaciones
Gerente	2,800,000	No Aplica	1,083,282	252,000	116,667
Subgerente	2,000,000	No Aplica	773,774	180,000	83,333
Contador	1,500,000	No Aplica	580,330	135,000	62,500
Auxiliar Contable	850,000	74,000	341,927	76,500	35,417
Coordinador Comercio Ext	1,500,000	No Aplica	580,330	135,000	62,500
Logística	980,000	74,000	392.222	88,200	40,833
Coordinador Mercadeo	1,500,000	No Aplica	580,330	135,000	62,500
Asesor	800,000	74,000	322,582	72,000	33,333
Recursos Humanos	1,300,000	No Aplica	502,952	117,000	54,176
Empleada Aseo	644,450	74,000	262,403	26,852	58,001
Seguridad	644.450	74,000	262,403	26,852	58,001
Total	12,718,900	370,000	5,689,535	1,244,404	667,261
Total Salarios	20'690.100				

Fuente: mintrabajo.gov.co (2015) – Elaboración Propia

5.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio

5.2.1 Locaciones Empresa

La empresa tendrá dos locales de venta donde se tendrá también oficinas administrativas , en el siguiente cuadro se relacionan cada una de los establecimientos con su respectivo precio.

Tabla 30. Locaciones Empresa



Puntos de venta	Tamaño	Tipo de contrato	Valor mensual	Fuente
Punto de venta Santafé	42m ²	Arriendo	4'000.000	Inmuebles24.co
Punto de venta El Tesoro	60m ²	Arriendo	6'000.000	Medellin.olx.com.co
TOTAL			10.000.00	

Fuente: Elaboración e investigación propia

En la figura 19 y 20 veremos los precios de los locales de venta y oficina establecidos para cada uno de los locales y su ubicación.

Figura 19. Precio Local Santafé

Local Venta Centro Comercial Santafe - El Poblado - Medellín - Antioquia

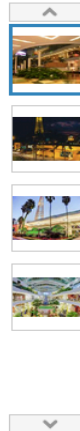
Precio Venta \$ 700.000.000	Precio Arriendo \$ 4.000.000	Área privada 42m²	Área construida 42m²
Precio / m² \$ 16.666.666	Antigüedad A estrenar		

Fuente: inmuebles24.co (2015)

Figura 20. Precio Local El Tesoro

Local En Arriendo En Medellin

Publicado 22 Sep Medellín, Antioquia



\$6.000.000

Domus_la

(57 4) 3118419

Cuando llames, menciona que viste el aviso en OLX

Nombre

Mensaje

E-mail

Tu número telefónico (opcional)

Enviar mensaje

Al hacer clic en "Enviar correo" aceptas nuestras [Condiciones de Uso](#).

Detalles del aviso

excelente local comercian en arriendo, ubicado en el centro comercial el tesoro gran oportunidad de negocio

Fuente: medellin.olx.com.co (2015)

5.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres

En cada una de las tablas siguientes se especifica el precio por área de los requerimientos necesarios para que los trabajadores puedan realizar su labor,

Tabla 31. Gerencia

GERENCIA				
Insumo	Cantidad	Tipo de inversión	Precio unitario	Fuente
Equipo portátil	2	Inicial	2'448.999	Ishopcolombia.com
Teléfono	2	Inicial	109.900	Homecenter.com.co
Escritorio	2	Inicial	499.900	Homecenter.com.co
Silla	2	Inicial	329.000	Homecenter.com.co

Fuente: Elaboración e Investigación propia

Tabla 32. Finanzas

FINANZAS				
Insumo	Cantidad	Tipo de inversión	Precio unitario	Fuente
Equipo portátil	2	Inicial	2'448.999	Ishopcolombia.com
Teléfono	2	Inicial	109.900	Homecenter.com.co
Escritorio	2	Inicial	359.900	Homecenter.com.co
Silla	2	Inicial	79.900	Homecenter.com.co

Fuente: Elaboración e Investigación propia

Tabla 33. Mercadeo

MERCADEO				
Insumo	Cantidad	Tipo de inversión	Precio unitario	Fuente
Equipo portátil	2	Inicial	2'448.999	Ishopcolombia.com
Teléfono	2	Inicial	109.900	Homecenter.com.co

Escritorio	1	Inicial	359.900	Homecenter.com.co
Silla	2	Inicial	79.900	Homecenter.com.co

Fuente: Elaboración e Investigación propia

Tabla 34. Comercio Exterior

COMERCIO EXTERIOR				
INSUMO	CANTIDAD	TIPO DE INVERSIÓN	PRECIO UNITARIO	FUENTE
Equipo portátil	2	Inicial	2'448.999	Ishopcolombia.com
Teléfono	2	Inicial	109.900	Homecenter.com.co
Escritorio	2	Inicial	359.900	Homecenter.com.co
Silla	2	Inicial	79.900	Homecenter.com.co

Fuente: Elaboración e Investigación propia

Tabla 35. Recursos Humanos

RECURSOS HUMANOS				
INSUMO	CANTIDAD	TIPO DE INVERSIÓN	PRECIO UNITARIO	FUENTE
Equipo portátil	1	Inicial	2'448.999	Ishopcolombia.com
Teléfono	1	Inicial	109.900	Homecenter.com.co
Escritorio	1	Inicial	359.900	Homecenter.com.co
Silla	3	Inicial	79.900	Homecenter.com.co

Fuente: Elaboración e Investigación propia

Tabla 36. Otros

OTROS				
INSUMO	CANTIDAD	TIPO DE INVERSIÓN	PRECIO UNITARIO	FUENTE
Impresora multifuncional	2	Inicial	650.000	Exito.com
Licencia Office	2	Anual	199.999	Microsoftstore.com
TOTAL			24'360.291	

Fuente: Elaboración e Investigación propia

5.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por Área

Tabla 37. Requerimientos de Materiales e Insumos

TODAS LAS AREAS			
INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITAR	TIPO INVERSION
AZ	13	5,900	Anual
REVISTERO	10	8,900	Anual
GRAPADORA	9	12,2000	Anual
GANCHOS GRA	1	3,100	Mensual
TIJERAS	9	5,900	Anual
BORRADOR	9	300	Mensual
LAPICEROS	2	21,300	Anual
PAPELERA	9	23,300	Anual
CAJA RESMA	2	9,000	Mensual
CLIPS	15	900	Anual

Fuente: Elaboración e Investigación propia - Papelería Marion – Panamericana

Figura 21. Insumos



Carpeta Legajadora AZ
tamaño Carta

CO\$ 5.900,00



Revistero Azul con Rayas

CO\$ 8.900,00



Cosedora-Grapadora Metálica
Triton

CO\$ 12.200,00



Caja de Resmas de Papel
Tamaño Carta x 10

CO\$ 90.000,00



Tijera Oficina de 7" Marca
Triton

CO\$ 5.900,00



Borrador Pelikan PZ-60 Nata

CO\$ 300,00

Fuente: Marión.com.co (2015)

Figura 22. Insumos Papelería

  Papelera Artecma tapa natural CO\$ 23.300,00	  Libro de Contabilidad Norma 100 3K .Registro de cuentas CO\$ 20.800,00
 Grapa estándar de cobre 88-G GEMA <small>Gema.</small> Gema Más vendido - Precio de venta al público: \$3,100.00	 Clips metálicos estándar 5102 Wingo Wingo Más vendido - Precio de venta al público: \$900.00
 Bolígrafo kilométrico 100, 40 unidades Kilométrico Más vendido - Precio de venta al público: \$21,300.00 <input type="button" value="1 Añadir al carrito"/> <input type="button" value="Agregar"/>	

Fuente: Marion.com.co (2015)

5.2.4 Requerimientos De Servicios Por Área

En la siguiente tabla vamos a mostrar que servicios y sus respectivos valores que requerimos por área en Quamtrax Nutrition:

