



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
TECNOLOGIA EN COMERCIO INTERNACIONAL

PRODUCTOS LED

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

DANNY YULIETH MENDOZA

JUAN DAVID JARAMILLO

JOHNATAN KIRK WALTER

PROFESORES GUIAS: VICTOR SALDARRIAGA

2015

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto no hubiese sido posible sin el apoyo de personas que han sido fundamentales en el transcurso de toda nuestra carrera.

Agradecemos a todos los profesores que nos transmitieron su conocimiento y experiencias a lo largo de toda la carrera, especialmente al docente Víctor Saldarriaga quien con su amplio conocimiento en el área de comercio exterior nos orientó y nos dio las pautas necesarias para la realización de nuestro proyecto de grado.

A nuestras familias que con su esfuerzo y dedicación han sido pilares fundamentales en la culminación de nuestra carrera como tecnólogos.

A nuestros compañeros y amigos que nos ayudaron en los momentos que tuvimos dudas y confusión acerca del procedimiento del proyecto.

En última instancia y primordialmente agradecemos a DIOS por sus bendiciones y por las personas que puso en nuestro camino en esta etapa de nuestra vida.

INDICE

AGRADECIMIENTOS.....	ii
LISTA DE FIGURAS.....	ix
LISTA DE TABLAS.....	x
LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS.....	xiv
GLOSARIO.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	xxi
CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.....	15
1.1 Nombre De La Empresa Y Marca.....	15
1.2 Tipo de Empresa.....	16
1.3 Descripción de la empresa.....	17
1.4 Misión y visión de la empresa.....	18
1.4.1 Misión.....	18
1.4.2 Visión.....	18
1.5 Relación Productos y/o Servicios.....	18
1.6 Ventajas competitivas.....	19
1.7 Tramites y Costos.....	19
CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR.....	21

2.1. Entorno.....	21
2.2. Sector.....	26
CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	34
3.1 Objetivos de Mercadeo.....	34
3.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios.....	35
3.3 Costos productos.....	36
3.4 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios.....	41
3.5 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios.....	41
3.6 Cuantificación de los Clientes Potencial de Bienes y/o Servicios.....	43
3.7 Gastos pre operativos de análisis del mercado.....	46
3.8 Mercado Competidor.....	47
3. 9 Mercado distribuidor.....	47
3.9.1 Distribución Directa.....	47
3.9.1.1 Describa los medios a través de los cuales se hará la distribución del producto.....	47
3.9.1.2 Fuerza de ventas.....	48
3.9.1.3 Manejo de Inventarios.....	48
3.10 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación.....	49
3.10.1 Comunicación.....	49
3.10.2 Actividades de promoción y divulgación.....	51
CAPITULO IV. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL.....	52
4.1 Estructura Organizacional del Negocio.....	52

4.1.1 Organigrama Estructura Organizacional.....	52
4.1.2 Organigrama Estructura Personal.....	56
4.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados.....	58
4.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio.....	59
4.2.1 Locaciones Empresa.....	59
4.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres.....	59
4.2.2.1 Gerencia general.....	60
4.2.2.2 comercio exterior.....	60
4.2.2.3 Coordinación de áreas administrativas.....	61
4.2.2.4 Dirección financiero.....	61
4.2.2.5 Dirección comercial.....	62
4.2.2.6 Ventas.....	62
4.2.2.7 recursos humanos.....	63
4.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por Área.....	63
4.2.3.1 gerencia general.....	64
4.2.3.2 comercio exterior.....	65
4.2.3.3 Coordinación de áreas administrativas.....	66
4.2.3.4 Dirección financiero.....	67
4.2.3.5 Dirección comercial.....	68
4.2.3.6 Ventas.....	69
4.2.3.7 Administrador de capital humano.....	70
4.2.4 Requerimientos de Servicios por Área.....	71

4.2.4 .1 recursos humanos.....	71
CAPITULO V. ANÁLISIS LEGAL.....	72
5.1. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.....	72
CAPITULO VI. ANÁLISIS FINANCIERO.....	73
6.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad.....	73
6.1.1 Tasa de Rentabilidad de la Industria.....	73
6.1.2 Tasas Libre de Riesgo.....	73
6.1.3 Tasas de Rentabilidad Esperada como Inversionista.....	74
6.1.4 Impuesto sobre la Renta y el CREE.....	74
6.1.5 % de Margen de Contribución sobre costo unitario del Producto para definir los Precios de Ventas	75
6.2. Aportes de Capital de los Socios.....	75
6.3 Créditos y Préstamos Bancarios.....	76
6.3.1 Nombre de la entidad financiera.....	76
6.3.2Monto total del prestamo necesario para el proyecto.....	76
6.3.3Tasa de Interes, Plazo del prestamo.....	76
6.3.4Resumen de Tabla Amortización: Capital Pagado, Intereses y Saldo Capital cada año.....	76
6.4 Precios de los Productos.....	78
6.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos.....	78
6.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos.....	79
6.5 Ingresos y Egresos.....	80

6.5.1 Ingresos.....	80
6.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio.....	80
6.5.2 Egresos.....	81
6.5.2.1 Inversiones.....	81
6.5.2.2 Costos Fijos y Variables.....	81
6.5.3 Estados Financieros.....	84
6.5.3.1 Estado de Perdida y Ganancias.....	84
6.5.3.2 Flujo de Caja y VPN.....	85
6.5.4 Estados Financieros Proyectados y Analisis de Sensibilidad.....	87
6.5.4.1 Analisis de Sensibilidad.....	87
6.5.4.1.1 analisis de sencibilidad en el aumento del precio.....	87
6.5.4.1.2 analisis de sencibilidad en la disminucion del precio.....	87
6.5.4.1.3 analisis de sencibilidad en el aumento porcentual de las ventas.....	88
6.5.4.1.4 analisis de sencibilidad en la disminucion porcentual de las ventas.....	89
6.5.4.1.5 analisis de sencibilidad en el aumento porcentual de los costos variables.....	89
6.5.4.1.6 analisis de sencibilidad en la disminucion porcentual de los costos variables.....	89
6.5.4.1.7 analisis de sencibilidad en el aumento porcentual de los costos fijos.....	90
6.5.4.1.8 analisis de sencibilidad en la disminucion porcentual de los costos fijos.....	90
6.5.4.1.9 analisis de sencibilidad en el aumento porcentual de los costos fijos.....	91

6.5.4.1.10 analisis de sencibilidad en la disminucion porcentual de los costos fijos.....	91
6.5.4.1.11 analisis de sencibilidad combinado negativamente.....	92
6.5.4.1.12 analisis de sencibilidad combinado positivamente.....	93
6.5.4.2 Estado de Perdida y Ganancias Proyectado.....	93
6.5.4.3 Flujo de Caja Proyectado.....	94
6.6 Evaluación Financiera.....	95
6.6.1 VPN, TIR, PAYBACK DESCONTADO.....	95
CONCLUSIONES.....	97
BIBLIOGRAFIA.....	98
ANEXOS.....	101
Anexo 1 cotización en origen.....	101
Anexo 2 encuesta.....	103
Anexo 3 cotizacion logotipo y volantes.....	106
Anexo 4 cotizaion pagina web.....	106
Anexo 5 tasa de amortizacion mensual.....	107
Anexo 6 conversion de la tasa de amortizacion a E.A.....	107

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.1. Consulta de nombre.....	15
Figura: 2.1 Mapa de EE.UU y Colombia.....	25
Figura: 2.2 PIB por sector.....	27
Figura: 2.3. ingreso operacional y la utilidad neta del sector.....	28
Figura: 2.4 crecimiento del sector.....	28
Figura. 2.5 rentabilidad del sector.....	29
Figura:2.6 crecimiento de activos del sector.....	29
Figura 2.7 evolucion del sector.....	30
Figura: 2.8 Cadena de valor.....	32
Figura 3.1 analisis de inventario.....	49
Figura 3.2 logotipo.....	50
Figura 4.1 organigrama estructura organizacional.....	52

Figura 4.2 organigrama estructura personal.....	56
---	----

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.1 requisitos de las S.A.S.....	16
Tabla: 1.2. Costos de constitución S.A.S.....	20
Tabla 2.1: Tasa de desempleo.....	21
Tabla 2.2 Moneda USD.....	21
Tabla 3.1 Ficha técnica de los productos.....	34
Tabla: 3.2. Especificaciones de los productos.....	37
Tabla 3.3 costo unitario de la importación hasta DDP.....	38
Tabla 3.4 costos de importación.....	40
Tabla 3.5. Perfil del mercado y cuantificación casas de banquetes y discotecas.....	42
Tabla 3.6. Perfil del mercado y cuantificación centro comercial Oviedo.....	42
Tabla 3.7 plan de ventas mensual discotecas y casas de banquetes.....	43
Tabla 3.8 plan de ventas mensual por producto (DISCOTECAS Y CASA DE BANQUETES).....	44

Tabla 3.9 plan de ventas mensual centro comercial Oviedo.....	44
Tabla 3.10 plan de ventas mensual por producto (CENTRO COMERCIAL OVIEDO)	45
Tabla 3.11 proyección de ventas discotecas y casas de banquetes.....	45
Tabla 3.12 proyección de ventas centro comercial Oviedo	46
Tabla 3.13 especificaciones de nuestros competidores.....	47
Tabla 3.14 fuerza de ventas (personal).....	48
tabla 3.15 nombre comercial de los productos.....	50
Tabla 3.16 costo logotipo.....	50
Tabla 3.17 acividades de promocion (anual).....	50
Tabla 4.1 descripcion de las diferentes areas de la empresa.....	52
Tabla 4.2 funciones y actividades del personal.....	57
Tabla 4.3 salarios pagados por el empleador (mensualmente).....	58
Tabla 4.4 costo de la burbuja.....	59
Tabla 4.5 costo de la oficina.....	59
Tabla 4.5 maquinaria, equipos, software muebles y enseres.....	60
Tabla 4.6 maquinaria, equipos, software muebles y enseres.....	60
Tabla 4.7 maquinaria, equipos, software muebles y enseres.....	61
Tabla 4.8 maquinaria, equipos, software muebles y enseres.....	61
Tabla 4.9 maquinaria, equipos, software muebles y enseres.....	62
Tabla 4.10 maquinaria, equipos, software muebles y enseres.....	62
Tabla 4.11 maquinaria, equipos, software muebles y enseres.....	63
Tabla 4.12 materiales e insumos.....	64

Tabla 4.13 materiales e insumos.....	65
Tabla 4.14 materiales e insumos.....	66
Tabla 4.15 materiales e insumos.....	67
Tabla 4.16 materiales e insumos.....	68
Tabla 4.17 materiales e insumos.....	69
Tabla 4.18 materiales e insumos.....	70
Tabla 4.19 servicios de la empresa.....	71
Tabla 5.1 certificaciones y gestiones ante entidades públicas.....	72
Tabla 6.1 CDT capitalizable (tasa libre de riesgo).....	74
Tabla 6.2 capital aportado por los socios	75
Tabla 6.3 resumen de la tabla de amortizacion.....	77
Tabla 6.4 precios de venta de los productos.....	79
Tabla: 6.5 ingresos mensuales según las ventas.	80
Tabla 6.6 análisis de los egresos de la empresa.....	81
Tabla 6.7 costos variables.....	82
Tabla 6.8 costos fijos de administración mensuales.....	82
Tabla 6.9 costos fijos de comercialización y ventas.....	83
Tabla 6.10 estado de resultados -cifras mensuales.....	84
Tabla 6.11 analisis del flujo de caja mensual.....	86
Tabla 6.12 analisis VPN Y TIR.....	87
Tabla 6.13 aumento proyectado en el precio.....	87
Tabla 6.14 disminucion proyectado en el precio.....	88

Tabla 6.15 aumento porcentual en las ventas.....	88
Tabla 6.16 disminucion porcentual en las ventas.....	89
Tabla 6.17 aumento porcentual en los costos variables.....	89
Tabla 6.18 disminucion porcentual en los costos variables	90
Tabla 6.19 aumento porcentual en los cotos fijos.....	90
Tabla 6.20 disminuci3n porcentual en los cotos fijos.....	91
Tabla 6.21 aumento porcentual en la tasa esperada.....	91
Tabla 6.22 aumento porcentual en la tasa esperada.....	92
Tabla 6.23 combinacion en la disminucion porcentual de todas las variables	92
Tabla 6.24 combinacion en el aumento porcentual de todas las variables	93
Tabla 6.25 Proyecciones flujo de caja anual.....	93
Tabla 6.26 analisis del PYG proyectado.....	94
Tabla 6.27 analisis del flujo de caja proyectado.....	95
Tabla 6.28 analisis de VPN y TIR	96
Tabla 6.29 PAYBACK DESCONTADO.....	96

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

CDT: certificado de depósito a término

CPT: Carriage Paid To (transporte pagado hasta)

CIF: Cost, Insurance and Freight (coste, seguro y flete)

DTF: depósito a término fijo

DAT: Delivered At Terminal (entregado en terminal)

DAP: Delivered At Place (entregado en un punto)

DDP: Delivered Duty Paid (entregado con derechos pagados)

DANE: departamento administrativo nacional de estadística

DIAN: Dirección de impuestos y aduanas nacionales

E.A: efectivo anual

EXW: Ex Works (en fábrica)

FCA: Free Carrier (Libre transportista)

ICBF: instituto colombiano de bienestar familiar

IMC: intermediarios del mercado cambiario

MINCOMERCIO: ministerio de comercio industria y turismo.

NCP: No Clasificado Previamente

PIB: producto interno bruto

RUT: Registro único tributario.

RUES: Registro único empresarial y social.

ROE: Return on Equity. (Rentabilidad del capital invertido).

TIR: tasa interna de retorno

SENA: servicio nacional de aprendizaje

S.A.S: sociedad por acciones simplificadas.

VPN: valor presente neto

GLOSARIO

Activos: El activo de una empresa representa el valor de todas las propiedades de la misma. Normalmente se clasifica en tres tipos de activos:

- Circulante. Representa la liquidez de la empresa, ya que estos activos se pueden convertir en efectivo en un corto plazo. Incluye los valores en caja, bancos, cuentas por cobrar, deudores, inventarios, etc.
- Diferido. El Activo diferido son posesiones o inversiones de la empresa que no se pueden convertir en efectivo en el corto plazo. Se incluyen en este apartado las inversiones a largo plazo, préstamos efectuados a largo plazo, anticipos de impuestos, etc.
- Fijo. Se incluyen aquí las inversiones de la empresa en inmuebles, herramienta, vehículos, maquinaria, etc.(ECONOMÍA.COM.MX,2015)

Ingresos operacionales: son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa. Por lo general, toda empresa está dedicada a uno o más actividades económicas principales, y los ingresos originados en estas actividades son considerados ingresos operacionales. (GERENCE.COM, 2010)

Microempresa: Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores. Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes. (MINCOMERCIO 2013).

Utilidad neta: Se entiende por utilidad neta, la utilidad resultante después de restar y sumar de la utilidad operacional, los gastos e Ingresos no operacionales respectivamente, los impuestos y la Reserva legal. Es la utilidad que efectivamente se distribuye a los socios. (GERENCE.COM, 2011)

ABSTRACT

LED PLANET S.A.S. It was established in Medellin, Antioquia, in order to innovate in the market through the marketing and distribution of products with LED technology, looking to offer our customers products that guarantee an unforgettable new experience in the celebration of special dates and events .

Our company makes a difference in the national and local markets, to venture into the city a new trend in party products with added value such as LED lights. With high quality and durable products at affordable prices to the public. They are also products that so far no other company has offered in the market. These products are appropriate for parties, Halloween, concerts, clubs and all kinds of night celebrations.

The company is comprised of three business partners are: Juan David Jaramillo, Jonathan Kirk Walter and Danny Yulieth Mendoza, who invested a total capital of 72,000,000 of which 13.873.983 were own investment of capital for the begin of our business.

A competitive advantage of the project is that despite the decrease in the plastics sector in recent years by -3.7%, our products are well received favorable behavior displayed in monthly sales.

PLANET LED requires a total investment of \$ 102,796,672. Which as we mentioned above 13,873,983. They will be invested our own capital and other \$ 88,922,689. They will be financed through a loan granted by Bancolombia.

The real return (IRR) of the business is very good as the projected rate to 5 years represented a 2186.90%, which compared with the expected rate of 16% annually, exceeds the expectations of the desired profitability.

The net present value of the project is attractive because the initial investment is \$ 13,873,983 which will be recovered over a period of time of 19 days. According to the results of the cash flow value added will become five years at \$ 888,710,359. Which ensures that the project is feasible because the NPV obtained is greater than zero which generates a higher return its cost of capital.

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa LED PLANET S.A.S. se establecerá en Medellín, Antioquia, con el fin de innovar en el mercado a través de la comercialización y distribución, de productos con tecnología LED, buscando ofrecer a nuestros clientes productos que garanticen una experiencia inolvidable y novedosa en la celebración de fechas y eventos especiales.

Nuestra empresa marca la diferencia en el mercado nacional y local, al incursionar en la ciudad una nueva tendencia en productos para fiestas, con un valor agregado como las luces LED. Con altos niveles de calidad y durabilidad de los productos a precios asequibles para el público. Además son productos que hasta el momento ninguna otra empresa ha ofrecido en el mercado. Estos productos aptos para fiestas, halloween, conciertos, discotecas y todo tipo de celebraciones nocturnas.

La empresa está conformada por tres socios cuyos nombres son: Juan David Jaramillo, Jonathan Kirk Walter y Danny Yulieth Mendoza, quienes invirtieron un capital de

72.000.000 de los cuales 13.873.983 fue lo que utilizamos como inversión para el inicio de nuestro negocio.

Una ventaja competitiva del proyecto es que a pesar del decrecimiento del sector de plásticos en los últimos años de un -3,7%, nuestros productos tienen una gran acogida representada en un comportamiento favorable sus ventas mensuales.

LED PLANET exige una inversión total de \$ 102.796.672. De los cuales como lo mencionamos anteriormente 13.873.983. Serán invertidos de nuestro propio capital y los otros \$88.922.689. Serán financiados a través de un préstamo otorgado por Bancolombia.

La verdadera rentabilidad (TIR) del negocio es muy buena ya que la tasa proyectada a 5 años representada en un 2186,90%, que en comparación con la tasa esperada de 16% anual, supera las expectativas de la rentabilidad deseada.

El valor presente neto del proyecto es atractivo puesto que la inversión inicial es de \$13.873.983 los cuales se podrán recuperar en un periodo de tiempo de 19 días. De acuerdo a los resultados obtenidos de los flujos de caja el valor agregado se convertirá en 5 años en \$ 888.710.359. Lo cual garantiza que el proyecto es viable porque el VPN obtenido es mayor que cero lo que genera una rentabilidad superior a su costo de capital.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación y práctica se realizó con el fin de desarrollar todos nuestros conocimientos y experiencias adquiridos en el transcurso de nuestra etapa como estudiantes de la tecnología en comercio internacional, con la utilización de herramientas orientadas para la realización de una nueva idea negocio.

Esta idea de negocio se desarrolló con la creación de una empresa llamada LED PLANET S.A.S, la cual nos permitirá legalmente la distribución y comercialización de los productos.

Nuestras apuestas comerciales se centraran en el sector de plásticos, representados en productos para fiestas y todo tipo de eventos, innovando con una nueva tecnología de luces LED las cuales van incorporadas al interior de los productos. Convirtiéndolos de esta manera en algo novedoso y atractivo para el mercado local.

