

AGENTES COMERCIALES CHINA

**ALEJANDRA RODRÍGUEZ BECERRA
JHON CAMILO GÓMEZ CASTAÑO**

TRABAJO DE GRADO

**CENTRO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES PARA LA PERDURABILIDAD
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACULTAD DE ADMINISTRACION
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
BOGOTA D.C., AGOSTO DE 2010**

AGENTES COMERCIALES

**ALEJANDRA RODRÍGUEZ BECERRA
JHON CAMILO GÓMEZ CASTAÑO**

TRABAJO DE GRADO

**TUTOR
JULIO BARRAGAN**

**CENTRO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES PARA LA PERDURABILIDAD
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO**

**TRABAJO DE GRADO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
BOGOTÁ D.C., AGOSTO DE 2010**

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a las personas que hicieron posible este trabajo, a los que brindaron ayuda e información para lograr su objetivo. Al tutor Julio Barragán por guiarnos en el proceso de aprendizaje y a Andrea Ávila por la colaboración brindada, Sin olvidar a Alvaro Gómez quien ayudo a la concepción de la idea de este proyecto con su amplia experiencia en el mundo de los negocios. A nuestras familias, que sin su apoyo nada de esto hubiera sido posible.

DEDICATORIA

***Dedicado a las personas que tienen una idea y luchan
por hacerla realidad. A nuestras familias a quienes
debemos todo.***

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	ii
ABSTRACT.....	iii
Key Words: Yiwu, light industry, Quality Inspection.	iii
RESUMEN EJECUTIVO.....	1
INTRODUCCION.....	2
1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y LOS EMPRESARIOS.....	3
1.1 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA.....	3
1.2 PRESENTACIÓN DE LOS EMPRESARIOS.....	3
1.3 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA.....	4
1.4 MISIÓN DE LA EMPRESA.....	5
1.5 METAS Y OBJETIVOS.....	5
1.6 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA EMPRESA.....	6
2. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.....	8
2.1 SECTOR IMPORTADOR EN COLOMBIA.....	8
2.2 ASPECTOS DEL SECTOR INDUSTRIAL.....	10
3. LA DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.....	14
3.1 DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.....	14
4. EL MERCADO.....	15
4.1 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO.....	15
4.2 SEGMENTO OBJETIVO.....	15
4.3 TAMAÑO DEL MERCADO.....	16
4.4 TENDENCIA DEL MERCADO.....	16
5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO.....	17
5.1 COMPETIDORES PRINCIPALES.....	17
5.2 ANÁLISIS DOFA.....	19
5.3 MEZCLA DE PRODUCTO.....	21
5.3.1 Producto.....	21
5.3.2 Precio.....	22
5.3.3 Distribución.....	24
5.3.4 Promoción.....	25
5.4 Proyección de Ventas.....	25
6. ASPECTOS DE OPERACION.....	28
6.1 DIAGRAMA DE PROCESO DE SERVICIO.....	28
6.2 Ubicación.....	30
6.3 Distribución de planta.....	30
6.4 Inversión Requerida en Activos Fijos.....	31
6.5 Requerimientos de Personal.....	32
7. ASPECTOS ECONOMICO- FINANCIEROS.....	33
7.1 COSTOS Y GASTOS FIJOS.....	33
7.2 MARGEN DE CONTRIBUCIÓN.....	34
7.3 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	35

7.4 ESTADO DE RESULTADOS	36
7.5 FLUJO DE CAJA.....	37
7.6 BALANCE GENERAL.....	40
CONCLUSIONES	42
BIBLIOGRAFIA.....	43

LISTAS ESPECIALES

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2 Importaciones desde China	12
Ilustración 3 Mercados Yiwu	13
Ilustración 4 Proceso del Servicio	29
Ilustración 6 Inversión Activos Fijos	31
Ilustración 7 Organigrama.....	33
Ilustración 8 Costos y Gastos Fijos.....	33

LISTA DE TABLA

Tabla 1. Ventas Proyectadas	26
Tabla 2. Ventas Totales por Producto.....	27
Tabla 3. Ventas año 1.....	28
Tabla 4. Inversión Activos Fijos	32
Tabla 5. Composición Costos Fijos.....	34
Tabla 6 Margen de Contribución.....	34
Tabla 7 Punto de Equilibrio.....	35
Tabla 8 Estado de Resultados año 1	36
Tabla 9 Estados de Resultados	36
Tabla 10 Flujo de Caja año 1	38
Tabla 11 Flujo de Caja.....	39
Tabla 12 Balance General	40

RESUMEN

El presente plan de negocios trata de mostrar las oportunidades que existen en sector de la industria liviana para brindar un servicio de representación y de comercialización de productos que las empresas desean importar desde China. El establecer una empresa en Yiwu China, va dirigido a importadores quienes necesitan un agente en el país asiático quien pueda buscar por productos, realizar control de calidad y manejar toda la regulación de exportación desde ese país. El crecimiento de la industria liviana en Colombia y de China como proveedor de esta, crea oportunidades de negocios para productos como confecciones, cosméticos, juguetes, joyería y papelería. La firma prestará su servicio desde China, cerca de un mercado que tiene más de 1 000000 de pies cuadrados con permanencia de exportadores de más de 1502 categorías de productos, una ventaja que permitirá a la compañía estar por encima de sus competidores.

PALABRAS CLAVE

Yiwu, Industria liviana, inspección de Calidad.

ABSTRACT

This business plan, try to show the opportunities that exist in light industry sector for giving a service of representation and commercialization of products that enterprises wish to import from China. The set up of a firm in Yiwu, China, is aimed to importers who need an agent in China that can look for products, control its quality and manage all the export regulation in the Asian Country. The growth of the light industry in Colombia and of China as a supplier, create business opportunities for products such as apparel, cosmetics, toys, jewelry and stationary. The firm will sell its service situated in China, close to a market that has more of 1000.000 square feet with permanent exporters of more than 1502 categories of products, an advantage that would permit the company to be above other suppliers.

Key Words: Yiwu, light industry, Quality Inspection.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios, busca mostrar oportunidades que existen en el sector de industria liviana para la prestación de servicios de importación desde el centro de negocios de Yiwu ubicado en China hacia Colombia. La creación de la comercializadora internacional se enfoca en los clientes potencialmente importadores que requieren asesoría en cuanto a envío de mercancía sin cumplimiento de cantidades mínimas, solicitud de productos y procedimientos legales.

Entendiendo las diferentes necesidades de los empresarios en Colombia se trabajarán 5 categorías de productos: textiles: hilados, ornamentos y joyas artificiales, cosméticos, juguetes y papelería, inicialmente para poder identificar más oportunidades de negocio y ampliar el portafolio de productos trabajados en el sector.

En la actualidad el mercado de industria liviana está en crecimiento, analizando la situación de Colombia es un país conformado principalmente por pequeñas y medianas empresas, en Bogotá hay actualmente registradas dentro de esta categoría 180.000, por lo tanto nuestro segmento es bastante amplio y nos permite acceder a los nuevos empresarios o aquellos que entran al mercado y requieren asesoría.

En este plan de negocios se propone una venta directa, la localización para la prestación de nuestro servicio en Yiwu, conformado por exportadores e importadores ubicados en el centro de negocios, con locales permanentes, áreas de mercado de alrededor de 1.000.000 metros cuadrados que ofrecen 1502 categorías de productos y materias primas, define la distribución del servicio.

Finalmente se debe aclarar la importancia de los resultados del estudio financiero, la rentabilidad del proyecto para los primeros 3 años las ventas se calculan en: USD 76.536, USD 108.490 USD 142.393 respectivamente. Así mismo las utilidades proyectadas para los 3 primeros años son de USD -599, USD 12.124, USD 25000. El proyecto Espera tener utilidades en el segundo año y alcanzar su punto de equilibrio ese mismo año.

INTRODUCCION

El presente trabajo tiene como objetivo principal crear una empresa que brinde seguridad, confianza y satisfacción, a sectores del mercado colombiano que se dedican a la importación de productos de industria liviana desde China hacia Colombia para su posterior comercialización.

La posibilidad de acceder a nuevos mercados, como consecuencia de un proceso de globalización obliga a las empresas a adaptarse y crear la necesidad de conocer y obtener beneficios de otros países, Colombia en la actualidad se ha enfocado en países asiáticos por la diversidad de productos, calidad y precios.

Las empresas importadoras en Colombia requieren de agentes intermediarios, que garanticen que el producto que adquieren cumple con los requisitos deseados al momento de realizar una orden y adicionalmente recibir asesoría de productos que puede llegar a necesitar el importador. A pesar de existir en la actualidad empresas dedicadas a prestar servicios intermediarios, están limitadas por capacidades mínimas que debe cumplir el cliente para el envío de su orden.

La intención de crear la empresa de intermediación es enfocarse en las pequeñas y medianas empresas, que importan cantidades no muy altas pero requieren un seguimiento de su mercancía, por lo tanto el valor agregado ofrecido al cliente es principalmente incluir varias referencias sin una cantidad mínima.

En la actualidad China representa el 10.8% de las importaciones colombianas, estas importaciones realizadas por distintas empresas y comerciantes de Colombia son manejadas sin intermediarios desviando esfuerzos destinados al objetivo de la empresa a actividades que deben llevar a cabo para conseguir el producto que realmente desean importar. Muchos de estos están dispuestos a pagar por un agente quien se encargue de dar un rastreo a los productos que sean los que ellos realmente ordenaron.

1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y LOS EMPRESARIOS

1.1 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

En China legalmente las empresas de capital extranjero se consideran como FIEs (Foreign Investment Enterprises), las cuales pueden ser Joint Ventures con empresas nacionales o empresas de propiedad extranjeras. En el caso de nuestra empresa se espera que sea una empresa de propiedad extranjera o legalmente conocida como wholly foreign-owned enterprises. Este tipo de empresas dependiendo el capital de inversión presentan su documento de aprobación a distintos órganos, para empresas con inversiones menores a USD 50 millones de dólares, el órgano encargado para aprobar estas empresas son los departamentos locales de desarrollo y reformas. Así mismo este tipo de empresas responden por su capital registrado y los activos propios de las empresas, mas no con los activos de los dueños.

Este tipo de empresa es la más conveniente porque la inversión va a ser mucho menor a los 50 millones de dólares, así mismo los dueños que serian los dos empresarios del proyecto junto con algún socio capitalista responderían únicamente con su aporte a la empresa.

1.2 PRESENTACIÓN DE LOS EMPRESARIOS

Camilo Gómez es una persona comprometida con la creación de empresa, está constantemente en la búsqueda de oportunidades, quien tiene persistencia y busca cumplimiento en su trabajo para los demás. Tiene una visión hacia dónde quiere llegar, aunque en momento se sienta desaminado y poco distraído por no encontrar el rumbo o cambio de intereses, tiene la confianza para salir adelante. No teme entrar en un área la cual no conoce de buena forma porque siempre está dispuesto a aprender. El es Profesional en Finanzas y Comercio Internacional con estudios administración y experiencia en el manejo de comercialización internacional. Trabajó en una empresa intermediaria en Shenzhen China como asistente de gerente general, donde adquirió experiencia en trámites de exportación en el país asiático. Actualmente trabaja como investigador económico en Correval SA, experiencia que le permite generar análisis de situaciones coyunturales económicas. Familiarizado con el comercio, posee familiares

quienes importan distintos productos desde China quienes muchas veces se ven impotentes frente la ausencia de una persona o entidad quien les maneje un seguimiento a sus órdenes. Con la experiencia de haber vivido allá, le permite tener una ventaja para desenvolverse en su trabajo.

