

Contenido

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER.....	2
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES.....	2
TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL	2
ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACION DE ESPEJOS DECORATIVOS	2
INFORME DE TRABAJO FINAL PARA OPTAR AL GRADO DE TECNÓLOGO EN COMERCIO INTERNACIONAL.....	2
AGRADECIMIENTOS.....	3
LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS	4
ABSTRACT	5
RESUMEN EJECUTIVO.....	6
CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.....	8
CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR	13
CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO	19
CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL	24
Expocamacol	25
CAPITULO V. ANÁLISIS TÉCNICO.....	33
CAPITULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	43
CAPITULO VII. ANÁLISIS LEGAL.....	52
CAPITULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO.....	53
TABLAS	64
CONCLUSIONES	77
BIBLIOGRAFÍA.....	78



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER

FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA
IMPORTACION DE ESPEJOS DECORATIVOS**

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

NOMBRE DE LOS GRADUADOS

LEIDY JOHANA VERGARA RESTREPO

ERWIN REYES TORRES

CRISTIAN PEREZ

PROFESOR GUÍA: ALEJANDRA MARIN BETANCUR

Año

2016

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo está dedicado primeramente a Dios, ya que sin su bendición no se hubiera sacado adelante esta idea y todo sería un total fracaso.

Agradecemos a nuestra docente Alejandra Marín ya que gracias a su paciencia e intención de servir se logró cumplir con el propósito y aquí se están viendo todos los resultados de esa manifestación de paciencia y su don de saber enseñar en cada una de sus clases y asesorías.

También un agradecimiento a cada uno de los familiares y amigos que contribuyeron de alguna manera en la ejecución de este proyecto ya que sin su apoyo quizás esto no hubiese sido posible.

Agradecemos a nuestros compañeros de grupo por un muy buen compañerismo durante todo el semestre y su intención siempre de apoyarse entre todos, y por soportar muchas veces preguntas a la profesora que para cualquiera serian preguntas inaportantes pero que eran de gran ayuda para el entendimiento de cada uno de los niveles.

Y ya por último un estrecho agradecimiento a los compañeros del proyecto que gracias al aporte de cada uno se logró realizar un plan de negocios por el cual nos debemos sentir orgullosos y del cual se espera materializarse para hacer realidad algo que tiene mucha viabilidad.

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

S.A.S: Sociedad Anónima Simplificada

TRM: Tasa Representativa del Mercado

PIB: Producto Interno Bruto

IVA: Impuesto al Valor Agregado

SIC: Superintendencia de Industria y Comercio

ARL: Administradora de Riesgos Laborales

VPN: Valor Presente Neto

TIR: Tasa Interna de Retorno

PRI: Periodo de recuperación de la inversión

ABSTRACT

The Project in your hands consists in express to the reader the idea of the business plan that has been raised which the marketing of decorative mirrors for rooms, bedrooms, bathrooms and others, part of the company Modern Mirror S.A.S that will be imported from China and sold in the city of Medellin. The objective plan is to incorporate functions to determine the viability of the commercialization of the product, and show the growth that has been having this on the national market and the need to enter the market with a differential product and high impact to the homes nowadays. in addition

to illustrating the orientation to generate alternatives to the growth of the Modern Mirror S. A.S company through diversification and through the implementation of marketing methods and show a high quality product, with the aim of contributing to the improvement and positioning of the company in the market. The first local company will be in Medellin downtown

where arises a high index of marketing and in which it is estimated that it is a strategic site since it is frequented by thousands of people daily. It

is important to indicate that the project starts

from the Alliance between three roommates study, which thanks

to the knowledge of one of them in the field of decorative mirrors and its importance for the

furnished today, was considered the idea of making the investment by three equal parts in addition to a loan that will be made with a Bank in order to create a company. it is intended to compete with better quality, more sophisticated designs and a modest price for the customer , also the

good personal attention to be given to each visitors who come to the facility. Partners in addition to investing capital will be responsible for managing of

the business for the first months and as the company grows

and emerging needs of new jobs is hiring. The project presents feasibility technical level since it has good references and high reliability about the vendor and the good quality of their products which would not alter deliveries of mirrors customers. Finally, was conducted a

financial analysis where they projected revenues of the company in the next five years and came to the conclusion that the project is viable, which is estimated to make an initial

investment of \$107 ' 000.000 which will be with own capital more credit, and showing that this project would have an IRR of 26.05% projecting it to 5 years

He is also estimated to have in the first year earnings amounting to 5 million pesos which is a good thing since they were not lost.

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto que tiene entre sus manos consiste en manifestarle al lector la idea del plan de negocios que se ha planteado lo cual es la comercialización de espejos decorativos para salas, habitaciones, baños entre otros, por parte de la compañía Modern Mirror S.A.S que serán importados desde China y comercializados en la ciudad de Medellín.

El objetivo del plan es incorporar las funciones para determinar la viabilidad de la comercialización del producto, y mostrar el crecimiento que ha venido teniendo este en el mercado nacional y la necesidad de ingresar al mercado con un producto diferencial y de alto impacto para los hogares de la actualidad. Además de ilustrar la orientación a generar alternativas para el crecimiento de la empresa Modern Mirror S.A.S a través de la diversificación y mediante la implementación de métodos de mercadeo y mostrar un producto de alta calidad, con la finalidad de contribuir al mejoramiento y posicionamiento de la empresa en el mercado.

El primer local de la compañía se ubicará en el sector del hueco en la ciudad de Medellín donde se presenta un alto índice de comercialización y en el cual se estima que es un sitio estratégico ya que es frecuentado por miles de personas a diario.

Es importante indicar que el proyecto nace de la alianza entre tres compañeros de estudio, que gracias al conocimiento de uno de ellos en el sector de los espejos decorativos y de su importancia para los amoblados de la actualidad, se contempló la idea de hacer la inversión por tres partes iguales además de un préstamo que se hará al banco con el fin de crear una empresa.

Se piensa competir con productos de mejor calidad, de diseños más sofisticados y con un precio módico para el cliente, aparte de la buena atención personalizada que se les dará a cada uno de los visitantes que se acerquen a las instalaciones. Los socios además de invertir el capital serán los encargados de manejar el negocio por los primeros meses, y a medida que vaya creciendo la empresa y apareciendo las necesidades de nuevos puestos se va contratando.

El proyecto presenta viabilidad a nivel técnico ya que se tiene buenas referencias y alta confiabilidad acerca del proveedor y de la buena calidad de sus productos lo que no alteraría las entregas de los espejos a los clientes.

Por último, se llevó a cabo un análisis financiero en donde se proyectaron los ingresos de la empresa en los próximos cinco años y se llegó a la conclusión de que el proyecto es viable, donde se estima hacer una inversión inicial de \$107`000.000 los cuales serán con capital propio más un crédito, y donde muestra que con este proyecto se llegaría a tener una TIR de 26.05% proyectándolo a 5 años, además se estima tener en el primer año ganancias que ascienden a los 5 millones de pesos lo cual es algo positivo ya que no generarían pérdidas.

CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1.1. Nombre de la Empresa y Marca

El nombre de la compañía refleja su razón de ser Modern Mirror traduce espejo moderno, que es un modo de transmitir innovación en el mercado, se busca el nombre en la cámara de comercio de Medellín y se puede observar que el nombre está disponible y se puede emplear para nombrar la empresa.

El logo de la compañía es el siguiente, donde se desea plasmar una empresa moderna, enfocada en la decoración de interiores y mobiliario.

Figura 1.



1.2. Tipo de Empresa

La empresa Modern Mirror S.A.S se crea este año con el fin de implementar a nivel nacional un nuevo tipo de asociación nacional como son las Sociedades Anónimas Simplificadas por la cual muchas empresas están adoptando esta nueva modalidad, entre sus ventajas se puede ver que los socios pueden crear sus propias reglas de juego, como ellos crean conveniente que sea el funcionamiento de la sociedad y en cuanto al tiempo de duración de la compañía, no es necesario determinar qué tiempo se va a establecer, lo que conlleva al ahorro de dinero en reformas estatutarias cada vez que el término estuviera por caducar, además de que existe mayor facilidad de operación y administración y no se está

obligado a tener junta directiva, se crea mediante un documento privado lo que trae beneficios en el ahorro de tiempo y dinero.

1.3.Descripción de la Empresa

Es una microempresa comercializadora de espejos modernos decorativos, la cual maneja estilos innovadores en el mercado, con el fin de marcar diferencia frente a la competencia. Es un producto diseñado para personas con gustos llamativos, amantes del diseño de interiores y con un buen poder adquisitivo, y se puede utilizar en hoteles, apartamentos nuevos y restaurantes modernos. La empresa va a estar ubicada en el centro de la ciudad, calle 49 # 55-07 en el sector del hueco el cual es un sitio estratégico por la gran cantidad de personas que transitan a diario. Por el momento solo se abrirá este local, aunque el objetivo es expandirse a nivel nacional.

1.4.Visión Y Misión De La Empresa

1.4.1. Misión

La misión para Modern Mirror S.A.S es la de proporcionarle a los clientes espejos de la mejor calidad con buenos precios, ajustados a todos los parámetros y con la mejor atención para satisfacerle al cliente, confiabilidad en el producto y en la empresa.

1.4.2. Visión

Ser la compañía líder a nivel local en la comercialización de espejos decorativos para el 2021, respaldados por el conocimiento, la experiencia, la alta calidad de los productos y el excelente servicio que caracteriza a Modern Mirror (S.A.S

1.5.Relación Productos y/o Servicios

Se ofrecerán espejos modernos decorativos, los cuales tienen una medida de 120 cm x 80 cm, están fabricados en un espejo cristal de 4 mm sobre una superficie de aglomerado de 5 cm de ancho lo cual es fina y resistente para la manipulación y transporte. En la parte posterior viene cubierto con una tapa de cartón y sus accesorios para colgar de ambas posiciones (horizontal – vertical)

Figura 2.



Vienen empacados en cajas de cartón con bolsa y protección en icopor, para ser transportadas sin ningún temor a daños. En cuanto a garantía es un producto que bajo condiciones naturales no tiene tiempo final de vida útil. La calidad de la imagen es permanente la cual brinda más confianza al cliente.

1.6. Ventajas Competitivas

Se tiene muy claro la necesidad de ofrecer productos diferentes a lo que actualmente se encuentra en el mercado, por eso se decidió investigar cuales eran las nuevas tendencias en estos espejos y así hacer la mejor selección.

- Estilos nuevos e innovadores
- Precios muy competitivos
- Calidad en el producto
- Distinción competitiva
- Servicio de acompañamiento en la instalación del espejo
- Garantía permanente del producto
- Conocimiento profesional del tema y atención personalizada

1.7. Trámites y Costos

1. Tabla 11 Trámites Legales

Tramite	Descripción	Costo	Tiempo
Registro de industria y comercio	Impuesto aplicado a las actividades industriales,	Actividad comercial 8 x mil. Estimado de ventas	Cada mes

	comerciales o de servicios realizadas en la jurisdicción de una municipalidad o distrito	mensuales \$27.800.000 * 0.8% =\$222.400	
Licencia de Bomberos	Requisito para la seguridad del establecimiento	Menor a 100mts2 \$40.000, Mayor \$74.000	Única Vez
Usos del suelo	Conocer los usos permitidos para el ejercicio de una actividad económica	No tiene costo	2 o 3 semanas antes de la apertura del establecimiento al publico
Impuesto de avisos y tableros	Impuesto a declarar por el desarrollo de la actividad comercial de le empresa en el territorio del distrito capital.	15% sobre el valor del impuesto de industria y comercio	Cada mes
Gastos de Constitución	En estos gastos están contemplados toda la papelería y diligencias para constituir la empresa	\$500.000	Única vez
Registro de marca	Este registro se hace ante la Superintendencia de Industria y Comercio y la Cámara de	\$639.000	Única vez

	Comercio, se hace un registro único y se debe renovar cada 10 años.		
--	---	--	--

2. Fuente: Camarademedellin.com, Medellin.gov.co, Consultorio contable universidad Eafit, Procolombia.com, 2015

CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

2.1. Entorno

En este aspecto la empresa Modern Mirrors S.A.S analizo diferentes temas que le ayudaran a desarrollar las diferentes estrategias para posicionar la marca en el mercado, apostando a ser reconocida por su innovación a la vista de los consumidores, logrando ser su primera opción de compra al superar sus expectativas, de esta forma se analizara también la oferta y la demanda de sus productos.