Tabla 38. Servicios Requeridos por Área

REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS POR AREA					
SERVICIO	AREA	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO	PERIODICIDAD
VIGILANCIA: CIRCUITO CERRADO DE CAMARAS	ADMINISTRATIVA	Sistema de seguridad para vigilancia y grabación (DVR) a través de internet*, con 4 cámaras, monitor de 12" y disco duro de 1 TB	STEREN	2.650.000	INDEFINIDAMENTE
	FINANCIERA				
	COMERCIO EXTERIOR				
	MERCADEO				
RECURSOS HUMANOS					
Mantenimiento: COMPUTADORES Y CIRCUITO DE CAMARAS	ADMINISTRATIVA	10 computadores, 4 camaras	SOLLINET	APROX: \$1.200.000	ANUAL
	FINANCIERA				
	COMERCIO EXTERIOR				
	MERCADEO				
RECURSOS HUMANOS					
SERVICIOS PUBLICOS: AGUA, LUZ ,GAS Y SANIDAD	ADMINISTRATIVA	Indefinida: por variabilidad mensual de consumo	EPM	Indefinida: por variabilidad mensual de consumo Aprox. \$400.000	MENSUAL
	FINANCIERA				
	COMERCIO EXTERIOR				
	MERCADEO				
RECURSOS HUMANOS					
COMUNICACIONES	ADMINISTRATIVA	20 GB INTERNET, PLANTA TELEFONICA CON 10 LINEAS	UNE	Aprox. \$360.000	MENSUAL
	FINANCIERA				
	COMERCIO EXTERIOR				
	MERCADEO				
RECURSOS HUMANOS					
MENSAJERIA: SERVICIO TERCERIZADO	ADMINISTRATIVA	Indefinida por numero de vueltas al mes	TRANSINTERNACIONAL COURIER	Aprox. \$10.000 por paquete de documentos perimetro urbano	SEMANAL
	FINANCIERA				
	COMERCIO EXTERIOR				
	MERCADEO				
RECURSOS HUMANOS					
ASEO	ADMINISTRATIVA	Diario	Empleada QUAMTRAX NUTRITION	644.450 + PRESTACIONES Y CESANTIAS	MENSUAL
	FINANCIERA				
	COMERCIO EXTERIOR				
	MERCADEO				
RECURSOS HUMANOS					

Fuente: Elaboración propia

Pantallas circuito cerrado de cámaras (vigilancia). Costo aprox.

Sistema de seguridad para vigilancia y grabación (DVR) a través de internet*, con 4 cámaras, monitor de 12" y disco duro de 1 TB
 Modelo: CCTV-971



\$ 2.650.000

[ver detalle](#)

Escala	Cant	Precio
Mayoreo	2	\$ 1.961.207*

* Precios mas IVA

☆☆☆☆☆ (0)
 Calificalo aquí
 (0) comentarios

- Driver
- Instructivo
- Guia Rapida
- Recomendar a un amigo

CAPITULO VI. ANÁLISIS LEGAL

6.1. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

6.1.1 INVIMA

En Colombia es necesario el registro sanitario INVIMA para poder comercializar el producto ya que este producto tiene contacto directo con la persona y puede afectar su salud, por este motivo debe ir vigilado por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, este proceso tiene una duración de 30 días hábiles después de la fecha de radicación del formulario para visto bueno y aprobación del certificado, y cabe la posibilidad de que pasados estos 30 días hábiles se rechace la solicitud, este procedimiento se debe hacer antes de que el producto llegue al país para no tener inconvenientes a la hora de nacionalizar el producto, el trámite por producto tiene un costo que va desde 3'500.000 hasta 5'500.000.

A continuación en las siguientes figuras se explican claramente los trámites y los procesos necesarios para la radicación y aprobación de la solicitud ante el INVIMA.

Tabla 39. Requisitos para Radicar el Trámite

<ul style="list-style-type: none"> ● Diligencie los formularios con letra clara y legible, con tinta de color negro, en computador o máquina de escribir. ● No utilice resaltador. ● Todas las hojas deben venir foliadas (enumeradas), en el margen superior derecho, solo el frente "Incluyendo las consignaciones". (Verifique la numeración para evitar la devolución de sus documentos). ● Sin enmendaduras, sin alterar membretes, textos o numeraciones originales. ● Si debe corregir la numeración; trace una diagonal sobre el número incorrecto y folie de nuevo. ● No adicione letras a la numeración de los folios. ● Las hojas en blanco y los separadores no deben foliarse. ● Las etiquetas ampliadas se pegan a una hoja. ● Legajar los documentos en carpeta, con ganchos plásticos, máximo doscientos (200) folios por carpeta. (Recuerde que el expediente puede estar conformado por una o más carpetas). 	<ul style="list-style-type: none"> ● Es indispensable escribir el número de la Cédula de Ciudadanía de quien corresponda (Verifíquelo antes de acercarse a la ventanilla correspondiente) <p>ORDEN DE LOS FOLIOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Recibos de consignación, legajados o pegados a una hoja, sin ganchos o grapas. Las consignaciones deben venir por el valor exacto del trámite / Escriba el número de código de la tarifa. 2. Formulario de Información básica o general del respectivo grupo. 3. Formulario del trámite solicitado: Utilizar los formularios que se encuentran en la página web del INVIMA, www.invima.gov.co siguiendo la siguiente ruta: trámites y servicios / formatos. 4. Carta de solicitud. (si el trámite lo requiere) 5. Información Legal. 6. Información Técnica. 7. Según el trámite existe una guía específica para documentación soporte.
--	--

Los siguientes trámites deben presentarse en carpeta:

Registros sanitarios nuevos y/o Renovaciones Permisos sanitarios y/o Evaluaciones Farmacológicas


NSO (Notificaciones sanitarias obligatorias) nuevas, Reconocimientos y/o Renovaciones.

Los colores de las carpetas son:

Alimentos: BLANCO	Comisión revisora: AMARILLO	Dispositivos Médicos: AZUL OSCURO	Cosméticos: ROSADO	Fitoterapéuticos: AZUL CLARO
Aseo y Plaguicidas: VERDE	Medicamentos Homeopáticos: ROJO	Medicamentos: AMARILLO	Reactivos: GRIS	Suplementos Dietarios: NARANJA

Fuente: Invima.gov.co (2015)

Tabla 40. Asignación de Turno

 **APRECIADO USUARIO**

***Para asignarle turno:**

DEBE PRESENTAR EN LA VENTANILLA DE DIGITURNO TODOS LOS DOCUMENTOS QUE VA A RADICAR
SI USTED TRAE CONSIGNACIÓN REALIZADA EL DIA DE HOY, DEBE PASAR PRIMERO POR TESORERÍA
PARA QUE LE DEN VISTO BUENO.

“SI EL CHEQUE ES DE GERENCIA DEBE PRESENTAR
COPIA DEL MISMO”

“No adjunte duplicados”

Las evaluaciones farmacológicas y Solicitudes de Medicamentos Nuevos o Renovación; deben incluir en la primera hoja la siguiente información: Titular, Fabricante, Importador, Modalidad y Apoderado con sus respectivos domicilios / Traer memoria USB O CD que contenga los formularios y sus anexos si es el caso y las fichas técnicas en el caso de Alimentos.
(Preferiblemente en versión 97/2003)

En Comisión revisora se debe radicar el original y el número de copias según el trámite.
De igual forma incluir la información en medio magnético en CD (Formato de Solicitud en Word y toda la información en un archivo PDF)

RECUERDE

PARA PODER NOTIFICARSE DEBE TRAER AUTORIZACIÓN FIRMADA POR EL
REPRESENTANTE LEGAL Y/O APODERADO E INDICAR
EL NÚMERO DE RADICADO O EXPEDIENTE

OFICINA DE ATENCIÓN AL CIUDADANO

Fuente: Invima.gov.co (2015)

6.1.2 Superintendencia de Industria y Comercio (SIC)

La inscripción en la SIC se realiza para el cumplimiento de los reglamentos técnicos que son vigilados por la Superintendencia de Industria y Comercio; Estos no tiene valor, es totalmente gratuito.

Figura 23. Proceso de Inscripción

The screenshot shows the website serviciosweb.sic.gov.co/RegistroFabricantes/web/pages/index.php. The header includes the logos for 'Industria y Comercio SUPERINTENDENCIA', 'PROSPERIDAD PARA TODOS', and 'LA RESPUESTA ES COLOMBIA'. A blue navigation bar contains the text 'Registro de Productores e Importadores, y Prestadores de Servicio' and a 'Menú de Opciones' link.

Bienvenidos al sitio web de inscripción en el Registro de Productores e Importadores de productos (bienes o servicios) sujetos al cumplimiento de reglamentos técnicos vigilados por la Superintendencia de Industria y Comercio.