Alejandra Rodríguez sobre todo le gusta cumplir, aunque es poco metódica, su principal motor es alcanzar sus ideales y sus metas, le gusta la lectura, y tiene persistencia para la búsqueda del mejor camino en el encuentro de sus fines. Su confianza en sí misma le permite trabajar bien en grupo y poner sus ideas en acción.

Su desempeño en el área laboral lo adquirió trabajando en una empresa de investigación de mercados como analista en la unidad de investigación y estrategia, desarrollando planes de acción en grupo para empresas grandes y medianas que requieren entrar a nuevos mercados y necesitan conocer su segmento. El manejo de Excel como herramienta principal le ha permitido optimizar su tiempo y manejar datos e información extensa de forma adecuada. La participación en seminarios de comercio exterior para conocer puertos de Colombia y su capacidad es un valor agregado importante para la idea de negocio.

1.3 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

La creación de este proyecto surge por una persona dedicada a importar bienes desde China, quien al realizar proceso de importación no tiene la seguridad que la empresa exportadora cumpla su orden con las condiciones pactadas y especificaciones del producto, en especial cuando es una nueva empresa o es una nueva línea para la empresa. Por lo tanto la empresa Nagui LTDA. Se vio en la necesidad de enviar a una persona que se encargara de la supervisión de la mercancía para asegurarse del cumplimiento de los procesos y la negociación con los fabricantes debido a la ilegalidad de algunas empresas.

Como consecuencia la empresa se desvió un poco de sus objetivos por dedicarse a la supervisión de las importaciones, con el fin de no perder dinero al momento de contactar y realizar los acuerdos con las empresas.

Por lo anterior los socios notaron una necesidad recurrente de muchas empresas del sector importador las cuales requieren un agente intermediario que se encargue de los procesos de supervisión mientras se dedican a cumplir con su actividad específica.

La visión hacia China es principalmente por ser un país en proceso de expansión acelerada, en Colombia ha visto oportunidades de crecimiento en mercados no solo tecnológicos, los textiles y comercio informal, han favorecido la economía del país; poder apoyar a empresarios que conocen las ventajas de precios ofrecidos por China y su posibilidad de competir en precios con la industria nacional y generar rentabilidad, es un mercado que la comercializadora internacional puede atender, prestando su asesoría como intermediario.

1.4 MISIÓN DE LA EMPRESA

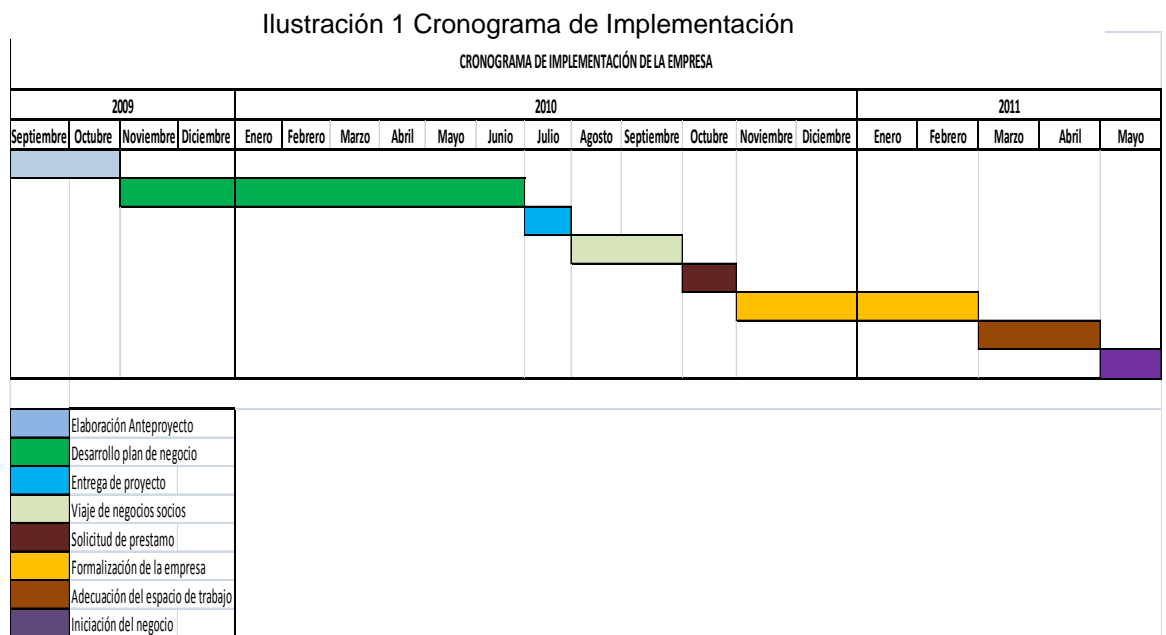
Somos una empresa dedicada a la comercialización y manejo de distintos productos de la industria liviana que permite establecer vínculos de seguridad en nuestros clientes ofreciéndoles la posibilidad de dedicarse a su negocio garantizando que los productos que compran son los que realmente desean en sus procesos de importación con China específicamente en la ciudad de Yiwu, ubicación que permite un manejo estratégico para este tipo de productos.

1.5 METAS Y OBJETIVOS

- Un año después de estar en funcionamiento la empresa trabajará mínimo con pedidos mensuales por un total \$ 100.000 USD.
- Al año de funcionamiento haber Conseguido mínimo 8 clientes con facturación anual mayor a \$ 70 000 USD.
- Ganar reconocimiento en el sector mediante voz a voz de empresas y manejo de Marketing vía Internet.
- Mostrar calidad en los procesos mediante el manejo del tiempo para garantizar responsabilidad y cumplimiento.

- Asegurar intervalos de tiempo con un margen de error que nos permita cumplirle al cliente.
- Crear buenas relaciones con proveedores para recibir mejor trato y mayor atención a nuestros productos.
- Manejo de nuestros propios productos para atraer nuevos clientes a la empresa.

1.6 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA EMPRESA



Fuente: Guide to doing Business in China

- Elaboración del anteproyecto
- Desarrollo del plan de negocio: la elaboración del plan permite conocer la viabilidad del negocio y su rentabilidad, adicionalmente la solicitud de un préstamo ante una entidad financiera o del estado entre sus requisitos establece la entrega de un plan de negocios.
- Entrega del proyecto ante la Universidad del Rosario para garantizar su adecuada elaboración y desarrollo.
- Viaje de negocios por parte de uno de los socios: el viaje se realiza con el fin de dar inicio a todo el proceso de revisión de papeles, definición de la ubicación, conocimiento del negocio a través de la experiencia y asistencia a la ciudad de

Yiwu para determinar procesos internos de logística, normatividad, canales de distribución, accesos aéreos y marítimos.

- Solicitud de préstamo: se realizará con una entidad en Colombia, ya que uno de los socios se quedará en el país para hacer la revisión apropiada del negocio, por lo tanto el uso de entidades financieras en Bogotá es la principal opción.
- Formalización de la empresa: la constitución se realizará en China, legalmente reconocida como wholly foreign-owned enterprises, la respuesta de solicitud por parte del órgano aprobatorio es de 30 días, adicionalmente cuenta con 90 días para responder si es aprobada o no la concesión.
- Los pasos para la solicitud y registro son:
 - Presentación del proyecto (aplicación preliminar)
 - Objetivos de la empresa
 - Competencias del negocio
 - Escala de operación
 - Tecnología y equipo utilizado
 - Área requerida
 - Condiciones y cantidades de recursos de energía y agua
 - Publicidad
 - Aplicación Formal se debe realizar después de la respuesta de 30 días por parte del gobierno, esta aplicación incluye:
 - Carta de aplicación
 - Estudio de viabilidad
 - Socios
 - Lista de materiales que se van a importar
 - Aplicación para el registro del nombre de la empresa por parte de la administración de comercio e industria de Yiwu
 - Comentarios del proyecto por parte de departamentos del estado y protección ambiental
 - Aplicación de certificación
 - Carta de aplicación
 - Estudio de viabilidad
 - Socios

- Registro
 - Código de la empresa, que debe estar aprobado en los pasos anteriores
 - Es un requisito abrir una cuenta en Bancos de Yiwu
 - Registro de la empresa para pago de impuestos, declaración con la seguridad pública local
 - Inspección por parte de los departamentos de seguridad de Yiwu
 - Supervisión técnica
 - Finanzas, administración, impuestos en los que va a incurrir la empresa
- Adecuación del espacio de trabajo
- Iniciación del negocio¹

2. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

2.1 SECTOR IMPORTADOR EN COLOMBIA

Dentro del PIB de un País se encuentra la balanza comercial como una gran variable de crecimiento, es de suma importancia entenderla debido a que es la encargada de determinar los mejores socios comerciales y grandes oportunidades de negocios. Desde la creación de la Organización Mundial del Comercio OMC, se mejoró el comercio internacional y se dieron más garantías a este. Colombia en primera instancia era un país que fomentaba su economía mediante la sustitución de importaciones, con el fin de fortalecer esas industrias para abastecer el mercado local y exportar a los internacionales. Lastimosamente este proceso no tubo los frutos esperados pues las industrias se convirtieron en entes perezosos que se amparaban bajo la protección del gobierno sin buscar mejorar la competitividad. A partir de la apertura económica en el año de 1991 se da un nuevo enfoque, la competencia extranjera puede entrar permisivamente, como consecuencia de la reducción de aranceles, imposición de barreras al comercio, modernización de la estructura vial², afectando la industria nacional e impulsándola a ser competitiva. Es aquí donde se resalta entonces la importancia de las compras a países quienes brindan productos más asequibles y que no son producidos en el país. Los primeros beneficiados con las importaciones son los consumidores ya que esto les

¹ CHINA.Application procedures for establishing Fies. Guide to doing Business in China. 2008. Pág. 2-6.

² Castro, Andrés. Manual de Exportaciones. 2007. Pág. 6

permite conseguir productos a mejores precios, mejor calidad y a veces productos que no son fáciles de obtener en la nación. También motiva a la industria nacional a mantenerse a la vanguardia y competitiva, debido a un proceso de globalización que es inevitable y obliga a las empresas a posicionarse en mercados internacionales con estándares de calidad requeridos.

Colombia actualmente está importando más de 20000 millones de dólares en los últimos años (valorados de forma CIF), de diferentes países y su acumulado para el primer semestre de 2009 es de 13088 millones de dólares.³ La participación de las importaciones en el PIB Colombiano según el banco mundial de los años 2000 a 2007 se ha mantenido entre un 19% y 22%, lo que muestra el peso que tiene las importaciones para el país, y las oportunidades que puedan surgir de esto. Las importaciones en su mayoría vienen de países como Estados Unidos (28.1%), China (10.8%), México (5.9%), Francia (5.9%), Brasil (5.3%), Alemania (4.3%) y Argentina (3.6%)⁴, de los cuales poseen acuerdos bilaterales que incluyan importaciones con excepción de aranceles para unos productos. De china, segundo país del que más se importan productos y servicios, para el año 2009 se importaron 3.008,5 millones de dólares, una reducción de 1.540,3 millones de dólares, del mismo periodo en comparación con el mismo periodo del año pasado. Las razones de lo anterior son los efectos todavía presentes de la crisis económica mundial y la reducción de demandas internas especialmente en países de latino América.⁵ A pesar de que las importaciones hayan bajado, sigue siendo el segundo país de donde se obtienen gran cantidad de productos y con el cual se están llevando a cabo una serie de conversaciones que buscan ayudas en materia de comercio. Lo anterior lleva a pensar que las oportunidades que surgen de esta comercialización para buscar productos y comunicar empresarios chinos con colombianos son muy prometedoras y generan una buena expectativa para crear un comercializadora internacional.