En primera instancia cabe anotar que Colombia por ser un país capitalista desarrolla más actividad a las compras, lo que genera consumismo y favorece la industria.

Basaremos este análisis en la industria del vidrio a la cual pertenece la gama de productos de la compañía y veremos como hay varios factores que influyen directa e indirectamente en la comercialización de los productos derivados de este sector.

Según Cruz (2010) En el país se puede hoy disfrutar de un amplio portafolio de vidrios o cristales que han aportado al diseño de mobiliario y que poco a poco le ganan terreno a ciertos materiales que se consideraban superiores como la madera o los plásticos, llenando de transparencia y libertad los espacios. Cristales para ver la industria bajo la perspectiva moderna, renovada y muy amigable con el medio ambiente.

Basado en lo anterior se puede enfocar un poco en la importancia que tiene el vidrio en el sector mobiliario que será uno de los mercados meta de la compañía, donde le apostara al modernismo y renovación.

En el aspecto económico se considera una variable que afecta desfavorablemente sus productos, la cual es la tasa de cambio representativa del mercado (TRM) ya que como ha decidido importarlo debe tener en cuenta las diferentes variables que pueden incursionar en el costo del producto al consumidor final, en lo que va del año el dólar ha subido de manera

continúa lo que impacta no solamente la comercialización, importación y exportación de los productos, sino también los ambientes de mercado nacional e internacional.

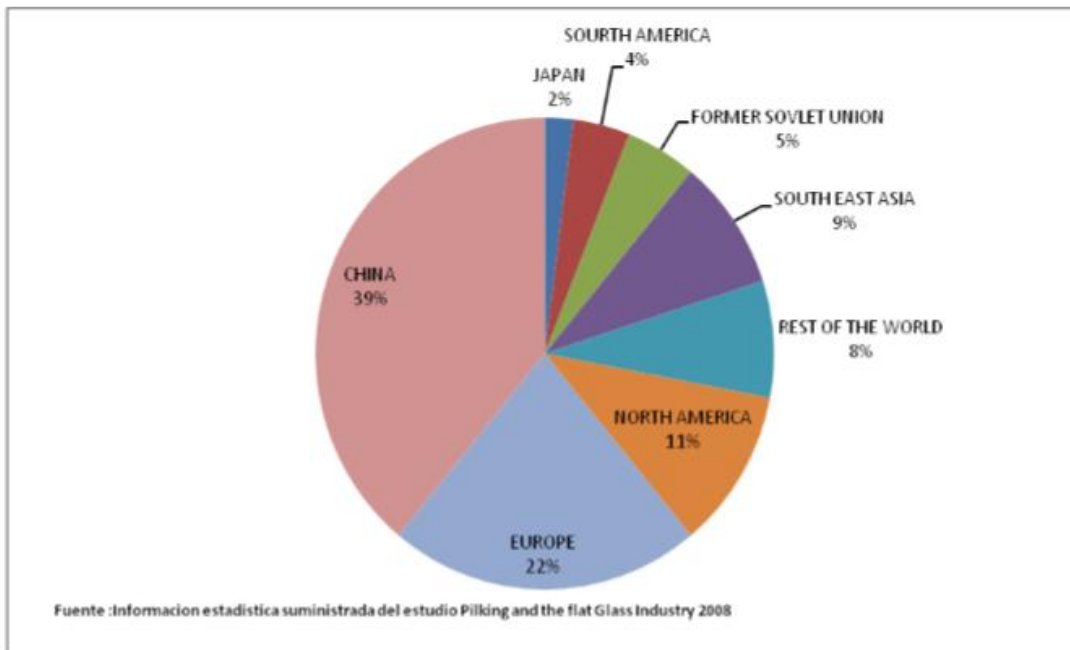
Según Cala (2009) el mercado global del vidrio durante el 2008 fue de 50 millones de toneladas, y está creciendo el 4% a 5% por año, cerca de 30 millones de toneladas es vidrio de alta calidad y el restante 20 millones de toneladas es vidrio de baja calidad producido principalmente en China.

El 93% del mercado mundial del vidrio es para el sector de la construcción, en donde el 40% es destinado para nuevos edificios, otro 40% para remodelaciones y el restante 20% para interiores.

Teniendo en cuenta lo anterior se puede ver como una parte significativa del consumo mundial del vidrio está destinado para remodelaciones e interiores, lo cual se puede aprovechar para penetrar en ese mercado de la remodelación, dando a conocer productos innovadores que van a la vanguardia con el modernismo.

Según Cala (2009) La mayor participación de consumo de vidrio flotado se encuentra en Europa, China y Norteamérica, juntos suman el 70% de la demanda como lo muestra la Grafica 1. China ha tenido un alto crecimiento, en los años 90 contaba con el 15% de la demanda, ahora cuenta con el 40%, como lo muestra la Grafica 2. Esa gran cantidad de vidrio flotado producido en China llegó a Colombia después de los años 90, por una gran demanda ocurrida en ese mismo periodo en Colombia, tras la apertura económica.

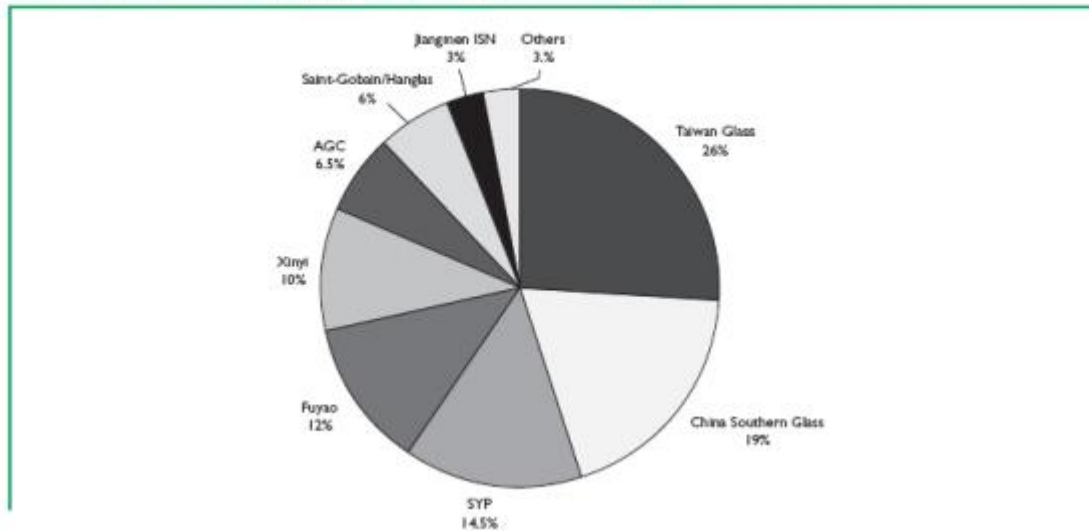
Figura 3.



Grafica 1 Demanda Mundial de Vidrio Flotado¹

Figura 4.

China Float Glass Capacity by Company (western-style float)



Grafica 2 Capacidad Total de Produccion de Vidrio Flotado en China (23mill/ton año)²

¹ Información estadística suministrada del estudio PILKINGTON AND THE FLAT GLASS INDUSTRY 2008

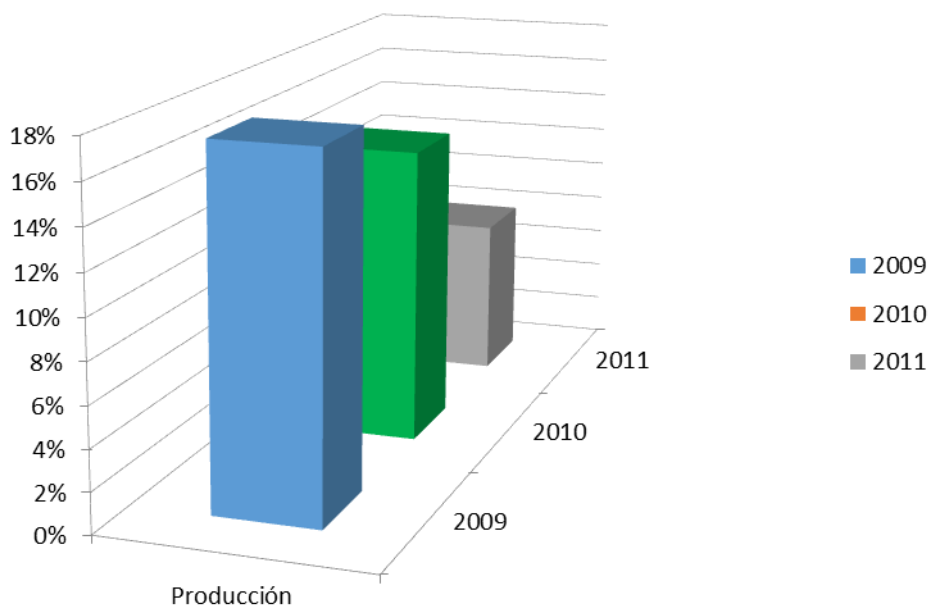
² Información estadística suministrada del estudio PILKINGTON AND THE FLAT GLASS INDUSTRY 2008

Teniendo en cuenta lo anterior se puede definir el país de donde la empresa desea importar sus productos, el cual es China, que cuenta con una participación importante en el sector del vidrio generando confiabilidad en lo que busca que es innovación y variedad de productos.

2.2. Sector o Industria

El subsector de vidrio y productos fabricados del mismo, mostró un comportamiento al alza a finales de 2008, pero a raíz de la dinámica económica del país y la crisis internacional que se tradujo en una gran disminución de exportaciones a Venezuela, el panorama cambió y afectó la dinámica que había permanecido estable para dicho sector.

Figura 5.



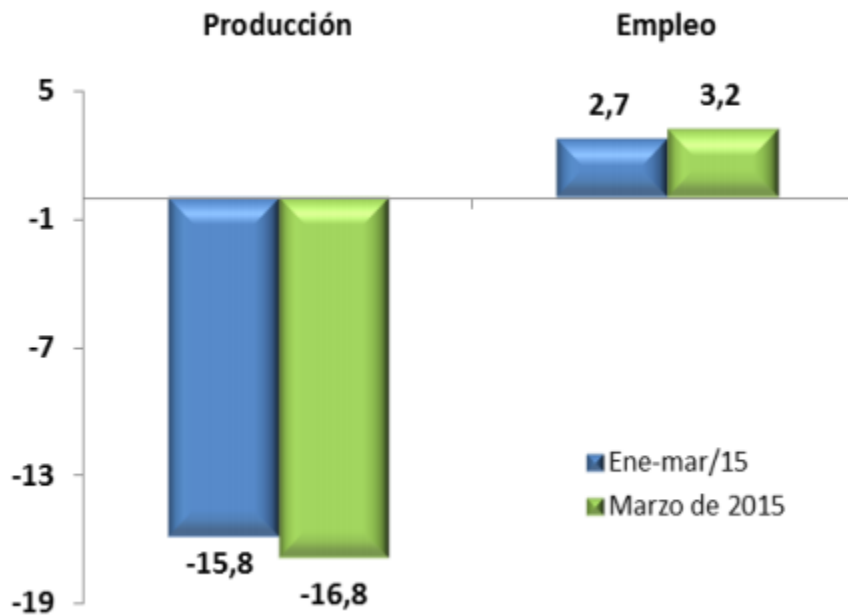
Gráfica 3 Comportamiento producción de Vidrio ³

³ Elaboración propia tomado de DANE - EMM Cálculos OEE - MCIT

En la gráfica podemos evidenciar que en el año 2010 el sector mostró un crecimiento del 14,6% con respecto a la contracción que se presentó en el 2009 cuando el subsector se redujo en un 17,4%, mientras que en el año 2011 el crecimiento fue menor que los años anteriores (7,9%). Todo lo anterior se traduce en el desempeño del mercado (importaciones y exportaciones).

Durante el 2012 y el 2013, la producción de vidrio y sus productos disminuyó -3,0% y -1,5% por efecto de la menor demanda interna. En el 2014, se recuperó y creció 9,5% impulsado por el incremento de sus ventas reales en 10,0%. (Mincit.gov.co.(2016).[online]Available at: <http://www.mincit.gov.co/> [Accessed 19 Aug. 2016]).

Figura 6.



Grafica 4 Fuente: DANE - EMM Cálculos OEE - MCIT ⁴

⁴ Fuente: DANE - EMM Cálculos OEE - MCIT

En el primer trimestre de 2015, la producción disminuyó -15,8% y sus ventas reales -1,8%, por la debilidad de la demanda interna y la contracción de exportaciones en -19,8%.