Hemos dispuesto para usted una guía paso a paso que lo ayudará a realizar su registro de una forma más sencilla. Sírvase hacer clic en el icono de ayuda en caso de ser necesario.

Por favor, seleccione entre las siguientes opciones:

	Registro de Productores e Importadores	Por medio de esta opción usted podrá inscribirse en el Registro de Productores e Importadores. Aquí podrá inscribirse por primera vez, o si ya está inscrito, realizar la actualización de su información.
	Registro de Productores e Importadores para Empresas Públicas	Si su registro corresponde a una empresa pública, por medio de esta opción usted podrá inscribirse en el Registro de Productores e Importadores. Aquí podrá inscribirse por primera vez, o si ya está inscrito, realizar la actualización de su información.
	Registro de Prestadores de Servicios	Por medio de esta opción usted podrá inscribirse en el Registro de Prestadores de Servicios. Aquí podrá inscribirse por primera vez, o si ya está inscrito, realizar la actualización de su información.
	Consulta Pública	Por medio de esta opción usted podrá comprobar qué personas están inscritas y en qué estado se encuentra su registro. Aquí tiene a su disposición la base total de personas inscritas en el Registro de Productores, Importadores y Prestadores de Servicios.

Fuente: Sic.gov.co, Superintendencia Industria y Turismo (2015)

Figura 24. Proceso de Inscripción


The screenshot shows a web browser window with the URL `serviciosweb.sic.gov.co/RegistroFabricantes/web/pages/rfi.php`. The page header includes the logos for 'Industria y Comercio SUPERINTENDENCIA', 'PROSPERIDAD PARA TODOS', and 'LA RESPUESTA ES COLOMBIA'. A blue navigation bar contains the text 'Registro de Productores e Importadores' and 'Productores e Importadores'. Below the header, there is a paragraph of text: 'Por medio de este formulario, usted podrá inscribirse en el Registro de Productores e Importadores, o si ya se encuentra inscrito, actualizar su información.' followed by a question mark icon. Another paragraph reads: 'Si después de consultar la ayuda del sistema aún no logra resolver su inconveniente, por favor, haga clic en el siguiente enlace para recibir ayuda: soporte técnico.' Below this is a tabbed interface with four tabs: 'Datos de la Empresa/Persona', 'Datos del Representante Legal', 'Establecimientos de Comercio', and 'Productos'. The 'Datos de la Empresa/Persona' tab is active. In the top right of the form area, there are three buttons: 'Consultar', 'Guardar/Actualizar', and 'Imprimir'. The form fields include: '* Cámara de Comercio: [SELECCIONE]'; '* Número de Matrícula: [input field]'; '* Contraseña: [input field]; 'Verificar Contraseña: [input field]; '* Tipo de Documento: [SELECCIONE]; '* Número de Documento: [input field]; and '* Razón Social/Nombre: [input field]. A red text link says: 'Si olvidó su contraseña haga click en la siguiente opción: Recuperar Contraseña'.

Fuente: Sic.gov.co, Superintendencia Industria y Turismo (2015)

6.1.3 Carta de autorización de venta por parte del fabricante

Carta de autorización del fabricante para la comercialización, distribución, importación y registros INVIMA. En el territorio colombiano.

Figura 25. Carta de Autorización



Medellin, Octubre 17 de 2015

Señores:


QUAMTRAX SUPLEMENTOS DEPORTIVOS S.A.S COLOMBIA

ASUNTO: Autorización De Comercialización, Importación, Registros Y Distribución De Los Productos Quamtrax Nutrition.

AUTORIZACION

NOSOTROS, QUAMTRAX NUTRITION con domicilio principal en, Av. Europa 26 - Edif. Atica 5, 28224 - Pozuelo de Alarcón - Madrid., Por medio del presente escrito autorizamos a QUAMTRAX SUPLEMENTOS DEPORTIVOS S.A.S, con domicilio en la Carrera 43A # 7 Sur - 170, Centro Comercial Santa Fe LOCAL 1096, Medellin, Antioquia - COLOMBIA; para Importar, acondicionar, distribuir, actualizar, comercializar y ser el titular de los registros sanitarios en el territorio Colombiano de los productos de QUAMTRAX NUTRITION.

Cordialmente,



Lali Raich Pellico Montas

Firma del Representante Legal Fabricante

Av. Europa 26 - Edif. Atica 5, 28224 - Pozuelo de Alarcón - Madrid

Fuente: Elaboración propia

Tabla 41. Gastos de Trámites

Trámite	Costo	Periodicidad	Fuente
INVIMA	$3'500.000 \times 7$ = 24'500.000	7 años	Invima.gov.co
SIC	0	N/A	Sic.gov.co
AUTORIZACIÓN	0	N/A	Elaboración Propia

Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO VII. ANÁLISIS FINANCIERO

7.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad

Tasa de rentabilidad de la industria: Es la tasa que nos muestra la rentabilidad del mercado al que estamos apuntando; En nuestro caso la tasa de la industria de nuestro sector es la del 16%.

Tasa libre de riesgo: La tasa que podemos utilizar como inversionista y que no nos produce ningún riesgo a perder nuestro dinero por lo contrario esta tasa nos puede generar una utilidad, por ejemplo el CDT, CTA AHORRO entre otras.

Tasa de rentabilidad esperada: La tasa de rentabilidad esperada a la cual nosotros estamos apuntando es la del 16% mensual, teniendo en cuenta que esta es la misma tasa de la industria, creemos que nuestra empresa se puede acercar a esta misma tasa de crecimiento ya que va a estar en un mercado muy amplio y competitivo, y nosotros vamos a apuntar a competir con precio.

Impuesto sobre la renta y el CREE: Este impuesto tendrá como hecho generador la obtención de ingresos que sean susceptibles de incrementar el patrimonio de los sujetos pasivos en el año o periodo gravable. La tarifa del CREE será del 9 % para los años 2013, 2014 y 2015. El impuesto sobre la renta está actualmente en el 25%, este es el impuesto con el que vamos a trabajar nosotros, el del 25%.

Porcentaje de Margen de Contribución: Un porcentaje de margen de contribución es una proporción que compara el margen de contribución de una empresa, o margen bruto, con las ventas. Pyme.lavoztx.com (2015). En la siguiente tabla podemos observar el margen de contribución con el que cuenta actualmente Quamtrax Suplementos Deportivos S.A.S

Tabla 42. Margen de Contribución Quamtrax

Margen de contribución (\$) =	\$ 52.304.215,415
Margen de contribución (%) =	25,25%

Fuente: Elaboración propia

7.2. Aportes de Capital de los Socios

En la siguiente tabla podemos ver representados los aportes de los socios para la empresa.

Tabla 43. Aportes de Capital de los Socios

Socios	Aportes
Carlos Andrés Tabares Devia	\$20.000.000
Cristian David Aguirre Buitrago	\$20.000.000
Margie Katherine Aguilar Rojas	\$20.000.000

Fuente: Elaboración propia

- El primer socio hace un aporte de \$ 20.000.000 los cuales están destinados a la obtención de los activos de trabajo como lo son equipos de cómputo, impresoras y enseres.
- El segundo socio hace un aporte de \$ 20.000.000 que están destinados a la obtención de los enseres necesarios para las tiendas como lo son las mesas, sillas, teléfonos y demás, terminando también de complementar el dinero faltante para la inversión anterior.
- El tercer socio hace un aporte de \$ 20.000.000 para completar los registros preoperativos como lo son el registro de la marca, el registro del producto ante el INVIMA y realizar la publicidad respectiva para el lanzamiento de la marca.