³COLOMBIA. DANE. Origen de las importaciones. Información estadística. [en línea]. [Citado 12 de Marzo de 2010].http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=77&Itemid=56

⁴COLOMBIA. DIAN. Anexos estadísticos de comercio exterior del boletín enero-julio de 2009 [en línea]. [citado 17 Septiembre 2009]

<http://www.dian.gov.co/dian/14cifrasgestion.nsf/e7f1561e16ab32b105256f0e00741478/a02b47038628e5610525733e0059549a?OpenDocument>

⁵COLOMBIA.PROEXPORT. Importaciones colombianas y balanza comercial. Julio 2009 [online]. [citado 17 Septiembre de 2009]

<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/newsdetail.asp?id=6460&idcompany=1>

2.2 ASPECTOS DEL SECTOR INDUSTRIAL

Para definir nuestro mercado es importante primero hacer un recuento de la situación comercial de Colombia y así poder visualizar de forma más clara la oportunidad que se presenta. Primero es preciso hablar sobre la relación de Colombia con las demás naciones. La balanza comercial en Colombia para Diciembre de 2008 fue superavitaria con 470`490.541 USD, al contrario del déficit que se presentó en el 2007 de -824`321.140 USD, según fuentes del ministerio de comercio y la DIAN apoyados por el DANE. De la balanza comercial de esos dos años cabe resaltar otros datos importantes, de la relación comercial con el continente asiático que se encuentra en déficit en ambos años, aumentó en un 28% es decir de un déficit de 4.119.036,048 USD paso a uno de 5.291.876,964 USD, probablemente por el aumento de las importaciones o por la disminución de las exportaciones. Un análisis más detallado de los datos demuestra que las exportaciones y las importaciones aumentaron el 22% y el 27% respectivamente, y en cifras absolutas el valor de las importaciones es mucho mayor que el de las exportaciones pues mientras la primera aumentó aproximadamente en 250.000.000 USD la segunda aumentó en 1`500.000.000 USD, lo que muestra que es una zona en mayoría importadora para Colombia. Este Fenómeno se presenta principalmente porque China es un proveedor muy importante de productos industriales para las naciones como Colombia y hasta países desarrollados, quienes escogen al país porque sus precios son bajos.

Si somos específicos y analizamos la balanza comercial que poseemos con China vamos a encontrar una situación muy similar a la que se ha venido nombrando en el párrafo anterior. Las importaciones de Colombia desde China el año de 2008 en precios CIF, fueron de 4.548,798⁶ miles de USD un 36,7% más que el año anterior. Y desde 1995 las importaciones han mantenido un promedio de crecimiento de 33% hasta el 2008, dando otro sustento de lo atractivo que es este mercado para la importación de bienes y servicios. Colombia en general importa del mundo una variedad de productos, pero existe una tendencia a importar unos más que otros. Según el boletín de la DIAN de Enero a Julio de 2009 los siguientes son las importaciones que más realiza Colombia:

⁶ CHINA.Importaciones Colombianas desde China. Ministerio de Comercio Industria y Turismo.

- Aviones y demás aeronaves, de peso en vacío superior a 15.000 Kg.
- Gasolis (gasóleo)
- Maíz amarillo
- Los demás vehículos de cilindrada > 1500 cm³ y < 3000cm³
- Helicópteros de peso en vacío superior a 2000 Kg
- Los demás medicamentos para consumo humano excepto los de las partidas 3002, 3005 o 3006
- Teléfonos móviles y los de otras redes inalámbricas
- Aparatos de telecomunicaciones por corriente portadora o telecomunicación digital
- Maquinaria Automotriz P´ tratamientos, produc., datos ,digital., portátil peso <= 10kg
- Los demás de los demás trigos
- Tortas y demás residuos sólidos extracción aceite de soja
- Palas, excavadoras y máquinas con superestructura de giro 360 g
- Demás máquinas automáticas presentadas en forma de sistemas

FUENTE DIAN. Anexos estadísticos del boletín Enero-Julio 2009. Principales productos importados de Enero-Julio 2009.

Las anteriores son medidas según el valor CIF en USD, vale la pena destacar que algunas ocupan un lugar en este ranking por el alto valor que tiene el costo de esos productos como por ejemplo el de los aviones y demás aeronaves. Del total de importaciones que se realizan de China el 99,2% fueron productos industriales mientras un 0,8% productos primarios, y la tendencia desde hace más de diez años es que las importaciones industriales desde China, son de más del 80% de las importaciones de este país. Esto detalla que tipo de productos busca el mercado colombiano en China, y siendo más específicos la maquinaria y equipo representó de las importaciones Chinas el 47,1% para el 2008 seguido por la industria liviana que también tiene una fuerte ponderación en las importaciones totales del 23,9% a pesar que este tipo de industria ha disminuido su participación con la que poseía años atrás del total de las importaciones chinas. Pero en cifras absolutas la industria liviana, en la que encontramos confecciones, cosméticos, calzado, productos de plástico, etc., ha mantenido un crecimiento de aproximadamente el

30% la cual se ve opacada en total de las importaciones por la industria de maquinaria y equipo la cual en cifras totales ha tenido un crecimiento mucho mayor. De igual forma dentro de la industria liviana los productos que son más importados son textiles, calzado, productos de plástico, y demás industria liviana.

Las importaciones desde China que más realiza Colombia son:

Ilustración 2 Importaciones desde China

Subpartida	Descripción	2006	2007	2008	Part % en el total 2008
8517	Teléfonos, incluidos los teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas;	73	260	475	10,4
847130	Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos, portátiles.	79	243	392	8,6
980110	Motocicletas de cilindrada inferior o igual a 185 cm ³ .	65	71	80	1,8
950300	Triciclos, patinetes, coches de pedal y juguetes similares con ruedas.	-	58	71	1,6
852580	Cámaras de televisión, cámaras fotográficas digitales y videocámaras.	-	43	63	1,4
640299	Los demás calzados con suela y parte superior (corte) de caucho o de plástico.	42	48	55	1,2
310210	Urea, incluso en disolución acuosa	-	3	48	1,1
852190	Los demás aparatos de grabación o de reproducción de imagen y sonido (videos).	44	45	38	0,8
842630	Grúas de pórtico.	-	-	37	0,8
852851	Demás monitores utilizados con máquinas automáticas para procesamiento de datos	-	46	34	0,8
401120	Neumáticos nuevos de caucho, del tipo de los utilizados en autobuses o camiones.	12	20	30	0,7
690890	Demás baldosas y losas, de cerámica para pavimentación o revestimiento	17	25	30	0,7
293100	Tetraetilplomo.	6	5	29	0,6
848180	Los demás artículos de grifería y órganos similares	13	22	28	0,6
844331	Máquinas que efectúan dos o más de las siguientes funciones : impresión, copia o fax.	-	21	28	0,6
950510	Artículos para fiestas de navidad.	16	22	27	0,6
Subtotal 15 productos importados		368	933	1465	32,2
Participación %		17%	28%	32%	
Importaciones originarias de China		2.219	3.327	4.549	100

Fuente: DIAN-DANE Elaborado por la OEE-Min comercio.*Sistema armonizado (a seis dígitos del arancel de aduanas).

Yiwu, ciudad de China ubicada en la provincia de Zhenjiang, encargada de realizar la tercera feria más grande en el país después de la Feria de Cantón y la Feria del este de China, busca ofrecer información, sistemas de servicio y reunir empresas exportadoras e importadoras, interesadas en pequeños artículos de uso diario, o diferentes artículos de la industria liviana.

Desde 1995 se realiza consecutivamente en Octubre, cada año ha venido reforzando su participación aumentando su capacidad y ofreciendo procesos de administración. Para 2009 los visitantes especializados fueron 110.000, 17.000 visitantes extranjeros, más de 2.500 empresas y 80 grupos extranjeros⁷. Además de las ferias temporales, ha dispuesto de una infraestructura permanente de miles de exportadores de distintos productos

⁷ China Yiwu International Commodities fair 2009. [en línea][citado Marzo 15 de 2010].

ubicados en sitios estratégicos de la ciudad o en mercados especializados, los cuales están en una tendencia de crecimiento constante con ayuda del gobierno comunista chino, al ser una zona de desarrollo económico establecida, Yiwu Economic Development Zone. El éxito de la ciudad, además de la concentración de mercados de la industria liviana, también se debe en parte a su posición geográfica, Yiwu cuenta con 34 rutas aéreas, 340 rutas activas dentro y fuera de la provincia, más de 90 trenes que recorren ciudades de negocio importantes. La ubicación dentro de la provincia Zhejiang le permite contar con la cercanía de zonas como Ningbo, donde además de fábricas, se encuentra uno de los puertos marítimos más importantes de China, y la cercanía de Shanghai metrópoli de gran fuerza económica y un lugar de llegada internacional a China de miles inversionistas extranjeros. Los mercados de la Zona Económica de Yiwu están divididos en:

Ilustración 3 Mercados Yiwu

Mercado Huaguan	Mercado Bingwang (más de 9000 puestos)	Comercio Internacional de la zona	Comercio internacional ciudad distrito
Mercadería de artículos de uso diario	Ropa	Juguetes inflables	Maletas y bolsos
Tejidos de algodón	Lana	Juguetes de lana	Paraguas
Cinturones	Camisas	Juguetes eléctricos	Vehículos
Calzado	Libros	Adornos de perlas	Ponchos, herramientas y ferretería
	Algodón	Bisutería para la cabeza	Herramientas de cocina e higiene
	Ropa de cama	Accesorios de decoración	Candados
	Textiles	Accesorios de flores	Cerraduras
	Toallas	Artículos de decoración	Relojes
	Corbatas	Artículos para festividades	Medidores
	Alimentos	Artículos para turismo	Artículos electrónicos
	Mercadería en general	Flores, cerámica y cristal	Artículos eléctricos para el hogar
	Audio visual	Cuadros	Equipos de comunicación

Fuente: China Yiwu International Commodities fair 2009

Esta ventaja que consiste en la diversidad de mercado y de infinidad de productos, crea un espacio atractivo para los distintos empresarios que buscan cierta variedad de productos sin tener que desplazarse entre diferentes regiones con el fin de encontrarlos, al igual que es una ventaja competitiva para las empresas que centra sus productos o servicios en este lugar. Cuando los empresarios consiguen lo que deseaban y realizan la negociación ellos regresan a su lugar de trabajo en sus respectivos países, pero quedan con cierto sin sabor ya que quedan a disposición de una fábrica a la que no conocen con anterioridad para que esta cumpla sus expectativas. Es aquí cuando las empresas buscan

un agente que los represente y este cerciorándose que los fabrica o empresa con la que se negocio cumpla sus obligaciones. En el mercado la más conocida que realiza este tipo de negocios es China Commodity City Group Trade CO. LTD. la cual presta sus servicios a distintas empresas con ubicación en Hong Kong, India, Europa y Estados Unidos.

3. LA DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

La inseguridad en el manejo de pedidos y envíos por falta de un intermediario encargado de verificar la calidad y el contenido de los productos que se transportan, genera incertidumbre en los clientes al momento de esperar una orden en otro país donde no se puede establecer control propio en los procesos a los que se somete la mercancía enviada. Existen varias empresas como China Commodity City Group Trade CO. LTD, dedicadas a prestar servicios de intermediarios, aunque están limitadas a que las órdenes del cliente deben cumplir un mínimo de cantidad muy alto, aproximadamente un contenedor de 20FT con pocas referencias, nuestro factor diferenciador es el manejo de pedidos de pocas cantidades, algunas cuantas cajas hasta pedidos de varios contenedores 40HQ, permitiéndonos tener una relación más personalizada. La ubicación en una zona estratégica nos permite estar cerca de contactos que ofrecen diversidad de productos con ventas al por mayor y al por menor.