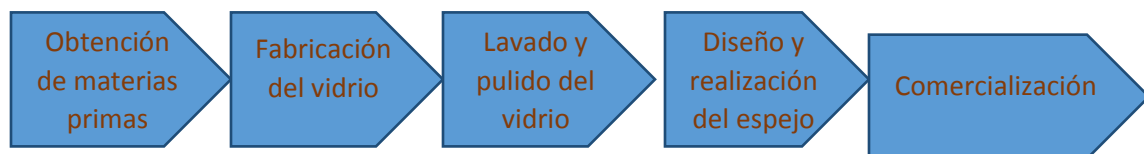
Esta menor dinámica obedeció a mantenimiento programado de algunas plantas y a los menores pedidos tanto del mercado interno como externo que han sido atendidos con las existencias en sus inventarios. El mercado más afectado fue Estados Unidos, cuyas compras de este subsector cayeron - 21,6%, durante el primer trimestre de 2015.

En Colombia la producción de vidrios representa el 0.2% del PIB.

De acuerdo a la contribución a la producción real del sector industrial, uno de los subsectores que mas impactaron negativamente la economía nacional fue la fabricación de vidrio y sus productos (-15,8%) debido al ingreso de productos con un precio mas competitivo y la falta de maquinaria con la que se cuenta para la elaboracion de dichos productos. Considerando lo anterior, incursionar en la importacion y comercializacion de estos productos en este pais puede derivar oportunidades significativas gracias a los buenos precios que se manejan y a la alta calidad con la que se cuenta, aunque cabe recalcar que apareceran obstaculos como la variacion del dólar que puede perjudicar los costos, sin embargo el mercado cuenta con poder adquisitivo y son situaciones que se podrian manejar. El sector va a estar estructurado por los proveedores que se encuentran en China, con la empresa que se va a ubicar en la ciudad de Medellin y con unos clientes que van a estar en el ambito local.

El proceso de la cadena de valor va a ser el siguiente:

Figura 7.



Se consideran Factores claves del éxito del negocio; el conocimiento que ya se tiene del Mercado, lo novedoso y multifacéticos que pueden llegar a ser estos productos, la garantía en las fechas de entrega, el modelo de negociación con los proveedores y las promociones que se le pueden ofrecer a los clientes.

CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1. Objetivos de Mercadeo

3.1.1 Objetivo a corto plazo: En los primeros 3 meses de funcionamiento la compañía se dará a conocer a los usuarios promocionando sus productos a través de las redes sociales como su primordial medio de comunicación.

3.1.2 Objetivo a mediano plazo: Durante su primer año de funcionamiento la compañía incursionará en los mercados de Bogotá, Barranquilla y Medellín identificando los nichos de mercado potenciales con el fin de poseerlos en el mercado.

3.1.3 Objetivo a largo plazo: Lograr que en 5 años la compañía se haya posicionado en los mercados de las ciudades principales de Colombia, como lo son Medellín, Cali, Bogotá, Barranquilla, Cartagena, Cúcuta, Ibagué, Bucaramanga, Santa Marta, Pereira, Manizales, Buenaventura, Pasto, Montería y Neiva.

3.2 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

Este Mercado meta son los clientes finales de los estratos 3, 4, 5, 6, debido a un estudio socio económico y el nicho de mercado al cual se desea llegar del territorio nacional por ser productos de valor medio y alto, para llegar a este mercado se plantea utilizar una bodega

ubicada en Medellin, la cual será una Vitrina o Un Show Room para aquellos clientes que quieran ver físicamente los productos

3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios

El Mercado potencial son personas entre los 25 a 65 años Hombres y mujeres, de los estratos 3, 4, 5,6. Con cualquier nivel Socio económico. Especialmente para Mujeres las cuales son las que influyen en las decisiones de compra de parejas y Familias. También este producto está dirigido a Gran diversidad de público tales como empresarios, decoradores, empresas constructoras comerciantes entre otros. Este Producto se Caracteriza por ser de un precio competitivo y llamativo a comparación de productos similares. Tiene una excelente calidad por ser de una fábrica con muchos años en el mercado chino y con clientes en cada uno de los 5 continentes que respaldan su trayectoria.

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

A continuación en la tabla 1 se presenta el siguiente estudio de la encuesta de calidad de vida año 2011

INDICADORES DE VIVIENDA MUNICIPIO DE MEDELLIN					
Número de habitantes			2.368.282		
Estrato de la Vivienda	Urbano	Rural	Total	%	Número de viviendas según el estrato
Estrato 1	81674,17388	3746,625355	85.421		11,99
Estrato 2	216.967	36.435	253.402		35,56
Estrato 3	193.053	13.062	206.115		28,92
Estrato 4	78.129	332	78.460		11,01
Estrato 5	57.971	108	58.079		8,15

Estrato 6	31.156	34	31.190	4,38
Total viviendas	658.950	53.717	712.667	100,01

Los clientes potenciales están principalmente en el área urbana pertenecientes a los extractos 3-4-5-6 los cuales representan aproximadamente la mitad de la población de esta muestra

3.5 Mercado Competidor

En la tabla 2 se relacionan las empresas competidoras en el mercado local, estas empresas se seleccionaron porque son las principales comercializadoras de productos similares, sin embargo, la estrategia de comercialización es diferente a la propuesta en este proyecto.

Empresa	Producto	Fortaleza	Debilidades
Matisses	Espejo decorativo	Marca	precio
Mada SAS	Espejo Decorativo	Formas de Pago	Promoción y publicidad
Deco Outlet	Espejo decorativo	Puntos de venta	Promoción y publicidad

3.6 Mercado Distribuidor

La Manera de distribución será venta directa ya que está enfocado para público de un nivel socio económico medio y alto. Se tiene como referencia el estudio de hogares realizado en la ciudad de Medellín el cual señala la sostenibilidad de los extractos 3-4-5 -6.

Se partirá de estrategias publicitarias en las redes sociales y también por una página web para realizar ventas a todo el país.

3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación

En la actualidad las nuevas tecnologías y el acceso masificado al internet han puesto a disposición de los consumidores una gran cantidad de información, esto lleva a las empresas a generar estrategias acertadas para sobresalir en un mundo cada vez más competitivo como lo es el de los medios digitales.

Harold Ruiz, Director de cuenta – Mobext – Havas Media Group, en su presentación Marketing Móvil para Colombia, presenta cifras muy reveladoras en las cuales se exponen los principales ítems que concentran hoy las búsquedas a través de internet en móviles.



Grafica 5 Actividades realizadas en los móviles⁵

⁵ Fuente: <http://www.slideshare.net/eMarketingHoy/penetracion-de-moviles-en-colombia-e-marketinghoy>

Basados en lo anterior se creará una aplicación móvil donde los usuarios cuenten con una experiencia Web Móvil que contribuya a su crecimiento y proporcione una experiencia única a los usuarios por su facilidad para explorar y navegar por el sitio.

También contará con links directos que permiten conexión con cada una de las redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube, Flickr e Instagram)

3.8 Presupuesto de Mezcla de Mercados

En la tabla 3 se relaciona las actividades a realizar para la mezcla de mercados y sus costos

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR
Redes sociales	Se creara un usuario para cada una de las siguientes redes sociales: Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, Instagram lo cual es totalmente gratis	5	\$ 0
Aplicación Móvil	Se adquirirá una aplicación móvil a través de Goodbarber.com que pueda ser descargada por los usuarios de iPhone y Android	1	\$58.680 /mes
Página Web	Se creara una página Web a través de la página de Wix.com la cual es totalmente gratis	1	\$ 0
Catalogo digital	Se creara un catálogo digital a través de la aplicación Flip Builder la cual es totalmente gratis	1	\$ 0
Tarjetas de presentación	Se mandara a realizar unas tarjetas de presentación laminadas brillantes a dos caras con una litografía	200	\$ 80.000

Anuncio páginas amarillas	Se sacara un anuncio con los datos de la empresa en las páginas amarillas en un doceavo de pagina	1	\$550.000 / año
---------------------------	---	---	-----------------

CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL

4.1 Tratados Comerciales

Entre Colombia y China por el momento no hay ningún acuerdo comercial, aunque entre las dos naciones ya se vienen adelantando negociaciones con el fin de firmar un tratado de libre comercio, con el propósito de multiplicar las relaciones comerciales, que en los últimos años ha tenido un crecimiento considerable 15 veces mayor al que se tenía hace 10 años y lo que conlleva a que china sea el segundo socio comercial de Colombia. Este acuerdo comercial beneficiaría a las dos naciones ya que Colombia produce muchas cosas que china necesita y viceversa, pero todavía hay aranceles muy altos y esto evita que más productos de Colombia vayan a China y los productos chinos a su vez, no puedan entrar directamente a Colombia. A China le interesa los crudos y sus derivados, así como otras materias primas que se producen el país sudamericano, y a Colombia por su parte le interesan las tecnologías y todo lo relacionado con la industria, en donde se verían beneficiadas las importaciones de espejos.

4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

La posición arancelaria con la que se ingresa a Colombia es 7009.91.00.00 vidrio y sus manufacturas, artículos de vidrio para servicio de mesa, cocina, tocador, baño, oficina,

adorno de interiores o usos similares que cuentan con un gravamen arancelario del 10% y un del IVA 16%.

4.3 Requisitos y Vistos Buenos

No se exigen requisitos específicos de Origen aunque es necesario tener unos documentos soportes como son:

- Certificado de Conformidad con Reglamento Técnico - Superintendencia De Industria Y Comercio
- Declaración de Cumplimiento del Reglamento Técnico - Superintendencia De Industria Y Comercio
- Inscripción Registro de fabricantes e importadores de SIC

Y la posición arancelaria de china es 7009.91.00.00 con un gravamen arancelario de 10% y un IVA del 16% y entre las tasas a impuestos adicionales se encuentra el impuesto al consumo

4.4 Participación en Ferias Especializadas

Expocamacol

Del 24 al 27 de agosto en Plaza Mayor, Exposiciones y Convenciones Medellín- Colombia se lleva a cabo la Feria Internacional de la Construcción, la Arquitectura y el Diseño de Colombia, esta se realiza cada dos años y es el escenario comercial, de actualización y negocios de la industria de la construcción, en la cual confluye el sector empresarial y profesional de todas las actividades relacionadas con la cadena productiva de la construcción, es la feria de materiales de la construcción catalogada por Procolombia como la más importante de Latinoamérica, según las proyecciones de negocios alcanzadas en este certamen.

En esta feria los usuarios podrán contar con un pabellón catalogado por los organizadores como PABELLON AMARILLO en donde podrán encontrar las empresas dedicadas a:

- Acabados de construcción
- Pisos, enchapes y otros recubrimientos
- Electrodomésticos y gasodomésticos
- Cocinas y baños
- Carpintería metálica y de madera
- Griferías
- Vidrios

En este pabellón la empresa MODERN MIRROR S.A.S. contará con un stand donde dará a conocer sus productos al público.

Se contemplarán los siguientes costos:

Viáticos/Alimentación:

Para los viáticos totales la compañía invertirá el valor de \$500.000 los cuales incluirá la alimentación (desayuno, almuerzo, cena, refrigerios), transporte necesario.

Inscripción a la feria:

Las tarifas de participación en la feria se dividen en la siguiente forma:

Valor m2 área cubierta: \$1.000.000 + IVA

Valor m2 área libre: \$800.000 + IVA

MODERN MIRROR S.A.S requerirá un área cubierta de 4 m2 para la participación en el evento, el cual tendrá un costo de: \$4.000.000 + IVA para un total de \$4.640.000

Los expositores tendrán un horario de 9:00 am a 08:00 pm desde el 24 al 27 de agosto.

Inicialmente se debe diligenciar una información requerida sobre el expositor directamente en la página de Expocamacol en el siguiente link <http://www.expocamacol.com/quiero-ser-expositor/> ellos analizaran la viabilidad del proyecto y lo aprobaran.

Los costos que MODERN MIRROR S.A.S asumirá por montaje completo del stand son:

Servicios Técnicos:

Tomacorriente doble con polo a tierra (1500W/110V) No incluye consumo: \$30.000

Servicio Telefónico Larga Distancia con aparato, incluye consumo local ilimitado: \$63.000

Internet:

De 1 a 2 Equipos: Cableado + WiFi para dispositivos móviles: \$205.000 por toda la feria.