7.3 Créditos y Préstamos Bancarios

Tabla de Amortización del préstamo bancario inicial por parte de Bancolombia S.A para la empresa Quamtrax Suplementos Deportivos S.A.S, este préstamos se ha diferido a 60 cuotas con una tasa fija del 2,14%, la siguiente tabla de amortización resume los pagos a realizar y su respectivo monto, el préstamo se ha destinado al capital de trabajo,

Tabla 44. Tabla de Amortización Préstamos (Mensual)

Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)				
Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 76.143.353
1	\$ 2.265.365	\$ 1.629.468	\$ 635.897	\$ 75.507.456
2	\$ 2.265.365	\$ 1.615.860	\$ 649.506	\$ 74.857.951
3	\$ 2.265.365	\$ 1.601.960	\$ 663.405	\$ 74.194.546
4	\$ 2.265.365	\$ 1.587.763	\$ 677.602	\$ 73.516.944
5	\$ 2.265.365	\$ 1.573.263	\$ 692.102	\$ 72.824.841
6	\$ 2.265.365	\$ 1.558.452	\$ 706.913	\$ 72.117.928
7	\$ 2.265.365	\$ 1.543.324	\$ 722.041	\$ 71.395.886
8	\$ 2.265.365	\$ 1.527.872	\$ 737.493	\$ 70.658.393
9	\$ 2.265.365	\$ 1.512.090	\$ 753.275	\$ 69.905.118
10	\$ 2.265.365	\$ 1.495.970	\$ 769.396	\$ 69.135.722
11	\$ 2.265.365	\$ 1.479.504	\$ 785.861	\$ 68.349.862
12	\$ 2.265.365	\$ 1.462.687	\$ 802.678	\$ 67.547.184
13	\$ 2.265.365	\$ 1.445.510	\$ 819.855	\$ 66.727.328
14	\$ 2.265.365	\$ 1.427.965	\$ 837.400	\$ 65.889.928
15	\$ 2.265.365	\$ 1.410.044	\$ 855.321	\$ 65.034.608
16	\$ 2.265.365	\$ 1.391.741	\$ 873.624	\$ 64.160.983
17	\$ 2.265.365	\$ 1.373.045	\$ 892.320	\$ 63.268.663
18	\$ 2.265.365	\$ 1.353.949	\$ 911.416	\$ 62.357.247
19	\$ 2.265.365	\$ 1.334.445	\$ 930.920	\$ 61.426.327
20	\$ 2.265.365	\$ 1.314.523	\$ 950.842	\$ 60.475.486
21	\$ 2.265.365	\$ 1.294.175	\$ 971.190	\$ 59.504.296
22	\$ 2.265.365	\$ 1.273.392	\$ 991.973	\$ 58.512.323

23	\$ 2.265.365	\$ 1.252.164	\$ 1.013.201	\$ 57.499.121
24	\$ 2.265.365	\$ 1.230.481	\$ 1.034.884	\$ 56.464.238
25	\$ 2.265.365	\$ 1.208.335	\$ 1.057.030	\$ 55.407.207
26	\$ 2.265.365	\$ 1.185.714	\$ 1.079.651	\$ 54.327.556
27	\$ 2.265.365	\$ 1.162.610	\$ 1.102.755	\$ 53.224.801
28	\$ 2.265.365	\$ 1.139.011	\$ 1.126.354	\$ 52.098.447
29	\$ 2.265.365	\$ 1.114.907	\$ 1.150.458	\$ 50.947.988
30	\$ 2.265.365	\$ 1.090.287	\$ 1.175.078	\$ 49.772.910
31	\$ 2.265.365	\$ 1.065.140	\$ 1.200.225	\$ 48.572.685
32	\$ 2.265.365	\$ 1.039.455	\$ 1.225.910	\$ 47.346.776
33	\$ 2.265.365	\$ 1.013.221	\$ 1.252.144	\$ 46.094.632
34	\$ 2.265.365	\$ 986.425	\$ 1.278.940	\$ 44.815.692
35	\$ 2.265.365	\$ 959.056	\$ 1.306.309	\$ 43.509.383
36	\$ 2.265.365	\$ 931.101	\$ 1.334.264	\$ 42.175.118
37	\$ 2.265.365	\$ 902.548	\$ 1.362.818	\$ 40.812.301
38	\$ 2.265.365	\$ 873.383	\$ 1.391.982	\$ 39.420.319
39	\$ 2.265.365	\$ 843.595	\$ 1.421.770	\$ 37.998.549
40	\$ 2.265.365	\$ 813.169	\$ 1.452.196	\$ 36.546.352
41	\$ 2.265.365	\$ 782.092	\$ 1.483.273	\$ 35.063.079
42	\$ 2.265.365	\$ 750.350	\$ 1.515.015	\$ 33.548.064
43	\$ 2.265.365	\$ 717.929	\$ 1.547.437	\$ 32.000.628
44	\$ 2.265.365	\$ 684.813	\$ 1.580.552	\$ 30.420.076
45	\$ 2.265.365	\$ 650.990	\$ 1.614.375	\$ 28.805.701
46	\$ 2.265.365	\$ 616.442	\$ 1.648.923	\$ 27.156.777
47	\$ 2.265.365	\$ 581.155	\$ 1.684.210	\$ 25.472.567
48	\$ 2.265.365	\$ 545.113	\$ 1.720.252	\$ 23.752.315
49	\$ 2.265.365	\$ 508.300	\$ 1.757.066	\$ 21.995.250
50	\$ 2.265.365	\$ 470.698	\$ 1.794.667	\$ 20.200.583
51	\$ 2.265.365	\$ 432.292	\$ 1.833.073	\$ 18.367.510
52	\$ 2.265.365	\$ 393.065	\$ 1.872.300	\$ 16.495.210
53	\$ 2.265.365	\$ 352.997	\$ 1.912.368	\$ 14.582.842
54	\$ 2.265.365	\$ 312.073	\$ 1.953.292	\$ 12.629.550
55	\$ 2.265.365	\$ 270.272	\$ 1.995.093	\$ 10.634.458
56	\$ 2.265.365	\$ 227.577	\$ 2.037.788	\$ 8.596.670
57	\$ 2.265.365	\$ 183.969	\$ 2.081.396	\$ 6.515.273
58	\$ 2.265.365	\$ 139.427	\$ 2.125.938	\$ 4.389.335
59	\$ 2.265.365	\$ 93.932	\$ 2.171.433	\$ 2.217.902
60	\$ 2.265.365	\$ 47.463	\$ 2.217.902	\$ 0

Fuente: Elaboración propia

7.4 Precios de los Productos

En la siguiente tabla se relacionan los precios de los productos con su respectivo valor en DDP y precio final al público:

Tabla 45. Precios de los Productos

Producto	Precio DDP	Precio venta al público
ISOWHEY	\$ 97.499	\$136.498
HYDROBEEF 100%	\$ 186.518	\$ 246.204
MASSIVE GAINER	\$ 323.689	\$ 420.796
COLLAGEN	\$ 30.990	\$ 44.006
LIPOTROPIC FAT BURNER	\$ 48.335	\$ 68.636
PROTEIN FLAN	\$ 46.417	\$ 62.663
ISO PRO	\$ 103.255	\$ 139.395

Fuente: Elaboración propia

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

Para llegar a la conclusión de los precios que hemos establecido de venta de los productos nos hemos basado en varios aspectos, por ejemplo en los precios de la competencia, viendo y analizando los precios del mercado para estos tipos de productos vemos que tienen un alto valor y que nosotros estaríamos compitiendo por precio y calidad, a parte de que es una marca que no ha estado en el país, tenemos también nuestro productos más costoso que está alrededor de los \$ 420.000 pesos, este producto tiene un alto valor pero también es un producto que no vende la competencia, ya que tiene una alta cantidad de contenido, este sería nuestro producto más costoso y no tenemos comparación de precio con la competencia debido a que no se consigue, en cuanto a los demás productos queremos acercarnos lo más posible al valor de la competencia, como también venderlos más favorables. A parte de vender un producto de calidad también queremos innovar con nuevos productos, como lo es nuestro flan de proteína, es un producto novedoso que no se encuentra fácilmente en el mercado, esto nos ayuda a obtener nuevos

clientes y ser más competitivos en el mercado, sabemos que actualmente se encuentra mucha variedad de estos productos, por eso queremos llegar al país a competir con precio y calidad y ganarnos la aceptación del mercado.