Para hacer posible el desarrollo de este negocio será necesario implementar todos los estudios comerciales y financieros para saber qué tan viable es nuestro proyecto.

CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1.1 Nombre De La Empresa Y Marca

El nombre de la empresa que seleccionamos como grupo fue: LED PLANET S.A.S, en la figura 1.1 se muestra que consultamos el nombre en el RUES y afortunadamente no se encuentra registrado.

Figura 1.1. Consulta de nombre

The screenshot shows the RUES website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Inicio', 'Consultas', and 'Reporte de Veedurias'. The main content area features a search form with the following elements:

- Search criteria tabs: 'Razón Social Nombre', 'Razón Social Relativa Clave', 'Número de Identificación', 'Matrícula Mercantil', and 'Registro Nacional de Turismo'.
- Instructions: '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.'
- Search text: 'Razón social: led planet s.a.s' in a text input field.
- Search button: 'Consultar'.
- Warning message: 'Advertencia: La consulta por Nombre no ha retornado resultados'.
- Footer: Logos for 'RM - Registro Mercantil', 'RUP - Registro Único de Empresas', 'ESAL - Entidad Sin Animo de Lucro', and 'RNT - Registro Nacional de Turismo'.

Fuente: cámara de comercio. (2015)

La marca de la empresa es COOLGLOW esta es una marca estadounidense de la cual vamos a importar nuestros productos.

1.2 Tipo de Empresa

Nosotros seleccionamos S.A.S como nuestro tipo de sociedad para nuestra empresa. En la tabla 1.1 se muestran los requisitos para conformar esta sociedad.

Tabla 1.1 requisitos de las S.A.S

Requisitos	Sociedad por acciones simplificadas s.a.s
Constitución, Transformación y Disolución	A través de Escritura Pública ante Notario o a través de Documento Privado, a menos que ingrese un bien sujeto a registro, caso en el cual la constitución se debe hacer mediante Escritura Pública ante Notario.
Numero de Accionistas o Socios	Mínimo 1 accionista y no tiene un límite máximo.
Su Capital se divide en	En acciones. Las acciones son libremente negociables, pero puede por estatutos restringirse hasta por 10 años su negociación, (por eso se dice que es un modelo ideal para sociedades de familias)
Formación del Capital	Autorizado: Cuantía fija que determina el tope máximo de capitalización de la sociedad. Suscrito: La parte del capital autorizado que los accionistas se comprometen a pagar a plazo (máximo en 2 años), al momento de su constitución no es necesario pagar, pues se puede pagar hasta en 2 años, la totalidad suscrita. Pagado: La parte del suscrito que los accionistas efectivamente han pagado y que ha ingresado a la sociedad.
.Responsabilidad de los Accionistas o Socios	Responden hasta el monto de sus aportes por las obligaciones sociales. Si la SAS es utilizada para defraudar a la ley o en perjuicio de terceros, los accionistas y los administradores que hubieren realizado, participado o facilitado los actos defraudatorios, responderán solidariamente por las obligaciones nacidas de tales actos y por los perjuicios causados, más allá del monto de sus aportes
Revisor Fiscal	Es Voluntario, pero si tiene Activos Brutos a 31 de diciembre del año anterior iguales o superiores a 5.000 s.m.m.l.v. y/o cuyos ingresos brutos sean o excedan a 3.000 s.m.m.l.v., será obligatorio tenerlo.
Otras cosas a tener en cuenta	Acciones ordinarias: otorgan el derecho a participar con voz y voto en las asambleas de accionistas de la compañía y a percibir dividendos de la misma. Son emitidas con el fin de vincular nuevos accionistas para financiar y desarrollar la empresa, sin necesidad de incurrir en gastos financieros (endeudarse). Acciones preferenciales: El propietario de estas acciones tiene derecho a recibir un dividendo mínimo con preferencia por encima de los accionistas ordinarios y al reembolso preferencial de su inversión en caso de disolución de la sociedad. Este accionista no tiene derecho a voto. Esta alternativa le permite al emisor capitalizar su empresa sin perder el control de la misma, ya que le ofrece al inversionista un dividendo definido por la empresa, a cambio de no interferir en el manejo de la misma. Acciones privilegiadas: Además de los beneficios de un accionista ordinario, estas acciones otorgan otros derechos económicos como el derecho preferencial para el reembolso en caso de liquidación. Para emitir acciones privilegiadas, una vez se haya constituido la sociedad, representa un requisito indispensable que la Asamblea General de Accionistas apruebe la emisión de las mismas con un mínimo favorable del 75% de las acciones suscritas. Este requisito no tendrá lugar si la emisión se

Fuente: elaboración propia

1.3 Descripción de la Empresa

Somos una empresa importadora y distribuidora de productos coolglow más específicamente su línea LED flashing Blinky ítems. Nuestro tipo de empresa es comercial, estamos dirigidos a todo tipo de público ya sean niños, jóvenes o adultos, en especial las personas de clase media.

La empresa está ubicada en el centro comercial oviedo el cual es un lugar estratégico porque hay mucho flujo de personas con poder adquisitivo. Y su rango de clasificación es: microempresa.

1.4 Misión Y Visión De La Empresa

1.4.1 Misión

Somos una empresa dedicada a la importación, distribución y comercialización de productos COOLGLOW en su línea LED, nuestros productos van orientados a todo tipo de eventos u ocasiones, así buscamos satisfacer las necesidades de nuestros clientes con algo novedoso y divertido.

1.4.2 Visión

En el 2020 queremos ser la empresa líder en el mercado nacional en distribución de productos COOLGLOW de su línea LED, ofreciendo la mejor calidad y variedad en nuestros productos para que las personas se sientan inspiradas en la innovación de sus actividades y eventos.

1.5 Relación Productos y/o Servicios

En la siguiente lista nombraremos los productos COOLGLOW en su línea LED que van a ser importados desde estados unidos para su comercialización y distribución:

- LED 16 oz tumbler-multicolor: vasos de colores para coctel
- LED flashing beer mug 16 oz: vasos de colores cervceros
- LED 14 Inch Blinky Balloons – Assorted: bombas de colores
- LED Slotted Shades – Multicolor. Gafas
- LED Peace Sign Sunglasses – Multicolor. Gafas
- LED shoe lace-multicolor. Cordones para zapatos
- LED foam stick baton supreme-multicolor. Bara de colores
- LED Minnie mouse headbouk. Pink. Moño Minnie

1.6 **Ventajas Competitivas**

Ofrecemos productos novedosos y con gran variedad, los cuales se salen de la zona de confort de lo que siempre se ha ofrecido en Colombia tradicionalmente. Con los accesorios LED queremos generar una nueva tendencia en las actividades y eventos. Brindando a nuestros clientes los mejores precios y una excelente calidad.

Nuestras estrategias son:

- Ofrecer un excelente servicio postventa.
- disminuir el precio según el número de unidades que nos compren.
- Enviarle a nuestros clientes por vía correo electrónico ofertas novedosas.
- Promocionar nuestros productos por medio de las redes sociales.

1.7 Tramites y Costos

En una publicación (gestión legal c. 2014) los requisitos para formar una S.A.S son:

- Documento de constitución (documento privado).
- PRE-RUT. En la Cámara de Comercio, puede tramitar el PRE-RUT antes de proceder al registro. Es necesario presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal y la de su suplente.
- Inscripción en el Registro. En la Cámara de Comercio llevarán a cabo un estudio de legalidad de los estatutos; debe tener en cuenta que es necesario cancelar el impuesto de registro, el cual tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.
- Es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se proceda a abrir una cuenta bancaria. Sin la certificación de apertura de la cuenta, la DIAN no procederá a registrar el RUT como definitivo.
- Con el certificado bancario se debe tramitar en la DIAN el RUT definitivo.

Llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.

- En la DIAN, se debe solicitar una resolución de facturación, en principio manual. Sin facturas es posible contratar, pero no se pueden cobrar los servicios.
- Toda compañía debe solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio; éstos serán el Libro de actas y el Libro de accionistas. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.

En la tabla 1.2 se muestra la totalidad de los costos para constituir una S.A.S

Tabla: 1.2. Costos de constitución S.A.S

Nombre del tramite	Costo unico	Costo mensual
Consulta de nombre	\$0	
Consulta de Marca	\$0	

Definir tipo de empresa	\$0	
Documentacion (Documento privado: estatutos, autenticaion en notaria)	\$3450	
rut	\$0	
Camara de comercio. registro mercantil (\$10.000.000*0.7%)	\$700.000+2300(formulario) =702.3000	
Impuesto de industria y comercio		\$648.842
Registro nombre y marca (la marca ya existe)	\$ 4000	
Resolucion de facturacion(dian)	\$0	
Registro libros camara de comercio	\$10.300	
Apertura de cuenta	\$0	
Rentas	\$75000	
TOTAL	\$1.848.100	648.842

Fuente: elaboracion propia

CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

2.1 Entorno

El entorno en que esta constituida nuestra empresa es colombia ya que vamos a importar desde estados unidos los productos LED, para esto analizaremos algunas variables:

- Sociales

Según mira (2013) “las fiestas ocupan un lugar muy importante en las rutinas porque es lo que mas le gusta y caracteriza al colombiano ya que este desahoga todo el peso de lo cotidiano”

colombia es un pais en el que muchos de sus habitantes se dejan influenciar facilmente de otras culturas en especial la americana, atraves de modas y articulos innovadores y diferentes como el nuestro. al tener la oportunidad de influenciar

facilmente a los colombianos podemos generar una nueva tendencia en las actividades y eventos.

- Culturales

En una publicacion (universia-noticias, 2014) encontramos que el catolicismo es la religion con mas seguidores en nuestro pais con un 57%, seguido de la cristiana evangelica con un 31%, la musulmana con un 1%, y con un mismo porcentaje del 1% se encuentran la religion judia, mormona, musulmana. Testigos de jehova 4%, y otras 5%. Estas estadisticas nos muestran que este es un factor favorable ya que los catolicos tienden a celebrar bautismos, matrimonios, primeras comuniones, confirmaciones,etc.

Ademas nuestra cultura alegre tiende a festejar por cualquier motivo, ya sean cumpleaños, quinceañeras, despedida de solteros, aniversarios, baby shower, etc. Como muestra de esto colombia tiene 18 festivivos, es el pais con mas festivivos en el mundo. (portafolio.co. 2011)

- Tecnologicas

Según el bancomundial colombia aporta al pib nacional un 0.17%, lo que quiere decir que el avance tecnologico en colombia es casi nulo pues invertimos muy poco en investigacion y desarrollo. Por esta razon nosotros queremos importar productos con inovacion teconologica a nuestro mercado comercial, ya que estados unidos es un pais que innova frecuentemente en este aspecto. nuestros productos COOLGLOW en su linea LED son un ejemplo de tecnologia pues al introducir el bombillo led ya sea en una bomba o en cualquier otro tipo de accesorio (gafas, cordones, pulseras, collares, vasos, camisas, etc) mantienen una temperatura estándar y su energia dura un largo periodo de tiempo. Ademas son resistentes al agua. Por otra parte es importante destacar lo de las camisas que se activan con el sonido (musica o cuando te hablan).

Algo importante para nosotros como empresa es el tema logístico de nuestro país ya que esto nos puede beneficiar o afectar. Somos una empresa importadora bajo el medio de transporte aéreo, la cadena de distribución sería: origen; Dallas Texas-Miami, y en destino; Rionegro-Medellín.

Según el Banco Mundial Colombia está en el puesto 64 en el índice de desempeño logístico con una calificación en ascenso de 2,87 (la evaluación se hace de 1 a 5). (portafolio.co.2014). Esto directamente no nos perjudica como empresa ya que de Rionegro a Medellín hay una carretera muy buena ya sea por la autopista Medellín-Bogotá o las Palmas.

- **Economicas**

Según el Dane el PIB de Colombia en el tercer trimestre de 2014 estaba en un 4,3% comparándolo con el 2013 que cerró en 4,2%, la tendencia nos muestra que este indicador proyecta un aumento favorable. Esto es de gran beneficio para nosotros porque aumenta el consumo de las personas.

A continuación mostraremos la tabla 2.1 que nos muestra la tasa de desempleo de Colombia en la cual vemos que el desempleo en Colombia ha disminuido favorablemente. Esto nos beneficia porque muestra que tenemos una economía estable y por consiguiente mayores consumidores potenciales de nuestros productos.

Tabla 2.1: Tasa de desempleo

EMPLEO Y SALARIO

Indicador	Cifras	Fecha
Desempleo Nacional (Total Nacional)	9,1%	2014
Desempleo Nacional (Total Nacional)	9,6%	2013
Desempleo Nacional (Total Nacional)	8,7%	Diciembre 2014
Salario Mínimo	\$644.350	2015

Fuente: dane(2015). indicadores economicos

Tabla 2.2 Moneda USD

MONEDA

Indicador	Cifras	Fecha
Dólar TRM	\$ 2,376.23	Febrero 16

Fuente: dane(2015). indicadores economicos

Algo para resaltar es que estados unidos el pais de donde vamos importar es nuestro principal socio comercial.

El valor adquisitivo del dólar al día de hoy esta a \$2.376,23 en comparación con la misma fecha del 2014 que estaba a 2.032,99, diferencia: 343.24, esto nos afecta a nosotros como importadores ya que estamos comprando el mismo producto mas costoso pues tenemos que pagar mas pesos por menos dolares. (superfinanciera 2015-2014).

En una publicación (periódico el heraldo, 2015) encontramos que la inflación en Colombia en el año 2014 cerro en 3.66% (subio). lo que significa que no nos conviene porque los colombianos tienen que gastar mas dinero en la canasta basica, perdiendo capacidad de consumo en otros productos como el nuestro.

- Ambientales

En lo ambiental algo para destacar es que ofrecemos productos reciclables y que no contaminan nuestro medio ambiente.

- Politicas

El tipo de gobierno de Colombia es un estado de derecho democrático al igual que Estados Unidos que son democráticos y un modelo económico capitalista.

Por otra parte, Estados Unidos y Colombia gozan de una buena relación en todos sus campos políticos y económicos fortaleciendo así el mercado entre las partes. Cabe resaltar que en Suramérica Colombia es una de las principales aliadas de los Estados Unidos no solo en materia económica sino en la lucha contra el terrorismo y las drogas.

“a principios del siglo XXI hay una reciente alianza que vincula a los gobiernos de ambas naciones alrededor de varios asuntos claves entre los que se incluye la lucha contra el comunismo la guerra contra las drogas y especialmente desde el 11 de septiembre la amenaza de terrorismo” (Wikipedia, 2014).

Relaciones entre Estados Unidos y Colombia



Fuente: wikipedia (2014)

- Legales

En lo legal para importar a Colombia que es nuestro caso primero tenemos que:

Clasificar nuestra partida arancelaria, y esta se hace únicamente a través de la DIAN que es la principal entidad reguladora del comercio exterior en Colombia. (MINCOMERCIO, 2013).

Debemos registrarnos como importadores en la Cámara de Comercio. (MINCOMERCIO, 2013).

También debemos identificar el producto (cantidades, precios) para saber qué tributos aduaneros se le gravan, ya sea IVA, gravamen arancelario o impuestos sobre las ventas. Y para saber si necesitas de vistos buenos. (MINCOMERCIO, 2013).

El régimen cambiario exige que nosotros debemos canalizar todos los pagos a través de los IMC a través del formulario 1 que es el de importación.

Y algo fundamental es nacionalizar nuestra mercancía (MINCOMERCIO, 2013).

2.2 Sector

Nuestro sector es el secundario, dentro de este hay un subsector que es el manufacturero y a su vez encontramos el sector de plásticos que sería en el que nos vamos a enfocar, a continuación mostraremos la figura 2.2 que nos muestra la variación anual del PIB por sector, esta nos indica que hay otros sectores productivos que están jalando la economía de nuestro país viéndose afectada el sector que nos corresponde, con una variación negativa del 1,2% en 2013, de este porcentaje el plástico decreció un -4,1%. Además en la figura 2.3 observamos que nuestro sector aporta un 23% en el ingreso operacional del país. En esta figura también observamos que la utilidad neta es muy baja para nuestro sector que es el manufacturero apenas un 11.9%. en la figura 2.4 vemos que el sector manufacturero a crecido en sus ingresos un 14%. En la figura 2.5 analizamos que el sector manufacturero bajo un 1% comparando el 2012(7%) y el 2013(6%), lo que quiere decir que nuestra tasa de rentabilidad es de un 6% anual. observamos que en la figura 2.6. los activos del sector manufacturero esta en un 11.1%.

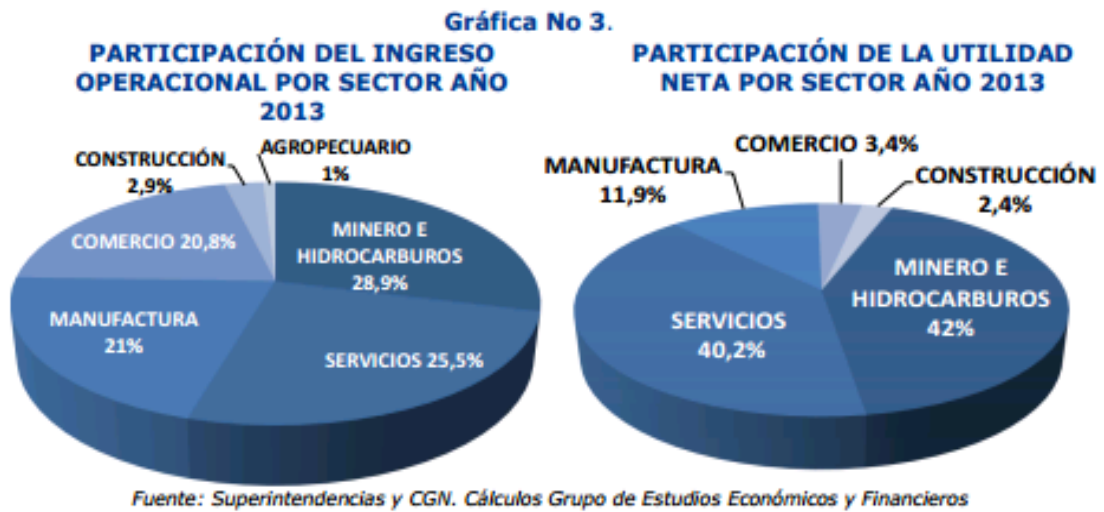
Figura: 2.2 PIB por sector.

Gráfica No 2. VARIACIÓN PORCENTUAL ANUAL DEL PIB POR GRANDES RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA 2013PR / 2012 (ENERO-DICIEMBRE)



Fuente:supersociedades.gov.co(2014)

Figura: 2.3. ingreso operacional y la utilidad neta del sector.