Mobiliario y Elementos de decoración:

- 2 Sillas Acrílicas: \$20.500 c/u = \$41.000
- Panel ranurado de madera para exhibición: dos paneles cada uno de 2*2 mts \$100.000 c/u para un total de \$200.000
- Mesa para PC: \$110.000
- Mesa de juntas redonda 60cm: \$58.000
- 3 sillas para mesa de justa sencillas: \$45.000 c/u para un total de \$135.000
- Papelera metálica: \$20.500

Montaje en la feria:

El montaje total de la feria tendrá un costo de: \$6.000.000, el montaje lo realizará Expocamacol Medellín- Colombia

Salario del Personal:

El acompañamiento, exposición y venta se hará por parte de dos accionistas de la compañía; no habrá salario extra fuera del normal devengado por los mismos.

Material de Promoción:

La figura 1 muestra la participación del público en dicha feria en el año 2014.



Fuente: <http://www.expocamacol.com/>

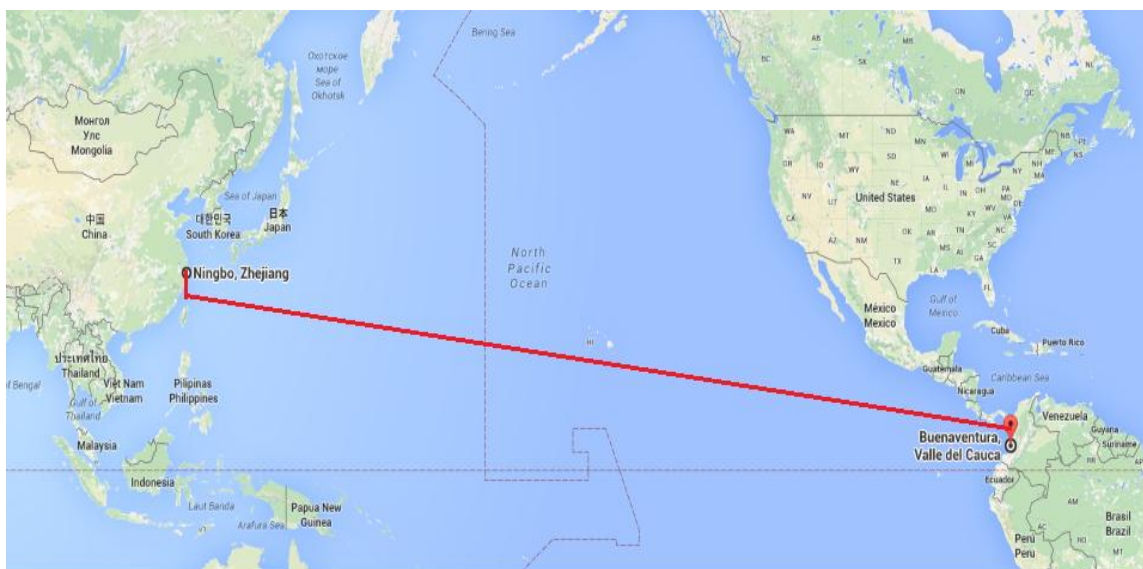
Teniendo en cuenta la información de la figura MODERN MIRROR S.A.S hará para los visitantes de la feria el siguiente material publicitario:

1.000 Brochures con las referencias de los productos más destacados, información de la empresa y teléfonos de contacto \$800.000

1.000 Tarjetas de negocios con los contactos de los socios expositores en la feria \$120.000

4.5 Rutas de Acceso

En la figura 2 se muestra la única ruta de acceso que usaremos para el transporte de la mercancía, como puerto de origen Ningbo, China y como puerto de destino Buenaventura, Colombia, el único medio de transporte a utilizar será el marítimo.



Fuente: Google Maps, 2016.

4.6 Liquidación de Costos de Importación

La tabla 4 muestra la cotización y costos realizada por la empresa Tasmarees Logística S.A.S

IMPORTACION NINGBO A BUENAVENTURA DDP		
CONCEPTOS	VALORES Y MONEDA	
1-INFORMACION QUE ENTREGA		
DESCRIPCION PRODUCTOS	Espejos decorativos	
UNIDADES	220	
VALOR ACCESORIOS	12300 USD	
ENTREGA:	DDP	
PUERTO DESTINO	Buenaventura	
VOLUMEN	20.5M3	
PESO	235KGS	
TOTAL EXW	12.300	USD
INLAND 14 USD TON/M3	200.00	USD
TOTAL FOB	12.500	USD
FLETE MARITIMO CONTENEDOR 20ST	400,00	USD
TOTAL CFR	12.900	USD
SEGURO INTERNACIONAL 0.35% SOBRE EL VALOR FOB MIN 80USD	80,00	USD
TOTAL CIF	12.980	USD
MANEJO DE LA CARGA	75,00	USD

GASTOS LIBERACION	150,00	USD
TOTAL DAT	13.205	USD
TOTAL DAT EN COP	\$ 38.741.093	COP
TRAYECTO INTERNO BUENAVENTURA – MEDELLIN	\$ 1.400.000,00	COP
TOTAL DAP(DAT+ TRAYECTO INTERIOR)	\$ 40.141.093	COP
ADUANA NACIONALIZACION		
GASTOS PORTUARIOS	\$ 800.000,00	COP
COMISION DE AGENCIAMIENTO ADUANERO 0.35% / FOB MINI 150.000COP	\$ 150.000,00	COP
DECLARACION IMPORTACION	\$ 18.000,00	COP
DECLARACION DE VALOR	\$ 18.000,00	COP
TRANSMISION SIGLO XXI	\$ 20.000,00	COP
IMPUESTOS	\$ 9.901.055	COP
TOTAL DDP(DAP+ IMPUESTOS+ ADUANA NACIONALIZACION)	\$ 51.048.148	

INFORMACION ADICIONAL SOLICITADA:
TASA DE CAMBIO: 2,933.82
VIGENCIA HASTA EL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2016
20 DÍAS LIBRES EN DESTINO
SALIDAS: SEMANALES

TIEMPO DE TRANSITO : 25 - 30 DIAS

Fuente: TM LOGISTICS, Trasmare Logística S.A.S, 2016

CAPITULO V. ANÁLISIS TÉCNICO

5.1 Descripción del proceso de producción




El siguiente diagrama de flujo representa los pasos a seguir para realizar el proceso de comercialización de la empresa MODERN MIRROR S.A.S.




Este procedimiento es aplicable para cualquier tipo de cliente y sus actividades se desarrollan independientemente del tipo de contacto inicial con este.

ACTIVIDAD		RESPONSABLE				OBSERVACIONES
		COMERCIAL GERENTE	COMERCIAL	DESPACHADOR	CLIENTE	
2	Toma de datos sobre las necesidades del cliente					En esta parte el asesor comercial tomara los datos de las necesidades del cliente, especificaciones de los productos, cantidades, diseño etc.
3	Preparación de la propuesta					Se prepara según lo establecido en el contacto con el cliente (precios, condiciones de pago y de entrega) se prepara una cotización por escrito si es que el cliente lo requiere.
4	Evaluación de capacidad					El Gerente Comercial analiza la capacidad para cumplir con los requisitos técnicos (especificaciones) y el tiempo de entrega y se diligencia la disponibilidad

				en el pedido.
5	Aprobación de la propuesta			<p>Esta aprobación se da de acuerdo al análisis de la capacidad de la empresa para cumplir con las condiciones de la propuesta. Cualquier observación es comunicada al Asesor Comercial para ajustarla.</p> <p>En esto paso también se cuenta con la capacidad de respuesta del proveedor.</p>
6	Presentación de la propuesta			<p>El Asesor Comercial pone a consideración del cliente la propuesta por los medios convenidos (fax, correo electrónico, personal o telefónicamente) y se le envían todas las condiciones de la cotización con el fin de que todo quede claro.</p>
7	Seguimiento de la propuesta		↓	<p>Mientras la venta no sea adjudicada, se hace un seguimiento durante 2 meses, para solucionar inquietudes del cliente y posibles diferencias entre el requerimiento y la propuesta.</p>

ACTIVIDAD		RESPONSABLE				OBSERVACIONES
		COMERCIA L GERENTE	GENERAL	DESPACHA DOR	CLIENTE	
8	Negociación					La gestiona el Asesor Comercial y la aprueba el Gerente comercial o en su defecto, en esta se dejan claras todas las consideraciones de entrega, plazos y forma de pago.
9	Adjudicación de la venta					El cliente confirma la compra del producto a la empresa por medio de un correo electrónico u orden de compra donde especifique descripción del producto y cantidades.
10	Diligenciar el PEDIDO					El Asesor Comercial diligencia el pedido con el

					fin de legalizar la compra.
11	Informar al área de compras				Diariamente se pasan las NECESIDADES DE VENTAS al área de compras, con la aprobación del Gerente Comercial con los requerimientos de los clientes, para que este inicie el proceso de compra de los productos que hacen falta.
12	Programación de la entrega				Una vez pasadas las necesidades de ventas y que se verifique que todos los productos solicitados por el cliente se encuentren en inventario el asesor comercial programa la entrega en compañía del encargado de despachos para cumplir los compromisos adquiridos con el cliente.
13	Alistamiento del pedido			 	El encargado de despachos se encarga de embalar el producto para la entrega al cliente, realizar la remisión de entrega y la factura, este revisa que todo esté

					completo y se encarga de montarlo al carro junto con el conductor del vehículo.
14	Entrega			→ 	El cliente recibe el producto y en aceptación firma la remisión y la factura con el fin de confirmar haber recibido satisfactoriamente.
15	Retroalimentación			 ←	El Asesor Comercial realiza una evaluación a dos clientes diferentes cada mes, esto con el fin de medir la satisfacción del cliente con el servicio prestado, en este proceso se evalúa, la calidad del producto, el cumplimiento en la entrega, la atención que recibió del personal de la empresa, el precio, las especificaciones del producto y las recomendaciones.

A continuación, se relaciona el perfil del cargo para el Asesor comercial que realizara el proceso de comercialización en la compañía.

PERFIL DEL CARGO									
CARGO Y/O ROL:				Asesor Comercial					
JEFE INMEDIATO:				Gerente					
OBJETIVO DEL CARGO: Definir las mejores estrategias que se deba establecer e implementar las tácticas adecuadas al modelo de actuación comercial del equipo para que puedan generar relaciones de largo plazo con los clientes, para superar los objetivos comerciales									
FUNCIONES				PERIODICIDAD		TIEMPO DE EJECUCION			
				D	S	M	A	E	
Planear, ejecutar y controlar con la gerencia comercial las estrategias comerciales para penetrar nuevos mercados, adquirir nuevos clientes y optimizar las ventas.				X					DURANTE EL DIA
Realizar planes de ofertas y seguimiento continuo para la recuperación de los clientes perdidos hasta lograr establecer nuevas relaciones comerciales.				X					DURANTE EL DIA
Realizar seguimiento continuo a las ventas hasta realizar el cierre de esta con la entrega del producto.				X					DURANTE EL DIA
Informar permanentemente a la gerencia comercial todos aquellos hechos o acontecimientos que se presenten durante el desarrollo de las labores.				X					DURANTE EL DIA
Trabajar en equipo con todas las áreas de la empresa con el fin de lograr los objetivos generales y el mejoramiento				X					DURANTE EL DIA

continuo.						
Administrar los recursos necesarios para el manejo de las ventas.	X					DURANTE EL DIA
Cumplir con el porcentaje esperado de recaudos asignado por gerencia comercial		X				DURANTE EL DIA
Dar trámite a las solicitudes de devolución de dinero cuando se requiera, previa autorización de la gerencia comercial	x					DURANTE EL DIA
Atender sugerencias, quejas y reclamos de los clientes y dar soluciones a estos.					X	DURANTE EL DIA
Realizar el proceso de presentación de la propuesta					X	DURANTE EL DIA
Elaborar el pedido del cliente					X	DURANTE EL DIA
Verificar el cumplimiento en las entregas	X					DURANTE EL DIA
Pasar las necesidades de ventas al responsable	X					
Realizar las evaluaciones a los clientes			X			
Cumplir con las demás funciones que le asigne el jefe inmediato.	X					DURANTE EL DIA
AUTONOMIA EN LAS DECISIONES: 80%	DECISIONES QUE DEBA CONSULTAR: 20%					
RENDICION DE CUENTAS A:						APOYA A:
Gerente						Logística
						Compras
CARGOS DEPENDENTES O PERSONAS A CARGOS						
Ninguna						
RESPONSABILIDADES POR BIENES DE LA EMPRESA						
BIEN						USO COLECTIVO O