7.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Tabla 46. Resumen de los Costos

RESUMEN COSTOS		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 154.833.187,3	78,28%
Total Costos fijos de producción	\$ 14.210.000,0	7,18%
Total Costos fijos de administración	\$ 23.973.699,9	12,12%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 4.780.333,3	2,42%
Costos Totales	\$ 197.797.220,6	100,00%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla anterior, nuestros costos totales mensuales son de \$197.797.220,6, esto nos dice que los siete productos que vamos a vender deben cubrir estos costos mensualmente, teniendo en cuenta el análisis financiero hecho, vemos que los ingresos mensuales estimados están en \$207.137.402,73, esto nos muestra que las ventas y los ingresos superan a los costos mensuales, esto es gracias a un buen plan de ventas establecido con el fin de superar los costos teniendo unos buenos ingresos, cabe resaltar que los valores arrojados por el análisis son tenidos en cuenta con las ventas medias mensuales, y que nuestros principales productos que se venderían a mayor valor, cubren la totalidad de los costos variables, también tuvimos en cuenta que no podíamos aumentar los precios porque tendríamos un punto en contra respecto a la competencia, es por esto que estructuramos un plan de ventas teniendo en cuenta las cantidades y no los precios, lo que nos ayuda a alcanzar nuestro punto de equilibrio y lograr cubrir esos costos mensuales que tiene la empresa.

7.5 Ingresos y Egresos

7.5.1 Ingresos

7.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio

Tabla 47. Ingresos propios del Negocio (Ventas)

Producto o Servicio	Cantidad a Vender por Mes	Costo Variable Unitario/CMV	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Total	Venta Total
ISOWHEY	182	\$ 97.498,57	\$ 136.498,00	\$ 17.744.740,20	\$ 24.842.636,28
HYDROBEEF 100%	182	\$ 186.518,02	\$ 246.203,79	\$ 33.946.280,39	\$ 44.809.090,11
MASSIVE GAINER	182	\$ 323.689,33	\$ 420.796,13	\$ 58.911.457,73	\$ 76.584.895,05
COLLAGEN	202	\$ 30.990,02	\$ 44.005,83	\$ 6.259.984,65	\$ 8.889.178,20
LIPOTROPIC FAT BURNER	222	\$ 48.334,96	\$ 68.635,64	\$ 10.730.360,24	\$ 15.237.111,54
PROTEIN FLAN	182	\$ 46.416,88	\$ 62.662,79	\$ 8.447.872,39	\$ 11.404.627,72
ISO PRO	182	\$ 103.255,45	\$ 139.394,86	\$ 18.792.491,73	\$ 25.369.863,83
VALORES TOTALES				\$ 154.833.187,32	\$ 207.137.402,73

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior relacionamos los precios totales de venta por producto y lo que representa cada producto a las ganancias totales finales, en este caso estamos relacionando la cantidad de ventas promedio que es de 182 para los productos más relevantes y de mayor consumo y de 202 y 222 para los productos de menor precio que tienen mayor acceso al público debido a su costo y su función, cabe destacar que estos productos se enfrentan a un punto de equilibrio de \$ 170.148.011,79 representado en valor y del 82,14% en porcentaje, en la siguiente tabla se relacionan estos porcentajes, relacionando también la margen de contribución y el costo variable promedio que nos arroja el análisis financiero,

Tabla 48. Estructura de Costos

Costo Variable promedio =	74,75%	Punto de Equilibrio (%) =	82,14%
Margen de contribución (\$) =	\$ 52.304.215,415	Punto de Equilibrio (\$) =	\$ 170.148.011,79
Margen de contribución (%) =	25,25%		

Fuente: Elaboración propia

7.5.2 Egresos

7.5.2.1 Inversiones

7.5.2.1.1 Inversiones en activos fijos

Tabla 49. Inversiones en Activos Fijos

Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)	Valor	Depreciación Mensual
Equipos (5 años)	\$ 650.000,0	\$ 10.833,3
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 27.928.089,0	\$ 775.780,3
Herramienta (1 año)	\$ 400.000,0	\$ 33.333,3
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 4.534.500,0	\$ 37.787,5
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 33.512.589,0	
Total Depreciación Mensual		\$ 857.734,4

Fuente: Elaboración Propia

La tabla anterior nos muestra el precio de los activos fijos exigibles de la compañía, estos valores están representados en equipos de cómputo para trabajo, muebles y enseres en general y todo lo necesario para adecuar los locales para su funcionamiento.

7.5.2.1.2 Inversión En Gastos Preoperativos

Tabla 50. Inversión en Gastos Preoperativos

Gastos Preoperativos Exigibles	Valor
Constitución y registro	\$ 485.250,0
Salarios	\$ 20.690.100,0
Publicidad y Promoción	\$ 32.864.000,0
Adecuaciones Locativas	\$ 5.000.000,0
Gastos de Registro	\$ 24.500.000,0
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 83.539.350,0

Fuente: Elaboración propia

Los gastos preoperativos relacionados en la tabla anterior, representan los gastos necesarios para el funcionamiento de la empresa y de la comercialización de los productos, una de las inversiones más relevantes fue la radicación del registro INVIMA para la libre comercialización, esta representa un gran porcentaje de la participación de los gastos preoperativos, seguida de la publicidad constante que debe tener la empresa para el impulsamiento de la marca.

7.5.2.1.3 Inversiones en capital de trabajo

Tabla 51. Inversiones en Capital de Trabajo

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Costos Variables	20	\$ 103.222.125
Costos Fijos de Producción	4	\$ 1.894.667
Costos Fijos de Administración	3	\$ 2.397.370
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	3	\$ 478.033
CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Cuentas por Cobrar	10	\$ 65.932.407
CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Materia Prima	30	\$ 154.833.187
Total Capital de trabajo Exigible		\$ 19.091.414

Fuente: Elaboración propia

La tabla anterior expone la composición del capital de trabajo necesaria para la constitución de la empresa, este capital de trabajo está basado en días de cobertura y nos sirven para fijar indicadores y representarlos con valores, las materias primas las tomamos como nuestro producto de venta, el proveedor nos da un crédito de 30 días para el pago de los mismos, los costos variables y fijos los discriminamos de esa forma ya que se supone que es cada mes que se deben completar, fueron discriminados con esa cantidad de días debido a la suma de dinero que esto conlleva.

7.5.2.2 Costos Fijos y Variables

Nuestra estructura de costos con base al volumen de ventas establecido y de acuerdo a los niveles esperados bajo condiciones normales, en un nivel general se estima de esta forma:

Tabla 52. Costos Fijos y Variables

RESUMEN COSTOS		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 154.833.187,3	78,28%
Total Costos fijos de producción	\$ 14.210.000,0	7,18%
Total Costos fijos de administración	\$ 23.973.699,9	12,12%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 4.780.333,3	2,42%
Costos Totales	\$ 197.797.220,6	100,00%

Fuente: Elaboración propia

A continuación se van a relacionar los valores expresados anteriormente, definiéndolos unificadamente:

7.5.2.2.1 Costos fijos

Tabla 53. Costos Fijos

COSTOS FIJOS	
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 14.210.000,0
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 23.973.699,9
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 4.780.333,3
COSTOS FIJOS TOTAL (CFT)	\$ 42.964.033,3

Fuente: Elaboración propia

Cada componente de los costos fijos contiene a su vez:

Tabla 54. Costos Fijos de Producción

Arriendo	\$ 10.000.000
Transporte de La mercancía por 4 veces al mes	\$ 660.000
Servicios requeridos por área	\$ 3.550.000
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 14.210.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 55. Costos Fijos de Administración

Salarios total de los empleados	\$ 13.230.100
Aportes, Prestaciones Vacaciones, Parafiscales, Transporte	\$ 7.121.688
Papelería	\$ 109.733,34
Recursos de la empresa (Equipos, muebles, etc.)	\$ 1.380.966,59
Salario todo incluido (Seguridad y aseo)	\$ 2.131.212
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 23.973.700

Fuente: Elaboración propia

Tabla 56. Costos Fijos de Comercialización y Ventas

Publicidad y mercadeo mensual	\$ 1.249.000
Participación feria Expofitness	\$ 1.489.667
Registro productos en INVIMA	\$ 2.041.667
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 4.780.333

Fuente: Elaboración propia

Las tablas relacionadas anteriormente demuestran la composición estimada de cada uno de los costos fijos mencionados anteriormente, es posible que a futuro estos valores vayan cambiando de acuerdo al comportamiento del mercado, estos valores son tenidos en cuenta para fijar así a futuro una rentabilidad alta y así posicionar la empresa en el mercado como una de las principales en su sector.