Por nuestra ubicación el cliente logrará percibir un valor agregado en el manejo de distintos productos y a la entrega de un tiempo razonable.

3.1 DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Servicios:

- Desarrollo de procesos de chequeo, calidad y especificaciones de las mercancías que los clientes van a adquirir.
- Búsqueda de productos especiales en diferentes fábricas por medio de contactos para ofrecer al cliente la posibilidad de adquirirlos.
- Representación de proveedores que buscan expandir su mercado hacia Colombia.

- Cuando se consiga el capital adecuado se puede financiar a clientes para que compren sus productos de acuerdo sus exigencias, y contraten otros servicios con nuestra empresa.
- Creación de itinerarios para clientes que van en búsqueda de productos, con el contacto de fabricas, citas establecidas, y visitas a los proveedores del producto mas fuertes.
- Manejo del pago de cuentas y demás gastos hacia las fabricas escogidas por los clientes.

4. EL MERCADO

4.1 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO

Nuestro mercado está compuesto por todos los comerciantes, empresas, y distintos entes importadores de productos de industria liviana, quienes hacen las importaciones de bienes para transformarlos o para comercializar bienes finales. Las empresas se enfocan en la disminución de sus costos mediante la adquisición de productos beneficiados por la mano de obra barata en China. Pero la mayoría de ellos busca tener al producto de forma más cerca a ellos sin entrar en los problemas que en ocasiones implica el manejo de mercancías a importar, en otras palabras ellos desean que un agente se encargue de todos los trámites y manejo que implican estas actividades las cuales no son de operación regular de la empresa.

La decisión de compra la define la empresa y las razones varían generalmente entre búsqueda de mejores precios en los mercados internacionales de los productos, o productos que no encuentra en el mercado nacional. Generalmente las empresas transformadoras comprarán insumos mensualmente de acuerdo a sus pronósticos de producción y si es una empresa comercializadora lo hará de acuerdo a sus ventas mensuales, en un promedio de 1 a 3 meses.

4.2 SEGMENTO OBJETIVO

Empresas de industria liviana, inicialmente ubicadas en Colombia que importan productos como cosméticos, juguetes, calzado, productos de plástico, utensilios de cocina, textiles, papelería, insumos para decoración, también reconocido por algunos comerciantes colombianos como “cacharrería”.

Personas comerciantes entrarán en nuestro segmento, aunque nuestro objetivo principal es acceder a empresas que constantemente realizan importaciones.

Nuestro principal mercado son empresas ya constituidas o empresas con trayectoria que tienen gran poder de venta.

A las Cámaras de Comercio en general, especialmente a la Cámara de Comercio de China ubicada en Bogotá van muchos clientes potenciales que no tienen experiencia y buscan un agente que les realice su proceso de contacto y compra de sus productos, estas cámaras serán un gran punto de información para nuestros clientes y mercado específico.

4.3 TAMAÑO DEL MERCADO

Como se nombró en el análisis del sector industrial, la industria liviana para el 2008 es de 23.9%, representado en miles de dólares CIF son 1.087.292⁸, este valor a pasado en 10 años de 15.565 y 65.660, representado en miles de dólares CIF, al valor ya mencionado.

Nuestro mercado objetivo tiene una participación en calzado, jabones, cosméticos y otros de más industria liviana, solo en cosméticos se manejan 10.458 miles de dólares CIF, para otros productos de más industria liviana es de 445.046 miles de dólares CIF en los que entran gran variedad de productos los que estaríamos dispuestos a manejar.

4.4 TENDENCIA DEL MERCADO

Este mercado se encuentra en constante crecimiento pues están floreciendo una variedad de distintas empresas de ellas alrededor del mundo, y las cámaras de comercio son las que más prevén esto, pues a ellas llegan infinidad de empresas en busca agentes en el exterior que les faciliten sus procesos comerciales. La cámara de comercio colombo-

⁸ COLOMBIA. Ministerio de Industria y Comercio. Importaciones Colombianas desde China

china, posee una gran base de datos de los distintos importadores colombianos que realizan distintos negocios con China y usan agentes quienes manejan sus productos en ese país.

5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

5.1 COMPETIDORES PRINCIPALES

La empresa más reconocida se llama China Commodity City Group Internacional Co. LTD. Fundada en 1993, la empresa es a nivel profesional de las más reconocidas en el mercado de Yiwu, se dedica a la importación y exportación de mercancía en general como, textiles, zapatos, juguetes, hardware, artesanías, papelería, entre otros. Ha desarrollado un sistema integrado de servicios de comercio exterior, basado en compras, inspecciones, reservación de espacios para carga, almacenaje, declaración de aduana, documentos de fabricación, conocimiento de embarque, divisas y consultas de información⁹. La empresa tiene disponibilidad para suministrar más de 30.000 clases de materias primas y manejo de tratamientos de acuerdo a muestras presentadas. Anualmente se realizan ventas de más de 30.000 productos clasificados a alrededor de 130 países. El enfoque de la empresa en el mercado de Yiwu se da principalmente por la diversidad de tiendas, alrededor de 58.000 abren todos los días, excepto en año nuevo chino, de 8 a.m. a 5 p.m., el mercado acepta cantidades pequeñas, se pueden mezclar variedad de productos de diferentes proveedores en un container, los precios del mercado son de fábrica, el stock esta actualizado, la mercancía se entrega entre 1 y 2 semanas. Actualmente, el grupo tiene 12 empresas de rama y 15 holdings. Zhejiang la Compañía de Grupo de Ciudad de Materias primas de China, Ltda., es calificada el número 2 de 100 primeras empresas competitivas catalogadas en China evaluada por la Organización Global Competitiva en 2005 y 2006¹⁰.

⁹ CHINA. Yiwu Market. Company Tour. [en línea] [citado Mayo 24 de 2010] <http://www.yiwu-market.cn/Company%20tour.htm>

¹⁰ *Ibid.*

Otras de las empresas que se dedican al trabajo de Trading (agentes), cobrando porcentajes entre el 4%, hasta 6% de acuerdo a la cantidad de mercancía comprada por los clientes son:

Yiwu Everstars, es una agencia de exportación y abastecimiento, enfocada en ayudar a empresas pequeñas, su trayectoria en el mercado le ha permitido trabajar con clientes australianos, europeos, norteamericanos y de Suramérica. Es fabricante y proveedor directo, a pesar de considerarse una empresa pequeña respecto a la competencia su capacidad de oferta es de más de 300.000 variedades de productos. El porcentaje de Yiwu Everstars para sus compradores es del 5%.

China Export Agent presta servicios de exportación para clientes desde cualquier ciudad en China, no necesariamente desde Yiwu, sus servicios son:

- Asesorías previas al viaje para determinar el momento adecuado de negociación con proveedores
 - Servicios de reservación de hotel y transporte
- Intermediación en negociaciones con proveedores
- Elaboración de formulario de pedido, documentos de exportación, despacho de aduana.
- Asesoría para clientes que no se encuentran en China, y requieren supervisión de empaque, embalaje de mercancía y visitas a fábricas.

La comisión cobrada por la empresa es del 5.5%.

Yiwu Zhouting Trade co., ubicada entre el comercio chino en el manejo de productos básicos, se dedica a la exportación de regalos publicitarios, artículos promocionales, materiales de embalaje, entre otros. Ofrece servicios de producción y comercialización gracias a la cooperación con varias empresas reconocidas en el mercado.

Tradeking la empresa se dedica al corretaje en línea, fundada en 2005, fue de las primeras empresas en ofrecer una red social para los usuarios inversionistas y comerciantes.

Otras empresas dedicadas a ofrecer servicios de traductores, consolidación de mercancía, control de calidad, visitas a fábricas, auditorías y procedimientos de embarque son Asia Best Price y LyM Company.

5.2 ANÁLISIS DOFA

	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>1. Concepto del negocio: factor diferenciador basado en cantidades de mercancía diferentes a las propuestas en el mercado.</p> <p>2. Diversificación de productos: cada cliente escoge la lista deseada para la importación de sus productos, permitiendo formar una base de datos para nuevos clientes con opciones en la variedad de artículos propuestos.</p> <p>3. Asistencia personalizada: cada cliente puede recurrir al servicio con necesidades diferentes y encontrará soluciones de importación y productos.</p> <p>4. Desarrollo de relaciones con proveedores: las relaciones interpersonales ayudan a la empresa a contactar proveedores de confianza que otorguen beneficios a la empresa tanto en Yiwu como en Colombia.</p> <p>5. Herramientas de Internet: Las tecnologías de información permiten acortar distancia y reducir el tiempo en los procesos de logística.</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>1. Poca Experiencia: el cliente podría tener problemas de confianza a la hora de recurrir a la empresa.</p> <p>2. Términos de garantía: la empresa garantiza la seguridad de la mercancía como estrategia de reconocimiento, puede incurrir en costos muy altos por incumplimiento.</p> <p>3. Personal capacitado: se requiere de personal de confianza en Yiwu para garantizar la calidad, la distancia afecta el seguimiento de personal.</p> <p>4. Manejo en los procesos de importación: falta de conocimiento de la empresa, pueden ocurrir errores imprescindibles.</p>
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>1. Sector de Clientes no atendido: nuestro factor</p>	<p>FO F1. F3.O1 Crecimiento de la empresa</p>	<p>DO D1.D4.O3 Alianzas estratégicas</p>

<p>diferenciador no es aplicado en empresas de importación.</p> <p>2. Segmento de mercado amplio: Colombia importó desde China para 2009 11.2% del total de las importaciones¹¹.</p> <p>3. Competitividad Internacional</p>	<p>compromiso en la búsqueda de nuevos clientes, en el negocio de comercialización y que requieran asesoría.</p> <p>F2.F5.O3 Desarrollo de tecnologías de información: implementación de tecnología facilita los procesos.</p> <p>O1.O3.F2 Desarrollo de Producto F1.F4.O1 Mejoramiento de la productividad</p>	<p>Cooperar con empresas del estado que brinden asesoría y que estén en el mercado, para inicialmente poder sobrevivir.</p> <p>D2.D4.O3 Asesoría legal externa Apoyarse en mecanismos legales que regulen las leyes internacionales, para ser excluidos de problemas con clientes y saber los términos de negociación en caso de inconvenientes.</p> <p>D3.D4.O1.O2 Cientes nuevos en el mercado La experiencia de empresas importadoras puede afectar el funcionamiento de nuestra empresa, al no tener experiencia, por lo tanto un enfoque hacia los nuevos importadores nos permite sobrevivir ante problemas de logística y procesos, inicialmente.</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>1. Competencia con alta experiencia:</p> <p>2. Tiempos de entrega: Proveedores y manejo de logística deben trabajar en equipo para garantizar el cumplimiento en la entrega, en caso de incumplimiento la comercializadora incurre en gastos y puede perder clientes.</p> <p>3. Aumento en los costos de importación: disponibilidad del cliente para asumirlo.</p> <p>4. Medidas económicas: La transacción de divisas que afectan el comercio y por lo</p>	<p>FA F2.F3.A1.A3 Ideas innovadoras son atractivas para el cliente A pesar de existir empresas intermediarias de importación, el concepto del negocio generaría atención por parte de empresas innovadoras y competitivas.</p> <p>A2.A3.F4.F5 Manejo en los tiempos de logística y procesos Disponer de un tiempo adecuado para la entrega de mercancía al cliente, se debe destacar en calidad de los productos y no tanto en el tiempo porque perjudica a la empresa internamente y su imagen.</p> <p>A6.F1 Alianzas de cooperación</p>	<p>DA A1.A5.D1.D4 Búsqueda de nuevos segmentos de mercado En caso de no poder competir se requiere la búsqueda de nuevos mercados que requieran de nuestro servicio.</p> <p>A2.A3.A4.D4 Afianzar relaciones con proveedores para diversificar los productos para ser más competitivos A6.D4 Recurrir a mercados emergentes mientras se adquiere la certificación internacional</p>

¹¹ COLOMBIA. DIAN. Boletín de prensa, Comercio Exterior- Importaciones y balanza comercial Noviembre de 2009. Pág. 3.