Fuente:supersociedades.gov.co(2014)

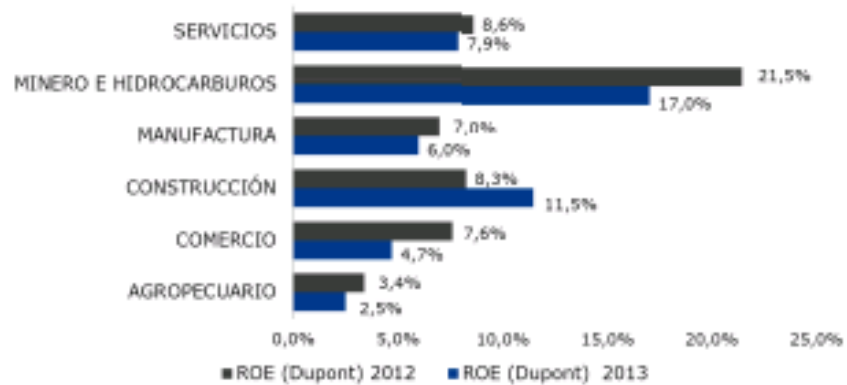
Figura: 2.4 crecimiento del sector



Fuente:supersociedades.gov.co (2014)

Figura. 2.5 rentabilidad del sector

**Gráfica No 6.
ROE POR MACROSECTOR 2012-2013**



e: Superintendencias y CGN. Cálculos Grupo de Estudios Económicos y Financieros

Fuente:supersociedades.gov.co (2014)

Figura:2.6 crecimiento de activos del sector

**Gráfica No 5.
PARTICIPACIÓN EN EL CRECIMIENTO DE ACTIVOS POR SECTOR**



Fuente: Superintendencias y CGN. Cálculos Grupo de Estudios Económicos y Financieros

Fuente:supersociedades.gov.co (2014)

Figura 2.7 evolucion del sector



Evolución de la industria – Empleo industrial

Variación %

Continuación

Clases industriales	Empleo		Clases industriales	Empleo	
	ene-14	12 meses		ene-14	12 meses
Total sin trilla	-1,8	-2,2	Químicos básicos y fibras	-7,7	-6,5
Transf. de carne y pescado	0,7	-1,2	Otros químicos	-2,9	-1,5
Aceites y grasas; frutas	5,2	5,9	Caucho	-12,7	-12,6
Productos lácteos	4,5	6,9	Plásticos	-3,7	-0,7
Molinería y almidones	0,2	1,5	Vidrio	-1,2	-6,5
Panadería	0,3	1,5	Cerámica no refractaria	-6,7	-4,2
Ingenios, refinerías	1,3	0,6	Minerales no metálicos	-8,2	-3,5
Otros alimentos	3,5	5,6	Hierro y acero	-3,6	-9,0
Bebidas	-1,0	0,8	Metales preciosos	-1,7	-3,5
Productos de tabaco	0,0	-1,9	Productos metal	-5,5	0,0
Hilatura, tejedura	-7,8	-11,3	Maq. uso general	3,9	4,1
Otros textiles	14,1	-0,6	Maq. uso especial	-12,0	-8,9
Tejidos de punto	5,0	2,1	Apar. uso doméstico	-0,8	-4,6
Prendas de vestir	-3,8	-6,8	Maquinaria eléctrica	-11,2	-11,9
Cueros	9,8	-6,9	Equipos radio y TV	1,2	4,5
Calzado	-0,1	-9,9	Aparatos médicos	6,5	-8,4
Art. viaje, bolsos	10,1	1,7	Vehículos y sus motores	-15,5	-13,9
Transformación de la madera	-3,9	-2,7	Carrocerías	17,9	6,1
Papel y cartón	-5,1	-5,5	P y p. para vehículos	-7,1	-12,8
Edición e impresión	0,1	-3,7	Otros equipo transporte	-6,0	8,0
Refinación petróleo	8,2	-10,5	Muebles	-1,2	-4,1
Derivados fuera refinería	-0,5	-1,6	Otras industrias	4,6	6,2

Elaboró OEE

Fuente: DANE -MMM Cálculos OEE - MCIT

Fuente: MINCIT (2014)

En la figura 2.6 nos muestra que el sector de plasticos no ha generado empleo en los ultimos años, si no por el contrario a decrecido en la fuente de empleo.

- Factores claves de éxito del negocio

- a.i) Innovación: porque es un producto novedoso llamativo, práctico (fácil de utilizar)
- a.ii) Competitividad: no tenemos competencia directa en Medellín, ya que los productos LED que se ofrecen en Medellín se desarrollan en otros campos.
- a.iii) Marketing: enviamos ofertas vía correo electrónico, volantes, publicidad temática; personas vestidas con los accesorios (payasos), además de la publicidad en cadena que se va a dar en las fiestas y eventos especiales. Descuentos especiales para nuestros clientes por cantidades compradas y ofrecemos el envío gratuito.
- a.iv) Stock de inventarios: tendremos los suficientes productos para abastecer y satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- a.v) Organización flexible: potenciar el trabajo en equipo e impulsamos la mejora continua.
- a.vi) Calidad: ofrecemos un producto bien elaborado que ya pasó por un estándar de calidad en uno de los mercados más competitivos como Estados Unidos.
- a.vii) Responsabilidad ambiental: nuestros productos no contaminan nuestro medio ambiente y son reciclables.

- Cadena de valor de la industria

Nuestra cadena de valor es la siguiente: hay una empresa en China que produce y distribuye los productos de la línea LED a Coolglow en Estados Unidos ubicada en Dallas, Texas, esta empresa distribuye y comercializa en todo el mundo.

Figura: 2.8 Cadena de valor

Fuente: autoria propia.

- Barreras de ingreso o salida del sector

Según la clasificación arancelaria de la DIAN Nuestros productos necesitan de algunos requisitos para su importación como lo son: gravamen arancelario; 12%. gozan de una libre importación. Necesitan de algunos documentos soporte como; certificado de conformidad con reglamento técnico y el certificado de uso

personal en la superintendencia de industria y comercio. Un iva de 16%. La mercancia se debe describir por nombre comercial y otras características.

- Competidores

Nuestros principales competidores son empresas que venden artículos para fiestas ya que son las que más se asemejan a nosotros pues los productos que vamos a importar no los hay aquí en Colombia.

- Poder de negociación de los clientes y proveedores

Volumen de compras: Este nos permite obtener el producto económico, y a su vez nos da la posibilidad de ahorrarnos el envío por el nivel de compra que vamos a realizar, en este caso de Dallas Texas hasta Miami que es lugar más cercano a nuestro destino deseado (Medellín). Al ahorrarnos costos podemos ofrecer los productos más económicos y tener mayor capacidad de negociación con nuestros clientes en Colombia.

Proveedores: en este aspecto nosotros podríamos tener más poder de negociación pues hay otras empresas en el extranjero que ofrecen los productos, pero nosotros hicimos un estudio minucioso y descubrimos que CoolGlow es la empresa que nos ofrece mejor precio y la mayor posibilidad de negociación.

- Amenaza de nuevos productos sustitutos

Nuestra empresa cuenta con la ventaja competitiva de ofrecer un producto innovador y único en el mercado hasta el momento lo que nos convierte a nosotros en una amenaza en el mercado local

- Proyecciones del sector

“El crecimiento de Colombia en el 2015 crecía posiblemente por encima del 4%, pero esto no es una generalidad de todos los sectores, ya que la industria manufacturera continúa resagada frente a otras actividades y frente al PIB total.” (andi.com.co.2014).

“Las proyecciones nos indican que tenemos retos de corto y mediano plazo a través de una agenda de competitividad que cuente con estrategias de valor industriales para que ocupen un papel protagonista en el desarrollo económico de Colombia.” (andi.com.co.2014)

CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1 Objetivos de Mercadeo

En esta parte del trabajo mostraremos los objetivos que nos trazaremos a corto, mediano y largo plazo:

Objetivos a corto plazo

- Alcanzar un volumen de ventas que sea significativo, ofreciendo buenos precios y excelente calidad, para lograr un punto de equilibrio a un plazo de un año, y así cubrir nuestros gastos y costos.
- Hacer campañas de publicidad, presenciales y con volantes, con el fin de lograr un reconocimiento de los productos y por consiguiente un posicionamiento en el mercado local.

Objetivos de mediano plazo

- Generar nuevas tendencias de consumo a través de la innovación e impacto social, para que nos tengan en cuenta como la mejor opción y alternativa en el mercado.

- Tener una red de distribución consolidada para satisfacer a nuestros clientes, entregándole los productos en el menor tiempo posible.



Objetivos de largo plazo








- Buscar productos alternativos (variedad) y con mucha más innovación para incursionarlos en el mercado.
- Expandirnos y posicionarnos en las principales ciudades de Colombia con nuestros productos LED, como la mejor opción en accesorios para fiestas y eventos.

3.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

En la siguiente tabla 3.1 daremos la descripción, precio de compra exw, los colores y materiales de cada uno de nuestros productos a importar:

Tabla 3.1 Ficha técnica de los productos

Nombre del artículo	Precio exw USD	Colores	Materiales	Características
LED flashing beer mug 	\$1.75c/u	Rojo, blanco, morado Anaranjado, verde, azul. Los colores se mantienen o se cambian rápido	Plástico	Tiene una capacidad de 16 onzas, 4 baterías ag-13 vienen incluidas. Vaso cervecedero y otras bebidas
LED tumbler-multicolor 	\$2.79C/U	2 tonos de azul, 2 tonos de verde, 2 tonos de rojo. Las luces son cambiantes lento rápido y sostenido.	Plástico	Este recipiente tiene una doble pared la cual permite mantener la bebida fría, incluye un pitillo las baterías. Tiene una capacidad de 16 onzas. Es un recipiente apto para cocteles y otras bebidas alcohólicas.

<p>LED blinky ballons-assorted</p> 	\$4.50C/paquete	Amarillo, azul, rojo, verde, anaranjado. Las luces son cambiantes lento rápido y sostenido.	Plástico	Son los únicos globos con luz led reutilizables en el mercado, porque se pueden inflar con la boca, cuando se inflan con helio la alta calidad de los globos permite que duren hasta 10 horas inflados en el aire. La luz led puede estar encendida hasta 15 horas seguidas, las baterías son reemplazables, cada paquete trae 5 globos.
<p>LED shoe laces multicolor</p> 	\$2.99C/u	Amarillo, azul, fucsia, agua marina, púrpura, morado, anaranjado, verde. Las luces son cambiantes lento rápido y sostenido.	Plástico	Es un accesorio que decora los zapatos, se pueden reemplazar, tiene una medida de hasta 33 pulgadas, viene un cordón por paquete, baterías incluidas e instaladas.
<p>LED slotted shades-multicolor.</p> 	\$1.11C/U	2 tonos de azul, 2 tonos de verde, 2 tonos de rojo. Las luces son cambiantes lento rápido y sostenido.	Plástico	Ideal para todo tipo de eventos.
<p>LED peace sign sunglasses-multicolor.</p> 	\$1.80 C/U	2 tonos de azul, 2 tonos de verde, 2 tonos de rojo. Las luces son cambiantes lento rápido y sostenido.	Plástico	Tiene el signo de paz y amor incluido, ideal para fiestas de los años 60.
<p>LED foam stick baton supreme.</p> 	\$0.65 c/u	Morado	Plástico	Ideal para conciertos, discotecas, fiestas y eventos nocturnos, tiene 16 pulgadas de largo 1.8 pulgadas de diámetro, tiene una luz ultra brillo led, y adentro lleva un palillo de espuma para proteger la luz led.
<p>LED Minnie mouse headband-</p> 	\$1.00 c/u	Rojo	Plástico	Accesorio ideal mujeres de todas las edades, ideal para disfraces, fiestas, cumpleaños
<p>LED skull and crossbones necklace</p> 	\$1.09c/u	Verde, morado, Rosado, anaranjado, azul y blanco	Plástico	Accesorio perfecto para disfraces, fiestas. Incluye un lazo negro.

Fuente: elaboración propia

3.3 Costos productos

En el anexo 1 observamos la cotización de la empresa (coolglow) que nos va a vender los productos en Dallas Texas, la cotización nos la hicieron EXW, lo que quiere decir que tenemos que cubrir todo los gastos de importación.

Mostraremos la tabla 3.2 la cual nos muestra las especificaciones de nuestros productos (peso. Volumen. Cantidad).

En la tabla 3.3 analizamos todos los costos en que incurrió nuestra importación. Nos comunicamos con la empresa Avianca express y nos dieron los siguientes valores: el seguro internacional lo sacamos con una base de 5% sobre el valor declarado de la mercancía (precio exw), el flete internacional tiene un costo de \$1.60 por libra, y nuestra mercancía tiene un peso 3691.5 de libras.

Para obtener los costos internos nos comunicamos con CA cargo, quienes basándose en los datos suministrados por nosotros nos cobran un seguro interno del 0.3% del valor EXW de la mercancía con una mínima de 80 USD (la cual aplica para nosotros), nos dieron un valor estimado del transporte interno de 450,000 pesos, por el descargue de la mercancía nos cobran 320.000 pesos y por el almacenamiento 75.000 pesos por día (son 2 días de almacenamiento).

Para los trámites aduaneros contactamos a la profesora gloria herrera quien se comunicó con un conocido en una agencia de aduanas y nos dio los valores de dichos trámites.

En última instancia en la empresa donde trabajo me comunicaron con una agencia de aduanas y nos dijeron que nos cobraban para la nacionalización un 0.3% del valor CIF y 200.000 pesos de comisión.

Además para obtener el arancel y el IVA de nuestros productos lo que hicimos fue clasificarlos en el arancel de aduanas y nos dio como resultado que nuestra partida arancelaria tiene un arancel del 0% y un IVA del 16%, la partida es la siguiente: 94.05.50.90.00. Y tiene un régimen de libre importación.

Tabla: 3.2. Especificaciones de los productos

CANTIDA POR CAJA	NUMERO DE CAJAS	VOLUMEN POR CAJA EN PULGADAS	Peso de 1 caja	PESO DE LAS 23 CAJAS	TOTAL DE PRODUCTOS
60 PIESAS	23	1403	31	713	1380
48 PIESAS	23	1357	33	759	1104

50 PAQUETES(CADA PAQUETE TRAE 5 PIESAS)	23	851	11	253	1150
96 PAQUETES	23	1012	15.5	356.5	2208
72 PIESAS	23	897	8	184	1656
144 PIESAS	23	1104	15	345	3312
72 PIESAS	23	1150	7	161	1656
144 PIESAS	23	1334	25	575	3312
144 PIESAS	23	1219	15	345	3312
TOTAL:	207			3691.5 LIBRAS	19090

Fuente: elaboración propia

Tabla 3.3 costo unitario de la importación hasta DDP

LED flashing beer mug	LED tumbler-multicolor	LED blinky ballons-assorted	LED shoe laces multicolor	LED slotted shades-multicolor.	Led peace sign sunglasses-multicolor.	Led foam stick baton supreme.	Led Minnie mouse headband-	Led skull and crossbones necklace
Exw \$2415	Exw \$3080.16	Exw \$5175	Exw \$6601.92	Exw \$1838.16	Exw \$5961.6	Exw \$1076.4	Exw \$3312	Exw \$3610.08
Flete en origen: 58.33 Agenciamiento aduanero: 27.77 FCA: 2.501,1	Flete en origen: 58.33 Agenciamiento aduanero: 27.77 FCA: 3166.26	Flete en origen: 58.33 Agenciamiento aduanero: 27.77 FCA: 5261.1	Flete en origen: 58.33 Agenciamiento aduanero: 27.77 FCA: 6.688,02	Flete en origen: 58.33 Agenciamiento aduanero: 27.77 FCA: 1.924,26	Flete en origen: 58.33 Agenciamiento aduanero: 27.77 FCA: 6.047.7	Flete en origen: 58.33 Agenciamiento aduanero: 27.77 FCA: 1.162.5	Flete en origen: 58.33 Agenciamiento aduanero: 27.77 FCA: 3.398.1	Flete en origen: 58.33 Agenciamiento aduanero: 27.77 FCA: 3.696.18
Transporte internacional: 656.26 CPT: 3.157.36	Transporte internacional: 656.26 CPT: 3.822.52;	Transporte internacional: 656.26 CPT: 5917.36	Transporte internacional: 656.26 CPT: 7.344.28	Transporte internacional: 656.26 CPT: 2.580,52	Transporte internacional: 656.26 CPT: 6.703.96	Transporte internacional: 656.26 CPT: 1818.76	Transporte internacional: 656.26 CPT: 4.054.36	Transporte internacional: 656.26 CPT: 4.352,44
Seguro internacional 183.72 CIP: 3.341,08	Seguro internacional 183.72 CIP: 4.006,24	Seguro internacional 183.72 CIP: 6.101,08	Seguro internacional 183.72 CIP: 7.528	Seguro internacional 183.72 CIP: 2.764,24	Seguro internacional 183.72 CIP: 6.887.68	Seguro internacional 183.72 CIP: 2.002,48	Seguro internacional 183.72 CIP: 4.238.08	Seguro internacional 183.72 CIP: 4.536,16
CIP PESOS: 8.318.654 Descargue: 35,555 Almacena	CIP PESOS: 9.974.776 Descargue: 35,555 Almacena	CIP PESOS: 15.190.530 Descargue: 35,555 Almacenamiento. 16.667	CIP PESOS: 18.743.290 Descargue: 35,555 Almacenamiento	CIP PESOS: 6.882.432 Descargue: 35,555 Almacena	CIP PESOS: 17.149.014 Descargue: 35,555 Almacenamiento. 16.667	CIP PESOS: 4.985.795 Descargue: 35,555 Almacena	CIP PESOS: 10.552.014 Descargue: 35,555 Almacenamiento 16.667	CIP PESOS: 11.294.176 Descargue: 35,555 Almacenamiento 16.667

miento: 16.667. DAT: 8.335.505	miento. 16.667 DAT: 10.026.998	DAT: 15.242.752	ento. 16.667 DAT: 18.795.442	miento. 16.667 DAT: 6.934.654	DAT: 17.201.236	miento 16.667 DAT: 5.038.017	DAT: 10.604.236	DAT: 11.346.398
Impuestos sobre el CIP: (8.318.654) Arancel 12%: 998.238 IVA 16%: 1.490.703 Trámites aduaneros: 31,111 Agenciamien ento aduanero: 80.067 DDP: 10.935.624	Impuestos sobre el CIP: (9.974.776) Arancel 12% 1.196.973 IVA 16%: 1.787.480 Trámites aduaneros: 31,111 Agenciamien ento aduanero: 80.067 DDP: 13.122.629	Impuestos sobre el CIP: (15.190.530) Arancel 12% 1.822.864 IVA 16%: 2.772.143 Trámites aduaneros:3 1,111 Agenciamien to aduanero: 80.067 DDP: 19.948.937	Impuestos sobre el CIP: (18.743.290) Arancel 12% 2.249.195 IVA 16%: 3.358.798 Trámites aduaneros:3 1,111 Agenciamien to aduanero: 80.067 DDP: 24.514.613	Impuestos sobre el CIP: (6.882.432) Arancel 12% 825.892 IVA 16%: 1.233.332 Trámites aduaneros: 31,111 Agenciamien ento aduanero: 80.067 DDP: 9.105.056	Impuestos sobre el CIP: (17.149.014) Arancel 12% 2.057.882 IVA 16%: 3.073.103 Trámites aduaneros: 31,111 Agenciamien to aduanero: 80.067 DDP: 22.443.399	Impuestos sobre el CIP: (4.985.795) Arancel 12% 598.295 IVA 16%: 893.454 Trámites aduaneros: 31,111 Agenciamien ento aduanero: 80.067 DDP: 6.640.944	Impuestos sobre el CIP: (10.552.014) Arancel 12% 1.226.242 IVA 16%: 1.884.521 Trámites aduaneros: 31,111 Agenciamien to aduanero: 80.067 DDP: 13.826.177	Impuestos sobre el CIP: (11.294.176) Arancel 12% 1.355.301 IVA 16%: 2.023.916 Trámites aduaneros: 31,111 Agenciamien to aduanero: 80.067 DDP: 14.836.793

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3.4 costos de importación

	Total producción	TRM día 24 febrero 2015: 2.489,81
EXW	\$ 33.070.32	82.338.813.44
Flete en origen	\$525.00	

Agenciamiento aduanero	\$250.00	
	FCA: \$33.845.32	84.268.416,19
Transporte internacional	\$5.906.4	
	CPT: \$ 39.751.72	98.974,229.97
Seguro internacional	\$ 1.653,52	
	CIP: \$ 41.405,24	103.091.180,6
Descargue		320.000
Almacenamiento		150.000
	DAT:	103.561.181.
Transporte interno		450.000
Seguro interno		2.470.164
	DAP:	106.481.345.
Impuestos: CIP: 103.091.181 Arancel 12% 12.370.942 IVA 16%: 18.473.940		30.844.882
Trámites aduaneros		280,000
Agenciamiento aduanero		720.608
	DDP:	138.326.835

Fuente: elaboración propia

3.4 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

Nuestro mercado meta seleccionado fue Medellín, para escoger este mercado tuvimos en cuenta las siguientes variables:

Población: 2.464.322 habitantes (Wikipedia, 2015)

Medellín es la [capital](#) y ciudad más poblada del [departamento colombiano](#) de [Antioquia](#) y la segunda ciudad más poblada del país y es el segundo centro económico más importante de Colombia, después de [Bogotá](#). (Wikipedia, 2015)

Hoy Medellín se ha convertido en un avanzado epicentro de comercio, industria y tecnología. El 20% de las empresas más importantes del país tienen su sede allí y mensualmente la ciudad acoge a empresarios de todos los rincones del mundo interesados en las variadas oportunidades que ofrece la región. (Pro Colombia, 2015)

Según el señor rojas (2015) Medellín presenta una estabilidad económica reflejada en un estudio el cual indica que el PIB per cápita es 4.2% el más alto de América latina.