7.5.2.2.2 Costos Variables

Tabla 57. Costos Variables

Total Costos Variables por Producto		Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado por Producto
ISOWHEY	\$ 97.498,6	182	\$ 17.744.740,2	11,99%	\$ 125.810,72
HYDROBEEF 100%	\$ 186.518,0	182	\$ 33.946.280,4	21,63%	\$ 237.585,13
MASSIVE GAINER	\$ 323.689,3	182	\$ 58.911.457,7	36,97%	\$ 410.970,03
COLLAGEN	\$ 30.990,0	202	\$ 6.259.984,6	4,29%	\$ 40.117,63
LIPOTROPIC FAT BURNER	\$ 48.335,0	222	\$ 10.730.360,2	7,36%	\$ 62.571,23
PROTEIN FLAN	\$ 46.416,9	182	\$ 8.447.872,4	5,51%	\$ 59.414,27
ISO PRO	\$ 103.255,4	182	\$ 18.792.491,7	12,25%	\$ 132.168,46
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)			\$ 154.833.187,3		

Fuente: Elaboración propia

7.5.3. Análisis de Punto de Equilibrio

Para hallar el punto de equilibrio viable para la empresa, debimos rediseñar un plan de ventas enfocado en la cantidad de productos vendidos mensualmente, tenemos dos locales situados en dos de los centros comerciales más visitados de la ciudad, esto nos ayuda a obtener mayores ventas y así alcanzar nuestro punto de equilibrio, actualmente todos nuestros productos se encuentran por encima de las ventas estimadas para alcanzar el punto de equilibrio, muchos de ellos están muy encima de lo estimado pero otros están rosando, por decirlo así, el nivel de equilibrio que debería alcanzar. Otro factor que influye de manera importante para alcanzar el nivel de equilibrio es el margen de

ganancia que propusimos por cada producto, no todos los productos tienen el mismo nivel de ganancia y esto está basado en la competencia, no podemos vender a un precio superior ya que nuestros productos no se encuentran posicionados actualmente en el mercado, por lo que debemos competir con calidad y precio, las ferias a las cuales estamos dispuestos a participar nos dan una visión mayor de las ventas, estas ferias fueron también tomadas en cuenta para nuestro plan de ventas, que por el momento se mantiene estable, es posible que a futuro tenga cambios debido al comportamiento del mercado, pero en términos generales y con un desempeño normal, se estima que la empresa supere su punto de equilibrio y se estabilice.

7.5.4 Análisis Financiero Anual y Proyectado

7.5.4.1 Estado de Pérdida y Ganancias

Tabla 58. Estado de Pérdidas y Ganancias Primer Semestre

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
+ Ingresos por concepto de Ventas	207.137.403	207.137.403	207.137.403	207.137.403	207.137.403	207.137.403
- Costo Variables	154.833.187	154.833.187	154.833.187	154.833.187	154.833.187	154.833.187
- Costos Fijos Producción	14.210.000	14.210.000	14.210.000	14.210.000	14.210.000	14.210.000
- Gastos Depreciación	857.734	857.734	857.734	857.734	857.734	857.734
= Utilidad Bruta en Ventas	37.236.481	37.236.481	37.236.481	37.236.481	37.236.481	37.236.481
- Costos fijos de Administración	23.973.700	23.973.700	23.973.700	23.973.700	23.973.700	23.973.700
- Costos Fijos de Ventas y Distribución	4.780.333	4.780.333	4.780.333	4.780.333	4.780.333	4.780.333
- Amortización de diferidos	0	0	0	0	0	0
= Utilidad Operativa	8.482.448	8.482.448	8.482.448	8.482.448	8.482.448	8.482.448
+ Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0
- Otros egresos	0	0	0	0	0	0
- Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0
= Utilidad Antes de Impuestos	8.482.448	8.482.448	8.482.448	8.482.448	8.482.448	8.482.448

-	Impuestos	2.120.612	2.120.612	2.120.612	2.120.612	2.120.612	2.120.612
=	UTILIDAD NETA	6.361.836	6.361.836	6.361.836	6.361.836	6.361.836	6.361.836
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0
=	Utilidades no Repartidas	6.361.836	6.361.836	6.361.836	6.361.836	6.361.836	6.361.836
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	6.361.836	12.723.672	19.085.507	25.447.343	31.809.179	38.171.011

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 59. Estado de Pérdidas y Ganancias Segundo Semestre

	CUENTAS	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+	Ingresos por concepto de Ventas	207.137.403	207.137.403	207.137.403	207.137.403	207.137.403	207.137.403
-	Costo Variables	154.833.187	154.833.187	154.833.187	154.833.187	154.833.187	154.833.187
-	Costos Fijos Producción	14.210.000	14.210.000	14.210.000	14.210.000	14.210.000	14.210.000
-	Gastos Depreciación	857.734	857.734	857.734	857.734	857.734	857.734
=	Utilidad Bruta en Ventas	37.236.481	37.236.481	37.236.481	37.236.481	37.236.481	37.236.481
-	Costos fijos de Administración	23.973.700	23.973.700	23.973.700	23.973.700	23.973.700	23.973.700
-	Costos Fijos de Ventas y Distribución	4.780.333	4.780.333	4.780.333	4.780.333	4.780.333	4.780.333
-	Amortización de diferidos	0	0	0	0	0	0
=	Utilidad Operativa	8.482.448	8.482.448	8.482.448	8.482.448	8.482.448	8.482.448
+	Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0
-	Otros egresos	0	0	0	0	0	0
-	Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0
=	Utilidad Antes de Impuestos	8.482.448	8.482.448	8.482.448	8.482.448	8.482.448	8.482.448
-	Impuestos	2.120.612	2.120.612	2.120.612	2.120.612	2.120.612	2.120.612
=	UTILIDAD NETA	6.361.836	6.361.836	6.361.836	6.361.836	6.361.836	6.361.836
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0
=	Utilidades no Repartidas	6.361.836	6.361.836	6.361.836	6.361.836	6.361.836	6.361.836
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	44.532.851	50.894.686	57.256.522	63.618.358	69.980.194	76.342.030

Fuente: Elaboración Propia

Este estado de pérdidas y ganancias nos da información muy importante en cuanto a cuáles serán las utilidades de la empresa en el primer año teniendo en cuenta el flujo de caja, por ejemplo podemos ver que al final del mes, se tendrán unas utilidades mensuales de 6.361.836 que pueden ser repartidas entre los socios, teniendo en cuenta que en cada mes se venda lo mismo, si en un mes se vende más o menos que otro, las utilidades variarían, para nuestro concepto este estado de pérdidas y ganancias nos arroja un buen resultado ya que desde el primer mes se pueden aprovechar las utilidades que la empresa da.