<p>tanto a la empresa</p> <p>5. Competencia agresiva</p> <p>6. Certificación Internacional: Riesgos de poder entrar al mercado internacional si no existe la certificación para operar.</p>	<p>Las empresas del estado como lo es la cámara de comercio ofrecen asesoría para adquirir las certificaciones requeridas.</p> <p>A4. F2.F4</p> <p>Proyección a mercados latinoamericanos</p> <p>A pesar de transar en una moneda común la reducción de los costos sería considerable en las importaciones.</p>	
---	---	--

5.3 MEZCLA DE PRODUCTO

5.3.1 Producto

Como se ha mencionado anteriormente, es un servicio lo que se va prestar. El servicio es principalmente el manejo de órdenes de clientes, en las que son ellos quienes deciden el producto y la calidad deseada. El servicio que brinda es cerciorarse de que lo que el cliente ordena sea realmente lo que el cliente ha de recibir, todo en aras de satisfacer una necesidad de seguridad. El servicio incluye todos los manejos que esto precise, como el manejo de pagos, certificaciones de calidad y cantidad.

Nuestro portafolio de servicios se ofrece de la siguiente manera:

- Contacto con fábricas del producto deseado, así como una cotización previa del producto con sus especificaciones.
- Si el cliente viaja, se le crea un itinerario para que conozca los proveedores, y tenga citas de negocios con ellos. O en caso de que el cliente no desee viajar, se coordina el envío de muestras respectivas.
- Cuando el cliente cierre su negociación con el proveedor, la empresa empezaría con el seguimiento de respectiva orden de acuerdo a las especificaciones del producto que el cliente eligió.
- Se realiza una visita a la fábrica para verificar que cumpla los requerimientos para la fabricación y para disminuir el riesgo de que sea una empresa ficticia.

- Se realiza el manejo de pagos hacia la empresa, el depósito inicial donde la mayoría de fábricas exigen el 30%, pero se puede lograr a reducir a un 20%.
- Hacer una visita durante el proceso de producción, localizando posibles fallas de forma prematura y así evitar futuros retrasos.
- Finalizada la producción, realizar una inspección de los productos. De acuerdo con la calidad exigida por los clientes, se tomara una muestra aleatoria del producto, y se tendrá un porcentaje de aceptación de fallas y errores acorde a la calidad pactada en el negocio.
- Presencia de una persona de la empresa en el momento de cargue del contenedor.
- Pago del balance a los proveedores contra entrega de Bill of Landing o documento que certifique la exportación de la mercancía.
- Contribuir en el proceso de retroalimentación entre cliente y fábrica.
- Si el cliente compra pequeñas cantidades en distintos lugares, servir como consolidador de sus productos.
- Financiar los pagos a la fábrica cuando el cliente sea permanente y se obtenga el capital suficiente.

5.3.2 Precio

Antes de hablar del precio se debe especificar la clasificación de clientes que maneja la empresa para establecer sus precios.

Clasificación Clientes

- Esporádico
- Estacionales
- Permanente

Tipos de Clientes estructurados: Para el cumplimiento de las metas pactadas se tendrá en cuenta una estructura de clientes donde habrá tres grupos. Un primer rango denominado cliente esporádico quien es el que compra muy por primera vez, y que no es repetitivo

para ordenar el servicio, este grupo maneja un rango de importaciones anuales con entre USD 25000 y USD 50000 donde la orden mínima sería de USD 5000. El segundo grupo serían los clientes estacionales, se refiere a esos clientes que siempre están durante temporada, por ejemplo clientes especializados en juguetería comprarían sus productos entre agosto y septiembre, pero son clientes constantes de la empresa. Las compras anuales que estos realizarían estarían por un monto entre los USD 50000 y los USD 300000. Finalmente los clientes permanentes quienes son personas naturales o jurídicas que compran constantemente durante el año. Estos compran un rango por encima de USD 300000 anuales.

Precio

Los precios se manejarán por etapas a medida que se logra reconocer al cliente. Existe una prima que se adiciona al precio que va acorde al número de referencias a manejar. Por ende el precio se establecerá de la siguiente forma:

Por etapas;

1. 0 - 1.5 años

- De 0 y 20.000USD se cobraría 6% + (primas)
- 22.230USD y 80.000USD el precio será 5,5%+ (primas)
- 88.000USD y en adelante el precio será 5%+ (primas)

Las primas se aplican de por el número de referencias que incluya el pedido.

- De 0 a 4 referencias no se aplica prima.
- De 4 a 7 referencias se aplica 0,5% de prima.
- De 7 a más referencias se aplica el 1% de prima.

2. 1.5- 3 años

Tarifas de acuerdo a tipo de cliente, este punto se distinguen

- Esporádico: Las tarifas se mantendrán igual
- Estacionales: Solo se aplicara la primera prima.
- Permanente Sin prima

3. 3 años adelante

Entraría un servicio que incluye de financiación el cual tendría un 10% más en el valor. Solo los clientes estacionales y permanentes son quienes pueden acceder a este servicio, pues deben mostrar compromiso con la empresa así como la empresa se comprometerá a financiarlos.

5.3.3 Distribución

En cuanto la distribución de la empresa, al ser un servicio que se brinda en otro lugar, siendo específicos en el lugar de la fabricación del producto es de suma importancia hablar de la localización. Esta es una de las ventajas competitivas de nuestra comercializadora, la ubicación de nuestra empresa será en China en la provincia de Zhejiang, en una ciudad llamada Yiwu, la cual posee un poderoso mercado.

El mercado de Yiwu es compuesto por distintos mercados repartidos en diferentes lugares de la ciudad que se encuentran en la tabla de análisis del sector. El mas conocido y con mayor conglomerado de exportadores e importadores que se encuentra en la zona conocida como Futian y se llama Yiwu International Trade City una gran infraestructura de miles de locales permanentes las cuales en su mayoría son fábricas. En total Yiwu cuenta con un área de mercado de aproximadamente 1'000,000 de metros cuadrados con mas de 320,000 productos en 1502 categorías diferentes.¹² Los mercados por categorías pueden ser encontrados en el web-site citado al pie de página.

Lo anterior indica que la distribución de nuestro servicio será el estar localizados en un lugar que posee la facilidad de encontrar cantidad de productos para nuestros clientes y tener la ventaja de estar en rápido contacto que el proveedor que deseen.

¹² CHINA. The markets of Yiwu. http://www.yiwu-china.org/yiwu_markets.html

5.3.4 Promoción

Este punto debe ser trabajado fuerte, pues se debe comprender que la empresa se va crear y no tiene historia reciente, entonces es primordial hacerse conocer a las empresas que puedan necesitar este servicio. Se debe realizar contactos con la cámara de comercio china, con sede en distintas ciudades para poder contactar empresas que se dirigen a la cámara en busca de ayuda para negociaciones con ese país. El contacto virtual o vía mail con estas empresas es una fuente potencial para nuestro reconocimiento. Por otro lado existe la posibilidad de realizar publicidad en buscadores de fábricas y proveedores virtuales, como alibaba.com, tradekey.com entre otros.

De igual forma la presencia en ferias de gran reconocimiento como la CANTON FAIR en Abril y en Octubre, o la Yiwu International Commodities Fair permite conocer clientes potenciales, y repartir volantes a interesados.

5.4 Proyección de Ventas

La proyección de ventas se realizara acorde a las compras de los clientes, es decir lo que brinda la empresa es un servicio y cobra un porcentaje sobre las compras del cliente, por ende se proyectará el valor que comprarán los clientes en total. Se divide en 5 categorías de producto que compran nuestros clientes principalmente, y que en principio son productos que no requieren un conocimiento relativamente fuerte.

- Textiles: Hilados (30%)
- Ornamento y joyas artificiales: Navidad (20%)
- Cosméticos (10%)
- Juguetes (15%)
- Papelería (25%)

Tabla 1. Ventas Proyectadas

VENTAS PROYECTADAS AÑOS 2 Y 3

PERIODO	\$	PROM.MES	CRECIMIENTO ANUAL
AÑO 1	76,536	6,378	
AÑO 2	108,490	9,041	41.75%
AÑO 3	142,393	11,866	31.25%

Fuente: Huskee Technology. Cálculos: personales

Tras analizar los datos de importaciones desde China hacia Colombia, se calculó una tasa de crecimiento aproximada. Esta tasa se calculó de la siguiente manera, en las importaciones anuales desde 2001 hasta 2009, específicamente en las importaciones por productos más representativos por país de origen (fuente datos estadísticos de la DIAN) se utilizaron los datos de crecimiento año a año de la división demás productos. Se tomó la descripción anterior debido que en ocasiones no se encontró la descripción de las categorías con las que se va a trabajar, y en general estas se encuentran resumidas en la partida usada. Al tener las variaciones anuales se realizó un promedio ponderado simple que dio como resultado 25%. Para el año 2 se espera un crecimiento del 41.75% mientras que para el año tres se espera que este alcance el 31.25%. Posteriormente se espera que los crecimientos anuales lleguen a ser de 25% acorde al de la industria. La razón por la que se espera crecimientos de ventas altos en los primeros años, es porque estos son los años de adopción de clientes y de inicio de la compañía, mientras que posteriormente el crecimiento se dará a razón del crecimiento de compras por parte del cliente.

Las cifras de las ventas las cuales se encuentran en dólares, se calcularon de acuerdo a lo siguiente. Un allegado de los socios, quien trabaja en la zona libre de Panamá, le brindó información sobre su compañía. Esta compañía vende distintos productos para distintos mercados, donde Colombia ocupa el 75% de sus ventas total. La información facilitada mostraba las compras y el monto que ellos realizan en China. Con base a esta información tomé el valor de compras que ellos realizaron en el 2008, y se descontó de ese valor a 5 años, donde el valor en el primer año se basa en cumplir la meta de alcanzar 8 clientes que maneje una facturación anual mayor a USD 70 000.

Esta proyección tiene un riesgo implícito fuerte y es que la tasa de crecimiento se mantenga en niveles como el de los últimos diez años, lo que es probable ya que las

conversaciones entre los gobiernos para un posible acuerdo bilateral entre Colombia y China lo hace bastante posible.

Los ingresos de la empresa serian entonces el 5,8% (una aproximación media a los distintos precios) acorde de lo que compran los clientes a las fábricas chinas. Los ingresos por categoría de producto que se espera tener, se consiguieron bajo el porcentaje que esta ilustrado en la parte superior en la rama correspondiente. Este porcentaje, se obtuvo bajo un análisis que se hizo sobre la participación de esos productos en el total del valor importado de Colombia desde el país asiático, donde el resultado muestra que los textiles son la categoría que mas demandarían los clientes con una participación de 30%, mientras que la de menor participación es de la rama de cosméticos con 10%.