La tasa de desempleo de Medellín es la más baja en los últimos 18 años, en comparación con las 13 principales ciudades del país, es positivo ver que Medellín y el valle de aburra presentaron la mayor reducción. La tasa desempleo en el año 2012 estaba en un 13,3% y en el 2013 en un 11,2%, lo que significa una reducción del 2,1%, esta reducción en la tasa de desempleo ubica a Medellín como la segunda ciudad más generadora de empleo después de Bogotá. Algo que también es importante destacar es que la industria manufacturera se ha ido reactivando y el sector ocupa un 20, 5% de la población. (radiomunera.co 2015).

3.5 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios

En la tabla 3.4 y 3.5, describiremos las características de nuestro perfil del mercado seleccionado.

Tabla 3.5. Perfil del mercado y cuantificación casas de banquetes y discotecas

Estadística	Cuantificación	Fuente
Cuantos establecimientos de comercio hay en Colombia	596.000	Bienpensado.com(2010)
Cuantos establecimientos de comercio hay en Medellín	58,631	camaramed.org.co(2007)
Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento	960	camaramed.org.co(2007)
Discotecas y casa de banquetes	139	camaramed.org.co(2007)
Por barrios de estrato alto	52	Elaboración propia.
Teniendo en cuenta la competencia	26	Elaboración propia

Fuente: elaboración propia

Tabla 3.6. Perfil del mercado y cuantificación centro comercial Oviedo

Estadística	Cuantificación	Fuente
Población Colombia	48.321.405	Datos macro.com(2013)
Población en Medellín	2.441.123	Wikipedia(2014)
Número de visitas mensuales a los principales centro comerciales en Medellín	2.712.000	marketmedios.com.co(2012)
Números de visitas mensuales al centro comercial Oviedo	380.000	marketmedios.com.co(2012)
La mayoría de estas 380.000 visita el centro comercial más de tres veces al mes.	126,667	Elaboración propia
% que nos toca teniendo en cuenta la competencia.	87,249	Elaboración propia.
Segmentándolo por actividades la principal actividad es: cumpleaños.	239	Elaboración propia.

Fuente: elaboración propia.

Para analizar la competencia y el número de visitas al mes realizamos una encuesta (anexo 2). El número total de encuestas que hicimos fueron 15. De esas 15 encuestas nos dio como resultado que la mayoría de las personas visitan el centro comercial Oviedo más de 3 veces al mes, que lo que más celebran son cumpleaños y 68% eligió nuestros productos y no los de la competencia. Con relación a estos datos sacamos los resultados de la tabla 3.5.

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

Para nuestra cuantificación realizamos un plan de ventas anual (primer año) la cual esta ubica en la tabla 3.7 a la tabla 3.10. Además hicimos una proyección de ventas a 5 años con un crecimiento anual del 2%, (tabla 3.11 y 3.12) pues como analizamos anteriormente el sector de plástico en Colombia ha decrecido mucho.

Además en el análisis financiero se encuentran ubicados los datos de nuestras ventas más optimistas y las menos optimistas. Para las más optimistas tomamos un porcentaje del 5% porque el sector al que pertenecemos no es un sector que crezca mucho como lo analizamos anteriormente en el análisis del sector y para las menos optimistas un

porcentaje del -3% , ya que aunque sea un sector que su decrecimiento es bastante alto, nosotros no nos veríamos muy afectados porque somos una empresa que comercializa productos con innovación tecnológica y como lo mencionamos anteriormente con la encuesta que realizamos nuestros productos pueden tener una muy buena acogida en el mercado .

Tabla 3.7 plan de ventas mensual discotecas y casas de banquetes

PLAN DE VENTAS (DISCOTECAS Y CASA DE BANQUETES)												
	ENERO	FEBRERO	MARZ O	ABRIL	MAY O	JUNIO	JULIO	AGOST O	SEPTIEMBR E	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIC IE MB RE
VENTAS MENSUALE S	10400	10400	10400	10400	10400	10400	10400	10400	10400	10400	10400	10400

Fuente: elaboración propia

Total Anual: 124,800

Tabla 3.8 plan de ventas mensual por producto

(Discotecas y casa de banquetes)

Productos	Mensual	Total anual
LED flashing beer mug	784	9408
LED tumbler-multicolor	636	7632
LED blinky ballons-assorted	660	7920
LED shoe laces multicolor	1227	14724
LED slotted shades- multicolor.	887	10644
Led peace sign sunglasses-multicolor.	1773	21276
Led foam stick baton supreme	887	10644
Led Minnie mouse headband-	1773	21276

Led skull and crossbones necklace	1773	21276
Total	10400	124800

Fuente: elaboración propia

Tabla 3.9 plan de ventas mensual centro comercial Oviedo

PLAN DE VENTAS CENTRO COMERCIAL OVIEDO												
	ENERO	FEBRERO	MARZ O	ABRI L	MAYO	JUNIO	JULI O	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBR E	DICIEMBRE
VENTAS MENSUALES	4800	4800	4800	4800	4800	4800	4800	4800	4800	4800	4800	4800

Fuente: elaboración propia

Total anual: 57,600

Tabla 3.10 plan de ventas mensual por producto

(Centro comercial Oviedo)

Productos	Mensual	Total anual
LED flashing beer mug	361	9408
LED tumbler-multicolor	293	7632
LED blinky ballons-assorted	305	7920
LED shoe laces multicolor	566	14724
LED slotted shades- multicolor.	409	10644
Led peace sign sunglasses-multicolor.	819	21276
Led foam stick baton supreme	409	10644
Led Minnie mouse headband-	819	21276
Led skull and crossbones necklace	819	21276

Total	10400	124800
-------	-------	--------

Fuente: elaboración propia

Tabla 3.11 proyección de ventas discotecas y casas de banquetes

PROYECCION DE VENTAS A 5 AÑOS DISCOTECAS Y CASA DE BANQUETES					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
VENTAS anuales	124800	127296	129841.92	132438.75	135087.52

Fuente: elaboración propia

Tabla 3.12 proyección de ventas centro comercial Oviedo

PROYECCION DE VENTAS A 5 AÑOS CENTRO COMERCIAL OVIEDO					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
VENTAS anuales	57600	58752	59927.04	61125.58	62348.09

Fuente: elaboración propia

3.7 Gastos pre operativos de análisis del mercado.

Incurrimos en algunos gastos como:

Impresiones; \$9.000

Gasolina; \$15.000






Viáticos: \$ 20.000

Total: \$44.000

3.8 Mercado Competidor

A continuación mostraremos los posibles competidores de nuestro negocio (tabla 3.13), aunque son competencia indirecta debido a que no hay otra empresa en Colombia que venda ese tipo de productos.

Tabla 3.13 especificaciones de nuestros competidores

	Sempertex	Party people	Cristar	Éxito fiesta	Éxito fiesta
Producto	Bombas	Vasos coctel	Vasos cervecero	Gafas	Gafas
Presentación					
Página web	http://sempertex.com/	No encontrado	http://www.cristar.com.co/es-CO/WEB/Index.aspx	http://www.exitofiesta.com/	http://www.exitofiesta.com/
Canal de distribución	Almacenes éxito, centro comercial Oviedo, cacharrerías.	Almacenes éxito, centro comercial Oviedo, cacharrerías.	Almacenes éxito	Almacenes éxito	Almacenes éxito
Precio	\$3,680	\$8,300	\$12.000	\$2,800	\$2,450

Fuente: elaboración propia

3.9 mercado distribuidor

3.9.1 Distribución Directa

3.9.1.1 Describa los medios a través de los cuales se hará la distribución del producto

Nuestros productos se distribuirán a través de una burbuja en el centro comercial Oviedo. En este centro comercial se venderán productos al detal. Y en cuanto a las casas de banquetes y discotecas haremos la distribución por medio de un servicio puerta a puerta.

3.9.1.2 Fuerza de ventas

En la tabla 3.14 podemos observar el personal que necesitamos para nuestra fuerza de ventas y su respectivo salario.

Tabla 3.14 fuerza de ventas (personal)

Personal	Vendedores
Cantidad de vendedores	4
Persona	Hombre/ mujer
Perfil ocupacional	Experiencia en prestación del servicio al cliente
Experiencia laboral	1 año de experiencia
Salario mínimos legalvigente	\$644.350
Auxilio de transporte	\$74000
Cesantías	\$59.863
Interés cesantías	\$7.184
Prima de servicios	59.863
Salud	\$25.800
Pensiones	\$25,800
Total	\$ 718,350 salario

Fuente: (mosquera, 2015)

3.9.1.3 Manejo de Inventarios

para hacer nuestro manejo de inventarios lo analizamos de la siguiente forma:

pedido inicial: 19,090 productos en total.

Para casas de banquetes y discotes son: 10400 productos.

Para el centro comercial Oviedo son: 4800 productos.

Queda de inventario: 3,890.

Como nuestra importacion es via aerea se demora en llegar hasta nuestra empresa aproximadamente una semana, porque primero se va de dallas texas a miami (4 dias) y luego se viene via aerea hasta el aeropuerto jose maria cordoba, para posteriormente ser enviada a medellin (3 dias) (empresa led planet).

Figura 3.1 analisis de inventario

Fuente: elaboracion propia

3.10 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación

3.10.1 Comunicación

A continuacion mostraremos la figura 3.2 donde se puede observar el logotipo de nuestra empresa y su slogan. La tabla 3.15 la cual muestra la descripcion comercial de los productos. Y la tabla 3.16 donde se encuentran los costos (logotipo), estos costos los obtuvimos a traves de una cotizacion la cual se encuentra ubicada en el anexo 3.

Figura 3.2 logotipo



Fuente: elaboracion propia.

tabla 3.15 nombre comercial de los productos

Producto	nombre comercial	Empaque
----------	------------------	---------

Globos	Globos rainbow	
cordones	Cordones glow	
vasos de coctel	Vaso puppie	
vasos cerveceros	Vasos magic	
Gafas	Crazy glasses	
Gafas paz y amor	Gafas paz y amor	
Moño minnie	Moño minnie mouse	
Digen de calavera	Digen del terror	
tubos	Tubos party	

Fuente: elaboracion propia.

Tabla 3.16 costo logotipo

	Costo unico
Costo logotipo	200.000

Fuente: elaboracion propia

3.10.2 Actividades de promoción y divulgación

En la tabla 3.17 nombraremos nuestras actividades de promocion las cuales tienen incluido su respectivo costo.

Tabla 3.17 actividades de promocion (anual)

	cronograma de actividades mensual												Costo mensual	costo único
	enero	febrero	marzo	abril	Mayo	junio	Julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre		
volantes	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	\$110.000	
página web	X													650.000
publicidad temática		X		X		X		X		X		X	\$60.000	
redes sociales	X													

Fuente: elaboracion propia.

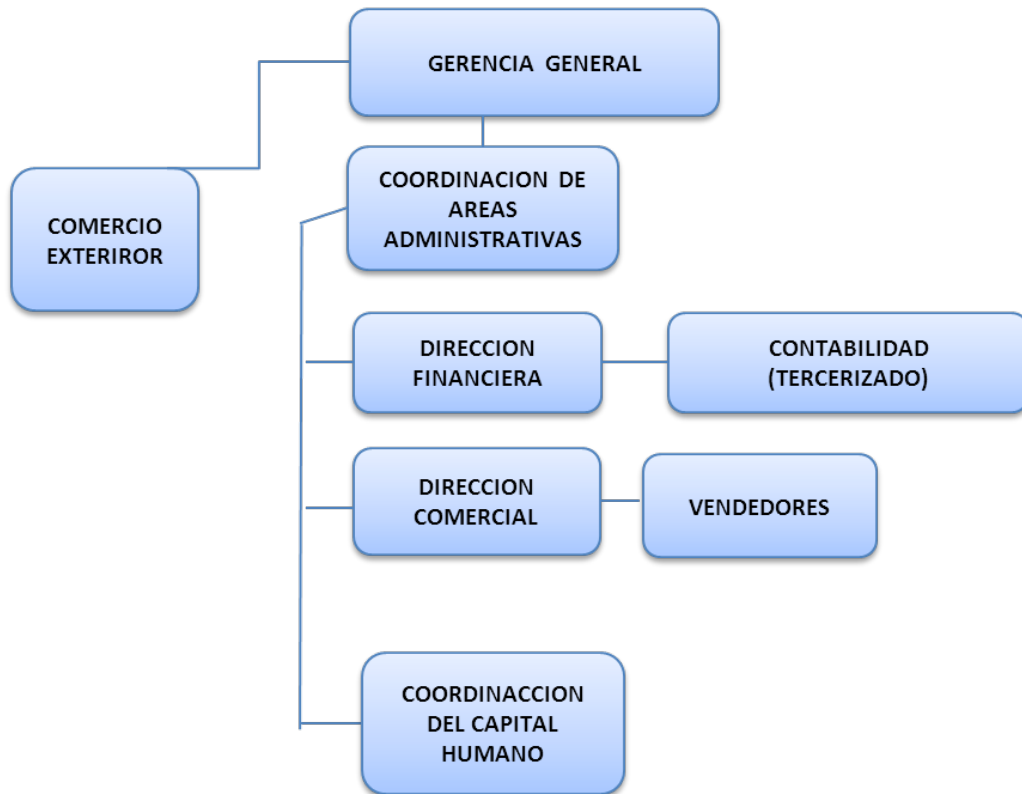
CAPITULO IV. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

4.1 Estructura Organizacional del Negocio

4.1.1 Organigrama Estructura Organizacional

En la figura 4.1 se observa el organigrama organizacional de nuestra empresa y en la tabla 4.1 la descripción de cada una de las áreas mencionada en el organigrama.

Figura 4.1 organigrama estructura organizacional



Fuente: elaboracion propia

Tabla 4.1 descripcion de las diferentes areas de la empresa

<p>Gerencia general</p>	<p>El término gerente general es un término descriptivo para ciertos ejecutivos en una operación de negocios. Es también un título formal para ciertos ejecutivos de negocios, aunque las labores de un gerente general varían según la industria en la que se desarrolle la empresa donde Labore Sus Privilegios Como Gerente General.</p> <p>Entre sus funciones pueden estar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ordenar. • Designar todas las posiciones gerenciales. • Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos. • Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto
-------------------------	--

	<p>con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente. <p>(Wikipedia, 2015)</p>
Comercio exterior	<p>El objetivo principal del departamento de comercio exterior en una empresa es realizar todas las labores inherentes al marketing internacional. Un departamento de comercio exterior es una estructura humana con unos fines muy concretos: llevar a cabo todas las tareas que generen operaciones en el exterior. entre sus responsabilidades principales se encuentra:</p> <p>Relevamiento de la información comercial. Formación y vinculación de un banco de datos Conducir las investigaciones en los mercados externos Evaluación y seguimiento de las actividades de nuestros competidores en el país y en el exterior. Selección y contratación de Agentes comerciales, Distribuidores, etc...</p> <p>Determinar las condiciones del despacho aduanero, del transporte y del seguro internacional de transporte. Evaluación de los intermediarios etc.</p> <p>La unidad funcional a la cual pertenece el departamento de comercio exterior es al área de Mercadeo. (slideshare.net. 2008)</p>
Coordinacion de areas administrativas	<p>la Función de las área administrativa es definir los objetivos, fijar las estrategias para alcanzarlas, y trazar planes para integrar y coordinar las actividades., de estas áreas de la organización</p> <p>La Función de la administración consiste en determinar qué tareas hay que hacer, quién las hace, cómo se agrupan, quién rinde cuenta a quién y dónde se toman las decisiones.¿Cómo debe dividirse el trabajo dentro de un departamento?¿Cómo deben coordinarse los esfuerzos para lograr un esfuerzo general unificado?.</p> <p>la función de la administración consiste también en motivar a los subordinados, influir en los individuos y los equipos mientras hacen su trabajo, elegir el mejor canal de comunicación y ocuparse de cualquier otra manera del comportamiento de los empleados resolviendo los conflictos.</p> <p>Consiste en vigilar el desempeño actual, compararlo con una norma y emprender las acciones que hicieran falta.¿ Reunir y retroalimentar información acerca del desempeño de forma de poder comparar resultados.¿ Relación con planificación.¿ Función de todos los niveles que ejecuten planes. (Pérez, A, 2011)</p>
Direccion financiera	<p>Consigue financiación para las necesidades de la empresa (inversiones o circulante), planifica para que ésta siempre tenga dinero para afrontar sus pagos puntualmente y tenga una situación patrimonial saneada (balance solvente), y controla que la actividad resulte rentable (cuenta de PyG con beneficios).</p> <p>Se encarga también de obtener financiamiento (interno y/o externo), formular presupuestos, determinar costos, realizar operaciones, determinar quienes obtendrán créditos, cobrar, facturar, manejar efectivo y archivar.</p> <p>Este departamento es de vital importancia es esta función, ya que toda empresa trabaja con base en constantes movimientos de dinero suministro del capital que se utiliza en el funcionamiento de la empresa. El área de finanzas tiene implícito el objetivo del máximo aprovechamiento y administración de los recursos financieros.(Bernal y Ojeda. 2005)</p>