	INDIVIDUAL
COMPUTADOR	Individual
PUESTO DE TRABAJO (Escritorio, silla, papelería)	Individual
TELEFONO FIJO	Individual
PERFIL DEL CARGO	
NIVEL DE EDUCACIÓN	EXPERIENCIA
Primaria Bachillerato Intermedio Superior	Tiempos
<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text" value="x"/> <input type="text"/>	Preferiblemente > 3 Años de experiencia en el cargo
FORMACIÓN ESPECÍFICA:	
TECNOLOGO O PROFESIONAL EN MERCADEO, ADMINISTRACION O AREAS AFINES	
CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS	
SERVICIO AL CLIENTE, AREA COMERCIAL, CONSECUION DE CLIENTES, OFFICE, DESEABLE CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO	
HABILIDADES Y DESTREZAS	
TRABAJO EN EQUIPO	
COMUNICACIÓN EFECTIVA	
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	
TRABAJO BAJO PRESION	
PLANEACION	
LIDERAZGO	

5.2 Plan de Producción

A continuación, se presenta el plan de producción de la empresa, el cual se proyecta con base en el plan de ventas y considerando que los 3 primeros meses son de funcionamiento, se pondrá en marcha la proyección y se realiza por los 9 meses del primer año de

funcionamiento del negocio. Debido a que la cantidad mínima que se puede importar son de 180 espejos se determina comprar esa cantidad más un 10% de más con el fin de otorgar las garantías y reposiciones que se presenten y ya que el plan de ventas obedece a ventas en promedio de 30 espejos por mes , se compran esos 196 por los primeros 6 meses y también con el propósito de mostrarle a la clientela que se cuenta con un inventario considerable, y ya en el Séptimo mes donde se espera que el producto tenga mayor acogida se hará nuevamente la importación de la misma cantidad esperando que las ventas incrementen o de cualquier manera contar con ese inventario para el siguiente año

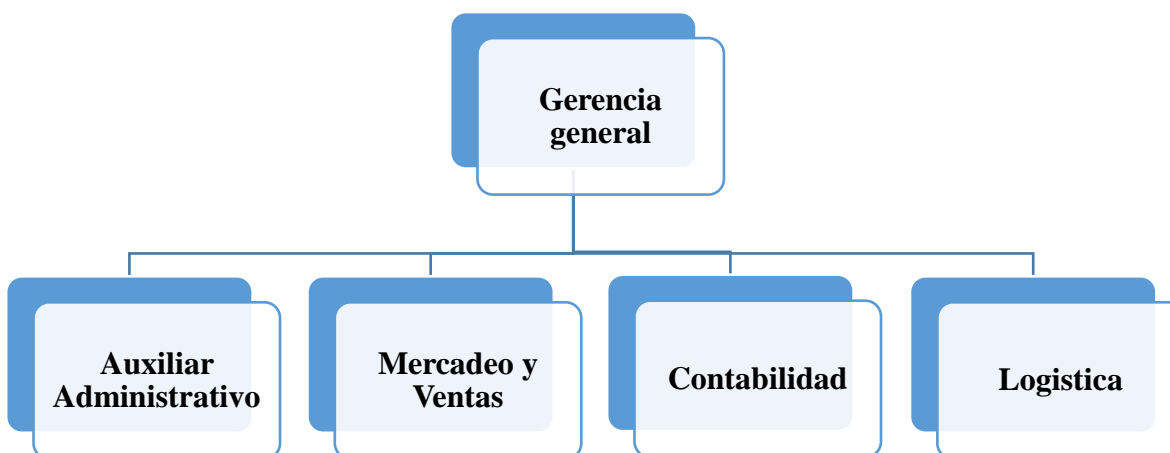
Producto	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9
Espejo	196	-----	-----	-----	-----	-----	196	-----	-----

CAPITULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

6.1 Estructura Organizacional del Negocio

6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional

En la figura 1 se representa el organigrama de la empresa MODERN MIRROR S.A.S, de una forma jerárquica se observan las diferentes áreas que componen las actividades desarrolladas.



Fuente: Diseño propio, 2016

En la tabla 5 se demuestra según cada una de las áreas que conforman el organigrama de la compañía, como se concentra el desarrollo principal de sus actividades.

Tabla 5 Descripción del organigrama

AREA	FUNCIONES
Gerencia general	Liderar los procesos desarrollados en las diferentes áreas de la compañía en su totalidad, funcionando como un área de

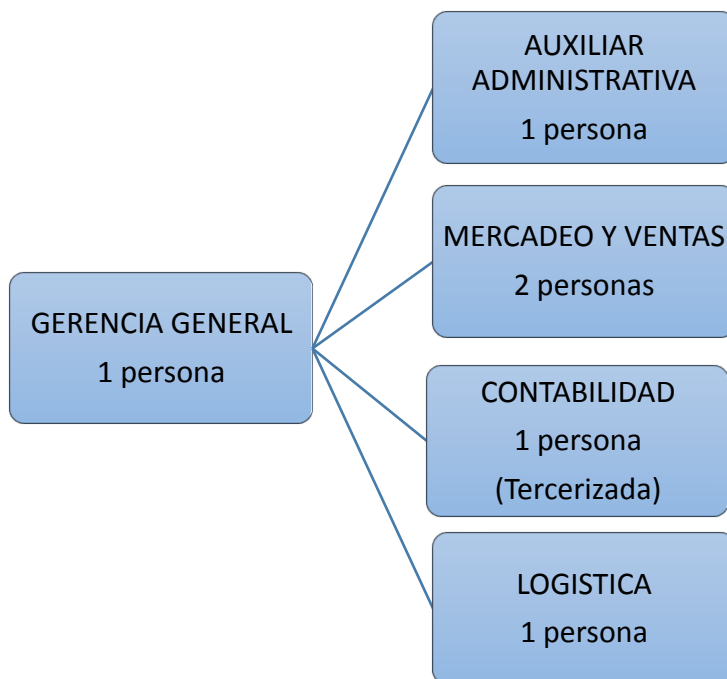
	control y acción a cualquier evento en particular.
Mercadeo y ventas	Planear y desarrollar estrategias de comercialización y cumplimiento de los diferentes productos en el mercado, con bases de innovación y creatividad.
Contabilidad	Controlar el cumplimiento de las decisiones o normatividad de la empresa en sus diferentes áreas, se maneja una revisión constante en la circulación del dinero en las diferentes áreas de la compañía.
Logística	Coordina y controla todas las operaciones de primera necesidad que involucren la disposición de las mercancías en diferentes lugares y en tiempos específicos.
Auxiliar Administrativo	Soporta y apoya de forma integral los procesos que están relacionados directamente con el personal contratado en las diferentes áreas, los aportes al bienestar de estos y demás eventos de tipo social de la empresa, además de ser apoyo para cartera, facturación, pagos, compras y todo lo relacionado con la administración de la empresa.

Fuente: Diseño propio, 2016

6.1.2 Organigrama Estructura Personal

En la figura 1.1 se explica de nuevo organigrama de las áreas de la compañía, en esta ocasión muestra cuantas personas son necesarias para cada área y el rango de importancia de las mismas.

Figura 1.1 Organigrama del Personal



Fuente: Diseño propio, 2016

6.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados

En la tabla 6 se identifican las áreas y su personal de trabajo que son vinculadas directamente por MODERN MIRROR S.A.S, los rubros especificados a continuación se muestra de forma mensual.

Tabla 6 Estructura del personal

Área	Personal	Salario Base	Deducciones	Salario Total	Prestaciones Sociales
Gerencia General	1 persona.	\$1.500.000 Auxilio Tte no aplica	\$120.000 mensual	\$1.380.000 mensual	\$627.450 (Cesantías, Primas, I. Cesantías, AFP, EPS, ARL, Vacaciones, Parafiscales – mensual)
Mercadeo y	2 personas	\$800.000 c/u +	\$64.000	\$813.700	\$334.160

Ventas		Auxilio de Tte \$77.700 + Comisiones 10% por ventas	mensual	Mensual	(Cesantías, Primas, I. Cesantías, AFP, EPS, ARL, Vacaciones, Parafiscales – mensual)
Auxiliar Administrativo	1 Persona	\$800.000 + Auxilio Tte \$77.700	\$64.000 Mensual	\$813.700 Mensual	\$334.160 (Cesantías, Primas, I. Cesantías, AFP, EPS, ARL, Vacaciones, Parafiscales – mensual)
Logística	1 persona	\$800.000 + Auxilio de Tte \$77.700	\$64.000 mensual	\$813.700 mensual	\$334.160 (Cesantías, Primas, I. Cesantías, AFP, EPS, ARL, Vacaciones, Parafiscales – mensual)

Fuente: Diseño propio, Mintrabajo.com, 2016

A continuación, en la tabla 6.1 se simplifican las actividades de las diferentes áreas de la empresa que van a ser tercerizadas, con la información pertinente de cada una.

Tabla 6.1 Procesos Tercerizados

Área	Proceso	Empresa	Personal	Costo mensual
Contabilidad	Tercerizada	Concifo S.A	1 contador	\$350.000

6.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Locaciones Empresa

En la tabla 7 se describe el área a utilizar y sus condiciones para la comercialización de los productos, en las ciudades donde se tendrá presencia para la atención del público de manera física.

Tabla 7 Locaciones

Ubicación	Área a utilizar	Disposición del local	Valor arriendo	Puntos de venta
Calle 49 55-07	35mts	Arrendado	1'500.000	Hueco Medellín

Fuente: Diseño propio, 2016

6.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres

En la tabla 8 a continuación se puede observar la relación de la maquinaria, equipos, muebles, software entre otros enseres que son necesarios para realizar sus funciones de MODERN MIRROR S.A.S.

Tabla 8 Muebles, enseres y demás materiales

Descripción	Cantidad	Proveedor	Precio Unitario COP	Precio Total COP	Tipo Inversión
Escritorios	6	Homecenter	220.000	1'680.000	Inicial
Sillas Escritorio	6	Homecenter	120.000	720.000	Inicial
Sillas Espera	4	Homecenter	330.000	330.000	Inicial
Archivadores	3	Homecenter	300.000	900.000	Inicial
Estanterías	2	Homecenter	520.000	1'040.000	Inicial
Dispensador de agua	1	Aquarella	11.000	11.000	Costo cada 3 meses que se debe cambiar los dispensadores
Exhibidores	1	Homecenter	2'000.000	2'000.000	Inicial




(showroom)					
Computadores	6	Homecenter	1'000.000	6'000.000	Inicial
TOTAL				12.681.000	

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/category/cat10320/Muebles-de-Estudio-y-Oficina>, Diseño propio 2016


6.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por área

MODER MIRROR S.A.S se compone de 4 áreas en total, la tabla 9 a continuación muestra todos los implementos necesarios para el funcionamiento de cada área.

Tabla 9 Materiales por área

MATERIAL O INSUMO	DESCRIPCION	PROVEEDOR	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	TIPO INVERSION
	Clips Estándar Metálicos 6 unds	PAPELERIA MARION	3.000	18.000	Trimestral
	Resma Papel Carta CopyPac 4 unds	PAPELERIA MARION	10.000	40.000	Trimestral
	Tijeras mango plástico 7" 2 unds	PAPELERIA MARION	12.000	24.000	Unica

	<p>Resaltador grueso Sharpie Accent x 5unds 2 und</p>	<p>PAPELERIA MARION</p>	<p>10.000</p>	<p>20.000</p>	<p>Trimestral</p>
	<p>Libro contabilidad 100 folios 2 unds</p>	<p>PAPELERIA MARION</p>	<p>12.500</p>	<p>25.000</p>	<p>Unica</p>
	<p>Cosedora Plástica Estándar + Saca ganchos + Perforadora 3 unds</p>	<p>PAPELERIA MARION</p>	<p>8.000</p>	<p>24.000</p>	<p>Unica</p>
	<p>Tarjeta Kardex estándar Minerva 3014 paquete 1 und</p>	<p>MERCADO LIBRE</p>	<p>34.000</p>	<p>34.000</p>	<p>Trimestral</p>
	<p>Comprobantes de ingreso y egreso Minerva paquete 1 und</p>	<p>PAPELERIA MARION</p>	<p>16.000</p>	<p>16.000</p>	<p>Trimestral</p>
	<p>Recibo Caja Menor con detalle x paquete 1 und</p>	<p>PAPELERIA MARION</p>	<p>11.000</p>	<p>11.000</p>	<p>Trimestral</p>

	Caja bolígrafos negros x 24 caja 1 und	PAPELERIA MARION	12.000	12.000	Trimestral
TOTAL				224.000	

Fuente: <http://www.marion.com.co/> Diseño propio 2016

6.2.4 Requerimientos de servicios por área

En la tabla 10 se relacionan los servicios que se utilizarán en los puntos de venta de la empresa, teniendo en cuenta las condiciones de uso y el pago de estas según el periodo de utilización.