Tabla 2. Ventas Totales por Producto

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO

PRODUCTO	EN USD	
	VENTAS AÑO	%
Papeleria	19,134	25.00%
Juguetes	11,480	15.00%
ornamentos, bisuteria	15,307	20.00%
cosméticos	7,654	10.00%
textiles hilados	22,961	30.00%
TOTAL	76,536	100.00%

Fuente: Huskee Technology. Cálculos: personales

En el mismo sentido, existen unos meses con una mayor actividad que otros, esto por estacionalidad de algunos productos. Con base a la información de compras con la que se proyecta la empresa, también se logró calcular la concentración de ellas durante los doce meses del año. Acorde a lo anterior las ventas anuales durante el primer año se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 3. Ventas año 1

VENTAS AÑO 1

PERIODO	USD	%
Jan/2011	6,133	8.01%
Feb/2011	2,816	3.68%
Mar/2011	7,822	10.22%
Apr/2011	1,183	1.55%
May/2011	8,436	11.02%
Jun/2011	7,290	9.52%
Jul/2011	7,193	9.40%
Aug/2011	6,109	7.98%
Sep/2011	7,108	9.29%
Oct/2011	15,186	19.84%
Nov/2011	5,730	7.49%
Dec/2011	1,529	2.00%

Fuente: Huskee Technology. Cálculos: personales

Las ventas para el primer año serán más altas en octubre con \$15.186 USD debido a que las importaciones aumentan en el periodo por la temporada del mes de Diciembre.

6. ASPECTOS DE OPERACION

Al no ser un industria manufacturera y los servicios que se prestan va mas relacionado con la presencia de personal en el lugar donde se brinda la representación a los clientes, la parte operativa va mas relacionada los implementos, y a las acciones que se deben tener en cuenta para cumplir con el objetivo.

Para esto se establece las instalaciones que se debe obtener para cumplir con los servicios establecidos en los puntos anteriores y la forma que este debe llevarse.

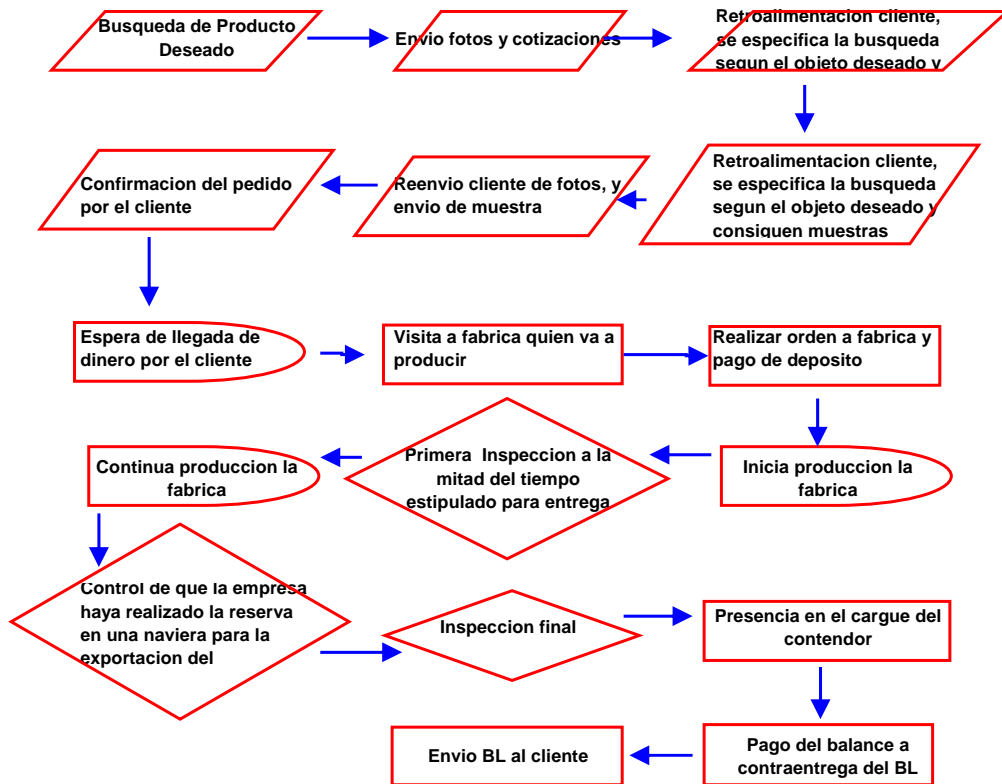
6.1 DIAGRAMA DE PROCESO DE SERVICIO

El servicio de la empresa es personalizado lo que significa que variara de acorde la orden de cada cliente así mismo que cambia acorde el producto que este exija y el tiempo de producción por parte de la fábrica. Para el caso a continuación se hizo el proceso para el

servicio en general, tomando como supuesto el tiempo de producción de la fábrica a 30 días y que el cliente encontró el producto deseado tras recibir la muestra.

Ilustración 4 Proceso del Servicio

No.	PASOS PARA LA ELABORACION DEL SERVICIO	ACCIÓN REALIZADA	TIEMPO EN DIAS
1	Busqueda de Producto Deseado	OBTENCION DE DATOS	3
2	Envio fotos y cotizaciones	OBTENCION DE DATOS	1
3	Retroalimentación cliente, se especifica la búsqueda según el objeto deseado y consiguen muestras	OBTENCION DE DATOS	2
4	Reenvio cliente de fotos, y envio de muestra	OBTENCION DE DATOS	1
5	Confirmacion del pedido por el cliente	OBTENCION DE DATOS	1
6	Espera de llegada de dinero por el cliente	RETRASO O ESPERA	2
7	Visita a fabrica quien va a producir	PROCESO	1
8	Realizar orden a fabrica y pago de deposito	PROCESO	1
9	Inicia produccion la fabrica	RETRASO O ESPERA	14
10	Primera Inspeccion a la mitad del tiempo estipulado para entrega	CONTROL O DECISIÓN	1
11	Continua produccion la fabrica	RETRASO O ESPERA	13
12	Control de que la empresa haya realizado la reserva en una naviera para la exportacion del contenedor	CONTROL O DECISIÓN	1
13	Inspeccion final	CONTROL O DECISIÓN	1
14	Presencia en el cargue del contendor	PROCESO	1
15	Pago del balance a contraentrega del BL	PROCESO	1
16	Envio BL al cliente	PROCESO	1
			45



Fuente: Huskee Technology. Cálculos: personales

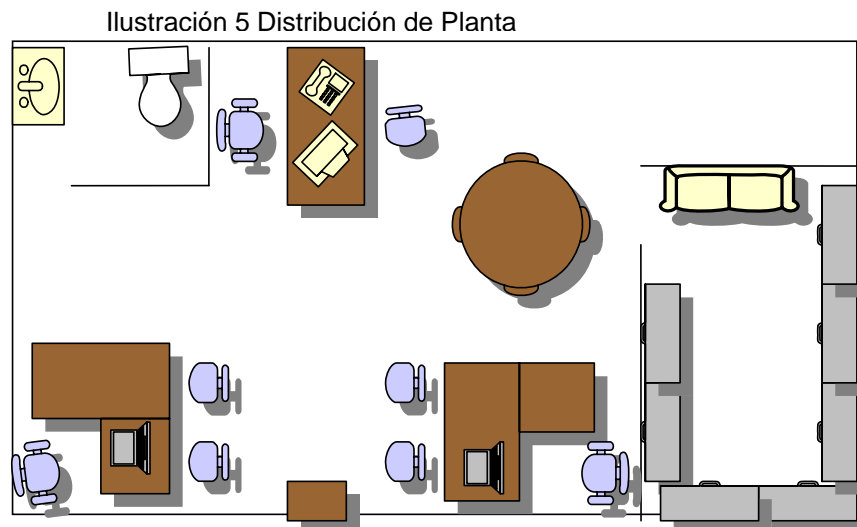
6.2 Ubicación

La ubicación de nuestra empresa es muy importante y se convierte en una de las ventajas competitivas de nuestra empresa. Como ya se hablo de esta en la mezcla del producto en las parte de distribución, lo único a aclarar acá es que la oficina debe estar ubicada en la zona conocida como Futian lo mas cercano posible al Yiwu International Trade City. Esta ubicación es de suma importancia pues permite una disminución de costos de trasporte en principalmente en lo relacionado a los costos de transporte.

Se estima que en principio la propiedad será tomada en arriendo, y en esta ciudad los contratos duran por año, es decir si voy a arrendar la oficina es por contrato a un año. Así mismo cerca a la zona se arriendan edificaciones de 2 y tres pisos. En este sentido el tamaño no debe ser muy grande si no lo suficiente para cumplir las necesidades de la empresa, no más de 80m²

6.3 Distribución de planta

La planta física se espera que sea de dos pisos, con el fin de habilitar uno como oficinas mientras el otro sirve de bodega para la mercancía que haya que consolidar. En un diseño estándar se muestra a continuación lo que seria la oficina, pero es claro definir que estará sujeto a cambios de acuerdo a la disponibilidad de espacio que exista en la oficina.



La distribución de la oficina en principio solo debe tener los puestos para que los integrantes de la organización trabajen, a pesar de que mucho del trabajo se hace por fuera, una sala de reuniones para el momento que haya visita de clientes y una sala de muestras que se irán acumulando a medida que salgan la ordenes.

6.4 Inversión Requerida en Activos Fijos.

Ilustración 6 Inversión Activos Fijos

DESCRIPCION	CLASIFICAR COMO (SELECCIONE)	INVERSIÓN		
		CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorios Principales	MUEBLES Y ENSEÑ	2	500	\$ 1,000
Escritorio Empleado	MUEBLES Y ENSEÑ	1	300	\$ 300
Computadores	COMPUTADORES	3	1,000	\$ 3,000
Stand Show Room	EQUIPOS	1	1,000	\$ 1,000
Sillas de escritorio	MUEBLES Y ENSEÑ	6	50	\$ 300
Mesa Central	MUEBLES Y ENSEÑ	1	700	\$ 700
Impresora Multifuncional	COMPUTADORES	1	700	\$ 700
Servidor	COMPUTADORES	1	100	\$ 100
Software	COMPUTADORES	1	500	\$ 500
Celulares	COMPUTADORES	3	50	\$ 150
Papelería	HERRAMIENTAS	1	100	\$ 100
Alarmas seguridad	EQUIPOS	1	500	\$ 500
				\$ 8,350

Fuente: Alibaba.com. Cálculos: personales

Estos serían los activos con los que iniciaría la empresa al estar disponible la planta para ser adecuada. Los precios se calcularon al visitar páginas de fábricas productoras de los productos y aumentar parte del precio que sería el costo por venta minorista. Estos están sujetos a la disponibilidad física del lugar.

También se invierte un capital de trabajo de USD 15 000 destinado a posibles gastos que se tienen para entrar a la operación de la empresa, así como soporte mientras se generan ingresos para la empresa. A continuación se muestra el total de la inversión requerida.

Tabla 4. Inversión Activos Fijos

Periodo de inversión:	TOTAL			
	APORTES	CRÉDITO	OTRAS FUENTES	TOTAL
EQUIPOS	1,500	0	0	1,500
VEHICULOS	0	0	0	0
MUEBLES Y ENSERES	2,300	0	0	2,300
HERRAMIENTAS	100	0	0	100
COMPUTAD. PRODUC.	4,450	0	0	4,450
CAPITAL DE TRABAJO	15,000	0	0	15,000
TOTAL	23,350	0	0	23,350

Fuente: Alibaba.com. Cálculos: personales

Esto significa que se necesita una inversión total para el proyecto es de \$ 23.350 USD aportado por los socios con recursos propios, divididos en 64% destinados para capital de trabajo y 36% para activos fijos.