7.5.4.2 Flujo de Caja, VPN, TIR – Primer Año

Tabla 60. Flujo de Caja, VPN, TIR – Primer Año

FLUJO DE CAJA	Inversión	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 venta		\$ 207.137.403	\$ 207.137.403	\$ 207.137.403	\$ 207.137.403	\$ 207.137.403	\$ 207.137.403	\$ 207.137.403	\$ 207.137.403	\$ 207.137.403	\$ 207.137.403	\$ 207.137.403	\$ 207.137.403
Costos variables		\$ 154.833.187	\$ 154.833.187	\$ 154.833.187	\$ 154.833.187	\$ 154.833.187	\$ 154.833.187	\$ 154.833.187	\$ 154.833.187	\$ 154.833.187	\$ 154.833.187	\$ 154.833.187	\$ 154.833.187
Costos fijos	\$ 0	\$ 42.964.033	\$ 42.964.033	\$ 42.964.033	\$ 42.964.033	\$ 42.964.033	\$ 42.964.033	\$ 42.964.033	\$ 42.964.033	\$ 42.964.033	\$ 42.964.033	\$ 42.964.033	\$ 42.964.033
Costos fijos de Producción		\$ 14.210.000	\$ 14.210.000	\$ 14.210.000	\$ 14.210.000	\$ 14.210.000	\$ 14.210.000	\$ 14.210.000	\$ 14.210.000	\$ 14.210.000	\$ 14.210.000	\$ 14.210.000	\$ 14.210.000
Costos fijos de Administración		\$ 23.973.700	\$ 23.973.700	\$ 23.973.700	\$ 23.973.700	\$ 23.973.700	\$ 23.973.700	\$ 23.973.700	\$ 23.973.700	\$ 23.973.700	\$ 23.973.700	\$ 23.973.700	\$ 23.973.700
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 4.780.333	\$ 4.780.333	\$ 4.780.333	\$ 4.780.333	\$ 4.780.333	\$ 4.780.333	\$ 4.780.333	\$ 4.780.333	\$ 4.780.333	\$ 4.780.333	\$ 4.780.333	\$ 4.780.333
No reembolsables	\$ 0	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734
Intereses Credito	\$ 0	\$ 1.608.699	\$ 1.595.264	\$ 1.581.542	\$ 1.567.526	\$ 1.553.210	\$ 1.538.588	\$ 1.523.653	\$ 1.508.398	\$ 1.492.817	\$ 1.476.902	\$ 1.460.647	\$ 1.444.600
Utilidad Antes de impuestos	\$ 0	\$ 6.873.749	\$ 6.887.183	\$ 6.900.906	\$ 6.914.922	\$ 6.929.237	\$ 6.943.860	\$ 6.958.795	\$ 6.974.050	\$ 6.989.631	\$ 7.005.545	\$ 7.021.801	\$ 7.038.316
Impuestos	\$ 0	\$ 1.718.437	\$ 1.721.796	\$ 1.725.226	\$ 1.728.730	\$ 1.732.309	\$ 1.735.965	\$ 1.739.699	\$ 1.743.512	\$ 1.747.408	\$ 1.751.386	\$ 1.755.450	\$ 1.759.589
Utilidad despues impuestos	\$ 0	\$ 5.155.312	\$ 5.165.388	\$ 5.175.679	\$ 5.186.191	\$ 5.196.928	\$ 5.207.895	\$ 5.219.096	\$ 5.230.537	\$ 5.242.223	\$ 5.254.159	\$ 5.266.350	\$ 5.278.727
Ajuste por No reembolsables	\$ 0	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734	\$ 857.734
Otros Ingresos o sujetos a impuesto	\$ 75.172.853	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 125.361
Prestamos recuperación Capital de trabajo	\$ 75.172.853												\$ 19.081
Valor de Salvamento Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 135.658.103	\$ 627.792	\$ 641.227	\$ 654.949	\$ 668.965	\$ 683.281	\$ 697.903	\$ 712.838	\$ 728.093	\$ 743.674	\$ 759.589	\$ 775.844	\$ 792.600
Activos Fijos	\$ 33.512.589												
Préstamo Credito (Capital)		\$ 627.792	\$ 641.227	\$ 654.949	\$ 668.965	\$ 683.281	\$ 697.903	\$ 712.838	\$ 728.093	\$ 743.674	\$ 759.589	\$ 775.844	\$ 792.600
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 83.054.100												
Capital de Trabajo	\$ 19.091.414												
FLUJO DE CAJA	\$ 60.485.250	\$ 5.385.254	\$ 5.381.895	\$ 5.378.464	\$ 5.374.960	\$ 5.371.381	\$ 5.367.726	\$ 5.363.992	\$ 5.360.178	\$ 5.356.283	\$ 5.352.304	\$ 5.348.241	\$ 5.344.177

De acuerdo a la información vista anteriormente, podemos analizar que nuestro proyecto presenta un estado positivo y creciente, lo que quiere decir que la empresa va a poder reponer el capital de trabajo, atender el servicio a la deuda, reponer los activos invertidos y repartir utilidades a los socios inversionistas, cabe resaltar que nuestra tasa de rentabilidad esperada es del 1.25% y nuestra TIR es del 13,05% y el VPN es de 107.051.714 pesos, lo que da muy buenos resultado, ya que estamos recibiendo más de lo que estamos dispuestos.

7.5.4.3 Flujo de Caja, VPN, TIR – Proyectado

Tabla 61. Flujo de Caja, VPN, TIR – Proyectado

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por venta		\$ 2.485.648.833	\$ 2.898.266.539	\$ 3.379.378.784	\$ 3.940.355.663	\$ 4.594.454.1
Costos variables		\$ 1.857.998.248	\$ 1.950.898.160	\$ 2.048.443.068	\$ 2.150.865.222	\$ 2.258.408.4
Costos fijos		\$ 515.568.399	\$ 541.346.819	\$ 568.414.160	\$ 596.834.868	\$ 626.676.6
Costos fijos de Producción		\$ 170.520.000	\$ 179.046.000	\$ 187.998.300	\$ 197.398.215	\$ 207.268.0
Costos fijos de Administración		\$ 287.684.399	\$ 302.068.619	\$ 317.172.050	\$ 333.030.653	\$ 349.682.0
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 57.364.000	\$ 60.232.200	\$ 63.243.810	\$ 66.406.001	\$ 69.726.0
Capital Desembolsables	\$ 0	\$ 10.292.813	\$ 10.292.813	\$ 10.292.813	\$ 10.292.813	\$ 10.292.8
Intereses Credito		\$ 18.351.292	\$ 15.896.211	\$ 12.730.902	\$ 8.649.906	\$ 3.388.0
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 83.438.081	\$ 379.832.536	\$ 739.497.841	\$ 1.173.712.854	\$ 1.695.688.4
Impuestos	\$ 0	\$ 20.859.520	\$ 94.958.134	\$ 184.874.460	\$ 293.428.214	\$ 423.922.0
Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 62.578.561	\$ 284.874.402	\$ 554.623.381	\$ 880.284.641	\$ 1.271.766.0
Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 10.292.813	\$ 10.292.813	\$ 10.292.813	\$ 10.292.813	\$ 10.292.8
Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 75.172.853	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 88.308.0
Prestamos	\$ 75.172.853					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 23.205.0
Valor de Salvamento						\$ 65.102.0

Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 135.658.103	\$ 9.441.176	\$ 11.943.986	\$ 15.159.409	\$ 19.293.026	\$ 23.449.571
Activos Fijos	\$ 33.512.589					
Pago Credito (Capital)		\$ 8.486.606	\$ 10.941.686	\$ 14.106.995	\$ 18.187.992	\$ 23.449.571
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 83.054.100					
Capital de Trabajo	\$ 19.091.414	\$ 954.571	\$ 1.002.299	\$ 1.052.414	\$ 1.105.035	
FLUJO DE CAJA	-\$ 60.485.250	\$ 63.430.198	\$ 283.223.229	\$ 549.756.785	\$ 871.284.427	\$ 1.346.917.951

Fuente: Elaboración Propia

Analizando el flujo de caja proyectado a 5 años se puede observar que cada año nos muestra unas ganancias significativas comparadas al año inmediatamente anterior, comenzando con 62.578.561 pesos para el primer año, y para el quinto año se espera obtener en utilidades, suponiendo que la empresa tiene unos aumentos en las ventas del 10% anual y con un incremento en el precio de los productos del 5%, unos 1.271.768.355 pesos, esto nos da unos buenos resultados para el proyecto y para la empresa.

Tabla 62. Flujo de caja Proyectado

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA	-\$ 60.485.250	\$ 63.430.198	\$ 283.223.229	\$ 549.756.785	\$ 871.284.427	\$ 1.346.917.951

Fuente: Elaboración Propia

Analizando el presente flujo de caja proyectado a 5 años, podemos ver que la empresa a medida que pasan los años tiene unos incrementos significativos y tiene una viabilidad financiera, estos resultados fueron obtenidos de acuerdo a la proyección dada como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 63. Variación Porcentual Anual

Ingreso Variacion Porcentual Anual de Precios	6,00%
Ingreso Variacion Porcentual Anual de Ventas	10,00%
Ingreso Variacion Porcentual Anual de Costos	5,00%
Ingreso Inflación promedio estimada	6,00%

Fuente: Elaboración Propia

7.5.4.4. PAYBACK DESCONTADO

Tabla 64. PAYBACK DESCONTADO

AÑO	INVERSIÓN	FLUJO DE CAJA	%	AÑOS %
0	\$135.172.853			
1		\$63.430.198	47%	47%
2		283.223.229	210%	256%
3		549.756.785	407%	663%
4		871.284.427	645%	1308%
5		1.346.917.951	996%	2304%
		\$3.114.612.590		
				\$71.742.655
	1 AÑO	\$63.430.198		
	2 AÑOS		3,0	
			1 AÑO Y 3 MESES	

Fuente: Elaboración Propia

Según el análisis hecho del PayBack podemos llegar a la conclusión de que la empresa se va a tardar un año y tres meses para recuperar la inversión realizada al principio, lo que quiere decir que es un buen proyecto y que resulta ser viable ya que recupera lo invertido en muy poco tiempo, el PayBack Descontado nos habla de el tiempo que se demora una empresa en recuperar lo invertido y según esto podemos observar que la empresa arroja buenos resultado y el valor invertido se recupera en muy poco tiempo.