Tabla 10 Servicios Públicos Local Medellín

Descripción	Valor	Proveedor	Periodo de pago
Servicios públicos: agua, luz y gas	150.000	EPM	Mensual
Servicios de comunicación teléfono e internet de 10 MB en 4GLTE	120.000	UNE	Mensual
Vigilancia: sistema de alarmas	60.000	METROALARMAS	Mensual
Póliza Multiriesgo Empresarial	44.000	SURAMERICANA	Mensual
Servicios tercerizados: personal	400.000	SERVIDOMESTICAS	Mensual

de aseo. 50.000 X día, 2 días a la semana			
TOTAL	774.000		

Fuente: Diseño Propio 2016

CAPITULO VII. ANÁLISIS LEGAL

7.1 Tipo de Organización empresarial

El tipo de organización que maneja la compañía es una sociedad por acciones simplificada (SAS), dentro de su significado se encuentra que : La sociedad por acciones simplificada está reglamentada según la Ley 1258 de 2008 . Dicha sociedad podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá

7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

En la tabla 11 se relacionan los trámites legales correspondientes para el funcionamiento de la empresa con la información correspondiente.

Tabla 11 Trámites Legales

Tramite	Descripción	Costo	Tiempo
Registro de industria y comercio	Impuesto aplicado a las actividades industriales, comerciales o de servicios realizadas en la jurisdicción de una municipalidad o distrito	Actividad comercial 8 x mil. Estimado de ventas mensuales \$27.800.000 * 0.8% =\$222.400	Cada mes
Licencia de Bomberos	Requisito para la seguridad del establecimiento	Menor a 100mts2 \$40.000, Mayor \$74.000	Única Vez

Usos del suelo	Conocer los usos permitidos para el ejercicio de una actividad económica	No tiene costo	2 o 3 semanas antes de la apertura del establecimiento al público
Impuesto de avisos y tableros	Impuesto a declarar por el desarrollo de la actividad comercial de la empresa en el territorio del distrito capital.	15% sobre el valor del impuesto de industria y comercio	Cada mes
Gastos de Constitución	En estos gastos están contemplados toda la papelería y diligencias para constituir la empresa	\$500.000	Única vez

Fuente: Camarademedellin.com, Medellin.gov.co, Consultorio contable universidad Eafit, Procolombia.com, 2015

CAPITULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO

8.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad

- **Impuesto sobre Renta y CREE**

MODERN MIRROR S.A.S pagara como impuesto de renta el 25% de sus ingresos anuales y la tarifa del CREE es del 8% también sobre estos ingresos.

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

El margen de contribución de la compañía es del 31.36%

8.2. Aportes de Capital de los Socios

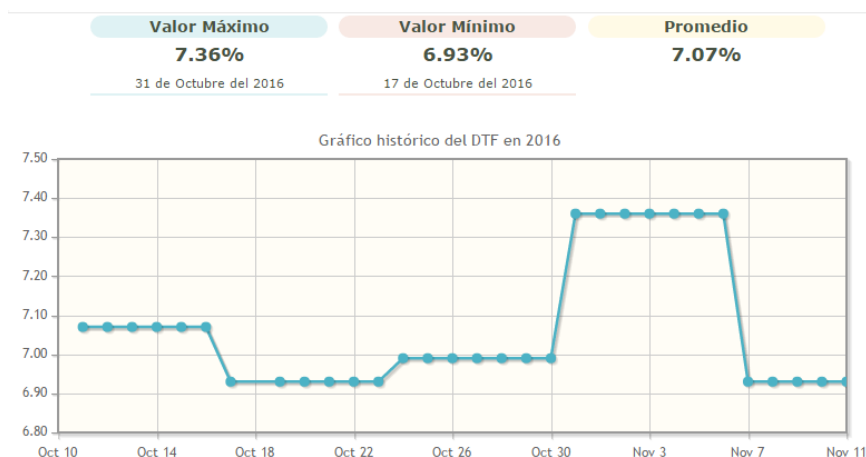
Cada socio de la empresa MODERN MIRROR S.A.S hará una inversión de \$14.000.000, en total son 3 socios y la inversión total será de \$42.000.000.

8.3 Créditos y Préstamos Bancarios

- Nombre de la entidad financiera: Fondo emprender
Cabe anotar que el fondo emprender es una capital semilla que será condonado si se cumple con los indicadores financieros de generación de ventas, generación de empleos, ejecución presupuestal, realización de contrapartidas, entre otros.
Si los indicadores no son logrados se comenzará a pagar el crédito con una tasa del DTF+4 después de un año de funcionamiento del negocio, lo que significa que se tiene un año de gracia.
- Monto total del préstamo necesario para el proyecto: \$65.000.000
- Tasas de interés, plazo del préstamo: DTF+4- Plazo (meses): 36
- Resumen de la tabla de amortización: Capital pagado, intereses y saldo para cada año.

Tabla 8.1 Resumen tabla de amortización

En esta tabla se tiene en cuenta una tasa de 11.07% que se toma de la DTF promedio de octubre de 2016 que es de 7.07% más los 4 puntos que exige el Fondo Emprender



Fuente: <http://dolar.wilkinsonpc.com.co/dtf.html>

VALOR A REEMBOLSAR	TASA DE INTERÉS (%)	PLAZO MAXIMO DEL CRÉDITO
HASTA \$10.000.000	DTF+2,5	3 AÑOS
\$10'000.001 - \$20.000.000	DTF+2,8	
\$20'000.001 - \$30.000.000	DTF+3	
\$30'000.001 - \$40.000.000	DTF+3,5	
MAS DE \$40'000.000	DTF+4	

Fuente: <file:///C:/Users/user/Downloads/ManualFinanciacion.pdf>

Amortización para Pago Mensual: **\$2,130,171.97** sobre 36 meses

Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
1	\$599,625.00	\$1,530,546.97	\$63,469,453.03
2	\$585,505.70	\$1,544,666.27	\$61,924,786.76
3	\$571,256.16	\$1,558,915.82	\$60,365,870.94
4	\$556,875.16	\$1,573,296.81	\$58,792,574.13
5	\$542,361.50	\$1,587,810.48	\$57,204,763.65
6	\$527,713.94	\$1,602,458.03	\$55,602,305.62
7	\$512,931.27	\$1,617,240.70	\$53,985,064.92
8	\$498,012.22	\$1,632,159.75	\$52,352,905.17
9	\$482,955.55	\$1,647,216.42	\$50,705,688.75
10	\$467,759.98	\$1,662,411.99	\$49,043,276.75
11	\$452,424.23	\$1,677,747.75	\$47,365,529.01
12	\$436,947.01	\$1,693,224.97	\$45,672,304.04
Totales para el año 1			
Usted pagará \$25,562,063.68 por su obligación en el año 1 \$6,234,367.72 se irán a INTERESES \$19,327,695.96 se abonara a la OBLIGACIÓN			

Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
13	\$421,327.00	\$1,708,844.97	\$43,963,459.07
14	\$405,562.91	\$1,724,609.06	\$42,238,850.01
15	\$389,653.39	\$1,740,518.58	\$40,498,331.42
16	\$373,597.11	\$1,756,574.87	\$38,741,756.56
17	\$357,392.70	\$1,772,779.27	\$36,968,977.29
18	\$341,038.82	\$1,789,133.16	\$35,179,844.13
19	\$324,534.06	\$1,805,637.91	\$33,374,206.22
20	\$307,877.05	\$1,822,294.92	\$31,551,911.30
21	\$291,066.38	\$1,839,105.59	\$29,712,805.71
22	\$274,100.63	\$1,856,071.34	\$27,856,734.37
23	\$256,978.37	\$1,873,193.60	\$25,983,540.77
24	\$239,698.16	\$1,890,473.81	\$24,093,066.96
Totales para el año 2			
Usted pagará \$25,562,063.68 por su obligación en el año 2 \$3,982,826.60 se irán a INTERESES \$21,579,237.08 se abonara a la OBLIGACIÓN			

Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
25	\$222,258.54	\$1,907,913.43	\$22,185,153.53
26	\$204,658.04	\$1,925,513.93	\$20,259,639.59
27	\$186,895.18	\$1,943,276.80	\$18,316,362.80
28	\$168,968.45	\$1,961,203.53	\$16,355,159.27
29	\$150,876.34	\$1,979,295.63	\$14,375,863.64
30	\$132,617.34	\$1,997,554.63	\$12,378,309.01
31	\$114,189.90	\$2,015,982.07	\$10,362,326.94
32	\$95,592.47	\$2,034,579.51	\$8,327,747.43
33	\$76,823.47	\$2,053,348.50	\$6,274,398.93
34	\$57,881.33	\$2,072,290.64	\$4,202,108.28
35	\$38,764.45	\$2,091,407.52	\$2,110,700.76
36	\$19,471.21	\$2,110,700.76	\$0.00
Totales para el año 3			
Usted pagará \$25,562,063.68 por su obligación en el año 3 \$1,468,996.72 se irán a INTERESES \$24,093,066.96 se abonara a la OBLIGACIÓN			

8.4 Precios de los Productos

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

Los factores que ayudaron a fijar los precios de venta de los productos se tuvieron en cuenta algunas variables que tienen relación directa con el producto como lo son:

- Precios de la competencia

- Precios del mercado
- Calidad del producto
- Factor de innovación.

En la tabla 8.2 a continuación se relacionan los precios de la competencia con respecto a los precios de MODERN MIRROR S.A.S.

Tabla 8.2 Precios Competencia VS Precios Modern Mirror S.A.S

PRODUCTO	PRECIO COMPETENCIA	PRECIO MODERN MIRROR S.A.S
Espejos decorativos	\$750.000	\$600.000

Fuente: Diseño propio

Son productos con alto nivel de innovación y son poco comercializados en el sector, estos dos factores fueron parte fundamental para determinar el precio de venta.

8.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

En la tabla 8.3 a continuación se muestran los precios de venta al público de los productos de MODERN MIRROR S.A.S

Tabla 8.3 Precios de Venta

PRODUCTO	PRECIO DE VENTA
Espejos decorativos	\$600.000

Fuente: Diseño propio

La relación del precio de venta de los productos con el análisis financiero está más orientado a la participación de los costos variables o que influyen en la inversión que debe hacer la empresa para obtener la mercancía y poder comercializarla, cada uno de los costos que se relacionen con la disposición de los productos deben ser tenidos en cuenta al momento de garantizar un margen de utilidad que permita una continuidad del negocio y un beneficio de este; es por esto que se debe analizar de qué forma se van a invertir los recursos disponibles en el producto que finalmente debe ser comercializado en el mercado.

IMPORTACION NINGBO A BUENAVENTURA DDP		
CONCEPTOS	VALORES Y MONEDA	
1-INFORMACION QUE ENTREGA		
DESCRIPCION PRODUCTOS	Espejos decorativos	
UNIDADES	220	
VALOR ACCESORIOS	12300 USD	
ENTREGA:	DDP	
PUERTO DESTINO	Buenaventura	
VOLUMEN	20.5M3	
PESO	235KGS	
TOTAL EXW	12.300	USD
INLAND 14 USD TON/M3	200.00	USD
TOTAL FOB	12.500	USD
FLETE MARITIMO CONTENEDOR 20ST	400,00	USD
TOTAL CFR	12.900	USD
SEGURO INTERNACIONAL 0.35% SOBRE EL VALOR FOB MIN 80USD	80,00	USD
TOTAL CIF	12.980	USD
MANEJO DE LA CARGA	75,00	USD
GASTOS LIBERACION		USD

	150,00	
TOTAL DAT	13.205	USD
TOTAL DAT EN COP	\$ 38.741.093	COP
TRAYECTO INTERNO BUENAVENTURA – MEDELLIN	\$ 1.400.000,00	COP
TOTAL DAP(DAT+ TRAYECTO INTERIOR)	\$ 40.141.093	COP
ADUANA NACIONALIZACION		
GASTOS PORTUARIOS	\$ 800.000,00	COP
COMISION DE AGENCIAMIENTO ADUANERO 0.35% / FOB MINI 150.000COP	\$ 150.000,00	COP
DECLARACION IMPORTACION	\$ 18.000,00	COP
DECLARACION DE VALOR	\$ 18.000,00	COP
TRANSMISION SIGLO XXI	\$ 20.000,00	COP
IMPUESTOS	\$ 9.901.055	COP
TOTAL DDP(DAP+ IMPUESTOS+ ADUANA NACIONALIZACION)	\$ 51.048.148	

Estos son los costos los cuales se relacionaron en el punto 4.6 de este proyecto.