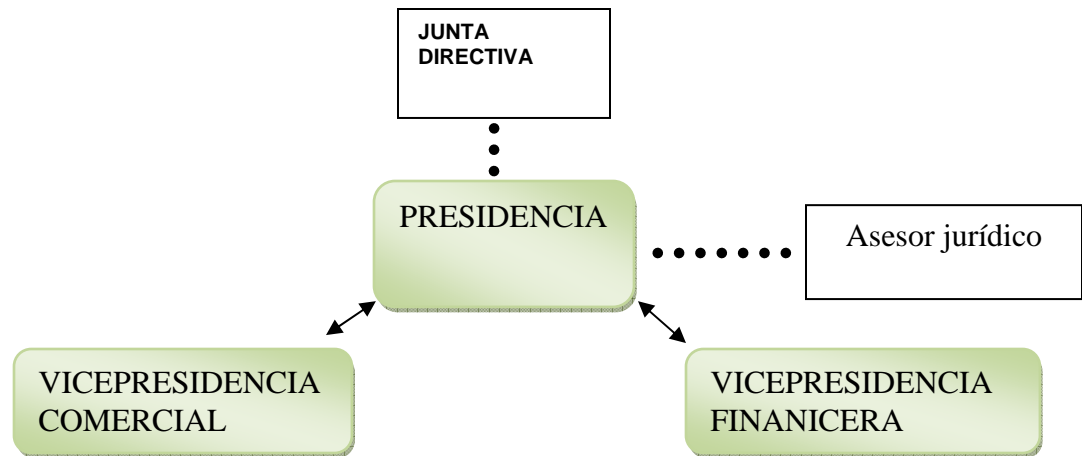
6.5 Requerimientos de Personal

Los socios quienes estarían en cabeza de la organización con los cargos de presidencia, vicepresidencia comercial y financiera recibirán un salario de USD1200 sin prestaciones sociales.

Para el empleado dentro de la oficina se le da un salario de 450 con prestaciones. La tarifa de prestaciones sociales en China están sujetas a diferentes tasas según la provincia, pero por ley estas no pueden superar el 20% del total de la nómina. En general el porcentaje que la empresa debe pagar es: para pensiones es del 8%, seguridad médica es el 6% y el seguro de desempleo es del 2%. Los riesgos profesionales varían de acuerdo el trabajo por lo que en este caso se tomara un 0.5%. Lo que significa un total de carga prestacional del 16.5%. Por ende el salario con las prestaciones incluidas que recibiría el trabajador es USD 525.

En el momento que haya un bodeguero permanente se le ofrecerá un salario mínimo con prestaciones. Esto significa que al empezar la empresa contaría con el trabajador y los dos socio lo que significa una nomina de USD 2925 mensual.

Ilustración 7 Organigrama



7. ASPECTOS ECONOMICO- FINANCIEROS

7.1 COSTOS Y GASTOS FIJOS

Se obtuvo un total de de costos y gastos fijos de USD 6185. Aunque algunos tienen un componente de subjetividad alto, se establecieron con un precio más alto de lo normal, en aras de trabajar con un gap en los desembolsos que realmente se efectúen.

Tanto los costos como los gastos de la empresa están definidos en las siguientes tablas:

Ilustración 8 Costos y Gastos Fijos

TIPO DE COSTO	MONTO MENSUAL
ACUEDUCTO	\$ 35
ARRIENDO	\$ 1,000
MANTENIMIENTO EQUIPOS	\$ 50
ENERGIA	\$ 140
FLETES Y/O TRANSPORTE OPERATIVO	\$ 200
INTERNET	\$ 50
TOTAL	\$ 1,475

TIPO DE GASTO	MONTO MENSUAL
ASESORÍA CONTABLE	\$ 400
CAFETERIA Y ASEO	\$ 90
COMUNICACIÓN Y TELEFONO	\$ 280
CORRESPONDENCIA	\$ 100
GASTOS VARIOS	\$ 200
MONITOREO DE ALARMAS	\$ 40
PAPELERIA Y UTILES DE OFICINA	\$ 100
REVISORIA FISCAL	\$ 200
SEGUROS	\$ 100
VIGILANCIA	\$ 150
PUBLICIDAD	\$ 125
TOTAL	\$ 1,660

Fuente: Huskee Technology. Cálculos: personales

Lo anterior significa que sumado el valor de la nómina de la empresa, el desembolso que esta tendría tanto mensual como anual es ilustrado en la siguiente tabla:

Tabla 5. Composición Costos Fijos

COMPOSICION DE LOS COSTOS FIJOS

TIPO DE COSTO	MENSUAL	ANUAL
MANO DE OBRA	\$ -	\$ -
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 1,475	\$ 17,700
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 4,710	\$ 56,520
CREDITOS	\$ -	\$ -
DEPRECIACION	\$ 154	\$ 1,843
TOTAL	\$ 6,185	\$ 76,063

Fuente: Huskee Technology. Cálculos: personales

Los costos y gastos fijos para el primer año son de \$76.063 USD, representados en 35.100 USD para mano de obra, 17.700 USD destinados costos de producción, 21.420 USD gastos administrativos, 1.843 USD para gastos de depreciación. La empresa no realiza estudios de crédito. Así mismo los costos variables de la empresa están dados mas en tiempo que en valor por lo que el valor de estos se estima en cero.

7.2 MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Tabla 6 Margen de Contribución

PRODUCTOS	PRECIO DE VENTA	MATERIA PRIMA	M.O. VARIABLE	GASTOS DE VENTA	TOTAL COSTOS VARIABLES	MARGEN DE CONTRIBUCION	CONTRIBUCION A VENTAS	TOTAL
Papeleria	1,160	0	0	16	16	1,144 98.60%	25.00%	24.65%
Juguetes	1,160	0	0	16	16	1,144 98.60%	15.00%	14.79%
ornamentos, bisuteria	1,160	0	0	16	16	1,144 98.60%	20.00%	19.72%
cosméticos	1,160	0	0	16	16	1,144 98.60%	10.00%	9.86%
textiles hilados	1,160	0	0	16	16	1,144 98.60%	30.00%	29.58%
AÑO 2							100.00%	98.60%

Fuente: Herramienta Plan de Empresa en Línea Cámara de Comercio Bogota

El margen de contribución de la empresa es 98.6% por lo tanto por cada dólar que venda la empresa, obtendrá 99 centavos destinados a cubrir los costos y gastos de la empresa y generar utilidad. Como se ha mencionado anteriormente, los ingresos de la empresa

proviene de un porcentaje sobre las compras que los clientes realizan a otros agentes. Para el uso del modelo se estableció unidades de USD 1160 como precio de venta para calcular el pago del servicio. El servicio no tiene materia prima o mano de obra variable que no este incluido dentro de los costos o gastos razón por la que casi la totalidad de los ingresos poseen un margen de contribución cercano al 100%, recordando que los costos variables están medidos en tiempo y no en dinero. Todas las categorías tienen un margen de contribución igual por lo que su contribución o participación en las ventas es la que marca la diferencia en este punto. Por ende los textiles e hilados tienen mayor importancia en el total de la contribución.

7.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 7 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO **VENTAS TOTALES ANUALES: \$ 77,143**

PRODUCTOS	VENTAS ANUALES	UNIDADES ANUALES	VENTAS MENSUALES	UNIDADES MENSUALES
Papeleria	19,286	17	1,607	1.39
Juguetes	11,572	10	964	0.83
ornamentos, bisuteria	15,429	13	1,286	1.11
cosmeticos	7,714	7	643	0.55
textiles hilados	23,143	20	1,929	1.66
TOTAL VENTAS ANUALES	\$ 77,143	VENTAS MENSUALES	\$ 6,429	

Fuente: Herramienta Plan de Empresa en Línea Cámara de Comercio Bogota

Para que la comercializadora logre el punto de equilibrio requiere ventas mensuales promedio de \$ 6.429 USD, en el año 2 logra no perder ni ganar nada. Lo anterior corresponde al punto en el que se logra cubrir con los costos y gastos y no obtener utilidad, basándose en el margen de contribución del punto anterior.

7.4 ESTADO DE RESULTADOS

Mensual Primer Año

Tabla 8 Estado de Resultados año 1

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
VENTAS	\$ 6,133	\$ 2,816	\$ 7,822	\$ 1,183	\$ 8,436	\$ 7,290	\$ 7,193	\$ 6,109	\$ 7,108	\$ 15,186	\$ 5,730	\$ 1,529
- COSTO DE VENTAS	\$ 1,629	\$ 1,629	\$ 1,629	\$ 1,629	\$ 1,629	\$ 1,629	\$ 1,629	\$ 1,629	\$ 1,629	\$ 1,629	\$ 1,629	\$ 1,629
UTILIDAD BRUTA	\$ 4,504	\$ 1,187	\$ 6,194	\$ (445)	\$ 6,808	\$ 5,661	\$ 5,564	\$ 4,481	\$ 5,480	\$ 13,558	\$ 4,101	\$ (99)
- GASTOS ADMON.	\$ 4,710	\$ 4,710	\$ 4,710	\$ 4,710	\$ 4,710	\$ 4,710	\$ 4,710	\$ 4,710	\$ 4,710	\$ 4,710	\$ 4,710	\$ 4,710
- GASTOS DE VENTAS	\$ 86	\$ 39	\$ 110	\$ 17	\$ 118	\$ 102	\$ 101	\$ 86	\$ 100	\$ 213	\$ 80	\$ 21
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ (292)	\$ (3,562)	\$ 1,374	\$ (5,172)	\$ 1,979	\$ 849	\$ 753	\$ (315)	\$ 670	\$ 8,635	\$ (689)	\$ (4,831)
- OTROS EGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- PREOPERATIVOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD A. DE IMP.	\$ -292	\$ -3,562	\$ 1,374	\$ -5,172	\$ 1,979	\$ 849	\$ 753	\$ -315	\$ 670	\$ 8,635	\$ -689	\$ -4,831

Fuente: Herramienta Plan de Empresa en Línea Cámara de Comercio Bogota

En este punto del negocio los costos fijos de la comercializadora parecen ser altos y las ventas bajas, por lo tanto para el primer año el proyectado en el estado de pérdidas y ganancias demuestra la insuficiencia en las ventas para el primer año. La rentabilidad es de -0.07% mensual. El estado de resultados mensual muestra también los meses de mayor actividad, los cuales fueron en los que se supero al punto de equilibrio y se alcanzó a obtener utilidad.

Anual

Tabla 9 Estados de Resultados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	76,536	108,490	142,393
+ COSTOS FIJOS DE PRODUCCION	17,700	20,355	23,408
+ DEPRECIACION Y DIFERIDOS	1,843	2,113	2,113
TOTAL COSTO DE VENTAS	19,543	22,468	25,522
UTILIDAD BRUTA (Ventas - costo de ventas)	56,993	86,022	116,871
GASTOS ADMINISTRATIVOS	56,520	66,407	77,558
GASTOS DE VENTAS	1,072	1,519	1,994
UTILIDAD OPERACIONAL (utilidad antes de impuestos)	(599)	18,096	37,320
- OTROS EGRESOS			
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	(599)	18,096	37,320
IMPUESTOS	0	5,972	12,316
UTILIDAD NETA	\$ -599	\$ 12,124	\$ 25,004

Fuente: Herramienta Plan de Empresa en Línea Cámara de Comercio Bogota

El estado de resultados muestra que solo hasta el segundo año se empieza lograr tanto utilidad operativa como utilidad neta. En los años siguientes se empieza lograr utilidad considerable que ayuda a recuperar la inversión y la pérdida en el primer año de \$599 USD. Ese primer año se alcanza una rentabilidad bruta es de 74.47% anual, mientras que la rentabilidad operacional y sobre ventas es de -0.78% anual, esto ocurre por lo que en el modelo los gastos de nómina que son los mas altos se encuentran en los gastos administrativos.