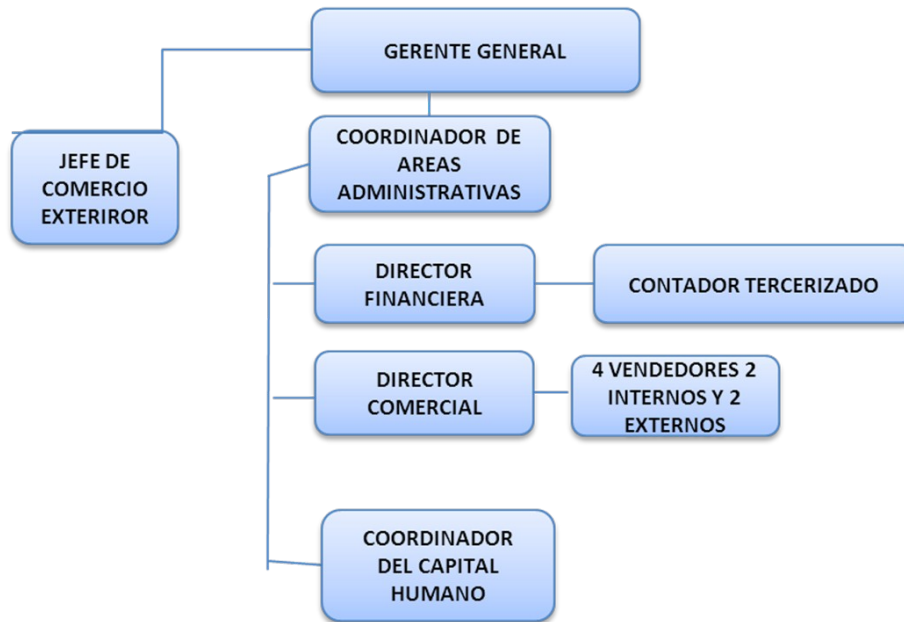
Contabilidad (tercerizado)	<ul style="list-style-type: none"> ○ se encarga de determinar, medir y cuantificar los factores de riqueza de las empresas, con el fin de servir para la toma de decisiones y control. ○ “Analizar y valorar los resultados económicos que obtiene la empresa agrupando y comparando resultados”. ○ además tiene dentro de sus responsabilidades <ul style="list-style-type: none"> ▪ Registrar e interpretar información financiera ▪ Aplicar la normatividad vigente ▪ Registro de operaciones ▪ Realizar informe (activos, pasivos y patrimonio) ● Identificar y analizar los ingresos, egresos y gastos de operación de la empresa. (slideshare.net. 2008)
Dirección comercial	<p>La función comercial conecta la empresa con el exterior, se ocupa del conjunto de actividades necesarias para hacer llegar los bienes y servicios producidos al consumidor consiste en determinar, analizando el mercado, qué bien o servicio se va a vender, a qué público se va a dirigir, dónde se va a comercializar, qué precio tendrá, cómo se va a promocionar., La actividad comercial intentará que el consumidor se sienta satisfecho por el bien o servicio que ella ofrece y no por cualquiera de los que han puesto en el mercado otras empresas. (Pérez B, 2011)</p>
Ventas	<p>El departamento de ventas es el que se encarga de la distribución y venta de los productos y dar seguimiento día a día de las diferentes rutas de vendedores para garantizar la cobertura total y abastecimiento a los locales comerciales. Está encargado de contratar a promotoras, vendedores, supervisores y llevar control de inventarios de productos de cada una de las sucursales. (Wikipedia. 2013)</p>
Recursos humanos	<p>Se denomina recursos humanos a las personas con las que una organización (con o sin fines de lucro, y de cualquier tipo de asociación) cuenta para desarrollar y ejecutar de manera correcta las acciones, actividades, labores y tareas que deben realizarse y que han sido solicitadas a dichas personas. Las personas son la parte fundamental de una organización, y junto con los recursos materiales y económicos conforman el “todo” que dicha organización necesita. En síntesis, podemos decir que estas áreas se encargan de elegir al recurso humano más apropiado para la empresa, de acuerdo no sólo con sus habilidades y destrezas para desempeñar el trabajo requerido, si no también evaluando otras condiciones y actitudes personales que impacten –o puedan impactar- de manera positiva en la organización: responsabilidad, emprende purismo, compañerismo, respeto, honestidad, transparencia, etc. (definición.mx. 2015)</p>

Fuente; elaboración propia.

4.1.2 Organigrama Estructura Personal

En la figura 4.2 se muestra el organigrama del personal del personal necesario para nuestra empresa y en la tabla 4.2 se observa las funciones de este.

Figura 4.2 organigrama estructura personal



Fuente: elaboración propia

Tabla 4.2 funciones y actividades del personal.

Gerente general	El gerente general tendrá a cargo todas las áreas de la empresa, este debe estar en constante comunicación con cada uno de estas. Programar reuniones si es necesario y tomar decisiones importantes para la compañía.
Jefe de Comercio exterior	El jefe de comercio exterior sera el encargado de manejar nuestras importaciones desde estados unidos (hacer: nacionalizacion, negociaciones, giros, archivos, et). Sera el responsable si algo pasa con esas importaciones si no hscer su debido seguimiento y / proceso de importacion. sera el encargado de hacer los inventarios de la empresa, ademas de su correcta distribucion en el mercado local. Sera responsables si los productos no llegan a tiempo a nuestros clientes.
Cordinador de areas administrativas	El cordinador de areas administrativas sera el encargada de hacerle constante seguimientos a las diferentes areas(financiera, contabilidad, comercial, ventas, logistica,).
Director financiero	Este sera el encargado de toda la parte financiera de la

	empresa, hablar directamente con lo bancos, Para que que nos den cupos o afilicones para endeudamiento externo por causa de nuestras importaciones. Este debe estar informandose constantemente de los cambios que se presentan en el mercado. En fin debe velar para que la situacion financiera y/o economica de empresa este bien.
Contador (tercerizado)	El contador sera el encargado de hacer la correspondiente contabilidad de nuestra empresa que todo este bien. Debe anlizar cuanto ingresa cuanto egresa y los gastos en genral de la empresa.
Director comercial	El director comercial sera el encargado de todas las ventas de la empresa y de su respectivo mecadeo. Este a su vez tendra a cargo los vendedores.
Vendedores	Los vendedores de nuestra empresa se dividen en dos externos y internos. Los internos estaran ubicados en el centro comercial oviedo vendiendo nuestros productos. Los externos son los encargados de venderle a las casas de banquetes y discotecas.
Administrador del capital humano	La persona encargada de los recursos humanos en nuestra empresa, contratara el personal necesario e idoneo para nuestra empresa (afiliacion a eps, apertura de cuenta de ahorros si es necesario, hacer los contratos,etc). Sera el responsable si no hay una persona idonea contratada para una actividad especifica.

Fuente: elaboración propia.

4.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados

En la tabla 4.3 se exponen los Salarios del personal, el tipo de contrato y lo que se pagara a las personas que presten servicios tercerizado.

TABLA 4.3 SALARIOS PAGADOS POR EL EMPLEADOR (MENSUALMENTE)								
	PERSONAL	GERENTE GENERAL	JEFE DE COMERCIO EXTERIOR	COORDINADOR DE AREAS ADMI	DIRECTOR FINANCIERO	DIRECTOR COMERCIAL	CORDINADOR DEL CAPITAL HUMANO	VENDEDORES
	TIPO DE CONTRATO	TERMINO FIJO	TERMINO FIJO	TERMINO FIJO	TERMINO FIJO	TERMINO FIJO	TERMINO FIJO	TERMINO INDEFINIDO
	SALARIO BASE	3.866.100	3.221.750	2.577.400	1.933.050	1.933.050	1.288.700	644.350
	AUXILIO DE TRANSPORTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	74.000
	SALARIO MENSUAL	3.866.100	3.221.750	2.577.400	1.933.050	1.933.050	1.288.700	718.350
PRESTACIONES SOCIALES	PRIMA (2 VECES AL AÑO ENERO Y DICIEMBRE. ES UN SALARIO DIVIDIDO EN ESOS DOS MESES)	322.175	268.479	214.783	161.088	161.088	107.392	59.863
	CESANTIAS (ANUAL 1 SALARIO)	322.175	268.479	214.783	161.088	161.088	107.392	59.863
	INT CESANTIAS (12% ANUAL)	38.661	32.218	25.774	19.331	19.331	12.887	7.184
	VACACIONES (ANUAL 15 DIAS)	161.088	134.240	107.392	80.544	80.544	53.696	26.848
SEGURIDAD SOCIAL	SALUD (8.5% A CARGO DEL EMPLEADOR)	328.619	273.849	219.079	164.309	164.309	109.540	54.770
	ARL (0.522%)	20.181	16.818	13.454	10.091	10.091	6.727	3.364
	PENSION (12% A CARGO DEL EMPLEADOR)	463.932	386.610	309.288	231.966	231.966	154.644	77.322
APORTES PARAFISCALES	CAJA DE COMPENSACION (4%)	154.644	128.870	103.096	77.322	77.322	51.548	25.774
	ICBF (3%)	115.983	96.653	77.322	57.992	57.992	38.661	19.331
	SENA (2%)	77.322	64.435	51.548	38.661	38.661	25.774	12.887

Fuente: elaboracion propia

Continuación de la tabla 4.3

PERSONAL TERCERIZADO		
CONTADOR (TERCERIZADO)	ASEO (TERCERIZADO)	MENSAJERIA (TERCERIZADO)
N/A	N/A	N/A
1.500.000	644.350	700.000

Fuente: elaboracion propia

4.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio

4.2.1 Locaciones Empresa

El área necesaria para la burbuja ubicada en el centro comercial Oviedo es de 3 metros de largo x 3 metros de ancho y 2,50 metros de alto. Esta burbuja es arrendada y su costo está ubicado en la tabla 4.4.

Tabla 4.4 costo de la burbuja

Costo mensual	Costo anual
4.000.000	48.000.000

Fuente: elaboración propia

Además tendremos una oficina la cual tendrá un costo de arrendamiento de 3.000.000. Sus dimensiones son: 40 metros de largo x 40 metros de ancho con 6 metros de alto.

Tabla 4.5 costo de la oficina

Costo mensual	Costo anual
3.000.000	36.000.000

Fuente: elaboración propia

4.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres

A continuación mostraremos (de la tabla 4.5 a la tabla 4.11) que maquinaria, equipos, software mueble y enseres necesita cada una de las áreas de nuestra empresa.

4.2.2.1 Gerencia general

Tabla 4.5 maquinaria, equipos, software muebles y enseres.

maquinaria, equipos, software muebles y enseres	Cantidad necesaria	Proveedor y precio	Valor inicial
Computadores	1	Proveedor Grupo éxito. Valor. \$989.100	\$989.100
Teléfono	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$95.300	\$95.300
Silla	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$99.900	\$99.900
Escritorio	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$199.900	\$199.900
Total		\$2.169.800	\$2.169.800

Fuente: elaboración propia

4.2.2.2 comercio exterior

Tabla 4.6 maquinaria, equipos, software muebles y enseres

maquinaria, equipos, software muebles y enseres	Cantidad necesaria	Proveedor y precio	Valor inicial
Computadores	1	Proveedor Grupo éxito. Valor. \$989.100	<i>\$989.100</i>
Teléfono	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$95.300	\$95.300
Silla	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$99.900	<i>\$99.900</i>
Escritorio	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$199.900	<i>\$199.900</i>
Total		\$2.169.800	<i>\$2.169.800</i>

Fuente: elaboración propia

4.2.2.3 Coordinación de áreas administrativas

Tabla 4.7 maquinaria, equipos, software muebles y enseres

maquinaria, equipos, software muebles y enseres	Cantidad necesaria	Proveedor y precio	Valor inicial
Computadores	1	Proveedor Grupo éxito. Valor. \$989.100	<i>\$989.100</i>
Teléfono	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$95.300	\$95.300
Silla	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$99.900	<i>\$99.900</i>
Escritorio	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$199.900	<i>\$199.900</i>
Total		\$2.169.800	<i>\$2.169.800</i>

Fuente: elaboración propia

4.2.2.4 Dirección financiero

Tabla 4.8 maquinaria, equipos, software muebles y enseres

maquinaria, equipos, software muebles y enseres	Cantidad necesaria	Proveedor y precio	Valor inicial
Computadores	1	Proveedor Grupo éxito. Valor. \$989.100	<i>\$989.100</i>
Teléfono	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$95.300	\$95.300
Silla	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$99.900	<i>\$99.900</i>
Escritorio	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$199.900	<i>\$199.900</i>
Total		\$2.169.800	<i>\$2.169.800</i>

Fuente: elaboración propia

4.2.2.5 Dirección comercial

Tabla 4.9 maquinaria, equipos, software muebles y enseres

maquinaria, equipos, software muebles y enseres	Cantidad necesaria	Proveedor y precio	Valor inicial
Computadores	1	Proveedor Grupo éxito. Valor. \$989.100	<i>\$989.100</i>
Teléfono	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$95.300	\$95.300
Silla	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$99.900	<i>\$99.900</i>
Escritorio	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$199.900	<i>\$199.900</i>
Total		\$2.169.800	<i>\$2.169.800</i>

Fuente: elaboración propia

4.2.2.6 Ventas

Tabla 4.10 maquinaria, equipos, software muebles y enseres

maquinaria, equipos, software muebles y enseres	Cantidad necesaria	Proveedor y precio	Valor inicial
Computadores	1	Proveedor Grupo éxito. Valor. \$989.100	\$989.100
Teléfono	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$95.300	\$95.300
Silla	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$99.900	\$99.900
Escritorio	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$199.900	\$199.900
Total		\$2.169.800	\$2.169.800

Fuente: elaboración propia

4.2.2.7 recursos humanos

Tabla 4.11 maquinaria, equipos, software muebles y enseres

maquinaria, equipos, software muebles y enseres	Cantidad necesaria	Proveedor y precio	Valor inicial
Computadores	1	Proveedor Grupo éxito. Valor. \$989.100	\$989.100
Impresora	1 (compartida)	Proveedor Grupo éxito. Valor \$167.200	\$167.200
Teléfono	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$95.300	\$95.300
Silla	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$99.900	\$99.900

Escritorio	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$199.900	\$199.900
Cafetera	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$39.500	\$39.500
Microonda	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$138.900	\$138.900
Archivador	1	Proveedor Grupo éxito. Valor \$440.000	\$ 440.000
Vitrinas	3	Proveedor mercado libre valor: \$ 700.000	2.100.000
Tubo para colgar los productos	1	Proveedor mercado libre valor: \$ 40.000	\$40.000
Ganchitos para colgar en él tuvo	500	Ferretería les \$ 1000c/u	\$500.000
Total			\$4.509.800

Fuente: elaboración propia

4.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por Área

De la tabla 4.12 a la tabla 4.19 Mostraremos todos los materiales e insumos que se necesitan por cada área de la empresa

4.2.3.1 gerencia general

Tabla 4.12 materiales e insumos

materiales e insumos	Cantidad necesaria	Proveedor y precio	Costo mensual	Costo anual
Lapicero	1	Papelería el rio Valor: 400	\$400	
Portaminas	1	Papelería el rio Valor: 800	\$800	
Minas	12 (caja)	Papelería el rio \$850	\$850	
Borrador	1	Papelería el rio \$104	\$104	
Regla	1	Papelería el rio \$1300		\$1300
Clics	10	Papelería el rio \$14	\$140	
Cauchos	50	Papelería el rio Valor: \$23	\$1.150	
Carpetas	20	Papelería el rio \$ 250	\$5000	
Papelera	1	Papelería el rio \$6500		\$6500
Porta lapiceros	1	Papelería el rio		\$3800

		\$3800		
Agendas	1	Papelería el rio		\$6000
Resaltadores	1	Papelería el rio	\$950	
Liquid papers	1	Papelería el rio	\$800	
Tijeretas	1	Papelería el rio		\$500
Grapas	1caja	Papelería el rio		\$2500
Sobre de manila	20	Papelería el rio \$200	\$4000	
Total			\$14.194	\$20.600

Fuente: elaboración propia

4.2.3.2 comercio exterior

Tabla 4.13 materiales e insumos

materiales e insumos	Cantidad necesaria	Proveedor y precio	Costo mensual	Costo anual
Lapicero	1	Papelería el rio Valor: 400	\$400	
Portaminas	1	Papelería el rio Valor: 800	\$800	
Minas	12 (caja)	Papelería el rio \$850	\$850	
Borrador	1	Papelería el rio \$104	\$104	
Regla	1	Papelería el rio \$1300		\$1300
Clics	10	Papelería el rio \$14	\$140	
Cauchos	50	Papelería el rio Valor: \$23	\$1.150	
Carpetas	20	Papelería el rio \$ 250	\$5000	
Papelera	1	Papelería el rio \$6500		\$6500
Porta lapiceros	1	Papelería el rio \$3800		\$3800
Agendas	1	Papelería el rio		\$6000
Resaltadores	1	Papelería el rio	\$950	
Liquid papers	1	Papelería el rio	\$800	
Tijeretas	1	Papelería el rio		\$500
Grapas	1caja	Papelería el rio		\$2500
Sobre de manila	20	Papelería el rio \$200	\$4000	
Total			\$14.194	\$20.600

Fuente: elaboración propia

4.2.3.3 Coordinación de áreas administrativas

Tabla 4.14 materiales e insumos

materiales e insumos	Cantidad necesaria	Proveedor y precio	Costo mensual	Costo anual
Lapicero	1	Papelería el rio Valor: 400	\$400	
Portaminas	1	Papelería el rio Valor: 800	\$800	
Minas	12 (caja)	Papelería el rio \$850	\$850	
Borrador	1	Papelería el rio \$104	\$104	
Regla	1	Papelería el rio \$1300		\$1300
Clics	10	Papelería el rio \$14	\$140	
Cauchos	50	Papelería el rio Valor: \$23	\$1.150	
Carpetas	20	Papelería el rio \$ 250	\$5000	
Papelera	1	Papelería el rio \$6500		\$6500
Porta lapiceros	1	Papelería el rio \$3800		\$3800
Agendas	1	Papelería el rio		\$6000
Resaltadores	1	Papelería el rio	\$950	
Liquid papers	1	Papelería el rio	\$800	
Tijeretas	1	Papelería el rio		\$500
Grapas	1caja	Papelería el rio		\$2500
Sobre de manila	20	Papelería el rio \$200	\$4000	
Bolsas	4 paquetes	Papelería el rio \$5.500	\$22000	
Factureros	6	Papelería el rio \$2000	\$12000	
Total			\$48.054	\$20.600

Fuente: elaboración propia

4.2.3.4 Dirección financiero

Tabla 4.15 materiales e insumos

materiales e insumos	Cantidad necesaria	Proveedor y precio	Costo mensual	Costo anual
Lapicero	1	Papelería el rio Valor: 400	\$400	
Portaminas	1	Papelería el rio Valor: 800	\$800	
Minas	12 (caja)	Papelería el rio \$850	\$850	

Borrador	1	Papelería el rio \$104	\$104	
Regla	1	Papelería el rio \$1300		\$1300
Clics	10	Papelería el rio \$14	\$140	
Cauchos	50	Papelería el rio Valor: \$23	\$1.150	
Carpetas	20	Papelería el rio \$ 250	\$5000	
Papelera	1	Papelería el rio \$6500		\$6500
Porta lapiceros	1	Papelería el rio \$3800		\$3800
Agendas	1	Papelería el rio		\$6000
Resaltadores	1	Papelería el rio	\$950	
Liquid papers	1	Papelería el rio	\$800	
Tijeretas	1	Papelería el rio		\$500
Grapas	1caja	Papelería el rio		\$2500
Sobre de manila	20	Papelería el rio \$200	\$4000	
Total			\$14.194	\$20.600