8.5 Ingresos y Egresos

8.5.1 Ingresos

8.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio

Los ingresos mensuales de MODERN MIRROR S.A.S. son 100% de las ventas realizadas en estos periodos, los productos que maneja la compañía tiene un porcentaje de contribución que depende de los costos variables que necesitan.

Los productos tienen una variable de demanda y de rentabilidad, el producto está generando un margen de contribución de 60.32% para el primer año, esto quiere decir que entre más espejos se vendan los ingresos y ganancias por este producto serán más notables, la rentabilidad que genera es excelente ya que se logra comercializar a un precio competitivo, con un costo variable excelente dejando un buen porcentaje de ganancia por la venta de este. Anualmente los ingresos que se esperan por este producto son de \$250.800.000 para el primer año.

Tabla 8.4 Ingresos por ventas

Total Ventas		Año				
		Año 1	Año 2	Año 3	4	Año 5
Precio Promedio	\$	600.000,0	630.000,0	661.500,0	694.575,0	729.303,8
Ventas	unid.	418	439	461	484	508
Ventas	\$	250.800.000	276.507.000	304.848.968	336.095.987	370.545.825

8.5.2 Egresos

8.5.2.1 Inversiones

MODERN MIRROR S.A.S cuenta con una inversión en activos fijos de \$12.681.000 en equipos de informática y muebles y enseres.

Además, en gastos Pre- Operativos tiene egresos de \$12.922.500 ya que se debe realizar el pago de aspectos como la Feria Expocamacol Colombia.

Por capital de trabajo tiene egresos de \$80.038.158 de los cuales algunos son anuales, semestrales, trimestrales y única vez.

Para un total de egresos de \$105.641.658

Tabla 8.4 Total Egresos

DESCRIPCION	PERIODICIDAD	VALOR TOTAL	VALOR TRIMESTRE
Muebles, enseres y equipos de oficina	Inversión Inicial	\$12.681.000	
Participación Feria	Anual	\$12.922.500	
Papelería	Trimestral	\$224.000	
Gastos fijos	Mensual	\$2.274.000	\$6.822.000
Trámites legales y constitución empresa	Anual /única vez	\$3.609.120	
Salarios (gerente, vendedores, logística, contabilidad)	Mensual	\$6.111.630	\$18.334.890
Costos de importación	Semestral	\$51.048.148	
TOTAL			\$105.641.658

8.5.2.2 Costos Fijos y Variables

MODERN MIRROR S.A.S presenta unos costos fijos mensuales generados por los productos que importa para su comercialización, estos costos suman \$3.579.903 estos se componen de los gastos fijos de administración que son los salarios de la gerencia y el auxiliar administrativo, el servicio de contabilidad y la papelería, gastos fijos de comercialización que son los salarios de los vendedores y logística y la publicidad, costos fijos de producción que se derivan del arriendo, los servicios públicos, el sistema de alarma, la póliza multirriesgo y el servicio de aseo.

Los costos variables suman \$ 51.048.148 y es el costo de los productos que la empresa comercializa.

Costos Fijos

En las siguientes tablas se describen cada uno de los ítems en los cuales se especifican los rubros en los que incurre cada una de las áreas de la empresa.

Tabla 8.5 Costos Fijos de producción mensuales

Descripción	Valor
Arriendo	\$1.500.000
Servicios públicos: agua, luz y gas	\$150.000
Servicios de comunicación teléfono e internet de 10 MB en 4GLTE	\$120.000
Vigilancia: sistema de alarmas	\$60.000
Póliza Multiriesgo Empresarial	\$44.000
Servicios tercerizados: personal de aseo. 50.000 X día, 2 días a la semana	\$400.000

TOTAL: \$2.274.000

Tabla 8.6 Costos Fijos de administración mensuales

Área	Personal	Salario Base	Salario Total	Prestaciones Sociales
Gerencia General	1 persona.	\$1.500.000 Auxilio Tte no aplica	\$1.380.000 mensual	\$627.450
Auxiliar Administrativo	1 Persona	\$800.000 + Auxilio Tte \$77.700	\$813.700 Mensual	\$334.160

Contabilidad Tercerizada Concifo S.A 1 contador \$350.000

Papelería \$172.500

TOTAL: \$3.677.810

Tabla 8.7 Costos Fijos de comercialización y ventas

Área	Personal	Salario Base	Salario Total	Prestaciones Sociales
Mercadeo y Ventas	2 personas	\$800.000 c/u + Auxilio de Tte \$77.700	\$813.700 Mensual	\$334.160
Logística	1 persona	\$800.000 + Auxilio de Tte \$77.700	\$813.700 mensual	\$334.160

Publicidad

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR
Aplicación Móvil	Se adquirirá una aplicación móvil a través de Goodbarber.com que pueda ser descargada por los usuarios de iPhone y Android	1	\$58.680 /mes
Tarjetas de presentación	Se mandara a realizar unas tarjetas de presentación laminadas brillantes a dos caras con una litografía	200	\$ 80.000
Anuncio páginas amarillas	Se sacara un anuncio con los datos de la empresa en las páginas amarillas en un doceavo de pagina	1	\$45.833/ año

TOTAL Costos fijos comercialización y ventas:

\$3.628.093

8.5.3 Estados Financieros

8.5.3.1 Estado de Perdida y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias de esta compañía del primer año es negativo por la baja utilidad operativa que genera, pero generara ganancias a partir del segundo año, la empresa está generando utilidad bruta debido al volumen de ventas.

En la siguiente tabla se puede ver claramente cada uno de los factores que intervienen en el estado de pérdidas y ganancias de la compañía.

TABLAS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	250.800.000	276.507.000	304.848.968	336.095.987	370.545.825
Materia Prima, Mano de Obra	96.991.466	106.933.091	117.893.733	129.977.841	143.300.569
Depreciación	2.534.000	2.534.000	2.534.000	2.534.000	2.534.000
Utilidad Bruta	151.274.534	167.039.909	184.421.234	203.584.146	224.711.256
Gasto de Ventas	14.496.660	15.221.493	15.982.568	16.781.696	17.620.781
Gastos de Administración	112.135.680	117.742.464	123.629.587	129.811.067	136.301.620
Amortización Gastos	16.471.931	16.471.931	16.471.931	16.471.931	0
Utilidad Operativa	8.170.263	17.604.021	28.337.148	40.519.452	70.788.855
Otros ingresos					
Intereses	12.275.310	10.044.429	7.710.685	5.265.218	2.698.445
Otros ingresos y egresos	-12.275.310	-10.044.429	-7.710.685	-5.265.218	-2.698.445
Utilidad antes de impuestos	-4.105.047	7.559.592	20.626.463	35.254.234	68.090.410
Impuestos (35%)	415.800	2.494.665	6.806.733	11.633.897	22.469.835
Utilidad Neta Final	-4.520.847	5.064.926	13.819.730	23.620.337	45.620.575

8.5.3.2 Flujo de Caja y VPN

El primer año se cuenta con una inversión inicial de \$107.000.000 entre los cuales se tiene disponible \$ 42.000.000 por aporte de socios y \$ 65.000.000 es por financiación. El primer año como flujo de caja arroja \$30.343.159. Llegaríamos a tener un VPN de \$34.300.386 y una TIR de 26,05%

En las siguientes tablas se muestra el flujo de caja, VPN y TIR.

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	15%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	26,05%
VAN (Valor actual neto)	34.300.386
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2,40
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	3 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	60,75%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	0 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	24 mes

8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Analisis de Sensibilidad

8.5.4.1 Analisis de Sensibilidad

Despues de realizar variaciones respectivas a las diferentes variables que influyen en el resultado de la tasa interna de retorno se puede concluir que este proyecto es altamente sensible en variaciones a las ventas.

Si se disminuye el precio de venta hasta en un 3% aun se continuaria siendo competitivos, con una disminucion del 5% el negocio ya no seria tan competitivo y disminuiria notablemente el valor actual neto.

A continuacion se puede observar la variacion de la TIR al disminuir el precio de venta en un 3% y 5% respectivamente.

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	15%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	17,95%
VAN (Valor actual neto)	9.008.386

Variacion del precio de venta en un 3%

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	15%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	12,07%
VAN (Valor actual neto)	-8.785.736

Variación del precio de venta en un 5%

8.5.4.2 Estado de Perdida y Ganancias Proyectado con disminución en el precio de ventas del 3%

Aunque se continúe siendo competitivo con esta variación teniendo en cuenta la TIR, financieramente según el estado de resultados con esta variación la utilidad neta durante los dos primeros años sería negativa.

En la siguiente tabla se puede ver claramente cada uno de los factores que intervienen en el estado de pérdidas y ganancias de la compañía después de realizar la variación.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	243.276.000	268.211.790	295.703.498	326.013.107	359.429.451
Materia Prima, Mano de Obra	96.991.466	106.933.091	117.893.733	129.977.841	143.300.569
Depreciación	2.534.000	2.534.000	2.534.000	2.534.000	2.534.000
Utilidad Bruta	143.750.534	158.744.699	175.275.765	193.501.266	213.594.881
Gasto de Ventas	14.496.660	15.221.493	15.982.568	16.781.696	17.620.781
Gastos de Administración	112.135.680	117.742.464	123.629.587	129.811.067	136.301.620
Amortización Gastos	16.471.931	16.471.931	16.471.931	16.471.931	0
Utilidad Operativa	646.263	9.308.811	19.191.679	30.436.573	59.672.480
Otros ingresos					
Intereses	12.291.450	10.059.670	7.720.301	5.271.000	2.702.814
Otros ingresos y egresos	-12.291.450	-10.059.670	-7.720.301	-5.271.000	-2.702.814
Utilidad antes de impuestos	-11.645.187	-750.859	11.471.379	25.165.572	56.969.666
Impuestos (35%)	415.800	296.396	3.785.555	8.304.639	18.799.990
Utilidad Neta Final	-12.060.987	-1.047.255	7.685.824	16.860.933	38.169.676

8.5.4.3 Estado de Perdida y Ganancias Proyectado con disminución en el precio de ventas del 5%

Con esta variación el proyecto no sería lo suficientemente rentable teniendo en cuenta la TIR y los estados financieros, las pérdidas durante los dos primeros años serían considerables.

En la siguiente tabla se puede ver claramente cada uno de los factores que intervienen en el estado de pérdidas y ganancias de la compañía después de realizar la variación.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	238.260.000	262.681.650	289.606.519	319.291.187	352.018.534
Materia Prima, Mano de Obra	96.991.466	106.933.091	117.893.733	129.977.841	143.300.569
Depreciación	2.534.000	2.534.000	2.534.000	2.534.000	2.534.000
Utilidad Bruta	138.734.534	153.214.559	169.178.786	186.779.347	206.183.965
Gasto de Ventas	14.496.660	15.221.493	15.982.568	16.781.696	17.620.781
Gastos de Administración	112.135.680	117.742.464	123.629.587	129.811.067	136.301.620
Amortización Gastos	16.471.931	16.471.931	16.471.931	16.471.931	0
Utilidad Operativa	-4.369.737	3.778.671	13.094.700	23.714.653	52.261.564
Otros ingresos					
Intereses	12.291.450	10.059.670	7.720.301	5.271.000	2.702.814
Otros ingresos y egresos	-12.291.450	-10.059.670	-7.720.301	-5.271.000	-2.702.814
Utilidad antes de impuestos	-16.661.187	-6.280.999	5.374.399	18.443.652	49.558.750
Impuestos (35%)	415.800	246.738	1.773.552	6.086.405	16.354.387
Utilidad Neta Final	-17.076.987	-6.527.737	3.600.848	12.357.247	33.204.362

8.5.4.4 Flujo de Caja Proyectado con disminución en el precio de venta del 3%

Con esta variación el proyecto continúa siendo competitivo teniendo en cuenta la TIR, financieramente según el flujo de caja con esta variación el saldo sería positivo.