7.6 Conclusiones del proyecto

Durante la realización de este proyecto se pueden obtener varios aspectos importantes referentes al análisis financiero, el cual nos muestra la viabilidad de la empresa y su forma de obtener utilidades, a parte de poder recuperar la inversión obtenida desde el principio, de este análisis se pueden obtener varios resultados.

- Se observa que la empresa puede recuperar su inversión en un año y tres meses de acuerdo al análisis hecho del Playback Descontado.
- La empresa tiene una rentabilidad esperada del 1.25% teniendo en cuenta que la industria aumenta un 16% anualmente, según los análisis hechos, la empresa obtiene una TIR del 13.05%, lo que nos da unos muy buenos resultados, mejores de los que estaríamos dispuestos a obtener.
- En cuanto a el plan de ventas estimado y promediado podemos destacar que se encuentra acorde con lo que estamos dispuestos a obtener y está de acuerdo con nuestras necesidades, ya que está más arriba de nuestro punto de equilibrio.
- Este proyecto nos ayuda a conocer los ingresos que tendremos en cada uno de los meses de los primeros 5 años de funcionamiento de la empresa y así informarnos si los resultados son buenos o no.

CONCLUSIONES

- QUAMTRAX SUPLEMENTOS DEPORTIVOS S.A.S es una empresa que a futuro puede significar mucho para su entorno y que puede ser muy bien acogida por los clientes, lo que la convierte en una empresa rentable y atractiva para la inversión.
- La empresa cuenta con gran talento humano que junto puede llevar adelante la empresa, pero es necesario también ir estructurando poco a poco la empresa de acuerdo a sus necesidades y de acuerdo a cómo reaccione con el mercado, está claro que tiene todos los recursos humanos suficientes para comenzar, pero podría resultar que a futuro no va a ser suficiente.
- El mercado meta al cual se enfoca la empresa es muy cambiante, esto puede ser muy bueno para la empresa pero a la vez no, porque no sabemos a qué nos debemos enfrentar en un futuro, conocemos que esta industria está en constante crecimiento, pero este crecimiento hace que la industria sea llamativa para inversionistas, lo que podría traer más competidores para nosotros que nos debiliten de alguna manera las ventas previstas.
- Debemos ir siempre un paso más adelante que la competencia para así obtener nuevos clientes y junto con esto mejores resultados que nos obliguen a innovar y a expandirnos ya sea aquí en el territorio nacional o a futuro con nuestros países vecinos.

BIBLIOGRAFÍA

Bodytech (2015) ¿Cuántas sedes tiene en Colombia? Recuperado de: <http://www.bodytech.com.co/buscar-sedes/medellin/>

Colombiatrade (2015) Recuperado de <http://www.colombiatrade.com.co/>

Echeverri, Oscar (2010) Nutrición y actividad física en América Latina y el Caribe. Recuperado de http://www.cls.org.co/uploaded_user/pdf2010/14.pdf

DANE (2015) Recuperado de: <http://sige.dane.gov.co/atlasestadistico/>

DIAN (2015) Recuperado de: <http://www.dian.gov.co/>

Dinero (Agosto 9 2014) Industria deportiva saca provecho del auge del ejercicio. Recuperado de: <http://www.dinero.com/internacional/articulo/oportunidades-negocio-industria-deportiva/200720>

Dinero (Junio 12 2015). Crecimiento económico: cuáles sectores ganan, pierden y quedan igual. Recuperado de <http://www.dinero.com/economia/articulo/crecimiento-del-producto-interno-bruto-colombia-primer-trimestre-2015/209538>

Expofitness.com.co (2015) Recuperado de: <http://www.expofitnesscolombia.com/>

Gobernación de Antioquia (2015) Recuperado de: www.antioquia.gov.co/index.php/estad%C3%ADsticas-e-indicadores

Imagina negocio (2015) ¿cómo iniciar su negocio de suplementos deportivos? Recuperado de: <http://imaganegocio.blogspot.com/2014/09/como-iniciar-su-negocio-de-suplementos.html>

Instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos recuperado de : <https://www.invima.gov.co/index.php?option=com>

Legiscomex (2015) Recuperado de <http://www.legiscomex.com/>

Marketmedios (22 de Agosto 2015) Centros comerciales Medellín. Recuperado de <http://www.marketmedios.com.co/seccion/19/medellin.html>

Medellin.gov.co (2015) Perfil socioeconómico de Medellín. Recuperado de <https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpcccontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Planeaci%C3%B3n%20Municipal/Secciones/Publicaciones/Documentos/Encuesta%20Calidad%20de%20Vida/ECV2011/Perfil%20Total%20Medellin%20Encuesta%20Calidad%20de%20Vida%202011.pdf>

Ministerio de comercio industria y turismo (2015) ¿acuerdo comercial unión europea? Recuperado de: <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=18028>

Ministerio de trabajo (2015) Recuperado de: <http://www.mintrabajo.gov.co/>

Mprende (Agosto 12 2015). ¿Cuánto me cuesta crear una empresa en Colombia?. Recuperado de <http://mprende.co/gesti%C3%B3n/%C2%BFcu%C3%A1nto-me-cuesta-crear-una-empresa-en-colombia>

Planeación Cali, (2015) Cali en cifras, Recuperado de http://planeacion.cali.gov.co/Publicaciones/Cali_en_Cifras/Caliencifras2013.pdf

Portafolio.co (29 Mayo 2012). 17% de clientes de centros comerciales van a pasear. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/negocios/17-clientes-centros-comerciales-van-pasear>

Portafolio (14 de septiembre del 2014) Crece el negocio de la vanidad Recuperado de: <http://www.portafolio.co/portafolio-plus/negocio-hacer-ejercicio>

Portafolio.co (Mayo 1 2015). ‘Fitness’, negocio a toda máquina. Recuperado de <http://www.portafolio.co/portafolio-plus/fitness-negocio-toda-maquina>.

Prezi (03 de octubre del 2013) ¿cadena de valor del sector industrial y de la empresa? Recuperado de: <https://prezi.com/m0pbhtvjx1t0/cadena-de-valor-del-sector-industrial-y-de-la-empresa/>

Quamtrax Nutrition (2015). Productos, ISOWHEY. Recuperado de <http://www.quamtrax.com/es/proteinas/108-isowhey.html>

Quamtrax Nutrition (2015). Productos, 100% HYDROBEEF. Recuperado de <http://www.quamtrax.com/es/proteinas/44-100-hydrobeef.html>

Quamtrax Nutrition (2015). Productos, MASSIVE GAINER. Recuperado de <http://www.quamtrax.com/es/proteinas/49-massive-gainer.html>

Quamtrax Nutrition (2015). Productos, COLLAGEN. Recuperado de <http://www.quamtrax.com/es/proteinas/46-collagen.html>

Quamtrax Nutrition (2015). Productos, LIPOTROPIC FAT BURNER. Recuperado de <http://www.quamtrax.com/es/perder-peso/40-lipotrophic-fat-burner.html>

Quamtrax Nutrition (2015). Productos, PROTEIN FLAN. Recuperado de <http://www.quamtrax.com/es/proteinas/50-protein-flan.html>

Quamtrax Nutrition (2015). Productos, ISO PRO. Recuperado de <http://www.quamtrax.com/es/proteinas/47--iso-pro.html>

Reyes, (2009) “S.A.S. la sociedad por acciones simplificada”. Recuperado de Editorial LEGIS 1ra Edición.

Registro Único Empresarial y Social Cámara de Comercio (2015) Recuperado de <http://www.rues.org.co/RUESWeb/>

Repositorio.autonoma.edu.co (2013) Modelo predictivo de los niveles de sedentarismo. Recuperado <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/641/1/INFORME%20FINAL%20SEDENTARISMO%20MEDELLIN.pdf>

Revista de nutrición chilena (junio 2011) consumo de suplementos nutricionales en gimnasios, perfil del consumidor y características de su uso. Recuperado de: http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S071775182011000200006&script=sci_arttext

Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) (2015) Recuperado de <http://serviciospub.sic.gov.co/Sic/ConsultaEnLinea/2013/index.php>