Fuente: elaboración propia

4.2.3.5 Dirección comercial

Tabla 4.16 materiales e insumos

materiales e insumos	Cantidad necesaria	Proveedor y precio	Costo mensual	Costo anual
Lapicero	1	Papelería el rio Valor: 400	\$400	
Portaminas	1	Papelería el rio Valor: 800	\$800	
Minas	12 (caja)	Papelería el rio \$850	\$850	
Borrador	1	Papelería el rio \$104	\$104	
Regla	1	Papelería el rio \$1300		\$1300
Clics	10	Papelería el rio \$14	\$140	
Cauchos	50	Papelería el rio Valor: \$23	\$1.150	
Carpetas	20	Papelería el rio \$ 250	\$5000	
Papelera	1	Papelería el rio \$6500		\$6500
Porta lapiceros	1	Papelería el rio \$3800		\$3800
Agendas	1	Papelería el rio		\$6000

Resaltadores	1	Papelería el rio	\$950	
Liquid papers	1	Papelería el rio	\$800	
Tijeretas	1	Papelería el rio		\$500
Grapas	1caja	Papelería el rio		\$2500
Sobre de manila	20	Papelería el rio \$200	\$4000	
Total			\$14.194	\$20.600

Fuente: elaboración propia

4.2.3.6 Ventas

Tabla 4.17 materiales e insumos

materiales e insumos	Cantidad necesaria	Proveedor y precio	Costo mensual	Costo anual
Lapicero	2	Papelería el rio Valor: 400	\$800	
Portaminas	2	Papelería el rio Valor: 800	\$1600	
Minas	24(caja)	Papelería el rio \$850	\$1700	
Borrador	2	Papelería el rio \$104	\$208	
Regla	1	Papelería el rio \$1300		\$1300
Clics	10	Papelería el rio \$14	\$140	
Cauchos	50	Papelería el rio Valor: \$23	\$1.150	
Carpetas	20	Papelería el rio \$ 250	\$5000	
Papelera	1	Papelería el rio \$6500		\$6500
Porta lapiceros	1	Papelería el rio \$3800		\$3800
Agendas	4	Papelería el rio \$6000		\$24000
Resaltadores	2	Papelería el rio \$950	\$1900	
Liquid papers	1	Papelería el rio	\$800	
Tijeretas	1	Papelería el rio		\$500
Grapas	1caja	Papelería el rio		\$2500
Sobre de manila	20	Papelería el rio \$200	\$4000	
Total			\$17.298	\$38.600

Fuente: elaboración propia

4.2.3.7 Administrador de capital humano

Tabla 4.18 materiales e insumos

materiales e insumos	Cantidad necesaria al mes	Proveedor y precio	Costo mensual	Costo anual
Lapicero	1	Papelería el rio Valor: 400	\$400	
Portaminas	1	Papelería el rio Valor: 800	\$800	
Minas	12 (caja)	Papelería el rio \$850	\$850	
Borrador	1	Papelería el rio \$104	\$104	
Regla	1	Papelería el rio \$1300	\$1300	
Clics	10	Papelería el rio \$14	\$140	
Cauchos	50	Papelería el rio Valor: \$23	\$1.150	
Carpetas	20	Papelería el rio \$ 250	\$5000	
Resma	2	Papelería el rio \$ 7500	\$7500	
Papelera	1	Papelería el rio \$6500		\$6500
Porta lapiceros	1	Papelería el rio \$3800		\$3800
Tinta de impresora	4	Centro comercial Monterey	\$80.000	
Agenda	1	Papelería el rio		\$6000
Resaltadores	1	Papelería el rio	\$950	
Liquid papers	1	Papelería el rio	\$800	
Cocedora	1	Papelería el rio		\$7500
Tijeretas	1	Papelería el rio		\$500
Grapas	1caja	Papelería el rio	\$2500	
Sobre de manila	20	Papelería el rio \$200	\$4000	
Café	1bolsa	Éxito \$15.000	\$15.000	
Azúcar	1 bolsa	Éxito \$10.000	\$10.000	
Trapero	4	El pollote \$4000		\$16.000
Escoba	4	El pollote \$3000		\$12.000
Recogedor	1	El pollote \$2.500		\$2.500
Balde	2	El pollote \$2.500		\$2.500
Total			\$130.494	\$57.300

Fuente: elaboración propia

4.2.4 Requerimientos de Servicios por Área

En la tabla 4.19 Se puede observar cuanto se consume en servicios por cada una de las áreas de nuestra empresa.

4.2.4 .1 recursos humanos

Tabla 4.19 servicios de la empresa

Servicios por Área	Cantidad necesaria	Proveedor y precio	Costo mensual
--------------------	--------------------	--------------------	---------------

Energía y saneamiento (alcantarillado)	400 kwh	EPM \$470,05 por kwh (por ser área comercial. Fuente: epm.com)	\$188.020
Agua	Nos cobran por ser área comercial de esta manera. (epm.com,2015)	EPM \$22.530,19	\$22.530,19
Mantenimiento	4 veces al año	Tomas Jaramillo \$175.000	\$175.000
Internet	30mbps	UNE \$208.568	\$208.568
Telefonía	Ilimitada	UNE \$ 70.000	\$70.000
Licencia de Microsoft	2 veces al año	Tomas Jaramillo	\$14.167
Total			\$678.285.09

Fuente: elaboración propia

CAPITULO V. ANÁLISIS LEGAL

5.1. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Nosotros somos una empresa que comercializa productos hechos de plástico. Por esta razón nuestra principal actividad económica es:

Sección c industrias manufactureras

22 Fabricación de productos de caucho y de plástico

2229 Fabricación de artículos de plástico n.c.p

En la tabla 5.1 podemos observar los trámites y los costos para que nuestra empresa empiece a funcionar.

Tabla 5.1 certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Tramites	Descripción del tramite	Costo del tramite	Tiempo del tramite	Frecuencia del tramite
----------	-------------------------	-------------------	--------------------	------------------------

licencia de avisos y tableros	Se diligencia ante la alcaldía de Medellín, esta licencia permite a la empresa disponer de vallas o avisos que hagan alusión a la empresa con el objetivo de atraer clientes.	\$3.000	1 Día	Mensual
afiliación a Salud	Primero hay que afiliarse a la empresa y luego se llena el formulario de afiliación del empleado. (eps sura)	\$0	El trámite se hace en 1 día, pero el primer mes solo atienden urgencias.	inicial
afiliación a Pensiones	<ul style="list-style-type: none"> • De igual forma primero se afilia a la empresa y luego al empleado (col pensiones). Requiere: <ul style="list-style-type: none"> • Copia del documento de identidad. • Diligenciar por escrito el correspondiente formulario o solicitud de afiliación, en original y dos copias. 	\$0	Dura un día y al día siguiente hábil ya está afiliado(e inmediatamente puede empezar a cotizar)	Inicial
Arl	<ul style="list-style-type: none"> • Esto lo pagan las empresas para cubrir si al empleado le pasa algo (accidente) dentro de la empresa 	\$0	1 día	inicial
Inscripción ante industria y comercio	<ul style="list-style-type: none"> • Se tramita ante cámara y comercio, este sirve para que la empresa sea reconocida ante la cámara y paga sus tributos legalmente 	\$0	1 día	Único

Fuente: elaboración propia

CAPITULO VI. ANÁLISIS FINANCIERO

6.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad

6.1.1 Tasa de Rentabilidad de la Industria

La tasa de rentabilidad de nuestra industria como lo mencionamos anteriormente es de un 6% anual.

6.1.2 Tasas Libre de Riesgo

La tasa libre de riesgo se define como aquella en la cual se hace una inversión y esta no tiene riesgo para la persona que está invirtiendo. Un ejemplo de ello son los bonos y los CDTS.

Nosotros decidimos tomar el CDT capitalizable de Bancolombia el cual se define de la siguiente manera “El CDT Capitalizable te permite invertir cierta cantidad de dinero y obtener mayor rentabilidad con la posibilidad de elegir según tus necesidades una tasa fija o una tasa variable que está vinculada a la DTF.” (Grupo Bancolombia.com. 2015). La tasa que nosotros escogimos fue la tasa fija pues no queremos que la tasa varíe ni se fluctuó mas adelante. En la figura numero 6.1 se puede observar la tasa libre de riesgo que tomamos según lo explicado anteriormente.

Tabla 6.1 CDT capitalizable (tasa libre de riesgo)

Tasas

CDT Capitalizable Tasa Fija

Tasas Vigentes a partir del 2 de Febrero 2015

Monto		CDT Bancolombia							
		30 días	60 días	90 días	120 días	180 días	240 días	360 días	540 días
\$ 1,000,000	\$ 9,999,999	0,10%	0,15%	2,85%	3,05%	3,15%	3,35%	3,50%	3,55%
\$ 10,000,000	\$ 49,999,999	0,10%	0,15%	3,40%	3,65%	3,75%	3,85%	4,00%	4,05%
\$ 50,000,000	\$ 199,999,999	0,10%	0,15%	3,70%	4,00%	4,10%	4,15%	4,25%	4,30%
\$ 200,000,000	\$ 499,999,999	0,10%	0,15%	3,85%	4,10%	4,20%	4,25%	4,35%	4,40%
\$ 500,000,000	\$ 5,000,000,000	0,10%	0,15%	3,95%	4,25%	4,35%	4,40%	4,50%	4,55%

* Plazo de 30 días cerrado para aperturas, la tasa vigente solo aplica para renovaciones
 Las tasas anteriores están expresadas en términos efectivos anuales.
 Para montos superiores a \$ 5.000.000.000 La tasa de interés se negocia en la Mesa de Dinero

Fuente: grupo Bancolombia.com (2015)

6.1.3 Tasas de Rentabilidad Esperada como Inversionista

La tasa de rentabilidad que nosotros esperamos es de un 16% anual, ya que como vimos anteriormente la tasa de rentabilidad de nuestra industria no es muy alta, porque nuestro sector no tiene un crecimiento anual muy significativo. Pero como nosotros tenemos productos novedosos creemos que vamos a tener la capacidad de lograr ese 16% anual.

6.1.4 Impuesto sobre la Renta y el CREE

El impuesto sobre la renta para la equidad-cree es un impuesto destinado para ayudar a la sostenibilidad y desarrollo de entidades como el SENA Y EL ICBF, entidades que ayudan a niños y jóvenes.

Este impuesto se deberá pagar cada mes ante los formularios establecidos por la DIAN, además se deberá pagar sobre la utilidad de la empresa. Estos impuestos tienen un porcentaje del 25% para el impuesto sobre la renta y de un 9% para el CREE.

En el CREE solo son contribuyentes las sociedades y personas jurídicas pero el impuesto sobre la renta declaran tanto personas jurídicas como naturales.

6.1.5 % de Margen de Contribución sobre costo unitario del Producto para definir los Precios de Ventas

El margen de contribución que utilizamos fue sobre un 20% por cada producto porque según lo que hemos analizado a lo largo del proyecto, vamos a incurrir en grandes costos fijos y variables y tenemos que tener un porcentaje que nos ayude a cubrir todos estos costos.

6.2. Aportes de Capital de los Socios

A Continuación mostraremos la tabla 6.2 en la cual se puede observar el capital que cada uno de nosotros va a invertir en el negocio.

Tabla 6.2 capital aportado por los socios

APORTES DE LOS SOCIOS	
JUAN DAVID JARAMILLO	35.000.00
	0
JONATHAN KIRK WALTER	20.000.00

	0
DANNY YULIETH MENDOZA	17.000.00
	0
TOTAL APORTADO	72.000.000

Fuente: elaboración propia

6.3 Créditos y Préstamos Bancarios

6.3.1 Nombre de la entidad financiera

La entidad financiera con la cual vamos a realizar nuestro préstamo bancario es Bancolombia, porque consideramos que es la mejor entidad financiera del país.

6.3.2 Monto total del préstamo necesario para el proyecto

Después de analizar todos los costos (costos fijos de administración, los variables, los de comercialización), los días de cobertura que necesitamos, lo que tenemos disponible y exigible nos dimos cuenta que necesitamos un total de \$88.922.68.

6.3.3 Tasa de Interés, Plazo del préstamo

la tasa de interés que consultamos fue de 17,41% NASV (anexo 5), a la cual le hicimos la conversión a E.A en la página de bancolombia y nos dio 18,16% E.A (anexo 6) y posteriormente nosotros la convertimos 1,4% E.M. para el plazo del préstamo son 5 años lo que traduce a 60 meses.

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

En la tabla 6.3 se puede observar el resumen de la tasa de amortización de nuestro préstamo bancario, en la cual esta incluida la cuota que se va a pagar mensualmente y su respectivo interés, se desglosa claramente los 60 meses del préstamo hasta que lleguemos a saldo cero.

Tabla 6.3 resumen de la tabla de amortización

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 88.922.689
1	\$ 2.200.406	\$ 1.244.918	\$ 955.489	\$ 87.967.200
2	\$ 2.200.406	\$ 1.231.541	\$ 968.866	\$ 86.998.334
3	\$ 2.200.406	\$ 1.217.977	\$ 982.430	\$ 86.015.905
4	\$ 2.200.406	\$ 1.204.223	\$ 996.184	\$ 85.019.721
5	\$ 2.200.406	\$ 1.190.276	\$ 1.010.130	\$ 84.009.591
6	\$ 2.200.406	\$ 1.176.134	\$ 1.024.272	\$ 82.985.318
7	\$ 2.200.406	\$ 1.161.794	\$ 1.038.612	\$ 81.946.706
8	\$ 2.200.406	\$ 1.147.254	\$ 1.053.153	\$ 80.893.554
9	\$ 2.200.406	\$ 1.132.510	\$ 1.067.897	\$ 79.825.657
10	\$ 2.200.406	\$ 1.117.559	\$ 1.082.847	\$ 78.742.810
11	\$ 2.200.406	\$ 1.102.399	\$ 1.098.007	\$ 77.644.803
12	\$ 2.200.406	\$ 1.087.027	\$ 1.113.379	\$ 76.531.423
13	\$ 2.200.406	\$ 1.071.440	\$ 1.128.967	\$ 75.402.457
14	\$ 2.200.406	\$ 1.055.634	\$ 1.144.772	\$ 74.257.685
15	\$ 2.200.406	\$ 1.039.608	\$ 1.160.799	\$ 73.096.886
16	\$ 2.200.406	\$ 1.023.356	\$ 1.177.050	\$ 71.919.836
17	\$ 2.200.406	\$ 1.006.878	\$ 1.193.529	\$ 70.726.307
18	\$ 2.200.406	\$ 990.168	\$ 1.210.238	\$ 69.516.069

19	\$ 2.200.406	\$ 973.225	\$ 1.227.182	\$ 68.288.887
20	\$ 2.200.406	\$ 956.044	\$ 1.244.362	\$ 67.044.525
21	\$ 2.200.406	\$ 938.623	\$ 1.261.783	\$ 65.782.742
22	\$ 2.200.406	\$ 920.958	\$ 1.279.448	\$ 64.503.294
23	\$ 2.200.406	\$ 903.046	\$ 1.297.360	\$ 63.205.934
24	\$ 2.200.406	\$ 884.883	\$ 1.315.523	\$ 61.890.410
25	\$ 2.200.406	\$ 866.466	\$ 1.333.941	\$ 60.556.469
26	\$ 2.200.406	\$ 847.791	\$ 1.352.616	\$ 59.203.854
27	\$ 2.200.406	\$ 828.854	\$ 1.371.553	\$ 57.832.301
28	\$ 2.200.406	\$ 809.652	\$ 1.390.754	\$ 56.441.547
29	\$ 2.200.406	\$ 790.182	\$ 1.410.225	\$ 55.031.322
30	\$ 2.200.406	\$ 770.439	\$ 1.429.968	\$ 53.601.354
31	\$ 2.200.406	\$ 750.419	\$ 1.449.988	\$ 52.151.366
32	\$ 2.200.406	\$ 730.119	\$ 1.470.287	\$ 50.681.079
33	\$ 2.200.406	\$ 709.535	\$ 1.490.871	\$ 49.190.208
34	\$ 2.200.406	\$ 688.663	\$ 1.511.744	\$ 47.678.464
35	\$ 2.200.406	\$ 667.498	\$ 1.532.908	\$ 46.145.556
36	\$ 2.200.406	\$ 646.038	\$ 1.554.369	\$ 44.591.187
37	\$ 2.200.406	\$ 624.277	\$ 1.576.130	\$ 43.015.058
38	\$ 2.200.406	\$ 602.211	\$ 1.598.196	\$ 41.416.862
39	\$ 2.200.406	\$ 579.836	\$ 1.620.570	\$ 39.796.292
40	\$ 2.200.406	\$ 557.148	\$ 1.643.258	\$ 38.153.033
41	\$ 2.200.406	\$ 534.142	\$ 1.666.264	\$ 36.486.769
42	\$ 2.200.406	\$ 510.815	\$ 1.689.592	\$ 34.797.177
43	\$ 2.200.406	\$ 487.160	\$ 1.713.246	\$ 33.083.931
44	\$ 2.200.406	\$ 463.175	\$ 1.737.231	\$ 31.346.700
45	\$ 2.200.406	\$ 438.854	\$ 1.761.553	\$ 29.585.147
46	\$ 2.200.406	\$ 414.192	\$ 1.786.214	\$ 27.798.933
47	\$ 2.200.406	\$ 389.185	\$ 1.811.221	\$ 25.987.712
48	\$ 2.200.406	\$ 363.828	\$ 1.836.579	\$ 24.151.133
49	\$ 2.200.406	\$ 338.116	\$ 1.862.291	\$ 22.288.842
50	\$ 2.200.406	\$ 312.044	\$ 1.888.363	\$ 20.400.480
51	\$ 2.200.406	\$ 285.607	\$ 1.914.800	\$ 18.485.680
52	\$ 2.200.406	\$ 258.800	\$ 1.941.607	\$ 16.544.073
53	\$ 2.200.406	\$ 231.617	\$ 1.968.789	\$ 14.575.284
54	\$ 2.200.406	\$ 204.054	\$ 1.996.353	\$ 12.578.931
55	\$ 2.200.406	\$ 176.105	\$ 2.024.301	\$ 10.554.630
56	\$ 2.200.406	\$ 147.765	\$ 2.052.642	\$ 8.501.988
57	\$ 2.200.406	\$ 119.028	\$ 2.081.379	\$ 6.420.609
58	\$ 2.200.406	\$ 89.889	\$ 2.110.518	\$ 4.310.091
59	\$ 2.200.406	\$ 60.341	\$ 2.140.065	\$ 2.170.026
60	\$ 2.200.406	\$ 30.380	\$ 2.170.026	\$ 0

Fuente: elaboracion propia.

6.4 Precios de los Productos

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

Acontinuacion describiremos cada uno de los factores que influyeron en la determinacion de los precios de nuestros productos.

Innovacion: este es el factor mas importante para determinar los precios de cada uno de nuestros productos, ya que los articulos para fiestas con luces LED no existen aun en el mercado colombiano, lo que quiere decir que tenemos una gran oportunidad para superar a nuestra competencia (la cual es indirecta). En el mercado actual colombiano aun se ofrecen productos muy tradicionales para fiestas, nosotros con nuestros productos queremos generar una nueva tendencia.

Calidad: nuestros productos son de muy buena calidad, un ejemplo de ello son los vasos que nosotros vamos a importar son vasos de acrilico que son reutilizables, mientras que los que se venden tradicionalmente son vasos desechables que se utilizan un solo dia.