En la siguiente tabla se puede ver claramente cada uno de los factores que intervienen en el flujo de caja de la compañía después de realizar la variación.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						

Utilidad Operacional		646.263	9.308.811	19.191.679	30.436.573	59.672.480
Depreciaciones		2.534.000	2.534.000	2.534.000	2.534.000	2.534.000
Amortización Gastos		16.471.931	16.471.931	16.471.931	16.471.931	0
Impuestos		0	-415.800	-296.396	-3.785.555	-8.304.639
Neto Flujo de Caja Operativo		19.652.194	27.898.942	37.901.214	45.656.949	53.901.842
Flujo de Caja Inversión						
Inversión en Muebles	-12.670.000	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-12.670.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-12.670.000	0	0	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	65.000.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-13.000.000	-13.000.000	-13.000.000	-13.000.000	-13.000.000
Intereses Pagados		-12.291.450	-10.059.670	-7.720.301	-5.271.000	-2.702.814
Capital	42.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	107.000.000	-25.291.450	-23.059.670	-20.720.301	-18.271.000	-15.702.814

Neto Periodo	94.330.000	-5.639.256	4.839.272	17.180.914	27.385.948	38.199.028
Saldo anterior		28.442.275	22.803.019	27.642.291	44.823.205	72.209.153
Saldo siguiente	94.330.000	22.803.019	27.642.291	44.823.205	72.209.153	110.408.181

8.5.4.5 Flujo de Caja Proyectado con disminucion en el precio de venta del 5%

Con una esta variacion el proyecto no es lo suficientemente competitivo teniendo en cuenta la TIR, financieramente según el flujo de caja con esta variacion el saldo seria positivo.

En la siguiente tabla se puede ver claramente cada uno de los factores que intervienen en el flujo de caja de la compañía después de realizar la variación.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		-4.369.737	3.778.671	13.094.700	23.714.653	52.261.564
Depreciaciones		2.534.000	2.534.000	2.534.000	2.534.000	2.534.000
Amortización Gastos		16.471.931	16.471.931	16.471.931	16.471.931	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-415.800	-246.738	-1.773.552	-6.086.405
Neto Flujo de Caja Operativo		14.636.194	22.368.802	31.853.893	40.947.032	48.709.159
Flujo de Caja Inversión						
Inversión en Muebles	-12.670.000	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-12.670.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-12.670.000	0	0	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	65.000.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-13.000.000	-13.000.000	-13.000.000	-13.000.000	-13.000.000
Intereses Pagados		-12.291.450	-10.059.670	-7.720.301	-5.271.000	-2.702.814
Capital	42.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	107.000.000	-25.291.450	-23.059.670	-20.720.301	-18.271.000	-15.702.814

Neto Periodo	94.330.000	-10.655.256	-690.868	11.133.593	22.676.032	33.006.345
Saldo anterior		28.442.275	17.787.019	17.096.151	28.229.744	50.905.776
Saldo siguiente	94.330.000	17.787.019	17.096.151	28.229.744	50.905.776	83.912.120

Se realiza variaciones tambien en el costo de la materia prima aumentando el costo y se puede concluir que el negocio es altamente sensible en variacion de estos costos.

A continuacion se puede observar la variacion de la TIR al aumentar el costo de la materia prima en un 5% y 10% respectivamente.

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	15%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	20,94%
VAN (Valor actual neto)	18.231.071

Variacion del costo de materia prima en un 5%

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	15%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	15,43%
VAN (Valor actual neto)	1.293.151

Variacion del costo de materia prima en un 10%

Despues de hacer este analisis podemos concluir que al bajar el precio de venta el negocio continua siendo competitivo y que al aumentar el costo de la materia prima tambien.

8.5.4.6 Estado de Perdida y Ganancias Proyectado con aumento en el costo de la materia prima del 5%

Con esta variacion el proyecto muestra resultados negativos solo para el primer año.

En la siguiente tabla se puede ver claramente cada uno de los factores que intervienen en el estado de pérdidas y ganancias de la compañía después de realizar la variación.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		-4.369.737	3.778.671	13.094.700	23.714.653	52.261.564
Depreciaciones		2.534.000	2.534.000	2.534.000	2.534.000	2.534.000
Amortización Gastos		16.471.931	16.471.931	16.471.931	16.471.931	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-415.800	-246.738	-1.773.552	-6.086.405
Neto Flujo de Caja Operativo		14.636.194	22.368.802	31.853.893	40.947.032	48.709.159
Flujo de Caja Inversión						
Inversión en Muebles	-12.670.000	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-12.670.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-12.670.000	0	0	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	65.000.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-13.000.000	-13.000.000	-13.000.000	-13.000.000	-13.000.000
Intereses Pagados		-12.291.450	-10.059.670	-7.720.301	-5.271.000	-2.702.814
Capital	42.000.000	0	0	0	0	0

Neto Flujo de Caja Financiamiento	107.000.000	-25.291.450	-23.059.670	-20.720.301	-18.271.000	-15.702.814
--	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Neto Periodo	94.330.000	-10.655.256	-690.868	11.133.593	22.676.032	33.006.345
Saldo anterior		28.442.275	17.787.019	17.096.151	28.229.744	50.905.776
Saldo siguiente	94.330.000	17.787.019	17.096.151	28.229.744	50.905.776	83.912.120

8.5.4.6 Estado de Perdida y Ganancias Proyecto con aumento en el costo de la materia prima del 10%

Con esta variación el proyecto muestra resultados negativos para los dos primeros años lo que nos da a entender que es muy sensible a esta variación.

En la siguiente tabla se puede ver claramente cada uno de los factores que intervienen en el estado de pérdidas y ganancias de la compañía después de realizar la variación.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		-4.369.737	3.778.671	13.094.700	23.714.653	52.261.564
Depreciaciones		2.534.000	2.534.000	2.534.000	2.534.000	2.534.000
Amortización Gastos		16.471.931	16.471.931	16.471.931	16.471.931	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-415.800	-246.738	-1.773.552	-6.086.405
Neto Flujo de Caja Operativo		14.636.194	22.368.802	31.853.893	40.947.032	48.709.159
Flujo de Caja Inversión						
Inversión en Muebles	-12.670.000	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-12.670.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-12.670.000	0	0	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						

Desembolsos Pasivo Largo Plazo	65.000.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-13.000.000	13.000.000	13.000.000	13.000.000	13.000.000
Intereses Pagados		-12.291.450	10.059.670	-7.720.301	-5.271.000	-2.702.814
Capital	42.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	107.000.000	-25.291.450	23.059.670	-20.720.301	18.271.000	-15.702.814

Neto Periodo	94.330.000	-10.655.256	-690.868	11.133.593	22.676.032	33.006.345
Saldo anterior		28.442.275	17.787.019	17.096.151	28.229.744	50.905.776
Saldo siguiente	94.330.000	17.787.019	17.096.151	28.229.744	50.905.776	83.912.120

8.5.4.7 Flujo de Caja Proyectado con aumento en el costo de la materia prima del 5%

Con esta variacion el saldo seria positivo para todo el ejercicio.

En la siguiente tabla se puede ver claramente cada uno de los factores que intervienen en el flujo de caja de la compañía después de realizar la variación.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		-4.369.737	3.778.671	13.094.700	23.714.653	52.261.564
Depreciaciones		2.534.000	2.534.000	2.534.000	2.534.000	2.534.000
Amortización Gastos		16.471.931	16.471.931	16.471.931	16.471.931	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-415.800	-246.738	-1.773.552	-6.086.405

Neto Flujo de Caja Operativo		14.636.194	22.368.802	31.853.893	40.947.032	48.709.159
Flujo de Caja Inversión						
Inversión en Muebles	-12.670.000	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-12.670.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-12.670.000	0	0	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	65.000.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-13.000.000	-13.000.000	-13.000.000	-13.000.000	-13.000.000
Intereses Pagados		-12.291.450	-10.059.670	-7.720.301	-5.271.000	-2.702.814
Capital	42.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	107.000.000	-25.291.450	-23.059.670	-20.720.301	-18.271.000	-15.702.814

Neto Periodo	94.330.000	-10.655.256	-690.868	11.133.593	22.676.032	33.006.345
Saldo anterior		28.442.275	17.787.019	17.096.151	28.229.744	50.905.776
Saldo siguiente	94.330.000	17.787.019	17.096.151	28.229.744	50.905.776	83.912.120

8.5.4.8 Flujo de Caja Proyectado con aumento en el costo de la materia prima del 10%

Con esta variación el saldo sería positivo para todo el ejercicio.

En la siguiente tabla se puede ver claramente cada uno de los factores que intervienen en el flujo de caja de la compañía después de realizar la variación.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		-4.369.737	3.778.671	13.094.700	23.714.653	52.261.564
Depreciaciones		2.534.000	2.534.000	2.534.000	2.534.000	2.534.000
Amortización Gastos		16.471.931	16.471.931	16.471.931	16.471.931	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-415.800	-246.738	-1.773.552	-6.086.405
Neto Flujo de Caja Operativo		14.636.194	22.368.802	31.853.893	40.947.032	48.709.159
Flujo de Caja Inversión						
Inversión en Muebles	-12.670.000	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-12.670.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-12.670.000	0	0	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	65.000.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-13.000.000	-13.000.000	-13.000.000	-13.000.000	-13.000.000
Intereses Pagados		-12.291.450	-10.059.670	-7.720.301	-5.271.000	-2.702.814
Capital	42.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	107.000.000	-25.291.450	-23.059.670	-20.720.301	-18.271.000	-15.702.814
Neto Periodo	94.330.000	-10.655.256	-690.868	11.133.593	22.676.032	33.006.345
Saldo anterior		28.442.275	17.787.019	17.096.151	28.229.744	50.905.776
Saldo siguiente	94.330.000	17.787.019	17.096.151	28.229.744	50.905.776	83.912.120

8.6 Evauación Financiera

8.6.1 VPN, TIR, PAYBACK DESCONTADO

Despues de realizar una proyeccion a 5 años podemos obtener un VPN de \$34.300.386 que es practicamente la mitad de la inversion inicial lo que refleja buenos indicios de rentabilidad del negocio.

Se puede observar una TIR de 26,05% que casi duplica la tasa minima de rendimiento esperada en este proyecto, lo que nos da a entender que el proyecto es altamente rentable.

Se tiene un periodo de recuperacion de la inversion a 2.40 años generando asi confianza al invertir en el proyecto ya que haciendo la proyeccion a 5 años no se tendria que esperar tanto tiempo para recuperar esta inversion.

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	15%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	26,05%
VAN (Valor actual neto)	34.300.386
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2,40
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	3 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	60,75%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	0 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	24 mes

CONCLUSIONES

Se debera definir una politica de venta que permita sostener el precio de venta definido, si el proyecto enfrentara dificultades en la comercializacion podria bajar el precio de venta hasta un %5, para eso se recomienda diseñar estrategias de comercializacion acorde a las condiciones del mercado o generar alianzas con proveedores o con competidores indirectos.

Teniendo en cuenta la investigacion desarrollada se puede concluir que el proyecto es viable teniendo en cuenta el punto de vista comercial.

MODERN MIRROR S.A.S busca incursionar en el mercado con una idea innovadora a precios mas adsequibles si se tiene en cuenta los precios de la competencia.

En el aspecto legal, las investigaciones realizadas correspondientes a todos los requisitos necesarios para fundar la empresa como una S.A.S; cuenta con los beneficios tributarios que ésta modalidad tiene y el no requerimiento de licencias para ejercer la actividad económica permitiendo que todo sea más fácil y rápido a la hora de obrar con transparencia y rectitud.

BIBLIOGRAFÍA

<http://camarademedellin.com/>

<http://www.procolombia.co/>

http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=77752&name=OEE_IA_PRESENTACION_INFORME_DE_INDUSTRIA_A_DICIEMBRE_2015_FEBRERO_2016.pdf&prefijo=file

<http://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/1706/121554.pdf?sequence=1>

<https://www.pilkington.com/resources/pfgi2010.pdf>

<http://www.slideshare.net/eMarketingHoy/penetracion-de-moviles-en-colombia-e-marketinghoy>

<http://www.expocamacol.com/>

<http://www.tmlogistics.com.co/>

<http://www.marion.com.co/>

<http://www.ccb.org.co/>

<http://dolar.wilkinsonpc.com.co/dtf.html>

<file:///C:/Users/user/Downloads/ManualFinanciacion.pdf>