El estado de resultados se construyo en base a los ingresos, los cuales habían sido calculados en puntos anteriores según la tasa de crecimiento establecida para el mercado. De año para el otro se presentaron incrementos en los costos y gastos del 15% los cuales están muy por encima de la inflación esperada de cada año que según el Fondo Monetario Internacional, para el año 2 es 3.10%, para el 3 es 2.7%. Además de los incrementos anteriores los salarios crecen un 25% mientras que los precios solo el 5%.

Por otro lado se trabajo con una tasa impositiva del 33%, con ICA del 1% e impuesto a movimientos financieros del 4 x 1000.

7.5 FLUJO DE CAJA

Retomando el diagrama del proceso se observa que cuando se cierra el negocio con un cliente se debe esperar a que llegue el 30% del negocio correspondiente al pago de depósito con las fábricas para inicio de producción y después de finalizada la producción el 70% en contra entrega con el BL. Entonces el manejo de cartera en el 30% de contado y el 70% a 60 días, de este punto parten los ingresos para el flujo de caja de la empresa.

Mensual Primer Año

Tabla 10 Flujo de Caja año 1

CONCEPTO	PREOPER.	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 OPERATIVOS													
VENTAS DE CONTADO		1,840	845	2,347	355	2,531	2,187	2,158	1,833	2,133	4,556	1,719	459
VENTAS A 30 DIAS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENTAS A 60 DIAS		0	0	4,293	1,971	5,476	828	5,905	5,103	5,035	4,276	4,976	10,630
VENTAS A 90 DIAS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENTAS A 120 DIAS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENTAS A 150 DIAS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	0	1,840	845	6,640	2,326	8,006	3,015	8,063	6,936	7,167	8,832	6,695	11,089
EGRESOS OPERATIVOS													
MATERIA PRIMA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GASTOS DE VENTA		86	39	110	17	118	102	101	86	100	213	80	21
MANO DE OBRA VARIABLE		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MANO DE OBRA DIRECTA FIJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OTROS COSTOS DE PRODUCCION		1,475	1,475	1,475	1,475	1,475	1,475	1,475	1,475	1,475	1,475	1,475	1,475
GASTOS ADMINISTRATIVOS		4,710	4,710	4,710	4,710	4,710	4,710	4,710	4,710	4,710	4,710	4,710	4,710
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	0	6,271	6,224	6,295	6,202	6,303	6,287	6,286	6,271	6,285	6,398	6,265	6,206
FLUJO NETO OPERATIVO	0	(4,431)	(5,380)	345	(3,875)	1,703	(3,272)	1,777	665	883	2,435	430	4,883
INGRESOS NO OPERATIVOS													
APORTES													
ACTIVOS FIJOS	6,650				0			0			0		
CAPITAL DE TRABAJO	15,000				0			0			0		
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	21,650	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
EGRESOS NO OPERATIVOS													
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	6,650				0			0			0		
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	6,650	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO NETO NO OPERATIVO	15,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO NETO	\$ 15,000	\$ -4,431	\$ -5,380	\$ 345	\$ -3,875	\$ 1,703	\$ -3,272	\$ 1,777	\$ 665	\$ 883	\$ 2,435	\$ 430	\$ 4,883
+ SALDO INICIAL		\$ 15,000	\$ 10,569	\$ 5,189	\$ 5,534	\$ 1,659	\$ 3,362	\$ 90	\$ 1,868	\$ 2,533	\$ 3,416	\$ 5,851	\$ 6,280
SALDO FINAL ACUMULADO	\$ 15,000	\$ 10,569	\$ 5,189	\$ 5,534	\$ 1,659	\$ 3,362	\$ 90	\$ 1,868	\$ 2,533	\$ 3,416	\$ 5,851	\$ 6,280	\$ 11,163

Fuente: Herramienta Plan de Empresa en Línea Cámara de Comercio Bogotá

El capital estimado para trabajar al inicio del proyecto de USD 15 000 permite que la empresa logre mantener un saldo final acumulado positivo que soporta las salidas de capital que debe realizar la empresa.

Anual

Tabla 11 Flujo de Caja

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS OPERATIVOS			
VENTAS DE CONTADO	22,961	32,547	42,718
VENTAS A 30 DIAS	0	0	0
VENTAS A 60 DIAS	48,494	73,821	97,424
VENTAS A 90 DIAS	0	0	0
VENTAS A 120 DIAS	0	0	0
VENTAS A 150 DIAS	0	0	0
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	71,455	106,368	140,142
EGRESOS OPERATIVOS			
MATERIA PRIMA	0	0	0
GASTOS DE VENTA	1,072	1,519	1,994
MANO DE OBRA VARIABLE	0	0	0
MANO DE OBRA DIRECTA	0	0	0
OTROS COSTOS DE PRODUCCION	17,700	20,355	23,408
GASTOS ADMINISTRATIVOS	56,520	66,407	77,558
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	75,292	88,281	102,960
FLUJO NETO OPERATIVO	(3,837)	18,088	37,183
INGRESOS NO OPERATIVOS			
APORTES			
ACTIVOS FIJOS	6,650	1,700	0
CAPITAL DE TRABAJO	15,000	0	0
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	21,650	1,700	0
EGRESOS NO OPERATIVOS			
IMPUESTOS	0	0	5,972
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	6,650	1,700	0
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	\$ 6,650	\$ 1,700	\$ 5,972
FLUJO NETO NO OPERATIVO	\$ 15,000	\$ 0	\$ -5,972
FLUJO NETO	\$ 11,163	\$ 18,088	\$ 31,211
+ SALDO INICIAL	\$ 15,000	\$ 11,163	\$ 29,251
SALDO FINAL ACUMULADO	\$ 11,163	\$ 29,251	\$ 60,462

Fuente: Herramienta Plan de Empresa en Línea Cámara de Comercio Bogota

La inversión estimada para el proyecto es de USD 21.650, la cual permite para el primer año de operación un flujo de efectivo es de USD 11.163, que para el segundo año crece a USD 29.251 y para el tercero crece a USD 60.462. Tras estos flujos se logra obtener una tasa interna de retorno (TIR) del 60,04%, un tasa alta que se debe a una fuerte acumulación de los saldos iniciales de cada año y a un importante crecimiento en las ventas que es soportados por egresos que se incrementan moderadamente acorde a la necesidad de la organización.

De esta manera con una tasa de interés de oportunidad la cual fue establecida por los socios del 10%, se calculó un valor presente neto de USD 26.896. En el mismo sentido el periodo de recuperación de la inversión (PRI) es de 3 años, resaltando que el punto de equilibrio se alcanzaría en el segundo año.

7.6 BALANCE GENERAL

Tabla 12 Balance General

ACTIVO	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
CAJA	15,000	11,163	29,251	60,462
CUENTAS POR COBRAR	0	5,081	7,203	9,454
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	15,000	16,245	36,454	69,916
ACTIVOS SIN DEPRECIACION	6,650	6,650	8,350	8,350
DEPRECIACION		1,843	3,957	6,070
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	6,650	4,807	4,393	2,280
OTROS ACTIVOS	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS	21,650	21,051	40,847	72,196
PASIVO				
CUENTAS POR PAGAR		0	0	0
PRESTAMOS	0	0	0	0
IMPUESTOS POR PAGAR		0	5,972	12,316
PRESTACIONES SOCIALES				
TOTAL PASIVO	0	0	5,972	12,316
PATRIMONIO				
CAPITAL	21,650	21,650	23,350	23,350
UTILIDADES RETENIDAS		0	(599)	11,526
UTILIDADES DEL EJERCICIO		(599)	12,124	25,004
TOTAL PATRIMONIO	21,650	21,051	34,876	59,880
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	21,650	21,051	40,847	72,196

Fuente: Herramienta Plan de Empresa en Línea Cámara de Comercio Bogota

El balance anterior proyectado nos muestra que la empresa tiene sus activos concentrados en activos corrientes, y estos son soportados por el capital de la empresa así como la utilidad del ejercicio que se logra conseguir desde el segundo año. Esto se debe a que el capital humano tiene mayor ponderación en el crecimiento del proyecto que la infraestructura para llevarlo a cabo.

El que el proyecto sea planeado para realizar con recursos propios permite que el nivel de endeudamiento bajo, y como la empresa no posee proveedores, o mejor estos están en los gastos y costos hace que los pasivos de la empresa estén mas dirigidos al pago de impuestos o de salarios que a algún insumo específico, permitiendo alcanzar una razón

de liquidez muy alta. Por ende la razón corriente y el nivel de endeudamiento para cada año son las siguientes.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
RAZON CORRIENTE	0	6.10	5.68
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	0	14.62%	17.06%

Como muestra la anterior tabla el segundo año se posee USD 6.10 para responder por cada dólar que se adeuda, mientras que el segundo año por cada dólar que se adeuda, se posee 5.68 dólares para su pago. De la misma forma el nivel de endeudamiento de la empresa en el segundo año es del solo 14.62% y para el tercer año llega a 17.06%.

CONCLUSIONES

El proyecto para 10 años tiene una Tasa Interna de Retorno del 60,04%, lo que es una rentabilidad muy atractiva para soportar los tres años en los que se recupera la inversión.

La facilidad para el manejo de distintas cantidades y distintas referencias es nuestra ventaja competitiva, además de la ubicación geográfica que permite el acceso a una diversidad de productos.

El mercado de industria liviana que importa sus productos requiere servicios de asesoría que garanticen la calidad y seguridad de sus productos constituyendo un mercado potencial. El sector de industria liviana para el 2008 representó el 23.9%.

El centro de negocios ubicado en Yiwu es un mercado altamente atractivo en la actualidad por la posibilidad que ofrece a sus clientes de acceder a productos y materias primas a precios muy bajos.

La inversión inicial para la creación de la empresa es de USD 23 350, que comprende el monto de la inversión inicial, registro de la empresa ante las entidades públicas de Yiwu y algunos gastos de operaciones del primer año efectivo en ventas que serán soportados con el capital de trabajo establecido.

La calidad del servicio prestado y la seguridad ofrecida a los clientes, influirá en las utilidades generadas por la empresa, así como la atención que se brinda a ellos como a sus órdenes de compra.

La ubicación de la empresa en Yiwu facilita el trabajo de la organización en cuanto a negociaciones, contactos, manejo de proveedores y movilidad.

BIBLIOGRAFIA

- CASTRO, Andrés. Manual de exportaciones. Universidad del Rosario. Bogotá, D.C. 2007. 6 p
- DANE. “Colombia origen de las importaciones, información estadística”. <http://www.dane.gov.co>
- DIAN. “Anexos estadísticos de comercio exterior del boletín enero-julio de 2009”. <http://www.dian.gov.co>
- Guide to doing Business in China. “Application procedures for establishing Fies” 2008. 2-6 p.
- VÁQUIRO, Didier José. “Pymes futuros” 2006. <http://www.pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm>
- MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. “Importaciones Colombianas”. 2009 <http://www.mincomercio.gov.co/>
- CHINA YIWU. International Commodities fair. 2009. <http://www.yiwueverstar.com/>
- PROEXRPOT. Importaciones Colombianas y balanza comercial. 2009. <http://www.proexrpot.com.co>
- Yiwu market. “Company Tour”. <http://www.yiwu-market.cn/Company%20tour.htm>
- The markets of Yiwu. <http://www.yiwu-china.org>
- Ejet international trade development. 2007. <http://www.ejetgroup.com>
- Yiwu Zhouting Trade Co. 2010. <http://www.aliexpress.com>

- INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Documentación. Presentación de tesis, trabajos de grado y otros trabajos de investigación. NTC 1486. Quinta actualización. Bogotá, D.C Noviembre 2002. 33p.