6.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

En la tabla 6.4 se analiza cada uno de los costos que tuvimos en cuenta a la hora de realizar el precio de venta de los productos, tomamos como base el porcentaje de participación en las ventas para sacar un estimado sobre cada costo fijo.

Además para determinar el precio de venta de cada producto tuvimos en cuenta el valor EXW que fue el valor cotizado por nuestro proveedor en dallas Texas. Teniendo en cuenta el valor EXW de los productos podemos decir que nuestro precio de venta se incremento debido a variables como los fletes, el seguro y los impuestos.

Algo que también influyo en la determinación y en el aumento de los precios de los productos fueron los costos fijos de administración y comercialización en los cuales la variable más importante es el salario de los empleados.

Tabla 6.4 precios de venta de los productos

PRODUCTOS	CFT	PARTICIPACION EN VENTAS	PARTICIPACION DE CFT DE CADA PRODUCTO	PROMEDIO EN VENTAS DE CADA PRODUCTO	DIVISION DE CFT/PROMEDIO EN VENTAS X PRODUCTO	VALOR DDP DEL PRODUCTO	SUMATORIA DE LOS CF	MAS EL MARGEN DE CONTRIBUCION (TOTAL PRECIO DE VENTA)
VASOS MAGIC	38.427.007	11,09%	4.262.333,93	1153	3.696,73	7.924,37	11.621,10	14.526
VASOS PUPPIE		9,81%	3.771.566,08	935	4.033,76	11.886,44	15.920,20	19.900
GLOBOS RAINBOW		14,88%	5.718.056,94	971	5.888,83	17.346,90	23.235,73	29.045
CORDONES GLOW		17,70%	6.800.820,36	1805	3.767,77	11.102,63	14.870,40	18.588
CRAZY GLASSES		6,33%	2.434.333,01	1305	1.865,39	5.498,22	7.363,61	9.205
GAFAS PAZ Y AMOR		15,62%	6.000.481,97	2609	2.299,92	6.776,39	9.076,31	11.345
TUBOS PARTY		4,62%	1.775.424,66	1305	1.360,48	4.010,00	5.370,48	6.713
MOÑO MINNIE		9,62%	3.696.956,58	2609	1.417,00	4.175,00	5.592,00	6.990
DIGEN DEL TERROR		10,32%	3.967.033,65	2609	1.520,52	4.480,00	6.000,52	7.501

Fuente: elaboración propia.

6.5 Ingresos y Egresos

6.5.1 Ingresos

6.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio

En la tabla 6.5 se puede observar el total de los ingresos que va a generar nuestra empresa durante un mes, para hacer este análisis tomamos como base el precio de venta de cada producto por el total de unidades vendidas en el mes, esto nos dio como resultado que al finalizar cada mes vamos a alcanzar unos ingresos netos de \$185.285.798

Realizando un análisis de nuestra gama de productos deducimos que los globos rainbow tienen una gran acogida por parte de nuestros clientes, ya que a pesar de tener menos cantidad disponible que otros productos es el que nos genera mayores ingresos. Y el producto que menos ingresos nos genera es el tubo party tanto por su precio de venta como por las utilidades que genera.

Tabla: 6.5 ingresos mensuales según las ventas

PRODUCTOS	PRECIO DE VENTA UNITARIO \$	CONSOLIDADO MEDIO (UNIDADES)	TOTAL INGRESOS MENSUALES \$
VASOS MAGIC	\$ 14.526	1153	\$ 16.744.074
VASOS PUPPIE	\$ 19.900	935	\$ 18.606.734

GLOBOS RAINBOW	\$ 29.045	971	\$ 28.202.371
CORDONES GLOW	\$ 18.588	1805	\$ 33.551.334
CRAZY GLASSES	\$ 9.205	1305	\$ 12.011.888
GAFAS PAZ Y AMOR	\$ 11.345	2609	\$ 29.600.104
TUBOS PARTY	\$ 6.713	1305	\$ 8.758.356
MOÑO MINNIE	\$ 6.990	2609	\$ 18.239.244
DIGEN DEL TERROR	\$ 7.501	2609	\$ 19.571.692
			\$ 185.285.798

Fuente: elaboración propia.

6.5.2 Egresos

6.5.2.1 Inversiones

Para analizar los egresos de nuestra compañía tomamos como base los activos fijos los cuales se dividen en exigibles y disponibles, en la tabla 6.6 se observa que gran parte de nuestros activos fijos los tenemos disponibles, lo cual es de gran beneficio para nosotros como empresa porque tenemos la maquinaria, los equipos, los enseres. Etc., necesarios para que en la empresa se inicien labores como es debido. Además en la misma tabla están incluidos los gastos pre operativos los cuales son fundamentales para iniciar a funcionar, por esta razón todos los tenemos disponibles. En última instancia se incluye el capital de trabajo, de este capital nos hace falta un alto porcentaje para cubrir todos nuestros costos y gastos, para lograr cubrirlos vamos a realizar el préstamo que mencionamos anteriormente.

Tabla 6.5 análisis de los egresos de la empresa

ACTIVOS FIJOS		GASTOS PREOPERATIVOS		CAPITAL DE TRABAJO	
EXIGIBLES	DISPONIBLES	EXIGIBLES	DISPONIBLES	EXIGIBLES	
\$ 13.119.000	\$ 11.122.300	\$ 2.751.683	\$ 2.751.683	\$ 86.925.989	

Fuente: elaboración propia

6.5.2.2 Costos Fijos y Variables

En la tabla 6.7 observamos los costos variables de nuestra empresa, el producto con mayor costo variable son los globos rainbow. Una de las variables para que este producto sea el más costoso es porque vienen en un paquete con 5 unidades.

En la tabla 6.8 y 6.9 están incluidos todos los costos fijos administrativos y de comercialización de nuestra empresa, siendo más representativos los costos administrativos pues son de mayor número de empleados hay lo que genera más costos.

Tabla 6.7 costos variables

Total Costos Variables por Producto		Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas
VASOS MAGIC	\$ 7.924,4	1.153	\$ 9.134.151,6	9,05%
Vaso puppie	\$ 11.886,4	935	\$ 11.113.820,8	10,04%
Globos rainbow	\$ 17.346,9	971	\$ 16.849.623,9	15,22%
Cordones glow	\$ 11.102,6	1.805	\$ 20.040.252,0	18,10%
Crazy glasses	\$ 5.498,2	1.305	\$ 7.173.347,3	6,48%
Gafas paz y amor	\$ 6.776,4	2.609	\$ 17.681.856,6	15,97%
Tubos party	\$ 4.010,2	1.305	\$ 5.232.015,9	4,73%
Moño minnie mouse	\$ 4.174,6	2.609	\$ 10.892.845,6	9,84%
Digen del terror	\$ 4.479,7	2.609	\$ 11.689.051,5	10,56%

Fuente: elaboración propia.

Tabla 6.8 costos fijos de administración mensuales

Variables	Costo
Salarios	\$ 12.887.000
Prestaciones Sociales	\$ 2.813.662
Seguridad social	\$ 2.709.105
Aportes parafiscales	\$ 1.159.830
Contador (tercerizado)	\$ 1.500.000
Mensajero	\$ 644.350
Aseo	\$ 644.350

servicios	\$ 678.285
arriendos	\$ 7.000.000
materiales e insumos requeridos de todas las reas	\$ 269.197
licencia de avisos y tableros	\$ 105.415
Impuesto de industria y comercio	\$ 658.842
total costos fijos de administración	\$ 31.070.036

Fuente: elaboración propia

Tabla 6.9 costos fijos de comercialización y ventas

Variables	Costo
Salarios vendedores	\$ 2.873.400
Prestaciones Sociales vendedores	\$ 615.024
seguridad social vendedores	\$ 581.420
aportes parafiscales vendedores	\$ 231.688
salario director comercial	\$ 1.933.050
Prestaciones Sociales director comercial	\$ 422.049
seguridad social director comercial	\$ 406.366
aportes parafiscales director comercial	\$ 173.975
publicidad	\$ 120.000
total costos fijos de comercialización y ventas	\$ 7.356.972

Fuente: elaboración propia

6.5.3 Estados Financieros

6.5.3.1 Estado de Perdida y Ganancias

Haciendo el analisis de la tabla 6.10 deducimos que nuestro pyg es positivo pues nos genera ganancias. Porque le restamos costos variables e impuestos que son los costos mas representativos y nos da una utilidad neta de \$27.596.683

Tabla 6.10 estado de resultados -cifras mensuales

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por concepto de Ventas	185.296.193	185.296.193	185.296.193	185.296.193	185.296.193	185.296.193	185.296.193	185.296.193	185.296.193	185.296.193	185.296.193	185.296.193
Costo Variables	109.806.965	109.806.965	109.806.965	109.806.965	109.806.965	109.806.965	109.806.965	109.806.965	109.806.965	109.806.965	109.806.965	109.806.965
Costos Fijos Producción	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos Depreciación	266.644	266.644	266.644	266.644	266.644	266.644	266.644	266.644	266.644	266.644	266.644	266.644
Utilidad Bruta en Ventas	75.222.584	75.222.584	75.222.584	75.222.584	75.222.584	75.222.584	75.222.584	75.222.584	75.222.584	75.222.584	75.222.584	75.222.584
Costos fijos de Administración	31.070.036	31.070.036	31.070.036	31.070.036	31.070.036	31.070.036	31.070.036	31.070.036	31.070.036	31.070.036	31.070.036	31.070.036
Costos Fijos de Ventas y Distribución	7.356.972	7.356.972	7.356.972	7.356.972	7.356.972	7.356.972	7.356.972	7.356.972	7.356.972	7.356.972	7.356.972	7.356.972
Amortización de diferidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	36.795.577	36.795.577	36.795.577	36.795.577	36.795.577	36.795.577	36.795.577	36.795.577	36.795.577	36.795.577	36.795.577	36.795.577
Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	36.795.577	36.795.577	36.795.577	36.795.577	36.795.577	36.795.577	36.795.577	36.795.577	36.795.577	36.795.577	36.795.577	36.795.577
Impuestos	9.198.894	9.198.894	9.198.894	9.198.894	9.198.894	9.198.894	9.198.894	9.198.894	9.198.894	9.198.894	9.198.894	9.198.894

UTILIDAD NETA	27.596.683	27.596.683	27.596.683	27.596.683	27.596.683	27.596.683	27.596.683	27.596.683	27.596.683	27.596.683	27.596.683	27.596.683
---------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

Fuente: elaboracion propia

6.5.3.2 Flujo de Caja y VPN

Del flujo de caja mensual de nuestra empresa se puede analizar que hasta donde van los costos no desembolsables todo se comporta constante durante los doce meses, de hay en adelante empiesa a variar porque los intereses van disminuyendo cada mes, lo que genera que la utilidad antes de impuestos vaya aumenta durante esos meses, y por ende los impuestos empiesan a aumentar cada mes.

Ademas en el flujo de caja en el mes 12 se obserba un aumento porque hay una recuperacion de dinero que obtendremos en el momento en el que decidamos vender nuestra maquinaria y/o equipos obselotes.

Analizando nuestro valor presente neto (tabla 6.12) podemos deducir que el proyecto es viable porque rinde una tasa superior al costo de capital. Ademas la TIR al ser positiva nos indica que la rentabilidad del proyecto es mas alta que la tasa esperada, por lo tanto el proyecto es rentable.

Tabla 6.11 analisis del flujo de caja mensual

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		\$ 185.296.193	\$ 185.296.193	\$ 185.296.193	\$ 185.296.193	\$ 185.296.193	\$ 185.296.193	\$ 185.296.193	\$ 185.296.193	\$ 185.296.193	\$ 185.296.193	\$ 185.296.193	\$ 185.296.193
- Costos variables		\$ 109.806.965	\$ 109.806.965	\$ 109.806.965	\$ 109.806.965	\$ 109.806.965	\$ 109.806.965	\$ 109.806.965	\$ 109.806.965	\$ 109.806.965	\$ 109.806.965	\$ 109.806.965	\$ 109.806.965
- Costos fijos	\$ 0	\$ 38.427.007	\$ 38.427.007	\$ 38.427.007	\$ 38.427.007	\$ 38.427.007	\$ 38.427.007	\$ 38.427.007	\$ 38.427.007	\$ 38.427.007	\$ 38.427.007	\$ 38.427.007	\$ 38.427.007
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 31.070.036	\$ 31.070.036	\$ 31.070.036	\$ 31.070.036	\$ 31.070.036	\$ 31.070.036	\$ 31.070.036	\$ 31.070.036	\$ 31.070.036	\$ 31.070.036	\$ 31.070.036	\$ 31.070.036
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 7.356.972	\$ 7.356.972	\$ 7.356.972	\$ 7.356.972	\$ 7.356.972	\$ 7.356.972	\$ 7.356.972	\$ 7.356.972	\$ 7.356.972	\$ 7.356.972	\$ 7.356.972	\$ 7.356.972
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 1.244.918	\$ 1.231.541	\$ 1.217.977	\$ 1.204.223	\$ 1.190.276	\$ 1.176.134	\$ 1.161.794	\$ 1.147.254	\$ 1.132.510	\$ 1.117.559	\$ 1.102.399	\$ 1.087.027
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 35.550.659	\$ 35.564.036	\$ 35.577.600	\$ 35.591.354	\$ 35.605.301	\$ 35.619.442	\$ 35.633.782	\$ 35.648.323	\$ 35.663.067	\$ 35.678.018	\$ 35.693.177	\$ 35.708.549
- Impuestos	\$ 0	\$ 8.887.665	\$ 8.891.009	\$ 8.894.400	\$ 8.897.839	\$ 8.901.325	\$ 8.904.861	\$ 8.908.446	\$ 8.912.081	\$ 8.915.767	\$ 8.919.504	\$ 8.923.294	\$ 8.927.137
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 26.662.994	\$ 26.673.027	\$ 26.683.200	\$ 26.693.516	\$ 26.703.975	\$ 26.714.582	\$ 26.725.337	\$ 26.736.242	\$ 26.747.300	\$ 26.758.513	\$ 26.769.883	\$ 26.781.412
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644	\$ 266.644
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 88.922.689	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 89.596.945
Prestamos	\$ 88.922.689												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 86.925.989
Valor de Salvamento													\$ 12.670.957
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 102.796.672	\$ 955.489	\$ 968.866	\$ 982.430	\$ 996.184	\$ 1.010.130	\$ 1.024.272	\$ 1.038.612	\$ 1.053.153	\$ 1.067.897	\$ 1.082.847	\$ 1.098.007	\$ 1.113.379
Activos Fijos	\$ 13.119.000												
Pago Credito (Capital)		\$ 955.489	\$ 968.866	\$ 982.430	\$ 996.184	\$ 1.010.130	\$ 1.024.272	\$ 1.038.612	\$ 1.053.153	\$ 1.067.897	\$ 1.082.847	\$ 1.098.007	\$ 1.113.379
Gastos PREOPERATIVO	\$ 2.751.683												
Capital de Trabajo	\$ 86.925.989												
FLUJO DE CAJA	\$ 13.873.983	\$ 25.974.149	\$ 25.970.805	\$ 25.967.414	\$ 25.963.976	\$ 25.960.489	\$ 25.956.954	\$ 25.953.369	\$ 25.949.733	\$ 25.946.047	\$ 25.942.310	\$ 25.938.520	\$ 125.531.622

Fuente: elaboracion propia

Tabla 6.12 analisis VPN Y TIR

Tasa esperada	1,24%
Valor Presente Neto	359.652.411
Tasa Interna de Retorno	187,21%

Fuente: elaboracion propia

6.5.4 Estados Financieros Proyectados y Analisis de Sensibilidad

6.5.4.1 Analisis de Sensibilidad

6.5.4.1.1 analisis de sencibilidad en el aumento del precio

En la tabla 6.13 se puede observar que Al aumentar el precio de venta de los productos la verdadera rentabilidad del proyecto (TIR) se incrementa en un 20.03% y de igual forma el VPN también incrementa, reflejando un aumento en el Flujo de caja de \$ 28.739.932 y en los Ingresos por ventas de \$ 109.806.965.

Tabla 6.13 aumento proyectado en el precio

Cambio Porcentual en el Precio	2,00%
Tasa esperada	1,24%
Valor Presente Neto	390.457.327
Tasa Interna de Retorno	207,24%

Fuente: elaboracion propia

6.5.4.1.2 analisis de sencibilidad en la disminucion del precio

En la tabla 6.14 analizamos que A pesar de disminuir los precios de ventas en un -2% el proyecto continua siendo viable porque la tasa esperada sigue siendo mayor al costo de capital y valor agregado del proyecto con esta disminucion sigue siendo excelente.

Tabla 6.14 disminucion proyectado en el precio

Cambio Porcentual en el Precio	-2,00%
Tasa esperada	1,24%
Valor Presente Neto	328.847.495
Tasa Interna de Retorno	167,17%

Fuente: elaboracion propia

6.5.4.1.3 analisis de sencibilidad en el aumento porcentual de las ventas

En la siguiente tabla se puede analizar que al aumentar las ventas en un 2% la TIR disminuye, ya que al aumentar las ventas habria un mayor costo de capital pues tendríamos que prestar mas dinero para cubrir los costos variables. O analizandolo de otra manera esto ocurre porque la inversion es muy baja en comparacion con el aumento del fljo de caja, lo que a su vez hace que la TIR disminuya. Pero a pesar de lo dicho anteriormente el proyecto es viable para un inversionista pues tiene un valor agregado mayor al inicial y el flujo de caja tambien crece, solo que la TIR disminuye un poco pero sigue siendo muy rentable.

Tabla 6.15 aumento porcentual en las ventas

Cambio Porcentual en las Ventas	2,00%
Tasa esperada	1,24%
Valor Presente Neto	372.050.803
Tasa Interna de Retorno	181,04%

Fuente: elaboracion propia

6.5.4.1.4 analisis de sencibilidad en la disminucion porcentual de las ventas

Según la tabla 6.16 podemos analizar que con una disminución de las ventas en un -2% el proyecto sigue siendo muy atractivo para un inversionista, ya que sigue generando un buen flujo de caja, una rentabilidad mayor a la esperada y un excelente valor agregado.

Tabla 6.16 disminución porcentual en las ventas

Cambio Porcentual en las Ventas	-2,00%
Tasa esperada	1,24%
Valor Presente Neto	347.254.019
Tasa Interna de Retorno	194,43%

Fuente: elaboracion propia

6.5.4.1.5 analisis de sencibilidad en el aumento porcentual de los costos variables

En la tabla 6.17 podemos observar que al aumentar los costos variables la TIR , el VPN y el flujo de caja disminuyen debido a que hay que restarle mayor valor de los costos variables a las ventas lo que genera esa disminucion. Pero a pesar de eso el proyecto sigue siendo muy rentable para cualquier inversionista que este interesado en el mismo.

Tabla 6.17 aumento porcentual en los costos variables

Cambio Porcentual Costos Variables	3,00%
Tasa esperada	1,24%
Valor Presente Neto	332.042.624
Tasa Interna de Retorno	151,43%

Fuente: elaboracion propia

6.5.4.1.6 analisis de sencibilidad en la disminucion porcentual de los costos variables

Al analizar la tabla 6.18 podemos decir que al hacer una disminucion porcentual en los costos variables el proyecto es mucho mas viable que inicialmente, porque quedaria mayor margen de utilidad sobre las ventas. Lo que quiere decir que en este caso una disminucion en los cosotos variables es positivo para la persona que este interesada en invertir en el proyecto ya que se tendria una mayor rentabilidad, un mayor flujo de caja y un mayor VPN.

Tabla 6.18 disminucion porcentual en los costos variables

Cambio Porcentual Costos Variables	-3,00%
Tasa esperada	1,24%
Valor Presente Neto	387.262.198
Tasa Interna de Retorno	232,63%

Fuente: elaboracion propia

6.5.4.1.7 analisis de sencibilidad en el aumento porcentual de los costos fijos

Haciendo el análisis de la tabla 6.19 se puede observar que tanto la tasa interna de retorno como el valor presente neto disminuyeron porque al incrementar los costos fijos menor es la rentabilidad y por ende el valor agregado del proyecto va a disminuir. Pero esto no quiere decir que el proyecto no siga siendo interesante para el inversionista, porque a pesar de este aumento tanto la TIR, como el VPN y el flujo de caja siguen siendo positivos.

Tabla 6.19 aumento porcentual en los cotos fijos

Cambio Porcentual Costos Fijos	3,00%
Tasa esperada	1,24%
Valor Presente Neto	349.937.348
Tasa Interna de Retorno	169,26%

Fuente: elaboración propia

6.5.4.1.8 analisis de sencibilidad en la disminucion porcentual de los costos fijos

en la tabla 6.20 se muestra que al disminuir los costos fijos el proyecto se torna mas atractivo ya que la TIR y el VPN aumentan. Debido a que ya no se va he tener que invertir tanto dinero en costos fijos, si no que les queda como flujo de caja libre.

Tabla 6.20 disminución porcentual en los cotos fijos

Cambio Porcentual Costos Fijos	-3,00%
--------------------------------	--------

Tasa esperada	1,24%
Valor Presente Neto	369.367.474
Tasa Interna de Retorno	207,83%

Fuente: elaboracion propia

6.5.4.1.9 analisis de sencibilidad en el aumento porcentual de los costos fijos

Observamos que en la tabla 6.21 aumentamos la tasa esperada de un 1,2% mensual a un 3% mensual, lo cual genero que el valor presente neto disminuyera pero aun asi sigue siendo muy competitivo, y la tasa interna de retorno no la afecto directamente en nada, quedo tal cual estaba porque la tasa esperada no afecta la TIR a menos que la tasa esperada sea mayor que la TIR el proyecto no seria rentable.

Tabla 6.21 aumento porcentual en la tasa esperada

Tasa esperada	3,00%
Valor Presente Neto	314.348.732
Tasa Interna de Retorno	187,21%

Fuente: elaboracion propia

6.5.4.1.10 analisis de sencibilidad en la disminucion porcentual de los costos fijos

En la siguiente tabla se puede observar que al disminuir la tasa esperada el VPN aumenta ya que entre menor sea la tasa esperada mayor es el VPN, por su parte el flujo de caja y la TIR no cambian.

Tabla 6.22 disminucion porcentual en la tasa esperada

Tasa esperada	-3,00%
---------------	--------

Valor Presente Neto	511.403.448
Tasa Interna de Retorno	187,21%

Fuente: elaboracion propia

6.5.4.1.11 analisis de sencibilidad combinado negativamente

Al hacer el analisis combinado de todas las varibles nos damos cuenta que la TIR y el VPN tuvieron un aumento, a pesar de que la combinacion es negativa, esto se da porque los costos variables, los costos fijos y la tasa esperada que son las variables que hacen que la rentabilidad aumente entre mas bajos esten, tienen el porcentaje mas alto negativamente en comparacion con las otras dos variables. Osea que si se dan estos porcentajes negativos aun asi el proyecto seguiria creciendo y sigue siendo viable para cualquier inversionista.

Tabla 6.23 combinacion en la disminucion porcentual de todas las variables

Cambio Porcentual en el Precio	-2,00%
Cambio Porcentual en las Ventas	-2,00%
Cambio Porcentual Costos Variables	-3,00%
Cambio Porcentual Costos Fijos	-3,00%
Tasa esperada	-3,00%
Valor Presente Neto	384.026.673
Tasa Interna de Retorno	275,72%

Fuente: elaboracion propia

6.5.4.1.12 analisis de sencibilidad combinado positivamente

al hacer el aumento combinado positivamente podemos decir que el proyecto es viable para alguien que quiera invertir en el mismo, pues aun aumentandole los costos fijos, los

costos variables y la tasa esperada que son las variables más representativas del proyecto continúa dejando un buen flujo de caja.

Tabla 6.24 combinación en el aumento porcentual de todas las variables

Cambio Porcentual en el Precio	2,00%
Cambio Porcentual en las Ventas	2,00%
Cambio Porcentual Costos Variables	3,00%
Cambio Porcentual Costos Fijos	3,00%
Tasa esperada	3,00%
Valor Presente Neto	334.173 .757
Tasa Interna de Retorno	134,69%

Fuente: elaboración propia

6.5.4.2 Estado de Perdida y Ganancias Proyectado

De la tabla 6.26 podemos analizar que al finalizar cada año nuestras ganancias son muy altas a pesar de que van en disminución, estas disminuyen porque los costos tienen un porcentaje de crecimiento muy alto.

Además de lo dicho anteriormente podemos decir que al finalizar el año cinco con ese decrecimiento el proyecto es viable y genera unos excelentes márgenes de ganancias.

Tabla 6.25 Proyecciones flujo de caja anual

Ingreso Variación Porcentual Anual de Precios	2,00%
Ingreso Variación Porcentual Anual de Ventas	3,00%
Ingreso Variación Porcentual Anual de Costos	8,00%
Ingreso Inflación promedio estimada	3,00%

Fuente: elaboración propia

Tabla 6.26 análisis del PYG proyectado

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 2.223.554.315	\$ 2.336.066.164	\$ 2.454.271.111	\$ 2.578.457.230	\$ 2.708.927.166

- Costos variables		\$ 1.317.683.582	\$ 1.423.098.268	\$ 1.536.946.130	\$ 1.659.901.820	\$ 1.792.693.966
- Costos fijos		\$ 461.124.086	\$ 498.014.013	\$ 537.855.134	\$ 580.883.545	\$ 627.354.229
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 372.840.428	\$ 402.667.662	\$ 434.881.075	\$ 469.671.561	\$ 507.245.286
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 88.283.658	\$ 95.346.351	\$ 102.974.059	\$ 111.211.984	\$ 120.108.942
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.149.727	\$ 3.149.727	\$ 3.149.727	\$ 3.149.727	\$ 3.149.727
- Intereses Credito		\$ 14.013.612	\$ 11.763.865	\$ 9.105.655	\$ 5.964.823	\$ 2.253.745
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 427.583.309	\$ 400.040.291	\$ 367.214.466	\$ 328.557.315	\$ 283.475.500
- Impuestos	\$ 0	\$ 106.895.827	\$ 100.010.073	\$ 91.803.616	\$ 82.139.329	\$ 70.868.875
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 320.687.482	\$ 300.030.218	\$ 275.410.849	\$ 246.417.986	\$ 212.606.625

Fuente: elaboracion propia

6.5.4.3 Flujo de Caja Proyectado

Al observar el flujo de caja en la tabla 6.27 analizamos que el proyecto genera una buena liquidez al finalizar cada año, lo que quiere decir que cuando pasen 5 años el proyecto continuara siendo viable.

Al obtener este gran resultado es importante mencionar que el proyecto que estamos realizando se torna interesante para el inversionista que se inetese en el, porque al inverir en el mismo va a obtener bueno resultados año a año generando liquidez y motivacion para invertir en nuevos productos, para seguir con ese crecimiento.

Tabla 6.27 analisis del flujo de caja proyectado

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.149.727	\$ 3.149.727	\$ 3.149.727	\$ 3.149.727	\$ 3.149.727
+ Otros Ingresos (No sujetos a	\$ 88.922.689	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 117.883.898

impuesto)						
Prestamos	\$ 88.922.689					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 118.261.848
Valor de Salvamento						-\$ 377.950
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 102.796.672	\$ 19.345.345	\$ 22.151.419	\$ 25.410.461	\$ 29.200.191	\$ 24.151.133
Activos Fijos	\$ 13.119.000					
Pago Credito (Capital)		\$ 12.391.266	\$ 14.641.013	\$ 17.299.223	\$ 20.440.055	\$ 24.151.133
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 2.751.683					
Capital de Trabajo	\$ 86.925.989	\$ 6.954.079	\$ 7.510.405	\$ 8.111.238	\$ 8.760.137	
FLUJO DE CAJA	-\$ 13.873.983	\$ 304.491.863	\$ 281.028.526	\$ 253.150.116	\$ 220.367.521	\$ 309.489.116

Fuente: elaboracion propia

6.6 Evaluación Financiera

6.6.1 VPN, TIR, PAYBACK DESCONTADO

Según las proyecciones realizadas podemos deducir que el proyecto es viable, ya que la TIR es mayor a la tasa esperada. lo que lo hace atractivo para futuros inversionistas.

Según el analisis del pay back de la tabla 6.29 al traer los valores futuros a presente nos muestra que nos demoramos 19 dias en recuperar el capital disponible que se invirtio en el proyecto.

Tabla 6.28 analisis de VPN y TIR

Tasa esperada	16,00%
Valor Presente Neto	888.710.359

Tasa Interna de Retorno	2186,90%
-------------------------	----------

Fuente: elaboracion propia

Tabla 6.29 PAYBACK DESCONTADO

Periodos	Flujo de caja	Factor de descuento	Valor presente	Flujo de caja acumulado
0	-\$ 13.873.983,00	1	-\$ 13.873.983,00	-\$ 13.873.983,00
1	\$ 304.491.863,00	0,86207	\$ 262.492.985,34	\$ 248.619.002,34
2	\$ 281.028.526,00	0,74316	\$ 208.849.974,73	\$ 457.468.977,08
3	\$ 253.150.116,00	0,64066	\$ 162.182.564,37	\$ 619.651.541,45
4	\$ 220.367.521,00	0,55229	\$ 121.707.020,11	\$ 741.358.561,56
5	\$ 309.489.116,00	0,47611	\$ 147.351.796,26	\$ 888.710.357,82

Fuente: elaboracion propia

CONCLUSIONES

Después de aplicar todos los estudios y métodos necesarios para la creación de una empresa y desarrollo de un producto podemos concluir que la introducción al mercado de una nueva tendencia innovadora como los productos LED es rentable ya que genera una utilidad mayor a la esperada. En fin podemos decir que el proyecto es una idea de negocio.

BIBLIOGRAFIA

- Cámara de comercio para Medellín. Rues.org.co. (2015). Realice su consulta empresarial y social. Recuperado de: www.rues.org.co
- Mincomerció. (2013). Definición Tamaño Empresarial Micro, Pequeña, Mediana o Grande. Recuperado de: www.mipymes.gov.co
- Gestión legal de consultores. (2014). 10 pasos para crear una empresa en colombia. Recuperada de: mprendeco.com
- Superintendencia financiera de colombia. (2015-2014). TRM, historico. Recuperado de: www.superfinanciera.gov.co
- Universia-noticias. (2014). 90% de los colombianos practica libremente su religion en trabajo.
- Bancomundial. (2013). datos, indicadores, gastos en investigacion y desarrollo(% del pib). Recuperado de: datos.bancomundial.org
- Portafolio .co. (2014). logistica, el reto para los TIC que tiene colombia.
- Dane. (2015). indicadores economicos. recuperado de: www.dane.gov.co
- Wikipedia (2014). relacion entre los estados unidos y colombia. Recuperado de: es.wikipedia.org
- Mincomercio. (2013). ¿como importar en colombia?. Recuperado de: www.mincit.gov.co
- Gerence.com. (2010). Ingresos no operacionales. Recuperado de: www.gerencie.com
- Gerence.com. (2011). Utilidad neta. Recuperado de: www.gerencie.com

- Supersociedades.gov.co. (2014). Comportamiento de las 1000 empresas mas grandes del sector real. Recuperado de: www.supersociedades.gov.co
- Valle internacional.com. (2015). Estrategias de la internacionalizacion.
- fedesarrollo. (2014). Prospectiva economica.
- Bibiana mira. (2013). Habitos de consumo en colombia-sura.
- Juan fernando r. (2015). Medellín, la que más crece su PIB en A. Latina: estudio. Recuperado de: www.elcolombiano.com
- Portafolio.co(2011). Colombia es el pais con mas de festivos del mundo. Recuperado de: www.portafolio.co
- Mincit (2014). Informe de industria.
- Andi.com.co. (2014) colombia: balance 2014 y perspectivas 2015.
- Radiomunera.co. (2015) La tasa de desempleo en Medellín es la más baja en los últimos 18 años. Recuperado de: www.radiomunera.com
- Economia.com.mx. (2014). Activo de una empresa. Recuperado de: <http://www.economia.com>.
- Taringa.net (2015). Medellín, conociendo mi ciudad. Recuperado de: www.taringa.net
- Marketmedios. (2012). Centros comerciales Medellín. Recuperado de: www.marketmedios.com.co
- Wikipedia (2014). Medellin. Recuperado de: es.wikipedia.org
- CESAR D.M. Salarios y Prestaciones Sociales - Mínimo legal- Año 2015 - Colombia. Recuperado de: accounter.co
- Wikipedia. (2015). vendedor. Recuperado de: es.wikipedia.org
- Todoexpertos. (2012). Operador logístico. Recuperado de: www.todoexpertos.com

- JORGE L. CASTILLO T. (2012). Dirección. Recuperado de:
www.monografias.com
- Slideshare.net. (2008). Áreas y departamentos de una empresa. Recuperado de:
www.slideshare.net
- Massiel o. Pérez. (2011). Funciones administrativas y áreas de la empresa.
Recuperado de: <http://es.slideshare.net>
- Blanca E. Bernal E. y María E. Ojeda O. (2005). Actividades de la empresa.
Recuperado de: www.monografias.com
- Wikipedia (2015). Gerente general. Recuperado de: es.wikipedia.org
- Gerece.com (2010). ¿Qué es un representante legal? Recuperado de:
www.gerencie.com

ANEXOS

Anexo 1 cotización en origen

CGNovelties.com

700 W Bethel Rd., Suite 100
Coppell, TX 75019
1-(888)-786-2476

Order Invoice

Order Information

Order Number: 2141114
Order Date: 24-Feb-2015 12:11
Sale Associate: Joel Gonzalez
Shipping Information: UPS Ground
Estimated Delivery Date: Tue, Mar 3 2015

Customer Information

Bill To LED Planet Juan Jaramillo Carrera 73 c, numero 74-139 Medellin, - 00000, CO Email: juandj1977@hotmail.com Phone: 011573017121331 Fax :	Ship To Express International Freight Juan Jaramillo 8345 NW 74th St, Miami, FL 33166, US Phone: 011573017121331 Fax :
--	---

Order Items

Box Qty	Name	Pieces/Box	SKU	Price	Cart Total
50	LED 14 Inch Blinky Balloons - Assorted	5/23	LED-DECBKB-A	\$4.50	\$5175
48	LED 16oz Tumbler - Multicolor	1/23	LED-DRITUM-M	\$2.79	\$3080.16
60	LED Flashing Beer Mug - 16 oz.	1/23	LED-DRIB16-M	\$1.75	\$2415
72	LED Foam Stick Baton Supreme - Multicolor	1/23	LED-BTNSUP-M	\$0.65	\$1076.4
144	LED Minnie Mouse Headband - Red	1/23	LED-HBDMM-R	\$1.00	\$3312
144	LED Peace Sign Sunglasses - Multicolor	1/23	LED-EYEPCE-M	\$1.80	\$5961.6

72 LED Foam Stick Baton Supreme - Multicolor 1/23 LED-BTNSUP-M \$0.65 \$1076.4
144 LED Minnie Mouse Headband - Red 1/23 LED-HBDMR-R \$1.00 \$3312
144 LED Peace Sign Sunglasses - Multicolor 1/23 LED-EYEPCE-M \$1.80 \$5961.6
96 LED Shoe Laces - Multicolor 1/23 LED-ACC SOE-M \$2.99 \$6601.92
144 LED Skull and Crossbones Necklace with Black Lanyard 1/23 LED-NECSCB-M \$1.09 \$3610.08
72 LED Slotted Shades - Multicolor 1/23 LED-EYESH-M \$1.11 \$1838.16

SubTotal: \$ 33,070.32

Order Insurance: \$0.00

No Rush Production: \$0.00

Shipping and Handling Fee: \$525.00

Tax Total: \$0.00 Total: \$33,595.32

Anexo 2 encuesta

Estudiantes Institución universitaria Esumer

Plan proyecto y practica de negocios internacionales

Encuesta para conocer la aceptación de nuevos productos en el mercado

Con que frecuencia visita el centro comercial Oviedo:

1 vez al mes

2 veces al mes

Más de 3 veces

Que ocasiones celebra usted con mayor frecuencia:

Cumpleaños

Quinceañeros

Aniversarios

Despedida de solteros

Halloween

Otra cual: _____

Cuáles de los siguientes productos le gustaría disfrutar en eventos o celebraciones:

A1. ___



Globos con luces LED (alumbran).

A.2. ___



B.1. ___



Cordones con luces LED (alumbran)

B.2. ___



C.1. ___



Vasos con luces LED (alumbran)

C.2. ___



¡MUCHAS GRACIAS!

Anexo 3 cotizacion logotipo, volantes.

Buenas tardes

Cotización:

Logo \$200.000 se entrega en vector y en corel modificable

Volantes media carta full color/ un millar \$110.000

Nota: Esta cotización varia según el tiempo de pedido

Muchas gracias.

Angélica Mejía j.
Diseñadora Gráfica

2015-03-03 16:19 GMT-05:00 Juan Jaramillo <juandj1977@hotmail.com>:

Anexo 4 cotizaion pagina web

03 / 03 / 2015

Cotización Planet Led

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR POR UNIDAD	VALOR
Diseño de sito web en administrador de contenido o CMS (Worldpress)	1	\$650.000,00	\$650.000,00
Diseño de logo	1	\$770.000,00	\$770.000,00
TOTAL			\$1.420.000,00

María Camila Betancur
c.c. 32208492
Telefono: 300 419 83 50
E-mail: camibeta@hotmail.com

Anexo 5 tasa de amortizacion mensual

Tasas

Segmento Cliente	720 a 1080 días (Tasa NASV)	1081 a 1440 días (Tasa NASV)	1441 a 1800 días (Tasa NASV)	1801 a 2520 días (Tasa NASV)
PYME GRANDE	L +15,38%	L +15,2%	L +14,81%	L +14,67%
PYME MEDIANA	L +16,65%	L +15,17%	L +14,79%	L +14,65%
PYME PEQUEÑA	L +19,57%	L +17,8%	L +17,41%	L +17,27%

Tasa NASV: Nominal Anual Semestre Vencido.

Anexo 6 conversion de la tasa de amortizacion a E.A

En este simulador usted podrá calcular una tasa nominal partiendo de una tasa efectiva o viceversa. Seleccione la periodicidad, la modalidad y la tasa que desea convertir a efectiva o nominal según su necesidad y presione el botón calcular.

Tasa Efectiva Anual	18.1678	%	Tasa Nominal Anual	17.41	%
Periodicidad	Semestral	▼	Modalidad	Vencido	▼
Días irregulares					

